



Prof.Dr. abdulsalam A. dakhil

E-Mail :

drabedalsalam@comc.uobaghdad.edu.iq

Phone Number :

07739541726

Ahmed Hatim Mohammed

E-Mail :

ahmedalgaize90@gmail.com

Phone Number :

07701690651

PhD student at the Department of Journalism / College of Information / University of Baghdad

Keywords:

- Contactor journalist.
- Iraqi electronic Newspapers.
- Press performance.
- The economic factor.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 12 / 7 /2023

Accepted : 17 / 8 /2023

Available Online : 15 / 9 /2023

THE IMPACT OF THE ECONOMIC FACTOR ON THE JOURNALIST SPECIALIZED IN THE IRAQI ELECTRONIC PRESS

A B S T R A C T

The study focused to indicate effects of economic factors which characterized by new variables imposed due to accessibility and its multiple uses, beside capabilities of the journalist in the new environment that ultimately focuses on the message this importance does not depart from its effects that reflected on journalists, who face many factors according to nature of their handling of these topics and affect their journalistic performance. Inside Enterprise.

In his study, the researcher relied on the use of the survey approach, as it is the closest to answering the problem of the study.

The most important results indicate that the impact of the standard of living has a clear reflection on the performance of the journalist and his work within the press institution, and that the income factor is clear and explicit for the journalist. motivation Journalist to work.

تأثير العامل الاقتصادي على الصحفي المتخصص في الصحافة العراقية الالكترونية

المستخلص

سعى البحث لتشخيص تأثيرات العامل الاقتصادي على الأداء بالنسبة للصحفي في الصحف العراقية الالكترونية، وتبرز أهمية البحث من أهمية الصحفي المتخصص والتي تميزت بمتغيرات جديدة فرضت كواقع بسبب إمكانية الوصول واستخداماتها المتعددة، فضلا عن قدرات الصحفي في البيئة الجديدة التي تنصب بالنهاية على الرسالة الإعلامية.

وان هذه الأهمية لا تخرج عن تأثيراتها التي تنعكس على الصحفيين، الذين يواجهون عوامل كثيرة وفق طبيعة تناولهم لهذه الموضوعات وتؤثر على أدائهم الصحفي، وبالجدير بالذكر فإن العامل الاقتصادي لا يقل أهمية عن العوامل الأخرى فهو مفتاح لتعزيزات أخرى قد تكون من المفاصل المهمة في دورة حياة الصحفي داخل المؤسسة.

واعتمد الباحث في دراسته على استخدام المنهج المسحي كونه الأقرب الى الإجابة لمشكلة البحث، وتشير اهم النتائج الى ان تأثير المستوى المعيشي له انعكاس واضح على أداء الصحفي وعمله داخل المؤسسة الصحفية، كما ان عامل الدخل واضح وصريح للصحفي فهو المحرك الأساسي الذي ينصب على أداء الصحفي ويؤثر على دافعيته لمزاولة العمل.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

أ.د عبد السلام السامر
الإيميل :

drabedalsalam@comc.uobagdad.edu.iq

رقم الهاتف : ٠٧٧٣٩٥٤١٧٢٦

أحمد حاتم محمد
الإيميل :

ahmedalgaize90@gmail.com

رقم الهاتف : ٠٧٧٠١٦٩٠٦٥١

عنوان عمل الباحث:

طالب دكتوراه في قسم الصحافة/
كلية الاعلام / جامعة بغداد
الكلمات المفتاحية:

- القائم بالاتصال .
- الصحف الالكترونية العراقية .
- الاداء الصحفي..
- العامل الاقتصادي.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٣ / ٧ / ١٢

القبول : ٢٠٢٣ / ٨ / ١٧

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٣ / ٩ / ١٥

المقدمة : يعد القائم بالاتصال أحد أجزاء العملية الاتصالية، فعن طريقه تحدث عمليات التعلم والتثقيف، والتأثير في الاتجاهات والسلوك الاجتماعي للجمهور، لذلك أطلق عليه حجر الزاوية في العملية الاتصالية، كونه محركها ومنتجها ومبدعها، وانطلاقا لهذا السياق المجتمعي والتاريخي الذي يعيش في إطاره القائم بالاتصال، تركز أهمية القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية العراقية، ما هو الا انعكاسا للثورة الحقيقية التي حصلت من تزاوج الحاسب الالي وتكنولوجيا الاتصال، لذلك فإن السمات الاقتصادية وتبعياتها تمتلك قوة تأثير على الكفاءة التنظيمية والاستقرار للقائم بالاتصال داخل غرف الاخبار، فضلا عن طريقته في انتاج المادة الإعلامية بجودة عالية ورفع سوق المنافسة وتنظيم المشاركة، ومن ثم إبراز الدور التنموي للمجتمع، وبناء على ذلك فإن هذا البحث قد تضمن تأثيرات العامل الاقتصادي على القائم بالاتصال في الصحف العراقية الالكترونية، والذي شمل على ثلاث مباحث، تطرق الباحث في المبحث الأول عن منهجية

البحث، اما المبحث الثاني فقد تناول مقارنة في المفهوم للعامل الاقتصادي والقائم بالاتصال، اما المبحث الثالث فقد تناول البحث الميدانية للصحفيين العراقيين.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تعد المشكلة البحثية بأنها "موقف غامض لا تجد له تفسيراً محدداً او موضوع المشكلة او الظاهرة يسعى الباحث ان يصفها او يفسرها ويحلها"^(١) فضلاً عن انها لا تخرج من كونها المرتكز الأساسي الذي يبني عليه الباحث اساسيات بحثه ويعتمد عليها لإنجاز البحث نظرياً او ميدانياً،^(٢) وعليه فإن تساؤل الرئيس للبحث هو: ما تأثير العامل الاقتصادي على أداء الصحفي المتخصص في الصحافة العراقية الالكترونية؟، وعليه تكمن مشكلة موضوع بحثنا في محاولة تحديد تأثيرات العامل الاقتصادي على الصحفي المتخصص في مواقع الصحف العراقية الالكترونية.

ثانياً: تساؤلات البحث:

ويشتق من التساؤل الرئيس الآتي: ما تأثير العامل الاقتصادي على أداء الصحفي المتخصص في الصحافة الالكترونية العراقية؟ تساؤلات فرعية يمكن ان تنبع منه وهي كالآتي:

١. ما مدى تأثير عامل الدخل للصحفي على طبيعة الأداء للقائم بالاتصال في الصحف العراقية الالكترونية؟

٢. ما مدى تأثير البيئة المعيشية للصحفي في تشكيل ملامح انتاج المادة الصحفية المتخصصة؟

٣. ما مستوى العلاقة بين أجور العمل وواجباته الصحفية في الصحف العراقية الالكترونية؟

٤. ما مدى تأثير العامل الاقتصادي على كفاءة المحتوى المقدم في الصحافة العراقية الالكترونية؟

ثالثاً: أهمية البحث

تنطلق أهمية المشكلة البحثية من حجم الاهتمام المنعكس للمشكلة سواء في الجانب العلمي او المجتمعي او المؤسسي^(٣) وبذلك فإن لا وجود للبحث الا بوجود لأهميته، والي يمكن ان تتجسد في كل بحث علمي على ثلاث عناصر اساسية وهي:

١- تركز أهمية البحث على استكمال النقص الحاصل في الدراسات السابقة، فوجد الباحث بعد اطلاعه على الدراسات التي لها علاقة بتأثيرات العامل الاقتصادي لا تزال محدودة، خاصة في ظل التطور الانفجار المعرفي والتكنولوجي الذي زاد بشكل كبير دائرة التأثير لهذه العوامل، واتسعت الضغوط التي يواجهها الصحفي فهي لا تقتصر عما كان عليه في الاعلام التقليدي بال

(١) اسعد حسين عطوان، يوسف خليل مطر، مناهج البحث العلمي، (بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠١٨م)، ص ٣٦.

