



**Prof.Dr.yusra khlid  
Ibraheem**

E-Mail :

[dr.yusrkhlid@yahoo.com](mailto:dr.yusrkhlid@yahoo.com)

Phone Number : 07703465165

**Haider Majed Katea**

E-Mail :

[asd699146@gamil.com](mailto:asd699146@gamil.com)

Phone Number : 07728987179

Master student in  
Iraqi University / College of  
Information

**Keywords:**

- Accreditation .
- Social networks.
- TV news sources.
- Professional performance.

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received : 5 / 10 /2022

Accepted : 15 / 11 /2022

Available Online : 15 / 12 /2022

## IRAQI MEDIA PEOPLE'S DEPENDENCE ON SOCIAL NETWORKS AS A SOURCE OF TELEVISION NEWS AND ITS REFLECTION ON THEIR PROFESSIONAL PERFORMANCE

a survey study

### ABSTRACT

The relationship between social networks and media professionals is an important issue in newsrooms, which is evident in the increasing reliance on them as sources of television news, despite the controversy surrounding the credibility and accuracy of that news, and the necessity of conforming to professional standards, in order for it to be news compatible with discreet media work based on accuracy, honesty and objectivity.

The research seeks to discuss a fundamental idea and a main question, which is (to what extent do Iraqi media professionals depend on social networks as a source of television news and its reflection on their professional performance?), which began to occupy large areas of spread among media professionals working on satellite channels, and to know its reflection on their professional performance of the contact person. (Editor-in-Chief, Investigative Secretary, Program Presenter, News Director, Correspondent, Representative), It included all news and information related to the news coverage of satellite channels and various fields...

## اعتماد الإعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية وانعكاسه على أدائهم المهني "دراسة مسحية"

### المستخلص

تمثل العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والإعلاميين شأنًا مهمًا في غرف الأخبار يتجلى في الاعتماد المتزايد عليها كمصادر للأخبار التلفزيونية ، بالرغم من الجدل الحاصل على مدى مصداقية ودقة تلك الأخبار، وضرورة مطابقتها للمعايير المهنية، كي تكون أخبار موافقة للعمل الإعلامي الرصين المبني على الدقة والصدق والموضوعية.

ويسعى البحث إلى مناقشة فكرة جوهرية وسؤال رئيس وهو (ما مدى اعتماد الإعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية وانعكاسه على أدائهم المهني ؟) ، التي بدأت تشغل مساحات واسعة من الانتشار بين الإعلاميين العاملين بالقنوات الفضائية، ومعرفة انعكاسه على أدائهم المهني للقائم بالاتصال من (مدير تحرير ، سكرتير تحريري، مقدم برامج ، مدير أخبار، مراسل ، مندوب )، إذ شملت جميع الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالتغطيات الإخبارية الخاصة بالقنوات الفضائية ولمختلف الميادين (السياسية ، الاجتماعية ، الرياضية ، الثقافية والرياضية ، الفنية، الدينية )، التي يتم رصدها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك ، اليوتيوب ، تويتر، الانستغرام )، بغية التعرف على أهم المضامين المعتمدة لديهم، والتي ركزت عليها القنوات الفضائية في عدها مصادر إخبارية معتمدة لمؤسساتهم الإعلامية .

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

أ.د يسرى خالد إبراهيم  
الإيميل :

[dr.yusrkhliid@yahoo.com](mailto:dr.yusrkhliid@yahoo.com)

رقم الهاتف :

٠٧٧٠٣٤٦٥١٦٥

حيدر ماجد كاطع  
الإيميل :

[asd699146@gamil.com](mailto:asd699146@gamil.com)

رقم الهاتف :

٠٧٧٢٨٩٨٧١٧٩

عنوان عمل الباحث:

طالب ماجستير في  
الجامعة العراقية / كلية الاعلام  
الكلمات المفتاحية:

- الاعتماد .
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- مصادر الأخبار التلفزيونية.
- الاداء المهني.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٢ / ١٠ / ٥  
القبول : ٢٠٢٢ / ١١ / ١٥  
التوفر على الانترنت: ٢٠٢٢ / ١٢ / ١٥

**المقدمة :** وفرت التكنولوجيا الحديثة ، مصادر اخبارية جديدة تتسم بالآنية والحدثة، فما يحدث في أي مجتمع ينقل بالصوت والصورة لحظة حدوثه وبثه بشكل مباشر ، ولعل من ابرز هذه المصادر هي شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في دعم عمل المؤسسات الإعلامية (القنوات الفضائية ) موضوع البحث، وتزويدها بالأخبار من خلال اعتماد الإعلاميين العاملين فيها في الحصول على السبق الصحفي والذي يكون وفق معايير مهنية وضوابط أخلاقية يلتزم بها القائم بالاتصال في قنواتهم، تسهم في الحفاظ

على ثقة جمهور المؤسسة الإعلامية، بالإضافة إلى دورها في رفع قدرات القائمين بالاتصال بشقيهم التقليدي والالكتروني من خلال تطوير أفكارهم وزيادة الخبرة بشكل متسارع بالاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات

وقسم البحث إلى ثلاث محاور هي: منهجية البحث التي تناولت (مشكلة البحث وأهدافه ومنهجه وعينة البحث وأدواته) والإطار النظري (نظرية الاعتماد والوظيفة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي ومصادر الأخبار التلفزيونية والأداء المهني) والمحور الثالث تضمن الدراسة الجانب العملي للبحث .

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث

#### مشكلة البحث

مشكلة البحث تعدّ شرطاً مسبقاً للقيام بالبحث العلمي وهو الأساس الذي يتم الانطلاق منه<sup>(١)</sup>. و تعرف مشكلة البحث العلمي بأنها "موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم"<sup>(٢)</sup>.

إن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي أنها ترتبط بمشكلة محددة تشتد الحاجة إلى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة فبدون مشكلة تتطلب معالجة لا يوجد بحث علمي لأن البحث العلمي لا ينشأ من فراغ<sup>(٣)</sup>.

وعلى ذلك فإن مشكلة البحث تمثل جانباً مهماً من جوانب المنهج العلمي في جميع البحوث العلمية فهي تعد الخطوة الأولى في عملية البحث العلمي والتي تتبعها خطوات أخرى، تمثل موضوع الدراسة، كما انها تساؤلات تدور في ذهن الباحث حول موضوع غامض يحتاج إلى تفسير<sup>(١)</sup>.

(١) صلاح الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٨٢)، ص ٤٩

(٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٥، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٥)، ص ١٢٩.

(٣) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٦) ص ٣٧.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي الآتي: ما مدى اعتماد الاعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية، وانعكاسه على أدائهم المهني؟ . وتتفرع عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما مدى اعتماد الاعلاميين على شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد؟
٢. ما درجة اعتماد الاعلاميين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية ؟
٣. ما أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الاعلاميين الاعتماد عليها كمصدر للأخبار؟
٣. ما أسباب اعتماد الاعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات؟
٤. ما طبيعة الموضوعات التي يتابعها الاعلاميين العراقيين في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟
٥. ما مراحل العمل الاعلامي التي يعتمد فيها الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي ؟
٦. ما المواقع والصفحات التي يتخذها الاعلامي كمصدر للأخبار التلفزيونية ويحرص على تصفحها بشكل مستمر؟
٧. ما الاوقات التي يزداد فيها الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟
٨. ما اهم العوامل المؤثرة في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار التلفزيونية ؟

---

(١) فوزي غرايبة وآخرون، اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، (عمان: مطابع الجمعية الملكية، ١٩٧٧)، ص ١٩ .

٩. ما اهم المصادر للحصول على الاخبار التلفزيونية ؟

١٠. ما مدى انعكاس اعتماد الإعلاميين العراقيين على مواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني؟

١١. ما أهم التحديات والمشاكل التي تواجه الإعلاميين العراقيين نتيجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية؟

**ثانياً: أهمية البحث - تتجسد اهمية البحث في جانبين هما :**

أ. **الاهمية العلمية :** الأهمية التي أصبحت تكتسبها مصادر المعلومات الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، اذ يدخل هذا البحث في مجال المصادر الإخبارية وهي الركيزة الأساسية في الحصول على الأخبار للقنوات التلفزيونية، وبالتالي اعتماد القائمين بالاتصال عليها لمعرفة الأخبار .

ب. **الاهمية الاجتماعية :** تسهم هذه الدراسة في تسليط الضوء للوسائل الإعلامية، إلى أهمية معالجة الثغرات التي تعاني منها في مجال توفير الأخبار عبر مواقعها ، كونها كافية حول الأحداث والموضوعات التي تهم العاملين فيها كما يعد البحث إضافة علمية للمجتمع ، وتقع أهميتها في كونها إضافة مهمة للمكتبة الإعلامية العراقية عموماً، وللباحثين وللإعلاميين العراقيين العاملين في المؤسسات الإعلامية خصوصاً ، للاطلاع على أسباب توجههم إلى شبكات التواصل الاجتماعي.

**ثالثاً: اهداف البحث**

١. معرفة مدى اعتماد الاعلاميين على شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد.
٢. تحديد درجة اعتماد الاعلاميين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية .
٣. التعرف إلى أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الإعلاميين الاعتماد عليها كمصدر للأخبار.
٣. معرفة أسباب اعتماد الإعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات.

