

اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات

م.م. حيدر محمد خلوي الزركاني  
جامعة سومر/قسم الاعلام والعلاقات

### المستخلص

تهدف الدراسة الى معرفة مدى اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، على عينة مقدارها (100) مفردة، من مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية في محافظة بغداد، باستخدام أداة الاستبانة.

وكانت اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان درجة استخدام مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات كانت عالية بنسبة (32%)، وان اسباب تفضيلهم لمواقع التواصل الاجتماعي للمتابعة الانية لما تنتجه من اخبار بنسبة (24%)، وكان اعتمادهم تطبيق الفيسبوك بنسبة 38%، وثبت الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الكلمات المفتاحية: مراسلو القنوات التلفزيونية الفضائية - مواقع التواصل الاجتماعي - مصدر الاخبار - الازمات.

## Abstract

The study aims to determine the extent to which satellite television correspondents rely on social media as a source of news during crises. The researcher relied on a descriptive survey approach, using a sample of (100) satellite television correspondents in Baghdad Governorate, using a questionnaire.

The most important results reached by the study were that the degree of use of social networking sites by satellite TV correspondents as a source of news during crises was high at (32%), and the reasons for their preference for social networking sites for immediate follow-up of the news they produce was at (24%), and their reliance on the Facebook application was at (38%). It was proven that there is a statistically significant relationship between the degree to which satellite TV correspondents rely on social media as a source of news during crises and the degree of cognitive, emotional and behavioural effects.

**Keywords: Satellite TV correspondents - Social media - News source - Crises.**

## المقدمة

لقد سعى الإنسان وباستمرار للاتصال الفوري عبر مسافات ليست بقريبة، فكلما تقدمت البشرية وأساليب حياتهم زادت الى طلب الاتصال والتواصل فيما بينهم، وقد شهدت السنوات السابقة تطوير سريع في تكنولوجيا الاتصال مع ما يشهده العالم من حادثة في تقنيات الاتصال والمعلومات، وفي ظل ثورة متجددة للموارد أصبح العالم من خلال وسائل التطور التكنولوجي التي لاتحد بحدود ومجتمع الاتصالات اصبح يعتمد على كبسة زر، من خلال استخدام اجهزة الهاتف المحمول الذي تطور وبات يشكل من اشكال الاعلام الجديد، بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي، التي هي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، حيث يستطيع المتفاعلون التجمع في كيانات

اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية، ولسهولة استخدامها اثارت شهية لدى المتصفحين لها بالحصول على الأخبار والمعلومات في أي وقت ومكان، دون عناء او تكلف للزمن او المكان؛ لذا تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلا من قبل الجمهور ومشاركة للأفكار والرؤى ونقل الأحداث اليومية التي تقع امامهم او يقصدونها لإبرازها للرأي العام او لجهة ما، وما تتضمنه هذه المواقع من وسائط كالصورة والفيديو والصوت، فضلا عن سهولة استخدامها من قبل المواطن، برزت ما يسمى صحافة المواطن، فجاءت أهمية هذا النوع من الصحافة بما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية نقل الحدث بشكل مباشر محط اهتمام القنوات التلفزيونية الفضائية ولاسيما المرسلون بالاعتماد عليها كمصدر للأخبار فيما يتعلق وقت الازمات، التي يكون فيها تكلفة وصعوبة بتنقل المراسل من منطقة الى أخرى؛ للخطورة الأمنية وصعوبة التنقل مع الكادر وأدوات التصوير، وبالتالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي مهامها أوسع في الجانب الاتصالي لمرونتها وقدرة المراسل على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات، وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي تناسبه، وكذلك المشاركة من أي مكان وفي أي زمان؛ ومن هنا يرى الباحث الى وجود علاقة بين اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي ومصدر الاخبار وقت الازمات.

وتناول الباحث الموضوع وفق التقسيمات التالية، حيث بدأت بالخلاصة ومن ثم الفصل الأول (الإطار المنهجي) وتضمن مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها والأسئلة الفرعية، ومن بعدها ثم تناول فرضيات الدراسة وتعريف المصطلحات والنظرية المستخدمة والدراسات السابقة والاستفادة منها ونوع الدراسة منهاجها واداة وحدود الدراسة وإجراءات الصدق والثبات.

وفي الفصل الثاني (الإطار النظري) تناول الباحث مفهوم القنوات التلفزيونية الفضائية ومهامها ومن ثم مواقع التواصل الاجتماعي وانواعها ودورها كمصدر للمعلومات:

في حين تناول في الفصل الثالث (الإطار التحليلي) النتائج الميدانية لاعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات، ومن ثم استعرض أهم النتائج والتوصيات ومصادر الدراسة.

