



Dr. Haier Shalala Miteb

E-Mail :

haidar171981@gmail.com

Phone Number :

07805099027

College of Islamic Sciences-
Karbala University

Keywords:

- TV reporter.
- Social networking sites.
- Professional performance.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 / 2 /2023

Accepted : 22 / 2 /2023

Available Online : 16 / 3 /2023

THE TV REPORTER'S USE OF SOCIAL NETWORKING SITES AND THEIR IMPACT ON HIS PROFESSIONAL PERFORMANCE

A B S T R A C T

The research aims to reveal the TV correspondent's uses of social networking sites and their reflections on his professional performance. The researcher used the descriptive approach and the field survey method to suit that with the purposes of the research. Research is the questionnaire and scale for collecting field data and to verify the hypothesis that indicates the existence of a correlation between social networking sites and the development of the professional performance of the TV reporter.

The most important results he reached are:

1- The Facebook site ranked first among the most employed sites in the work of the TV reporter, with a rate of 11.81%.

2- The most important uses provided by social networking sites for the TV reporter are searching for information and pictures about issues and events, and correspondence with others regarding television work.

3- All respondents confirmed that the use of social networking sites develops their professional performance skills.

استخدامات المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها

على ادائه المهني

دراسة ميدانية

المستخلص

يهدف البحث إلى الكشف عن استخدامات المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على ادائه المهني، واستخدم الباحث المنهج الوصفي واسلوب المسح الميداني لملائمة ذلك مع أغراض البحث واجري البحث على عينة قصدية قوامها (٢٠٠) مستخدم من المراسلين التلفزيونيين العاملين في الفضائيات العراقية، وتم الاعتماد على اداة بحثية هي الاستبانة والمقياس لجمع البيانات الميدانية ولتحقق الفرض الذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطوير الاداء المهني للمراسل التلفزيوني.

أما أهم النتائج التي توصل إليها ، فهي:

1- حصول موقع الفيس بك على المرتبة الاولى ضمن المواقع الاكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني بنسبة ١١,٨١ %

2- اهم الاستخدامات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي للمراسل التلفزيوني هي البحث عن المعلومات والصور ازاء القضايا والأحداث والمراسلة مع الاخرين فيما يخص العمل التلفزيوني.

٣- اكد جميع المراسلين التلفزيونيين بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يطور مهارات الاداء المهني لديهم.

أ.م.د حيدر شلال متعب

الإيميل :

haidar171981@gmail.com

رقم الهاتف :

٠٧٨٠٥٠٩٩٠٢٧

عنوان عمل الباحث:

كلية العلوم الاسلامية / جامعة

كربلاء

الكلمات المفتاحية:

- المراسل التلفزيوني.
- مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاداء المهني.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٣ / ٢ / ١

القبول : ٢٠٢٣ / ٢ / ٢٢

التوفر على الانترنت : ٢٠٢٣ / ٣ / ١٦

المقدمة : حققت شبكة الإنترنت تطوراً كبيراً لدى المستخدمين على المستويات كافة ، وشكلت عالماً افتراضياً فتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات على مختلف أنواعها وتوجهاتها ، للحوار والنقاش ازاء الاحداث والقضايا التي يهتمون بها وفي كل زمان ومكان ، وانعكس ذلك ايضاً على عمل المؤسسات الإعلامية ، اذ استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي ان تغير في اساليب عمل القائم بالاتصال وآلياته وأدواته وعلاقاته وثقافته ، مما اثر فيما بعد في دوره ووظائفه وبذلك اصبح استخدامهما يمثل أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلاتهم واداءهم ومعارفهم ، وهي بذلك استطاعت ان تنمي المهارات والقدرات وتزيد من المعارف وتعطي

للمستخدمين لاسيما المراسلين التلفزيونيين فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود وبلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود ومن ثم بلورة اتجاهاتهم وقيمهم وتصوراتهم المختلفة ازاء القضايا والاحداث المتسارعة.

ومن هذا المنطلق عمد الباحث إلى الخوض في غمار هذه البحث، لمعرفة استخدامات المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على ادائه المهني ، وقد قسم البحث إلى ثلاث محاور، تضمن المبحث الأول منهجية البحث حيث استعرض الباحث أهمية البحث، مشكلته، أهدافه ، ومنهجه ، وحدوده، كذلك عينته، وخصص المحور الثاني، للحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي والمراسل التلفزيوني ، فيما خصص المحور الثالث للدراسة الميدانية، وفي نهاية البحث توصل الباحث إلى عدد من النتائج العلمية ، وعلى ضوءها وضع عدد من التوصيات .

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث :

تكمن مشكلة البحث بوجود غموض يكتنف الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي ازاء الاداء المهني للمراسل التلفزيوني ، ويمكن أيجاز مشكلة البحث بالتساؤل الآتي: (ما انعكاسات استخدام المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي على ادائه المهني) وبطبيعة الحال هناك تساؤلات فرعية، يمكن ايجازها بالآتي:

١- ما مدى استخدام المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

٢- ما المواقع الأكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني ؟

٣- ما اهم الاستخدامات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي للمراسل التلفزيوني ؟

٤- كم الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

٥- ما المجالات التي يفضلها المراسل التلفزيوني عند استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي؟

٦- ما المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانياً: اهمية البحث

تقترن اهمية البحث بأهمية المراسل التلفزيوني ودوره في المجتمع ، لأنه المسؤول عن نقل الرسائل وتشكيل الرأي العام ، ويكتسب البحث أهميته بما يضيفه لحركة البحث العلمي فهو يتناول موضوعاً يمثل ميداناً جديداً مازال بحاجة إلى دراسات علمية مستفيضة من شأنها ان تسهم في ورغد المكتبة العلمية ليكون ذلك ذات أهمية وفائدة للباحثين ، بالإضافة إلى تقديم رؤية واضحة وموضوعية للمراكز البحثية والمؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني.