٤. تحديد طبيعة الموضوعات التي يتابعها الاعلاميين العراقيين في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

٥. معرفة مراحل العمل الاعلامي التي يعتمد فيها الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي .

٦. تحديد المواقع والصفحات التي يتخذها الاعلامي كمصدر للأخبار التلفزيونية ويحرص على تصفحها بشكل مستمر .

٧. تشخيص الاوقات التي يزداد فيها الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار .

٨. معرفة اهم العوامل المؤثرة في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار التلفزيونية .

٩. التعرف على أهم المصادر للحصول على الاخبار التلفزيونية .

١٠. تحديد مدى انعكاس اعتماد الإعلاميين العراقيين على مواقع التواصل الاجتماعي على أدائهم المهني.

١١. معرفة أهم التحديات والمشاكل التي تواجه الإعلاميين العراقيين نتيجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية.

### ثالثا : منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على "وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى اسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها"<sup>(١)</sup>.

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي كونه اكثر المناهج التي تتسجم مع طبيعة بحثنا الحالي، اذ يعد منهج المسح مناسبا لجمع المعلومات من مصادرها الاولى وعرض البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها في بناء معرفية وبما ينسجم مع طبيعة مشكلة البحث واهدافه، ويعرف بأنه "دراسة شاملة مستعرضة

---

(١) محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية)، ١٩٩٢، ص ٣٠.

لعدد كبير من الحالات نسبيا في وقت معين " (١)، ويعرفه آخرون بأنه "جهدا علميا منظما للحصول على البيانات والمعلومات حول ظاهرة أو مجموعة ظواهر لموضوع البحث" (٢).

#### رابعاً : مجتمع البحث وعينته

حدد الباحث مجتمع البحث بالإعلاميين العراقيين العاملين في القنوات الفضائية (مكاتب بغداد حصراً) ومدى اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لأخبارهم التلفزيونية ، وانعكاسه على أدائهم المهني، محل الدراسة، أما عينة البحث فهي العينة العشوائية البسيطة، وهي احد انواع العينات الاحتمالية التي يتم اختيار مفرداتها من قائمة شاملة لكل المفردات، بمعنى ان تتاح فرص متساوية لكل مفردة ان يتم اختيارها بغض النظر عن الاختلافات، أي دون تصنيف هذه المفردات الى مجموعات او طبقات (٣)، من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عينة من مفردات المجتمع المستهدف (الإعلاميين العاملين في القنوات التلفزيونية المحلية) اذ تم جرد تلك القنوات المقسمة الى ثلاث فئات (حكومية ، حزبية ، مستقلة ) ، وبلغ حجم المجتمع الاصلي (١٥٠٦) اعلاميا، اما حجم العينة فقد تم تحديده بنسبة ١٥% من حجم المجتمع الكلي.

#### خامساً: حدود البحث ومجالاته

- أ. الحدود المكانية: العاملون في القنوات الفضائية العراقية الموجودة في بغداد .
- ب. الحدود الزمانية: وهي الفترة التي تبدأ بتوزيع الاستمارة وتنتهي بجمعها، حيث كانت الفترة من تاريخ ١٠-٨-٢٠٢٢ ولغاية ٢٥-٩-٢٠٢٢
- ت. الحدود البشرية: جميع العاملين بصفة قائم بالاتصال في الفضائيات العراقية محل الدراسة.

#### سادساً : ادوات البحث

١. الملاحظة: تعرف الملاحظة بأنها "عملية مراقبة او مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والاحداث ومكوناتها المادية والبيئة ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف،

---

(١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص ٢٤٧.

(٢) سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص ١٣٢.

(٣) يسرى خالد ابراهيم، مناهج البحث الاعلامي والياته، (بغداد: خطوط للطباعة والنشر، ٢٠١٩ )، ص ٤٧.

بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة أو توجيهها لخدمة أغراض وتلبية احتياجاته<sup>(١)</sup>.

استخدم الباحث أسلوب الملاحظة البسيطة كأداة علمية، إذ عدها خطوة أولى لجمع المعلومات غير المكتوبة، من خلال الاحتكاك بالإعلاميين العاملين في القنوات الفضائية ولقائهم ومراقبة مدى اعتمادهم على متابعاته شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، أثناء تواجده في القنوات الإعلامية في بغداد موضوع البحث، بالإضافة إلى اعتماد الملاحظة بالمشاركة مع المبحوثين والافراد، والتفاعل معهم للحصول على تفسيرات هادفة من خلال تبادل الآراء والنقاش.

٢. الاستبانة : وتعرف بأنها "مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر، بشكل يحقق الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها على وفق موضوع المشكلة التي اختارها لبحثه"<sup>(٢)</sup>.

### سابعا : الصدق والثبات

١. الصدق : يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وإن افضل طريقة لقياس الصدق هو الصدق الظاهري والذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً من خلال عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الاعلام، وكانت نسبة الاتفاق للخبراء على فقرات المقياس (٨٠%) وهي نسبة مقبولة.

٢. الثبات : وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات بطريقتين:

٣. الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تقوم فكرة التجزئة النصفية على اساس قسمة فقرات المقياس الى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة، تم استخدام جميع استمارات افراد العينة والبالغ عددها (٢٢٥)، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (٠.٦٩) وباستخدام معادلة سبيرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (٠.٨٢) وهو معامل ثبات مقبول.

---

(١) رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العلمية، (بيروت: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠)، ص ٣١٧.

(٢) كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، (بغداد، السيماء للتصاميم والطباعة، ٢٠٠٦)، ص ١١٦.

٤. معامل ( ألفا ) للاتساق الداخلي: ان معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في اغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة الى أخرى ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (٠.٩٠) ويعد المقياس متسقاً داخلياً، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

#### ثامنا : دراسات سابقة

##### ١. هشام كاظم علي الساعدي (٢٠٢٢)<sup>(١)</sup>.

هدف البحث الى معرفة مدى اعتماد القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي ، والتعرف على اهم المضامين التي تركز عليها القنوات ومعرفة اسباب اعتماد القنوات الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي ، واهم المعايير المعتمدة في اختيار مصادر الأخبار ، ولتحقيق هذه الاهداف تم استخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح والتحليل الاحصائي لأداة الدراسة الاستبانة ، كما أعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في بحثه عبر الفروض الاستنباطية من فرضية نظرية الاعتماد على وسائل الاعتماد وتفسير النتائج بما يخدم تحقيق الاهداف المرجوة والتي تتمثل في معرفة اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار والمعلومات ، وقد طبق البحث الميداني على عينة عمدية من العاملين في غرف الأخبار قوامها (١٠٠) من القائمين بالاتصال في القنوات العراقية الفضائية (العراقية الاخبارية ، السومرية ، الفرات ) وتم استخدام البرنامج الاحصائي(spss٢٦) لتحليل اجابات المبحوثين ، وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج كأن اهمها ان الفيس بوك جاء بالمرتبة الاولى وبنسبة (٤٢ ، ١%)، وبحسب اراء المبحوثين وهو الاكثر اعتمادية كمصدر للأخبار وذلك لكثرة تنوعه من حيث استخدام اصورة والنص المكتوب ومقاطع الفيديو .

##### ٢. محمد يوسف احمد اللواح (٢٠١٨)<sup>(٢)</sup>

ناقشت هذه الدراسة مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات ، ومدى ثقتهم بها ، وانواع صحافة المواطن ومستوى الاداء المهني ، وتمحورت الدراسة بعدد من التساؤلات ، ابرزها (ما مدى اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات ومدى ثقتهم

(١) هشام كاظم علي الساعدي ، اعتماد القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠٢٢.

(٢) محمد يوسف احمد اللواح ، اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني ، ، فلسطين ، الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب ، قسم الصحافة رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٨.

في اعتمادهم على صحافة المواطن والتعرف على مدى انعكاس صحافة المواطن على الاداء المهني؟ ، تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية حيث استخدم الباحث منهج المسح في توظيف اسلوب مسح اساليب الممارسة ، مستخدما اداتي في جمع البيانات هما (الاستبانة ، المقابلة) ، على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٣٠٦) مفردة من الصحفيين في قطاع غزة، توصلت الدراسة الى عدد من النتائج ابرزها هي : ان الفيس بوك يعد من اكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الصحفيين الفلسطينيين ، يليها ضرورة تأكد الصحفيين من الصفحات التي يستقون الأخبار منها من صحافة المواطن لزيادة المصداقية وكسب ثقة الجمهور بالمعلومات ، مع الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في النشر .

### **المبحث الثاني: الوظيفة الإخبارية لشبكات التواصل وانعكاساتها المهنية**

تفرق بحوث ودراسات الاعتماد على وسائل الإعلام بين مفهومي استخدام الوسائل حيث يقصد به حجم التعرض للوسائل، ومفهوم الاعتماد ويقصد به درجة الاعتماد على وسائل بعينها، وتندرج الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام حيث تبدأ بالآثار المعرفية التي يحاول فيها الأفراد التخلص من حالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات ويلي ذلك الآثار الوجدانية، ثم تأتي الآثار السلوكية التي تنشط فيها الأفراد للقيام بسلوك معين<sup>(١)</sup>، وتسعى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لاختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء، وتوضيحية في ضوء طبيعة العلاقة بين النظام ككل فهي تنظر الي الإعلام، من منطلق العلاقة التي يكونها مع الجمهور.<sup>(٢)</sup>

### **ثانيا: نشأة وتطور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام**

تشهد البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام ١٩٧٤ عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان " منظور المعلومات " وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتماد

(١) ليلي حسين السيد، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، المؤتمر الرابع لكلية الإعلام بالقاهرة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٧٦ .