(٢) شكرية كوكز السراج، اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد ١٠، عدد

٣٩، ٢٠١٨م، ص ١٢، <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.65>.

(٣) فوزي هادي الهنداوي، شذى كريم الشمري، منهجية البحث العلمي، (بغداد: كلية اللغات، ٢٠٠٩م)، ص ١٤.

أصبحت أكثر خطورة على أداء الصحفي من حيث المعرفة بالتكنولوجيا والمهارات المتعلقة بالمواقع الإلكترونية.

٢- حرص البحث التعرف على أهمية العامل الاقتصادي ودوره في تحديد ملامح المادة الصحفية، والذي ينعكس بطريقة أو أخرى المجتمع، سواء كان انعكاسه على مضمون المادة التي يتم طرحها الصحفي على المجتمع أو على طريقة الاخذ بجزيئات معينة دون غيرها أو العكس.

٣- يحاول البحث معرفة تأثيرات المردود الاقتصادي على الصحفي، والذي يخدم المؤسسات الصحفية في معرفة أهمية هذا العامل وانعكاسه على ادائه، والذي يفسح المجال في تشكيل رؤية واضحة لهذه المؤسسات اتجاه الكثير من هذه العوامل.

رابعاً: أهداف البحث

تتلخص أهداف البحث الى ما يأتي:

١. الكشف عن تأثير عامل الدخول للصحفي على طبيعة الأداء للقائم بالاتصال في الصحف العراقية الإلكترونية؟

٢. معرفة تأثيرات البيئة المعيشية للصحفي في تشكيل ملامح انتاج المادة الصحفية المتخصصة؟

٣. تحديد العلاقة بين أجور العمل وواجباته الصحفية في الصحف العراقية الإلكترونية؟

٤. التعرف على تأثير العامل الاقتصادي على كفاءة المحتوى المقدم في الصحافة العراقية الإلكترونية

خامساً: نوع البحث ومنهجه وادواته

ويعد هذا البحث من ضمن البحوث الوصفية **Descriptive research**، التي تهدف الى تصوير وتقويم الخصائص لمجموعة أو موقف معين أو ظاهرة انية تحتاج الى التحليل والتفسير، بغية الحصول على معلومات دقيقة دون أي تدخل من الباحث،^(١) والذي تسعى الى الكشف عن تأثيرات العامل الاقتصادي على طبيعة العمل للقائم بالاتصال والتي تنعكس على قيمة ادائه الصحفي، وقد استخدم فيها الباحث المنهج المسحي، ووفق منهجية البحث ولتحقيق اهداف البحث لجئ الباحث الى استخدام أداة الاستبانة للحصول على نتائج حقيقة يمكن تعميمها.

سادساً: إجراءات الصدق والثبات

حرص الباحث على تحديد صدق المحتوى فقد قتم بأجراء الصدق المحتوى على استمارة الاستبانة، عن طريق عرضها على الخبراء في مجال الاعلام والاتصال، وذلك بسبب اعتماد الصدق للمحتوى على إمكانيات الباحث في ترميز البيانات المطلوبة، أما تقدير معامل الثبات فقد اعتمد الباحث على طريقة الاختبار - وإعادة وطبق الاختبار على (٢٠%) من حجم العينة الأصلي البالغ (١٢٨ مفردة)، (Test – Retest).

سابعاً: مجتمع البحث

سعى الباحث في تحديد مجتمع البحث بالصحفيين المتخصصين، فقد حصر الباحث البحث في مختلف الصحف العراقية الإلكترونية التي لها امتداد ورقي معتمد من نقابة الصحفيين.

ثامناً: حدود البحث

(١) سهام حسن علي الشجيري، البناء الفكري للنظام التعليمي وعلاقته بالترشيد الإعلامي في ظل التكنولوجيا الحديثة،

مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية (مسار)، مجلد ٢، العدد ٨، ٢٠٢٢م، ص ٥.

١- **المجال المكاني:** نقصد به كل الصحفيين المتخصصين الذي يعملون في المواقع الصحف العراقية الالكترونية.

٢- **المجال الزمني:** يتمثل بالمدة الزمنية من ٢٠٢٣/١/١ م الى ٢٠٢٣/١/٣١ م، والتي شهدت تغيرات على المستوى الاقتصادي في العراق.

٣- **المجال البشري:** وهو الصحفيين المتخصصين الذين يعملون بالصحف العراقية المعتمدة من نقابة الصحفيين العراقيين والتي لها امتداد الالكتروني على شبكة الانترنت.

تاسعا: الدراسات السابقة

١. دراسة علاء (٢٠١٦م):^(١)

تناولت هذه الدراسة موضوع العوامل التي تؤثر على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، والتي تشخصت في العديد من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على اداءهم المهني من حيث طريقة التحرير وامتلاكهم الية الكتابة، وسعت الدراسة الى الإجابة عن المشكلة البحثية عن طريق الهدف الذي سعى البحث الى تحقيقه إزاء الواقع المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

يعد البحث من البحوث الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي، واستخدم فيها أداة الاستبانة التي تم توزيعها على مجتمع البحث الذي ضم سبعة عشر موقع الالكتروني في غزة وتم تحديدهم بشكل عمدي، واستخدم فيها أسلوب الحصر الشامل على العاملين بتلك المؤسسات، اما نتائج الدراسة فقد توصل الباحث الى الأهمية القصوى للتطور التكنولوجي في خدمة العاملين، فضلا على دور عامل الدخل في التأثير بشكل مباشر على ادائهم المهني، ولا يستبعد المشاكل القانونية التي تعيق عملهم.

٢. دراسة الزويني (٢٠٠٩م):^(٢)

تناولت هذه الدراسة القائم بالاتصال في شبكة الاعلام العراقي، فقد تلخصت مشكلة الدراسة في تعرض الصحفيين المستمر لسلسلة من الضغوط التي تؤثر على الأداء الصحفي، فضلا عن مسألة التدريب والتأهيل للممارسة العملية والضمانات المهنية والقانونية للصحفيين، وتهدف الدراسة الى التعرف على الضغوط المجتمعة على الصحفيين والتعرف على خصائص التي تهدف الى تطوير أداء الصحفيين، فضلا عن الكشف عن العلاقة بين مصادر المعلومات والصحفيين.

