



جامعة القدس المفتوحة

كلية الدراسات العليا

برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية

أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من
وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية

The impact of ownership of satellite channels on editorial policy from
the point of view of the media and academic elite

إعداد

رامي حسين جحاجة

إشراف الدكتور

محمود محمد خلوف

قُدِّمَ هذا البحثُ استكمالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ فِي (برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية)، فِي كُليَّةِ (الدراسات العليا) فِي جامعة القدس المفتوحة - دولة فلسطين.

رجب 1444 هـ / شباط 2023 م



جامعة القدس المفتوحة

كلية الدراسات العليا

برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية

أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية

The impact of ownership of satellite channels on editorial policy from
the point of view of the media and academic elite

إعداد

رامي حسين جاجحة

إشراف الدكتور

محمود محمد مصطفى خلوف

قُدِّمَ هذا البحثُ استكمالاً لِمُتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ فِي (برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية)، فِي كُليَّةِ (الدراسات العليا) فِي جامعة القدس المفتوحة - دولة فلسطين.

رجب 1444 هـ / شباط 2023 م

إجازة الرسالة

أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من
وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية

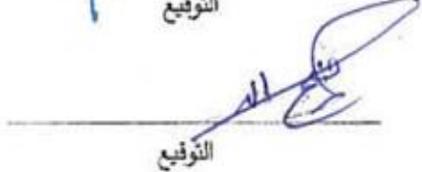
إعداد:

رامي حسين جاحجة

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 12 / 2 / 2023م، وأجيزت:


التوقيع


التوقيع


التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة:

د. محمود محمد خلوف

مشرفاً ورئيساً

د. حافظ أبو عياش

ممتحناً خارجياً

أ.د. فتح الله غانم

ممتحناً داخلياً

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ) صدق الله العظيم

وبراً بوالدي:

إلى من أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي واعتزازي بذاتي إلى
روح أمي الغالية،

إلى الذي كان خير عونٍ لي في مسيرتي أبي الغالي.

إلى زوجتي هبه وأبنائي سيلينا وحسين، الذين أخذت من وقتهم الكثير، وطالما
قصرت تجاههم لإتمام دراستي.

وإلى كل من ثابر وساند ودعم مسيرتي العلمية والذين كانوا خير عونٍ لي من
الأخوة والأصدقاء وإلى العلم ورواده وطلابه.

إليكم جميعاً أهدي ثمرة جهدي هذه،،،

شكر وتقدير

الحمد لله وافر الحمد والشكر له، الذي من علي إتمام رسالتي العلمية، ومن قول رسول الله صلى الله عليه وسلم (لا يشكر الله من لا يشكر الناس) ومنه أتوجه بالشكر الخالص والعرفان إلى جامعتي - جامعة القدس المفتوحة.

وكما أتقدم بالشكر إلى مشرف رسالتي الأستاذ الدكتور محمود خلوف أستاذ الإعلام الرقمي وعلوم الاتصال في الجامعة العربية الأمريكية، الذي نتشرف بأنه من أبرز مؤسسي برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية في الجامعة.

وبصراحة هذا الأكاديمي الفاضل والامتزن والراقي يعود له الفضل في إتمام رسالتي والذي كان وما زال الداعم الأول لي بعد الله عز وجل، فله مني كل الشكر والتقدير.

وأتوجه بالشكر إلى الأستاذ الدكتور حسني عوض نائب رئيس الجامعة للشؤون الأكاديمية، والأستاذ الدكتور محمد شاهين عميد الدراسات العليا، وإلى أسرة كلية الإعلام وكلية الدراسات العليا لما يبذلوه من جهد في سبيل رفع راية العلم والمعرفة وإدراكه على حقيقته.

وأتقدم بالشكر إلى كل من علمني حرفاً أساتذتي الأفاضل في جامعة القدس المفتوحة والذين لم يألوا جهداً في مسيرتي العلمية، والذين أمدوني بالعلم والمعرفة، ولا أنسى زملائي في الكلية العصرية الذين دعموني معنويًا وبشكل يدعو للفخر والاعتزاز.

ولا أنسى أن أشكر زملائي في شركة البعد الرابع، وخبير التحليل الكيفي د. عبد الحق موسى شادلي على دعمهما.

وفي الختام، أشكر أ. د. فتح الله غانم أستاذ الإدارة في الجامعة وعضو لجنة المناقشة وعضو لجنة تأسيس برنامج ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية، والدكتور حافظ أبو عياش الممتحن الخارجي وأشكره على تفضله للمناقشة.

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

**أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر
النخبة الإعلامية والأكاديمية**

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

الإسم: رامي حسين محمد جاجحة

الرقم الجامعي: 0330012010093

التوقيع:

التاريخ:

قائمة المحتويات

ب.....	إجازة الرسالة
ت.....	الإهداء
ث.....	شكر وتقدير
ش.....	الملخص
ض.....	Abstract
1.....	الفصل الأول
1.....	الإطار العام للدراسة
2.....	المقدمة
4.....	مشكلة الدراسة
5.....	أهداف الدراسة
6.....	أهمية الدراسة:
6.....	إضافة علمية:
6.....	أهمية الموضوع نفسه:
6.....	أهمية مهنية:
7.....	الدراسات السابقة:
17.....	الدراسات باللغة الإنجليزية:
19.....	التعقيب على الدراسات السابقة:
21.....	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:
21.....	نوع الدراسة:
21.....	منهج الدراسة وأدواتها:
22.....	تساؤلات الدراسة:
23.....	فروض الدراسة:
24.....	أداة الدراسة:
25.....	صدق القياس والثبات
26.....	مجتمع الدراسة وعينتها
26.....	مجتمع الدراسة
26.....	عينة الدراسة
27.....	حدود الدراسة
28.....	مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:
29.....	صعوبات الدراسة:

30	الفصل الثاني
30	الإطار النظري ويشمل:
30	نظريات الدراسة
30	القنوات الفضائية وأنماط ملكية وسائل الإعلام
31	الإطار النظري والمفاهيمي:
31	نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة):
33	نظرية الأجندة:
38	أشكال الملكية:
39	ملكية المؤسسات الإعلامية:
40	أشكال تمويل المؤسسات الصحفية:
40	1- دور النشر المملوكة بشكل خاص:
41	2- المؤسسات شبه الخاصة:
41	3- دور النشر والمؤسسات التابعة بشكل كامل للحكومة:
41	ملكية المؤسسات الإعلامية في العالم العربي
42	نمط الملكية:
43	تقسم أنماط الملكية إلى ما يلي:
43	ملكية الدولة:
44	الملكية الخاصة:
45	الملكية الحزبية:
45	ملكية العاملين في وسائل الإعلام:
45	الملكية التعاونية:
46	محتوى الرسائل الإعلامية:
46	العوامل المؤثرة في محتوى الرسائل الإعلامية:
50	القنوات التلفزيونية الفضائية:
54	الوظائف الأساسية للقنوات الفضائية التلفزيونية:
58	تأثير نمط الملكية على المحتوى الإعلامي:
60	البث الفضائي التلفزيوني العربي:
62	القنوات الفضائية العربية:
67	الإعلام الفلسطيني، النشأة والتطور:
69	القنوات الفضائية الفلسطينية:
69	1- قناة فلسطين الفضائية

70	2- قناة الأقصى:
71	3- قناة عودة:
73	4- قناة معا:
74	5- قناة فلسطين اليوم:
76	الفصل الثالث
76	نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية
77	نتائج الدراسة:
77	مقدمة
78	5.3 صدق أدوات الدراسة
85	6.3 ثبات أداة الدراسة
85	7.3 المعالجة الإحصائية
86	8.3 وصف خصائص عينة الدراسة
89	نتائج أسئلة الدراسة
137	ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات)
145	النتائج التفصيلية للمقابلات:
149	أولا: أهم نتائج الدراسة الميدانية:
153	ثانيا: أهم نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات)
153	اقتراحات النخبة الإعلامية والأكاديمية:
153	أما النتائج السلبية فكانت:
156	المقترحات:
158	المصادر والمراجع:
167	الملاحق
168	القسم الأول: البيانات الشخصية
171	القسم الثالث: محاور الدراسة
171	المحور الأول: دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
172	المحور الثاني: القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها:
174	المحور الثالث: الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
175	المحور الرابع: مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
176	المحور الخامس: تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية

الجدول

64	جدول 1: عدد القنوات التلفزيونية الفضائية حسب اختصاصها
69	جدول 2: ترددات قناة فلسطين الفضائية
70	جدول 3: ترددات قناة الأقصى الفضائية
72	جدول 4: ترددات قناة عودة
73	جدول 5: ترددات قناة معاً
74	جدول 6: ترددات قناة فلسطين اليوم
78	جدول 7: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال والدرجة الكلية للمحور
79	جدول 8: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها والدرجة الكلية للمحور
81	جدول 9: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال والدرجة الكلية للمحور
82	جدول 10: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية والدرجة الكلية للمحور
84	جدول 11: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية والدرجة الكلية للمحور
85	جدول 12: نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة
86	جدول 13: التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة
89	جدول 14: مفتاح المتوسطات الحسابية الذي تم اعتماده في الدراسة
89	جدول 15: التوزيع النسبي لمعدلات مشاهدات القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة
91	جدول 16: التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب الانتماء السياسي
93	جدول 17: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال مُرتبة حسب الأهمية

- جدول 18: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها مُرتبة حسب الأهمية..... 97
- جدول 19: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال مُرتبة حسب الأهمية 101
- جدول 20: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية مُرتبة حسب الأهمية 105
- جدول 21: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية مُرتبة حسب الأهمية 109
- جدول 22: نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير جنس. 113
- جدول 23: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير الفئة العمرية..... 115
- جدول 24: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب الفئة العمرية..... 117
- جدول 25: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير المؤهل العلمي..... 120
- جدول 26: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب المؤهل العلمي..... 122
- جدول 27: نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير مكان العمل 125
- جدول 28: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير طبيعة العمل 127
- جدول 29: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب طبيعة العمل 129
- جدول 30: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير سنوات الخبرة..... 131
- جدول 31: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب عدد سنوات الخبرة..... 135
- جدول 32: تكويد إجابات المبحوثين باستخدام برنامج MAXQDA 138

الرسوم التوضيحية

- رسم توضيحي 1: التوزيع النسبي لأماكن مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة..... 90
- رسم توضيحي 2: النسبة المئوية لفترات مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة..... 91
- رسم توضيحي 3: النسبة المئوية للقنوات الفضائية الفلسطينية التي تتم متابعتها من قبل أفراد العينة..... 92

الملاحق

- ملحق 1: الاستبانة 167
- ملحق 2: الرسالة الموجهة لنقابة الصحفيين الفلسطينيين 178
- ملحق 3: رد نقابة الصحفيين الفلسطينيين 179
- ملحق 4: أسماء محكمي الاستبانة 180
- ملحق 5: أسئلة المقابلة 181
- ملحق 6: الخبراء الذين أجريت معهم المقابلة 188

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر الأكاديميين والخبراء، وتكون مجتمع الدراسة من نخبة من الأكاديميين والإعلاميين، وتم حصرهم من خلال التواصل مع نقابة الصحفيين والجامعات الفلسطينية، وبناء على السجلات التي وردت من قبل جهات الاختصاص، فقد بلغ عدد مجتمع الدراسة (430) إعلامياً وأكاديمياً، وتم اختيار عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لمجتمعها وبلغ عددها (206) أفراد (إعلاميين وأكاديميين)، واعتمدت الدراسة على الأسس العلمية للمسوح بالعينات الاحتمالية، وتم اختيار أسلوب العينة العشوائية.

اعتمدت الدراسة الميدانية على استبانة لتحقيق الأهداف المرجوة، واستندت الدراسة على نظرية حارس البوابة ونظرية الأجندة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أن دور مالك القناة مهم في رسم سياستها التحريرية وإلزامها للقائمين بالاتصال، وأن لمالكي القنوات الفضائية الفلسطينية دوراً كبيراً في طرح أجندة البرامج الحوارية التي يتم عرضها على القناة، وأن السياسة التحريرية في القناة تؤثر بشكل كبير في إقناع الجمهور.

توصلت الدراسة إلى أن الخطط الإعلامية للقنوات الفضائية الفلسطينية ضعيفة في تقديم محتواها بناء على سياسات المالكين وبعيدة عن احتياجات المجتمع والجمهور، وأن الانقسام الفلسطيني له دور كبير وسلبى زاد من الرقابة الذاتية على القنوات الفضائية الفلسطينية، وأن للإعلانات والجوانب الاقتصادية دوراً في تعزيز القيود والرقابة الذاتية على الصحفيين العاملين في القنوات الفضائية الفلسطينية وعلى الذين تتم استضافتهم في البرامج الحوارية.

قدمت الدراسة عددًا من المقترحات أهمها: عدم تدخل المالك في تحديد القرار التحريري لأن ذلك ينعكس على سياسة القناة بشكل عام، والعمل على تعزيز قدرة الإقناع لدى القنوات الفضائية الفلسطينية من خلال تطوير الخطط الإعلامية بناء على احتياجات الجمهور بدلاً من العمل على سياسات تعتمد بالدرجة الأولى على سياسة المالكين، ومراجعة القنوات الفضائية الفلسطينية التابعة للأحزاب والفصائل

سياستها التحريرية، والعمل على تعزيز استقلالية القنوات الفضائية الفلسطينية من أجل جذب الجمهور لها.

قسمت الدراسة إلى مقدمة وثلاثة فصول، تتمثل فيما يلي:

الفصل الأول: وهو الإطار العام للدراسة ويتناول الإجراءات المنهجية للدراسة، وتتضمن أهم الدراسات السابقة، ومشكلة الدراسة وأهميتها، وأهداف الدراسة وتساؤلاتها، إضافة إلى النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة، ونوعها ومنهجها وأداتها، ومجتمع الدراسة وعينتها، ومصطلحات الدراسة.

أما الفصل الثاني فيتناول نظريات الدراسة وأنماط الملكية، مفهومها وأشكالها والسياسة التحريرية للقنوات الفضائية والعوامل المؤثرة فيها.

والفصل الثالث: تم تخصيصه لنتائج الدراسة الميدانية، ومقترحاتها.

الكلمات المفتاحية: الملكية، السياسة التحريرية، القنوات الفضائية الفلسطينية، الخبير، النخب.

Abstract

The main goal of this study is to recognize the effect of satellite channels ownership in Palestine on the editorial policy from the point of view of experts and academics. The focus group consisted of both Journalists and academics, which were reached by contacting Journalists' Union and Palestinian Universities. According to the records provided by the competent authorities, the focus group consisted of (430) Journalists and academics meanwhile, the study sample was chosen to represent its group consisted of (206) members (Journalists and academics). The study depended on scientific basis for using the probability samples and therefore the random sample method was used in this paper.

During this field study a questionnaire was used to reach the intended goals, the study also followed the Gatekeeping theory and Agenda-setting theory.

The study came out with a number of results: First, that the role of satellite channel owners is very important in defining its editorial policy. Second, that Palestinian channels owners play a big role in suggesting agendas for talk shows which are aired on that channel. Third, is that the editorial policy of the channel affects the audience greatly.

The study concluded that the media plans of Palestinian satellite channels are considered weak in presenting its content which is based on the policy of owners and not based on the needs of the community or audience. It also concluded that the Palestinian division play a big and negative role, it lead to more self-monitoring for the Palestinian satellite channels. In addition, Ads and economic aspects also play a big role in reinforcing obstacles and self- monitoring on Journalists who work in Palestinian satellite channels and also on the guests who are hosted in talk shows.

The study represented many recommendations such as: The owner of satellite channels must not interfere in making editorial decisions because it reflects on the overall policy of the channel. It also suggested that the

ability of Palestinian satellite channels to convince must be reinforced through developing media plans based on the needs of audience instead of working according to the policy of satellite channels owners. Palestinian satellite channels, which belong to a political party, must examine their editorial policy and work on reinforcing the independence of Palestinian satellite channels to get the attention of the audience.

This paper was divided into an introduction and three chapters as follows:

The first chapter: The general framework of the study, which tackle methodological process of the study. It included important previous studies, the issue of the study and its importance and goals. In addition, the theories which were depended on during this study. The chapter has methods, tools, vocabulary and the focus group of the study.

The second chapter: includes theories, types of ownership, its meaning and different forms. It also includes the editorial policy of satellite channels and the important factors, which affect their policy.

The third chapter: It was dedicated for the results of the field study and its recommendations.

Key word: Ownership, editorial policy, Palestinian satellite channels, expert and elites.

الفصل الأول
الإطار العام للدراسة

المقدمة

تختلف إدارة المؤسسات الإعلامية عن غيرها، لخصوصية العمل الذي تديره، وطبيعة المحتوى الذي تنتجه، وتخضع إدارة المؤسسات الإعلامية إلى قيود وضوابط تمارس عليها من قبل الجهات التي تمويلها، سواء كانت مؤسسات سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، ما ينعكس على السياسة التحريرية لتلك المؤسسات باعتبارها البناء الهندسي الذي تسير عليه. (كنعان، 2014)

وتقوم السياسة التحريرية بتنظيم مسار التوجهات والعمل داخل المؤسسة الإعلامية، ومن خلال دراسة هذه السياسة يتم توضيح مدى التشابك بين المؤسسة والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومستوى تأثير الثقل السياسي والحزبي وتقاطعات رأس المال والعلاقات العامة على الوسيلة الإعلامية وسياستها التحريرية (خليل، 2018)، ويأتي الإعلام الحكومي على نقيض من الإعلام الخاص أو المستقل، حيث يعد إعلاما موجها أكثر من كونه إعلاما هادفا إلى تحقيق الإيرادات العالية من الإعلانات، فهو يحمل رسائل إعلامية ومضامين تملى على الجماهير، وتفرض الحكومة على المحتوى الإعلامي رقابة تترى مدى تناسبه مع قوانين الدولة، وهل يصب في مصلحة الحكومة أم لا؟ (عبد اللطيف، 2016) ويلعب الإعلام الحكومي دورا في تشكيل الأفكار والتوجهات حول قضايا بارزة.

هناك وظائف متعددة للإعلام لا يمكن أن نراها إلا بإعلام مستقل يحمل هوية واضحة ويملك سياسة تحريرية مكتوبة ويغطي الأحداث بشكل عادل ومتوازن، فإذا كانت هذه الشروط موجودة فسوف ينظر المجتمع لوسائل الإعلام بثقة ودعم واحترام، وبهذه الطريقة يبني الإعلام جسور الثقة ما بينه وما بين المجتمع ويدفعه للتقدم إلى الأمام.

السياسات الإعلامية هي الهوية والعنوان للوسيلة الإعلامية، ومن خلالها يحكم الجمهور على توجه هذه الوسيلة، خصوصاً في ظل التطورات والتغيرات التي تحدث في بيئة هذه الوسيلة من أحداث واضطرابات وعدم استقرار والتي من شأنها أن تثبت حقيقة وصدقية الخط العام الذي تنتهجه والسياسة التحريرية التي وضعتها لنفسها، وسوف يرى مُشاهد هذه الوسيلة كيف تتعاطى مع الضغوط وخصوصاً من مالكيها وكذلك التأثيرات السياسية والأمنية والاقتصادية. (الغطافة، 2013)

إن شكل ملكية وسائل الإعلام وما فيها من سياسات، أصبحت تمثل جزءاً كبيراً من صناعة الصورة، وما تسعى إليه من ربح ضمن ما تستهدفه من أهداف، ومع التطور العلمي والتقني الحاصل أصبحت المؤسسات الإعلامية، مؤسسات إنتاجية ضخمة تسعى للاستدامة من خلال توفير موارد كبيرة تساعدها على الاستمرار والتقدم لتبقى تقدم خدماتها ولتتواصل مع جمهورها المختلف.

شهدت المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تغييرات كبيرة في داخلها من حيث الهيكلية والتنظيم وتغيير ملكيتها، ما أثر على تمويلها سواء كان بالسلب أم الإيجاب، وانعكس ذلك بشكل ملحوظ على سياستها التحريرية والنظر بطريقة أخرى للأحداث والوقائع، سواء على الصعيد الداخلي أم الخارجي.

لم تعد وسائل الإعلام الفلسطينية ناقلة للحدث فقط، فمع التقدم العلمي والتكنولوجي والانفتاح على العالم والحالة السياسية الداخلية والخارجية، أصبح الإعلام الفلسطيني جزءاً من صناعة الأحداث، وهذا يتطلب ضحاً مالياً كبيراً وتحرراً من سيطرة الحكومة، ومنافسة كبيرة للاستحواد على عقل المشاهد، إن ملكية وسائل الإعلام لها انعكاسات كبيرة على طريقة عملها وعلى السياسة التحريرية فيها، لذلك فإن كل مؤسسة تحاول جاهدة أن تجد آلية لزيادة مواردها التمويلية وأن تكون نفقاتها أقل من مدخولاتها مع عدم الإخلال بالسياسة العامة لها. (أبومدين، 2019)

جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، وفحص مدى تأثير نمط ملكية القنوات الفلسطينية على السياسة التحريرية وإظهار التأثيرات السلبية، وربما الإيجابية للسياسة التحريرية على المضامين التي تنشرها القنوات الفضائية المختلفة، وإبراز المحددات التي تتحكم بطبيعة السياسة للقنوات الفلسطينية على اختلاف أنماط ملكيتها.

مشكلة الدراسة

انطلاقاً من أن نمط الملكية يؤثر على المحتوى الإعلامي في القنوات الفضائية الفلسطينية، وما يتطلبه ذلك من تضافر عوامل ومؤثرات تشمل تأثير رأس المال وكمية الضغوط التي تمارس من صناع القرار وأصحاب المال، جاء التركيز على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر الأكاديميين و الخبراء، بهدف تغيير السلوك لبناء منظومة إعلامية متكاملة، ما استدعى البحث في الأسباب التي أبقّت على هذا الأثر الذي جعل القنوات الفضائية الفلسطينية دون المستوى المطلوب.

ومن خلال الاطلاع على الدراسات المتوفرة والقراءة لما تقدمه القنوات الفضائية الفلسطينية المختلفة، وجد الباحث أن هناك حاجة ماسة إلى دراسة تبحث في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر الأكاديميين و الخبراء .

مببرات الدراسة:

يهدف الباحث إلى تغيير السلوك لبناء منظومة إعلامية متكاملة، والبحث في الأسباب التي جعلت القنوات الفضائية الفلسطينية دون المستوى المطلوب، والبحث في رأي النخبة والمتخصصين في أثر هذه الملكية على السياسة التحريرية، وتقديم تصور حول أثر ملكية القنوات الفضائية وتأثير الجهات الممولة عليها.

أهداف الدراسة

1. الكشف عن العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية كما تراها النخب الأكاديمية والإعلامية في الفضائيات الفلسطينية.
2. معرفة مدى تأثير ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على القائمين بالاتصال من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية.
3. الاطلاع على حجم انعكاس ملكية القنوات الفضائية على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية.
4. التعرف على المستوى الذي يتدخل فيه مالكو القنوات الفضائية الفلسطينية في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية.
5. إظهار مدى تأثير رقابة مسؤولي المؤسسات الإعلامية على القائمين بالاتصال من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية.

أهمية الدراسة:

إضافة علمية:

1- إضافة دراسة جديدة إلى المكتبة العلمية في مجال الإعلام والبحث في ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية ورأي النخبة والمتخصصين في أثر هذه الملكية على السياسة التحريرية.

2- تقديم تصور حول أثر ملكية القنوات الفضائية وتأثير الجهات الممولة عليها.

أهمية الموضوع نفسه:

تبرز أهمية هذا الموضوع من الدور المهم الذي تؤديه القنوات الفضائية الفلسطينية على اختلاف أنماط ملكيتها في خدمة القضية الفلسطينية.

أهمية مهنية:

من المأمول أن تعود نتائج هذه الدراسة وما تخرج به من مقترحات بالفائدة على القائمين بالاتصال وكذلك على مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية.

الدراسات السابقة:

من خلال البحث والاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع ملكية المؤسسات الإعلامية، وقع الاختيار على مجموعة من الدراسات التي نجلها فيما يلي:

1- دراسة يوسف (2022). بعنوان (اتجاهات النخب الأكاديمية المصرية إزاء تناول القنوات الإخبارية لأزمة سد النهضة الإثيوبي).

سعت الدراسة للتعرف على اتجاهات النخب الأكاديمية المصرية لتناول القنوات العربية لسد النهضة الإثيوبي، وكان ذلك من خلال إجراء مقابلات معمقة معهم، وتأتي أهمية هذه الدراسة من أنها تواكب التطورات السياسية الحاصلة في مصر من حيث الاهتمام بقضية سد النهضة ومدى تأثيرها على المجتمع المصري، والدراسة اهتمت بآراء النخب بشكل محدد حيث تمثل آراؤهم أهمية بالغة لفهم القضية وتفسيرها وتحليلها.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح باعتباره نموذجًا معياريًا لجمع البيانات والمعلومات الظاهرة محل الدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هناك اهتمامًا كبيرًا من قبل النخب المصرية في متابعة أزمة سد النهضة من خلال المتابعة الدورية للقنوات الإخبارية، سواء كانت مصرية أم عربية، وهناك تنوع في آراء النخب المصرية في تقييم معالجات القنوات الإخبارية لسد النهضة ما بين من يراها محايدة إلى حد ما ومن يراها غير محايدة ومتحيزة في كثير من الأحيان، وهناك من يعتقد أنها إيجابية وفاعلة في حل الأزمة.

2- دراسة الختروشي (2021). بعنوان (آراء النخب الأكاديمية الإعلامية نحو خطاب الكراهية بالقنوات الفضائية الليبية).

المشكلة التي ارتكزت عليها الدراسة حول أهمية الكشف عن آراء وتقدير أساتذة أقسام الإعلام بالجامعات الليبية، لخطاب الكراهية في القنوات الفضائية الليبية على عينة من أساتذة قسمي الإعلام بجامعة الزاوية والجفارة، خلال فصل الخريف 2020-2021، استخدم الباحث الاستبانة كأداة على عينة مقدارها 44 مبحوثًا.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها أن القنوات الليبية تقدم خطابا إعلاميا متحيزا تحريزيا، ويعود سبب ذلك إلى طبيعة الصراعات السياسية في ظل حالة الاستقطاب الشديدة التي تشهدها ليبيا، وللد من أساليب خطاب الكراهية بالقنوات الليبية، خلص الباحث إلى تمكين أهل الاختصاص من امتلاك زمام المبادرة.

3- دراسة أبو راشد (2019). بعنوان (أثر أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية من وجهة نظر القائمين بالاتصال).

هدفت إلى التعرف على أثر ملكية القنوات التلفزيونية الأردنية على المحتوى الإعلامي من وجهة نظر القائمين بالاتصال، واستندت الدراسة إلى نظرية حارس البوابة ونظرية ترتيب الأولويات، وتوصلت إلى عدد من النتائج منها أن القنوات التلفزيونية الأردنية تقدم محتوى يهدف إلى تحسين صورتها لدى مختلف فئات الجمهور، وأن المضمون يتوافق مع مستوى الحدث، وتسهم في تغيير مفاهيم الجمهور المستهدف نحو مختلف المواضيع المطروحة.

أكدت الدراسة على تأثير أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي وأن أدوار المالكين في القنوات التلفزيونية تتجسد في إظهار رؤية واستراتيجيات القناة مع إدراك أهميه تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يمتلكونها.

4- دراسة أبو مدين (2019). بعنوان (أنماط ملكية الصحف الفلسطينية وانعكاسها على السياسة التحريرية).

هدفت إلى التعرف على أنماط ملكية الصحف الفلسطينية، وطبيعة انعكاسها على أنماط ومضامين السياسة التحريرية، ومدى تأثير أصحاب رؤوس الأموال

على فحوى الفنون الصحفية، وما هي الضغوطات التي تمارسها جهات التمويل للتأثير في السياسة التحريرية.

ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة أن 40% من عينة الدراسة يرون أن أهم شروط مالك الصحيفة أن يكون على علم بصناعة الإعلام وتقنياته.

أكدت الدراسة أن مالك الصحيفة يشارك في إدارة التحرير ورسم السياسة التحريرية وجعلها ملزمة للمحررين، وأوضحت الدراسة أن الكثير من العاملين في المؤسسات الصحفية لا يعرفون شيئاً عن تلقي المؤسسة لدعم مالي من جهات مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهداف السياسة التحريرية متنوعة ومختلفة ما بين التعبئة الوطنية وحماية التراث ودعم المواقف الفلسطينية وكذلك إرضاء الملاك والمساهمين والمعلنين، وأظهرت أن للإعلانات تأثيراً سلبياً على السياسة التحريرية، حيث تركز على جلب الإعلانات على حساب المادة الصحفية.

5- دراسة أمين (2018). بعنوان (ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها في استقلالية المحتوى الصحفي).

أكدت أن المؤسسة السياسية في جمهورية السودان على اختلاف هياكلها البنائية هي المخول الأساسي والجهة التي تمارس سيطرتها على الأداء الإعلامي وما ينتج من مضمون لتحقيق هدفين أساسيين هما: العمل على منع نشر أية مادة صحفية غير مرحب بها، وتوفير الرسالة الإعلامية المرغوب في نشرها.

ترى الدراسة أن النخبة الحاكمة في الأنظمة السياسية وخاصة غير الديمقراطية غالباً ما تأتي لتمثل حزبا سياسيا واحدا يسعى إلى تحقيق أهداف ومصالح نخبوية وفئوية ضيقة من خلال احتكاره السلطة، وبالتالي فإن الحزب يعمل على احتكار المؤسسات الإعلامية وأجهزتها لضمان بقائه في الحكم من خلال استغلال المؤسسة الإعلامية والسيطرة على نهجها وصياغة سياساتها التحريرية، وتسخير الأدوات الإعلامية للحشد والتعبئة وتميرر سياسته للجماهير المتلقية وكسب قبول الرأي العام له.

لجأت الدراسة إلى استخدام المنهج الوصفي التحليلي لرصد الأخبار والمضامين الصحفية التي وردت في الصحف التي اختارتها الباحثة أمين، ولأن الباحثة اتخذت صحيفتين عملت على المقارنة في مضمون كل منهما.

6- دراسة بورحلي (2018). بعنوان (أنماط الملكية الصحفية وعلاقتها بالتعددية الإعلامية).

تحدثت الدراسة عن المتغيرات الأساسية التي تحدد ملامح النظام الإعلامي في أي مجتمع وأنها تعبر بشكل أو بآخر عن درجة الحرية التي يتمتع بها هذا المجتمع، وأنه يحدد وجود تعددية إعلامية من عدمها، وأخذت الدراسة النظام الإعلامي الجزائري والتعددية فيه كتشخيص للتعددية الإعلامية في البلدان النامية، وتشرح الدراسة المراحل التي مرت بها التعددية في الإعلام الجزائري والمخاض الذي سلكته للتخلص من الملكية الأحادية وهي ملكية الدولة لوسائل الإعلام.

خلصت الدراسة إلى أن القوانين والنصوص التشريعية التي وضعتها الدولة من أجل إقرار التعددية السياسية لا ترتبط مع الواقع بصلة، حيث إن القوانين شيء والتطبيق على أرض الواقع شيء آخر وأن النظام الإعلامي الجزائري يسير ببطء نحو التعددية وتنوع الملكية.

7- دراسة حلواجي (2018). بعنوان (أثر السلطة السياسية على توجهات القنوات الفضائية الإخبارية العربية).

اعتمدت دراسة حلواجي على منهج تحليل المضمون والمنهج المقارن واستعانت بالمنهج التاريخي، وذلك لتحلل عينات من مواد سابقة أنتجتها قناة الجزيرة وقناة العربية حول أحداث مختلفة في عدة فترات، وقامت بالمقارنة في عدة مواقف رسمية حول الأحداث نفسها من قيادتي البلدين اللتين تملكان هاتين المؤسستين وهما قطر والسعودية.

خلصت الدراسة إلى التأثير المباشر وغير المباشر الذي تمارسه السلطة السياسية في الوطن العربي على القنوات الإخبارية المتخصصة، ومدى استغلال قنوات لها صدى محلي وإقليمي ودولي في إيصال رسائلها الإعلامية وخدمة أجنداتها السياسية والفكرية.