(٢) يسرى خالد إبراهيم، اعتماد النخب الأكاديمية على المواقع الالكترونية كمصدر موثوق للمعلومات البحثية، دراسة مسحية لعينة من النخب الأكاديمية، بغداد، مجلة آداب الفراهيدي، العدد (٣٤) حزيران، ٢٠١٨، ص ٣٥٧ .

الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى، وانطلقت المنهجية الأولى لهذه النظرية من خلال دراسة النظام الاجتماعي الواسع لتأثير وسائل الإعلام، حيث أن وسائل الإعلام طالبت بإحداث اندماج ما بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي<sup>(١)</sup>، وتستند هذه النظرية إلى وجود علاقة قوية بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي، ويقوم على علاقة قوية بين الجمهور والإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي احتياجاتها وتساعد في تحقيقها<sup>(٢)</sup>.

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، ولقد ظهرت في النصف الثاني من القرن الـ ٢٠ نماذج كثيرة وجيدة تدرس آثار وسائل الإعلام، ترى أن وسائل الإعلام عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع وتراعى الخصائص النفسية والاجتماعية وأعضاء الجمهور<sup>(٣)</sup>.

### ثالثاً: مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في " أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة"<sup>(٤)</sup>.

---

(١) بسام المشاقبة، نظريات الإعلام، (القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١) ص ٥٩-٦٩.  
(٢) عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٢٠٤.  
(٣) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الإيمان للطباعة، ٢٠٠٦) ص ١٤٦.  
(٤) محمود حسن أسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ( القاهرة: الدار العالمية والتوزيع، ٢٠٠٣ ) ، ص ٢٧٨-٢٧٩.

إن مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تتطوي على العلاقة الرئيسية التي تتكون من ثلاث متغيرات (وسائل الإعلام - الجمهور - النظام الاجتماعي).

#### رابعاً: التكنولوجيا الحديثة ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

أحدثت التطورات التكنولوجية نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث ربطت شبكات التواصل الاجتماعي أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع، إذ استفاد كل متصفح ومن من الوسائط المتعددة في هذه الشبكات التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات الويب ومواقع الصحف والمجلات مواقع القنوات الفضائية إضافة إلى جميع أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، وقد ازداد الاهتمام بهذه النظرية في العقدين الأخيرين نظراً للتطور التقني الهائل والثورة المعرفية التي نعيشها حيث أشار دينيس ما كويل إلى أن وجود الانترنت وتأثيره المتزايد بإمكانياته المعلوماتية الهائلة واستخداماته المتعددة قد أحدث تطوراً في البيئة الإعلامية، وفي العلاقات التقليدية بين الفرد والنظام الإعلامي<sup>(١)</sup>. لذا نجد أن المستخدمين يعتمدون بشكل أكبر على مصادر الأخبار والمعلومات عبر الانترنت والمعلومات لديهم وزيادة المعلومات لديهم نتيجة هذا الاعتماد، وحيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية متزايدة من قبل المستخدمين، إذا انخفض الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بينما زاد الاعتماد على الأشكال الجديدة الناشئة من وسائل الإعلام.

#### خامساً: ماهية الأداء المهني

اختلف الباحثين في تعريفهم للأداء المهني تبعاً لتباين وجهات نظرهم و انتماءاتهم البحثية والأكاديمية، وسنعمل على تقديم البعض من تلك التعاريف بما يتماشى مع أهداف هذه الدراسة.

(١) محمود معزز اسكندر، اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تغطية الحراك الشعبي، مجلة دراسات وبحوث اعلامية (مسار)، المجلد الثاني، العدد (٧)، ٢٠٢٢م، ص ٨١.

**اصطلاحاً** يعرف الاداء بأنه: جميع الأنشطة الصحفية المرتبطة بالسياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية، بتنفيذ الخطط والاهداف الاقتصادية والتسويقية التي تترجم إلى عمل يومي وهيكل تنظيمي وكيان إداري، وتظهر نتائجه في مدى تجاوب الجمهور مع الرسائل الإعلامية الصادرة عن هذه المؤسسات الإعلامية<sup>(١)</sup>.

ويعرفه آخرون بأنه: "تنفيذ الإعلامي لمهامه ومسؤولياته المكلف بها من قبل المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، ويعرف أيضاً: بأنه الطريقة التي يعمل بها الإعلامي طبقاً لأهداف محددة وواضحة"<sup>(٢)</sup>  
**لغويًا:** الأداء مصطلح مستمد من الكلمة الإنجليزية "performer to" والذي اشتق بدوره من الكلمة الفرنسية "Performer" والذي يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل، فالأداء بمفهومه اللغوي هو القيام بالشيء وقضاؤه أو توصيله، وهو بذلك يشير إلى فكرة الإنجاز<sup>(٣)</sup>.

**ونستخلص من خلال التعريفات السابقة:** بأن مفهوم الأداء يشير إلى ما يقوم به القائم بالاتصال في المؤسسة من أعمال وأنشطة، بالاستعانة بالموارد المالية والمعدات والتجهيزات التكنولوجية المتوفرة في المنظمة التي يعمل بها، وذلك في إطار قوانين ونظم إدارية محددة تحكم ذلك الأداء.

ان لكل مهنة حقوق وعليها واجبات ولا بد من القائم بها (الاعلاميون ) ان يمارسونها بشكل صحيح، وان هذه الواجبات يجب ان تبنى على مهارات وجوانب معرفية واتجاهات نحو الوظيفة الإعلامية، وتكون وفق معايير للأداء المهني، فلكل مهنة مستوى من الأداء الذي يقبل فيه، لذا فان المؤسسة الإعلامية تعمل على تحقيق الأهداف عن طريق المهام التي تؤكل إلى الإعلاميين العاملين داخل مؤسساتها<sup>(٤)</sup>.

---

(١) احسف حميران، الأداء اليمني للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دراسة مسحية لعينة من الصحفيين أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، ٢٠١٤ - ٢٠١٥، ص ١٩٠.

(٢) سالم تيسير الشرايدة، الرضا الوظيفي اطر نظرية وتطبيقات عملية، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ٢٤٠.

(٣) شريف درويش اللبان، خليل محمود إبراهيم، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠)، ص ٢٤.

(٤) عبد الغفار حنفي، السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٧)، ص ٢٠٠.

## المبحث الثالث: اعتماد الإعلاميين العراقيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية وانعكاسه على أدائهم المهني

رابعاً: وصف افراد العينة:

١. حسب النوع الاجتماعي:

جدول (١) يوضح توزيع افراد العينة حسب النوع الاجتماعي

| النوع   | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر     | ١٧٠     | %٧٥.٦          |
| انثى    | ٥٥      | %٢٤.٤          |
| المجموع | ٢٢٥     | %١٠٠.٠         |

يظهر الجدول (١) المبحوثين ومجموعهم (٢٢٥)، اذ بلغ عدد الذكور (١٧٠) بنسبة (٧٥,٦%)، وعدد الاناث (٥٥) بنسبة (٢٤,٤%)، ويبدو هذا التفاوت طبيعياً في افراد العينة، نظراً لكون اغلب العاملين في الوسط الاعلامي من الذكور مقارنة بنسبة اقل من الاناث .

٢. حسب سنوات الخبرة

جدول (٢) يوضح توزيع افراد العينة حسب سنوات الخبرة

| سنوات الخبرة | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| أقل من سنة   | ١٠      | %٤.٤           |

|       |     |            |
|-------|-----|------------|
| ١٣.٨% | ٣١  | ٥-١ سنوات  |
| ٢٠.٠% | ٤٥  | ١٠-٦ سنوات |
| ١٢.٩% | ٢٩  | ١٥-١١ سنة  |
| ١٤.٧% | ٣٣  | ٢٠-١٦ سنة  |
| ٣١.٦% | ٧١  | ٢٥-٢١ سنة  |
| ٢.٧%  | ٦   | ٣٠-٢٦ سنة  |
| ١٠.٠% | ٢٢٥ | المجموع    |

جدول (٢) يوضح توزيع افراد العينة حسب سنوات الخبرة اذ كانت المرتبة الاولى للعاملين الذين تزيد خبرتهم من (٢٥-٢١) سنة بنسبة (٣١ %)، تليها في المرتبة الثانية (١٠-٦) سنوات بنسبة (٢٠ %)، وفي المرتبة الثالثة عامل الخبرة من (٢٠-١٦) سنة وبنسبة (١٤,٧٠ %)، مما يؤكد تفوق عامل الخبرة لدى المبحوثين ونضجهم في العمل الاعلامي، ومضي سنوات طويلة على عملهم، مما يعزز من ثقتهم وقدراتهم في العمل، والخروج بأراء أكثر واقعية من اقرانهم الذين لم يمض عليهم سنوات طويلة في العمل وهم النسبة الاقل من المبحوثين.