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي اعتمد الباحث فيها على منهج المسح، اما الأدوات التي استعان بها في تحقيق اهداف بحثه فهي كل من أداة الملاحظة والمقابلة والاستبانة، وفي ما يخص مجتمع البحث فقد اقتصر البحث على قناة الفضائية العراقية والرياضية والاطياف، وقد استخدم فيها أسلوب الحصر الشامل للصحفيين العاملين بهذه المؤسسات، وتوصلت هذه

(١) علاء الدين صلاح يوسف، العوامل المؤثرة على أداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٦م.

(٢) حسين دبي حسان جبر الزويني: الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الاعلام العراقي "دراسة ميدانية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٠٩م.

الدراسة الى النتائج الاتية: ان الضعف الحاصل في المؤسسات الإعلامية في تطوير العالمين فيها، وان الاعتماد الأكثر من قبل الصحفيين على المصادر الالكترونية في الحصول على المعلومات، فضلا على تأثير البيئة العراقية على أداء الصحفيين.

المبحث الثاني: مقارنة بين العامل الاقتصادي والقائم بالاتصال

أولاً: القائم بالاتصال: المفهوم ذات العلاقة

ان فهم القائم بالاتصال في الصحافة "بأنه معد ومنتج الرسالة الذي يتميز بمهام تنظيم يتصف بالتعقيد يتمثل في مبدأ تقسيم العمل على نطاق كبير، فهو المحرر والمراسل في الاتصال الجماهيري، وهو الصحفي الذي يعمل بانتظام في المؤسسة الإعلامية، ومسؤوليته جمع المعلومات العامة وإعادة صياغتها حسب طبيعة الفن الصحفي او القوالب الإعلامية المتعددة، محاولا الربط عن طريق التحليل او التقييم ومن ثم تقديمها الى الجمهور، أي انه باختصار يعمل في صنع الرسالة الإعلامية منذ بداية تكوينها حتى تصبح جاهزة للبث أو النشر عبر وسيلة إعلامية".^(١)

وبالنظر للمهام التي يقوم بها الصحفي من عملية بدء الحوار وصياغة الأفكار في رموز لفضية وأخرى غير لفضية تعبر عن المعنى المقصود، ومن ثم توجه هذه الرموز برسالة تتناسب مع الوسيلة الى الجمهور الملائم لها، وبالتالي فأن معدل النجاح لاختيار الرموز المناسبة لتعبير عما يريد ايصاله من أفكار بشكل واضح ودقيق عن طريق الوسيلة المناسبة، ما هو الا انعكاس الصحيح لنجاحه وتحقيق غاياته،^(٢) فضلا عن تأثير الصفات الخاصة بالعاملين من امتلاكه لثقافة واسعة ولغنة اجنبية وقدرته على التزاوج بين لغة التخصص والكتابة الصحفية.^(٣)

ولفك الالتباس في المفهوم بالنسبة للقائم بالاتصال في المؤسسة الصحفية من جهة، ومع فلسفت الرسالة وأهدافها ومصالحها الاقتصادية من جهة أخرى، لان الرسالة الاتصالية تأخذ اعتبارات عدة منها قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، وبهذا فأن الوسيلة الإعلامية مهما كانت انتماءاتها او توجهاتها فأنها تحدد ما يجب ان ينشر وما يجب ان لا ينشر، بمعنى ان هناك فلتر للرسالة الإعلامية دائما سوى كميا او نوعيا لما يتم ارساله عبر وسائل الاعلام المختلفة.^(٤)

تختلف وسائل الاعلام أهميتها من جمهور الى اخر وفق التوجه والانتماء، فضلا عن المهام التي تؤديها الوسيلة الإعلامية في المجتمع على المجالات كافة،^(٥) وبناء على ذلك فأن العلاقة بين

(١) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، (عمان : دار المسيرة للنشر، ٢٠١١م)، ص ٢٧٩.

(٢) عبد الكريم الزباني، القائم بالاتصال بين حارس البوابة والرقابة الذاتية، مجلة القلم الالكتروني الجزائرية، العدد ١٠، ٢٠١٣م، ص ٢٧.

(٣) شكرية كوكز السراج، الصحافة المتخصصة في العراق بعد احداث ٩-٤-٢٠٠٣م، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤، ٢٠٠٨م، ص ١٣٦.

(٤) صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار المجدلوي، ٢٠٠٦م)، ص ٦٩.

(٥) صفد حسام الساموك، الضغوط المؤثرة في الأداء الإعلامي لقناة العراقية نيوز قبل الانتخابات التشريعية لعام

٢٠١٨م، الباحث الإعلامي، المجلد ١٠، العدد ٤١، ص ٤١، <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i41.10>.

القائم بالاتصال والسيطرة على المحتوى الاعلامي، التي إشارات لها بعض الدراسات والرؤى العلمية، والتي ذهبت لتوضيح الوظيفة الأساسية التي يقوم بها في العملية الاتصالية كونه عنصر منها، التي تعدت المتخصصين في مجال الاعلام والأكاديميين وفق ما جاء به باترسون اذ يقول: ان القائم بالاتصال هو كل من يساهم في وضع القرار داخل وسائل الاعلام بشكل مباشر^(١)

ويمكن فهم التعريف وفق مجموعة من المعايير التي تؤثر على القائم بالاتصال منها:^(٢)

١. الذاتية للصحفي: كل ما يتعلق بالشخصية من سمات وخصائص مثل العمر والنوع والحالة الاجتماعية التي تؤثر على عمله.
٢. المعايير الأساسية للمجتمع: النظام العام او البيئة الاجتماعية التي تعمل بها وسائل الاعلام.
٣. المعايير المهنية: ويقصد به كل الضغوط التي يتعرض لها الصحفي من قبل سياسية المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، او الضغوط السياسية او مصادر الاخبار.
٤. الجمهور: ان عملية التأثير بين الجمهور والقائم بالاتصال عملية عكسية فكل يؤثر على الآخر بطريقة ما.

ثانيا: العامل الاقتصادي: المفهوم والتأثير

ان وسائل الاعلام تتأثر بالعديد من الضغوط الدولية سواء من قبل الحكومات او من المؤسسات المالية، وهذا فأن الافرازات الأخيرة من أفكار وقيم في زيادة وتكثيف تأثيرات الاقتصاد والتي أحدثت تغيرات عديدة في اقتصاديات وسائل الاعلام، ليس على مستوى دولة فقط وانما على مستوى العالم ككل^(٣).

ان للتأثيرات سواء في الفترات السابقة او الحالية لها المساحة الأكبر على الصحفيين والتي تنعكس عليهم بشعور بالقلق إزاء التدخلات السياسية للسلطات في مجال التحرير، لكن إضافة الى ذلك أصبحت مصادر التأثير لا تقف عن هذا الحد، بما في ذلك الإعلانات والضغوط التجارية والمنافسة والضغوط الاقتصادية الأخرى،^(٤)

خاصة ان عامل الاقتصاد يعود على ذاتية الممول كأن يكون (السلطة السياسية او جماعات مالية او جماعات الضغط)، وهذه المؤسسات له فاعلية كبيرة، اذ أن احد الطرق امام وسائل الإعلام ان تدعم الممول دائماً وتضع قيم الممول في موقعها الخاص، والذي يؤثر في النهاية على حرية

(١) سامية جفال، فائزة بو زيد، معايير القائم بالاتصال في تحديد أولويات القضايا السياسية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: قراءة نظرية في مستجدات نظرية القائم بالاتصال، مجلة المعيار، الجزائر، ٢٠٢٠م، ص ٥٦٢.