8- دراسة المدهون وعلي (2018). بعنوان (دور القنوات الفضائية الفلسطينية في تعزيز قيم المواطنة من وجهة نظر طلبة الجامعات بمحافظات غزة).

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز قيم المواطنة من وجهة نظر طلبة الجامعات في محافظات غزة من خلال عدة متغيرات وهي النوع والجامعة، وتكونت عينة الدراسة من

(777) من طلبة الإعلام في جامعات الأزهر والأقصى وفلسطين والإسلامية وغزة والكلية الجامعية،

اتبعت الدراسة منهج المسح الإعلامي وتم استخدام الاستبانة أداة في هذه الرسالة.

خلصت الدراسة إلى أن الفضائيات لها دور في تعزيز قيم المواطنة بنسبة كبيرة وتعزيز الانتماء

الوطني وتعزيز الوحدة الوطنية.

9- دراسة مركز هردو لدعم التعبير الرقمي (2017). بعنوان (تأثير رأس المال على السياسة

التحريرية للمؤسسات الإعلامية).

أشارت إلى أن أداء وسائل الإعلام والصحافة المملوكة من قبل رجال الأعمال المحسوبين على

الدولة هو أداء لا يراعي المهنية ومنحاز للنظام السياسي القائم، والمحتوى الإعلامي الذي يتم إنتاجه

يأتي بالدرجة الأولى لخدمة النظام السياسي على حساب الجماهير المتقنية، وهذا الأداء يدل على

انحياز الإعلام والمؤسسات الصحفية المملوكين للدولة والنظام السياسي والتدخل في المحتوى

الإعلامي لتوجيه الرأي العام، أو تضليله.

أكدت الدراسة على أن حرية الإعلام تأتي مرادفة لحرية التعبير بحسب المواثيق الدولية، أهمها المعهد

الدولي لحقوق المدنية والسياسية واتفاقية القارة الأمريكية الخاصة بحقوق الإنسان.

أشارت الدراسة إلى أن حرية الإعلام الرقمي والإنترنت تنعدم في كل من السعودية وسوريا والبحرين

والإمارات والسودان، وهناك دول ذات حرية جزئية وهي تونس والمغرب ولبنان وليبيا والأردن ومصر،

وأكدت الدراسة على ضرورة تحرير الإعلام من سيطرة الدولة من أجل تحقيق التحول الديمقراطي

الحقيقي ووضع الإجراءات الكفيلة بتحقيق ذلك، وخلق بنية تشريعية تعمل على تنظيم القطاع الإعلامي

دون وجود أي قيود عليه، لتوفير بيئة صالحة للعمل في هذا القطاع.

10- دراسة عبد العاطي (2018). بعنوان (تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الفضائية

الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية).

بحث الأثر الذي يفرضه نمط الملكية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة على شكل ومضمون النشرات الإخبارية وقارنت بين قناة العربية وقناة النيل، معتمدة على منهج المسح لاختيار العلاقة بين المتغيرات واستخلاص النتائج وتفسير الأثر، مستخدمة استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية.

قسمت الدراسة المحتوى إلى وحدات، ووحدة التحليل هي أصغر عنصر في تحليل المحتوى، واستخدمت الخبر كوحدة تحليل، لحساب التكرارات العددية للأخبار التي تم تحليلها، إضافة إلى استخدام وحدة الدقيقة وتقسيماتها، لقياس زمن الخبر.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاختلاف بين القناتين في طريقة التعامل مع الخبر يعود إلى اختلاف نمط الملكية ونمط الإرسال بينهما، ومن جملة المقترحات التي طرحتها الدراسة دعوة المؤسسات الإعلامية إلى ضرورة التوازن في عرض الأخبار ضمن النشرات الإخبارية، وإلقاء الضوء على الأخبار التي تعكس وجهات نظر متنوعة، وإعطاء الجماهير المتلقية مساحة كافية للتعرف على خلفيات الخبر وتفاصيله.

11- دراسة إبراهيم (2016). بعنوان (أثر الإعلان الصحفي على السياسة التحريرية للصحف:

دراسة ميدانية على صحيفتي الانتباه والمستقلة. الخرطوم).

اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على أداة الملاحظة والمقابلة والاستبانة، وهدفت بشكل رئيسي لدراسة التأثير الإعلاني في الصحف على السياسة التحريرية في

الصحف اليومية، ووقفت عند قوانين تنظيم العمل الإعلاني، والتعرف على كيفية توزيع الإعلانات في الصحف السودانية.

استخدمت الدراسة نظرية ترتيب الأولويات، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واعتمد فيها الباحث على نوعين من مصادر المعلومات والبيانات مثل الكتب والمراجع كمصادر ثانوية وأدوات الملاحظة والمقابلة والاستبانة كمصادر أولية، لجأ الباحث إلى عينة عشوائية حجمها 100 مفردة من القائمين بالاتصال في صحيفتي المستقلة والانتباهة، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة أن بعض الصحف تعتمد مصادرها على المساهمين بالصحيفة وهي تصدر دون إعلان، ورأت أن 85% من المبحوثين موافقون على أن المعلن يمارس ضغطاً بشكل مباشر على الوسيلة الإعلامية، ورأت أيضاً أن 90% من المبحوثين موافقون على أن الصحف السودانية تخصص الصفحة الأولى للإعلانات وتهتم بها أكثر من المادة التحريرية.

12- دراسة محمود النبهاوي (2014). بعنوان (ملكية وسائل الإعلام الأنماط والتنظيم).

ركزت الدراسة على توضيح الملكية الإعلامية بمعنى أنها القدرة على إنشاء وإدارة وسيلة إعلام، وقسمت الجهة المالكة إلى قسمين: الإعلام العام والإعلام الخاص، وتبين أن جميع وسائل الإعلام العامة تمول من أموال الشعب إلا أن

طرق إدارتها تختلف فهي إما مسيطر عليها من قبل الحكومة وتخدمها وتخدم حزبها ومصالحه أو مستقلة عن السيطرة السياسية ولها معايير وضوابط.

13- دراسة كريم (2014). بعنوان (تأثير العوامل الإدارية على سياسة التحرير في الصحف الكردية).

حالت الدراسة الملامح والخطوط الرئيسية التي تشكل السياسة التحريرية لبعض الصحف الكردية واختارت الدراسة صحيفتي (أوينة، وكوردستاني نوي) وقارنت بينهما وتوقفت على أوجه الاختلاف والتشابه بينهما، وفسرتهما من خلال العوامل الداخلية فيهما.

هدفت الدراسة للتعرف على الأهداف التحريرية والسياسة المتبعة ودور العوامل الإدارية وكيف تؤثر في السياسة التحريرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف الكردية.

خرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها أن العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحيفتين هي مصادر التمويل وطريقة القيادة التحريرية، وأظهرت الدراسة أيضا أن 92% من المبحوثين رأوا أن الصحيفتين تهتمان بقضايا الشعب الكردي في إقليم كردستان وتدافعان عن حقوقه التاريخية، وأظهرت النتائج أيضا أن 89% من المبحوثين يرون أن أهداف السياسة التحريرية جاءت لتلبية رغبات واحتياجات الجمهور.

14- دراسة الفطافطة (2013). بعنوان (السياسة التحريرية في الصحف

الفلسطينية وتأثيرها على حرية التعبير).

استخدمت الدراسة المنهج المسحي الإعلامي واعتمدت على المقابلات والحوارات مع العديد من المحررين والصحفيين في الصحف الفلسطينية اليومية الأربعة وهي (الحياة والقدس والأيام وفلسطين).

وهدفت الدراسة للتعرف على السياسة الإعلامية الفلسطينية والسياسة التحريرية في الصحف الأربعة السالفة الذكر.

توقفت الدراسة على العوامل المؤثرة في تحديد أهداف هذه الصحف ومدى تجاوبها مع الجمهور وكيف تتعاطى مع توجهات ملاكها ومع النظام السياسي والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني والأطراف المتعددة داخل المجتمع المدني.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن أثر حارس البوابة كان موجودًا وبقوة في الصحف الفلسطينية الأربعة، بسبب التعقيدات في الحالة السياسية الفلسطينية والتحويلات السريعة فيها، وكذلك تناقض المصالح، وأن دور الحارس قوي ويحدد السياسة التحريرية فيها فيظهر ما يريد ويرفض ما يريد.

وخلصت أيضا إلى أن السياسة التحريرية تخضع لعدد من المؤثرات منها شخصية رئيس التحرير وطابع الصحيفة واحتياجات القراء وجهة التمويل والضغوط الاجتماعية والقوانين ودورية الصدور، وقالت أيضا إن الإعلام

المستند إلى حرية الرأي والتعبير هو ركيزة في تعزيز الديمقراطية القائمة على المساءلة والشفافية والمشاركة.

الدراسات باللغة الإنجليزية:

15- دراسة عمار طاهر (2021). بعنوان (تأثير سياسة وسائل الإعلام في القنوات الفضائية حول أخلاقيات المهنة).

تحدث الدراسة عن السياسة التحريرية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة، وطبقت الدراسة على ثلاث قنوات فضائية عراقية ذات اتجاهات مخالفة وهي قناة الأخبار وقناة السومرية وقناة الفرات.

كشفت النتائج أن السياسة التحريرية في هذه القنوات تتعارض مع المعايير المهنية ويعود الاختلاف لسبب طبيعة العمل وحجم المسؤولية في القناة والقرب من متخذي القرار أو صاحب التمويل وهذه المعايير هي التي تشكل السياسة الإعلامية للمؤسسة.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج وهي أن الفضائيات العراقية تعتمد في سياستها الإعلامية على الشفوية أكثر من المكتوبة، بحيث تتغير التوجهات وفقا للمواقف السياسية وهذا يخلق نوعا من عدم الاستقرار، وخلصت أيضًا إلى أن العاملين في الفضائيات العراقية غير مقتنعين بالسياسة الإعلامية الموجهة إليهم لأنهم يجدونها متناقضة وهي ارتجالية وتخضع لحالة الطوارئ المعاشة، وأن السياسة الإعلامية في القنوات المذكورة تتعارض مع المعايير المهنية مثل التوازن وعدم

الانحياز والموضوعية ورأت الدراسة أن السياسة التحريرية على أخلاقيات المهنة تخضع للتدخل السياسي من خلال الحجب وعدم الحديث عن الفساد.

16- دراسة ريتشل لانجورث (2020). بعنوان (ملكية وسائل الإعلام واستغلال النفوذ الإعلامي للمصلحة الذاتية).

تحدثت الدراسة عن استغلال ملكية وسائل الإعلام لتحقيق مصالح شخصية على مستوى المؤسسة، وقامت الدراسة بمقارنة مؤسسات إعلامية يملكها ميردوخ وأخرى لا يملكها، والدراسة تجاوب على مجموعة من الأسئلة وهي تأثير الأخبار الدولية في الصحف على التقليل من شأن المؤسسات والتي تتداخل مع خطط في التوسع، وإلى أي مدى يختلف حجم الأجندة المتواجدة في الصحف الدولية عن حجم الأجندة الموجودة في الصحف المحلية.

خلصت الدراسة إلى كيفية التلاعب بالأجندة لتحقيق المصالح الشخصية والتسويق للملاك المسيطرين في المؤسسة الإعلامية، وكيف استغل ميردوخ ملكيته لمجموعة من الصحف والقنوات الفضائية للسيطرة على أسواق الإعلام والتأثير فيها، وكذلك التأثير على المنافسين والمعادين له، وكيف أثر على الرأي العام وعلى السياسيين وصناع القرار، وبالتالي أدى ذلك إلى التقليل من أهمية العمل الديمقراطي.

وخلصت الدراسة أن هناك تكتلاً إعلامياً يمكن أن يحدث من خلال السيطرة على المؤسسات الإعلامية ما يعزز من هيمنتها من خلال استخدام المنافذ الإعلامية التابعة لها.

17- دراسة جديسون (2015). بعنوان (ملكية وسائل الإعلام والسيطرة عليها من خلال أجندة

وسائل الإعلام).

تحدثت الدراسة عن ملكية وسائل الإعلام والسيطرة عليها من خلال أجندة وسائل الإعلام وأخذت نيجيريا كحالة دراسية واعتمدت في جمع البيانات على المقابلة المعمقة، والطريقة التي تم أخذ العينات فيها هي العينات العنقودية.

وكشفت الدراسة أن مستويات مختلفة من الحكومة في نيجيريا وتتألف من رجال أعمال وسياسيين وكبار المسؤولين يمتلكون معظم المؤسسات الإعلامية النيجيرية، ولوحظ أيضا أن مجموعة من الناس ويطلق عليها (النجبة الحاكمة) هم صانعو الأخبار الرئيسيون والمتحكمون بما يخرج من أخبار وموضوعات من تلك القنوات.

أظهرت النتائج أن نمط ملكية وسائل الإعلام الحالي في نيجيريا يعيق الإعلام ويحد من تطوره، ما يؤثر بشكل سلبي على التنوع الإعلامي في نيجيريا وكذلك على حرية الرأي والتعبير.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، نستخلص عدة

أمور:

1- النوع:

إن دراستنا تنتمي للبحوث الوصفية وكذلك الدراسات السابقة.

2- المنهج:

تتفق هذه الدراسة مع أغلبية الدراسات السابقة باعتمادها على منهج المسح.

3- الأداة:

تعتمد هذه الدراسة وأغلبية الدراسات السابقة على أداة الاستقصاء، وجمعت بعض الدراسات السابقة بين أكثر من أداة مثل الاستقصاء وتحليل المضمون، كدراسة (كريم) و(إبراهيم) و(أمين)، أما دراسة (عبد العاطي) ودراسة (حلوحي) فقد ذهبنا باتجاه تحليل المضمون، أما دراسة (جدسون) فقد استخدمت المقابلة المعمقة في جمع البيانات، وكذلك دراسة (الفظافطة) التي اعتمدت على الحوارات والمقابلات في جمع المعلومات.

4- الموضوع:

هناك تشابه كبير بين هذه الدراسة والدراسات السابقة من عدة أمور مثل البحث في الملكية بشكل عام وتأثيرها على سير العمل، لكن هذه الدراسة تركز على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية من وجهة نظر الأكاديميين و الخبراء ، وهو موضوع لم تتناوله الدراسات السابقة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تلتقي هذه الدراسة مع دراسة (الختروش) في استطلاع آراء أساتذة الإعلام بأداء القنوات الفضائية، وهناك تشابه بين هذه الدراسة وبين دراسة (لانجورث) من حيث البحث في الملكية وأثرها، ولكن الاختلاف جاء في كيفية تناول الموضوع، لأن لانجورث ركز على المقارنة بين مؤسسات يملكها شخص مع مؤسسات أخرى لملاك آخرين، أما دراسة (طاهر) فقد تشابهت بشكل كبير مع هذه الدراسة بسبب تناولها عددًا من القنوات الفضائية ومقارنة دور الملكية على أخلاقيات المهنة، ونستطيع القول أن الاستفادة جاءت من اهتمام جميع الدراسات بموضوع الملكية وأثرها على السياسة التحريرية.

نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة حقائق تتعلق بظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث، للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.

منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمد الباحث في دراسته على المنهجين الآتيين:

أ- منهج الدراسات المسحية:

نظرًا إلى طبيعة الدراسة وأهدافها، استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لأغراض الدراسة، من حيث رصد وتحليل واقع مشكلة الدراسة في الوقت الحاضر كما هي في الواقع من خلال وصفها وتفسيرها والتنبؤ بها، وهو المنهج المناسب والأفضل في رأي الباحث لمثل هذه الدراسات، حيث تم الرجوع إلى الأدب السابق لتوضيح الخلفية النظرية للدراسة.

وتم تصميم استبانة تستهدف الفئة المستهدفة ضمن الدراسة وهم نخبة من الأكاديميين والإعلاميين العاملين في المؤسسات الفلسطينية. تكونت استبانة الدراسة من خمسة محاور تهدف إلى قياس معرفة أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية. كما تناولت الاستبانة بعض البيانات التعريفية للمستهدفين ضمن الدراسة وتوجهاتهم حول معدلات مشاهدة التلفاز والقنوات المفضلة.

ب- منهج دراسة العلاقة المرتبطة:

تهدف إلى دراسة العلاقات المتبادلة التي تستهدف التعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضع الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية كما تراها

النخب الأكاديمية والإعلامية في الفضائيات الفلسطينية؟

2. كيف تؤثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على القائمين بالاتصال؟

3. ما حجم انعكاس ملكية القنوات الفضائية على السياسة التحريرية في

القنوات الفضائية الفلسطينية؟

4. ما المستوى الذي يتدخل فيه مالكو القنوات الفضائية الفلسطينية في

السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية؟

5. إلى أي مدى تؤثر الرقابة في المؤسسات الإعلامية على القائمين

بالاتصال؟

فروض الدراسة:

انطلاقاً من أهداف الدراسة وحدودها والمشكلة البحثية، فإنه سيتم اختبار الفروض الآتية:

1- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير جنس النخبة الإعلامية والأكاديمية".

2- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير الفئة العمرية للنخبة الإعلامية والأكاديمية".

3- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير المؤهل العلمي للنخبة الإعلامية والأكاديمية".

4- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير مكان العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية".

5- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير طبيعة العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية".

6- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة للنخبة الإعلامية والأكاديمية".

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على الأدوات التاليتين:

الاستبانة:

أ- وهي الأداة التي تم بموجبها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة، وعليه قام الباحث بتطوير الاستبانة الموجهة لنخبة الأكاديميين والإعلاميين على النحو التالي:

- الجزء الأول ويشمل البيانات التعريفية لعينة الدراسة ومنها الجنس، والمؤهل العلمي، والعمر، ومكان العمل، وطبيعة العمل، وعدد سنوات الخبرة.
- الجزء الثاني: وتناول هذا الجزء بعض المؤشرات الخاصة بمعدلات مشاهدة التلفاز وتوجهات المشاهدين نحو قنوات التلفزة التي تتم مشاهدتها.

- الجزء الثالث يتناول محاور الدراسة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية والبالغ عددها خمسة محاور مكونة من 44 عبارة تتم الإجابة عليها وفق تدرج ليكارت الخماسي على النحو التالي:

عدد العبارات	المحور
7	المحور الأول: دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها في القائمين بالاتصال
13	المحور الثاني: القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
8	المحور الثالث: الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
8	المحور الرابع: مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
8	المحور الخامس: تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية للقنوات الفضائية

ب- المقابلة المتقنة:

وتم إعداد أسئلتها بطريقة تخدم نتائج الدراسة وتعمقها، إذ جاء استخدامها ضمن مسار البحث المختلط التسلسلي، فجرى مناقشة نتائج الدراسة الميدانية مع 9 خبراء وأكاديميين في مجالات: الاتصال والصحافة، والإعلام والإذاعة والتلفزيون؛ للاستفادة من أفكارهم.

صدق القياس والثبات

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، إذ بلغت قيمة الثبات 90.0% للاستبانة، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة

عالية من الثبات. أي أن أداة الدراسة بأبعادها المختلفة تتمتع بدرجة عالية من الثبات. (انظر الجدول أدناه)

جدول 2: نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة

معامل الثبات	
أداة الدراسة (الاستبانة)	معامل الثبات
44	عدد الفقرات
206	حجم العينة
0.900	قيمة معامل الثبات (Cronbach Alpha)

مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من نخبة من الأكاديميين والإعلاميين، وتم حصرهم من خلال التواصل مع نقابة الصحفيين والجامعات الفلسطينية، وبناء على السجلات التي وردت من قبل جهات الاختصاص (نقابة الصحفيين الفلسطينيين)، فقد بلغ عدد مجتمع الدراسة 430 إعلاميًا وأكاديميًا.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لمجتمعها ويبلغ عددها 206 أفراد (إعلاميين، أكاديميين) وبالاعتماد على الأسس العلمية للمسوح بالعينات الاحتمالية، تم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة، ولحساب حجم العينة من خلال معادلة توماس تيمسون، مع الأخذ بعين الاعتبار هامش الخطأ بقيمة 5%، والدلالة الإحصائية عند مستوى 95%.

تم احتساب حجم العينة من خلال المعادلة التالية: (خالد، 2022)

$$n^* = \frac{z^2 \rho (1 - \rho)}{e^2}$$

$$n_{new} = \frac{n^*}{(1 + ((n^*1) \div pop))}$$

حيث إن:

- P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي 50%
- e: نسبة الخطأ التي تساوي في هذه الدراسة 5% (95% confidence interval)
- Pop: المجموع الكلي للفئة المستهدفة ضمن الدراسة والبالغ 430 فردًا

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة بما يلي:

1. الحدود المكانية: تشتمل الدراسة على دراسة المبحوثين في الضفة الغربية.
2. الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية في فترة تنفيذ الدراسة 2022-2023.
3. الحدود البشرية: النخبة الأكاديمية والإعلامية في الضفة الغربية.

مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:

1- الملكية

هي من أعمدة النظام الإعلامي، وتمثل بصورة عامة شكل النظام وطبيعته، وتختلف أشكال ملكية الإعلام حسب طبيعة النظام الإعلامي الذي تنتمي إليه، يقول محمد سيد: "ملكية الصحيفة تعبير عن حرية الصحافة، وكتلتهما تعبير عن نظرية الإعلام السائدة في المجتمع وهي انعكاس للنظام السياسي بأركانه المختلفة، اقتصادية وثقافية واجتماعية وغير ذلك، لذلك لا بد لنا من الرجوع إلى نظريات الإعلام لتتكشف لنا الأبعاد الحقيقية للعلاقة بين ملكية الصحيفة وحرية الصحافة" (الخرعان، 1996، ص22).

2- السياسة التحريرية

يقصد بالسياسة التحريرية أنها مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يتم من خلالها تقديم المحتوى الإعلامي، وفي غالب المؤسسات الإعلامية لا تكون السياسة التحريرية مكتوبة، وإنما تصبح مع الوقت ثقافة مكتسبة بين العاملين في المؤسسة، وتنعكس على أسلوبهم وأدائهم اليومي في تقديم المحتوى (بشرى، 2017).

3- القنوات الفضائية الفلسطينية

هي محطات التلفزيون التي حصلت على ترخيص من قبل وزارة الإعلام الفلسطينية، بناء على قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني، وهذه المحطات تعمل من خلال استديوهات في فلسطين ولها بث عبر الأقمار الصناعية (خبرة الباحث).

4- الخبير

صاحب الخبرة بالمجال العلمي والعملية في نطاق الاختصاص المطلوب أو التخصصات النادرة الذي يتم التعاقد معه للعمل، سواء الخبير المحلي أم الأجنبي، لفترة زمنية محددة.

يجب أن يتوفر في الخبير عدة شروط وهي: (المادة 12 من القانون الأساسي الفلسطيني المعدل، الوقائع الفلسطينية، ع، 180، 2021)

1- عشر سنوات خبرة لمن يحمل شهادة البكالوريوس.

2- ثماني سنوات خبرة لمن يحمل شهادة الماجستير.

3- ست سنوات خبرة لمن يحمل شهادة الدكتوراة.

5- النخبة

النخبة هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفيا أم فكريا أم تعليميا، ما يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية أو دور قيادي في المجتمع، وهي الفئات الأكثر تأثيرا في الحياة العامة ولها قدرة على اتخاذ القرار، وللنخب مفاهيم متعددة حسب المجال الذي تختص فيه مثل النخب الإعلامية والنخب العسكرية والفنية والرياضية والسياسية أو الاقتصادية، وتمتلك هذه النخب تأثيرا قويا في الرأي العام والأشخاص المحيطين بها (ضيف، 2018).

صعوبات الدراسة:

1- صعوبة التواصل مع الصحفيين في محافظات شمال الضفة وجنوبها في ظل الحالة الأمنية

الصعبة بسبب تصاعد عدوان الاحتلال.

2- إن مجتمع الدراسة يمتاز بالانشغال وعدم وجود متسع كافٍ من الوقت حتى يمنح الأكاديميون

والإعلاميون الباحث الوقت الكافي لتعبئة الاستبانة أو إجراء المقابلة.

الفصل الثاني

الإطار النظري ويشمل:

نظريات الدراسة

القنوات الفضائية وأنماط ملكية وسائل الإعلام

الإطار النظري والمفاهيمي:

يتضمن هذا الإطار النظريات الإعلامية التي اعتمدت عليها الدراسة، من أجل إحاطة الموضوع من كل جوانبه، وتم الاعتماد على نظريتين من الحقل الإعلامي، هما نظرية حارس البوابة المعروفة باسم نظرية القائم بالاتصال، ونظرية الأجندة.

نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة):

استعمل مفهوم حارس البوابة لأول مرة من قبل عالم النفس المشهور كيرت ليوين، وحراس البوابة هم الأشخاص أو المجموعات التي تتحكم في سير المواد الإخباريّة عبر قنوات الاتصال، ويعدّ القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل الذي يدير أولاً مجموعة من السياسات التي يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، وتتفق أهدافهم من إنشاء هذه المؤسسات، ويعتبر التزامه بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة (الدليمي، 2016).

هناك عدة تعريفات وضعتها المدارس الإعلامية لهذه النظرية، فقد اتجه البعض إلى اعتبارها أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل، الذي يلتزم بالسياسات التي يضعها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، والتزام القائم بالاتصال بالسياسات الموضوعية والتي من الممكن أن تكون معلنة أو مخبأة ويكتسبها من محيطه إما من خلال الزملاء أو الانتماء لمؤسسته، والتزامه بهذه السياسات ضروري

لاستقرار المؤسسة واستمراريتها وبناء شراكة قوية مع المجتمع (المشاقبة،
2015).

وفي هذا الإطار نجد أن حارس البوابة، بحسب ما يشير إليه عبد الحميد
(2015، ص 207) "يتدخل في سير المعلومات من مصادرها إلى المتلقي،
وفي مرحلة أو أكثر بما يتسم بالسيطرة أو الضبط لهذه الحركة ونتاجها النهائي
الذي يتمثل في محتوى الرسائل الإعلامية التي تنقل إلى المتلقي".

ويرى الدليمي "أن هذه النظرية تعتمد على مفهوم أن العاملين في وسائل
الإعلام (حراس) يتحكمون فيما يصل إلى الناس من رسائل إعلامية، فيحددون
لهم ما يشاهدون وما يقرأون، إضافة إلى ذلك يحرمونهم مما يحتاجونه أو
ينفعهم، وهذا الدور خطير حيث يشكل عقليات الناس بناء على ما يستقبلونه"
(الدليمي، 2016، ص 135).

ويبين محمد حجاب أن القوائم بالاتصال هو "شخص يستهدف التأثير في أفكار
الناس، ولديه خلفية واسعة عنها، ويؤمن بها، ويصدر عنها في سلوكه
وتصرفاته، ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة، ويستخدم
الأساليب الإقناعية لتحقيق التأثير المطلوب وفق منهج علمي وفني مدروس
ومخطط" (أبو مدين، 2019، ص 28).

بعد هذه التعريفات يرى الباحث أن حارس البوابة هو المتحكم فيما يخرج للجمهور عبر وسائل الإعلام ويقدمه في صورته النهائية، وهو الشخص الذي ينفذ سياسة المؤسسة التي وضعها ملاكها.

من هم حراس البوابة؟ هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء، الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة في نقطة ما، أو في مرحلة من المراحل التي تقطعها الأنباء (الدليمي، 2016).

نظرية الأجندة:

تقول هذه النظرية إن هناك تأثيرا كبيرا لوسائل الإعلام على الأفراد وحياتهم الاجتماعية، وترى أن هذه الوسائل تقوم بتوجيه اهتمامات الأفراد والجماهير للمواضيع التي تريدها وبطريقه تبلغهم أن هذه المواضيع مهمة للغاية، ولا تهتم بمواضيع أخرى، ما يوحي للجمهور بأنها ليست مهمة، وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام هي التي تحدد الأمور المهمة للجمهور وتضعها على أجندتها، وتقرر مدى التغطية التي تحظى بها هذه المواضيع، وعلى ماذا تركز وماذا تتجاهل؟ أي أنها تحضر ما تريد أن تقدمه للجمهور حسب رؤيتها (المشاقبة، 2014).

وقد ظهر مصطلح "ترتيب الأولويات" أو "تحديد الأجندة" في إحدى الجامعات شمال كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في دراسة دور وسائل الإعلام في حملة الانتخابات الرئاسية عام 1968، حيث تعتبر الدراسة التي قام بها كل من (McCombs and Shaw) الدراسة التطبيقية الأولى التي استخدمت ترتيب الأجندة العامة وذلك في عام 1972 (أبو راشد، 2019، ص24).

وصفت هذه الدراسة الطريقة التي تؤثر فيها وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة عند العامة، وكذلك في تقديم العلاقة بين الأجندة الإعلامية والأجندة العامة، بافتراض أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تعرفنا بالعالم الذي يحيط بنا وأن أولويات الإعلام تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور، وأن العوامل المهمة في الإعلام تصبح مهمة في عقول الجماهير وأفراد المجتمع إذا تمت تغطيتها في وسائل الإعلام (أبو راشد، 2019، ص24).

ويرى أبو إصبع أن نظرية الأجندة تساهم في إيجاد الواقع الاجتماعي الذي تعيش فيه الجماهير، ولذلك تبدو أي عملية تغيير في المنظومة الفكرية والثقافية لدى الفرد غير ناجحة إذا لم توظف وسائل الإعلام التوظيف الصحيح، فهذه النظرية تؤكد أن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية، حيث أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الرئيسية (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة) هي الوسيط بين الحدث وبين أفراد الجمهور، في نقل الأخبار والمعلومات والرأي

والتفسير والتحليل، فهناك علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور هاما" (أبو إصبع، 2015، ص 219).

يقول الدليمي إن وسائل الإعلام لا يمكنها القيام بالتغطية الكاملة لكل الأشياء التي تحدث في المجتمع، لذلك فإن أصحاب القرار في هذه المؤسسات يقومون باختيار موضوع محدد يتم الاهتمام به في المحتوى الإعلامي الذي يتم تناوله بين أفراد المجتمع، وبشكل تدريجي يجعلهم قادرين على إدراك ما يتضمنه هذا الموضوع والمحتوى وتوجههم نحو تناوله والتفكير فيه، لأن هذا الموضوع يشكل أهمية خاصة عند هذه الجماهير أكثر من غيره، حيث لا يتم تناوله أو طرحه في الوسائل الإعلامية، فضلا عن أن نظرية ترتيب الأولويات أو تحديد الأجندة تهتم بتحليل ودراسة أية علاقة تبادلية تتم بين هذه الوسائل وعند القيام بتحديد الأولويات بالنسبة للقضايا التي يوليها أفراد المجتمع الأهمية (الدليمي، 2016، ص 29).

العوامل المؤثرة في وضع الأجندة، الأولويات والاهتمامات:

أولا: طبيعة القضايا ويقصد بها ما يلي:

أ- مدى كون القضايا المتناولة ملموسة أو غير ملموسة من جانب

الجمهور، أو أن تكون القضايا مجردة أو غير ملموسة، والقضايا

الملموسة هي التي تكون للجمهور خبرة مباشرة بها.

ب- كما يقصد بطبيعة القضايا كونها محلية أو عالمية.

ج- كما يقصد بطبيعة القضايا كونها ذات بداية محددة مثل نشوب حرب، أو قضايا ليس لها بداية محددة مثل البطالة، والمشكلات الاقتصادية وهناك أيضا قضايا شخصية يناقشها الفرد مع الآخرين مثل، غلاء المعيشة، البطالة، ويكون تأثير وسائل الاتصال في ترتيب هذه القضايا أكبر من القضايا الذاتية التي لا يناقشها الفرد مع الآخرين (المشاقبة، 2015).

ثانيا: الخصائص الديمغرافية

تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين بعض الخصائص الديموغرافية والخاصة مثل، العمر، النوع، التعليم، المهنة، المستوى الاقتصادي، الاجتماعي.

ثالثا: درجة اهتمام الجمهور بالقضايا:

هناك ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضايا، وزيادة حصولها على أولويات أكبر، كما أشارت بعض الدراسات إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف، عن القضايا التي لا تشكل تهديدا مباشرا (الحاج، 2020).