ثالثاً: فروض البحث

لا بد لأي بحث إن يبدأ بفروض أساسية معينة تؤدي إلى تحديد نوع المعلومات والحقائق التي ينبغي على الباحث إن يجمعها دون سواها وتؤدي هذه الحقائق في النهاية إلى التثبت من مدى صحة هذه الفروض^(١).

وبذلك يتحدد الفرض الرئيسي للبحث بوجود (علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطوير الاداء المهني للمراسل التلفزيوني) ويتفرع منه فرضين هما:-

- ١- استخدام المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي غير الاداء المهني لديه.
- ٢- يوجد ارتباط إيجابي بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطوير ادائه المهني.

رابعاً : اهداف البحث

يسعى الباحث عبر بحثه الى تحقيق الاهداف الآتية:

- ١- التعرف على مدى استخدام المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٢- معرفة المواقع الأكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني ؟
- ٣- التعرف على اهم الاستخدامات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي للمراسل التلفزيوني ؟
- ٤- تحديد الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٥- معرفة المجالات التي يفضلها المراسل التلفزيوني عند استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٦- التقصي على المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

خامساً : حدود البحث

١- **الحد الزمني:** يتمثل بالوقت الذي تم فيه إكمال الاجراءات المتمثلة في تصميم الاستبانة والمقياس وعرضهما على الخبراء واختبار صلاحيتها ومن ثم توزيعها على المبحوثين واعادة جمعها وتحليلها ومعالجتها احصائياً بدءاً من ١ / ٩ / ٢٠٢٢ ولغاية ١ / ١١ / ٢٠٢٢ .

٢- **الحد المكاني:** تحدد بالفضائيات العراقية ومكاتبها في بغداد والمحافظات الاخرى.

١- **المجال البشري:** شمل العاملين في القنوات التلفزيونية العاملة في العراق وتحديد المراسلين.

سادساً: مجتمع البحث وعينه

١-مجتمع البحث

تمثل مجتمع البحث بالمراسلين العاملين القنوات التلفزيونية العراقية، ونظراً لاتساع مجتمع البحث ، فقد لجأ الباحث إلى طريقة العينات.

٢ _ عينة البحث.

(١) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م) ، ص ١٠٤.

تم اختيار عينة البحث بطريقة العينة القصدية استناداً إلى عدم وجود إحصائية ثابتة بأعداد المراسلين العاملين بالفضائيات العراقية داخل العراق، اذ شملت عينة البحث على (٢٠٠) مبحوث من مراسلي القنوات الفضائية العراقية المنتشرين في بغداد والمحافظات العراقية.

سابعاً: نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية ويعتمد على المنهج المسحي بوصفه انسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها بغية التعرف على مدى انعكاس مواقع التواصل الاجتماعي على الاداء المهني للمراسل التلفزيوني.

ثامناً: أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث على استخدام اسئلة استمارة استبيان وعبارات مقياس كأدوات لجمع البيانات حيث تعد أكثر الأدوات استخداماً في منهج المسح ، وقد تكونت الاستمارة من اسئلة عديدة منها مغلقة واخرى مفتوحة فضلاً عن البيانات الديمغرافية للمراسلين التلفزيونيين .

تاسعاً: اختبار الصدق والثبات :

١-الصدق

تم الاعتماد في اختبار الصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان والمقياس بعرض بياناتهما على ثلاث من المحكمين من المختصين في الإعلام والعلوم الاجتماعية(*)، بهدف التعرف على مدى صلاحيتها للتطبيق ، وبناء على الاختبار ورأي المحكمين تم اعادة وترتيب وصياغة بعض الاسئلة، وتم استخدام معامل بيرسون لاجراء الثبات من خلال إعادة الاستبيان على ١٠% من عينة البحث بعد ثلاثة اسابيع من تنفيذ الدراسة الميدانية ، وكانت نسبة الثبات ٨٩,٧% وهي نسبة جيدة تدل على عدم وجود اختلاف كبير بين اجابات المبحوثين .

٢-الثبات

تم الاستعانة بمعامل ألفا كرونباخ لتحقيق الاتساق الداخلي:

اذ ان معامل ألفا كرونباخ يحقق لنا معيار ملائم في اغلب الاتجاهات، وهذه الطريقة تعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى ، ومن اجل استخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم الاستعانة باستمارات جميعها التي بلغ عددها (٢٠٠) استمارة، ثم تمت الاستعانة بمعادلة ألفا للاتساق الداخلي ، وهنا قد بلغ معامل الثبات (٠.٨٩) ويعد المقياس متسقاً داخلياً، لأن هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

عاشراً: التعريفات الاجرائية

(*) اسماء محكمي استمارة الاستبيان والمقياس:

أ.د يوسف حسن محمود -جامعة تكريت -كلية الآداب - قسم الاعلام

أ.م.د حسين دبي - جامعة بغداد - كلية الاعلام - قسم الاذاعة والتلفزيون

أ.م.د معد عاصي - جامعة كركوك - كلية الآداب - قسم الاعلام

١- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي منصات تفاعلية تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات ، وبإمكان أي شخص الوصول إليها ، من خلال شبكة الإنترنت، وضمن بيئة افتراضية تسمح للمستخدم بأن يتواصل مع الآخرين في كل زمان ومكان.

٢- **الاداء المهني :** هو حصيلة النشاطات المرتبطة بالمهارات والقدرات والخبرات التي تمكن الافراد من انجاز المهام المهنية المنوطة بنجاح.