### ٣. حسب التحصيل العلمي:

جدول (٣) يوضح توزيع افراد العينة حسب التحصيل العلمي

| النسبة المئوية | التكرار | التحصيل العلمي |
|----------------|---------|----------------|
| ١٣.٣%          | ٣٠      | اعدادية        |
| ١٢.٩%          | ٢٩      | دبلوم          |
| ٧٣.٨%          | ١٦٦     | بكالوريوس      |
| ١٠.٠%          | ٢٢٥     | المجموع        |

جدول (٣) يوضح توزيع افراد العينة حسب التحصيل العلمي للمبحوثين، اذ جاء في المرتبة الاولى حملة شهادة البكالوريوس بنسبة (٧٣، ٨٠ %)، وفي المرتبة الثانية خريجي الاعدادية بنسبة (١٣، ٣٠ %)، وفي المرتبة الثالثة الحاصلين على شهادة الدبلوم بنسبة (١٢، ٩٠ %)، مما يعكس التحصيل

العلمي المناسب للعاملين في الحقل الاعلامي ومكانتهم وتأهيلهم مقارنة مع الشهادات الاقل في الجانب العلمي .

#### ٤. حسب التخصص الوظيفي:

جدول ( ٤ ) يوضح توزيع افراد العينة حسب التخصص الوظيفي

| النسبة المئوية | التكرار | التخصص الوظيفي |
|----------------|---------|----------------|
| ٣٤.٢%          | ٧٧      | مراسل          |
| ٥.٨%           | ١٣      | سكرتير تحرير   |
| ١٢.٤%          | ٢٨      | مدير تحرير     |
| ١٠.٢%          | ٢٣      | مقدم برامج     |
| ١٣.٨%          | ٣١      | محرر           |
| ٨.٤%           | ١٩      | مدير اخبار     |
| ٣.١%           | ٧       | مندوب          |
| ١٢.١%          | ٢٧      | أخرى           |
| ١٠٠.٠%         | ٢٢٥     | المجموع        |

يظهر الجدول ( ٤ )، ارتفاع عدد المراسلين في مجموع المبحوثين اذ بلغ عددهم في المرتبة الاولى(٣٤.٢%)، وجاء في المرتبة الثانية المحررين بنسبة( ١٣.٨%)، وفي المرتبة الثالثة مدراء التحرير بنسبة( ١٢.٤%)، ونلاحظ بأن الارقام متناسبة تماما مع طبيعة البحث، كون المراسلين والمحررين الاكثر تعاملًا مع الأخبار وعمليات التغطية اليومية، واعداد النشرات والبرامج ومتابعة الاحداث والتطورات .

## ثانياً: الاسئلة

جدول (٥) يوضح مدى اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد.

| الاعتماد اليومي على شبكات التواصل | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------------------------|---------|----------------|
| اقل من ساعة                       | ١٦      | ٧.١            |
| ١-٣ ساعة                          | ٥٧      | ٢٥.٣           |
| ٤-٦ ساعة                          | ٤٥      | ٢٠.٠           |
| اكثر من ٦ ساعات                   | ١٠٧     | ٤٧.٦           |
| المجموع                           | ٢٢٥     | ١٠٠.٠          |

من خلال الجدول (٥) يوضح مدى اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد ظهر في المرتبة الاولى الخيار اكثر من ( ٦ ) ساعات بنسبة (٤٧.٦%)، يليه في المرتبة الثانية الخيار ( ٣-١ ) ساعة بنسبة (٢٥.٣%) يليه في المرتبة الثالثة الخيار (٤-٦) ساعة بنسبة (٢٠%) وفي المرتبة الرابعة ظهر الخيار اقل من ساعة بنسبة (٧.١%).

**ونلاحظ** بأن الارقام الناتجة طبيعية على وفق تفاعل الاعلاميين مع الاحداث واستخدامهم المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار ومصادرها والرغبة بالوصول إلى تغطيات مميزة في مختلف الجوانب .

جدول ( ٦ ) يوضح درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية

| الاعتماد على الشبكات كمصدر للأخبار التلفزيوني | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------------------------------------|---------|----------------|
| كثيراً جداً                                   | ٥٩      | ٢٦.٢           |
| كبيراً                                        | ٥٢      | ٢٣.١           |
| بشكل متوسط                                    | ٩٥      | ٤٢.٢           |
| ضعيفة                                         | ١٥      | ٦.٧            |

|       |     |            |
|-------|-----|------------|
| ١.٨   | ٤   | ضعيفة جداً |
| ١٠٠٠٠ | ٢٢٥ | المجموع    |

من خلال الجدول (٦) والذي يوضح درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية، ظهر في المرتبة الاولى بشكل متوسط بنسبة (٤٢.٢%) ويليه في المرتبة الثانية كثير جداً بنسبة (٢٦.٢%) ويليه في المرتبة الثالثة كبيراً بنسبة (٢٣.١%) ويليه في المرتبة الرابعة بشكل ضعيف بنسبة (٦.٧%) ويليه في المرتبة الخامسة بشكل ضعيف جداً بنسبة (١.٨%)

تبدو الارقام عاكسة لطبيعة الاعلاميين والمؤسسات الاعلامية المعتمدة على المصادر الموثوقة والتقليدية في التغطيات الاخبارية للحصول على الأخبار السريعة مع الاهتمام بما يجري في العالم الالكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول ( ٧ ) يوضح أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها كمصدر للأخبار

| المجموع | دائماً | احياناً | نادراً | لا      | المجموع |
|---------|--------|---------|--------|---------|---------|
| التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة  |
| ١٢٤     | ٥٥.١   | ٩١      | ٤٠.٤   | ٧       | ٣.١     |
| ٦٥      | ٢٨.٩   | ٧٠      | ٣١.١   | ١٩      | ٨.٤     |
| ٦٤      | ٢٨.٤   | ٩٧      | ٤٣.١   | ٣٤      | ١٥.١    |
| ٦٠      | ٢٦.٧   | ١١٠     | ٤٨.٩   | ٣١      | ١٣.٨    |
| ١٧      | ٧.٦    | ٢١      | ٩.٣    | ٤٣      | ١٩.١    |
| ١٤٤     | ٦٤.٠   | ١٠.٧    | ١٣.٣   | ٣٠      | ١٠.٧    |
| ٣       | ١.٣    | ٣١.٦    | ١٣.٣   | ٣٠      | ١٠.٧    |

من خلال الجدول ( ٧ ) والذي يوضحهم أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها كمصدر للأخبار، ظهر وكما يأتي:

- ١ - أعلى نسبة للخيار دائماً ظهر في الفيس بوك بنسبة (٥٥.١%) وتلتها تويتر بنسبة (٢٨.٩%) وتلتها الانستغرام بنسبة (٢٨.٤%) وتلتها اليوتيوب بنسبة (٢٦.٧%) وتلتها سناب شات بنسبة (٧.٦%).

- ٢- أعلى نسبة للخيار أحياناً ظهر في يوتيوب بنسبة (٤٨.٩%) وتلتها الانستغرام بنسبة (٤٣.١%) وتلتها الفيسبوك بنسبة (٤٠.٤%) وتلتها تويتر بنسبة (٣١.١%) وتلتها سناب شات بنسبة (٩.٣%).
- ٣- أعلى نسبة للخيار نادراً ظهر في سناب شات بنسبة (١٩.١%) وتلتها الانستغرام بنسبة (١٥.١%) وتلتها يوتيوب بنسبة (١٣.٨%) وتلتها تويتر بنسبة (٨.٤%) وتلتها الفيسبوك بنسبة (٣.١%).
- ٤- أعلى نسبة للخيار لأظهر في سناب شات بنسبة (٦٤%) وتلتها تويتر بنسبة (٣١.٦%) وتلتها الانستغرام بنسبة (١٣.٣%) وتلتها اليوتيوب بنسبة (١٠.٧%) وتلتها الفيسبوك بنسبة (١.٣%).
- ان تفوق الفيسبوك طبعي جداً لكونه يحتل المرتبة الأولى في العراق كونه يدخل في اهتمامات الاعلاميين (المبحوثين) وانشغالهم ومتابعتهم له، مقارنة مع الوسائل الأخرى التي يهتم بها أيضاً، لكن بنسب أقل، بحسب الأرقام التي أفرزتها الاستبانة .