رابعا: الاتصال الشخصي والجمعي:

توصلت الدراسات إلى أن قدرة الاتصال الشخصي قد تزيد من تأثيرات وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور (المشاقبة، 2015).

خامسا: توقيت إثارة القضية:

حسن اختيار التوقيت لعرض أي قضية يعد من أهم المتغيرات التي تؤثر في عملية ترتيب الأولويات للجمهور المستهدف (الحاج، 2020).

سادسا: نوع الوسيلة المستخدمة:

وسائل الإعلام تضع أولويات للقضايا بفروقات في المدى الزمني، فالتلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، بينما تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى البعيد (الحاج، 2020).

تعد الملكية من أساسيات النظام الإعلامي، وهي الشكل الرئيسي للنظام الإعلامي، وهناك اختلافات كثيرة بين ملكية وأخرى حسب النظام الإعلامي الذي تنتمي إليه، لذلك فإن ملكية المؤسسة الإعلامية تعبر عن مدى حرية الصحافة فيها، وهي عاكس لطبيعة الإعلام في ذلك المجتمع وتعبر عن شكل النظام السياسي فيه، بمختلف أركانه وأعمدته من نواحٍ اقتصادية وثقافية واجتماعية (بورحلي، 2018).

ويمكن القول إن ملكية المؤسسات الإعلامية تتبع الجهة التي تتحكم في إصدارها وإنتاجها ونشرها وتوزيعها، وهي المسؤولة عنها والمتحكم الرئيسي في شكلها النهائي وبمضمونها، وبذلك تكون المؤسسة تابعة للمالك وعائدها له، سواء كانت الجهة المالكة أفرادًا أم جماعات أم مؤسسات، ولكن طبيعة الملكية تختلف من مؤسسة إلى أخرى وهامش الحرية الذي يعطيه الملاك وأصحاب النفوذ للعاملين فيها يتفاوت من مؤسسة إلى أخرى (خضور، 2011).

للقنوات التلفزيونية الفضائية دور كبير في تغطية الأحداث على اختلافها، وتستخدم الكثير من التقنيات القديمة والحديثة، ويعتبرها الجمهور مصدرا قويا يمدّه بالمعلومات، ويرجع ذلك لعدد من الأسباب منها أن القنوات الفضائية من أهم الوسائل التي تخاطب العامة، وكذلك الدور الإرشادي والتوعوية التي تقدمها، والثقة التي نسجتها مع الجمهور وخصوصا عند نقلها للأحداث التي تعصف بالمنطقة والعالم (خضور، 2011)

وتقدم القنوات الفضائية المعلومات بشتى أنواعها وتغطيات مكثفة حول الاتجاهات كافة، وهناك اختلاف في الآراء حول طبيعة التغطية للمحطات الفضائية لدى الجمهور حول العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتساهم الفضائيات في تشكيل رأي عام ديمقراطي وحر داخل المجتمعات التي تعطي هذه الفضائيات هامشاً وسقفاً عاليًا من الحرية، وخصوصا تلك التي تشغل بال المجتمع، وتستطيع الفضائيات ترتيب أولويات المشاهدين، لأن الجماهير متنوعة وكذلك القضايا التي تطرحها الفضائيات مختلفة أيضا، فهناك جمهور ذو ثقافة عالية تتأثر القناة به وبالقضايا التي تشغله، وهناك جمهور متوسط أو عام تستطيع الفضائيات التأثير عليه بكل سهولة لبساطته (خضور، 2011).

أشكال الملكية:

هناك نوعان من الملكية عُرِفَا منذ القدم وهما:

- 1- الملكية الجماعية: وهي حيازة من يعيشون في مجتمع للشروط الموضوعية أو الطبيعية للحياة والعمل وإعادة الإنتاج.
- 2- الملكية الخاصة: وهي حيازة كل فرد من الناس الذين يعيشون في المجتمع لشروط عمله وإنتاجه بمفرده (أبو مدين، 2019، ص51).

ملكية المؤسسات الإعلامية:

يصنف أصحاب الاختصاص المؤسسات إلى عدة أنواع، وذلك حسب النشاط الذي تقوم به: (الجرف، 1973، ص265).

1-المؤسسات الإدارية.

2-المؤسسات الاقتصادية

3-المؤسسات المهنية.

والمؤسسات الإعلامية تدخل ضمن هذه التصنيفات وتعتبر القنوات الفضائية جزءًا منها وهي موضوع دراستنا، وتعني المؤسسة أو الإطار التي تشرف على الوسيلة الإعلامية وتأخذ شكلها القانوني وتختار الشكل الإداري الملائم لها مع أخذ كل الاعتبارات الخاصة فيها (بطرس، 1974).

للمؤسسات الإعلامية في وطننا العربي أنواع كثيرة، منها: مؤسسات صحفية، وإذاعات، ومسموع ومرئي، ووكالات الأنباء، وشركات إعلان ودور نشر، وكل هذه المؤسسات تتفق على أن لها نشاطات المؤسسة التجارية مثل الإنتاج والتسويق والمشتريات والأفراد والأعمال ولديها التمويل، ويكون الاختلاف حسب طبيعة المؤسسة ونشاطها (أبو إصبع، 2010).

تتفق المؤسسات الإعلامية في اشتراكها بعدة عناصر أساسية مهما اختلفت أشكالها وهي:

- 1- الأهداف
- 2- كادر المؤسسة من موظفين وعمال
- 3- رأس المال (التمويل)
- 4- المقر ومشمولاته من آلات ومعدات
- 5- نشاط المؤسسة

6- الاتصال

7- الإدارة (كنعان، 2014، ص8-10).

ويؤكد كنعان أن هذه العناصر مهمة جدا في أي مؤسسة لسير عملها، فالعنصر الأول هو الأهداف أي النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهود أفرادها وإمكانياتها المتاحة، وقسم الأهداف إلى طويلة الأجل وأهداف قصيرة الأجل، وتوضع من أجل خدمة المؤسسة، والعنصر الثاني المتمثل في الكادر لأن أي مؤسسة تقوم على جهد إنساني لا بد أن تستثمر هذا الجهد بتوظيف الكفاءات اللازمة في المواقع المناسبة، وهكذا فإن عصب أي مؤسسة يتمثل في أفرادها، وهم يختلفون حسب طبيعة المؤسسة وأهدافها والأفراد عبارة عن موظفين وعمال ومهرة ويؤدي كل منهم دوره.

والعنصر الثالث يتمثل في رأس المال وهو جزء أساسي مكمل للنشاط البشري في أي مؤسسة كانت ولا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم دون العنصر المادي، ولا يمكن تخيل وجود مؤسسة أو منظمة دون مقر لأنه المكان الذي يمارس فيه موظفو الشركة عملهم من أجل تحقيق أهدافها، ويجب أيضًا تحديد طبيعة عمل المؤسسة الإعلامية وبماذا تختص؟ هل هو مرئي أم مسموع أم مكتوب؟ وطبيعة الاتصال الذي تقوم به وعلاقتها بمحيطها، وأيضا عنصر الإدارة الذي بدوره يرتب باقي العناصر وله دور مهم ويؤثر على المؤسسة ووجودها (كنعان، 2014، ص8-10).

أشكال تمويل المؤسسات الصحفية: (أبو مدين، 2019).

1- دور النشر المملوكة بشكل خاص:

هي التي تستطيع تغطية تكاليفها من خلال الإعلانات أو الدعم بشكل مباشر وبشكل غير مباشر من الحكومة، وأمثلة عليها دار الخليج في الإمارات العربية المتحدة، ودار الرأي العام في دولة الكويت.

2- المؤسسات شبه الخاصة:

وهي المؤسسات ذات شكل حكومي ولها استقلالها المالي والإداري، وهي قادرة على تغطية تكاليفها من نشاطها التجاري، مثل دار البيان في دولة الإمارات.

3- دور النشر والمؤسسات التابعة بشكل كامل للحكومة:

وهي المؤسسات التابعة بشكل كامل للحكومة وهي التي تعطيها ميزانيتها ومصروفاتها، مثل صحيفة الحياة الجديدة في دولة فلسطين.

ملكية المؤسسات الإعلامية في العالم العربي:

هناك عدة أشكال لملكية المؤسسات الإعلامية في العالم العربي ويمكن الحديث عنها وتصنيفها على النحو التالي (بورحلي، 2018):

1- شكل تم احتكاره بشكل كامل من قبل الحكومة وخصوصاً الإعلام الإلكتروني، والصحافة المكتوبة، والسينما ودور النشر، ومن هذه الدول على سبيل المثال مصر، العراق، ليبيا، السودان، قبل عام 2003، وكانت الملكية موزعة بين الحزب الحاكم والسلطة، وكانت هناك بعض الأقطار تسمح أحياناً لبعض الأحزاب والمعارضة بملكية وسائل إعلام ولكن بشكل محدود.

2- نشأ بين الحكومة والقطاع الخاص تقاسم في ملكية وسائل الإعلام ولكن بشكل محدود حيث تم استثناء الراديو والتلفزيون من التقاسم مثل الأردن وبعض دول الخليج.

3- سيطرة كاملة من قبل القطاع الخاص وغلبت عليها النزعة الليبرالية حيث السيطرة كاملة من قبل المؤسسات والأفراد بشكل خاص على المؤسسات الإعلامية المرئية والمكتوبة مثل دولة لبنان.

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد ملكية وسائل الإعلام حسب التالي: (معهد البنك الدولي، ص 210).

- 1- حسب الطبيعة الجغرافية للبلاد.
- 2- مستوى التنمية.
- 3- ميل الحكومة للتدخل في الاقتصاد.
- 4- النظام السياسي.

نمط الملكية:

أدى نمط الملكية وسرعة التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام في عصرنا الحديث وسهولة انتشارها والتعامل معها، إلى تقوية العلاقة بين الجمهور وتلك الوسائل فأصبح مرتبطاً بها بحيث يزيد من استخدامها في أي وقت وأي مكان، والتقدم التكنولوجي أعطى هذه الوسائل قدرة عالية من الناحية الفنية، حيث ساعدها على القيام بجميع أعمالها ببسر وسهولة عالية، وجعلها أيضاً تقوم بتغطيات حرفية وفنية عالية (العيساني، 2013).

لعل التنوع والاختلاف في أنماط الملكية يعود إلى الاختلاف في نمط الإنتاج، فكل نمط إنتاج يفرز نمطاً من أنماط الملكية المتعددة يخضع له لتوفير إنتاجيته وطريقة عمله، وقد كان الاستقرار مصاحباً للملكية بداية تشكل المجتمعات حتى وصلت إلى ما هي عليه في الوقت الحالي، واستناداً إلى فريدك إنجلز وكارل ماركس فقد مر التاريخ بعدد من الأنماط الإنتاجية، ومن هذه الأنماط التي مرت بها البشرية: المشاعية البدائية، نمط الإنتاج العبودي، نمط الإنتاج الآسيوي، نمط الإنتاج الإقطاعي، وأخيراً نمط الإنتاج الرأسمالي الذي ما زال سائداً حتى الآن (أبو راشد، 2019، ص31).

تم إفراز نمطين للملكية في ظل الرأسمالية، وهما نمط ملكية الدولة ونمط الملكية الخاصة، ومن أهم الأمور التي يعتمد عليها نمط الملكية الخاصة جني الأموال والربح الكثير والمنافسة والاحتكار، أما النمط الآخر المتمثل بنمط ملكية الدولة فيقوم على أن الدولة ومؤسساتها تملك الأدوات وتستثمر فيها لخدمة المجتمع

وتطويرة، ولعل ظهور وسائل الإعلام الحديثة والإنترنت ساهم بشكل كبير في وجود منفعة متبادلة، حيث إن هذه الوسائل أصبحت ضرورية للقيام بتغطية إعلامية وسريعة للكثير من الأحداث سواء محلياً أم عالمياً، ولعل هذه التغطيات أصبحت مقياساً لقوة القنوات وموضوعيتها وحرفيتها وأن أداءها الفني القوي يمكنها من الوصول لجمهورها بين زحام إعلامي كبير (بروش، 2014).

ظهرت الملكية المتعلقة بالقنوات الفضائية التلفزيونية، عند انطلاق الأقمار الصناعية في بداية التسعينيات من القرن الماضي، حيث إن الإعلام يحمل محتوى ومضموناً فيه عدة رسائل ومن خلالها يريد تحقيق عدة أهداف، بداية يريد تجميع عدد كبير من المتابعين والمشاهدين، لأنه كلما كبر العدد زادت قوة المؤسسة فعلياً، وهذا الهدف ثابت عند جميع المؤسسات ولكن تختلف الأهداف الأخرى حسب النمط، ويرى هذا الاختلاف حسب المضمون في المؤسسة الإعلامية (العيساني، 2013).

إن ملكية وسائل الإعلام من اقتصاديات الإعلام وحقلاً من حقول الدراسات الإعلامية التي تهتم بالجوانب الاقتصادية للإعلام، وهي فرع من فروع الاقتصاد التطبيقي الذي يقوم بدراسة عوامل الإنتاج والاستهلاك والتوزيع، وكل ما له علاقة بالتمويل والاستثمار والنفقات والتكاليف والإيرادات والأسعار لمحتويات وسائل الإعلام، أي أن الإعلام اليوم يخضع إلى الرأسمالية وما أفرزته من تعدد في أنماط الملكية (أبو راشد، 2019، ص32).

تقسم أنماط الملكية إلى ما يلي:

ملكية الدولة:

وتقسم ملكية الدولة إلى ثلاثة أقسام (أبو راشد، 2019).

1- الملكية المباشرة للدولة، وتكون الوسيلة مملوكة بشكل مباشر للدولة وتسير بقوانينها بكل شيء، وتكون الحكومة مسيطرة عليها تماماً، وتتولى

الحكومة إدارتها وتقوم بتعيين الموظفين فيها من إداريين ومحررين وإعلاميين، وتقوم الحكومة بتحديد السياسة التحريرية فيها والتحكم بما ينتج عنها.

2- الملكية غير المباشرة للدولة، تتولى الإدارة هنا هيئة منتخبة تشرف على الوسيلة الإعلامية وتكون على شكل هيئة غير حكومية، وتتدخل الحكومة هنا بشكل غير مباشر في تحديد السياسات التحريرية وبمدى التحكم في المحتوى الإعلامي، وتتدخل الحكومة في المناصب العليا وهي من تقوم بتعيينهم ولكن بشكل غير معلن، ويكون للمؤسسة شخصية اعتبارية وقانون مستقل وميزانية خاصة.

3- الخدمة العامة، تكون فيها الملكية للدولة، ولكن المؤسسة الإعلامية تكون مستقلة بشكل تام عن النظام السياسي، ومثال عليها مؤسسة الخدمة العامة BBC في المملكة المتحدة، وهي لديها درجة عالية من الاستقلالية عن الدولة والتي هي فقط تؤمن لها الحماية.

الملكية الخاصة:

في هذا النمط تكون الوسيلة الإعلامية ملكاً لفرد أو لأفراد بشكل مباشر أو يمتلكون أسهماً فيها، ويكون الطابع الربحي غالباً عليها بشكل عام، مثل نيوز كبريشن التي يمتلكها روبرت ميردوخ وتعتبر من أكبر المجموعات الإعلامية في العالم، وتمتلك هذه المجموعة محطات فضائية وتنتج الأفلام وتقوم بنشر الكتب وتصدر المجلات وتنتج البرامج التلفزيونية، ولديها عدد كبير من البرامج والأنشطة الإعلامية، ولعل النمط السائد في الدول الأوروبية هو الإعلام الخاص، وله أسس وقواعد تحكمه وفيه فصل بين الإدارة وبين هيئة التحرير، لكن ذلك لا يعني عدم وجود تأثير لرأس المال على الوسيلة الإعلامية الخاصة، ولا يعني عدم وجود تدخلات سياسية أيضاً (علي، 2016).

الملكية الحزبية:

وهي أن يمتلك حزب سياسي الوسيلة الإعلامية ويكون لديه فكر سياسي معين أو اتجاه خاص أو مذهب أيديولوجي محدد، وتكون مهمة هذه الوسيلة بشكل أساسي الترويج لأفكار الحزب والدفاع عن المواقف والسياسات التي يعتقها أفرادها، ومثال على ذلك الصحيفة التي يصدرها ويملكها الحزب الشيوعي الصيني بعنوان الشعب اليومية (العيساني، 2013).

ملكية العاملين في وسائل الإعلام:

نمط ملكية العاملين في وسائل الإعلام يلجأ إليه الصحفيون والذين يمتلكونها بأنفسهم، ومثال ناجح على ذلك صحيفة اللوموند الفرنسية التي مرت بمراحل عديدة أوصلتها في النهاية إلى هذا النوع من الملكية (بدر، 2016، ص47).

الملكية التعاونية:

يقوم هذا النمط على وجود أعداد كبيرة من أصحاب الأموال والمساهمين في الوسيلة الإعلامية، ويمتلكون أرصدة صغيرة، حيث يقومون بانتخاب أعضاء الجمعية العمومية، وأعضاء مجلس الإدارة، والجدير، بالذكر أن هذا النمط من الملكية يحافظ على أداء الوسيلة الإعلامية بعيدا عن التأثير على إستراتيجية المالك المحدد أو عدد قليل من الملاك (أبو راشد، 2019، ص35).

إن زيادة عدد المالكين مع ازدياد دور الجمعية العمومية يزيد من قدرة وسائل الإعلام على مواجهة الضغوط من السلطة الحكومية، ومن التطبيقات الناجحة على المستوى الدولي في مجال الملكية التعاونية لوسائل الإعلام تظهر وكالة الاسيوشيتدبرس، التي تعتبر وسيلة إعلامية من أكثر الوسائل محافظة على قيمتها المهنية والمالية وتعتبر حريضة على مصالح مالكيها ومساهمين متنوعين (أبو راشد، 2019، ص 35)

ويضيف الباحث مستقيماً من خبرته المهنية التي تفوق 12 سنة أن أنماط ملكية وسائل الإعلام تعكس أهداف وسائل الإعلام والأسس التي أنشئت من أجلها،

وأن لكل نمط منها هدفاً وخطاً معيناً يجب القيام بها، والارتباط فيما بينها قوي من حيث الهدف والنمط.

محتوى الرسائل الإعلامية:

لقد أدى انتشار الفضائيات في السنوات الأخيرة إلى تحول هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية عامة، الأمر الذي دفع بالعديد من الباحثين والدارسين في مجال علم الاجتماع الإعلامي والتربوي إلى دراسة هذه الظاهرة التي لها آثار اجتماعية ونفسية وثقافية، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين نحو التغطية والمحتوى الإعلامي المقدم في هذه القنوات، ودراسة طبيعة الدور الذي تلعبه في تشكيل اتجاهاتهم، وما قد تغرسه في شخصياتهم من قيم وسلوكيات تؤثر في نمط حياتهم (بشير، 2014، ص31).

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصالات السمعية والمرئية، جعل الإنسان يستقبل المعلومات في كل مكان، ويؤثر عليه في كل لحظة ويشكل إلى حد كبير رؤيته ومدركاته نحو الأشياء، والأحداث والقضايا التي تعد بصورة أو أخرى جزءاً من اهتماماته، ولعل الباحثين الذين درسوا العلاقة بين نمط الملكية والمحتوى الإعلامي للأحداث والقضايا المتنوعة والمعروضة بوسائل الإعلام وتقييم الجمهور لهذه القضايا، أشاروا إلى ضرورة تخطي التركيز والاهتمام بدراسة حجم التغطية الإعلامية للمواضيع المثارة والانتقال إلى دراسة القضايا ذاتها وكيفية معالجتها من قبل وسائل الإعلام (عبد اللطيف، 2014، ص22).

ومع تقدم التقنية والتطور الإعلامي المعاصرين قامت الدول والشركات بإنشاء محطات إذاعية وقنوات تلفزيونية وفضائية متنوعة، وأصبحت توجه أعمالها إلى جمهورها بفعل عدة أمور، مثل الاهتمام والهوية والمهنة والتخصص، ولذلك أنشأت قنوات تلفزيونية إخبارية ورياضية وأدبية وفكرية وتراثية، وقد أعدت أبحاثاً ودراسات علمية متنوعة لدراسة الدور الاتصالي للفضائيات (الصادق، 2016).

العوامل المؤثرة في محتوى الرسائل الإعلامية:

إن النظم الصغيرة تتأثر بالنظم الكبيرة في المجتمعات، وبما أن المؤسسات الإعلامية هي نظم صغيرة توجد داخل نظم كبيرة تتمثل في البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فلا بد أن تؤثر

هذه النظم الكبيرة في طبيعة عمل المؤسسات الإعلامية، من خلال مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تؤثر إما سلباً أو إيجاباً في محتوى الرسائل الإعلامية، وهي كما يلي:

1- الحق الدستوري للدولة في سن القوانين والتشريعات التي تنظم عمل الوسيلة الإعلامية داخل حدودها السياسية، وحققها في منح التراخيص أو سحبها أو الإشراف عليها، وحق الدولة في منح الترددات والبث الفضائي، وحققها في تطبيق الالتزام بأخلاق وضوابط المجتمع وبالحدود السياسية والسيادية للدولة على عمل هذه الوسيلة ومحتوى الرسائل الإعلامية (حسام الدين، 2013، ص195).

2- القوانين واللوائح التي تنظم عمل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في أداء الوسيلة الإعلامية من حيث إنها تحد من الخروج عن الضوابط والأخلاقيات التي يتضمنها العمل الإعلامي، وتنظم علاقة الوسيلة الإعلامية مع المجتمع والدولة، ويبرز هنا دور مواثيق الشرف الإعلامية التي توضع إما من خلال الدولة أو من خلال الوسيلة الإعلامية نفسها لتحقيق أكبر قدر من الموضوعية في محتوى الرسائل الإعلامية (أبو إصبع، 2015، ص 245).

3- العوامل المالية والاقتصادية التي لها دور في قدرة الوسيلة الإعلامية على توفير الكادر البشري من طواقم محررين ومصورين ومخرجين ومعدنين، وللعوامل الاقتصادية دور مهم على الإدارة بجانبها التنظيمي والفني، وكلما كانت الميزانية عالية قامت الوسيلة الإعلامية بدورها بشكل كامل في التغطية الإعلامية بما تتضمنه من محتوى في الرسائل الإعلامية (حسام الدين، 2013، ص99).

4- الضغوط الداخلية والخارجية، وتتمثل الضغوط الداخلية بضغوط المجتمع الممثلة بمجموعة القيم والمبادئ والأخلاق التي يضعها المجتمع لتنظيم علاقة الأفراد فيما بينهم، وتنعكس تلقائياً على علاقة الوسيلة الإعلامية مع المجتمع، وهي غير مكتوبة وإنما توجد من خلال الاتفاق الضمني المجتمعي الذي يعكس صورة هذا المجتمع أو ذاك، ويعطي المجتمعات القدرة على التميز فيما بينها،

وينعكس تلقائياً على تميز محتوى الرسائل الإعلامية الواردة في الوسيلة الإعلامية بين الدول (أبو إصبع، 2015، ص241).

أما الضغوط الخارجية فتحكمها علاقة الدولة المشرعة والمنظمة لعمل الوسيلة مع الدول الأخرى، بغية تحقيق استقرار سياسي خارجي ينعكس على الدولة نفسها، وبالتالي على المجتمع والوسيلة الإعلامية، وتوجد من خلال اتفاقيات دولية أو إقليمية توضع بنودها للتطبيق في السياسة العامة لمحتوى الرسائل الإعلامية (أبو إصبع، 2015، ص300).

5- جماعات الضغط في المجتمع المحلي مثل المعارضة السياسية والأحزاب والقوى الاقتصادية والجماعات الدينية، وتقوم هذه الجماعات باستخدام وسائل الإعلام المنافسة لطرح وجهة نظرها أو الوسائل الإعلامية التي تملكها للوصول إلى الجمهور والتأثير عليه، ما يزيد من العبء على الوسيلة الإعلامية في تغطيتها الإعلامية لكافة جوانب الحدث أو الموضوع الذي يتم طرحه، وتملك هذه الجماعات عدة وسائل للضغط على الوسيلة الإعلامية مثل قدرتها الإعلانية وعلاقتها بأصحاب القرار من خلال تقديم شكاوى بحق الوسيلة الإعلامية حول ما تقدم من محتوى والرسائل التي تتضمنها (البغدادي، 2016، ص62).

6- السياسة التحريرية للوسيلة، وتعتبر القواعد التي يلتزم بها القائم بالاتصال، ويحقق من خلالها الأهداف المهنية والتحريرية للوسيلة الإعلامية، ويتم الالتزام بها من قبل الجهاز الإعلامي في المؤسسة أثناء نقله للأحداث أو تغطيته للقضايا والوقائع المختلفة، والتي تقرر محتوى الرسائل الإعلامية ضمن آليات يحافظ عليها للسير على الخط السياسي للمؤسسة التعليمية تجاه القضايا والأحداث والشخصيات التي تتم تغطيتها أو الحديث عنها في المؤسسات الإعلامية، ويتضح هذا الموقف من خلال استخدام الأدوات الإعلامية مثل الصور والأفلام والتسجيلات الصوتية والمستندات كالوثائق وغيرها، ويضاف

إليها المفردات اللغوية والتعبيرات اللفظية التي تصف الوقائع والأحداث أو تصف المنظمات والدول (أبو راشد، 2019).

7- شكل ملكية المؤسسة الإعلامية، ومصدر التمويل الذي بدوره يحدد التغطية الإعلامية وطبيعتها ومحتوى الرسالة الإعلامية وماذا تقدم والدور الذي تسعى إليه هذه المؤسسة، وفي العالم العربي كانت بداية ملكية المؤسسات الإعلامية ملكية حكومية باستثناء بعض الدول مثل لبنان والعراق، إلى أن جاء القطاع الخاص بداية التسعينيات، الذي بدوره أثر بشكل كبير على نوع وشكل التغطية الإعلامية، وأثر أيضا على شكل الرسالة التي تسعى هذه الوسائل على إيصالها (صلاح الدين، 2013).

8- الضغوط الداخلية لبيئة العمل داخل المؤسسة التي تشترط التجانس بين العاملين داخل المؤسسة كشيء أساسي، وأن يكون بينهم تجانس من حيث الجنسية والاتجاه السياسي، والتنظيم الذاتي داخل المؤسسة، وكذلك طبيعة العلاقة التي تسير بين الأفراد وتنظيمها للعلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين ونوعية القيادة فيها، ومن الضغوط الداخلية نرى طبيعة العمل الإعلامي داخلها والمرتبطة بعنصرين وهما حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية الذين بدورهم يقررون محتوى الرسائل الإعلامية، والاعتبارات المهنية التي تتعلق بطبيعة القرارات التنظيمية والإدارية وإدارة غرفة التحرير وضغوط الأخبار (أبو راشد، 2019)

9- مجموعة الكوادر البشرية وهم القائمون بعملية الاتصال الذين يشاركون في إعداد وتقديم وتحرير وعرض المادة الإعلامية، وهم مهمون مثل الرسالة التي يقومون بنقلها ووجودهم مؤثر ومهم لأن دورهم يقوم على تصفية المعلومات وفلترتها ضمن شبكة قوية من العلاقات الرقابية الذاتية، والمرتبطة بالميثاق المهني والاجتماعي، والرضا المتمثل بالقناعة بما تقوم به الوسيلة التي يعملون بها بما تقدمه للمجتمع وهامش الحرية المتاح فيها، والرابط المهني ليقوموا

بدورهم الرقابي في المجتمع من خلال تسجيلهم للأحداث والوقائع بدقة وانتظام وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الرأي العام الذي يسعى للتأثير عليهم كقائمين بالاتصال (شرف، 2017).

10- المصداقية التي تتمتع بها الوسيلة، وهو أمر مختلف عليه بين الباحثين لصعوبة تطبيقه على بعض المؤسسات في البيئات المختلفة، والمصداقية توصف بقدرة تأثيرها وقوة إقناعها للطرف المقصود وقت إرسال الرسالة، ويبرز لدينا أن مصداقية محتوى التغطية الإعلامية ومعالجتها للخبر من الممكن أن تغطي على مصداقية المصدر (أبو راشد، 2019).

11- الجذب والتشويق كعوامل مؤثرة في التغطية الإعلامية برزت خلال السنوات العشر الماضية بقوة، من خلال التطور الكبير الذي حدث على تقنيات تكنولوجيا الاتصال وسهولة التعامل مع الأدوات الفنية الناتجة عنها من أقمار صناعية وشبكة إنترنت ومواقع تواصل اجتماعي وخدمات البث بالصوت والصورة عبر الشبكات، وتلعب الصورة المنقولة دورا كبيرا في موقع الحدث مباشرة من سهولة الإرسال والتواصل مع المؤثرين بالحدث أو القضية من خلال وسائل الاتصال الحديثة (شرف، 2017، ص185).

القنوات التلفزيونية الفضائية:

في بداية الألفية الثالثة شهد العالم طفرة هائلة في الاتصال والمعلوماتية، عكست عصرا جديدا من المتغيرات الكبيرة والضخمة التي أثرت في كل المجالات الحياتية وأوجه النشاط الإنساني، ولعل أدوات الثورة المعلوماتية والاتصالية لم تكن وليدة اليوم، فقد بدأت وسائلها منذ القدم ولكن مع مرور الزمن تطورت كثيرا ونضج العقل البشري، غير أن وسائل كل أداة من الأدوات تمثل علامة بارزة في التاريخ الإنساني، وكل هذه الأدوات التي ظهرت في ثورة المعلومات والاتصال كانت مقدمة لنقلة حضارية أخرى، كاختراع آلة الطباعة

منذ أكثر من خمسمائة عام، واختراع التلغراف منذ أكثر من مئة وخمسين عامًا، واللاسلكي منذ أكثر من مئة عام، كذلك شهد العالم اختراع الإذاعة والتلفزيون واختراع وسائل الإعلام غير التقليدية كالبث الفضائي ثم أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات في الربع الأخير من القرن العشرين (مصطفى، 2013، ص41).

أدى انتشار القنوات الفضائية التلفزيونية في بداية التسعينيات وبشكل كبير، إلى إعادة تشكيل كبيرة للساحة الفضائية بتنوعها لطرق العرض والمضمون البرمجي والمحتوى الإعلامي، وكذلك تطور التقنيات الإعلامية والاتصال الرقمي والعرض الفضائي كلها أدت إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية، وخصوصاً في البث والإنتاج وصنع البرامج والأفلام، وأصبحت السماء مجالاً للتنافس التجاري (العبد، 2011، ص129).

أتاح القرن الحادي والعشرون أمام المشاهدين بدائل كثيرة ليشكلوا اتجاهاتهم ومعارفهم، ما دفعهم للانفتاح على الثقافات الأخرى والغوص في المعارف والمعلومات، التي أضحت تتيحها حضارة الصورة ويوفرها مجتمع المعلومات والتي قللت بشكل كبير من مشاهدة التلفزيونات المحلية. مع تطور وسائل الإعلام الحديثة وتطورها وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة، أو نقل الأخبار أو للتسلية، بل أصبح أداة قوية وفاعلة لتقديم محتوى إعلامي قادر على تشكيل وتكوين المفاهيم والقيام بتوعية الجماهير نحو الكثير من القضايا التي تهمهم، فالإعلام بوسائله الحديثة والمتنوعة إنما يصدر عن تصورات وتوجهات وأفكار ومبادئ تعمل على تكوين صورة عن المجتمع وأفراده (حجازي، 2018).

تمتلك القنوات الفضائية التلفزيونية القدرة على الوصول إلى شرائح كثيرة ومتباينة ومتعددة الصفات والأوضاع والأهداف والأفكار والقيم والاتجاهات، لذلك فإن المؤسسات العامة والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني والجمعيات والهيئات

ذات الصلة بالمجتمع وشرائحه، تعتمد صياغة رسائل إعلامية ذات محتوى إعلامي مناسب لكل شريحة مستهدفة، بحيث تتم صياغة تلك الرسائل بما يتناسب واتجاهات وأفكار وسمات تلك الشريحة المستهدفة (أبو راشد، 2019، ص43).