(٢) عبد العزيز إبراهيم خليل، مصادر ضغوط العمل لدى القائم بالاتصال في العلاقات العامة، الباحث الإعلامي، المجلد ١٠، العدد ٤٢، ٢٠١٨م، ص ٨٦-٨٧، <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.219>.

(٣) سامح الشريف، رجال الاعمال واعلامهم واقع الاعلام الاقتصادي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٤.

(٤) Guyot Jacque, Political-economic factors shaping news culture, Hal open science, 2011, p1.

وسائل الاعلام ويحدد علمها عن طريق احتكار الإعلان وكذلك السيطرة على المحتوى الصحفي من قبل هذه المؤسسات.^(١)

لذلك فإن الخصائص الاقتصادية وتبعياتها لها تأثير على الكفاءة التنظيمية والاستقرار داخل عمليات غرف الاخبار، فضلا عن انتاج بجودة عالية ورفع سوق المنافسة وتنظيم المشاركة، ومن ثم إبراز الدور التنموي للمجتمع.^(٢)

ثالثا: طبيعة العلاقة بين الاقتصاد ووسائل الاعلام

ان تفسير طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والاقتصاد أكثر وضوحاً من خلال وكالات الإعلان، اذ يعد التمويل الإعلان هو أحد أكبر الضغوط التي تفرض على المؤسسة الإعلامية، فضلا عن تغلب التطور البنوي لوسائل الإعلام في المشروع الاقتصادي على الوظيفة الاتصالية للصحافة.

لتوضيح مسألة الإمكانات المادية التي تأتي بها وسائل الاعلام لتعزيز موقعها من بقية وسائل الاعلام، فأنها تأتي عن طريقين، الطريق الأول هو الإعلان وهذا يتحقق بفضل قوة الاقتصاد القومي للبلد التي تعمل به الوسيلة الإعلامية، وهذا الامر غير محقق في دول النامية، والطريق الثاني وهو التوزيع وهذا يتعلق بشكل طردي مع دخل الفرد، اذ يؤدي قلته الى ضعف في الاقبال على شراء وهذا ينعكس بطريقة او أخرى على انخفاض التوزيع وانتشارها، مما يؤدي الى انخفاض دخلها ويضعف امكانياتها المادية.^(٣)

ان الاعلام الاقتصادي هو الكاشف عن المعلومات الاقتصادية، وهذا يتيح مساحة ممكنة لمعرفة ما يخص هذا المجال من معلومات ومعطيات تمكن الوقوف على المشكلات التي يوجهها المواطن وبالتالي تنضج الأفكار لديه ويكون قادر على اتخاذ القرار.^(٤)

فضلا عن كون العامل الاقتصادي هو أحد الركائز الأساسية التي يخطط لها ويعطي لها القيمة المهمة، اذ يؤثر في وضع استراتيجيات العمل الصحفي، وهذا ينعكس على غرف الاخبار وكل مفاصل الممارسة الإعلامية، بدءا من العاملين والمندوبين وصولا الى المحررين ومنتجين، وبهذا

(١) ناظم خالد الشمري، الاعلام الاقتصادي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص ٧٣.

(٢) Hollifield, CA; Becker, LB, The Effects of Political, Economic and Organizational Factors On the Performance of Broadcast Media in Developing Countries, cairo, Presented to the Political Communication Research Section, 2006, p16.

(٣) محمد محمد البادي، الاتصال الجماهيري في المجتمعات النامية، (د.م: مكتبة فلسطين، ٢٠٠٥م)، ص ٥٩.

(٤) عمر عناد شلال، يوسف خلف صايل، اتجاهات في المعالجة الإعلامية للمشاكل الاقتصادية في البرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية العراقية برنامج دينار كنموذج، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية(مسار)، المجلد ٢، العدد ٨، ص ٧٥.

فأن توفير الإمكانيات من الأجهزة والمعدات الفنية والتكنولوجية التي تصب في كفاءة وجودة عمل الوسيلة الإعلامية، تنطلق من مدى توفر الإمكانيات المادية لتلك الوسيلة.^(١)

فيما يتعلق بدور العامل الاقتصادي في التشجيع للتخلي عن بيئة الاعلام التقليدي، والتأقلم مع بيئة الاعلام الجديد، التي اتاحة امام المستهلك ان يكون متوصلا ومتفاعلا، فضلا عن التوجه وانجاب المعلنون نحو البيئة الرقمية التي تحقيق الوصول الممكن الى الجمهور وتحقيق الأهداف باقل كلفة واكثر فعالية، وبهذا فأن التحول من الصحافة التقليدية الى الصحافة الالكترونية تستدعي الانتباه الى الجانب الاقتصادي الذي يصنع القرار الاستثماري ويحدد الغايات، في إشارة الى الخصائص الاقتصادية التي تتمتع بها فأنها تخلق حالة من التوازن بين الكفاءة في الأداء وتقليل الكلفة.^(٢)

البحث الثالث: الدراسة الميدانية

أجرى الباحث الدراسة الميدانية للمدة من ١/١/٢٠٢٣م ولغاية ٣١/١/٢٠٢٣م على الصحفيين المتخصصين باستخدام أسلوب الحصر الشامل للعاملين في الصحف العراقية الالكترونية والتي بلغ قوامها (١٢٨) مفردة، فكانت النتائج كما هو مبين في الجداول الآتية:

أولاً: البيانات الخاصة بتأثير العامل الاقتصادي على الصحفيين:

خصائص عينة الدراسة للمبحوثين الصحفيين.

جدول (١) يوضح الخصائص الديموغرافية للصحفي العراقي المتخصص.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكر	96	75	الأولى
انثى	32	25	الثانية
الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أعزب/ة	28	21.9	الثانية
متزوج/ة	84	65.6	الأولى
أرمل/ة	9	7.0	الثالثة
منفصل/ة	7	5.5	الرابعة
المرحلة العمرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
٢٥-٣٤ سنة	38	29.7	الثانية
٣٥-٤٤ سنة	39	30.5	الأولى
٤٥-٥٥ سنة	21	16.4	الرابعة
اكثر من ٥٥ سنة	30	23.4	الثالثة

(١) رواء هادي صالح، التغطية الصحفية للأخبار السياسية المحلية في الصحافة العراقية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، قسم الصحافة ٢٠٠٦م، ص ٨٦.