جدول (٨) يوضح اسباب اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

| اعتماد الشبكات كمصدر للأخبار                               | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------------------------------------------------|---------|----------------|
| السرعة في نقل المعلومات والأخبار                           | ٨٠      | ١٦.٩           |
| تتيح تحديث المعلومات وفقاً لتطور الأحداث                   | ٤٢      | ٨.٩            |
| سهولة الاستخدام ولا تحتاج إلى جهد كبير                     | ٤٦      | ٩.٧            |
| تتيح خاصية التفاعل مع المعلومات                            | ٤٠      | ٨.٤            |
| تحتوي على خدمات الملتيميديا (صوت، صورة، فيديو)             | ٤٩      | ١٠.٣           |
| سهولة تداولها عبر الوسائل التكنولوجية (لابتوب، هاتف محمول) | ٣٤      | ٧.٢            |
| توفر الحرية في عرض الآراء ووجهات النظر                     | ٣٨      | ٨.٠            |
| نوع جديد من مصادر المعلومات                                | ٢٧      | ٥.٧            |
| جميع ما ذكر                                                | ١١٨     | ٢٤.٩           |
| المجموع                                                    | ٤٧٤     | ١٠٠.٠          |

من خلال الجدول (٨) والذي يوضح اسباب اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- جميع ما ذكر بالمرتبة الاولى بنسبة (٢٤.٩%).
  - ٢- السرعة في نقل المعلومات والأخبار بالمرتبة الثانية بنسبة (١٦.٩%).
  - ٣- تحتوي على خدمات الملتيميديا(صوت وصورة وفيديو) بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٠.٣%).
  - ٤- سهولة الاستخدام ولا تحتاج إلى جهد كبير بالمرتبة الرابعة بنسبة (٩.٧%).
  - ٥- تتيح تحديثا لمعلومات وفقا" لتطور الاحداث بالمرتبة الخامسة بنسبة (٨.٩%).
  - ٦- تتيح خاصية التفاعل مع المعلومات بالمرتبة السادسة بنسبة (٨.٤%).
  - ٧- توفر الحرية في عرضا لآراء ووجهات النظر بالمرتبة السابعة بنسبة (٨%).
  - ٨- سهولة تداولها عبر الوسائل التكنولوجية (لابتوب، هاتف محمول) بالمرتبة الثامنة بنسبة (٧.٢%).
  - ٩- نوع جديد من مصادر المعلومات بالمرتبة التاسعة بنسبة (٥.٧%).
- النتائج تظهر رغبة الاعلاميين المستمرة في نقل المعلومات والأخبار بالدرجة الاولى مما يؤكد محتوى الرسالة وطبيعة العمل الاعلامي اليومي، الباحث عن تقديم تغطيات اخبارية مرضية للجمهور وللمؤسسات الاعلامية من اجل متابعة الاحداث والتطورات .

#### جدول ( ٩ ) يوضح طبيعة الموضوعات التي تحصل

على أخبار ومعلومات عنها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | طبيعة الموضوعات |
|----------------|---------|-----------------|
| ٢٢.١           | ١٧٩     | السياسية        |
| ١٦.٩           | ١٣٦     | الاجتماعية      |
| ١٤.١           | ١١٤     | الرياضية        |

|       |     |             |
|-------|-----|-------------|
| ٧.٣   | ٥٩  | الترفيهية   |
| ٥.٠   | ٤٠  | العلمية     |
| ١٤.٧  | ١١٩ | الاقتصادية  |
| ٥.٥   | ٤٤  | التكنولوجية |
| ٦.٩   | ٥٦  | الثقافية    |
| ٥.٠   | ٤٠  | الدينية     |
| ٢.٥   | ٢٠  | أخرى        |
| ١٠٠.٠ | ٨٠٧ | المجموع     |

من خلال الجدول ( ٩ ) والذي يوضح طبيعة الموضوعات التي تحصل على اخبار ومعلومات عنها،

عبر شبكات التواصل الاجتماعي ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- الموضوعات السياسية بالمرتبة الاولى بنسبة (٢٢.١%).
  - ٢- الموضوعات الاجتماعية بالمرتبة الثانية بنسبة (١٦.٩%).
  - ٣- الموضوعات الاقتصادية بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٧%).
  - ٤- الموضوعات الرياضية بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٤.١%).
  - ٥- الموضوعات الترفيهية بالمرتبة الخامسة بنسبة (٧.٣%).
  - ٦- الموضوعات الثقافية بالمرتبة السادسة بنسبة (٦.٩%).
  - ٧- الموضوعات التكنولوجية بالمرتبة السابعة بنسبة (٥.٥%).
  - ٨- كل من الموضوعات العلمية و الدينية بالمرتبة الثامنة بنسبة (٥%) لكل منهما
  - ٩- موضوعات أخرى بالمرتبة التاسعة بنسبة (٢.٥%)
- النتائج تبدو منسجمة مع طبيعة البحث لكون الاعلاميين عموما يهتمون بالشأن السياسي اولا، خاصة في بلد مثل العراق، عرف على الدوام بأزماته السياسية ومشاكله التي تحظى بتغطيات واهتمام متواصل من قبل العاملين في سائل الاعلام .

جدول ( ١٠ ) يوضح مراحل العمل الصحفي التي تعتمد فيها على شبكات التواصل الاجتماعي

| النسبة المئوية | التكرار | مراحل العمل الصحفي |
|----------------|---------|--------------------|
| ٢٣.٦           | ٥٣      | مرحلة جمع الاخبار  |

|       |     |                               |
|-------|-----|-------------------------------|
| ١٦.٠  | ٣٦  | مرحلة متابعة ردود فعل الجمهور |
| ٥.٣   | ١٢  | مرحلة النشر                   |
| ٤.٠   | ٩   | مرحلة الكتابة والتحرير        |
| ٥١.١  | ١١٥ | في جميع المراحل المذكورة      |
| ١٠٠.٠ | ٢٢٥ | المجموع                       |

من خلال الجدول (١٠) والذي يوضح اكثر مراحل العمل الصحفي التي تعتمد فيها على شبكات التواصل الاجتماعي يظهر في المرتبة الاولى الخيار في جميع المراحل المذكورة بنسبة (٥١.١%) ويليه في المرتبة الثانية الخيار مرحلة جمع الأخبار بنسبة (٢٣.٦%) ويليه في المرتبة الثالثة الخيار مرحلة متابعة ردود فعل الجمهور بنسبة (١٦%) ويليه في المرتبة الرابعة مرحلة النشر بنسبة (٥.٣%) ويليه في المرتبة الخامسة مرحلة الكتابة والتحرير بنسبة (٤%).

عكست النتائج طبيعة العمل الاخباري للإعلاميين، اذ يهتمون بالشأن الاخباري من كل زواياه من مرحلة جمع الأخبار ومتابعة ردود الافعال والنشر والكتابة والتحرير.

جدول ( ١١ ) يوضح المواقع والصفحات التي تعتمدھا

كمصدر للأخبار التلفزيونية وتحرص على تصفحها بشكل منتظم

| النسبة المئوية | التكرار | المواقع والمنصات                            |
|----------------|---------|---------------------------------------------|
| ٥٠.٧           | ١١٤     | مواقع ومنصات الفضائيات العراقية             |
| ١٠.٧           | ٢٤      | مواقع ومنصات الفضائيات العربية              |
| ٨.٩            | ٢٠      | مواقع ومنصات الفضائيات الدولية              |
| ١٤.٧           | ٣٣      | مواقع ومنصات المؤسسات الرسمية               |
| ٩.٣            | ٢١      | صفحات ومنصات المشاهير على التواصل الاجتماعي |
| ٥.٨            | ١٣      | صفحات ومنصات قادة الاحزاب والسياسيين        |
| ١٠٠.٠          | ٢٢٥     | المجموع                                     |

من خلال الجدول ( ١١ ) والذي يوضح المواقع والصفحات التي يعتمد عليها الاعلاميون كمصدر للأخبار التلفزيونية وتحرص على تصفحها بشكل منتظم، ظهر في المرتبة الاولى مواقع ومنصات الفضائيات العراقية بنسبة (٥٠.٧%)، ويليه في المرتبة الثانية مواقع ومنصات المؤسسات الرسمية بنسبة (١٤.٧%)، ويليه في المرتبة الثالثة مواقع ومنصات الفضائيات العربية بنسبة (١٠.٧%)، ويليه في المرتبة الرابعة صفحات ومنصات المشاهير على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (٩.٣%) ويليه في المرتبة الخامسة مواقع ومنصات الفضائيات الدولية بنسبة (٨.٩%) ويليه في المرتبة السادسة بنسبة (٥.٨%).

ابتدت النتائج توافقا مع مكان المؤسسات الاعلامية والاعلاميين وطبيعة الموضوعات التي يتابعونها ويغطونها، اذ تميل بشكل واضح إلى مواقع ومنصات الفضائيات العراقية لانها الاكثر تغطية واهتمام بالشأن العراقي المحلي .

جدول ( ١٢ ) يوضح الأوقات التي يزداد اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

| النسبة المئوية | التكرار | اوقات زيادة الاعتماد                            |
|----------------|---------|-------------------------------------------------|
| ١٣.٦           | ٥٦      | اثناء الازمات المحلية                           |
| ١٦.٠           | ٦٦      | اثناء التظاهرات والاحتجاجات                     |
| ٥.٨            | ٢٤      | اثناء الازمات الدولية                           |
| ٦.٨            | ٢٨      | اثناء الطوارئ والكوارث الطبيعية وانتشار الأوبئة |

|       |      |                                                  |
|-------|------|--------------------------------------------------|
| ٧.٠   | ٢٩   | اثناء التفجيرات والعمليات الإرهابية              |
| ٤.١   | ١٧   | الصراعات وعدم استقرار المجتمع                    |
| ٣.٩   | ١٦   | عند انتشار الشائعات في المجتمع                   |
| ١١.٦  | ٤٨   | اتابعها بشكل يومي لمتابعة الاحداث اليومية المهمة |
| ٣١.٢  | ١٢٩  | جميع ما ذكر                                      |
| ١٠٠.٠ | *٤١٣ | المجموع                                          |

من خلال الجدول ( ١٢ ) والذي يوضح أي الأوقات يزداد اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- جميع ما ذكر بالمرتبة الاولى بنسبة (٣١.٢%).
  - ٢- اثناء التظاهرات والاحتجاجات بالمرتبة الثانية بنسبة (١٦%).
  - ٣- اثناء الازمات المحلية بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٣.٦%).
  - ٤- اتابعها بشكل يومي لمتابعة الاحداث اليومية المهمة بالمرتبة الرابعة بنسبة (١١.٦%).
  - ٥- اثناء التفجيرات والعمليات الإرهابية بالمرتبة الخامسة بنسبة (٧%).
  - ٦- اثناء الطوارئ والكوارث الطبيعية وانتشار الأوبئة بالمرتبة السادسة بنسبة (٦.٨%).
  - ٧- اثناء الازمات الدولية بالمرتبة السابعة بنسبة (٥.٨%).
  - ٨- الصراعات وعدم استقرار المجتمع بالمرتبة الثامنة بنسبة (٤.١%).
  - ٩- عند انتشار الشائعات في المجتمع بالمرتبة التاسعة بنسبة (٣.٩%).
- اظهرت النتائج ان زيادة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي تأتي في مختلف الازمات والتظاهرات والصراعات والعمليات الارهابية والكوارث الطبيعية وانتشار الاوبئة، غير انها اكثر ظهورا وحضورا في اوقات التظاهرات والازمات المحلية .