القنوات التلفزيونية الفضائية تؤثر تقريباً في كل مجالات حياة أفراد المجتمع اليومية وتؤثر أيضاً على حياتهم، فأفراد المجتمع محاطون بهذه القنوات، وتساعدهم على التعرف على أنفسهم، كما أنها تشكل واقع حياتهم، من خلال الاتصال الذي يتضمن عملية المشاركة حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما، فأفراد المجتمع عندما يتصلون ببعضهم بعضاً إنما يشتركون معاً في تبادل الأفكار والمعلومات (أبو راشد، 2019، ص43).

في عصر العولمة تغير مفهوم الإعلام وطبيعته، وتعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وأضحت القنوات التلفزيونية الفضائية قوة فاعلة في تشكيل العلاقات الإنسانية المختلفة، وباتت هذه القنوات من أكثر الوسائل تأثيراً في الرأي العام في المجتمع وتحديداً لقضاياها، بل أصبحت مصدراً أساسياً للثقافة العامة لفئات المجتمع كافة، بما يحمله من مضامين متعددة تلقى قبولا لدى مختلف الفئات (الدليمي، 2015، ص42).

نتيجة لذلك فقد خضعت قضايا أفراد المجتمع عموماً لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أثرت في تكوين الصورة عن دوره ومعتقده وقيمه واستعداده السلوكي، وحتى أساليب حياته وفي علاقته المتبادلة، إذ كان للقنوات الفضائية دور محوري في ذلك (الدليمي، 2015، ص42).

باتت القنوات الفضائية التلفزيونية تحتل مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري، فهي توفر محتوى إعلامياً ومادة إنتاج ثقافي وفكري غزير، ويكاد

الباحثون يجمعون على أهمية الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية التلفزيونية في حياة أفراد المجتمع، فهي تؤثر في انفعالاتهم وفي سلوكياتهم، وتؤثر في القيم، والعادات، والأخلاقيات، فالبرامج والمحتوى الإعلامي تعمل على تلقين المادة الإعلامية بطريقة مخططة ومنظمة وهادفة، وتعمل أيضا على تشكيل الفكر والوجدان والسلوك والقيم على نحو إيجابي أو على نحو سلبي، ومعظم هذه البرامج والمحتويات لا يربط بينها نظام، أو منهج، أو خطة تربوية تعليمية أو توجيهية، وهي برامج قلما تعتمد على أي تقاليد أو قيم علمية (الدليمي، 2015، ص41).

القنوات الفضائية التلفزيونية تؤدي دورا هاما في حياة المجتمع، وتعد إحدى وسائل الإعلام المرئية التي تسهم في تقديم محتوى إعلامي وبرامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين إيجابية، كما تلعب هذه القنوات دورا إعلاميا خطيرا عن طريق الصوت والصورة، فهي تتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، واشتغال هاتين الحاستين بانسجام تام، وباتت هذه القنوات تنصدر وسائل الإعلام المرئية الأخرى، وتأثيرها يفوق وسائل الإعلام الأخرى (مصطفى، 2013، ص44).

ولا يخفى على أحد أن للقنوات الفضائية مكانة خاصة في الحياة المعاصرة، لأنها أصبحت وسيلة إعلامية لها خصائص ومميزات كثيرة أهمها انتشارها الواسع، إضافة لما تقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانياتها في التأثير على جميع المشاهدين، لأن من يشاهدها كافة فئات المجتمع، وهذه القنوات التلفزيونية الفضائية أصبحت وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد أفراد المجتمع بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية، ولم تعد وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، وتستخدم لإيصال المعلومات للجماهير سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب سهل عليهم متابعتها (حجازي، 2018، ص12).

الوظائف الأساسية للقنوات الفضائية التلفزيونية:

تمثل الأخبار والمعلومات، جزءًا هامًا من الاتصالات التي تعد ضرورة ملحة للحياة، ولوجود الجنس البشري، بوصفه كائنا اجتماعيا، حيث تضطلع وسائل الإعلام بدور حارس البوابة، وهي مهمة وصفها علماء الاجتماع بأنها "استطلاع للبيئة"، فوسائل الإعلام هي العيون والأذان التي تراقب وتسمع عالمنا الذي تجاوز اليوم حدود الكرة الأرضية نفسها، ومتى استتقت المعلومات جاءت بها إلى بيوتنا، حيث تقوم وسائل الاتصال، بشرح ما هو حادث وتفسره وتحاول أن تستخلص من أحداثها شيئا منطقيا (عواد، 2010، ص31).

فالقنوات الفضائية التلفزيونية تحولت إلى وسيلة مهمة لتنظيم العمل في مجال الإعلام وأصبحت تستهدف القيام بأعمال لتعزيز خطى العمل الإعلامي، حيث تمتلك القنوات الفضائية التلفزيونية قدرات كبيرة تستطيع من خلالها وضع الأهداف المنوي الوصول إليها ومخاطبة الجمهور برسائل تلامس مشاكلهم بشكل أسرع وأكبر من وسائل الإعلام التقليدي، ما يعكس نمط تلك الوسائل على مستواها الأدائي في العمل (أبو جليل، 2016، ص71).

وقد حظيت القنوات الفضائية التلفزيونية بالكثير من الاهتمام من الجمهور الذي يتسابق فيما بينه على إطلاق رسائل إعلامية، وذلك من أجل التعبير عن رأيه في العديد من القضايا التي تهم الجماهير وتعبّر عن رؤيتهم المستقبلية، وتقوم أيضا بتغطية النشاطات الإعلامية التي تمارسها، كما تقوي هذه القنوات الفضائية التلفزيونية من قدرتها على التأثير في الجمهور من خلال القيام بالحشد والتعبئة أو ممارسة أنشطة للتأثير في الجماهير (عبد الفتاح، 2012، ص97).

ويشير الباحثون إلى أن هناك العديد من الوظائف التي يمكن أن تؤديها القنوات الفضائية التلفزيونية(أبو زيد، 2014):

1- وظيفة إخبارية وإعلامية:

وهي من أولى الوظائف الإخبارية، حيث تعمل على تحذير المجتمع البشري من الأخطار الطبيعية مثل، الهجوم أو الحرب أو الأمراض وتقلل معلومات مفيدة مثل الأخبار الاقتصادية والحيوية والتنموية، وتعطي للإنسان معلومات مفيدة ونافعة، وتمكنه من ممارسة قيادة الرأي، وتقدم القنوات الفضائية التلفزيونية محتوى إعلاميًا تسخره وتوظفه لخدمتها ولكسر الحواجز بينها وبين الجماهير.

2- وظيفة تحديث المجتمع:

للإعلام نصيب كبير في تحديث المجتمع الإنساني وتحضيره، وتساعد وسائل الإعلام بدور كبير في انتشار المعرفة، وتنمي القوانين الجديدة، ويدفع الإعلام عجلة التنمية ويعاون التعليم ويخلق حوافز، ويساعد على التدريب لاكتساب المهارات ويهيئ الأجواء للحوار والنقاش البناء، وتعمل القنوات الفضائية جسرا بين القيادات والقواعد وتكوّن رأيا عامًا، لذلك نصف القنوات الفضائية التلفزيونية بأنها عامل أساسي لنشر الأفكار العصرية ونشر المعلومات الحديثة التي تسعى لرفعة الأمة (أبو زيد، 2014).

3- وظيفة الشرح والتفسير:

ظهرت نتيجة لتعدد أمور المجتمع وزيادة تخصصاته، وأصبحت الكثير من الأشياء التي تجري فيه غير مفهومة للإنسان العادي، هذا الشيء تطلب تدخل الإعلام ليقوم بشرح ما يجري ويفسر طبيعته، لأن الإعلامي مسؤول عن جعل كافة الحقائق والمعلومات في متناول فهم الجميع، وكلما زاد التطور المهني والصناعي والمعرفي لمجتمع ما فإنه يصبح معقدًا، لذلك ينبغي على رجل الصحافة أن يثير في القارئ الانتباه ويهيئه للمتابعة والمشاهدة، وقد يحتاج أحيانًا أن يبهره ويفاجئه، والفرد في المجتمع الحديث لا يملك من الجهد والمال

والوقت والمعرفة ما يمكنه من الوصول إلى مدلولات قوية لجميع المعارف (عواد، 2010).

لذلك جاء التبسيط لكي يفهم ويكون صورة حقيقية عن العالم من حوله، ومحتم على الإنسان أن يشارك بالرأي في مناقشة العديد من القضايا الثقافية والسياسة والاجتماعية، وهي تغطي مساحات أكثر من المكان الذي يعيش فيه، وتغطي زمنا أكثر من زمانه، يعتمد بذلك على ما تقدمه له وسائل الإعلام من متابعة ونماذج وأنماط (المشاقبة، 2014).

4- وظيفة تربوية وتعليمية:

التعليم يساعد على تنمية الفكر وتقوية مهارة النقد، وبناء الشخصية الإنسانية، لذلك نرى أن وظيفة التربية مهمة جدا وتأخذ أهمية كبيرة وخصوصا عند استخدام وسائل الإعلام المسموعة والمشاهدة.

التقنيات في عصرنا الحديث لم تعد وسائل مساعدة فقط، بل هي من الأدوات الرئيسية والضرورية لتربية شاملة ودائمة لكل الأحداث والشباب، وأصبح التلفزيون والإعلام قطاعا مهما ورئيسيا في عملية التعليم والتربية (الزبيدي، 2013).

5- وظيفة التثقيف:

تبحث وسائل الإعلام الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على الثقافة في المجتمع، وتساعد على تثقيف أفرادها، وتنشئهم على المبادئ السليمة السارية في المجتمع، فوظيفة التنشئة الاجتماعية تخلق جوا حضاريا يهدف إلى التقدم والتطور ويقدم نهضة عن طريق التوعية الشاملة بخطط وأهداف المجتمع، ويقوم الاتصال الجماهيري بالسعي لتكامل المجتمع بتنمية الفكر ووحدته بين أفراد المجتمع، ويثبت القيم والمبادئ والاتجاهات ويعمل على المحافظة عليها من خلال صيانتها (المشاقبة، 2014).

مهمة الاتصال تكمن في تثقيف الناس وتطبيعهم على العادات التي تتحلى بها الأمة من عادات وتقاليد وحضارة وطقوس وأنماط سلوك، ما يجعل الفرد جاهزاً للتعامل مع الآخرين والتكيف مع بيئته ومحيطه (المشاقبة، 2014).

أثبتت الدراسات في العلوم الاجتماعية كعلم النفس والإنسان، وعلم الاجتماع، الدور الكبير للتثقيف في تشكيل الاتجاهات النفسية، والرأي العام، ويرى المفكر أوديجار أنه من المستحيل فهم الرأي العام لأي أمة من الأمم، ما لم يؤخذ في الاعتبار القوى المادية والأدبية التي تشكل شخصية هذه الأمة (عواد، 2010).

وللتعرف على اتجاهات وآراء أي أمة، يجب أن ندرس منظماتها الاجتماعية التي تمنح الفرد معتقداته وتشكل اتجاهاته، لأن الإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة والدين والعادات والتقاليد وبنية الدولة والأصحاب والجماعات ذات النفوذ مثل النقابات والأحزاب والإعلام والصحف، لذلك فإن الإعلام يركز اهتماماته عند تقديم المادة الثقافية، على العادات والقيم وفق حاجيات المجتمع المتقدم (عواد، 2010).

6- وظيفة الترفيه:

هذه الوظيفة تؤثر في النفس، وتهدف إلى الخروج عن المتاعب والألم، ولكن من الممكن لهذه الوظيفة أن تجعل المجتمع بعيداً عن الحقيقة وغارقاً في الأوهام وبعيداً عن الواقعية، وهذا يزيد من السلبية لخلق فرصة للهروب من الواقع، وهذه الأوضاع توفر وسيلة للسيطرة على الأوضاع الاجتماعية والسياسية، ومن الممكن أن يهبط الترفيه إلى مستوى يؤثر على المزاج العام، وفي النهاية فإن جميع وسائل الإعلام، تساهم في ملء الفراغ بالمسرحيات والروايات والموسيقى والمقابلات والمسلسلات والمنوعات وهذه مجتمعة تشكل صناعة ليس لها حدود (المشاقبة، 2014).

إن العلاقة بين الرعاية والترفيه متشابكة جدا ومصالحهما مشتركة وهما عبارة عن مجالين من مجالات الإعلام، تسيطر عليهما الأمور التجارية بشكل كبير، وهنا نجد تفسيراً كبيراً لسبب دخول الكثير من الشركات التجارية في مجالات الإعلام، فصناعة الترفيه لها أهمية كبيرة بالنسبة للكثير من البلدان وخصوصاً المتقدمة، وهذا الاهتمام بدأ يمتد إلى البلدان النامية وبين أعلى الطبقات فيها (عواد، 2010).

تأثير نمط الملكية على المحتوى الإعلامي:

يؤثر نمط الملكية على نوع وشكل المحتوى الإعلامي، فعند طرح الموضوعات والقضايا والمضامين فيها، سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، في القنوات التلفزيونية الفضائية يكون شكلها في الطرح أفضل من القنوات الرسمية التي تلجأ إلى النمطية في عمليات البث للكثير من البرامج التي تقوم ببثها على شاشتها، ونمط الملكية يؤثر في كيفية تناول القضايا التي تهم الرأي العام والحريات التي تتمتع بها وسائل الإعلام، وفي هذه الحالة يكون نمط الملكية لصالح الملكية الخاصة على حساب الملكية العامة (بدر، 2016).

يؤثر نمط الملكية على أسلوب وشكل وعرض مضمون الرسالة والمعالجة الفنية لها وكيف تخرج إلى الوسيلة الإعلامية، إن المحتوى الإعلامي الذي تقدمه القنوات الفضائية التلفزيونية الفضائية الخاصة ليس له رابط بالإعلام الرسمي، وهذا يدفع الجمهور إلى متابعة ما تقدمه هذه القنوات، لأنه حرفي في محتواه ومضمونه الإعلامي وهو أفضل مستوى مما تقدمه المؤسسات الرسمية التلفزيونية، والقنوات الفضائية الخاصة تتوفر بها أنظمة وقواعد إدارية تساعدها على حسن التدبير وكيفية استخدام مواردها بشكل جيد وخصوصاً البشرية

والفنية، ويظهر هذا جليا في محتوى المادة الإعلامية المعروضة في هذه القنوات وخصوصا عند عمل المقارنة فيما بينها (علي، 2016)

إن المحتوى والمضمون في القنوات التلفزيونية الفضائية الخاصة، يطرح معالجات وقضايا إعلامية لتحقيق مصالح خاصة، وتكون الاستجابة لبعض الضغوطات التي تمارس عليها من المالكين وأصحاب رؤوس الأموال والمعلنين واضحة، وتلبي أيضا متطلبات الأحزاب والاتجاهات السياسية التي تؤيدها، لذلك فإن التأثير يكون على عدد محدود من الشخصيات المكررة التي تتسجم مع سياساتها في تحرير المادة الإعلامية التي تقوم بتحريرها، وكذلك لا ننسى طريقة جذب الإعلانات لصالح القنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة والتي تجري وراءها وتحدد سياستها، فقد أصبح المعلنون يمارسون ضغوطا على القنوات ويتدخلون فيها بشكل مباشر في الكثير من الأشياء المطروحة مثل تحديد الشخصيات والضيوف في البرامج، وهذا أدى إلى فقدان هذه القنوات للقواعد والأسس السليمة في الممارسة المهنية (أبو راشد، 2019).

باتت الإثارة والموضوعات السلبية التي تبث على القنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة أحد عناصر الجذب للجماهير، ويأتي هذا على حساب المهنية الإعلامية، وهو ناتج عن المنافسة الشرسة والكبيرة بين القنوات المختلفة، وكذلك ظهور شخصية المذيع الرئيسي أو الزعيم في البرامج الحوارية المعروضة في القنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة، وهو لا يلتزم بقواعد مهنية ويدير الحوار حسب رأيه السياسي ويشارك بالإجابة مع الضيف عن الأسئلة المطروحة، هذه الأمور أدت إلى فقدان هذه البرامج للموضوعية والحيادية التي كانت صفتها في السابق (الطويسي، 2017).

وفيما يتعلق بأثر نمط الملكية على طريقة وضوابط اختيار وتوظيف بعض العاملين في القنوات الفضائية التلفزيونية الرسمية والخاصة، فإن الضوابط غير المهنية ساعدت الكثير من العاملين في دخول هذه المهنة وخصوصا غير المؤهلين، وكثير منهم يفتقرون إلى دراسة الإعلام وليس لديهم تدريب في أحد المجالات المهنية، وهذا كله أدى إلى هبوط مستوى المحتوى الإعلامي على القنوات التلفزيونية الفضائية بشكل عام.

البث الفضائي التلفزيوني العربي:

إن عهد العرب بالفضاء يعود إلى مرحلة مبكرة من عمر العمل التلفزيوني الفضائي عبر الشبكات الفضائية الدولية، حيث شاركت مجموعة من الدول العربية في بداية تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية المعروفة (Intelsat) وكانت قبل ذلك شريكة في الاتحاد الدولي المالي للاتصالات الفضائية والذي كان عبارة عن هيئة مؤقتة لإدارة الأمور الإدارية والتنظيمية للإنترنت سات (الدليمي، 2011).

وكانت فكرة إنشاء منظمة للاتصالات العربية بدأت في اجتماع مجلس وزراء الثقافة العرب عام 1967 وكان في مدينة بنزرت التونسية، وبعدها عقد الخبراء العرب مجموعة من الاجتماعات أثمرت عن توقيع إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (ArabSat) في مؤتمر الوزراء العرب الثالث المنعقد في القاهرة عام 1976، وهدفه توفير واستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العربية العامة والمتخصصة في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية وهدفه مساعدة الدول العربية من النواحي الفنية والمادية في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية وإجراء الدراسات والبحوث الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء (الدليمي، 2011).

أما بخصوص أقمار عرب سات فتتضمن جيلين من الأقمار، الجيل الأول هو (Arabsat1) ويتكون من أربعة أقمار أحدها قمر احتياطي على الأرض حتى إطلاقه عند الحاجة، فقد أطلق القمر الأول (Arabsat 1-A) في الثامن من شباط 1985 بوساطة الصاروخ الفرنسي أريان، بينما أطلق القمر الثاني (Arabsat1-B) في 17 حزيران 1985 بوساطة مكوك فضاء أمريكي ويحتوي على 25 قناة صالحة للعمل.

وفي 28 شباط 1992 تم إطلاق القمر الصناعي الثالث (Arabsat-c_3) بوساطة الصاروخ الفرنسي أريان، وفي 31 تموز 1992 تم الاستغناء عن القمر الصناعي (Arabsat 1-A) بصفة نهائية لانتهاؤه عمره المفيد بعد سبع سنوات من التشغيل، وفي شباط 1993 حصلت عليه مؤسسة (Telesat) الكندية على أساس أن عمره المفيد التقديري يمتد إلى نهاية عام 1995، وفي نيسان 1993 قامت مؤسسة (Arabsat) بالاستغناء عن القمر الصناعي (Arabsat1-B) لانتهاؤه عمره المفيد بعد ثماني سنوات من التشغيل، وفي 17 نيسان 1993 وقعت مؤسسة (Arabsat) عقدا مع مؤسسة (Aerospariale9) الفرنسية لتصميم قمرين اصطناعيين من الجيل الثاني لمنظمة أقمار (Arabsat) وفي آب 1994 حصلت مؤسسة (Arabsat) على قمر احتياطي ثان في المدار من مؤسسة (Telesat) الكندية، وهو قمر (Arabsat-1-D) الذي كان مقدر له أن يظل عاملا في الفضاء لحين إطلاق أول أقمار الجيل الثاني من أقمار (Arabsat) في عام 1996 (الدليمي، 2011، ص104).

ظل التطور الفضائي عند الدول العربية يتقدم مع تقدم الدول العالمية، وكانت الدول العربية تحاول جاهدة أن تلحق بركب التطور العالمي، وأصبح الجيل الثاني لأقمار عرب سات يوفر الكثير من الحاجيات الأساسية في الوطن العربي مثل الاتصالات للدول العربية ودول الجوار، وأصبح يقدم خدمات رقمية جديدة بالإضافة إلى الخدمات الاتصالية التقليدية.

تطورت الخارطة العالمية للاتصالات عبر الفضاء وشهدت انطلاقة تقنية وإعلامية كبيرة، فبعد أن تم إرسال القمر الصناعي الخاص بالاتصالات إلى الفضاء في منتصف الستينيات بالقرب من مدار الأرض وإلى أن وصلنا إلى بداية الألفية الثالثة، أصبحت تقنية الاتصال عبر الأقمار الاصطناعية شيئاً متلاصقا بكل مظاهر الحياة الحديثة، وأصبح العالم محاطا بشبكة أقمار صناعية متعددة ترسل برامجها عبر الفضاء وأخذت هذه التقنية تعكس بعدا حضاريا جديدا وبدأنا نرى ملامحه حولنا ولم يعد العالم قرية كونية مثلما قال عنها ماركس في الستينيات من القرن العشرين، بل أصبح الآن عبارة عن شاشة صغيرة عبر جهاز بث تلفزيوني ينقل الصورة سريعا وبشكل مباشر من أرض الحدث (الزبيدي، 2013).

القنوات الفضائية العربية:

لا شك أن هناك أسباباً مختلفة عند كل بلد من البلدان العربية لإطلاق قنواتها الفضائية وطريقة بثها فهناك بعض القنوات تبث عن طريق الشبكات الأرضية مثل (ليبيا والسودان) ومنها من أقامت نظامها الفضائي لربط محطاتها التلفزيونية المحلية في شبكة واحدة للإرسال مثل (سلطنة عمان والجزائر)، وهناك دول ربطت تلفزيونها المحلي بالقمر الصناعي العربي (مثل اليمن) لتتقل البرامج نفسها التي كانت تبث على الأرضية، ومنها من سخرت قنواتها للتعريف بسياساتها ولتعرف عن نفسها وعن ثقافتها خارج حدودها مثل سوريا ومصر، وكذلك القنوات في شمال أفريقيا التي وجهت إلى المغتربين في الدول الغربية، ومنها من أنشئت لأسباب تجارية أو سياسية مثل قناة تونس السابعة وقناة دبي (الزبيدي، 2013).

إن القنوات العربية الفضائية تم تأسيسها من نواحٍ ذاتية، ولم تختلف عن فكرة إنشاء المحطات التقليدية العادية ولم يكن هناك أي اختلاف في سياستها

المحلية، بل كانت مطابقة لها ونسخة عنها في كثير من الأحيان، لم يكن هناك أي فرق بين المحطات الأرضية العربية وشبيبتها الفضائية التي خرجت من رحمها بل كانت تتشابه في العديد من الصفات مثل (الدليمي، 2011):

- 1- الرسالة التي ترسلها واحدة.
- 2- الطابع التقليدي.
- 3- تفتقر للشخصية المتميزة.
- 4- عدم وجود خطة برمجية شاملة.
- 5- عدم وضوح أهدافها.
- 6- إهمالها للجمهور وعدم تلبية حاجاته.

إن المنافسة بين القنوات العربية ساعدت على تطوير العديد من البرامج وخصوصا الأخبار، ولكنها لم تستطع تغطية ساعات البث من البرامج المحلية، وذلك لأسباب فنية واقتصادية أو بشرية، ما اضطرها إلى أن تستورد برامج عديدة فيها مفاهيم وقيم تتناقض مع القيم والموروث العربي، وتؤثر بشكل سلبي على الخطط التنموية العربية، وساعد هذا الشيء على ترسيخ التبعية والهيمنة، والمتتبع للمضمون الذي تبثه معظم الفضائيات العربية يجده يجسد التصورات الضيقة للأنظمة العربية، لأن هذه الفضائيات تعمل في سياق الحفاظ على السلطة (الزبيدي، 2013).

لن توفق هذه الفضائيات في منع المجتمع العربي من التأثر بالصورة الأجنبية، لأنها لم توفق بإشباع حاجات مواطنيها، بل هي تمثل حاجيات النخب السياسية الحاكمة ورغباتها، وإن معظم المؤسسات الإعلامية العربية تحول البرامج التي تبثها عبر القنوات المحلية إلى القنوات الفضائية دون أن تراعي اختلافات الجمهور وخصوصيته واهتماماته، لذلك نرى في الفضائيات العربية وخصوصا الرسمية منها أنها تأخذ مضامينها من قواعد خاطئة لأننا نرى مدى التشابه بين البرامج ونشرات الأخبار الموجهة إلى داخل الدولة وإلى خارجها (الدليمي، 2011).

لم تعد القنوات العربية الرسمية هي المسيطرة على سماء الإعلام العربي، بل إن التقدم التكنولوجي الهائل وكثرة الأقمار التي تغطي الكرة الأرضية، جعلت

القنوات المملوكة بشكل خاص هي التي تسيطر على المشاهد العربي، وذلك بسبب التنوع الذي تقدمه من تسلية وترفيه وتعليم وثقافة، فقد أصبحت شاشة التلفاز في المنزل تقدم لك ما تريد مشاهدته، وبالرغم من كثرتها وتنوعها إلا أن عددها يزداد يوماً بعد يوم.

تبين لنا الأرقام المرتبطة بقائمة الهيئات والقنوات العربية الفضائية وحسب تصنيفها وتخصصها أن القنوات الخاصة أخذت النصيب الأكبر، حيث بلغ عدد القنوات الخاصة 943 مقابل 151 للقنوات الرسمية المنوعة من إجمالي عدد القنوات العربية المقدر بـ 1094 حسب إحصائيات اتحاد إذاعات الدول العربية.

جدول 3: عدد القنوات التلفزيونية الفضائية حسب اختصاصها

تخصص القناة	القطاع الرسمي	القطاع الخاص
عامة	55	197
منوعات وترفيه	1	23
موسيقية		54
وثائقية	1	24
مواضيع محلية	1	
الأخبار	7	136
الإعلانات	1	60
مسلسلات وأفلام	1	109
قنوات أطفال	2	40

4		اجتماعية
13	1	ترويج واقتصاد
	2	برلمان
2		مسابقات وألعاب
20		تراث
9	24	تعليم وتوعية
1		تعارف
1		تفاعلية
2	5	ثقافية
96	9	دينية إسلامية
17		دينية مسيحية
47	5	كوميدي دراما
6		دردشة
14		مودل
61	35	رياضة
1		صناعة السينما
2		شباب

2		سياسة
1		زراعة
6		الطبخ

(إحصائية اتحاد إذاعات الدول العربية 2020)

يتضح من الجدول السابق أن القنوات العربية المنوعة هي التي تأتي في الصدارة حسب الاختصاص وتبين أن عددها 252، حيث بلغ عدد القنوات الرسمية (55) وقنوات القطاع الخاص (197) وفي المرتبة الثانية جاءت القنوات الإخبارية من حيث التخصص، حيث جاء عددها (143)، وإذا أضفنا لها القنوات الوثائقية وعددها (24) يأتي بعدها القنوات الدينية وعددها (122) وهي عبارة عن قنوات تبث برامج دعوة دينية منها سني وشيعي وقنوات مسيحية تبشيرية مارونية وقبطية وبابوية وأرثوذكسية، وبعدها تأتي قنوات الأفلام في المرتبة الثالثة وعددها (109) ونضيف لها قنوات الدراما والكوميديا وعددها (47) وتشمل المسلسلات العربية والمدبلجة، ويوجد عدد مهم من القنوات الرياضية وعددها (96) قناة.

ومن الأرقام الموجودة في الجدول نلاحظ صعود القنوات الدينية، ونستطيع أن نلمس ذلك من خلال الأهمية التي أصبحت عليها في المجتمع العربي، ونرى أيضا صعود القنوات الترويجية التي أصبح لها حضور قوي بين القنوات.

ومن خلال الأرقام نلاحظ أن العدد الأوفر من القنوات التي تبث في الفضاء العربي، وعددها بالمئات تقتصر إلى أي تصنيف وتقتصر على عناوين ولا يوجد فيها أي محتوى، وتطيل من قائمة البث عبر البث الفضائي لزيادة تمويل شركات البث الفضائي، دون أن تقدم أي محتوى إعلامي له معنى أو واضح أو ذي أهداف.

الإعلام الفلسطيني، النشأة والتطور:

بدأت الصحافة الفلسطينية أثناء الحكم العثماني وتحديداً في مدينة القدس، وكانت الصحافة المكتوبة هي الرائدة في تلك الفترة وقد مرت بعدة مراحل:

الأولى: كانت باللغة العربية خلال الحكم العثماني وبدأت في القدس عام (1876)، وتوقفت فترة الحرب العالمية الأولى، وبدأت من خلال إنشاء الحكومة العثمانية لصحيفتين رسميتين وهما "القدس الشريف" وصدرت باللغة العربية والتركية، وصحيفة "الغزال" وكانت باللغة العربية، وترأس الشيخ علي الريماوي تحرير الصحيفتين باللغة العربية (أبو عياش، 2009).

الثانية: امتدت من عام (1919) إلى عام (1948) وكانت متطورة في هذه الفترة وشهدت نهضة سريعة بالرغم من أن الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية كانت صعبة جداً، إلا أن هذه الظروف لم تمنع الفلسطينيين من النهوض بها وساعدت على تطبيق اللغة العربية في مدارس فلسطين، وقد بلغت المطبوعات في تلك الفترة (241) تقريبا موزعة ما بين مجلات وجرائد، وإصدارات أخرى، وكان عدد الصادرة باللغة العربية (41) صحيفة أصحابها أجانب وخمس صحف باللغة الأجنبية، أصحابها عرب وكانت تحمل عدة مواضيع متنوعة في السياسة والاقتصاد والأدب والدين، وكانت ميزة لفلسطين لم تكن موجودة في بعض البلدان العربية (أبو عياش، 2009).

الثالثة: في عام (1968) بدأت أول إذاعة باسم الثورة الفلسطينية وكانت في مدينة درعا السورية، وكانت ناطقة باسم فلسطين المحتلة ووجهت عملها باتجاه الأرض المحتلة، وظلت تعمل خلال تنقلها من مكان لآخر (أبو السعيد، 2014).

الرابعة: بدأت بعد حرب عام 1967 في ظل تأسيس منظمة التحرير الفلسطينية وانطلاق المقاومة الفلسطينية وقد تطورت بشكل كبير من خلال تقنيات

الاتصال والمحتوى وكانت الحاجة لها ضرورية لتكون بخط متوازٍ مع العمل
الفدائي والعمل السياسي.

وفي هذه المرحلة تم إنشاء مؤسسة الدراسات الفلسطينية، التي استطاعت
إصدار العديد من الدراسات والكتب التي تتحدث عن القضية الفلسطينية،
ودونت مراحل النضال الفلسطيني، وهي تملك حالياً في أرشيفها العديد من
الوثائق الفلسطينية الهامة التي تؤرشف لجميع مراحل النضال الفلسطيني منذ ما
قبل النكبة حتى يومنا هذا (صالح، 2019).

الخامسة: بدأت منذ عام 1994 وهي مرحلة دخول السلطة الوطنية الفلسطينية
إلى الأراضي الفلسطينية بموجب الاتفاق الموقع ما بين منظمة التحرير
الفلسطينية والاحتلال الإسرائيلي، وقد شهدت هذه الفترة تطوراً نوعياً وكامياً
للإعلام الفلسطيني، ويمكن توضيح أسباب ذلك بعدة أمور وهي الانفلات من
قبضة الاحتلال وقوانين الرقابة العسكرية وأوامر المحتل العسكري، وكذلك وجود
قانون فلسطيني يمنح تراخيص عمل لهذه المؤسسات، وشعور الصحفيين
الفلسطينيين أن السلطة الوطنية الفلسطينية توفر لهم الديمقراطية والحرية بعكس
القمع والملاحقة التي كانت زمن الاحتلال الإسرائيلي (أبو عياش، 2009).

قسمت مستويات وسائل الإعلام في ظل السلطة الوطنية الفلسطينية إلى عدة
أقسام (أبو عياش، 2009، ص106):

- 1- من حيث الملكية: قسمت إلى (عام أو خاص ثم حكومي أو غير حكومي).
- 2- من حيث الصدور: قسمت إلى (يومي، أسبوعي، نصف أسبوعي، شهري
أو فصلي).
- 3- من حيث النوع: قسمت إلى (مطبوع، مرئي، مسموع، إعلاني، إنتاجي،
خدماتي).