٣- **المراسل التلفزيوني :** هو الشخص الذي ينقل الأخبار والفيديوهات والتقارير المصورة للقناة التي يعمل فيها، ويجب أن يتمتع المراسل بصفات خاصة ومهارات متنوعة.

أحدى عشر :دراسات سابقة

أجريت العديد من الدراسات العربية والعراقية والأجنبية لكنها كتبت في إطار القائم بالاتصال من خلال مجالات اتصالية متنوعة.

١- **انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال "دراسة في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن إلى مدينة دبي للإعلام"** (١).

ويهدف البحث إلى التعرف على أساليب الممارسة المهنية للمؤسسة الإعلامية والأهداف المؤسسية، وطبيعة التغيير في الأهداف من عدمه بتغير المكان، والتعرف على القوى المؤثرة من قبل نظم البيئة المحيطة على المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال.

استخدم المنهج المسحي الذي وظف لدراسة العنصر البشري في العملية الاتصالية، وهو القائم بالاتصال، ، كما وظف البحث المنهج التاريخي والمنهج المقارن والمنهج الإحصائي لحل مشكلة البحث وإعطاء فرصة للشرح والتفسير.

وقد كانت تصورات المبحوثين للبيئة الإعلامية الجديدة في مدينة دبي للإعلام قد كشفت عن كون ٥٨.٣% من المبحوثين يجدون إن مدينة دبي للإعلام وفرت لهم فرصة الاقتراب أكثر من المتلقي العربي ووفرت لـ ٤١.٧% منهم فرصة للانتقال إلى مؤسسة إعلامية أخرى.

٢- **الأداء الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية "دراسة تقييمية لأداء العاملين في القنوات" العراقية - الشرقية - السومرية** (٢).

ويهدف البحث إلى معرفة اتجاهات الإعلاميين إزاء القنوات الفضائية الخاصة التي يعملون فيها وللجمهور أيضا ، وكذلك مدى إفادة الإعلاميين من التجربة الجديدة للإعلام الفضائي الخاص في العراق ، وتقييم مستويات أدائهم في هذه القنوات .

استخدم المنهج المسحي للتعرف على أهداف الدراسة وتم إعداد استمارة استبيان صممت لذلك ، وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي:

١- **تفضل المحطات الفضائية العراقية الفئات العمرية التي هي من ٣٠ سنة و لاسيما الإناث وبنسبة مئوية قدرها (٤٦.٩%) . .**

(١) سامية أحمد هاشم، انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال "دراسة في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن إلى مدينة دبي للإعلام"، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد ، ٢٠٠٦م.

(٢) طالب عبد المجيد، الأداء الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية: دراسة تقييمية لأداء العاملين في القنوات "العراقية - الشرقية - السومرية"، مجلة "نابو"، العدد(١)، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، ٢٠٠٦م.

٢- أظهرت نتائج البحث أن الإناث أكثر تفضيلاً من الذكور للزواج من إعلامي وبنسبة مئوية قدرها (٢٨.١%) على عكس الذكور الذين يرفضون الزواج من إعلامية وبنسبة مئوية قدرها (٥٣.٦%).

٣- يحبذ الإعلاميون تأييدهم للمشاركة في برامج الفضائيات وذلك لتعدد المحطات الفضائية وحاجاتها الملحة إلى مواد برامجية وجاء ذلك بنسبة مئوية قدرها (٧٣%).

٣- أوضاع الإعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الإعلامية اليمنية^(١).

ويهدف إلى معرفة آراء واتجاهات الإعلاميات نحو قضايا الإعلام النسوي مثل: مدى تأثير نوع القائم بالاتصال على تغطية قضايا المرأة ومدى تأثير البيئة الثقافية "الأعراف والتقاليد" على الأداء المهني للإعلامية.

استخدم منهج المسح الإعلامي، أجريت الدراسة بأسلوب الحصر الشامل على جميع الإعلاميات المسجلات في دليل إعلامي لدى منتدى الإعلاميات اليمنيات وبلغن (٣٥٠) إعلامية. وتوصلت الدراسة إلى ما يأتي:

١- للتدريب والتأهيل دور جوهري في رفع كفاءة الإعلاميات، كما أن نسبة كبيرة من الإعلاميات تزيد عن ٧٠% اعترفن بوجود صعوبات يواجهنها في ممارسة المهنة تؤثر على أدائهن وعلى نشاطهن الإعلامي .

٢- وجود تأثير ايجابي متوسط للأعراف والتقاليد على نشاط الإعلاميات اليمنيات، وان التأثير السلبي يرتفع فقط عندما يتعارض هذا النشاط الإعلامي مع الأعراف والتقاليد.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والمراسل التلفزيوني

أولاً/ مواقع التواصل الاجتماعي تقسيماتها وأشكالها .

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم^(٢).

وتعرف أيضاً بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"^(٣).

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، أوضاع الاعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الاعلامية اليمنية، موقع المركز العربي للمصادر والمعلومات على شبكة الانترنت، ٢٠٠٧/٢/٢م.

(٢) علي عقلة نجادات ، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والاشباعات المتحققة منه، دراسة مسحية ، جامعة اليرموك ، الاردن ، ٢٠١٢م ، ص٣.

(٣) زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع ١٥ ، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣م، ص٢٣.

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى :

- ١- شبكة الإنترنت وتطبيقاتها مثل الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب ، والمدونات ، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني .
- ٢- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهواتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها .
- ٣- انواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبرامج التي أضيفت إليها مزايا التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب^(١).