(٢) محمد امين موسى، البعد الايكولوجي لاقتصاديات الصحافة الالكترونية العربية الواقع والنموذج، مركز الجزيرة للبحوث والدراسات، ٢٠١٩، ص ٢.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
الثالثة	14.8	19	اعدادية
الرابعة	١٣.٣	١٧	دبلوم
الأولى	46.9	60	بكالوريوس
الثانية	25.0	32	دراسات عليا

يبين الجدول (١) ان للمسح الميداني ان المبحوثين من الذكور بلغت نسبته ٧٥% وبمجموع تكراري ٧٥، فيما حلت النوع الاجتماعي الاناث في المرتبة الثانية بتكرار ٣٢ ونسبة ٢٥%، فيما جاءت المبحوثين تقسيمهم طبقا للحالة الاجتماعية الى متزوج بتكرار ٨٤ ونسبة ٦٥.٦% وحلت في المرتبة الأولى، فيما جاءت فئة اعزب في الترتيب الثاني بتكرار ٢٨ ونسبة ٢١.٩%، فيما جاءت فئة ارملة في المرتبة الثالثة بتكرار ٩ ونسبة ٧.٠%، وحلت في المرتبة الأخيرة فئة مطلق بتكرار ٧ ونسبة ٥.٥%، فضلا عن المرحلة العمرية للصحفيين المتخصصين فقد جاءت فئة ٣٥-٤٤ سنة بالمرتبة الأولى بتكرار ٣٩ ونسبة ٣٠.٥%، اما في المرتبة الثانية فحلت فئة ٢٥-٣٤ سنة بتكرار ٣٨ ونسبة ٢٩.٧%، اما الفئة اكثر من ٥٥ سنة فقد حلت في الترتيب الثالث بتكرار ٣٠ ونسبة ٢٣.٤%، فيما جاءت فئة ٤٥-٥٤ سنة في الترتيب الأخير ونسبة ١٦.٤%، اما المؤهل العلمي للصحفيين فقد جاءت فئة بكالوريوس بالمرتبة الأولى بتكرار ٦٠ ونسبة ٤٦.٩%، اما في المرتبة الثانية فقد حلت فئة دراسات عليا بتكرار ٣٢ ونسبة ٢٥.٠%، اما في المرتبة الثالثة جاءت فئة اعدادية بتكرار ١٩ ونسبة ١٤.٨%، والمرتبة الأخيرة جاءت فئة دبلوم بتكرار ١٧ ونسبة ١٣.٣%.

جدول (٢) تأثير المستوى المعيشي على الأداء الإعلامي

هل المستوى المعيشي له تأثير على ادائك الإعلامي	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط المرجح	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري
نعم	42	32.8	٢.١٣	٧٠.٨٣	٠.٩٩
نوعا ما	60	46.9			
لا	26	20.3			
المجموع	128	100.0			

كشف جدول (٢) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (يبين تأثير المستوى المعيشي على الأداء الاعلامي)، والتي حصلت فيه الفئة الفرعية (نوعا ما) على المرتبة الأولى بتكرار (٦٠) مفردة ونسبة مئوية بلغت (٤٦.٩%)، اما الفئة الثانية فقد حصلت عليها الفئة الفرعية (نعم) بتكرار (٤٢) ونسبة مئوية بلغت (٣٢.٨%)، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة فئة (لا) بعد ان حصلت على (٢٦) تكرار ونسبة مئوية (٢٠.٣%)، وفي ضوء ذلك يمكن تفسير هذه الفئة على ان تباين المستوى المعيشي ينصب في الأخير على أداء الصحفي وكفاءته، اذا ان فئة (نوعا ما) تشير الى اعلى نسبة ويؤكد ذلك الوزن النسبي مقداره (٩٢.٢١%).

جدول (٣) تأثير عوامل الدخل على المردود العملي للصحفي بشكل مباشر

هل تؤثر عوامل الدخل على المردود العملي للصحفي بشكل مباشر	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط المرجح	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري
نعم	46	35.9	٢.٢٣	٧٤.٤٨	٠.٧٠
نوعا ما	66	51.6			
لا	16	12.5			
المجموع	128	100.0			

ابان الجدول (٣) للفئة الرئيسية (تأثير عوامل الدخل على المردود العملي للصحفي بشكل مباشر) والتي حصلت فيها الفئة الفرعية (نوعا ما) على المرتبة الأولى بتكرار (٦٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٥١.٦%)، اما في المرتبة الثانية حصلت فئة (نعم) بتكرار (٤٦) وبنسبة مئوية (٣٥.٩%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا) بتكرار (١٦) وبنسبة مئوية (١٢.٥%)، وتشير نتائج التحليل والتفسير الى ان عوامل الدخل لها مردود كبير على الصحفي وتؤثر في قدراته وكفاءته الصحفية بعد ان حصلت على وزن نسبي مقداره (٧٤.٤٨).

جدول (٤) مستوى العلاقة بين تحقيق الربح والمضمون الذي يتصف بالسطحية

مستوى العلاقة بين تحقيق الربح والمضمون الذي يتصف بالسطحية	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط المرجح	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري
عالي	22	17.2	١.٨٢	٦٠.٦٨	٠.٦٥
جيد	61	47.7			
مقبول	45	35.2			
المجموع	128	100.0			

يبين جدول (٤) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (مستوى العلاقة بين تحقيق الربح والمضمون الذي يتصف بالسطحية)، إذا جاءت فئة (جيد) في المرتبة الأولى بتكرار (٦١) وبنسبة مئوية (٤٧.٧%)، وحصلت فئة (مقبول) بتكرار (٤٥) وبنسبة مئوية (٣٥.٢%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (٢٢) وبنسبة مئوية (١٧.٢%)، وتشير نتائج التحليل ان هناك علاقة لدى اغلب الصحفيين بين المضامين التي تنخفض مستوياتها التي تعالج من قبل وسائل الاعلام وتحقيق غايات معينة للمؤسسة او الصحفي، وتؤكد ذلك الوزن النسبي إذا بلغ مقداره (٦٠.٦٨%).

جدول (٥) تناسب الاجر الذي تحصل عليه مع ما تقوم به من عمل

يتناسب الاجر الذي تحصل عليه مع ما تقوم به من عمل	التكرارات	النسبة المئوية	الوسط المرجح	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري
نعم	55	43.0	٠.٨٦	٤٢.٩٧	٠.٧٢
لا	73	57.0			
المجموع	128	100.0			

يوضح جدول (٥) الفئة الرئيسة (يتناسب الاجر الذي تحصل عليه مع ما تقوم به من عمل) والتي حصلت فيه الفئة الفرعية (لا) على المرتبة الأولى بتكرار مقدراه (٧٣) وبنسبة مئوية قوامها (٥٧.٠%)، اما الفئة الفرعية (نعم) جاءت في المرتبة الثانية بتكرار (٥٥) وبنسبة مئوية (٤٣.٠%)، وتبين ان نتائج التحليل تشير الى اغلب العاملين في الصحافة يرون ان نتائج أعمالهم لا تتناسب مع الأجور التي يحصلون عليها وهذا له دافع سلبي في الحفاظ على كفاءة الصحفي واداءه الإعلامي وتأكيد ذلك بوزن نسبي قوامه (٤٢.٩٧%).