4- من حيث القانون الذي يحكم المؤسسة الإعلامية فالصحافة الصادرة في القدس تحكمها القوانين الإسرائيلية والصحافة التي تصدر في مناطق السلطة تحكمها قوانين السلطة الفلسطينية.

القنوات الفضائية الفلسطينية:

1- قناة فلسطين الفضائية

هي أول قناة فلسطينية، تحمل الهوية الفلسطينية الخالصة، فهي تتبع لهيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، وقد أنشئت بموجب قرار مجلس الوزراء الصادر في غزة بتاريخ (1-7-1998)، وهي فضائية فلسطينية رسمية للسلطة الوطنية الفلسطينية (المدهون وعلي، 2018، ص130)

بالإضافة إلى قناة فلسطين الرئيسية هناك أيضا العديد من القنوات الفضائية التابعة لهيئة الإذاعة والتلفزيون وتبث من المبنى نفسه مثل قناة مساواة وهي موجهة إلى المواطنين الفلسطينيين في الداخل المحتل عام 1948، وهناك أيضا قناة فلسطين مباشر التي تنقل الأحداث بشكل مباشر على قناتها، وتوجد أيضا قناة فلسطين الرياضية التي تهتم بكل الأنشطة الرياضية وتتبع للمجلس الأعلى للشباب والرياضة، وأعلنت الهيئة عن إطلاق قناة فلسطين الإخبارية التي يتم التحضير لها لتنتقل قريبا.

جدول 4: ترددات قناة فلسطين الفضائية

النوع	إخباري - منوع
القطاع	إعلام رسمي عام
المالك	الشعب الفلسطيني
المشرف العام	الوزير أحمد عساف

1993	تاريخ التأسيس
العالم	مناطق البث
التردد: 12646 الاستقطاب: أفقي القمر الصناعي: نايل سات معامل تصحيح الخطأ 6/5 جودة القناة: HD	نايل سات
التردد: 11958 الاستقطاب: أفقي القمر الصناعي: عرب سات معامل الترميز: 27500 معامل الخطأ 6/5 الجودة: HD	عرب سات

(فنشة، 2022)

2- قناة الأقصى:

تم إطلاق قناة الأقصى الفضائية بتاريخ 25-11-2006 في غزة، ضمن شبكة الأقصى الإعلامية وهي قناة تابعة لحركة المقاومة الإسلامية حماس وتعتبر عن مواقفها، ولها دور إعلامي مهم في نقل الأحداث على الساحة الفلسطينية وفضح جرائم الاحتلال.

جدول 5: ترددات قناة الأقصى الفضائية

النوع	إخباري - متنوعة
القطاع	قناة حزبية
المالك	حركة المقاومة الإسلامية حماس
الإشراف	فتحي حماد - محمد أبو عون
تاريخ التأسيس	2006-11-25
مناطق البث	الشرق الأوسط
نايل سات	التردد: 10922 الاستقطاب: عمودي التصحيح: 4/3
عرب سات	الاستقطاب: عمودي معدل الرمز: 27500 التصحيح: 4/3

(الموقع الإلكتروني للقناة)

3- قناة عودة:

قناة تلفزيونية فضائية تعبر عن توجهات حركة فتح، تبث من مدينة رام الله، وهي ملك لمجموعة ريتش للإنتاج الإعلامي عام 2010، وجاءت تسميتها للتأكيد على حق العودة، وحلم الفلسطيني بالعودة إلى أرضه التي هجر منها.

جدول 6: ترددات قناة عودة

إخبارية متنوعة	النوع
قناة حزبية	القطاع
حركة التحرير الوطني الفلسطيني فتح	المالك
الوزير أحمد عساف	الإشراف
2010	تاريخ التأسيس
العالم	مناطق البث
التردد: 12646H القمر الصناعي: نايل سات معامل الترميز: 27500 معامل تصحيح الخطأ 6/5 الجودة SD	نايل سات
التردد: 11958 الاستقطاب: H معامل الترميز: 27500 معدل تصحيح الخطأ 6/5 الجودة: SD	بدر سات

(الموقع الإلكتروني للقناة)

4- قناة معا:

تأسست شبكة معا الإعلامية عام (2005) وكان هدفها تعزيز الإعلام المستقل في فلسطين، وترسيخ الديمقراطية وتعدد وجهات النظر، وتضم الشبكة فضائية معا المتلفزة والتي كانت في البداية معا- مكس بالشراكة مع أحد رجال الأعمال، إلا أن الوكالة تملكها بالكامل لتصبح معا، وتضم القناة العديد من البرامج السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية وتتابع أيضا الشأن الإسرائيلي من خلال برامج مخصصة لذلك.

جدول 7: ترددات قناة معا

النوع	منوعة
القطاع	أهلية
المالك	مجموعة من المؤسسات
الإشراف	محمد فرج
تاريخ التأسيس	2005
مناطق البث	العالم
نايل سات	التردد: 12646 الاستقطاب: أفقي القمر الصناعي: نايل سات معدل الترميز: 27500 معامل تصحيح الخطأ: 6/5
التمويل	من عائد الإعلانات ورعاية البرامج والمانحين

(الموقع الإلكتروني للقناة)

5- قناة فلسطين اليوم:

قناه تلفزيونية عربية انطلقت بتاريخ (2-11-2010) تغطي الأخبار الفلسطينية بشكل رئيسي وتهتم بكل جوانبها، تسعى بشكل دائم للتعريف بالقضية الفلسطينية وربط قضيتها بمحيطها العربي، مقر القناة بيروت وهي تابعة لحركة الجهاد الإسلامي، أغلقت مكاتبها في الضفة الغربية من قبل الاحتلال الإسرائيلي إلا أن ذلك لم يمنعها من إكمال رسالتها نحو القضية الفلسطينية.

جدول 8: ترددات قناة فلسطين اليوم

إخبارية متنوعة	النوع
قناة حزبية	القطاع
رجال أعمال وإعلام عرب وفلسطينيون	المالك
سيف الدين موعد	الإشراف
2010	تاريخ التأسيس
العالم	مناطق البث
التردد: 12646 الاستقطاب: أفقي القمر الصناعي: نايل سات معدل الترميز: 27500 معامل تصحيح الخطأ: 5/6 الجودة: HD	نايل سات
التردد: 11958 الاستقطاب: أفقي القمر الصناعي: عرب سات معدا الترميز: 27500	عرب سات

معامل تصحيح الخطأ: 5/6 الجودة: HD	
--------------------------------------	--

(الموقع الإلكتروني للقناة)

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية

نتائج الدراسة:

مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضًا لتحليل نتائج الدراسة، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل الأسئلة في كل محور وفقراته والوقوف على متغيرات الدراسة. حيث استُهل الفصل بتحديد عادات المشاهدة ومعدلاتها للتلفاز من قبل أفراد العينة، وبعد ذلك تطرق الباحث إلى أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية من خلال تحليل إجابات عينة الدراسة حول فقرات الدراسة في كل محور من محاور الدراسة بالترتيب كما جاءت في الاستبانة الموجهة للنخبة الأكاديمية والإعلامية المرفقة ضمن ملاحق الدراسة.

وفي القسم الثالث يتطرق الباحث لاختبار فرضيات الدراسة، واستعرض الباحث في هذا الفصل مدى توافق نتائجه مع الدراسات السابقة، وذلك للاستدلال على مدى صحة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، بالإضافة إلى وجهة نظره وتفسيره لهذه النتائج الجزئية من منظور ما أورده في الإطار النظري لهذه الدراسة.

ويأتي عرض النتائج على النحو:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

5.3 صدق أدوات الدراسة

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه من الشمولية ومدى وضوح فقراتها ومفرداتها، أي بمعنى أن تكون الاستبانة مفهومة لكل من يستخدمها، وقد قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين على النحو التالي:

الصدق الظاهري لأدوات الدراسة

يقصد بالصدق الظاهري أو صدق المحكمين أن يختار الباحث عددًا من المحكمين المختصين وأصحاب الخبرة في محور الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، حيث قام الباحث بعرض استبانة الدراسة على ستة محكمين متخصصين في جامعات الوطن. واستجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل وإضافة في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت أدوات الدراسة بصورتها النهائية كما هو موضح في ملحق الدراسة.

صدق المقياس: الاتساق الداخلي: (Internal Validity)

يُعبّر الاتساق الداخلي عن مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، وكانت النتائج على النحو التالي:

المحور الأول: دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال

جدول 9: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال والدرجة الكلية للمحور.

رقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.	0.457**	.000

الدرجة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
2	في القنوات الفضائية يحدد المالك فقط الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري لا يمكن تجاوزها	0.501**	.000
3	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.	0.372*	.013
4	يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.	0.539**	.000
5	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.	0.593**	.000
6	يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف.	0.550**	.000
7	القنوات الفضائية تعمل بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية.	0.516**	.000

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

المحور الثاني: القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها.

جدول 10: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها والدرجة الكلية للمحور.

الدرجة الإحصائية	معامل الارتباط	الفقرة	ترتيب
.000	0.448**	تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات مالك الفضائية.	1
.000	0.455**	ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية يسهم في تحقيق أهداف تنموية مرتبطة بتنقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.	2
.000	0.498**	السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامّة قد تحد من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور.	3
.000	0.383**	تخلق الفضائيات رأياً عاماً واعياً لمختلف القضايا التي تهم المجتمع.	4
.000	0.526**	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات المعلنين لديها.	5
.000	0.504**	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.	6
.000	0.534**	القنوات الفضائية الرسمية لا تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أدائها.	7
.000	0.521**	القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.	8
.000	0.541**	القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.	9

الرقم	الفقرة	الارتباط معامل	الدلالة الإحصائية
10	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي على السياسة التحريرية وعلى مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.	0.619**	.000
11	السياسة التحريرية تحد من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اتخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المستهدف.	0.601**	.000
12	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر ينعكس إيجابيا على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.	0.501**	.000
13	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص تتأثر سلبا بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.	0.609**	.000

*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المحور الثالث: الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال.

جدول 11: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	الارتباط معامل	الدلالة الإحصائية
1	خوف القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية من رفع سقف الحريات يسهم مباشرة في تشكيل صورة سلبية عن الوسيلة.	.724**	.000
2	الرقابة الذاتية للقائمين بالاتصال تحد من سقف الحريات المتاحة في المضامين التي تبثها القنوات الفضائية الفلسطينية.	0.629**	.000

الدرجة	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
3	التأثير السلبي للرقابة الذاتية اتسع في هامش تأثيره على القارئين بالاتصال في القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها منذ الانقسام الفلسطيني 2007.	0.779**	.000
4	حرص القنوات الفضائية على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وأفراده يجعل القارئين بالاتصال أكثر قرباً من موثيق الشرف الصحفية.	0.807**	.000
5	التأثير السلبي للرقابة الذاتية على القارئين بالاتصال بالأساس موجود بالقنوات العامة والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية.	0.298**	.000
6	للجوانب الاقتصادية والإعلانات دور مباشر في تحفيز الرقابة الذاتية لدى الصحفيين بما يحد من قدرتهم على النقد الصريح والبناء.	0.719**	.000
7	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحزبيين يمثل سيفاً مسلطاً على القارئين بالاتصال في القنوات الفضائية، وبالذات الحزبية.	0.695**	.000
8	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحكوميين يمثل سيفاً مسلطاً على القارئين بالاتصال في القنوات الفضائية العامة، والرسمية.	0.805**	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المحور الرابع: مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية.

جدول 12: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	الارتباط معامل	الدلالة الإحصائية
1	الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب قيم المجتمع.	0.631**	.000
2	القنوات الفضائية تراعي البعد التتموي في معالجتها بشكل مقنع وملائم.	0.729**	.000
3	تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبا عليها.	0.680**	.000
4	تعلي القنوات الفضائية الفلسطينية من ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية.	0.652**	.000
5	القضايا المطروحة على القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب مختلف المراحل العمرية.	0.673**	.000
6	تسهم الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى الجمهور المستهدف.	0.802**	.000
7	للقنوات الفضائية الفلسطينية دور بارز في تشكيل رأي عام حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها.	0.685**	.000
8	تستجيب القنوات الفضائية الفلسطينية للتغذية الراجعة، ما يسهم في إحداث تغيير إيجابي بالمحتوى المطروح.	0.689**	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المحور الخامس: تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية.

جدول 13: معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور تقييم المبحوثين لسياسات التحرير في القنوات الفضائية والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي.	0.756**	.000
2	يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل.	0.770**	.000
3	عدم وجود قانون للمرئي والمسموع، وإلزام المؤسسات بقانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة (1995) يؤثر سلبا على هامش الحريات الممنوح في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية.	0.827**	.000
4	يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة.	0.823**	.000
5	يعيب السياسات التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية العامة والرسمية أنها عمليا تحد من الخوض في قضايا رئيسية تهم المجتمع.	0.736**	.000
6	تؤثر الظروف المجتمعية على المواد التي تبثها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها.	0.708**	.000
7	ألمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام تضع قيودا على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية.	0.804**	.000
8	تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع.	0.605**	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجداول أعلاه الخاصة بقياس الاتساق الداخلي أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة كانت دالة إحصائياً، ما يُشير إلى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة مع المحاور وأنها تشترك معاً في قياس أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية، وبذلك تعتبر كافة محاور الدراسة صادقة وتقيس ما صُممت لقياسه.

6.3 ثبات أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، إذ بلغت قيمة الثبات 90.0% للاستبانة، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة عالية من الثبات. أي أن أداة الدراسة بأبعادها المختلفة تتمتع بدرجة عالية من الثبات. (انظر الجدول أدناه)

جدول 14: نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة

معامل الثبات	
أداة الدراسة (الاستبانة)	معامل الثبات
عدد الفقرات	44
حجم العينة	206
قيمة معامل الثبات (Cronbach Alpha)	0.900

7.3 المعالجة الإحصائية

بعد التأكد من ثبات أداة الدراسة وصدقها وجمع بيانات الدراسة من خلال جمع البيانات عن طريق برنامج الكوبو (KoBoToolbox)، وبعد الانتهاء من جمع البيانات بشكل إلكتروني، قام الباحث بتحويل البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). ثم بعد ذلك قام الباحث بالمعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات من خلال استخراج الأعداد والنسب المئوية والمتوسطات

الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة. وتم فحص فرضيات الدراسة عند مستوى دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) عن طريق استخدام الاختبارات التالية:

- النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما وتفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين. وقد استخدمه الباحث لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- اختبار ت (T-Test) للمتغيرات المستقلة لمعرفة ما إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات. استخدمه الباحث للفروق التي تعزى للمتغير الذي يشتمل على ثلاث مجموعات فأكثر.

8.3 وصف خصائص عينة الدراسة

جدول 15: التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أ. الجنس		
نكر	149	72.3%
أنثى	57	27.7%
المجموع	206	100.0%
ب. الفئة العمرية		
أقل من 30 سنة	9	4.4%
من 30 سنة إلى أقل من 39 سنة	77	37.4%

38.8%	80	من 40 سنة إلى أقل من 49 سنة
19.4%	40	50 سنة فأكثر
100.0%	206	المجموع
ت. المؤهل العلمي		
15.0%	31	دبلوم متوسط
42.7%	88	بكالوريوس
32.5%	67	ماجستير
9.7%	20	دكتوراه
100.0%	206	المجموع
ث. مكان العمل		
20.9%	43	مؤسسة أكاديمية (جامعة)
79.1%	163	مؤسسة إعلامية
100.0%	206	المجموع
ج. طبيعة العمل		
18.0%	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)
68.4%	141	عمل صحفي
13.6%	28	عمل أكاديمي
100.0%	206	المجموع
ح. عدد سنوات الخبرة		
2.4%	5	أقل من 3 سنوات
0.5%	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات
4.4%	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات
4.9%	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
87.9%	181	10 سنوات فأكثر
100.0%	206	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه التوزيع الديموغرافي لخصائص عينة الدراسة، الذي بين أن نسبة الذكور قد بلغت 72.3%، في حين أن نسبة الإناث قد بلغت 27.7% من مجمل أفراد العينة المستهدفة ضمن الدراسة، أما على صعيد الفئة العمرية، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن 38.8% من أفراد العينة تراوحت أعمارهم ما بين 40 سنة لغاية 49 سنة، و37.4% تراوحت أعمارهم من 30 سنة لغاية 39 سنة. بينما لوحظ أن 19.4% من أفراد العينة بلغت أعمارهم 50 سنة فأكثر. أما بالنسبة للمؤهل العلمي، فقد أظهرت نتائج التحليل أن 42.7% من أفراد العينة هم من حملة شهادة البكالوريوس، و32.5% من حملة شهادة الماجستير، و15.0% من حملة شهادة الدبلوم، في حين أن 9.7% هم حملة شهادة دكتوراه.

أما بخصوص مكان العمل، فقد بينت نتائج تحليل الدراسة أن 79.1% من أفراد العينة يعملون في مؤسسات إعلامية، بينما لوحظ أن 20.9% يعملون في مؤسسات تعليمية (جامعات)، وعلى مستوى طبيعة العمل، فقد أظهرت نتائج التحليل أن 68.4% يعملون في مجال الصحافة، و18% يعملون في المجال الإداري في المؤسسات الإعلامية، و13.6% يعملون في المجال الأكاديمي. أما بالنسبة لعدد سنوات الخبرة، فقد أشارت نتائج التحليل إلى أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة وصلت إلى 87.9% يملكون أكثر من 10 سنوات خبرة في مجال عملهم.

واستكمالاً إلى ما سبق، فقد حدد الباحث درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة، حيث تم اعتماد الدرجات التالية:

جدول 16: مفتاح المتوسطات الحسابية الذي تم اعتماده في الدراسة

الدرجة	مدى متوسطها الحسابي
منخفضة	2.33 فأقل
متوسطة	2.34-3.67
مرتفعة	3.68 فأعلى

نتائج أسئلة الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

"ما هي عادات المشاهدة ومعدلاتها التي تمارسها النخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة؟"

يحاول الباحث في هذه القسم الإجابة عن الأسئلة التي تتطرق إلى عادات المشاهدة ومعدلاتها من قبل أفراد العينة لقنوات التلفاز من خلال تحليل أسئلة القسم عن طريق الجداول التكرارية والرسومات البيانية، وبينت النتائج أن أكثر فترة لمشاهدة القنوات الفلسطينية كانت أقل من ساعة وبنسبة وصلت إلى 51.5% من أفراد العينة، في حين لوحظ أن 28.6% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفلسطينية من ساعة لغاية 3 ساعات (انظر الجدول رقم 15)

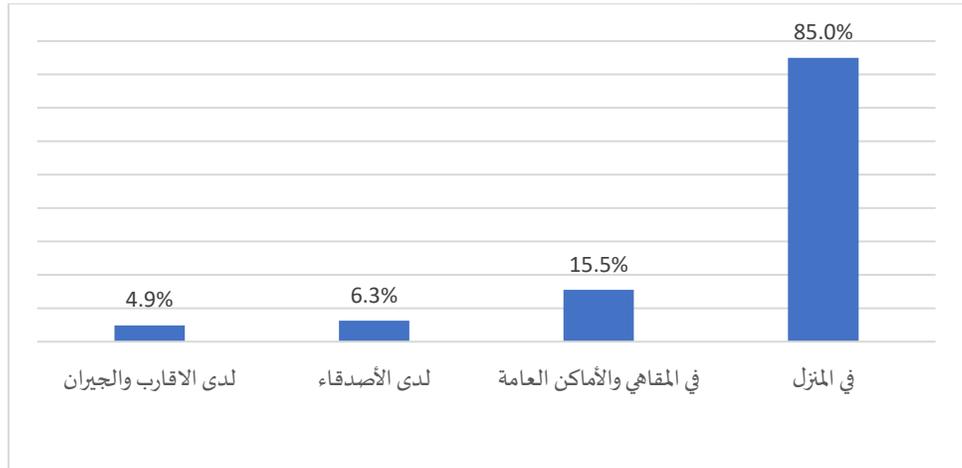
جدول 17: التوزيع النسبي لمعدلات مشاهدات القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة

معدل المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	106	51.5%
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	59	28.6%
من 3 ساعات إلى أقل من خمس ساعات	33	16.0%

3.9%	8	5 ساعات فأكثر
100.0%	206	المجموع

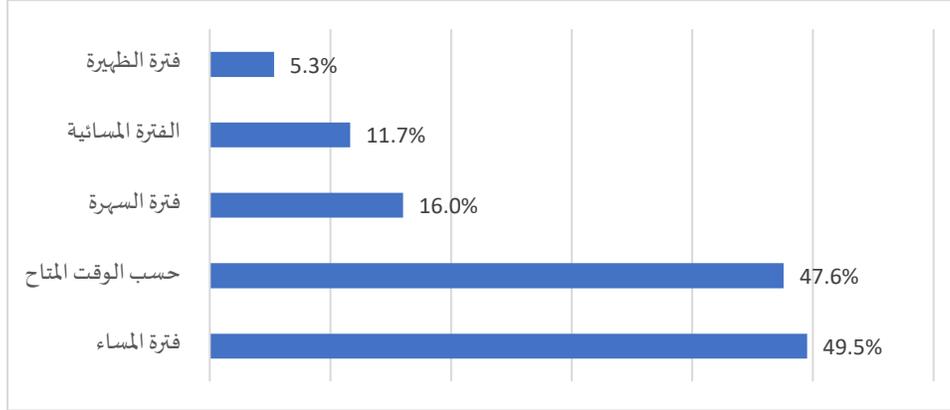
أما بالنسبة لمواقع مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة، فقد أظهرت نتائج تحليل الدراسة أن 85% من أفراد العينة يشاهدونها في المنزل، بينما لوحظ أن 15.3% يشاهدونها في المقاهي والأماكن العامة، و6.3% يشاهدون القنوات الفلسطينية لدى الأصدقاء، و4.9% لدى الأقارب والجيران. (انظر الشكل أدناه)

رسم توضيحي 1: التوزيع النسبي لأماكن مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة



وعلى صعيد نمط مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية من قبل أفراد العينة، فقد أشارت النتائج إلى أن 68.3% من أفراد العينة يفضلون المشاهدة الفردية، في حين أن 31.7% يفضلون المشاهدة الجماعية. وعند سؤالهم حول الفترة التي تشاهدون فيها القنوات الفضائية الفلسطينية، فقد بينت نتائج التحليل أن الفترة المسائية جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة وصلت إلى 49.5%، في المرتبة الثانية حول فترة مشاهدة القنوات الفلسطينية جاء الوقت المتاح وبنسبة وصلت إلى 47.6%، في حين لوحظ أن وقت الظهيرة أقل فترة يتم فيها مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة بنسبة وصلت إلى 5.3%. (انظر الشكل أدناه)

رسم توضيحي 2: النسبة المئوية لفترات مشاهدة القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة



وعلى صعيد الانتماء السياسي لأفراد العينة المستهدفة ضمن الدراسة، فقد أظهرت نتائج التحليل أن 57.3% من أفراد العينة هم مستقلون ولا ينتمون إلى أي حزب سياسي، بينما وجد أن 31.1% ينتمون لحركة فتح، و4.4% ينتمون لحركة حماس.

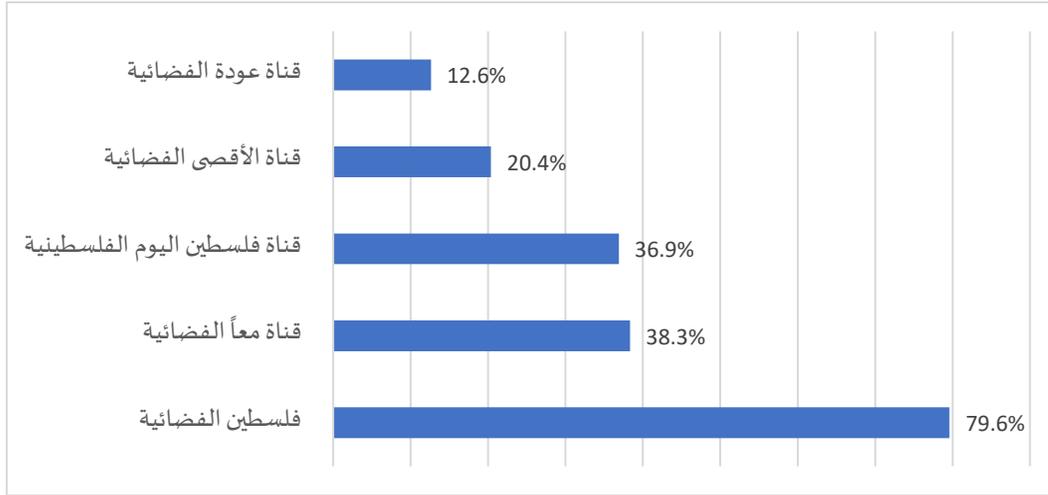
جدول 18: التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب الانتماء السياسي

الانتماء السياسي	التكرار	النسبة المئوية
فتح	64	31.1%
حماس	9	4.4%
الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين	8	3.9%
الجهاد الإسلامي	3	1.5%
الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين	3	1.5%
المبادرة الوطنية	1	0.5%
مستقل	118	57.3%
المجموع	206	100.0%

وعند سؤال أفراد العينة حول القنوات الفضائية الفلسطينية التي تتابعها، فقد أظهرت النتائج أن قناة فلسطين الفضائية تأتي في المرتبة الأولى من حيث

المشاهدة من قبل أفراد العينة بنسبة وصلت إلى 79.6%، وفي المرتبة الثانية قناة معاً الفضائية بنسبة بلغت 38.3%، وفي المرتبة الثالثة قناة فلسطين اليوم الفلسطينية، وفي المرتبة الرابعة قناة الأقصى الفضائية، وفي المرتبة الخامسة قناة عودة الفضائية بنسبة وصلت إلى 12.6%. (انظر الشكل 3).

رسم توضيحي 3: النسبة المئوية للقنوات الفضائية الفلسطينية التي تتم متابعتها من قبل أفراد العينة



النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

السؤال الرئيسي: "ما هو أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية؟"

ستتم الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية على النحو التالي:

النتائج المتعلقة بالمحور الأول:

"ما هو دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الأول الخاص بدور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول 19: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.9%	0.735	4.04	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.
مرتفعة	2	78.6%	0.833	3.93	القنوات الفضائية تعمل بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية.
متوسطة	3	68.8%	0.795	3.44	في القنوات الفضائية يحدد المالك فقط الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري لا يمكن تجاوزها
متوسطة	4	60.3%	1.029	3.01	يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.
متوسطة	5	57.2%	1.053	2.86	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.
متوسطة	6	55.9%	1.042	2.80	يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف.

منخفضة	7	42.6%	0.967	2.13	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.
متوسطة 3.17					جميع فقرات المحور معًا

يوضح الجدول أعلاه أن هناك تفاوتًا في مستوى إجابات أفراد العينة "النخبة الإعلامية والأكاديمية" حول دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القارئ بالاتصال، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي الكلي للمحور قد بلغ 3.17، ما يُشير إلى أن إجابة المبحوثين على هذا المحور كانت بدرجة متوسطة وفقًا لمعيار مقياس التحليل لهذه الدراسة/مفتاح المتوسطات الحسابية، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى إن هناك تفاوتًا في ملكية المحطات الفضائية ما بين ملكية خاصة وملكوية عامة تابعة للسلطة الفلسطينية، إضافة إلى الملكية الخاصة من بعض رجال الأعمال للقنوات الفلسطينية الفضائية، لذا فإن تنوع ملكية القنوات الفضائية ساهم في تعزيز أثر ملكية القنوات على القارئ بالاتصال.

أما على صعيد النتائج الإحصائية على مستوى الفقرات الخاصة بمحور دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القارئ فقد كانت النتائج على النحو التالي: (تم ترتيب النتائج حسب الأهمية) على النحو التالي:

أشارت نتائج التحليل إلى أن المتوسط الحسابي للفقرة "مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقارئ بالاتصال"، جاء في المرتبة الأولى، قد بلغ 4.04 بدرجة مرتفعة وفقًا لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية

لهذه الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أهمية دور مالك القناة في رسم سياستها التحريرية والزامها للقائمين بالاتصال.

وأظهرت نتائج تحليل الدراسة أن الفقرة التي تعبر عن عمل القنوات الفضائية بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية"، جاءت في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ 3.93 أي بدرجة مرتفعة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى الأثر الكبير لمالكي القنوات الفضائية الفلسطينية ودورهم وتوجهاتهم في طرح أجندة البرامج الحوارية التي يتم عرضها على القنوات الفضائية الخاصة بهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الفقرة التي تعبر عن "دور مالك القنوات الفضائية في تحديد الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري لا يمكن تجاوزها"، جاءت في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ 3.44 أي بدرجة متوسطة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن هذه النتيجة تؤكد أن هناك تفاوتاً في صلاحيات القنوات من قناة إلى أخرى في تحديد الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري.

أما بخصوص فقرة "يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها"، فقد جاءت في المرتبة الرابعة، وبلغ متوسطها الحسابي 3.01، أي بدرجة متوسطة. وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، وهنا لا بد من الإشارة إلى ضرورة تفعيل دور المالكين للقنوات الفضائية في تخصيص ميزانيات مناسبة وملائمة من أجل تطوير خطة إعلامية للبرامج التي يتم طرحها.

وأشارت نتائج التحليل إلى أن المتوسط الحسابي للفقرة "يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة" قد بلغ 2.86، أي بدرجة متوسطة. وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة. ويُعزى

ذلك من وجهة نظر الباحث إلى ضرورة تفعيل دوائر المتابعة والتقييم في القنوات الفضائية الفلسطينية لما له من أثر إيجابي في كفاءة البرامج التي يتم طرحها في هذه القنوات. وأظهرت نتائج التحليل أن الفقرة التي تقول: "يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف" جاءت في المرتبة السادسة (قبل الأخيرة) بمتوسط حسابي بلغ 2.80 أي بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

بينت نتائج التحليل أن العبارة التي تنص على "وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية"، قد جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ 2.13، أي بدرجة منخفضة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة. وهذه النتيجة من وجهة نظر الباحث تعود إلى الدور الفعال للمالك في تحديد القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية، وهذا ما ينعكس بشكل مباشر على البرامج الحوارية وسياسة القناة بشكل عام.

النتائج المتعلقة بالمحور الثاني:

"ما هو دور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها" يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الثاني الذي يتناول القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها. وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول 20: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.7%	0.773	4.03	السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامّة قد تحد من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور.
مرتفعة	2	78.5%	0.991	3.93	القنوات الفضائية الرسمية لا تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أداؤها.
مرتفعة	3	75.8%	0.964	3.79	تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات مالك الفضائية.
مرتفعة	4	74.8%	0.901	3.74	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص تتأثر سلبا بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.
مرتفعة	5	73.9%	0.586	3.70	السياسة التحريرية تحد من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اتخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المستهدف.
مرتفعة	6	73.6%	0.948	3.68	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات المعلنين لديها.

متوسطة	7	71.5%	0.903	3.58	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي على السياسة التحريرية وعلى مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.
متوسطة	8	69.9%	0.962	3.49	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر ينعكس إيجابًا على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.
متوسطة	9	67.2%	0.871	3.36	القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.
متوسطة	10	67.2%	0.952	3.36	ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية يسهم في تحقيق أهداف تنموية مرتبطة بتنقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.
متوسطة	11	62.9%	0.786	3.14	القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.
متوسطة	12	60.5%	0.883	3.02	تخلق الفضائيات رأيا عاما واعيا لمختلف القضايا التي تهم المجتمع.
متوسطة	13	55.8%	0.955	2.79	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.
متوسطة 3.51					جميع فقرات المحور معًا

يبين الجدول السابق، مستوى إجابات أفراد العينة حول محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ 3.51 بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس التحليل المتبع في هذه الدراسة، ما يُشير إلى أن هناك درجة مستوى متوسط لتأثير القنوات الفلسطينية الفضائية في إقناع جمهورها بالمحتوى الذي تقدمه، وهنا لا بد من العمل على تعزيز قدرة الإقناع لدى هذه القنوات من خلال تطوير الخطط الإعلامية بناء على احتياجات الجمهور نفسه بدلاً من العمل ضمن خطط تعتمد بالدرجة الأولى على سياسة المالكين لهذه القنوات.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية لفقرات المحور كاملةً "القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها"، فقد كانت على النحو التالي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية:

أشارت نتائج التحليل إلى أن فقرة "السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامّة قد تحد من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور"، قد احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 4.03 وبدرجة مرتفعة. أي بمعنى آخر أن السياسة التحريرية للقناة تؤثر بشكل مباشر على إقناع الجمهور، لذا لا بد من العمل على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفلسطينية بناء على متطلبات الجمهور من هذه القنوات.