وبذلك تتنوع أشكال مواقع التواصل الاجتماعي وأهدافها، وعموماً يمكن تصنيفها الى مستويين مهمين هما :^(٢)

أ-مواقع عامة: تهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم

ب-مواقع متخصصة : وتتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق متخصص وفي مجال محدد مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس والمحررين.. وغيرهم .

ثانياً/ المراسل التلفزيوني وصفاته

يعرف بأنه المحرر أو الصحفي أو الإعلامي الذي يعمل بانتظام في المؤسسة الاعلامية، ويكون عمله جمع المعلومات وإعادة صياغتها على وفق القوالب الإعلامية المتعددة، وتحليلها وتقديم ما يهم الجمهور منها بطريقة معينة على شكل أخبار، أو تقارير، أو أي فن إعلامي آخر، أي انه باختصار يعمل في تشكيل الرسالة الإعلامية منذ بداية تكوينها حتى تصبح جاهزة للبث أو النشر عبر وسيلة إعلامية^(٣).

ويعرف ايضاً بأنه شخص توظفه إحدى الوسائل الإذاعية أو التلفزيونية لتغطية القضايا من اجل الحصول على المعلومات والتفاصيل المرتبطة بأحداثها واعداد تقرير إخباري ينسجم مع سياسة القناة التلفزيونية التي يعمل بها، وقد يختص المراسل بجانب معين من المجالات السياسية او الاقتصادية او الأمنية... وقد يكون مراسلاً داخلياً أو خارجياً أو جوالاً^(٤)

ومن الموصفات المهمة التي يجب ان يتمتع بها المراسل التلفزيوني هي التواجد في لحظة وقوع الأحداث لأن ذلك يمكنه من تسجيل ما يحدث بشكل سريع، ويتيح له فرصة معرفة الأخبار من

(١) بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير /مدخل نظري، مجلة الباحث الاعلامي العدد ١٨ ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد، ٢٠١٢م، ص٩٦

(٢) اندريا بروس ويليامز ، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة احمد شكل ، (الشرق الاوسط : مؤسسة هنداوي للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢م) ، ص٣٥.

(٣) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، (عمان: دار المسيرة للنشر، ٢٠١١م) ، ص٢٧٩.

(٤) حسين ناصر حسين ، العوامل المؤثرة في عمل مراسلي ومندوبي المحطات الإذاعية والتلفزيونية العاملة في العراق ، إطروحة دكتوراه ، كلية الاعلام / جامعة بغداد ، غير منشورة ، ٢٠١٠م، ص٢٥.

مواقعها، ومشاهدة الاحداث وملاحظتها بدقة بدلا من مشاهدتها من خلال مصدر آخر، فضلا عن أن قوة التغطية تكمن في مشاهدة الحدث لحظة وقوعه وبمكان حدوثه^(١). ومن سمات المراسل أيضا أن يكون ذات أحاطة بأكبر ما يمكن معرفته عن خلفية الحدث عن طريق إعداد نفسه، والبحث في المكتبات والأرشيف ومواقع التواصل الاجتماعي، فالبحث، والتهيئة المسبقة تعد أساس العمل الإخباري وتكلفة طبيعية يجب أن يدفعها المراسل إذا أراد أن يكون كفاً وعلى درجة عالية من المهارة والحرفية^(٢). وسيميز ذلك المراسلين التلفزيونيين عن سواهم من أقرانهم، فما يميزهم هو دراستهم لموضوعاتهم وإعدادهم الجيد لكل ما يقدمونه قبل تقديم تقاريرهم الإخبارية^(٣).

المبحث الثالث/ مواقع التواصل الاجتماعي والاداء المهني للمراسل التلفزيوني

يقوم الباحث في هذا المبحث بعرض النتائج التي توصل إليها عن طريق تحليل بيانات المبحوثين ووصف هذه النتائج وفق الآتي :-

أولاً/ البيانات العامة

١- جنس المبحوثين: توزع المبحوثون المشاركون في البحث بحسب متغير النوع (الجنس) إلى (١٢٥) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (٦٢,٥%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (٧٥) مبحوث من الإناث نسبتهن (٣٧,٥%). كما في جدول (١).

جدول (١) يبين المبحوثون بحسب متغير الجنس (النوع)

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٢٥	٦٢,٥
أنثى	٧٥	٣٧,٥
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

٢- الفئات العمرية للمبحوثين: توزعت الفئات العمرية للمبحوثين بين مستويات عدة على وفق الآتي:

- أ-مستوى من (٣٠ الى ٣٩ سنة): (٦٥) مبحوثاً نسبتهم (٣٢,٥%).
 - ب-مستوى من (٢٠ الى ٢٩ سنة) : (٤٧) مبحوثاً نسبتهم (٣٠%).
 - ت-مستوى (٤٠ الى ٤٩ سنة) : (٤٢) مبحوثاً نسبتهم (٢١%).
 - ث-مستوى (٥٠ سنة فما فوق) : (٣٣) مبحوثاً نسبتهم (١٦,٥%).
- وكما في جدول (٢).

(١) هريبت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة: سميرة أبو سيف، (القاهرة :الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٩م) ، ص ١٢٥.

(٢) خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلومات، (القاهرة : دار الأمين للطباعة، ٢٠٠٥ م) ، ص ٧٠.

(٣) جلين ويلسون ، سايكولوجية فنون الاداء ، ترجمة شاكر عبد الحميد ،مراجعة :محمود عناني ، (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، ٢٠٠٠ م) ، ص ٦٨.