جدول ( ١٣ ) يوضح العوامل المؤثرة في اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية | التكرار | اهم العوامل المؤثرة للحصول على الأخبار التلفزيونية   |
|----------------|---------|------------------------------------------------------|
| ١٤.٢           | ٤٩      | اهمية الأخبار وموضوعها بالنسبة للمؤسسة التي اعمل بها |
| ١٠.٤           | ٣٦      | ما تحمله الاخبار من قيم إخبارية متعددة               |
| ٦.٧            | ٢٣      | وجود مصدر الخبر من مجهوليته                          |

|      |      |                                                                     |
|------|------|---------------------------------------------------------------------|
| ٨.٧  | ٣٠   | وجود بعض الأرقام والبيانات والإحصاءات التي تؤكد الخبر               |
| ٥.٨  | ٢٠   | تعليمات رؤساء العمل والمؤسسة بهذا الشأن                             |
| ٥.٢  | ١٨   | مدى قربها من القيم الاجتماعية والأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع |
| ١١.٦ | ٤٠   | سرعة الحصول عليها                                                   |
| ٣٧.٤ | ١٢٩  | جميع ما ذكر                                                         |
| ١٠٠٠ | *٣٤٥ | المجموع                                                             |

من خلال الجدول ( ١٣ ) والذي يوضحاهم العوامل المؤثرة في اعتمادك على شبكات التواصل

الاجتماعي للحصول على الاخبار التلفزيونية ظهرت وحسب الترتيب:

١- جميع ما ذكر بالمرتبة الاولى بنسبة (٣٧.٤%).

٢- اهمية الأخبار وموضوعها بالنسبة للمؤسسة التي اعمل بها بالمرتبة الثانية بنسبة (١٤.٢%).

٣- سرعة الحصول عليها بالمرتبة الثالثة بنسبة (١١.٦%).

٤- ما تحمله الأخبار من قيم إخبارية متعددة بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٠.٤%).

٥- وجود بعض الأرقام والبيانات والإحصاءات التي تؤكد الخبر بالمرتبة الخامسة بنسبة (٨.٧%).

٦- وجود مصدر الخبر من مجهوليته بالمرتبة السادسة بنسبة (٦.٧%).

٧- تعليمات رؤساء العمل والمؤسسة بهذا الشأن بالمرتبة السابعة بنسبة (٥.٨%).

٨- مدى قربها من القيم الاجتماعية والأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع بالمرتبة الثامنة بنسبة

(٥.٢%)

تعكس اهمية الأخبار وموضوعاتها الدافع الاكبر للإعلاميين للتفاعل مع الأخبار وشبكات التواصل

الاجتماعي ومصادرها في كل الاحداث والتغطيات التي يقومون بها .

جدول ( ١٤ ) يوضح مصادر الحصول على الأخبار التلفزيونية

| مصادر الأخبار التلفزيونية | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------|---------|----------------|
|---------------------------|---------|----------------|

|       |      |                                         |
|-------|------|-----------------------------------------|
| ٩.٠   | ٧٢   | وكالات الانباء                          |
| ١٤.٧  | ١١٧  | القنوات التلفزيونية المحلية والدولية    |
| ٣.٨   | ٣٠   | الإذاعات المحلية والدولية               |
| ١١.٢  | ٨٩   | الصحف المطبوعة                          |
| ٧.٥   | ٦٠   | الاتصال بالمصادر الخاصة                 |
| ٩.٧   | ٧٧   | المكاتب الإعلامية في المؤسسات الرسمية   |
| ١٧.٣  | ١٣٨  | شبكات التواصل الاجتماعي                 |
| ١٦.٩  | ١٣٥  | المواقع الإخبارية الالكترونية           |
| ٩.٩   | ٧٩   | خدمة الأخبار العاجلة عبر الهاتف المحمول |
| ١٠٠.٠ | *٧٩٧ | المجموع                                 |

من خلال الجدول ( ١٤ ) والذي يوضح مصادر الحصول على الأخبار التلفزيونية، ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- شبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الاولى بنسبة (١٧.٣%).
- ٢- المواقع الإخبارية الالكترونية بالمرتبة الثانية بنسبة (١٦.٩%).
- ٣- القنوات التلفزيونية المحلية والدولية بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٧%).
- ٤- الصحف المطبوعة بالمرتبة الرابعة بنسبة (١١.٢%).
- ٥- خدمة الأخبار العاجلة عبر الهاتف المحمول بالمرتبة الخامسة بنسبة (٩.٩%)
- ٦- المكاتب الإعلامية في المؤسسات الرسمية بالمرتبة السادسة بنسبة (٩.٧%)
- ٧- وكالات الانباء بالمرتبة السابعة بنسبة (٩%)
- ٨- الاتصال بالمصادر الخاصة بالمرتبة الثامنة بنسبة (٧.٥%)
- ٩- الإذاعات المحلية والدولية بالمرتبة التاسعة بنسبة (٣.٨%)

ويعزو ذلك المبحوثين إلى كثرة اعتمادهم واستخداماتهم اليومي والمستمر لشبكات التواصل الاجتماعي (كما ظهر ذلك في الجدول (٦) الذي اوضح العلاقة بين المبحوثين وشبكات التواصل الاجتماعي) .

جدول ( ١٥ ) يوضح صعوبات الحصول على الأخبار التلفزيونية

| الرتبة | النسبة المئوية | التكرار | صعوبات الحصول على الاخبار |
|--------|----------------|---------|---------------------------|
| ٢      | ٣٣.٨           | ٧٦      | نعم                       |
| ١      | ٦٦.٢           | ١٤٩     | لا                        |
|        | ١٠٠.٠          | ٢٢٥     | المجموع                   |

من خلال جدول ( ١٥ ) والذي يوضح هل تجد صعوبة في الحصول على الأخبار التلفزيونية ظهر الخيار نعم يجد صعوبة بنسبة (٣٣.٨%) والخيار لا بنسبة (٦٦.٢%).

والنتيجة تظهر سهولة الحصول على الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي نظرا للوفرة المعلوماتية وطبيعة الاستخدام التي توفر الأخبار من كل الاماكن في العالم ولمختلف الانواع .

جدول ( ١٦ ) يوضح ابرز الصعوبات في الحصول على الأخبار التلفزيونية

| النسبة المئوية | التكرار | صعوبات الحصول على الأخبار التلفزيونية                        |
|----------------|---------|--------------------------------------------------------------|
| ٢٣.٧           | ١٨      | قلة المصادر والمعلومات المتوفرة                              |
| ٢١.١           | ١٦      | امتناع الشخصيات والمؤسسات عن التصريح                         |
| ١٣.٢           | ١٠      | صعوبات لوجستية تتعلق ببعد مكان الحدث                         |
| ١٠.٥           | ٨       | صعوبات امنية تتعلق بسرية المعلومات                           |
| ١.٣            | ١       | امتناع بعض المسؤولين من التصريح للقنوات محددة                |
| ٣.٩            | ٣       | غياب اللقطات التلفزيونية المرافقة للأخبار المعبرة عن الاحداث |
| ٢٦.٣           | ٢٠      | كل ما ذكر                                                    |
| ١٠٠.٠          | ٧٦      | المجموع                                                      |

من خلال الجدول (١٦) والذي يوضح ابرز الصعوبات في الحصول على الأخبار التلفزيونية ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- كلما ذكر بالمرتبة الاولى بنسبة (٢٦.٣%).
- ٢- قلة المصادر والمعلومات المتوفرة بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٣.٧%).
- ٣- امتناع الشخصيات والمؤسسات عن التصريح بالمرتبة الثالثة بنسبة (٢١.١%).
- ٤- صعوبات لوجستية تتعلق ببعد مكان الحدث بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٣.٢%).
- ٥- صعوبات امنية تتعلق بسرية المعلومات بالمرتبة الخامسة بنسبة (١٠.٥%)
- ٦- غياب اللقطات التلفزيونية المرافقة للأخبار المعبرة عن الاحداث بالمرتبة السادسة بنسبة (٣.٩%)
- ٧- امتناع بعض المسؤولين من التصريح للقنوات محددة بالمرتبة السابعة بنسبة (١.٣%)