جدول (٦) التأثير للعامل الاقتصادي على الصحفي المتخصص

ت	المواقف	اتفق جدا		اتفق الى حد ما		محايد		لا اتفق الى حد ما		لا اتفق اطلاقا		المجموع الكلي		الوسط المرجح	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
١	تقديم الموضوعات وفق رغبات المعلن في الوسيلة التي تعمل بها.	٣٤	٢٦.٦	٤٦	٣٥.٩	٣٠	٢٣.٤	١٠	٧.٨	٨	٦.٣	١٢٨	١٠٠%	٣.٦٩	٧٣.٦٥	١.١٢
٢	تؤثر ملكية المؤسسة على اهدافك الصحفية	٢٢	١٧.٢	٤٥	٣٥.٢	٣٩	٣٠.٥	١٤	١٠.٩	٨	٦.٣	١٢٨	١٠٠%	٣.٤٦	٦٩.٢٢	١.٠٩
٣	تؤثر الأهداف الربحية للمؤسسة في انجاز وظائفك الإعلامية	٣١	٢٤.٢	٤٠	٣١.٣	٣٠	٢٣.٤	١٨	١٤.١	٩	٧.٠	١٢٨	١٠٠%	٣.٥٢	٧٠.٣١	١.٢٠
٤	الوسيلة الإعلامية تجبرك تتخلى عن بعض اخلاقيات المهنية من اجل منح المعلنين تسهيلات خاصة	١٠	٧.٨	٣٦	٢٨.١	٣٦	٢٨.١	٢٥	١٩.٥	٢	١.٦	١٢٨	١٠٠%	٢.٩١	٥٨.٢٨	١.٢٠

٥	تأثير العامل الاقتصادي غير ملموس بالنسبة الي	١٧	١٣.٣	٣٦	٢٨.١	٥١	٣٩.٨	١٦	١٢.٥	٨	٦.٣	١٢٨	١٠٠ %	٣.٣٠	٦٥.٩٤	١.٠٥
٦	ادائك الإعلامي وعلاقته بالتدني الراتب المخصص للصحفي	٢٦	٢٠.٣	٤٢	٣٢.٨	٣٩	٣٠.٥	١٦	١٢.٥	٥	٣.٩	١٢٨	١٠٠ %	٣.٥٣	٧٠.٦٣	١.٠٧
٧	عدم وجود حوافز مالية او معنوية كافية يؤثر على أداء الصحفي	٤٥	٣٥.٢	٤١	٣٢.٠	٢٤	١٨.٨	١٣	١٠.٢	٥	٣.٩	١٢٨	١٠٠ %	٣.٨٤	٧٦.٨٨	١.١٣
٨	تختلف الاجور في الموقع الالكتروني الذي اعمل به عن المواقع الأخرى	٣٢	٢٥.٠	٤٧	٣٦.٧	٣٢	٢٥.٠	١٣	١٠.٢	٤	٣.١	١٢٨	١٠٠ %	٣.٧٠	٧٤.٠٦	١.٠٥
٩	تأثير هيمنة المعلنين والوكالات الاعلانية على سياسة الموقع	٢١	١٦.٤	٤٢	٣٢.٨	٣٧	٢٨.٨	١٣	١٠.٢	١	١١.٧	١٢٨	١٠٠ %	٢.٩٧	٥٨.٤٤	١.٢١

يبين الجدول (٦) العبارات التي تبين تأثير العامل الاقتصادي على الأداء الصحفي:

١. تقديم الموضوعات وفق رغبات المعلن في الوسيلة التي تعمل بها.: جاءت فيها فئة (اتفق الى حد ما) المرتبة الأولى بتكرار (٤٦) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٥.٩%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (اتفق جدا) بتكرار (٣٤) وبنسبة مئوية (٢٦.٦%)، و ثم جاءت فئة (محايد) بالمرتبة الثالثة بتكرار (٣٠) وبنسبة مئوية مقدارها (٢٣.٤%)، وجاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٧.٨%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (٦.٣%)، وتشير نتائج البحث الى ان تفسير هذه الفئة يعطي كشف

واضح ان المعلن له تأثير كبير على طبيعة وطريقة تغطية المضامين الإعلامية في الوسيلة الإعلامية مؤكداً ذلك الأهمية النسبية التي كانت مقدرها (٧٣.٦٥%).

٢. تؤثر ملكية المؤسسة على اهدافك الصحفية: حصلت الفئة الفرعية (اتفق الى حد ما) بالمرتبة الأولى بتكرار (٤٥) ونسبة مئوية (٣٥.٢%)، اما المرتبة الثانية فكانت لفئة (محايد) بتكرار (٣٩) ونسبة مئوية (٣٠.٥%)، ثم جاءت فئة (اتفق جدا) في المرتبة الثالثة بتكرار (٢٢) ونسبة مئوية (١٧.٢%)، في حين جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) في المرتبة الرابعة بتكرار (١٤) ونسبة مئوية (١٠.٩%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق اطلاقاً) بتكرار (٨) ونسبة مئوية (٦.٣%)، وتشير الأهمية النسبية (٦٩.٢٢%) الى ان المعلومات الخاصة بالفئات توضح مدى تأثير مالك المؤسسة وامكانياته وتوجهاته على الأهداف الصحفية للصحفي وهذا ينعكس على ادائه الصحفي.

٣. تؤثر الأهداف الربحية للمؤسسة في انجاز وظائفك الإعلامية: جاءت الفئة الفرعية (اتفق الى حد ما) بالمرتبة الأولى بتكرار (٤٠) ونسبة مئوية (٣١.٣%)، اما المرتبة الثانية فكانت لفئة (اتفق جدا) بتكرار (٣١) ونسبة مئوية (٢٤.٢%)، ثم جاءت فئة (محايد) في المرتبة الثالثة بتكرار (٣٠) ونسبة مئوية (٢٣.٤%)، في حين جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) في المرتبة الرابعة بتكرار (١٨) ونسبة مئوية (١٤.١%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق اطلاقاً) بتكرار (٩) ونسبة مئوية (٧.٠%)، وتشير الأهمية النسبية (٧٠.٣١%) الى ان المعلومات الخاصة بالفئات توضح مدى الميول الصحفي لتحقيق الوظائف وانجازها كونها لها علاقة بالأهداف الربحية والمالية للمؤسسة.