جدول (٢) يبين المبحوثون بحسب فئاتهم العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
٣٢,٥	٦٥	من (٣٠ الى ٣٩ سنة)
٣٠	٦٠	من (٢٠ الى ٢٩ سنة)
٢١	٤٢	من (٤٠ الى ٤٩ سنة)
١٦,٥	٣٣	من (٥٠ سنة فما فوق)
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

- ٣-متغير المستوى التعليمي:** توزعت مستويات التحصيل التعليمي (الدراسي) للمشاركين في البحث بين درجات ومستويات عدة على وفق الآتي :
- أ- شهادة البكالوريوس: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين عليها (٧٦) مبحوثا ونسبة شكلت (٣٨%).
- ب-شهادة الدبلوم: حصلت على المرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين عليها (٤٠) مبحوثا ونسبة (٢٠%).
- ت-شهادة الاعدادية: حصلت هذه الفئة على المرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المبحوثين من الحاصلين على هذه الشهادة (٣٨) مبحوثا نسبتهم (١٩%).
- ث-شهادة المتوسطة بلغ عدد المشاركين في البحث من هذه الفئة (٢٤) مبحوثا بلغت نسبتهم (١٢%) فحلت خامسا.
- ج- شهادة عليا (دبلوم عالي، ماجستير ،دكتوراه)جاءت هذه الفئة سادسا إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين عليها (٢٢) مبحوثا بنسبة (١١%).

جدول (٣) يبين مستويات التحصيل الدراسي للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي
٣٨	٧٦	شهادة البكالوريوس
٢٠	٤٠	شهادة الدبلوم (خريج معهد)
١٩	٣٨	الاعدادية
١٢	٢٤	شهادة المتوسطة
١١	٢٢	شهادة عليا (دبلوم عالي، ماجستير ،دكتوراه)
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

٤- عدد سنوات الخدمة في مجال العمل التلفزيوني

جاءت النتائج على وفق الآتي :

- ٣٤% من المبحوثين لديهم خبرة تمتد من خمسة الى اقل من عشر سنوات.
- ٣٢,٥% من المبحوثين لديهم خبرة تمتد من سنة الى اقل من خمس سنوات
- ٢١,٥% من المبحوثين لديهم خبرة تمتد عشر سنوات فأكثر
- ١٢% من المبحوثين لديهم خبرة تمتد اقل من سنة .

جدول (٤) يبين عدد سنوات الخدمة في مجال العمل التلفزيوني

سنوات الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
من خمسة الى اقل من عشر سنوات	٦٨	٣٤
من سنة الى اقل من خمس سنوات	٦٥	٣٢,٥
عشر سنوات فأكثر	٤٣	٢١,٥
اقل من سنة	٢٤	١٢
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

ثانياً /
الاستخدام

مات

٥- استخدام المراسل التلفزيوني لمواقع التواصل الاجتماعي: أشار جميع المبحوثين بأنهم (يستخدمون) مواقع التواصل الاجتماعي في عملهم التلفزيوني ، ولم يشير اي مبحث بأنه (لا يستخدم) مواقع التواصل الاجتماعي ، وكما في جدول (٥)

جدول (٥) يبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
استخدم	٢٠٠	١٠٠
لاستخدم	٠	٠
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠

٦- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني

تشير النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني، هو الفيسبوك الذي جاء في مقدمة المواقع التي يستخدمها المبحوثين وبنسبة ١١,٨١%، تلاه موقع اليوتيوب بما نسبته ١١,٦١% ثم موقع التويتر بنسبة ١١,١٥%، فيما جاءت بقية المواقع بتسلسلات مختلفة اقل من ذلك، وقد زاد المجموع لأختيار المبحوثين لأكثر من خيار.

وكما يوضحها الجدول (٦) .

جدول (٦) يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الموقع
١١,٨١	١٨٠	فيسبوك
١١,٦١	١٧٧	يوتيوب
١١,١٥	١٧٠	تويتر
١١,٠٢	١٦٨	المواقع الالكترونية المرتبطة بالفضائيات
٩,٨٤	١٥٠	البريد الالكتروني
٩,٧٧	١٤٩	تيلغرام
٩,٢٥	١٤١	الواتساب
٩,١٢	١٣٩	الاسكايب
٨,٥٣	١٣٠	انستغرام
٧,٨٧	١٢٠	الفايبر
%١٠٠	١,٥٢٤	المجموع

- ٧- اهم الاستخدامات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي للمراسل التلفزيوني: أجاب المبحوثون إزاء هذا التساؤل على وفق الآتي :
- ٢٩% من الإجابات أشارت إلى (استخدمها للبحث عن المعلومات والصور ازاء القضايا والأحداث).
 - ٢٣,٥% من الإجابات أشارت إلى (استخدمها من اجل المراسلة مع الاخرين فيما يخص عملي).
 - ٢٠% من الإجابات أشارت الى (استخدمها عند التواصل بالمصادر الاخبارية)
 - ١٦,٥% من الإجابات أشارت الى (استخدمها لإنشاء المواقع الإخبارية)
 - ٧,٥% من الإجابات أشارت الى (استخدمها لأرسال التقارير التلفزيونية)
 - ٣,٥% من الإجابات أشارت الى (استخدمها لأجراء المقابلات الإعلامية) ، اذ تؤدي هذه النتائج الى بيان أهمية الدور الذي تلعبه هذه المواقع على الصعيد المهني، و تعكس طبيعة الاستخدامات التي توفرها للمراسل التلفزيوني، وكما يوضحها الجدول (٧)

جدول (٧) يبين اهم استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع
٢٩	٥٨	استخدامها للبحث عن المعلومات والصور ازاء القضايا والأحداث
٢٣,٥	٤٧	استخدامها من اجل المراسلة مع الاخرين فيما يخص عملي
٢٠	٤٠	استخدامها عند التواصل بالمصادر الاخبارية
١٦,٥	٣٣	استخدامها لإنشاء المواقع الإخبارية .
٧,٥	١٥	استخدامها لأرسال التقارير التلفزيونية
٣,٥	٧	استخدامها لأجراء المقابلات الإعلامية .
% ١٠٠	٢٠٠	المجموع

٨- الوقت المستغرق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : اجاب المبحوثون بشأن ذلك الى الآتي :

- ٤٤,٥ % من المبحوثين يستخدمون ٣ - ٥ ساعات يوميا
- ٥,٣٨ % من المبحوثين يستخدمون أكثر من ٥ ساعات يوميا
- ١٧ % من المبحوثين يستخدمون أقل من ٣ ساعات يوميا ، مما يعني أن هذه المواقع تقدم خدمات متنوعة تحظى بإقبال المبحوثين عليها واستمرار الاستخدام ، وكما يوضحها الجدول (٨).