جدول ( ١٧ ) يوضح تصف نمط اعتمادك على مصادر الأخبار التلفزيونية

| نمط الاعتماد على مصادر الأخبار التلفزيونية | مصدر رئيس | للأخبار | مصدر ثانوي | للأخبار | مصدر لمقارنة | الاخبار | مصدر ضعيف | للأخبار |
|--------------------------------------------|-----------|---------|------------|---------|--------------|---------|-----------|---------|
|                                            | التكرار   | النسبة  | التكرار    | النسبة  | التكرار      | النسبة  | التكرار   | النسبة  |
| شبكات التواصل الاجتماعي                    | ١٦٥       | ٧٣.٣    | ٦٦         | ٢٩.٣    | ٨١           | ٣٦.٠    | ٧         | ٣.١     |
| القنوات التلفزيونية المحلية والدولية       | ١٦٩       | ٧٥.١    | ٦٤         | ٢٨.٤    | ٤٣           | ١٩.١    | ١٠        | ٤.٤     |
| المواقع الاخبارية الالكترونية              | ١٣٨       | ٦١.٣    | ٥٣         | ٢٣.٦    | ٤٠           | ١٧.٨    | ٨         | ٣.٦     |
| المكاتب الإعلامية في المؤسسات الرسمية      | ١٢٣       | ٥٤.٧    | ٤٨         | ٢١.٣    | ٣٠           | ١٣.٣    | ٢٢        | ٩.٨     |
| وكالات الانباء                             | ١٠٦       | ٤٧.١    | ٣٧         | ١٦.٤    | ٢٤           | ١٠.٧    | ٢٩        | ١٢.٩    |
| الصحف المحلية والدولية                     | ١٠٥       | ٤٦.٧    | ٣١         | ١٣.٨    | ٢٠           | ٨.٩     | ٧         | ٣.١     |
| الاذاعات المحلية والدولية                  | ٩٧        | ٤٣.١    | ٢٩         | ١٢.٩    | ١٥           | ٦.٧     | ٨         | ٣.٦     |

من خلال الجدول (١٧) والذي يوضح كيف تصف نمط اعتمادك على مصادر الأخبار التلفزيونية

نلاحظ:

- ١- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (شبكات التواصل الاجتماعي) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة الثانية بنسبة (٧٣.٣%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة الاولى بنسبة

(٢٩.٣%) ونحو الخيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة الاولى بنسبة (٣٦%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٣.١%).

٢- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (القنوات التلفزيونية المحلية والدولية ) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة الاولى بنسبة (٧٥.١%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٨.٤%) ونحو الخيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة الثانية بنسبة (١٩.١%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٤.٤%).

٣- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (المواقع الاخبارية الالكترونية) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة الثالثة بنسبة (٦١.٣%) ونحو اختيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة الثالثة بنسبة (٢٣.٦%) ونحو اختيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٧.٨%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٣.٦%).

٤- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (المكاتب الاعلامية في المؤسسات الرسمية) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة الرابعة بنسبة (٥٤.٧%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة الرابعة بنسبة (٢١.٣%) ونحو الخيار مصدر لمقارنة الاخبار بنسبة (١٣.٣%) ونحو اختيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٩.٨%).

٥- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (وكالات الانباء) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة الخامسة بنسبة (٤٧.١%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة الخامسة بنسبة (١٦.٤%) ونحو الخيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة الخامسة بنسبة (١٠.٧%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (١٢.٩%).

٦- اتجهت اجابات افراد العينة المبحوثة لفقرة (الصحف المحلية والدولية ) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة السادسة بنسبة (٤٦.٧%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة السادسة بنسبة

(١٣.٨%) ونحو الخيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة السادسة بنسبة (٨.٩%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٣.١%).

٧- اتجهت اجابات افراد العينة المبجوة لفقرة (الاذاعات المحلية والدولية ) نحو الخيار مصدر رئيس للأخبار بالمرتبة السابعة بنسبة (٤٣.١%) ونحو الخيار مصدر ثانوي للأخبار بالمرتبة السابعة بنسبة (١٢.٩%) ونحو الاختيار مصدر لمقارنة الأخبار بالمرتبة السابعة بنسبة (٦.٧%) ونحو الخيار مصدر ضعيف للأخبار بنسبة (٣.٦%).

نلاحظ ان عملية الاعتماد على مصادر الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسة أو ثانوية تختلف من قناة إلى أخرى ومن اعلامي إلى آخر،، الا انها في الاساس ترغب بتوفير أخبار سريعة وصادقة ودقيقة في مختلف التغطيات الاخبارية ومدى التفاعل مع ما يجري من احداث.

جدول ( ١٨ ) يوضح اثر اعتمادك على شبكات التواصل

الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية على حصولك على الأخبار من المصادر الأخرى

| هل يؤثر الاعتماد على المصادر الاخرى | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------------------------|---------|----------------|
| نعم                                 | ٨٧      | ٣٨.٧           |
| لا                                  | ١٣٨     | ٦١.٣           |
| المجموع                             | ٢٢٥     | ١٠٠.٠          |

من خلال ( ١٨ ) والذي يوضح هل اثر اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية على حصولك على الأخبار من المصادر الأخرى ظهر الخيار نعم يؤثر بنسبة (٣٨.٧%) والخيار لا بنسبة (٦١.٣%).

عملية البحث عن الأخبار هي عملية شاملة ومستمرة للإعلاميين لكنهم يريدون ان تكون اخبارهم ومصادرها حائزة على الدقة والمصداقية والثقة للتعامل معهم، لذلك لا يكون اعتمادهم على شبكات التواصل بشكل كلي بل يلجؤون إلى مصادر اخرى للتأكد من الأخبار ونشرها في وسائلهم الاعلامية.

جدول ( ١٩ ) يوضح مظاهر تأثير الاعتماد

| النسبة المئوية | التكرار | مظاهر التأثير                                                      |
|----------------|---------|--------------------------------------------------------------------|
| ٢٩.٩           | ٢٦      | الاكتفاء بشبكات التواصل الاجتماعي وعدم الاعتماد على المصادر الأخرى |
| ٥١.٧           | ٤٥      | زيادة الاعتماد على المصادر الأخرى للتأكد من مصداقية الاخبار        |
| ١٨.٤           | ١٦      | نقصان الاعتماد على المصادر الأخرى                                  |
| ١٠٠.٠          | *٨٧     | المجموع                                                            |

من خلال الجدول ( ١٩ ) والذي يوضح مظاهر التأثير في حالة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار التلفزيونية على حصولك على الأخبار من المصادر الأخرى ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- زيادة الاعتماد على المصادر الأخرى للتأكد من مصداقية الأخبار بالمرتبة الاولى بنسبة (٥١.٧%).
- ٢- الاكتفاء بشبكات التواصل وعدم الاعتماد على المصادر الأخرى بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٩.٩%).
- ٣- نقصان الاعتماد على المصادر الأخرى بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٨.٤%).

تعزز النتائج في الجدول ( ١٩ ) ما ظهر في الجدول السابق ( ١٨ ) اذ يؤكد المبحوثون انهم يعتمدون على المصادر الاخرى للتأكد من مصداقية الأخبار وعدم الاكتفاء بشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول ( ٢٠ ) يوضح الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي

كمصدر للأخبار سيقضي "مستقبلا" على المصادر الأخرى للخبر التلفزيوني

| النسبة المئوية | التكرار | الشبكات ستقضي على المصادر الاخرى |
|----------------|---------|----------------------------------|
| ٣٥.٦           | ٨٠      | الى حد كبير                      |

|       |     |           |
|-------|-----|-----------|
| ٣١.١  | ٧٠  | إلى حد ما |
| ٣٣.٣  | ٧٥  | لا        |
| ١٠٠.٠ | ٢٢٥ | المجموع   |

من خلال الجدول ( ٢٠ ) والذي يوضح الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار سيقضي "مستقبلاً" على المصادر الأخرى للخبر التلفزيوني، ظهر الخيار إلى حد كبير بنسبة (٣٥.٦%) والخيار إلى حد ما بنسبة (٣١.١%) والخيار لا بنسبة (٣٣.٣%).

يتنبأ المبحوثون بأن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار قد يقضي مستقبلاً على المصادر الأخرى للخبر التلفزيوني بناءً على انغماس الإعلاميين والجمهور بالتواصل الاجتماعي وقضائهم فيه أغلب ساعات اليوم .

#### جدول ( ٢١ ) يوضح فكرتك كأعلامي عن مفهوم الاداء المهني

| النسبة المئوية | التكرار | مفهوم الاداء المهني                                  |
|----------------|---------|------------------------------------------------------|
| ٢٦.١           | ٧٧      | الحيادية في نقل المعلومات                            |
| ١٤.٦           | ٤٣      | الدقة في التعامل مع المعلومات الخاصة بالخبر أو الحدث |
| ١٠.٨           | ٣٢      | التعامل الموضوعي مع ما يرد من معلومات                |
| ٤٨.٥           | ١٤٣     | كلما ذكر اعلاه                                       |
| ١٠٠.٠          | * ٢٩٥   | المجموع                                              |

من خلال الجدول ( ٢١ ) والذي يوضح ماهي فكرتك كأعلامي عن مفهوم الاداء المهني ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- كلما ذكر اعلاه بالمرتبة الاولى بنسبة (٤٨.٥%).
- ٢- الحيادية في نقل المعلومات بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٦.١%).
- ٣- الدقة في التعامل مع المعلومات الخاصة بالخبر أو الحدث بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٦%).
- ٤- التعامل الموضوعي مع ما يرد من معلومات بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٠.٨%).