ويليها في المرتبة الثانية من حيث الأهمية الفقرة "القنوات الفضائية الرسمية لا تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أدائها" بمتوسط حسابي 3.93 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة. بمعنى أن القنوات الفضائية الرسمية تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أدائها.

أما بالنسبة لفقرة "تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات مالك الفضائية"، فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 3.79 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى ضعف الرسائل الاتصالية من قبل

القنوات الفضائية الفلسطينية إلى الجمهور، وتركيزها فقط في تلبية رغبات واحتياجات وأجندات المالكين. وهنا لا بد من العمل على تفعيل العمل على إشراك المؤسسات الحكومية الحاضنة لهذه القنوات الفضائية في تطوير خططها الإعلامية من أجل تحسين دور القنوات الفضائية في إقناع جمهورها.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي للفقرة الحادية عشرة التي تنص على: "القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج"، قد بلغ 3.14 وبدرجة متوسطة، وهذا مؤشر على أن درجة تأثير القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية على جمهورها متوسطة وما زالت هناك حاجة إلى العمل من أجل الوصول إلى درجة إقناع الجمهور التابع لها.

أما الفقرة الثانية عشرة من حيث الأهمية فقد بلغ متوسطها الحسابي للعبارة 3.02 بدرجة متوسطة، والتي تُعبر عن خلق الفضائيات رأياً عاماً واعياً لمختلف القضايا التي تهم المجتمع. ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى ضعف الخطط الإعلامية من قبل القنوات الفضائية واعتمادها في تقديم محتواها على سياسات المالكين وبعيداً -نوعاً ما- عن احتياجات المجتمع والجمهور. أما بالنسبة للعبارة التي احتلت المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية وكان ترتيبها الثالثة عشرة فكانت الفقرة التي تُعبر عن سعي القنوات الفضائية في تقديم مضامين لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته. حيث حصلت على متوسط حسابي قيمته 2.79 بدرجة متوسطة. وهذا ما يؤكد على أهمية وجود خطط إعلامية يتم وضعها بناء على احتياجات الجمهور ورغباتهم.

النتائج المتعلقة بالمحور الثالث:

"ما هو دور الرقابة الذاتية والقيود في تأثيرها على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

المحور الثالث الخاص بالرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال.

وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول 21: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	82.2%	0.896	4.11	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحكوميين يمثل سيفا مسلطا على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العامة، والرسمية.
مرتفعة	2	81.6%	0.668	4.08	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحزبيين يمثل سيفا مسلطا على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية، وبالذات الحزبية.
مرتفعة	3	81.1%	0.994	4.05	التأثير السلبي للرقابة الذاتية اتسع في هامش تأثيره على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها منذ الانقسام الفلسطيني 2007.
مرتفعة	4	77.6%	0.941	3.88	الرقابة الذاتية للقائمين بالاتصال تحد من سقف الحريات المتاحة في المضامين التي تبثها القنوات الفضائية الفلسطينية.

مرتفعة	5	75.6%	0.986	3.85	خوف القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية من رفع سقف الحريات يسهم مباشرة في تشكيل صورة سلبية عن الوسيلة.
مرتفعة	6	75.5%	0.970	3.82	للجوانب الاقتصادية والإعلانات دور مباشر في تحفيز الرقابة الذاتية لدى الصحفيين بما يحد من قدرتهم على النقد الصريح والبناء.
مرتفعة	7	75.5%	0.893	3.78	التأثير السلبي للرقابة الذاتية على القائمين بالاتصال والموجودة أساسًا في القنوات العامة والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية.
متوسطة	8	60.9%	0.970	3.05	حرص القنوات الفضائية على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وأفراده يجعل القائمين بالاتصال أكثر قربًا من موثيق الشرف الصحفية.
مرتفعة 3.81					جميع فقرات المحور معًا

يوضح الجدول أعلاه، مستوى إجابات أفراد العينة حول الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ 3.81 بدرجة مرتفعة وفقا لمقياس التحليل المتبع في هذه الدراسة، ما يُشير إلى أن هناك دورًا قويًا للرقابة الذاتية والقيود المفروضة على القنوات الفضائية في تأثيرها على القائمين بالاتصال من جانب، ومن جانب آخر أن هناك قيودًا مفروضة على القنوات الفضائية الفلسطينية في المحتوى المطروح من قبل المالكين للقنوات بصرف النظر عن شكل الملكية فرديًا أو حزبيًا.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية لفقرات المحور كاملةً "الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال"، فقد كانت على النحو التالي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية:

أظهرت نتائج تحليل الدراسة أن الفقرة التي تنص على "الخوف من عدم رضى المسؤولين الحكوميين يمثل سيفاً مسلطاً على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العامة، والرسمية" جاءت في الترتيب الأول من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ 4.11، بدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى طبيعة القيود الكبيرة والرقابة الذاتية لدى القنوات الفضائية الفلسطينية، الأمر الذي يؤثر بشكل كبير على استقلالية عمل هذه القنوات، وفي المرتبة الثانية من حيث الأهمية جاءت الفقرة التي تعبر عن أن خوف القنوات الفضائية والحزبية من عدم رضى المسؤولين الحزبيين يمثل سيفاً مسلطاً على القائمين بالاتصال بمتوسط حسابي بلغ 4.08 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة.

وهذا يؤكد أن القيود والرقابة الذاتية المفروضة من قبل المسؤولين الحزبيين ومالكي القنوات الفضائية على السياسة والمحتوى المقدم من قبل القنوات الفضائية، أما بالنسبة للفقرة التي تنص على "التأثير السلبي للرقابة الذاتية اتسع في هامش تأثيره على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها منذ الانقسام الفلسطيني 2007"، فقد حصلت على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي قيمته 4.05 ودرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى الدور السلبي الكبير الذي خلفه الانقسام الفلسطيني في زيادة الرقابة الذاتية على القنوات الفضائية الفلسطينية.

وعلى صعيد المرتبة السادسة من حيث الأهمية فقد جاءت الفقرة التي تنص على "للجوانب الاقتصادية والإعلانات دور مباشر في تحفيز الرقابة الذاتية لدى الصحفيين بما يحد من قدرتهم على النقد الصريح والبناء"، بمتوسط حسابي بلغ 3.82 وبدرجة مرتفعة حسب مقياس تحليل الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن هناك دوراً كبيراً للإعلانات والجوانب الاقتصادية للقنوات الفضائية في

تعزيز القيود والرقابة الذاتية لدى الصحفيين العاملين في هذه القنوات أو الذين تتم استضافتهم في البرامج الحوارية التي تعرض على القنوات الفضائية الفلسطينية. أما بالنسبة للفقرة السابعة من حيث الأهمية والتي تُعبر عن التأثير السلبي للرقابة الذاتية على القائمين بالاتصال والموجودة أساسًا في القنوات العامة والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية، فقد حصلت على متوسط حسابي قيمته 3.78 بدرجة مرتفعة وفقًا لمقياس تحليل الدراسة، وهذه نتيجة القيود التي يتم فرضها على القنوات الفضائية الرسمية والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية.

وجاءت فقرة "حرص القنوات الفضائية على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وأفراده تجعل القائمين بالاتصال أكثر قربًا من موثيق الشرف الصحفية" في المرتبة الثامنة والأخيرة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 3.05 وبدرجة متوسطة وفقًا لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة. ويُعزى ذلك إلى أن هناك تفاوتًا في تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قناة إلى أخرى نتيجة القيود المفروضة على هذه القنوات بما يتماشى مع أجندات المالكين الممولين، لذا لا بد من العمل على تعزيز المسؤولية الاجتماعية بكافة أنواعها في القنوات الفضائية الفلسطينية للوصول إلى مستويات تتناسب مع موثيق الشرف الصحفية.

النتائج المتعلقة بالمحور الرابع:

"ما هو مدى اقتناع النخبة الأكاديمية والإعلامية بمستوى برامج القنوات الفضائية؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الرابع الخاص بمدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية. وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول 22: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور مدى اقتناع
المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.5%	0.979	4.03	تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبا عليها.
متوسطة	2	66.4%	0.910	3.32	الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب قيم المجتمع.
متوسطة	3	59.7%	0.905	2.99	تعلي القنوات الفضائية الفلسطينية من ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية.
متوسطة	4	59.5%	0.716	2.98	للقنوات الفضائية الفلسطينية دور بارز في تشكيل رأي عام حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها.
متوسطة	5	56.6%	0.940	2.83	القنوات الفضائية تراعي البعد التنموي في معالجتها بشكل مقنع وملائم.
متوسطة	6	56.5%	0.979	2.83	تسهم الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى الجمهور المستهدف.
متوسطة	7	53.2%	0.798	2.66	القضايا المطروحة على القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب مختلف المراحل العمرية.

متوسطة	8	47.7%	0.805	2.38	تستجيب القنوات الفضائية الفلسطينية للتغذية الراجعة، ما يسهم في إحداث تغيير إيجابي بالمحتوى المطروح.
متوسطة 3.00					جميع فقرات المحور معًا

يبين الجدول السابق، مستوى إجابات النخبة الأكاديمية والإعلامية حول مدى اقتناعهم ببرامج القنوات الفضائية، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ 3.00 بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس التحليل المتبع في هذه الدراسة، ما يُشير إلى أن درجة قناعة النخبة الأكاديمية والإعلامية بالبرامج المقدمة من قبل القنوات الفضائية متوسطة وبحاجة إلى المزيد من التحسين مع الأخذ بعين الاعتبار احتياجات الجمهور المستهدف والبعيد قدر الإمكان عن القيود التي يتم فرضها على القنوات الفضائية الفلسطينية.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية لعبارات المحور كاملةً "مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية"، فقد كانت على النحو التالي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية، حيث جاء في الترتيب الأول من حيث الأهمية العبارة التي تنص على "تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبيًا عليها" بمتوسط حسابي بلغ 4.03 بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى الدور السلبي الذي تخلقه سياسة مالكي القنوات الفضائية في المضمون الذي تقدمه من جانب، ومن جانب آخر بناء الخطط الإعلامية للقنوات بعيداً عن احتياجات المجتمع والجمهور المستهدف.

وفي المرتبة الثانية من حيث الأهمية جاءت العبارة التي تنص على "الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب قيم المجتمع" بمتوسط حسابي بلغ 3.32 ودرجة متوسطة وفقا لمقياس تحليل هذه الدراسة. وهذا يدل على ضرورة العمل على بناء خطط إعلامية تتلاءم وتتناسب مع احتياجات الجمهور وتكون مبنية على دراسات حقيقية تعكس رؤية الجمهور المستهدف وتطلعاته. أما بالنسبة للعبارة التي تنص على "تعلي القنوات الفضائية الفلسطينية من ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية"، فقد حصلت على المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي قيمته 2.99 ودرجة متوسطة وفقا لمقياس تحليل الدراسة، وهذا ما يؤكد دور القنوات الفضائية في تأثيرها على ثقافة الجمهور إلا أنه ما زالت هناك حاجة ماسة لتطوير عمل القنوات الفضائية من أجل زيادة كفاءة عملها ودورها الحقيقي في تعزيز ثقافة الجمهور على مستوى الساحة العربية والإقليمية.

وفي المرتبة السادسة من حيث الأهمية، جاءت العبارة التي تنص على "تسهم الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى الجمهور المستهدف" بمتوسط حسابي 2.83 ودرجة متوسطة، ما يدل على أن هناك ضعفاً نوعاً ما- في الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية، لذا لا بد من العمل على تعزيز الموضوعات المطروحة بشكل يساهم في تعزيز الوعي والإدراك لدى الجمهور. وأظهرت نتائج تحليل الدراسة أن المتوسط الحسابي للعبارة التي تنص على "القضايا المطروحة على القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب مختلف المراحل العمرية"، قد بلغ 2.66 ودرجة متوسطة وفقا لمقياس تحليل الدراسة، ما يدل على أن هناك ضعفاً في القضايا المطروحة بما يتناسب مع الفئة العمرية للجمهور المستهدف، وهذه

النتيجة تؤكد بشكل كبير ضرورة وجود خطط إعلامية تستهدف الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار الفئات العمرية لجمهور القنوات الفضائية الفلسطينية.

أما بالنسبة للعبارة التي احتلت المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية وكان ترتيبها الثامنة، فكانت الفقرة التي تعبر عن مدى استجابة القنوات الفضائية الفلسطينية للتغذية الراجعة ودورها في إحداث تغيير إيجابي بالمحتوى المطروح، حيث حصلت على متوسط حسابي قيمته 2.38 وبدرجة متوسطة على الرغم من قربها بشكل كبير من الدرجة المنخفضة وفقاً لمقياس تحليل الدراسة. وهذا يعني أن هناك ضعفاً في آليات الاستجابة لدى القنوات الفضائية الفلسطينية، لذا لا بد من العمل على تفعيلها من خلال دوائر المتابعة والتقييم التي يجب أن تتوفر في القنوات الفضائية الفلسطينية، والتي تركز بشكل أساسي على توفير بيانات لصناع القرار في هذه القنوات من أجل تطوير خطط إعلامية تتلاءم مع احتياجات الجمهور، وتتخذ بعين الاعتبار التغذية الراجعة التي يتم الحصول عليها من قبل متابعي هذه القنوات.

النتائج المتعلقة بالمحور الخامس:

"ما هو تقييم النخبة الأكاديمية والإعلامية للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الخامس الخاص بتقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية. وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول 23: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	83.4%	0.935	4.17	يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة.
مرتفعة	2	81.6%	0.959	4.08	ألمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام تضع قيودا على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية.
مرتفعة	3	81.6%	0.926	4.03	يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل.
مرتفعة	4	79.8%	0.977	3.99	عدم وجود قانون للمرئي والمسموع، والزام المؤسسات بقانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة (1995) يؤثر سلبا على هامش الحريات الممنوح في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية.
مرتفعة	5	77.5%	0.985	3.88	يعيب السياسات التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية العامة والرسمية أنها عمليا تحد من الخوض في قضايا رئيسية تهتم المجتمع.
مرتفعة	6	76.8%	0.784	3.84	تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي.

مرتفعة	7	75.6%	0.905	3.78	تؤثر الظروف المجتمعية على المواد التي تبتها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها.
متوسطة	8	70.0%	0.963	3.50	تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع.
مرتفعة 3.91					جميع فقرات المحور معاً

يوضح الجدول أعلاه، مستوى إجابات أفراد العينة حول تقييمهم للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية، وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ 3.91 بدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس التحليل المتبع ضمن هذه الدراسة. وعليه يمكن القول إن العوامل التي تم الاعتماد عليها في تقييم أفراد العينة للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية كانت متلائمة مع توجهات النخبة الأكاديمية والإعلامية التي تم استهدافها ضمن الدراسة. أما بخصوص النتائج الإحصائية للفقرات التي تناولها هذا المحور، فقد جاءت النتائج كما يلي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية:

أشارت نتائج التحليل إلى أن فقرة "يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة" قد احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 4.17 وبدرجة مرتفعة. أي بمعنى آخر أن المناخ السياسي السائد في عمل القنوات الفضائية يؤثر بشكل كبير على تقييم أدائها، وبالتالي لا بد من العمل على تعزيز استقلالية عمل القنوات الفضائية الفلسطينية من أجل جذب الجمهور لها - ويليها في المرتبة الثانية من حيث الأهمية الفقرة التي تنص على "السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام تضع قيوداً على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية" بمتوسط

حسابي 4.08 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، أي بمعنى أن السياسات التحريرية تأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية فيما يخص تقييم أداء القنوات الفضائية، لذا لا بد من العمل على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفضائية بما يتلاءم مع احتياجات الجمهور وتطلعاتهم تجاه القنوات الفضائية.

أما بالنسبة لفقرة "يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل"، فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 4.03 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية التي تؤثر بشكل كبير على تقييم أدائهم، لذا لا بد من العمل على الفصل ما بين المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية والسياسة التحريرية المتبعة فيها.

وفي المرتبة السادسة من حيث الأهمية جاءت الفقرة التي تنص على "تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي"، بمتوسط حسابي بلغ 3.84 وبدرجة مرتفعة حسب مقياس تحليل الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى وجود سياسات تحريرية في القنوات الفضائية واضحة بشكل كافٍ، ما يساهم في تعزيز كفاءة عمل القنوات الفضائية .

أما بالنسبة للفقرة السابعة من حيث الأهمية والتي تُعبر عن تأثير الظروف المجتمعية على المواد التي تبثها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها، فقد حصلت على متوسط حسابي قيمته 3.78 وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل الدراسة، وهذه نتيجة تؤكد على دور القنوات الفضائية في نقل الصورة المجتمعية بشفافية وحرية، لذا لا بد من العمل على تحسين فرص انخراط

القنوات الفضائية الفلسطينية في الظروف المجتمعية بعيدا عن القيود المفروضة على السياسات التحريرية الخاصة بكل قناة.

وجاءت الفقرة التي تنص على "تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع" في المرتبة الثامنة والأخيرة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي 3.50 وهو ما يوافق الدرجة المتوسطة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، ما يدل على أن هناك ضعفاً نوعاً ما - لدى القنوات الفضائية الفلسطينية في حرصهم على بث مواد تحافظ على قيم المجتمع، لذا لا بد من العمل على تفعيل الدور الرقابي الذاتي والمؤسسي الحاضن لعمل هذه القنوات من أجل مراجعة المواد التي يتم نشرها بما يتناسب مع قيم المجتمع.

النتائج المتعلقة في السؤال الثالث

"هل هناك تأثير للجنس، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، ومكان العمل، وطبيعة العمل وعدد سنوات الخبرة للنخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟"

للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

❖ السؤال الفرعي الأول:

هل هناك تأثير لجنس النخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي الأول تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير جنس النخبة الإعلامية والأكاديمية"

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير جنس النخبة الإعلامية والأكاديمية. وقام الباحث باستخدام اختبار ت (Independent Samples Test) للمتغيرات المستقلة بحكم أن المتغير المستقل يتكون من درجتين فقط هما: (ذكر، أو أنثى) وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (22) على النحو التالي:

جدول 24: نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير جنس.

المحور	الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال	ذكر	149	3.18	0.537	204	0.183	0.669
	أنثى	57	3.16	0.532			
القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها	ذكر	149	3.48	0.585	204	2.967	0.086
	أنثى	57	3.59	0.457			
الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال	ذكر	149	3.78	0.687	204	0.715	0.399
	أنثى	57	3.89	0.751			
مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية	ذكر	149	3.01	0.645	204	0.211	0.647
	أنثى	57	2.96	0.586			
	ذكر	149	3.91	0.682	204	2.981	0.086

			0.827	3.90	57	أنثى	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
0.588	0.295	204	0.441	3.48	149	ذكر	الدرجة الكلية
			0.466	3.52	57	أنثى	

تُشير المُعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن قيمة الدلالة الإحصائية للدرجة الكلية قد بلغت 0.588 وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبالتالي "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى α (≤ 0.05) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير جنس النخبة الإعلامية والأكاديمية، وبذلك تم قبول الفرضية. ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أنه لا يوجد تأثير لجنس الإعلامي أو الأكاديمي في تحديد أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية. كما أن هناك تقارباً في توجهات النخبة الأكاديمية والإعلامية حول أثر ملكية القنوات على السياسة التحريرية.

❖ السؤال الفرعي الثاني:

هل هناك تأثير للفئة العمرية للنخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي الثاني تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير الفئة العمرية للنخبة الإعلامية والأكاديمية"

من أجل التأكد من صحة الفرضية تم احتساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تبعاً لمتغير الفئة العمرية.

جدول 25: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير الفئة العمرية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية	المحور
0.808	3.06	9	أقل من 30 سنة	دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
0.541	3.17	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.517	3.20	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
0.501	3.14	40	أكثر من 50 سنة	
0.534	3.17	206	المجموع	
0.705	3.28	9	أقل من 30 سنة	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
0.563	3.48	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.549	3.52	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
0.509	3.60	40	أكثر من 50 سنة	

0.554	3.51	206	المجموع	
1.071	3.36	9	أقل من 30 سنة	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
0.721	3.65	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.663	3.90	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
0.577	4.03	40	أكثر من 50 سنة	
0.706	3.81	206	المجموع	
0.768	2.96	9	أقل من 30 سنة	
0.661	3.00	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.603	3.00	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
0.604	3.00	40	أكثر من 50 سنة	
0.628	3.00	206	المجموع	
1.144	3.28	9	أقل من 30 سنة	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية للقنوات الفضائية
0.687	3.80	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.713	3.98	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	

0.595	4.13	40	أكثر من 50 سنة	الدرجة الكلية
0.723	3.91	206	المجموع	
0.768	3.19	9	أقل من 30 سنة	
0.458	3.44	77	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	
0.412	3.53	80	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	
0.375	3.58	40	أكثر من 50 سنة	
0.447	3.49	206	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لفئات متغير العمر في مستوى أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية. وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول 26: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب الفئة العمرية.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
--------	--------------	----------------	--------------	----------------	-------------------	---------------

0.88	.224	0.06	3	0.2	المربعات بين الفئات	دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
		0.29	202	58.3	المربعات الداخلية	
			205	58.5	المجموع الكلي	
0.41	.968	0.30	3	0.9	المربعات بين الفئات	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
		0.31	202	61.7	المربعات الداخلية	
			205	62.6	المجموع الكلي	
0.01	4.241	2.01	3	6.0	المربعات بين الفئات	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
		0.47	202	94.0	المربعات الداخلية	
			205	100.1	المجموع الكلي	
1.00	.015	0.01	3	0.0	المربعات بين الفئات	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
		0.40	202	79.3	المربعات الداخلية	
			205	79.3	المجموع الكلي	
0.00	4.587	2.28	3	6.8	المربعات بين الفئات	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
		0.50	202	100.3	المربعات الداخلية	

			205	107.1	المجموع الكلي	
0.06	2.494	0.49	3	1.5	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.20	202	39.6	المربعات الداخلية	
			205	41.0	المجموع الكلي	

تشير نتائج اختبار التباين الأحادي الواردة في الجدول أعلاه إلى أن قيمة ف للدرجة الكلية قد بلغت 2.494 ومستوى الدلالة قد بلغ 0.06 وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب الفئة العمرية، وبذلك تم قبول الفرضية.

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال ومحور تقييم السياسات التحريرية للقنوات الفضائية، حيث بلغ مستوى الدلالة للمحورين 0.01، 0.000 على التوالي وهذه القيمة أقل من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$)، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أنه كلما زاد العمر للإعلامي والأكاديمي يصبح أكثر قدرة وحكمة على تقييم العوامل للرقابة الذاتية والعوامل المؤثرة على السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية.

❖ السؤال الفرعي الثالث:

هل هناك تأثير للمؤهل العلمي للنخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي الثالث تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير المؤهل العلمي للنخبة الإعلامية والأكاديمية"

من أجل التأكد من صحة الفرضية تم احتساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

جدول 27: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	المحور
0.575	3.27	31	دبلوم متوسط	دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
0.536	3.14	88	بكالوريوس	
0.501	3.20	67	ماجستير	
0.583	3.08	20	دكتوراه	
0.534	3.17	206	المجموع	
0.697	3.37	31	دبلوم متوسط	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
0.516	3.48	88	بكالوريوس	
0.568	3.55	67	ماجستير	
0.375	3.68	20	دكتوراه	

0.554	3.51	206	المجموع	
0.675	3.73	31	دبلوم متوسط	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
0.675	3.68	88	بكالوريوس	
0.739	3.95	67	ماجستير	
0.668	4.04	20	دكتوراه	
0.706	3.81	206	المجموع	
0.644	3.01	31	دبلوم متوسط	
0.703	3.03	88	بكالوريوس	
0.569	2.94	67	ماجستير	
0.456	3.03	20	دكتوراه	
0.628	3.00	206	المجموع	
0.767	3.67	31	دبلوم متوسط	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية للقنوات الفضائية
0.703	3.87	88	بكالوريوس	
0.733	4.02	67	ماجستير	
0.643	4.09	20	دكتوراه	
0.723	3.91	206	المجموع	
0.474	3.40	31	دبلوم متوسط	
0.437	3.45	88	بكالوريوس	

0.479	3.54	67	ماجستير
0.303	3.61	20	دكتوراه
0.447	3.49	206	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لفئات متغير المؤهل العلمي في مستوى أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية. وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول 28: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب المؤهل العلمي.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال	المربعات بين الفئات	0.60	3	0.201	0.70	0.55
	المربعات الداخلية	57.93	202	0.287		
	المجموع الكلي	58.53	205			
القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة	المربعات بين الفئات	1.32	3	0.441	1.45	0.23
	المربعات الداخلية	61.27	202	0.305		

			205	62.59	المجموع الكلي	مضامينها على إقناع جماهيرها
0.04	2.74	1.331	3	3.99	المربعات بين الفئات	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
		0.485	202	96.08	المربعات الداخلية	
			205	100.07	المجموع الكلي	
0.86	0.25	0.101	3	0.30	المربعات بين الفئات	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
		0.399	202	79.01	المربعات الداخلية	
			205	79.31	المجموع الكلي	
0.10	2.12	1.089	3	3.27	المربعات بين الفئات	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
		0.514	202	103.87	المربعات الداخلية	
			205	107.14	المجموع الكلي	
0.24	1.43	0.284	3	0.85	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.199	202	40.17	المربعات الداخلية	
			205	41.03	المجموع الكلي	

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة F للدرجة الكلية 1.43، في حين بلغ مستوى الدلالة 0.24 وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$). أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب المؤهل العلمي. وبذلك تم قبول الفرضية.

ولعل ذلك يعود من وجهة نظر الباحث إلى أن المؤهل العلمي للنخبة الأكاديمية والإعلامية غير مؤثر بشكل واضح في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، وأن هناك عوامل يمكن أن تؤثر على السياسات التحريرية للقنوات الفضائية مثل مشاركة النخبة الأكاديمية والإعلامية في وضع الخطط الإعلامية وتحديد السياسات التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية، إضافة إلى أن هناك تأثيراً كبيراً لتوجهات المالكين للقنوات على السياسات التحريرية الخاصة بكل قناة وهذا ما أكدت عليه نتائج تحليل محاور الدراسة سابقاً.

❖ السؤال الفرعي الرابع:

هل هناك تأثير لمكان العمل للنخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي الرابع تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير مكان العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية"

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير مكان العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية. وقام الباحث باستخدام اختبار ت (Independent Samples Test) للمتغيرات المستقلة بحكم أن المتغير المستقل يتكون من درجتين فقط هما: (مؤسسة أكاديمية (جامعة)، مؤسسة إعلامية) وكانت النتائج كما هو مبين أدناه:

جدول 29: نتائج اختبارات (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير مكان العمل

المحور	مكان العمل	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	43	3.15	0.455	204	0.51	0.478
	مؤسسة إعلامية	163	3.18	0.554			
القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	43	3.62	0.498	204	0.80	0.373
	مؤسسة إعلامية	163	3.48	0.565			
الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	43	3.96	0.742	204	0.40	0.530
	مؤسسة إعلامية	163	3.77	0.693			

0.627	0.24	204	0.709	2.98	43	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
			0.609	3.00	163	مؤسسة إعلامية	
0.173	1.87	204	0.630	4.06	43	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
			0.742	3.87	163	مؤسسة إعلامية	
0.291	1.12	204	0.377	3.58	43	مؤسسة أكاديمية (جامعة)	الدرجة الكلية
			0.462	3.47	163	مؤسسة إعلامية	

أشارت نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) الواردة في الجدول السابق إلى أن قيمة الدلالة الإحصائية للدرجة الكلية قد بلغت 0.291 وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير مكان العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية، وبذلك تم قبول الفرضية. ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أنه لا يوجد تأثير لمكان العمل للنخبة الأكاديمية والإعلامية في تحديد أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية.

❖ السؤال الفرعي الخامس:

هل هناك تأثير لطبيعة عمل النخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي الخامس تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير طبيعة العمل للنخبة الإعلامية والأكاديمية"

من أجل التأكد من صحة الفرضية تم احتساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تبعاً لمتغير طبيعة العمل.

جدول 30: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير طبيعة العمل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	طبيعة العمل	المحور
0.484	3.22	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
0.555	3.17	141	عمل صحفي	
0.501	3.13	28	عمل أكاديمي	
0.534	3.17	206	المجموع	

0.431	3.61	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
0.582	3.47	141	عمل صحفي	
0.550	3.57	28	عمل أكاديمي	
0.554	3.51	206	المجموع	
0.636	3.80	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
0.705	3.77	141	عمل صحفي	
0.779	4.03	28	عمل أكاديمي	
0.706	3.81	206	المجموع	
0.650	3.19	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
0.627	2.96	141	عمل صحفي	
0.573	2.93	28	عمل أكاديمي	
0.628	3.00	206	المجموع	
0.634	3.82	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
0.770	3.87	141	عمل صحفي	
0.499	4.21	28	عمل أكاديمي	

0.723	3.91	206	المجموع	الدرجة الكلية
0.393	3.55	37	عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	
0.472	3.45	141	عمل صحفي	
0.372	3.59	28	عمل أكاديمي	
0.447	3.49	206	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لفئات متغير طبيعة العمل في مستوى أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية. وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول 31: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب طبيعة العمل

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال	المربعات بين الفئات	0.13	2	0.06	0.225	0.799
	المربعات الداخلية	58.40	203	0.29		

			205	58.53	المجموع الكلي	
0.313	1.170	0.36	2	0.72	المربعات بين الفئات	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
		0.31	203	61.87	المربعات الداخلية	
			205	62.59	المجموع الكلي	
0.201	1.617	0.80	2	1.60	المربعات بين الفئات	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
		0.49	203	98.47	المربعات الداخلية	
			205	100.07	المجموع الكلي	
0.126	2.092	0.82	2	1.63	المربعات بين الفئات	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
		0.39	203	77.68	المربعات الداخلية	
			205	79.31	المجموع الكلي	
0.055	2.938	1.51	2	3.01	المربعات بين الفئات	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية
		0.51	203	104.12	المربعات الداخلية	
			205	107.14	المجموع الكلي	
0.243	1.426	0.28	2	0.57	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية

		0.20	203	40.46	المربعات الداخلية
			205	41.03	المجموع الكلي

تشير نتائج اختبار التباين الأحادي الواردة في الجدول أعلاه إلى أن قيمة F للدرجة الكلية قد بلغت 1.426 ومستوى الدلالة قد بلغ 0.243، وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب طبيعة العمل، وبذلك تم قبول الفرضية. وهذا ما يؤكد على أن ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية تعد هي المؤثر الأكبر على السياسات التحريرية بالإضافة إلى أن الرقابة الذاتية والقيود هي التي ترسم السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية.