جدول (٨) يبين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل حسب الزمن

معدلات الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
٣ - ٥ ساعات يوميا	٨٩	٤٤,٥
أكثر من ٥ ساعات يوميا	٧٧	٣٨,٥
أقل من ٣ ساعات يوميا	٣٤	١٧
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠

٩- المجالات التي يفضلها المراسل التلفزيوني عند استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

جاء المجال السياسي والاجتماعي بنفس النسبة وهي ١٦,٩٣ % و في مقدمة المجالات، تلتها المجالات الامنية بنسبه ١٦,٨٥ % ثم المجالات ذات الطابع الانساني بنسبة ١١,١٥ %، فيما جاءت بقية المجالات بتسلسلات مختلفة اقل من ذلك، وقد زاد المجموع لأختيار المبحوثين لأكثر من خيار، وكما يوضحها الجدول (٩).

جدول (٩) يبين المجالات التي يفضلها المراسل التلفزيوني

المجالات التي يفضلها المراسل التلفزيوني	التكرار	النسبة المئوية
السياسية	٢٠٠	١٦,٩٣
الاجتماعية	٢٠٠	١٦,٩٣
الامنية	١٩٩	١٦,٨٥
ذات الطابع الانساني	١٩٠	١٦,٠٨
العلمية والتقنية	١٢٠	١٠,١٦
الترفيهية	١٠٠	٨,٤٦
الدينية	٩٠	٧,٦٢
الرياضية	٨٢	٦,٩٤
المجموع	١,١٨١	%١٠٠

١٠- تنمية مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات اداء المراسل التلفزيوني
 اكد جميع المبحوثين بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يطور وينمي لديهم مهارات الاداء المهني، ولم يشير اي من المبحوثين بأنها لاتطور الاداء المهني ، وكما موضح في جدول (١٠).
 جدول (١٠) تنمية مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات اداء المراسل التلفزيوني

تطور مهارات الاداء	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٢٠٠	١٠٠
كلا	٠	٠
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

١١-المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

في هذا السياق أشار المبحوثون الى مجموعة من المهارات ، جاءت في المراتب الثلاث الاولى ،
 (مهارة التحرير بنسبة ٢٥,٤٧%) و(مهارة تكنولوجيا الاتصال بنسبة ١٩,١٠ %) و(مهارة الحوار
 الألقاع ١٦,٣٤%) وجاءت بعدها المهارات الاخرى بمعدلات أدنى ، كما يوضحها الجدول
 (١١).

جدول (١١) يبين المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
٢٥،٤٧	١٢٠	مهارة التحرير
١٩،١٠	٩٠	مهارة تكنولوجيا الاتصال
١٦،٣٤	٧٧	مهارة الحوار و الاقناع
١٣،٣٧	٦٣	مهارة التحليل
١١،٠٤	٥٢	مهارة المونتاج
٧،٤٣	٣٥	مهارة التصوير
٧،٢١	٣٤	مهارة الادارة الاعلامية
%١٠٠	٤٧١	المجموع

ثالثاً/ انعكاس مواقع التواصل الاجتماعي على الاداء المهني للمراسل التلفزيوني.

اتفق غالبية المبحوثين وبشكل تام على (اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تركيز المراسل التلفزيوني على اثاره اهتمام الجمهور بالقضايا الأساسية) فقد جاءت الفقرة بمستوى مرتفع اكد ذلك الوسط الحسابي الذي بلغ (٤،٨٥)، تلتها فقرة مكن (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من اثاره نوع من التفاعل بين المتلقي والتقرير)، بمستوى مرتفع ايضاً بلغ المتوسط الحسابي لها (٤،٢٤)، واتفق المبحوثين على فقرة (مكنتني من انتقاء الأخبار والتحقق من صحتها قبل تقديمها للجمهور) بوسط حسابي بلغ (٣،٨٠) فيما اتفقوا بمستوى مرتفع على فقرة (تمكنتني من تغطية الاحداث والقضايا في لحظة حدوثها وارسالها خلال زمن قصير) بوسط حسابي بلغ (٣،٩٠)، وجاءت الفقرات الاخرى بمستويات ولكنها مرتفعة وبوسط حسابي وانحراف معياري متقارب ايضاً مما يؤشر على أن مواقع التواصل الاجتماعي لها انعكاسات ايجابية على الاداء المهني للمراسل التلفزيوني، وساهمت في تزايد اهتمام المبحوثين بذلك . وكخلاصة لذلك فان غالبية اجابات المبحوثين تؤيد ما ذهبت اليه عبارات المقياس بشأنها وهو ما يشير الى تحقق فرض البحث الذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطوير الاداء المهني للمراسل التلفزيوني، وكما موضح في جدول (١٢).