تفسيرات الاعلاميين ( عينة البحث ) للأداء المهني تتوافق تماما مع طبيعتهم وسعيهم إلى الحيادية والدقة في التعامل مع معلومات الاحداث، ( التعامل الموضوعي معها ).

جدول ( ٢٢ ) يوضح التفاصيل التي تمثل الاداء المهني

| النسبة المئوية | التكرار | الاداء المهني                        |
|----------------|---------|--------------------------------------|
| ١٨.٩           | ٥٣      | الفعالية والكفاءة والالتزان          |
| ١٢.١           | ٣٤      | الأمانة والمصداقية والموضوعية والثقة |
| ١١.٤           | ٣٢      | المواكبة والحدثة والكفاءة والفاعلية  |
| ٥٧.٥           | ١٦١     | كلما ذكر اعلاه                       |
| ١٠٠.٠          | *٢٨٠    | المجموع                              |

من خلال الجدول ( ٢٢ ) والذي يوضح أي التفاصيل برأيك تمثل الاداء المهني ظهرت وحسب الترتيب:

- ١- كل ما ذكر اعلاه بالمرتبة الاولى بنسبة (٥٧.٥%).
- ٢- الفعالية والكفاءة والالتزان بالمرتبة الثانية بنسبة (١٨.٩%).
- ٣- الأمانة والمصداقية والموضوعية والثقة بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٢.١%).
- ٤- المواكبة والحدثة والكفاءة والفاعلية بالمرتبة الرابعة بنسبة (١١.٤%).

### ❖ الاستنتاجات

١. تعد شبكات التواصل الاجتماعي المصدر الاول في الحصول على الأخبار التلفزيونية ونسبة ١٦% تليها المواقع الالكترونية ، مما يعزز ويؤكد من اعتماد المبحوثون على العامل الالكتروني في التعاطي مع الأخبار .
٢. يتحقق المبحوثون من الأخبار التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٥ %، ويحرصون على التأكد من مصادر ها قبل نشرها في قنواتهم.
٣. يحتل الفيس بوك المرتبة الاولى في ابرز انواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الاعلاميون كمصدر للأخبار بنسبة ٥٥% يليها تويتر في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨% بالمرتبة الثانية ، والانستغرام بالمرتبة الثالثة بنسبة مقاربة.
٤. تحتل المواقع السياسية المرتبة الاولى في اهتمام الاعلاميين بالأخبار التي يحصلون عليها بنسبة ٢٢%، تليها الأخبار بنسبة ١٦%، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة ١٤%.
٥. يعتبر المبحوثون مشاكل مجهولية المصدر وعدم دقة الأخبار وتضارب المعلومات ، اهم المشاكل التي تواجههم في الاعتماد كليا على أخبار شبكات التواصل الاجتماعي .

٦. يعتمد المبحوثون على المصادر الرسمية والنخب وصناع القرار كمؤشر أساسي على الالتزام بالأداء المهني حتى مع توظيفهم لأخبار شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية ، بناء على رغبتهم بتقديم تغطيات دقيقة وصادقة للجمهور

### ❖ المصادر والمراجع

- (١) احسف حميران، الأداء اليمني للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دراسة مسحية لعينة من الصحفيين أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، ٢٠١٤- ٢٠١٥م.
- (٢) بسام المشاقبة، نظريات الإعلام، (القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١).
- (٣) رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، (بيروت: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠).
- (٤) سالم تيسير الشرايدة، الرضا الوظيفي اطر نظرية وتطبيقات عملية، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- (٥) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٦).
- (٦) شريف درويش اللبان، خليل محمود إبراهيم، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠).
- (٧) صلاح الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٨٢).
- (٨) عبد الغفار حنفي، السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٧).
- (٩) عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩).
- (١٠) فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، (عمان: مطابع الجمعية الملكية، ١٩٧٧).
- (١١) كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، (بغداد، السيماء للنصايم والطباعة، ٢٠٠٦).
- (١٢) ليلي حسين السيد، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، المؤتمر الرابع لكلية الإعلام بالقاهرة، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.
- (١٣) محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٢م).
- (١٤) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٥، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٥).
- (١٥) محمد يوسف احمد اللواح ، اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات وانعكاسها على أدائهم المهني ، ، فلسطين ، الجامعة الإسلامية ، كلية الآداب ، قسم الصحافة رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٨.
- (١٦) محمود حسن أسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ( القاهرة: الدار العالمية والتوزيع، ٢٠٠٣).
- (١٧) محمود معزز اسكندر، اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تغطية الحراك الشعبي، مجلة دراسات وبحوث اعلامية (مسار)، المجلد الثاني، العدد(٧)، ٢٠٢٢م.
- (١٨) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الإيمان للطباعة، ٢٠٠٦).

١٩) هشام كاظم علي الساعدي ، اعتماد القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار ، جامعة بغداد ، كلية الأعلام ، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠٢٢.

٢٠) يسرى خالد إبراهيم، اعتماد النخب الأكاديمية على المواقع الالكترونية كمصدر موثوق للمعلومات البحثية، دراسة مسحية لعينة من النخب الأكاديمية، بغداد، مجلة آداب الفراهيدي، العدد (٣٤) حزيران، ٢٠١٨م.

٢١) يسرى خالد إبراهيم، مناهج البحث الاعلامي والياتة، (بغداد: خطوط للطباعة والنشر، ٢٠١٩).

### ❖ References in English

1. Abdel Ghaffar Hanafi, Organizational Behavior and Human Resources Management, (Alexandria: University House, 2007).
2. Ahsaf Himiran, The Oath Performance of Algerian Journalists in Light of the Use of Information and Communication Technology, A Survey of a Sample of Journalists, PhD Thesis, University of Algiers, 2014-2015.
3. Bassam Al-Mashaqbeh, Media Theories, (Cairo: Osama House for Publishing and Distribution, Jordan, 2011).
4. Fawzi Gharaibeh and others, Scientific Research Methods in the Social and Human Sciences, (Amman: Royal Society Press, 1977).
5. Hisham Kazem Ali Al-Saadi, The dependence of Iraqi satellite channels on social networking sites as a source of news, University of Baghdad, College of Information, Department of Radio and Television Journalism, unpublished master's thesis, 2022.
6. Issam Al-Mousa, Introduction to Mass Communication, (Jordan: Ithra for Publishing and Distribution, 2009).
7. Kamel Hassoun Al-Qayyim, Methods and Methods of Writing Scientific Research in Human Studies, (Baghdad, Al-Simaa for Designs and Printing, 2006).
8. Laila Hussein Al-Sayed, The Role of Communication in Providing Egyptian Universities Students with Information on Current Events in the Framework of the Theory of Dependence on the Media, Fourth Conference of the Faculty of Mass Communication in Cairo, Cairo University, 1998.
9. Mahmoud Hassan Ismail, Principles of Communication Science and Theories of Influence (Cairo: International House and Distribution, 2003).
10. Mahmoud Moaz Iskandar, Correspondents of Iraqi satellite channels relying on social networking sites as a source of information while

covering the popular movement, Journal of Media Studies and Research (Masar), Volume II, Issue (7), 2022 AD.

11. Mervat El-Tarabishy, Abdel-Aziz El-Sayed: Theories of Communication (Cairo: Dar Al-Iman for Printing, 2006).

12. Muhammad Abdel-Hamid, Scientific Research in Media Studies, 5th Edition, (Cairo: World of Books, 2015).

13. Muhammad Al-Sawy Muhammad Mubarak, Scientific Research, Its Foundations and Method of Writing, (Cairo: Academic Library, 1992 AD).

14. Muhammad Yusuf Ahmad al-Lawah, Palestinian journalists' reliance on citizen journalism as a source of information and its reflection on their professional performance, Palestine, Islamic University, Faculty of Arts, Department of Journalism, unpublished master's thesis, 2018.

15. Raja Waheed Doueidi, Scientific Research: Its Theoretical Fundamentals and Scientific Practices, (Beirut: House of Contemporary Thought, 2000).

16. Salah Al-Fawal, Research Methods in the Social Sciences, (Cairo: Gharib Library, 1982).

17. Salem Tayseer Al-Sharaideh, Job Satisfaction: Theoretical Frameworks and Practical Applications, (Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution, 2010).

18. Samir Muhammad Hussein, Media Research, Foundations and Principles (Cairo: World of Books, 1976).

19. Sharif Darwish Al-Labban, Khalil Mahmoud Ibrahim, Modern Trends in Journalistic Production, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2000).

20. Yusra Khaled Ibrahim, Academic Elites' Reliance on Websites as a Reliable Source of Research Information, Survey Study of a Sample of Academic Elites, Baghdad, Al-Farahidi Journal of Arts, Issue (34), June, 2018.

21. Yusra Khaled Ibrahim, Media Research Methods and Mechanisms, (Baghdad: Lines for Printing and Publishing, 2019).