٤. الوسيلة الإعلامية تجبرك تتخلى عن بعض اخلاقيات المهنة من اجل منح المعلنين تسهيلات خاص: جاءت فيها فئة (اتفق الى حد ما) بالمرتبة الأولى بتكرار (٣٦) ونسبة مئوية مقدارها (٢٨.١%)، وفئة (محايد) جاءت أيضاً في المرتبة الأولى فئة (محايد) بتكرار (٣٦) ونسبة مئوية مقدارها (٢٨.١%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بتكرار (٢٥) ونسبة مئوية (١٩.٥%)، واثم جاءت فئة (لا اتفق اطلاقاً) بالمرتبة الثالثة بتكرار (٢١) ونسبة مئوية مقدارها (١٦.٤%)، وجاءت فئة (اتفق جدا) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٠) ونسبة مئوية (٧.٨%)، وتشير النتائج الى ان تفسير هذه الفئة يوضح الوزن النسبي (٥٨.٢٨%) والذي

يؤكد على ان الكثير من الصحفيين يتأثرون بقيم وتوجهات المعلنين وبالتالي هذا ينعكس على الصحفي واخلاقياته

٥. تأثير العامل الاقتصادي غير ملموس بالنسبة الي : جاءت فيها فئة (الى حد ما) المرتبة الأولى بتكرار (٥١) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٩.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (اتفق الى حد ما) بتكرار (٣٦) وبنسبة مئوية (٢٨.١%)، و ثم جاءت فئة (اتفق جدا) بالمرتبة الثالثة بتكرار (١٧) وبنسبة مئوية مقدارها (١٩.٥%)، وجاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٦) وبنسبة مئوية (١٢.٥%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (٦.٣%)، وتشير النتائج الى ان تفسير هذه الفئة يبين ان الاحتفاظ بعدم التصريح يشير الى الوسطية بين القبول والرفض في تأثير عامل الاقتصادي على الصحفي مؤكدا في ذلك وفق الأهمية النسبية قوامها (٦٥.٩٤%).

٦. ادائك الإعلامي وعلاقته بالتدني الراتب المخصص للصحفي: حصلت فيها فئة (اتفق الى حد ما) المرتبة الأولى بتكرار (٤٢) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٢.٨%)، وفئة (محايد) جاءت في المرتبة الثانية بتكرار (٣٩) وبنسبة مئوية (٣٠.٥%)، اما في المرتبة الثالثة جاءت فئة (اتفق جدا) بتكرار (٢٦) وبنسبة مئوية (٢٠.٣%)، و ثم جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٦) وبنسبة مئوية مقدارها (١٢.٥%)، وجاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بالمرتبة الأخيرة بتكرار (٥) وبنسبة مئوية (٣.٩%)، وتشير النتائج الى ان تفسير هذه الفئة يوضحه الوزن النسبي (٧٠.٦٣%) والذي يؤكد على ان الكثير من الصحفيين يتأثرون بتدني الراتب المخصص لهم وبالتالي هذا ينعكس على قيمة الأداء الصحفي لهم.

٧. عدم وجود حوافز مالية او معنوية كافية يؤثر على أداء الصحفي: جاءت فيها فئة (اتفق جدا) المرتبة الأولى بتكرار (٤٥) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٥.٢%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (اتفق الى حد ما) بتكرار (٤١) وبنسبة مئوية (٣٢.٠%)، و ثم جاءت فئة (محايد) بالمرتبة الثالثة بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية مقدارها (١٨.٨%)، وجاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٣) وبنسبة مئوية (١٠.٢%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بتكرار (٥) وبنسبة مئوية (٣.٩%)، وتوضح النتائج الى ان تفسير هذه الفئة الرئيسة لها درجة كبيرة من التأثير على الأداء الصحفي فكلما زادت الحوافز والمكافأة المالية كلما كان له تأثير على رفع مستوى الأداء للصحفي مؤكدا على ذلك وفق الأهمية النسبية قوامها (٧٦.٨٨%).

٨. تختلف الاجور في الموقع الالكتروني الذي اعمل به عن المواقع الأخرى: جاءت فيها فئة (اتفق الى حد ما) المرتبة الأولى بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٦.٧%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة كل من (اتفق جدا) وفئة (محايد) بتكرار (٣٢) وبنسبة مئوية (٢٥.٠%)، و ثم جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بالمرتبة الثالثة بتكرار (١٣) وبنسبة مئوية مقدارها (١٠.٢%)، وجاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بالمرتبة الأخيرة بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (٣.١%)، وكشفت نتائج البحث الى ان اختلاف الأجور يدخل حيز التأثير على الأداء الصحفي مؤكدا على ذلك وفق الأهمية النسبية قوامها (٧٤.٠٦%).

٩. تأثير هيمنة المعلنين والوكالات الإعلانية على سياسة الموقع: جاءت فيها فئة (اتفق الى حد ما) المرتبة الأولى بتكرار (٤٢) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٢.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (محايد) بتكرار (٣٧) وبنسبة مئوية (٢٨.٨%)، وثم جاءت فئة (اتفق جدا) بالمرتبة الثالثة بتكرار (٢١) وبنسبة مئوية مقدارها (١٦.٤%)، وجاءت فئة (لا اتفق اطلاقا) بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (١١.٧%)، اما في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (لا اتفق الى حد ما) بتكرار (١٣) وبنسبة مئوية (١٠.٢%)، وتوضح البحث الى ان تفسير هذه الفئة الرئيسية تؤثر من صلاحيات وتأثيرات المعلنين على درجة سياسة الموقع والذي ينصب بالنهاية على أدائهم الصحفي ويؤكد على ذلك وفق الأهمية النسبية قوامها (٥٨.٤٤%).

❖ الاستنتاجات:

١. عن طريق نتائج الدراسة الميدانية تشير الى ان تأثير المستوى المعيشي له انعكاس واضح على أداء الصحفي وعمله داخل المؤسسة الصحفية، والتي يمكن ان تنعكس البيئة المالية التي يعيش بها الصحفي على قدراته وامكانياته المهنية.
٢. كشفت نتائج البحث الى ان تأثير عامل الدخل واضح وصريح للصحفي فهو المحرك الأساسي الذي ينصب على أداء الصحفي ويؤثر على دافعية الصحفي لمزاولة العمل ورفع مستوى له.
٣. ابانت نتائج البحث الى ان العلاقة بين المحتوى الذي يتصف بالسطحية ومستوى الربح ما هو الا انعكاس للتطور الحاصل والانفجار المعلوماتي الذي اعطى أهمية للتغطية الصحفية لهذه المحتويات والتي يمكن ان تكون مهمة لشريحة كبيرة من المجتمع.
٤. كشفت نتائج البحث الى ان هناك عدد كبير من الصحفيين الذين يشعرون انهم يعملون ضمن ساحة لا تقدر قيمة العمل المنجز للصحفي.
٥. كشفت نتائج البحث الى ان مالك المؤسسة والمعلنين لهم إثر كبير على تغيير واقع سياسة المؤسسة وتأثيرها على الوظائف الصحفية، فضلا عن تدني الراتب وانخفاض الحوافز ما هو الا تأثير على الصحفي في زيادة دافعية العمل ومحاولة تطوير مهاراتهم وامكانياتهم المهنية سواء في التدريب او من جانب التحفيز للحصول على مستويات أعلى.

❖ المصادر والمراجع:

١. اسعد حسين عطوان، يوسف خليل مطر، مناهج البحث العلمي، (بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠١٨م).
٢. حسين دبي حسان جبر الزويني: الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الإعلام العراقي "دراسة ميدانية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٠٩م.
٣. رواء هادي صالح، التغطية الصحفية للأخبار السياسية المحلية في الصحافة العراقية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، قسم الصحافة ٢٠٠٦م.
٤. زهير عبد اللطيف عابد، بحوث إعلامية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).