جدول(١٢) المقياس الخاص بأنعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الاداء المهني للمراسل

التلفزيوني

الفقرات		أتفق تماما		أتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق أبداً		الوسط الحسابي والانحراف المعياري	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	وسط حسابي	انحراف معياري
١٨ ١	٩٠، ٥%	١٣	٦، ٥%	٢	١٠، ٥%	٢	١٠، ٥%	٢	١٠، ٥%	٢	١٠، ٥%	٤،٨٥	١٢،٤٧
اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تركيز المراسل التلفزيوني على اشارة اهتمام الجمهور بالقضايا الأساسية.													
٧٠	٣٥ %	١١ ٣	٥٦ ٥، %	١٣	٦، ٥%	٣	١٠، ٥%	١	١٠، ٥%	١	١٠، ٥%	٤،٢٤	٩،٠١
مكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من اشارة نوع من التفاعل بين المتلقي والتقرير.													
٣٧	١٨، ٥%	١٠ ٤	٥٢ %	٤٦	٢٣ %	٨	١٠، ٥%	٥	١٠، ٥%	٥	١٠، ٥%	٣،٨٠	٨،٠٤
مكنتني انتقاء الأخبار والتحقق من صحتها قبل تقديمها للجمهور .													
٥٩	٢٩، ٥%	١٠ ٠	٥ ٠ %	١٦	٧، ٥%	١٤	١٠، ٥%	١٢	١٠، ٥%	١٢	١٠، ٥%	٣،٩٠	٧،٨٧
تمكنتني من تغطية الاحداث والقضايا في لحظة حدوثها وارسالها خلال زمن قصير.													
٤ ٥	٢٧ %	١٢ ٠	٦ ٠ %	١٥	١٠، ٥%	٨	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٤،٨٠	٨،٣٩
ساعدتني على تقديم تغطية شاملة واحاطة جارية لما يحدث في المجتمع.													
١١ ٠	٥٥ %	٥٩	٢ ٩، ٥%	٢٠	١٠، ٥%	٦	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٤،٣٢	٨،٤٨
أدى استخدام المواقع الى اضافة مهام جديدة لي كالتصوير والطباعة واتقان البرامج التي تطور مهاراتي.													
١١ ٠	٥٥ %	٧٩	٣ ٩، ٥%	٦	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٣	١٠، ٥%	٤،٤٦	٩،١٣
اسهمت بتطوير أساليب التحرير وكتابة الأخبار والتقارير التلفزيونية													
١٠ ٠	٥٠ %	٧٤	٣ ٧ %	١٢	١٠، ٥%	٨	١٠، ٥%	٦	١٠، ٥%	٦	١٠، ٥%	٤،٧٢	٨،٣٩
اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توليد الافكار الاعلامية وتحفيز الاداء المهني .													

٧,٨٨	٣,٩١	%٤	٨	%٥	١٠	١١ %	٢٢	٥ %	١٠ %	٣٠ %	٦٠	حرية الوصول الى مصادر المعلومات و الحقائق و الإحصائيات و التحقق من مصداقيتها، وتقييمها.
٨,٧٩	٤,٣٦	%١	٢	٠,٥ %	١	٢,٥ %	١٣	٤ %	٩٢	٥٠ %	١٠	توفر منبر للرأي والنقد استفاد منها في صناعة تقارير التلفزيونية.

❖ النتائج:

فيما يأتي أهم النتائج التي توصل إليها هذا البحث:

- ١- توزع المبحوثون المشاركون في البحث بحسب متغير النوع (الجنس) إلى (١٢٥) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (٦٢,٥%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (٧٥) مبحوث من الإناث نسبتهم (٣٧,٥%).
- ٢- اظهرت النتائج بأن الغالبية العظمى من المراسلين عينة الدراسة هم من فئة الشباب .
- ٣- بينت النتائج بأن اغلب المبحوثين هم من حملة شهادة البكالوريوس: إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين عليها (٧٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٣٨%).
- ٤- اكدت النتائج بأن اغلب المبحوثين لديهم عدد سنوات خدمة جيدة في مجال العمل التلفزيوني
- ٥- اظهرت النتائج بأن جميع المبحوثين (يستخدمون) مواقع التواصل الاجتماعي في عملهم التلفزيوني ، ولم يشير اي من المبحوثين بأنه (لا يستخدم) مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٦- حصل موقع الفيس بك على المرتبة الاولى ضمن المواقع الاكثر توظيفاً في عمل المراسل التلفزيوني بنسبة ١١,٨١% فيما احتل موقع اليوتيوب المرتبة الثانية وبنسبة مئوية بلغت ١١,٦١% واحتل موقع التويتر المرتبة الثالثة ونسبة مئوية بلغت ١٥,١١%.
- ٧- بينت النتائج أن اهم الاستخدامات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي للمراسل التلفزيوني هو (للبحث عن المعلومات والصور ازاء القضايا والأحداث) فقد جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (٢٩%) وحلت بالمرتبة الثانية فقرة (استخدمها من اجل المراسلة مع الاخرين فيما يخص عملي) بنسبة (٢٣,٥%).
- ٨- أوضحت النتائج أن المبحوثين الذين يمضون (٣-٥ ساعة) يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم (٤٤,٥%)، تلاها نسبة (٣٨,٥%) من المبحوثين يستخدمونها اكثر من خمس ساعات يومياً وهذا مؤشر جيد يدل على كثافة الاستخدام والاهتمام.
- ٩- اشارت النتائج بأن اعلى اربعة مجالات يفضلها المراسل التلفزيوني عند استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي هي السياسية والاجتماعية والامنية وذات الطابع الانساني.

١٠- اكد جميع المراسلين بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يطور مهارات الاداء المهني لديهم.

١١- بينت النتائج بأن ابرز المهارات المكتسبة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهي كل من (مهاره التحرير ٢٥,٤٧%) و(مهاره تكنولوجيا الاتصال ١٩,١٠%) و(مهاره الحوار الاقتناع ١٦,٣٤%).