❖ السؤال الفرعي السادس:

هل هناك تأثير لسنوات الخبرة لدى النخبة الأكاديمية والإعلامية المستهدفة ضمن الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية؟

للإجابة عن السؤال الفرعي السادس تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة للنخبة الإعلامية والأكاديمية" من أجل التأكد من صحة الفرضية تم احتساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة. جدول 32: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية التي تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات الخبرة	المحور
0.326	3.40	5	أقل من 3 سنوات	دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال
	1.00	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	
0.483	3.03	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.548	3.37	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.516	3.17	181	10 سنوات فأكثر	
0.534	3.17	206	المجموع	
0.355	3.51	5	أقل من 3 سنوات	القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها
	1.77	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	
0.628	3.55	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.473	3.48	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.549	3.52	181	10 سنوات فأكثر	
0.554	3.51	206	المجموع	

0.590	3.83	5	أقل من 3 سنوات	الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال
	1.00	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	
0.778	3.71	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.632	3.63	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.681	3.84	181	10 سنوات فأكثر	
0.706	3.81	206	المجموع	
0.556	3.18	5	أقل من 3 سنوات	
	1.50	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	
0.621	2.78	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.771	3.38	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.611	2.99	181	10 سنوات فأكثر	
0.628	3.00	206	المجموع	
1.102	3.65	5	أقل من 3 سنوات	

	1.38	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية للقنوات الفضائية
0.841	3.68	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.401	3.69	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.696	3.95	181	10 سنوات فأكثر	
0.723	3.91	206	المجموع	
0.452	3.51	5	أقل من 3 سنوات	
	1.39	1	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	الدرجة الكلية
0.461	3.38	9	من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	
0.404	3.51	10	من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
0.425	3.50	181	10 سنوات فأكثر	
0.447	3.49	206	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لفئات متغير عدد سنوات الخبرة في مستوى أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية

على السياسة التحريرية. وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول 33: نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب عدد سنوات الخبرة.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال	المربعات بين الفئات	5.55	4	1.39	5.266	0.000
	المربعات الداخلية	52.98	201	0.26		
	المجموع الكلي	58.53	205			
القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها	المربعات بين الفئات	3.06	4	0.76	2.566	0.039
	المربعات الداخلية	59.53	201	0.30		
	المجموع الكلي	62.59	205			
الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال	المربعات بين الفئات	8.51	4	2.13	4.578	0.001
	المربعات الداخلية	91.56	201	0.46		

			205	100.07	المجموع الكلي	
0.033	2.688	1.03	4	4.10	المربعات بين الفئات	مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية
		0.38	201	75.21	المربعات الداخلية	
			205	79.31	المجموع الكلي	
0.003	4.092	2.02	4	8.07	المربعات بين الفئات	تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية للقنوات الفضائية
		0.49	201	99.07	المربعات الداخلية	
			205	107.14	المجموع الكلي	
0.000	6.303	1.14	4	4.57	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.18	201	36.45	المربعات الداخلية	
			205	41.03	المجموع الكلي	

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة F للدرجة الكلية 6.303، في حين بلغ مستوى الدلالة 0.000 وهذه القيمة أقل من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$). أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية حسب عدد سنوات الخبرة. وبذلك تم رفض الفرضية. ولعل ذلك يعود من وجهة نظر الباحث إلى أن هناك أثرًا لعدد سنوات الخبرة للنخبة الأكاديمية والإعلامية في توجيههم حول أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، وهذا ما كان واضحًا من خلال المتوسطات الحسابية للمحاور حسب عدد سنوات الخبرة، حيث لوحظ أنه

كلما زاد عدد سنوات الخبرة أصبح هناك قدرة على تحديد أثر ملكية القنوات على السياسة التحريرية.

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات)

انطلق الباحث في تحليل نتائج مقابلاته مع الخبراء بالاعتماد على برنامج تحليل البيانات النوعي MAXQDA، وهو يعد برنامجاً احترافياً لتحليل البيانات النوعية والكمية المختلطة يعمل على نظامي Windows و Mac.

وتتطلب فكرة البرنامج أساساً من تحليل المقابلات والتقارير والجدول والاستطلاعات عبر الإنترنت ومجموعة التركيز ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية ومراجعات الأدب والصور وغير ذلك الكثير، ولديه تاريخ طويل في تزويد الباحثين بأدوات تحليلية قوية ومبتكرة وسهلة الاستخدام تساعد على نجاح المشاريع البحثية⁽¹⁾.

1- فوائد استخدام برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA

ينظم	يحلل	يعرض
مرونة البيانات (pdf)، المستندات النصية، التدوينات، الجداول، الصور، الصوت والفيديو، التغريدات، الاستطلاعات، مواقع الويب) الدراسات السابقة وإدارة المعرفة والتدوين	التصنيف والربط التلخيص وإضافة التعليقات التوضيحية استرداد وتصفية البحث في النص الرؤية	تصدير البيانات (جزئي) تصورات التقارير الآنية شفافية النتائج يمكن استخدام البيانات للتحليل الثانوي

¹ على الرابط : <https://www.maxqda.com/arabic>، تم تصفحه بتاريخ: 2020/11/11، على الساعة 16:00

تحليل إجابات المبحوثين وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

1- تكويد إجابات المبحوثين باستخدام برنامج MAXQDA

جدول 34: تكويد إجابات المبحوثين باستخدام برنامج MAXQDA

أسباب	نقائص	سلبيات	اقتراحات	الجوانب التي تم تكويدها باستخدام برنامج MAXQDA
09	14	18	40	عدد تكويد الجوانب الظاهرة في إجابات المبحوثين
14.28	22.22	28.57	63.49	نسب تكويد الجوانب الظاهرة في إجابات المبحوثين

الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب التكويد للجوانب المهمة التي تطرق إليها المبحوثون في إجاباتهم، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية التكويد التي يعتمدها برنامج MAXQDA، أن الاقتراحات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 63.49% من إجابات المبحوثين.

وتليها السلبيات الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة 28.57%، لتأتي بعدها النقائص الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية

السلطانية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر بـ 22.22% من إجابات المبحوثين، ثم جاءت الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر بـ 14.28% من إجابات المبحوثين.

وقد تم تحليل وعرض أهم الجوانب البارزة في إجابات المبحوثين في محاور، وفق المعطيات المتحصل عليها من برنامج التحليل النوعي MAXQDA.

كما عمل الباحث على ترميز عينة البحث (09 مبحوثين)، وفقا للترميز العددي لتفادي ذكر أسمائهم من 1 إلى 09، كما اعتمد التحليل على البيانات المتحصل عليها عبر الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة غير الرسمية وجهاً لوجه بعدما تمت مراسلتهم، والتنقل إلى أماكن تواجدهم.

1- تحليل اقتراحات المبحوثين وفق معطيات برنامج MAXQDA:

من خلال المعطيات المتحصل عليها من برنامج التحليل النوعي للبيانات (MAXQDA)، اتضح لنا أن اقتراحات الأكاديميين والخبراء المبحوثين شكّلت أعلى نسبة من إجاباتهم، إذ تقدر بـ 63.49% من إجابات المبحوثين.

وتمثلت جل الاقتراحات في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية، أن تقوم القنوات الفضائية الفلسطينية بالتركيز على جودة المحتوى المقدم وتعزيز قيمته الإخبارية

بعيدا عن الاعتبارات التحريرية الأخرى التي تؤثر بشكل مباشر على استقطاب الجمهور والرأي العام، إجابة المبحوثين (أرقام 01، 02، 03، 05، 06، 08).

واتضح أن المبحوثين (أرقام 04، 07، 09) يقترحون أن تعمل القنوات الفضائية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص على مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وقد نجحت بذلك عدة قنوات فضائية وما زالت تحاول المزج ما بين الإعلام التقليدي والرقمي في نشر المحتوى إلا أن هناك توجهاً كبيراً على منصات الإعلام الرقمي، وهذا يدفع القنوات الفضائية إلى البحث عن أساليب جديدة للوصول إلى الجمهور.

كما اقترح المبحوثون (أرقام 01، 02، 04، 07)، تبني نموذج ديمقراطية الإنتاج الإعلامي كبديل عن نموذج المالك، هذا يعني التحرر من القيود الاقتصادية والثقافية والسياسية التي تفرضها طبيعة السياسة التحريرية على المحتوى المقدم للجمهور.

ويضاف إلى ذلك أن المبحوثين (أرقام 01، 03، 05، 06، 07، 09)، يقترحون ضرورة تبني نموذج الإعلام الجديد والتفاعلي، والاستفادة من التجارب العالمية، والاستقلال المادي لتلك القنوات، والعمل على إعادة رسم السياسات التحريرية لتلك القنوات بما يتناسب مع احتياجات الجمهور ومتطلبات الواقع.

2- تحليل السلبيات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على

السياسة التحريرية وفق معطيات برنامج MAXQDA:

تحتل السلبيات المسجلة في إجابات المبحوثين المرتبة الثانية وفق المعطيات المتحصل عليها من إجاباتهم وفق برنامج MAXQDA، بنسبة تقدر بـ 28.57%، الذين يرون أن ارتباط المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور بمعايير معينة خاضعة لأيديولوجيا القناة وسياستها التحريرية من شأنه أن يقلل من قدرة القنوات الرسمية والعامّة والحزبية وحتى القطاع الخاص على استقطاب الجماهير، إجابة المبحوثين (أرقام 01، 02، 04، 09).

كما يعتقد المبحوثون (أرقام 01، 02، 03، 06، 07، 09)، أن ارتباط الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلباً عليها ويفقدها الكثير من الجمهور إذا كانت القناة محسوبة على حزب معين لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى وأيضاً إذا كانت القناة الرسمية محسوبة على لون معين لن يتابعها باقي الشرائح والفئات الحزبية، وبذلك تفقد مساحات واسعة من الجمهور أو فئات واسعة من جماهيرها.

كما يتضح من خلال إجابة المبحوثين (أرقام 01، 02، 03، 04، 05، 06، 07، 08، 09)، أن تحكم مالك القناة (الجهة المالكة للقناة) بعمق في رسم السياسة التحريرية ومسار البرامج الحوارية ووضع الخطوط العامة للعمل، هو وضع ليس صحيحاً وليس منطقيًا.

03- تحليل النقائص الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية

على السياسة التحريرية وفق معطيات برنامج MAXQDA:

تمثل النقائص الناجمة عن ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية نسبة: 22.22%، من إجابات المبحوثين، إذ يرى المبحوثون (أرقام 01، 03، 04، 05، 09)، أن مساهمة القنوات الفضائية ضعيفة في الجوانب التنموية، وهذا ينعكس عليها وبالتالي لا يتابعونها ولا يثقون بما تطرحه من قضايا، وبالتالي أي قضية يتم طرحها سواء لها علاقة بقضايا مجتمعية أو قضايا اقتصادية أو قضايا ثقافية لن يكون هناك جمهور واسع يتأثر بها.

وهذا يشير إلى أن المبحوث يدرك أن هذه المحطات لها لون وتوجهات معينة لا يمكن القبول بها، ولذلك لا يستجيب للقضايا التي تطرحها، كما أن عدم إعطاء رأي عام للمواضيع التي تطرحها يجعلها قليلة التأثير على الأمور، وأحد المؤشرات هو عدم الاستجابة للقضايا التي تطرحها تلك الفضائيات، وعندما تطرح موضوعاً للنقاش يكون عدد المتابعين والمشاهدين لبرامجها قليلاً جداً.

كما يرى المبحوثون (أرقام 03، 05، 07)، أن من بين النقائص التي تواجه ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية عدم تقديم المحتوى بشكل متنوع يراعي احتياجات كافة شرائح المجتمع.

وأجاب المبحوثون (أرقام 01، 03، 06، 09)، أن معايير القنوات الرسمية والعامية وحتى القطاع الخاص مرتبطة بمنطلقات تأسيسها، سواء كانت القناة رسمية أم حزبية وحتى الخاصة قد تكون مرتبطة بالربح المادي والتمويل، وهذا

ينعكس أيضا على رغباتها باهتمامات الجمهور بقدر ما هي رغبات المالك والصانع والمؤثر عليها.

ويرى المبحوثون (أرقام 01، 03، 05، 08) أن أغلبية القنوات الفضائية الفلسطينية تتبع لجهات مختلفة، وكل قناة تعمل بما يحقق أهداف هذه الجهات ورؤيتها، وهذا ما يضعفها ويخفض متابعيها، إضافة إلى عدم التعامل بموضوعية في القضايا السياسية الداخلية.

04- تحليل الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية

على السياسة التحريرية وفق معطيات برنامج MAXQDA:

تمثل الأسباب الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية وفق المعطيات المتحصل عليها من برنامج MAXQDA، نسبة 14.28% من إجابات المبحوثين، إذ يرى المبحوثون (أرقام 01، 02، 04، 05، 07، 09)، أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد القائم في طبيعته ومحتواه على الانتقائية في تلقي من جهة، وظهور نماذج وأشكال إخبارية جديدة من جهة أخرى مثل صحافة الفيديو والصحافة الإلكترونية وصحافة المواطن، ما يجعلها منافسا قويا للقنوات الفضائية الأخرى.

وأظهر التحليل أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب أن هناك عدم ثقة كبيرًا في الفضائيات الفلسطينية والاعتماد على الفضائيات العربية أو الدولية كالجزيرة والعربية والعالم والشرق وحتى على فضائيات ذات بعد دولي مثل "السي إن إن"، وغيرها من الفضائيات الدولية الناطقة بلغات حية، وبالتالي عدم قدرة الفضائيات الفلسطينية على مواكبة الحدث باحترافية كبيرة، إجابة المبحوثين (أرقام 02، 06، 09).

ويرى المبحوثون (أرقام 03، 08، 09) أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا، وذلك بسبب أن النسبة الطبيعية تماشيا مع ملكية هذه القنوات التي يذهب جزء كبير منها لملكية حزبية أو مؤسساتية أو رسمية حزبية مثل تلفزيون فلسطين، وافتقار الساحة الإعلامية الفلسطينية إلى القنوات المستقلة. إن ما تبحث عنه النخب الأكاديمية والإعلامية عادةً هو القنوات المستقلة نسبيا، حتى يتلقوا منها المعلومات والأخبار بعيدا عن تأثير السياسات التنظيمية والرسمية على السياسة التحريرية.

كما أن هذه القنوات تغرق في المحلية، ولذا لا تجد النخب ضالتها فيها من تحليل معمق لما يدور حولهم من أحداث وتفسيرات علمية ومنهجية تركز على المعلومات والرؤى واستشراف المستقبل.

النتائج التفصيلية للمقابلات:

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في الآتي:

1- من خلال استخدام برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تبين أن الاقتراحات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 63.49% من إجابات المبحوثين، ثم تليها السلبيات الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة: 28.57%، لتأتي بعدها النقائص الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة 22.22% من إجابات المبحوثين، ثم تليها الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر بـ 14.28% من إجابات المبحوثين.

2- 06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يقترحون أن تقوم القنوات الفضائية الفلسطينية بالتركيز على جودة المحتوى المقدم وتعزيز قيمته الإخبارية بعيداً عن الاعتبارات التحريرية الأخرى التي تؤثر بشكل مباشر على استقطاب الجمهور والرأي العام.

3-03 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 33.33%)، يقترحون أن تعمل

القنوات الفضائية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص على مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وقد نجحت بذلك عدة قنوات فضائية وما زالت تحاول المزج ما بين الإعلام التقليدي والرقمي في نشر المحتوى، إلا أن هناك توجهاً كبيراً على منصات الإعلام الرقمي، وهذا يدفع القنوات الفضائية إلى البحث عن أساليب جديدة للوصول إلى الجمهور.

4-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يقترحون ضرورة تبني

نموذج الإعلام الجديد والتفاعلي، والاستفادة من التجارب العالمية، والاستقلال المادي لتلك القنوات، والعمل على إعادة رسم السياسات التحريرية لتلك القنوات بما يتناسب مع احتياجات الجمهور ومتطلبات الواقع.

5-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يرون أن ارتباط

الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلباً عليها ويفقدها الكثير من الجمهور، فإذا كانت القناة محسوبة على حزب معين لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى، وأيضاً إذا كانت القناة الرسمية محسوبة على لون معين فلن يتابعها باقي الشرائح والفئات الحزبية، وبذلك تفقد مساحات واسعة من الجمهور أو فئات واسعة من جماهيرها.

6-09 مبحوثين (ما نسبته 100%)، يرون أن تحكم مالك القناة (الجهة المالكة للقناة) بعمق في رسم السياسة التحريرية ومسار البرامج الحوارية ووضع الخطوط العامة للعمل، هو وضع ليس صحيحاً وليس منطقيًا.

7-05 مبحوثين من بين 09 (ما نسبته 55.55%)، يرون أن مساهمة القنوات الفضائية ضعيفة في الجوانب الترموية، وهذا ينعكس عليها، وبالتالي لا يتابعها الجمهور ولا يثقون بما تطرحه من قضايا، ومن ثم فإن أي قضية يتم طرحها سواء لها علاقة بقضايا مجتمعية أم قضايا اقتصادية أم قضايا ثقافية لن يكون هناك جمهور واسع يتأثر بها، لأنه أصلاً يدرك أن هذه المحطات لها لون وتوجهات معينة لا يمكن القبول بها، ولذلك لا يستجيب للقضايا التي تطرحها، وعدم إعطاء رأي عام للمواضيع التي تطرحها يجعلها قليلة التأثير، وأحد المؤشرات هو عدم الاستجابة للقضايا التي تطرحها تلك الفضائيات، وعندما تطرح موضوعاً للنقاش يكون عدد المتابعين والمشاهدين لبرامجها قليلاً جداً.

8-03 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 33.33%)، يرون أن من بين النقائص التي تواجه ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية عدم تقديم المحتوى بشكل متنوع يراعي احتياجات كافة شرائح المجتمع.

9-04 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 44.44%)، يرون أن معايير القنوات الرسمية والعامة وحتى القطاع الخاص مرتبطة بمنطلقات

تأسيسها، سواء كانت القناة رسمية أم حزبية وحتى الخاصة قد تكون مرتبطة بالربح المادي والتمويل، وهذا ينعكس أيضا على رغباتها باهتمامات الجمهور بقدر ما هي رغبات المالك والصانع والمؤثر عليها.

10-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يرون أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد القائم في طبيعته ومحتواه على الانتقائية في التلقي من جهة وظهور نماذج وأشكال إخبارية جديدة من جهة أخرى، مثل صحافة الفيديو والصحافة الإلكترونية وصحافة المواطن، ما يجعلها منافسا قويا للقنوات الفضائية الأخرى.

11-03 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 33.33%)، يرون أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب أن هناك عدم ثقة كبيرا في الفضائيات الفلسطينية والاعتماد على الفضائيات العربية أو الدولية كالجزيرة والعربية والعالم والشرق وحتى على فضائيات ذات بعد دولي مثل السي ان ان وغيرها من الفضائيات الدولية الناطقة بلغات حية، وبالتالي عدم قدرة الفضائيات الفلسطينية على مواكبة الحدث باحترافية كبيرة.

12- 03 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 33.33%)، يرون أن اعتماد

أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات

الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا، وذلك بسبب أن النسبة

طبيعية تماشيا مع ملكية هذه القنوات التي يذهب جزء كبير منها لملكية

حزبية أو مؤسساتية أو رسمية حزبية مثل تلفزيون فلسطين، وافتقار

الساحة الإعلامية الفلسطينية إلى القنوات المستقلة. إن ما تبحث عنه

النخب الأكاديمية والإعلامية عادة هو القنوات المستقلة نسبيا، حتى يتلقوا

منها المعلومات والأخبار بعيدا عن تأثير السياسات التنظيمية والرسمية

على السياسة التحريرية.

تلخيص النتائج:

أولا: أهم نتائج الدراسة الميدانية:

بعد مناقشة نتائج الدراسة، يستعرض الباحث خلاصة لأهم النتائج التي خلصت

إليها الدراسة الميدانية، ومن أهم نتائج الدراسة:

1- أكثر فترة لمشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية كانت أقل من ساعة وبنسبة

وصلت 51.5% من أفراد العينة، ولوحظ أن 28% من أفراد العينة يشاهدون

القنوات الفضائية الفلسطينية من ساعة لغاية ثلاث ساعات.

2- 85% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الفلسطينية في المنزل و15%

يشاهدونها في المقاهي والأماكن العامة.

3- أوضحت الدراسة أن 68% يفضلون المشاهدة الفردية في حين أن 31%

يفضلون المشاهدة الجماعية، وكانت الفترة المسائية هي الفترة التي يفضلون

- مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية فيها، حيث حصلت على نسبة 49.5% وفي المرتبة الثانية جاءت حسب الوقت المتاح بنسبة وصلت 47.6%.
- 4- على صعيد الانتماء السياسي أظهرت النتائج أن نسبة 57.3% هم مستقلون ولا ينتمون إلى أي حزب سياسي و 31.1% ينتمون لحركة فتح و 4.4% ينتمون لحركة حماس.
- 5- القنوات الفضائية الفلسطينية التي يتابعها أفراد العينة كانت قناة فلسطين الفضائية في المرتبة الأولى بنسبة 79.6% وفي المرتبة الثانية قناة معا الفضائية بنسبة بلغت 38.3%.
- 6- هناك دور مهم لمالك القناة في رسم سياستها التحريرية وإلزامها للقائمين بالاتصال.
- 7- لمالك القنوات الفضائية الفلسطينية أثر ودور كبير في طرح أجندة البرامج الحوارية التي يتم عرضها على القنوات الفضائية الخاصة بهم.
- 8- هناك تفاوت في صلاحيات ملاك القنوات من قناة إلى أخرى في تحديد الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري.
- 9- لملاك القنوات الفضائية الفلسطينية دور في تخصيص ميزانيات مناسبة وملائمة من أجل تطوير خطة إعلامية للبرامج المطروحة.
- 10- للمالك دور فعال في تحديد القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية الفلسطينية وينعكس بشكل مباشر على البرامج الحوارية وسياسة القناة بشكل عام.
- 11- تؤثر القنوات الفضائية الفلسطينية بشكل متوسط في إقناع الجمهور بالمحتوى الذي تقدمه.
- 12- السياسة التحريرية للقناة تؤثر بشكل مباشر على إقناع الجمهور.
- 13- هناك ضعف في الرسائل الموجهة من قبل القنوات الفضائية الفلسطينية إلى الجمهور وتركز فقط في تلبية رغبات واحتياجات وأجندات المالكين.

- 14- تؤثر القنوات الفضائية الفلسطينية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية بشكل متوسط على جمهورها، وهناك حاجة إلى العمل من أجل الوصول إلى درجة إقناع الجمهور التابع لها.
- 15- الخطط الإعلامية للقنوات الفضائية ضعيفة في تقديم محتواها بناء على سياسات المالكين وبعيدة نوعاً ما عن احتياجات المجتمع والجمهور.
- 16- هناك دور قوي للرقابة الذاتية والقيود المفروضة على القنوات الفضائية الفلسطينية في تأثيرها على القائمين بالاتصال، وهناك قيود مفروضة على القنوات الفضائية الفلسطينية في المحتوى المطروح من قبل المالكين للقنوات بصرف النظر عن شكل الملكية فردياً أو حزبياً.
- 17- طبيعة القيود الكبيرة والرقابة الذاتية لدى القنوات الفضائية الفلسطينية تؤثر بشكل كبير على استقلالية عمل هذه القنوات.
- 18- وجود قيود ورقابة ذاتية من قبل المسؤولين الحزبيين ومالكي القنوات الفضائية على السياسة والمحتوى المقدم من قبل القنوات الفضائية الفلسطينية.
- 19- الانقسام الفلسطيني له دور كبير وسلبى زاد من الرقابة الذاتية على القنوات الفضائية الفلسطينية.
- 20- للإعلانات والجوانب الاقتصادية في القنوات الفضائية دور في تعزيز القيود والرقابة الذاتية على الصحفيين العاملين في هذه القنوات وعلى الذين تتم استضافتهم في البرامج الحوارية التي تعرض على القنوات الفضائية الفلسطينية.
- 21- التأثير السلبى للرقابة الذاتية على القائمين بالاتصال موجود في القنوات العامة والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية، وهذا بسبب القيود التي يتم فرضها على القنوات الفضائية الرسمية والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية.
- 22- يوجد تفاوت كبير في تطبيق المسؤولية الاجتماعية من قناة إلى أخرى بسبب القيود المفروضة على هذه القنوات بما يتماشى مع أجندات المالكين والممولين.

23- عدم رضى النخبة الأكاديمية والإعلامية عن البرامج المقدمة من قبل القنوات الفضائية، وهي بحاجة إلى المزيد من التحسين مع الأخذ بعين الاعتبار احتياجات الجمهور المستهدف والبعث قدر الإمكان عن القيود التي يتم فرضها على القنوات الفضائية الفلسطينية.

24- هناك دور سلبي تخلقه سياسة مالكي القنوات الفضائية في المضمون الذي تقدمه من جانب، ومن جانب آخر بناء الخطط الإعلامية للقنوات بعيدا عن احتياجات المجتمع والجمهور المستهدف.

25- هناك ضعف -نوعا ما- في الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية وبخاصة إلى تعزيز الموضوعات المطروحة بشكل يساهم في تعزيز الوعي والإدراك لدى الجمهور.

26- المناخ السياسي السائد في عمل القنوات الفضائية الفلسطينية يؤثر بشكل كبير على أدائها، ويجب تعزيز استقلالية عمل القنوات الفضائية الفلسطينية من أجل جذب الجمهور لها.

27- المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية تؤثر بشكل كبير على تقييم أدائها وأنه يجب الفصل ما بين المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية والسياسة التحريرية المتبعة فيها.

28- السياسة التحريرية في القنوات الفضائية غير واضحة، ومن الضروري وجود سياسة تحريرية واضحة بشكل كافٍ في القنوات الفضائية الفلسطينية، ما يساهم في تعزيز كفاءة عملها.

29- تنقل القنوات الفضائية الفلسطينية الصورة المجتمعية بشكل شفاف وبحرية.

30- هناك ضعف -نوعا ما- لدى القنوات الفضائية الفلسطينية في حرصها على بث مواد تحافظ على قيم المجتمع، لذلك لا بد من العمل على تفعيل الدور

الرقابي الذاتي والمؤسساتي الحاضن لعمل هذه القنوات من أجل مراجعة المواد التي يتم نشرها بما يتناسب مع قيم المجتمع.

ثانياً: أهم نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات) اقتراحات النخبة الإعلامية والأكاديمية:

1- تقترح النخبة الأكاديمية والإعلامية أن تركز القنوات الفضائية الفلسطينية على جودة المحتوى المقدم وتعزيز قيمته الإخبارية.

2- مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وهناك الكثير من القنوات قد سلكت هذا الطريق.

3- تبني نموذج ديمقراطية الإنتاج الإعلامي كبديل عن نموذج المالك للتحريرو من القيود الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تفرضها السياسة التحريرية على المحتوى.

4- ضرورة تبني الإعلام الجديد والتفاعلي والاستفادة من التجارب العالمية وإعادة رسم السياسات التحريرية بما يتناسب مع احتياجات الجمهور.

أما النتائج السلبية فكانت:

1- ارتباط المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور بمعايير أيديولوجيا القناة وسياستها التحريرية من شأنه أن يقلل من قدرة القنوات الرسمية والعامّة والحزبية وحتى القطاع الخاص على استقطاب الجماهير.

2- يعتقد عدد من المبحوثين أن ارتباط الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلباً عليها ويفقدها الكثير من الجمهور إذا كانت محسوبة على حزب معين، وبذلك لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى وتفقد مساحة واسعة من جماهيرها.

3- تحكم مالك القناة (الجهة المالكة للقناة) بعمق في رسم السياسة التحريرية ومسار البرامج الحوارية ووضع الخطوط العامة للعمل ليس صحيحاً وليس منطقيًا.

4- مساهمة القنوات الفضائية ضعيفة في الجوانب التنموية وهذا ينعكس عليها، وبالتالي لا يتابعها الجمهور ولا يتقنون بها.

5- النسبة الكبرى من المبحوثين يرون أن من بين النقائص التي تواجه ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية عدم تقديم المحتوى بشكل متنوع يراعي احتياجات المجتمع.

6- نسبة من المبحوثين ترى أن معايير القنوات الرسمية وحتى الخاصة مرتبطة بمنطلقات تأسيسها سواء رسمية أم حزبية أم خاصة وتكون مرتبطة بالريح المادي والتمويل، وهذا ينعكس أيضا على رغباتها باهتمام الجمهور بقدر ما هي رغبات المالك والصانع المؤثر عليها.

7- اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد القائم في طبيعة محتواه على الانتقائية في التلقي من جهة، وظهور نماذج وأشكال إخبارية جديدة من جهة أخرى.

8- اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا بسبب أن هناك عدم ثقة كبيرا في الفضائيات الفلسطينية والاعتماد على الفضائيات العربية أو الدولية كالجزيرة والعربية والعالم والشرق وحتى على فضائيات ذات بعد دولي مثل السي ان ان وغيرها من الفضائيات الدولية الناطقة بلغات حية، وبالتالي عدم قدرة الفضائيات الفلسطينية على مواكبة الحدث باحترافية كبيرة.

9- اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا، وذلك بسبب أن النسبة الطبيعية تماشيا مع ملكية هذه القنوات التي يذهب جزء كبير منها لملكية حزبية أو مؤسساتية أو رسمية حزبية مثل تلفزيون فلسطين، وافتقار الساحة الإعلامية الفلسطينية إلى القنوات المستقلة. إن ما تبحث عنه النخبة الأكاديمية

والإعلامية عادة هو القنوات المستقلة نسبيا، حتى يتلقوا منها المعلومات والأخبار بعيدا عن تأثير السياسات التنظيمية والرسمية على السياسة التحريرية.

المقترحات:

- 1- أهمية تفعيل دور المالكن للقنوات الفضائية الفلسطينية في تخصيص ميزانيات مناسبة وملائمة من أجل تطوير خطة إعلامية للبرامج التي طرحها.
- 2- ضرورة تفعيل دوائر المتابعة والتقييم في القنوات الفضائية الفلسطينية لما له من أثر إيجابي في كفاءة البرامج التي يتم طرحها في هذه القنوات.
- 3- عدم تدخل المالك في تحديد القرار التحريري لأنه ينعكس على سياسة القناة بشكل عام.
- 4- العمل على تعزيز قدرة الإقناع لدى القنوات الفضائية الفلسطينية من خلال تطوير الخطط الإعلامية بناء على احتياجات الجمهور، بدلاً من العمل ضمن خطط تعتمد بالدرجة الأولى على سياسة المالكين.
- 5- العمل الجاد على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية بناء على متطلبات جمهور هذه القنوات.
- 6- السعي لإشراك المؤسسات الحكومية الحاضنة لقنواتها الفضائية من أجل تطوير خطتها الإعلامية لتحسين دور القنوات الفضائية التابعة لها في إقناع الجمهور.
- 7- ضرورة أن تراجع القنوات الفضائية الفلسطينية التابعة للأحزاب والقوى السياسية، سياساتها التحريرية من أجل الوصول إلى درجة إقناع أعلى لجمهورها.

- 8- العمل على تعزيز المسؤولية الاجتماعية بأنواعها كافة في القنوات الفضائية الفلسطينية للوصول إلى مستويات تتناسب مع مواثيق الشرف الصحفية.
- 9- السعي لتطوير عمل القنوات الفضائية الفلسطينية لزيادة كفاءة عملها ودورها في تعزيز ثقافة الجمهور على المستوى العربي والإقليمي.
- 10- الحرص على تعزيز الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية بشكل يساهم في تعزيز الوعي والإدراك لدى الجمهور.
- 11- ضرورة العمل على خطط إعلامية تستهدف الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار الفئات العمرية لجمهور القنوات الفضائية الفلسطينية.
- 12- العمل على تعزيز استقلالية القنوات الفضائية الفلسطينية من أجل جذب الجمهور لها.
- 13- الحرص على الفصل بين المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية الفلسطينية والسياسة التحريرية المتبعة فيها.
- 14- ضرورة وجود سياسة تحريرية واضحة بشكل كافٍ في القنوات الفضائية الفلسطينية، ما يساهم في تعزيز عمل هذه القنوات.
- 15- العمل على انخراط القنوات الفضائية الفلسطينية في الظروف المجتمعية بعيدا عن القيود المفروضة على السياسة التحريرية الخاصة بكل قناة.