٥. سامح الشريف، رجال الاعمال واعلامهم واقع الاعلام الاقتصادي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
٦. سامية جفال، فائزة بو زيد، معايير القائم بالاتصال في تحديد أولويات القضايا السياسية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: "قراءة نظرية في مستجدات نظرية القائم بالاتصال، مجلة المعيار، الجزائر، ٢٠٢٠م.
٧. سهام حسن علي الشجيري، البناء الفكري للنظام التعليمي وعلاقته بالترشيد الإعلامي في ظل التكنولوجيا الحديثة، مجلة دراسات وبحوث إعلامية (مسار)، مجلد ٢، العدد ٨، ٢٠٢٢م.
٨. شكرية كوكز السراج، اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد ١٠، عدد ٣٩، ٢٠١٨م،
<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.65>
٩. شكرية كوكز السراج، الصحافة المتخصصة في العراق بعد احداث ٩-٤-٢٠٠٣م، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤، ٢٠٠٨م.
١٠. صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار المجدلاوي، ٢٠٠٦م).
١١. صفد حسام الساموك، الضغوط المؤثرة في الأداء الإعلامي لقناة العراقية نيوز قبل الانتخابات التشريعية لعام ٢٠١٨م، الباحث الإعلامي، المجلد ١٠، العدد ٤١،
<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i41.10>
١٢. عبد العزيز إبراهيم خليل، مصادر ضغوط العمل لدى القائم بالاتصال في العلاقات العامة، الباحث الإعلامي، المجلد ١٠، العدد ٤٢، ٢٠١٨م،
<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.219>
١٣. عبد الكريم الزباني، القائم بالاتصال بين حارس البوابة والرقابة الذاتية، مجلة القلم الالكتروني الجزائرية، العدد ١٠، ٢٠١٣م.
١٤. علاء الدين صلاح يوسف، العوامل المؤثرة على أداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٦م.

١٥. عمر عناد شلال، يوسف خلف صايل، اتجاهات في المعالجة الإعلامية للمشاكل الاقتصادية في البرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية العراقية برنامج دينار كنموذج، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية(مسار)، المجلد ٢، العدد ٨.
١٦. فوزي هادي الهنداوي، شذى كريم الشمري، منهجية البحث العلمي، (بغداد: كلية اللغات، ٢٠٠٩م).
١٧. كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، (عمان : دار المسيرة للنشر، ٢٠١١م).
١٨. محمد امين موسى، البعد الايكولوجي لاقتصاديات الصحافة الالكترونية العربية الواقع والنموذج، مركز الجزيرة للبحوث والدراسات، ٢٠١٩.
١٩. محمد محمد البادي، الاتصال الجماهيري في المجتمعات النامية، (دم: مكتبة فلسطين، ٢٠٠٥م).
٢٠. ناظم خالد الشمري، الاعلام الاقتصادي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).

References

1. Abdel-Karim Al-Zayani, the one in charge of communication between the gatekeeper and self-censorship, Algerian Electronic Pen Magazine, Issue 10, 2013.
2. Abdul Aziz Ibrahim Khalil, Sources of Work Stress for the Public Relations Liaison, Media Researcher, Volume 10, Issue 42, 2018. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.219>.
3. Aladdin Salah Youssef, Factors Affecting the Professional Performance of Those in Contact in Palestinian News Websites, unpublished master's thesis, Islamic University, College of Arts, Department of Journalism, 2016.
4. Asiad Hussein Atwan, Youssef Khalil Matar, Methods of Scientific Research, (Beirut: Dar Al-Kutak Al-Ilmiya, 2018).
5. Fawzi Hadi Al-Hindawi, Shatha Karim Al-Shimmery, Scientific Research Methodology, (Baghdad: College of Languages, 2009).
6. Guyot Jacque, Political-economic factors shaping news culture, Hal open science, 2011.
7. Guyot Jacque, Political-economic factors shaping news culture, Hal open science, 2011.

8. Hollifield, CA; Becker, LB, The Effects of Political, Economic and Organizational Factors On the Performance of Broadcast Media in Developing Countries, cairo, Presented to the Political Communication Research Section, 2006.
9. Hollifield, CA; Becker, LB, The Effects of Political, Economic and Organizational Factors On the Performance of Broadcast Media in Developing Countries, cairo, Presented to the Political Communication Research Section, 2006.
10. Hussein Dubai Hassan Jabr Al-Zuwaini: C. Her professional commission for the contact person in the TV channels of the Iraqi Media Network, "a field study", an unpublished doctoral thesis, University of Baghdad, College of Information, Department of Broadcast and Television Journalism, 2009.
11. Kamal Khurshid Murad, Mass Communication and Media, (Amman: Al Masirah Publishing House, 2011).
12. Muhammad Amin Musa, The Ecological Dimension of the Economics of Arab Electronic Journalism, Reality and Model, Al Jazeera Center for Research and Studies, 2019.
13. Muhammad Muhammad al-Badi, Mass Communication in Developing Societies, (Dr. M: Palestine Library, 2005).
14. Nazem Khaled Al-Shimmery, Economic Media, (Amman: Osama House for Publishing and Distribution, 2012).
15. Omar Inad Shallal, Youssef Khalaf Sayel, Trends in Media Treatment of Economic Problems in TV Programs of Iraqi Satellite Channels, Dinar Program as a Model, Journal of Media Studies and Research (Masar), Volume 2, Issue 8.
16. Rawa Hadi Salih, Press coverage of political news in the daily Iraqi press, unpublished master's thesis, College of Information, University of Baghdad, Department of Journalism 2006.
17. Safad Hassam Al-Samuk, Pressures Affecting the Media Performance of Al-Iraqi News Channel Before the 2018 Legislative Elections, Media Researcher, Volume 10, Issue 41. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i41.10>.
18. Salih Khalil Abu Osbaa, Communication and Media in Contemporary Societies, (Amman: Dar Al-Majdalawi, 2006).

19. Sameh Al-Sharif, *Businessmen and Their Media: The Reality of Economic Media*, (Cairo: Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2017).
20. Samia Jaffal, Faiza Bou Zaid, *Criteria for the Communicator in Prioritizing Political Issues between Traditional and New Media: “Theoretical Reading in the Developments of the Communicator’s Theory”*, *Al-Ma’ir Journal*, Algeria, 2020.
21. Shukria Koukoz Al-Sarraj, *Scientific Research Trends in Specialized Journalism*, *Media Researcher Journal*, Volume 10, Issue 39, 2018AD, <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.65>.
22. Shukriya Cooks Al-Sarraj, *Specialized Journalism in Iraq after the events of 4/9/2003*, *Media Researcher Magazine*, Issue 4, 2008.
23. Siham Hassan Ali Al Shujairi, *The Intellectual Structure of the Educational System and its Relationship to Media Rationalization in Light of Modern Technology*, *Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)*, Volume 2, Issue 8, 2022 .
24. Zuhair Abdul Latif Abed, *Media Research*, (Amman: Dar Al-Yazuri for Publishing and Distribution, 2020).