١٢- أكدت اجابات المبحوثين تأييد ما ذهبت اليه عبارات المقياس بشأن انعكاس مواقع التواصل الاجتماعي على الاداء المهني للمراسل التلفزيوني وهو ما يشير الى تحقق فرض البحث وثبوت صحته. والذي ينص على وجود علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطوير الاداء المهني للمراسل التلفزيوني.

❖ التوصيات:

استنادا إلى المعطيات التي تمخض عنها البحث يوصي الباحث بما يأتي:

١- يتوجب على المراسل التلفزيوني تلمس حاجات الجمهور العراقي وهمومه ورغباته، عبر تفحص منشورات المواطنين في مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما في ظل الظروف الاستثنائية التي يمر بها بلدنا، لأنها تمثل انعكاسا أصيلا للواقع .

٢- اوصي الاستعانة بالخبراء والمختصين لتدريب العاملين في القنوات الفضائية العراقية وتطوير مهاراتهم ببعض الامكانيات والخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي ذلك لإكسابهم خبرة وتجربة اكثر عمقاً .

❖ مراجع البحث

- (١) اندريا بروس ويليامز ، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة احمد شكل ، (الشرق الاوسط: مؤسسة هنداي للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).
- (٢) بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير /مدخل نظري، مجلة الباحث الاعلامي العدد ١٨ ، كلية الاعلام ،جامعة بغداد، ٢٠١٢م.
- (٣) جلين ويلسون ، سايكولوجية فنون الاداء ، ترجمة شاكر عبد الحميد ،مراجعة محمود عناني ،(الكويت: سلسلة عالم المعرفة ، ٢٠٠٠م).
- (٤) حسين ناصر حسين ، العوامل المؤثرة في عمل مراسلي ومندوبي المحطات الإذاعية والتلفزيونية العاملة في العراق أطروحة دكتوراه ، كلية الإعلام / جامعة بغداد ، غير منشورة، ٢٠١٠م .
- (٥) خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلومات، (القاهرة: دار الأمين للطباعة، ٢٠٠٥م).
- (٦) زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع ١٥٤، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣م.
- (٧) سامية أحمد هاشم، انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال "دراسة في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن إلى مدينة دبي للإعلام"، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٦م.
- (٨) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).

٩) طالب عبد المجيد، الأداء الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية: دراسة تقييمية لأداء العاملين في القنوات "العراقية – الشرقية – السومرية"، مجلة "نابو"، العدد (١)، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، ٢٠٠٦م.

١٠) علي عقله نجادات ، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك و الاشباكات المتحققة منه، دراسة مسحية ، جامعة اليرموك ،الاردن ،٢٠١٢ م.

١١) كامل خورشيد مراد،الاتصال الجماهيري والإعلام، (عمان: دار المسيرة للنشر، ٢٠١١م).

١٢) محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، أوضاع الاعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الاعلامية اليمنية، موقع المركز العربي للمصادر والمعلومات على شبكة الانترنت، ٢٠٠٧/٢/٢ م .

١٣) هيربرت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة: سميرة أبو سيف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٩م) .

Research sources:

First / Arabic books

1- Khaled Majd Al-Din, The News Industry in the Information Age, Cairo, Dar Al-Amin for Printing, 2005.

2- Samir Muhammad Hussein, Media Research, Foundations and Principles, The World of Books for Printing, Publishing and Distribution, Cairo, 2005 AD.

3- Kamel Khurshid Murad, Mass Communication and Media, Amman: Al Masirah Publishing House, ed. 2011.

Second / translated books

1-Andrea Bruce Williams, The New Media Environment, translated by Ahmed Shakal, Publishing and Distribution House, Hindawi Foundation, 2012 AD.

2- Glenn Wilson, The Psychology of Performing Arts, translated by Dr. Shaker Abdel Hamid, reviewed by Dr. Mahmoud Anani, World of Knowledge Series, Kuwait, 2000 AD.

3- Herbert Stearns, press reporter and news source, translated by: Samira Abu Seif, Cairo, International House for Publishing and Distribution, 1989.

Third: Theses and university dissertations

1- Hussein Nasser Hussein, Factors Influencing the Work of Correspondents and Representatives of Radio and Television Stations Operating in Iraq, Ph.D. Thesis, College of Information / University of Baghdad, unpublished, 2010.

2- Samia Ahmed Hashem, The Reflection of the Media Environment on the Communicator, "A Study in the Experience of Moving the Middle East Television Center from London to Dubai Media City", PhD thesis, College of Mass Communication, University of Baghdad, 2006.

Fourth: Research and periodicals

- 1- Bushra Jamil Al-Rawi, The Role of Social Media in Change / A Theoretical Approach, Journal of the Media Researcher, Issue 18, College of Information, University of Baghdad, 2012.
- 2- Zaher Radi, "The Use of Social Networking Sites in the Arab World," Education Journal, Issue 15, Al-Ahliyya Amman University, Amman, 2003.
- 3- Talib Abdul-Majeed, Media Performance in Iraqi Satellite Channels: An Evaluation Study of the Performance of Employees in the "Iraqi - Eastern - Sumerian" Channels, "Nabo" Magazine, Issue (1), College of Fine Arts, University of Babylon, 2006.
- 4- Ali Akle Najadat, the use of Facebook by married working women in Jordanian universities and the satisfactions achieved from it, a survey study, Yarmouk University, Jordan, 2012 AD.
- 5- Muhammad Abd al-Wahhab al-Faqih Kafi, the conditions of media women and obstacles to professional practice in the Yemeni society and media institutions, the website of the Arab Center for Resources and Information on the Internet, 2/2/2007 AD.