المصادر والمراجع:

الكتب:

1. أبو إصبع، صالح، (2015)، الاتصال الجماهيري. دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، عمان: الأردن.
1. أبو السعيد، أحمد العبد، (2014)، الإعلام الفلسطيني نشأته ومراحل تطوره. دار اليازوري، عمان: الأردن.
2. أبو جليل، محمد منصور، (2016)، قضايا معاصرة في التسويق. دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
3. أبو عياش، رضوان، (2009)، أثر التطور الاجتماعي والتحدي السياسي على أداء الإعلام الفلسطيني، ط1.
4. بشير، حمدي، (2014)، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي. أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
5. بطرس، صليب، (1974)، إدارة الصحف. الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، القاهرة.
6. الجرف، طعيمة، (1973)، القانون الإداري، دراسة التنظيم ونشاط الإدارة العامة. دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ط1، القاهرة.
7. الحاج، كمال، (2022)، نظريات الإعلام والاتصال. الجامعة الافتراضية السورية، دمشق: الجمهورية العربية السورية.
8. حجازي، مصطفى، (2018)، حصار الثقافة بين القنوات التلفزيونية الفضائية والدعوة الأصولية. المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان.
9. حسام الدين، محمد، (2013)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: مصر.

10. الخرعان، محمد عبد الله، (1996)، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام. دار عالم الكتب للطباعة والنشر، ط1، الرياض.
11. خضور، أديب، (2011)، الإعلام المتخصص. المكتبة الإعلامية الحديثة للنشر والطباعة، دمشق: سوريا.
12. خليل، نائلة، (2018)، السياسة التحريرية في الصحافة الفلسطينية. بيرزيت: مركز تطوير الإعلام.
13. الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان: الأردن.
14. الدليمي، عبد الرزاق، (2015)، عولمة التلفزيون. دار جريز للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
15. الدليمي، عبد الرزاق، (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
16. الزبيدي، طه، (2013)، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته. دار الفجر للنشر والتوزيع، الأعظمية، بغداد، العراق.
17. شرف، عبد العزيز، (2017)، المدخل إلى وسائل الإعلام. الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة: مصر.
18. عبد الحميد، محمد، (2015)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، ط4، القاهرة.
19. العبد، عدلي، (2011)، التبادل الإخباري التلفزيوني العربي. دار الفكر العربي، القاهرة: مصر.

20. عبداللطيف، صلاح، (2014)، الصحافة المتخصصة. الدار الجامعية، الإسكندرية: مصر.
21. عواد، فاطمة حسين، (2010)، الإعلام الفضائي. دار أسامة، ط1، عمان: الأردن.
22. فاطمة، عبد الفتاح، (2012)، القنوات التلفزيونية الفضائية. دار العالم العربية للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
23. فرهاد، عبد اللطيف، (2016)، الإعلام الحكومي والرسمي. الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
24. الفطافطة، محمود، (2013)، السياسة التحريرية في الصحف الفلسطينية وتأثيرها على حرية التعبير. رام الله: المركز الفلسطيني للتمية والحرية الإعلامية.
25. كنعان، علي، (2014)، إدارة المؤسسات الإعلامية. دار اليازوري، ط1، عمان: الأردن.
26. المشاقبة، بسام، (2014)، نظريات الإعلام. دار أسامة، ط1، عمان، الأردن.
27. المشاقبة، بسام، (2015)، نظريات الاتصال. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
28. أبو راشد، شادي، (2019)، أثر أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية الخاصة من وجهة نظر القائمين بالاتصال. رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

29. أبو مدين، حسين مسعود، (2019)، أنماط ملكية الصحف الفلسطينية وانعكاساتها على السياسة التحريرية: دراسة القائم بالاتصال. رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.
المجلات والبحوث:

1. بدر، حنان، (2016)، كيفية إدارة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة في الخبرة الألمانية ومقارنتها بالسياق المصري وتحديات التنظيم والإدارة فيه. ورقة مقدمة إلى أعمال ورشة الإعلام والتحول الديمقراطي في المنطقة العربية، ص 43-56.

2. بروش، زين الدين، (2014)، واقع التحديات والاقتصاد الجديد. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، جامعة سطيف، العدد الثالث، ص 41-60.

3. بشرى، إكرام، (2017)، السياسة التحريرية وانعكاساتها على الإنتاج الإخباري: دراسة تحليلية تطبيقية على إذاعة أم درمان القومية 2013-2016. رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: الخرطوم، السودان.

4. بورحلي، وفاء، (2018)، أنماط الملكية الصحفية وعلاقتها بالتعددية الإعلامية في البلدان العربية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 7، عدد 14.

5. الصادق، رابح، (2012)، مفهوم الخدمة العامة في التلفزيون: المقاربة التجارية والمنظور النقدي. مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، ص 43-56.

6. صلاح الدين، خالد، (2013)، اتجاهات الجمهور الإعلامية نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر. بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي

- التاسع، بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، ص 744.
7. ضيف، زهير حسن، (2018)، دوافع استخدام النخب الخليجية لوسائل التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة. جامعة البحرين.
8. الطويسى، باسم، (2017)، تحولات الإعلام الرسمي العربي: أسئلة الديمقراطية ومعايير الخدمة العامة. منشورات الجزيرة للدراسات الاستراتيجية.
9. عبد العظيم، جمال، (1998)، المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر. أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
10. علي، محمد، (2016)، نمط وسائل الإعلام العراقية وتأثيرها على الأداء الإعلامي. مجلة الحوار، العدد 5194، ص 65-78.
11. العيساني، رحيمة الطيب، (2013)، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. مجلة الباحث الإعلامي، بغداد: جامعة بغداد، العدد 20، ص 13-27.
12. قانون الخدمة المدنية الفلسطيني رقم (4)، سنة 1998 والمعدل بالقانون رقم (4) لسنة 2005، وقرار مجلس الوزراء رقم (335) لسنة 2005 بنظام توظيف الخبراء، وبناء على قرار مجلس الوزراء بتاريخ 5-4-2021، مجلة الوقائع الفلسطينية، العدد 180، 24-6-2021م.
13. المدهون، يحيى، وعلي، خليل عبد الله، (2018)، دور القنوات الفضائية الفلسطينية في تعزيز قيم المواطنة من وجهة نظر طلبة

- الجامعات بمحافظات غزة. مجلة جامعة الأزهر، غزة: جامعة الأزهر
سلسلة العلوم الإنسانية، العدد 1، ص125-145.
14. مصطفى، هويد، (2013)، دور الإعلام في الأزمات الدولية.
مركز المحروسة للبحوث والتدريب، القاهرة: مصر.
15. موسى، صدقي محمد، (2009)، اتجاهات طلبية الجامعات
ال فلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث
الداخلية: جامعة بيرزيت أنموذجاً. رسالة ماجستير، قسم الإعلام،
جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
16. مقابلة خاصة مع المهندس مأمون فنشة- مدير المحطات في
الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون بتاريخ 20-11-2022.
17. أبو زيد، أحمد، (2013)، التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد. مقال منشور،
http://ardelhoria.blogspot.com/2013/08/blog-post_1342.html
18. حواجي، عز الدين(2018). أثر السلطة السياسية على
توجهات القنوات الفضائية الإخبارية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة.
قسم العلوم الإنسانية- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد
حمه لخضر بالوادي، الجزائر.
19. عبد العاطي، علاء. (2018). بعنوان (تأثير نمط الملكية في
القنوات التلفزيونية الفضائية الإخبارية العربية: دراسة تحليلية مقارنة.
العدد 50، الجزء الأول. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر،
القاهرة.
20. محمود البنهاوي(2014). ملكية وسائل الإعلام: أنماط والتنظيم
دراسة مقارنة. الطبعة الأولى. مركز دعم لتقنية المعلومات. القاهرة.

21. كـرـيـم، اسـمـاعـيـل عـبـد الـكـرـيـم حـمـة. (2014). تأثـيـر العـوـامـل الإـدـارـيـة عـلـي سـيـاسـة تـحـرـيـر الصـحـف الـكـرـديـة. رسـالـة مـاجـسـتـير غـيـر مـنـشـورـة. جـامـعـة المـنـصـورـة، كـلـيـة الآدـاب، قـسـم الإـعـلام.
22. نـدى أـمـيـن. (2018). مـلـكـيـة و سـائـل الإـعـلام و تأثـيـر هـا فـي اسـتـقـلـالـيـة المـحتـوى الصـحـفي : الـسـودان نمـوذجـا. سـيـاسـات عـرـبـيـة، مـج. 2018، ع. 33، ص ص. 93-116.

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1-Ronald Shaw & Maxwell McCombs, (2017). **The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press.** St. Paul: West Publisher.co
ظهور القضايا السياسية الأمريكية: وظيفة وضع جدول الأعمال للصحافة. سانت بول: ويست
Publisher.co
- 2-Nana ya, Angle. (2012). **MEDIA OWNERSHIP ANDITS INFLUNCE ON EDITORIAL POLCY (A CASE STUDY OF ANNOUNCER NEWSPAPER OWERRI)**,Nigeria:Journal of Chmical Information and Modeling.
ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها على السياسة التحريرية (دراسة حالة لصحيفة المذيع OWERRI) ،
نيجيريا: مجلة المعلومات الكيميائية والنمذجة.
- 3-Entman,Robert M. (1989).**How THE MEDIA AFFECT WHAT PEOPLE THINK: INFORMAION PROCESSING APPROACH**,Washington: the journal of politics.
كيف تؤثر وسائل الإعلام على ما يفكر فيه الناس: نهج معالجة المعلومات ، مجلة السياسة: واشنطن.

4- Soroka, N. S. (2000). **Agenda Setting Dynamics in Canda**. Toronto: UBC Press.

ديناميات إعداد جدول الأعمال في كندا. تورنتو: مطبعة يو بي سي، (2000)

5- Hamm, M. (2010), **Middle school students science texts box, Television and Nuclear war Issues**. California: report, research office.

مربع نصوص العلوم لطلاب المدارس الإعدادية، التلفزيون وقضايا الحرب النووية. كاليفورنيا: تقرير ، مكتب الأبحاث.(2010)

6-Godson, Okafor.(2014). The Influence of Media Ownership and Control on Media Agenda Setting in Nigeria. International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE) Volume 1, Issue 7, July 2014, PP 36-45.

7- Muhammad ,Ammar Taher, (2021)The Impact of the Media Policy of Satellite Channels on the Ethics of the Profession in Iraq- Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology 18 (03),p 47-57.

8- Langworth, Rachel, (2020), Media ownership and the exploitation of media power for corporate self-interest: a case study of News International's coverage of the BBC and OFcom.

المواقع الإلكترونية:

1- موقع وكالة معا الإخبارية، تاريخ الزيارة 2022-11-23

<https://www.maannews.net>

2- <https://www.pbc.ps> موقع الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية، تاريخ الزيارة،

2022-11-23

3- موقع قناة عودة الفضائية، تاريخ الزيارة، 2022-11-24

<https://www.nzraty.com/%D8%AA%D8%B1%D8%AF%D8%AF-%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9-%D8%B9%D9%88%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86%D9%8A%D8%A9-2021-awde>

4- موقع قناة فلسطين اليوم، تاريخ الزيارة، 2022-11-24

[/https://paltodaytv.com](https://paltodaytv.com)

5- موقع قناة الأقصى، تاريخ الزيارة، 2022-11-24

[/https://seraj.tv](https://seraj.tv)

6- تقي خالد. (Jun, 2022 11). *Maktabtk.com*. تم الاسترداد من <https://www.maktabtk.com/blog/post/73/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D9%86%D8%AD%D8%B3%D8%A8-%D8%AD%D8%AC%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%8A%D9%86%D8%A9.html>

الملاحق

ملحق 1: الاستبانة



بسم الله الرحمن الرحيم

استبانة

أخي المبحوث،

أختي المبحوثة،

تحية طيبة وبعد:

أضع بين يديك هذه الاستبانة المخصصة لجمع المعلومات اللازمة للدراسة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة المؤسسات الإعلامية/ جامعة القدس المفتوحة وهي بعنوان: "أثر ملكية القنوات

الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية"، بإشراف د. محمود خلوف.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية، ولأهمية رأيكم حول موضوع الدراسة، يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة علماً بأنه سيتم التعامل مع هذه البيانات بسرية تامة ولأغراض البحث العلمي فقط.

وشكراً لتعاونكم

الباحث: رامي جحاجة

رام الله

القسم الأول: البيانات الشخصية

رقم الاستمارة : <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	A01	التاريخ:...../...../.....	A00
الجنس: 1. ذكر <input type="checkbox"/>		2. أنثى <input type="checkbox"/>	A02
العمر : 1. اقل من 30 سنة		2. من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	A03
3. من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة		4. أكثر من 50 سنة	
المؤهل العلمي: 1. دبلوم متوسط		2. بكالوريوس	A04
3. ماجستير.		4. دكتوراه	

A05	مكان العمل: 1. مؤسسة أكاديمية (جامعة) 2. مؤسسة إعلامية.	<input type="checkbox"/>
A06	طبيعة العمل: 1. عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية). 2. عمل صحفي. 3. عمل أكاديمي.	<input type="checkbox"/>
A07	سنوات الخبرة: 1. أقل من 3 سنوات. 2. من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات. 3. من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات. 4. من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات. 5. 10 سنوات فأكثر.	<input type="checkbox"/>

القسم الثاني: عادات المشاهدة ومعدلاتها

- ما معدل مشاهدتك للقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل يومي؟

1. أقل من ساعة.
2. من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
3. من 3 ساعات إلى أقل من خمسة ساعات
4. 5 ساعات فأكثر

- أين تشاهد القنوات الفضائية الفلسطينية.

1. في المنزل
2. لدى الأقارب والجيران
3. لدى الأصدقاء
4. في المقاهي والأماكن العامة
5. في مكان آخر (حدد) /.....

- ما نمط مشاهدتك للقنوات الفضائية الفلسطينية.

1. فردية
2. جماعية
3. غير ذلك (حدد/ي).....

- ما الفترة التي تشاهد فيها غالباً القنوات الفضائية الفلسطينية.

1. فترة الصباح
2. فترة الظهر
3. الفترة المسائية
4. فترة السهرة
5. حسب الوقت المتاح

- الانتماء السياسي.

1. فتح
2. حماس
3. الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين
4. الجهاد الإسلامي
5. الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين
6. المبادرة الوطنية
7. مستقل
8. أخرى (حدد).....

- القنوات الفضائية الفلسطينية التي تتابعها:

1. فلسطين الفضائية.
2. قناة الأقصى الفضائية.
3. قناة عودة الفضائية.
4. قناة معاً الفضائية.
5. قناة فلسطين اليوم الفلسطينية.

□ 6. أخرى (حدد).....

القسم الثالث: محاور الدراسة

المحور الأول: دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال

دور المالك يكمن في:

درجة موافقتك أو معارضتك					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.	1				
<input type="checkbox"/>	في القنوات الفضائية يحدد المالك فقط الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري لا يمكن تجاوزها	2				
<input type="checkbox"/>	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.	3				
<input type="checkbox"/>	يدرك مالك المحطات الفضائية لأهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.	4				
<input type="checkbox"/>	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.	5				
<input type="checkbox"/>	يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف.	6				

<input type="checkbox"/>	القنوات الفضائية تعمل بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية.	7				
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--	---

المحور الثاني: القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها:

درجة موافقتك أو معارضتك					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات مالك الفضائية.	1				
<input type="checkbox"/>	ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية يساهم في تحقيق أهداف تنمية مرتبطة بتثقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.	2				
<input type="checkbox"/>	السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامّة قد تحد من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور.	3				
<input type="checkbox"/>	تخلق الفضائيات رأيا عاما واعيا لمختلف القضايا التي تهتم المجتمع.	4				
<input type="checkbox"/>	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات المعلنين لديها.	5				

<input type="checkbox"/>	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.	6				
<input type="checkbox"/>	القنوات الفضائية الرسمية لا تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أداؤها.	7				
<input type="checkbox"/>	القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.	8				
<input type="checkbox"/>	القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.	9				
<input type="checkbox"/>	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي على السياسة التحريرية و على مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.	10				
<input type="checkbox"/>	السياسة التحريرية تحد من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اتخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المستهدف.	11				
<input type="checkbox"/>	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر ينعكس إيجاباً على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.	12				
<input type="checkbox"/>	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص تتأثر سلباً	13				

					بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.
--	--	--	--	--	---

المحور الثالث: الرقابة الذاتية والقيود التي تؤثر على القائمين بالاتصال

3. الرقم	العبارة	درجة موافقتك أو معارضتك				
		غير موافق بشدة	غير موافق	متوسط	موافق	موافق بشدة
1	خوف القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية من رفع سقف الحريات يسهم مباشرة في تشكيل صورة سلبية عن الوسيلة.	<input type="checkbox"/>				
2	الرقابة الذاتية للقائمين بالاتصال تحد من سقف الحريات المتاحة في المضامين التي تبثها القنوات الفضائية الفلسطينية.	<input type="checkbox"/>				
3	التأثير السلبي للرقابة الذاتية اتسع في هامش تأثيره على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها منذ الانقسام الفلسطيني 2007.	<input type="checkbox"/>				
4	حرص القنوات الفضائية على المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وأفراده تجعل القائمين بالاتصال أكثر قرباً من موائيق الشرف الصحفية.	<input type="checkbox"/>				
5	التأثير السلبي للرقابة الذاتية على القائمين بالاتصال والموجودة أساساً في القنوات العامة والقريبة من السلطة الوطنية الفلسطينية.	<input type="checkbox"/>				

<input type="checkbox"/>	للجوانب الاقتصادية والإعلانات دور مباشر في تحفيز الرقابة الذاتية لدى الصحفيين بما يحد من قدرتهم على النقد الصريح والبناء.	6				
<input type="checkbox"/>	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحزبيين يمثل سيفا مسلطا على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية، وبالذات الحزبية.	7				
<input type="checkbox"/>	الخوف من عدم رضى المسؤولين الحكوميين يمثل سيفا مسلطا على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العامة، والرسمية.	8				

المحور الرابع: مدى اقتناع المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية

درجة موافقتك أو معارضتك					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب قيم المجتمع.	1				
<input type="checkbox"/>	القنوات الفضائية تراعي البعد التنموي في معالجتها بشكل مقنع وملائم.	2				
<input type="checkbox"/>	تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبا عليها.	3				
<input type="checkbox"/>	تعلي القنوات الفضائية الفلسطينية من ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية.	4				

<input type="checkbox"/>	القضايا المطروحة على القنوات الفضائية الفلسطينية تناسب مختلف المراحل العمرية.	5				
<input type="checkbox"/>	تسهم الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى الجمهور المستهدف.	6				
<input type="checkbox"/>	للقنوات الفضائية الفلسطينية دور بارز في تشكيل رأي عام حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها.	7				
<input type="checkbox"/>	تستجيب القنوات الفضائية الفلسطينية للتغذية الراجعة مما يسهم في إحداث تغيير إيجابي بالمحتوى المطروح.	8				

المحور الخامس: تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية

درجة موافقتك أو معارضتك					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة		
<input type="checkbox"/>	تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي.	1				
<input type="checkbox"/>	يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل.	2				
<input type="checkbox"/>	عدم وجود قانون للمرئي والمسموع، وإلزام المؤسسات بقانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة (1995) يؤثر سلبا على هامش الحريات الممنوح في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية.	3				
<input type="checkbox"/>	يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة.	4				

<input type="checkbox"/>	يعيب السياسات التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية العامة والرسمية بأنها عمليا تحد من الخوض في قضايا رئيسية تهم المجتمع.	5				
<input type="checkbox"/>	تؤثر الظروف المجتمعية على المواد التي تبثها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها.	6				
<input type="checkbox"/>	ألمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام تضع قيودا على طبيعة الشخصيات التي يتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية.	7				
<input type="checkbox"/>	تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع.	8				

ولكم جزيل الشكر

ملحق 2: الرسالة الموجهة لنقابة الصحفيين الفلسطينيين

Dr. Mahmoud M. Khlouf

Assistant Professor: Electronic
Media and Public Relations

د. محمود محمد خلوف

أستاذ الإعلام الإلكتروني والعلاقات العامة
الجامعة العربية الأمريكية-فلسطين

2022-7-27

حضرة أ.ناصر أبو بكر المحترم،
نقيب الصحفيين الفلسطينيين، نائب رئيس الاتحاد الدولي للصحفيين.
تحية طيبة وبعد،

الموضوع: عرض كشف للصحفيين لإقراره لغرض البحث العلمي

عطفًا على الموضوع أعلاه، فإن الطالب رامي حسين جاحجة (ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية/جامعة القدس المفتوحة) ينفذ دراسة ميدانية على الصحفيين الممارسين للمهنة من أهل الخبرة الممتدة، أو المؤثرين على القرار في المؤسسات الإعلامية بالضفة الغربية المحتلة.

والطالب مطالب منه أن يحصر مجتمع الدراسة الذي يمثل النخبة الإعلامية، إن أن عنوان رسالة الماجستير الخاصة به، "أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية بنظر النخبة الإعلامية والأكاديمية"، ولذلك قام الباحث بجهود ذاتية وبمساعدي لكوني المشرف عليه، وبعون من زملاء آخرين بحصر أسماء الصحفيين أهل الخبرة، أو الذين لديهم التأثير في القرار بالمؤسسات الصحفيين لإدراجهم ضمن مجتمع الدراسة، تمهيدا لتوزيع استبانة على عينة منهم حسب الأصول.

ومن هنا أرفق إلى حضرتك كشف الصحفيين الذي سيمثل مجتمع دراسة رامي جاحجة أملا التكرم من نقابة الصحفيين دراسته، واقتراح أية إضافات أو تعديلات دعما لمسيرة البحث العلمي.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

المشرف على رسالة الطالب
الصحفي د.محمود خلوف



*مرفق كشف الصحفيين آملين دراسته، والرد على المراسلة... وشكرا.

هاتف: 0097 4 241888 (Ext: 1198) - جوال: 0097 599 260559

صندوق البريد 240 جنين، الزبائدة/ الحرم الرئيسي للجامعة العربية الأمريكية- كلية الآداب

P.O.Box 240 Jenin, Zababdeh \ The Main Campus of the Arab American University

ملحق 3: رد نقابة الصحفيين الفلسطينيين

State of Palestine
Palestinian Journalist Syndicate - Jerusalem
Temporary main head office - Ramallah



دولة فلسطين
نقابة الصحفيين الفلسطينيين - القدس
المقر العام المؤقت - رام الله

التاريخ: 2022/7/31

الرقم: 2022/32

حضرة الزميل د. محمود خلوف / المحترم
المشرف على رسالة الطالب رامي جحاجة
تحية طيبة وبعد،

الموضوع: اعتماد كشف الصحفيين

عطفًا على الموضوع أعلاه، وردا على كتابكم الوارد إلينا قبل يومين، بشأن إبداء الرأي في كشف الصحفيين الفلسطينيين المرفق مع المخاطبة الخاصة برسالة الماجستير الخاصة بالطالب رامي جحاجة/ ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية في جامعة القدس المفتوحة، فإننا نفيديكم علما بأنه تم دراسة الكشف ووجدنا بأنه يمثل بالفعل مجتمع الدراسة (النخبة الصحفية) في الضفة الغربية

نقدر عاليا جهودكم لدعم مسيرة البحث الإعلامي وتدعو لك وللزميل رامي جحاجة بعزيم من التقدم والنجاح

مع الاحترام والتقدير

أ. ناصر أبو بكر
نقيب الصحفيين الفلسطينيين
نائب نقيب الصحفيين العرب



رام الله - البيرة - حي البالوع - عمارة النيسان - الطابق الاول - تليفون 022420332 - الموقع الالكتروني: www.PJS.ps

ملحق 4: أسماء محكمي الاستبانة

الاسم	الوصف	الجامعة
الأستاذ الدكتور ماجد تزيان	أستاذ دكتور: إعلام	جامعة الأقصى
الدكتور معين كوع	أستاذ الإعلام المساعد غير المتفرغ	جامعة النجاح
الدكتور شادي أبو عياش	أستاذ فنون الإعلام المساعد	الجامعة العربية الأمريكية
الدكتور يحيى المدهون	أستاذ فلسفة الإعلام والاتصال المساعد	جامعة الأزهر
الدكتور علاء عياش	أستاذ مساعد: إذاعة وتلفزيون	جامعة فلسطين التقنية- خضوري
الدكتور محمد أبو الفحم	أستاذ إذاعة وتلفزيون المساعد غير المتفرغ.	جامعة القدس المفتوحة

ملحق 5: أسئلة المقابلة

أخي، أختي الخبير/ة الأكاديمي/ة.....المحترم/ة.

تحية طيبة وبعد،

أجري أنا الإعلامي رامي جاجحة دراسة استكمالية لنيل درجة الماجستير في إدارة المؤسسات الإعلامية/جامعة القدس المفتوحة وهي بعنوان: "أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية"، بإشراف د. محمود خلوف.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية.

وأجأ إليكم لغرض استطلاع آرائكم انطلاقاً من خبرتكم المرموقة، ولكون هذه الدراسة تقوم على الأسلوب المتسلسل التشاركي (الأسلوب التتبعي)، إذ نحن بصدد مناقشة بعض نتائج الدراسة الميدانية التي طبقناها على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية معكم لنخرج بنتائج عملية بناء على إجاباتكم التي سنراعي في التعامل معها الخصوصية والأمانة العلمية.

مع الاحترام

الباحث

.....

جدول يظهر التوزيع النسبي لمعدلات مشاهدات القنوات الفلسطينية من قبل أفراد العينة (النخبة الأكاديمية والإعلامية)

النسبة المئوية	التكرار	معدل المشاهدة
51.5%	106	أقل من ساعة
28.6%	59	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
16.0%	33	من 3 ساعات إلى أقل من خمس ساعات
3.9%	8	5 ساعات فأكثر
100.0%	206	المجموع

السؤال المطروح للنقاش والإجابة:

1- كيف تفسر أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية هو أقل من ساعة يوميا.

الجواب:

ماذا تقترح حتى يتم زيادة معدل تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية للقنوات الفضائية الفلسطينية؟

الجواب:

جدول يظهر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور دور ملكية

المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.9 %	0.735	4.04	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.
مرتفعة	2	78.6 %	0.833	3.93	القنوات الفضائية تعمل بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية.
متوسطة	3	68.8 %	0.795	3.44	في القنوات الفضائية يحدد المالك فقط الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري لا يمكن تجاوزها
متوسطة	4	60.3 %	1.029	3.01	يدرك مالك المحطات الفضائية لأهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.
متوسطة	5	57.2 %	1.053	2.86	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.
متوسطة	6	55.9 %	1.042	2.80	يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف.
منخفضة	7	42.6 %	0.967	2.13	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.
متوسطة			3.17		جميع فقرات المحور معاً

2- يتضح تحكم مالك القناة (الجهة المالكة للقناة) بعمق في رسم السياسة التحريرية ومسار البرامج الحوارية ووضع الخطوط العامة للعمل، فهل هذا وضع صحي ومنطقي بنظرك، وما المطلوب عمله.

الجواب:

جدول يظهر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.7%	0.773	4.03	السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامة قد تحد من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور.
مرتفعة	2	78.5%	0.991	3.93	القنوات الفضائية الرسمية لا تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أداؤها.
مرتفعة	3	75.8%	0.964	3.79	تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات مالك الفضائية.
مرتفعة	4	74.8%	0.901	3.74	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص تتأثر سلبا بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.
مرتفعة	5	73.9%	0.586	3.70	السياسة التحريرية تحد من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اتخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المستهدف.
مرتفعة	6	73.6%	0.948	3.68	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات المعلنين لديها.

متوسطة	7	71.5%	0.903	3.58	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي على السياسة التحريرية و على مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.
متوسطة	8	69.9%	0.962	3.49	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر ينعكس إيجابا على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.
متوسطة	9	67.2%	0.871	3.36	القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.
متوسطة	10	67.2%	0.952	3.36	ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية يسهم في تحقيق أهداف تنموية مرتبطة بتثقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.
متوسطة	11	62.9%	0.786	3.14	القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية تحرص على زيادة ثقة جماهيرها عبر من تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.
متوسطة	12	60.5%	0.883	3.02	تخلق الفضائيات رأيا عاما واعيا لمختلف القضايا التي تهم المجتمع.
متوسطة	13	55.8%	0.955	2.79	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.
متوسطة 3.51					جميع فقرات المحور معًا

3- يتضح أن القنوات الرسمية والعامّة والحزبية وحتى للقطاع الخاص تعتمد على معايير تبدو أنها لا تعبر الاهتمام الكافي لرغبات الجمهور وحقه في معرفة الحقائق الكافية، فالإلى أي حد يتسبب هذا بإضعاف ثقة الجماهير بهذه الوسائل؟، وما مقترحاتك للقنوات الفضائية الفلسطينية؟

الجواب:

جدول يظهر المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور مدى اقتناع
المبحوثين بمستوى برامج القنوات الفضائية مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.5 %	0.979	4.03	تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبا عليها.
متوسطة	2	66.4 %	0.910	3.32	الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية تتناسب قيم المجتمع.
متوسطة	3	59.7 %	0.905	2.99	تعلي القنوات الفضائية الفلسطينية من ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية.
متوسطة	4	59.5 %	0.716	2.98	للقنوات الفضائية الفلسطينية دور بارز في تشكيل رأي عام حول الموضوعات والقضايا التي تطرحها.
متوسطة	5	56.6 %	0.940	2.83	القنوات الفضائية تراعي البعد التنموي في معالجتها بشكل مقنع وملائم.
متوسطة	6	56.5 %	0.979	2.83	تسهم الموضوعات المطروحة في القنوات الفضائية الفلسطينية في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى الجمهور المستهدف.
متوسطة	7	53.2 %	0.798	2.66	القضايا المطروحة على القنوات الفضائية الفلسطينية تتناسب مختلف المراحل العمرية.
متوسطة	8	47.7 %	0.805	2.38	تستجيب القنوات الفضائية الفلسطينية للتغذية الراجعة مما يسهم في إحداث تغيير إيجابي بالمحتوى المطروح.
متوسطة				3.00	جميع فقرات المحور معًا

4- يتبين من إجابات المبحوثين تأكيدهم الواضح على أن تأثر مضامين القنوات الفضائية بأجندة سياسية ينعكس سلبا عليها، فماذا تتصح هذه الوسائل للعمل؟

الجواب:

6- ضعف ثقة المبحوثين بمساهمة القنوات الفضائية بشكل مقنع في الجوانب التنموية، وفي تشكيل الرأي العام الواعي تجاه مختلف المسائل، وفي إعلاء ثقافة الجمهور بالقضايا المطروحة على الساحة العربية والإقليمية، والحرص على أن تكون القضايا المطروحة مناسبة للفئات العمرية، فما المؤشرات التي تظهرها هذه النتائج.

الجواب:

ماذا تتصح هذه القنوات للعمل لتجاوز نقاط الضعف التي اتضحت بشكل جلي من خلال نتائج الدراسة أعلاه.

الجواب:

شكرا لتعاونكم معنا

ملحق 6: الخبراء الذين أجريت معهم المقابلة

الوصف	الاسم
أستاذ الإعلام غير متفرغ، رئيس شبكة أصداء الإعلامية	الدكتور أمين أبو وردة
رئيس دائرة تكنولوجيا المعلومات في جامعة فلسطين التقنية	الدكتور علاء عياش
منسق برنامج ماجستير إدارة المؤسسات الإعلامية في جامعة القدس المفتوحة	الدكتور حسين سعد
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد في الجامعة الإسلامية في غزة	الدكتور محسن الإفرنجي
رئيس برنامج ماجستير الإذاعة والتلفزيون في جامعة النجاح الوطنية	الدكتورة غادة دعبس
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد في جامعة القدس المفتوحة	الدكتور محمد أبو الفحم
أستاذ الاتصال والإعلام الرقمي في جامعة فلسطين الأهلية- بيت لحم	الدكتور إبراهيم الحروب
أستاذ مساعد في قسم تكنولوجيا المعلومات في جامعة فلسطين التقنية	الدكتورة ولاء البطاط
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد في جامعة النجاح الوطنية	الدكتور إسلام الحلايقة