## الفصل الاول

### الإطار المنهجي

#### مشكلة الدراسة:

التطور التكنولوجي الذي أحدث نقلة نوعية في عالم الاتصالات والاتصال جعل من المؤسسات الإعلامية عموماً ومراسليها خصوصاً في مواجهة حقيقية بالتعامل مع هذا التطور العالمي المتسارع، في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي التي بدأت تفوق القنوات التلفزيونية في السرعة بنقل الأحداث من موقع الحدث، فضلاً عن الأخبار من المناطق الساخنة التي يتعذر الوصول إليها لأسباب أمنية، ومن هنا كانت لصحافة المواطن كمصدر للأخبار من قبل المراسلين التلفزيونيين وقت الازمات.

وتمكن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس: ما مدى اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات؟

#### أهمية الدراسة:

-تقدم الدراسة بحثاً علمياً حديثاً للمكتبات العلمية والتدريسية والطلبة في الجامعات العراقية لإكمال السلسلة البحثية من الدراسات السابقة المشابهة للموضوع.

-تكمّن أهمية الدراسة بتوفير معلومات يستفيد منها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية؛ لمعرفة درجة اعتماد المراسلين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات.

-تأتي الفائدة من هذه الدراسة بوضع استراتيجية علمية كخارطة طريق للقنوات التلفزيونية العراقية في كيفية اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات.

#### اهداف الدراسة:

-اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات.

-أسباب تفضيل مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات

-مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها مراسلي القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار وقت الازمات.

#### تساؤلات الدراسة:

-ما مدى اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات؟

-ما أسباب تفضيل مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات

-ما انواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها مراسلي القنوات التلفزيونية كمصدر للأخبار وقت الازمات؟

-ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات؟

#### فرضيات الدراسة:

-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في الازمات ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في وقت الازمات ودرجة ثقة الاخبار المتلقاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

#### مصطلحات الدراسة:

**الاعتماد:** المعلومات التي يعتمد عليها المتلقي لمعرفة الاحداث ولا تسير علاقة الاعتماد بين المصادر والأهداف باتجاه واحد بل تعتمد وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يسيطر عليها الآخرون (دي فلور، روكيتش، ص 416).

**المراسلون:** هم الاشخاص الذين تخصصهم القناة لتغطية منطقة جغرافية محددة ويتخذون منها مقرا رئيسيا يتوسطون فيها لنقل احداثها اول بأول (المشاقبة، 2018، ص 59 الى 60).

**القنوات التلفزيونية الفضائية:** قنوات تهتم بعرض الاحداث من خلال استخدام الصورة والصوت والأشخاص الضالعين في الاحداث محل الاهتمام، وتنفرد باتساع المفردات التي يمكن استغلالها لأثبات الحقائق، فضلا عن إمكانية البث اللحظي عبر الأقمار الاصطناعية (بغدادى، 2011، ص 11).

**مواقع التواصل الاجتماعي:** شبكات الالكترونية تسمح بانشاء موقع خاص ومن ثم ربطه بنظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين من شتى العالم ومن هذه الوسائل الفيسبوك وانستغرام وتويتر ويوتيوب (المدهون، 2012، ص 37).

**مصدر الاخبار:** هو الجهة أو الشخص الذي يوفر المعلومات والبيانات بالأحداث الواقعة وتنقل عبر الصحف والإذاعة والتلفزيون والمواقع الإلكترونية، وتكون مصادر رسمية صادرة من المؤسسات الرسمية، وغير رسمية كشهود عيان ومراسلين مستقلين (عزي، 2008، ص45)

**الازمات:** هي تأثيرات نهائية ناتجة لتراكم مجموعة من الاحداث او خلل يؤثر على المرتكزات الأساسية للدولة ويشكل تهديدا رئيسا لسقوط النظام او بقاءه (هلال، 1996، ص 9)

### النظرية المستخدمة:

### نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

تستند هذه الدراسة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تركز على أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الآخرون لتحقيق أهدافهم، ولا تسير علاقة الاعتماد بين المصادر والأهداف باتجاه واحد، بل تعتمد وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يسيطر عليها الآخرون.

آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- الآثار المعرفية: ويشمل هذه المكون المعلومات والحقائق ذات الصلة بموضوع الاتجاه.

- الآثار العاطفية والوجدانية: ويمكن التعرف من خلالها على آثار وسائل الإعلام.

- الآثار السلوكية: وتتضمن كل أنواع السلوك والتصرفات التي يتخذها الفرد في حياته (دي فلور، روكيتش،

مصدر سابق، ص425 الى 428).

### الدراسات السابقة:

- أبو طالب (2013) شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي:

هدفت الدراسة التعرف الى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية مقارنة بالمصادر الأخرى، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي من خلال التطبيق على عينة قوامها (299) مبحوثا من مدينة الرياض، واطهرت اهم النتائج ان الجمهور يعتمدون على مواقع التواصل للأطباء الصيادلة في الحصول على اهم المعلومات الصحية، وان اهم الأسباب في اعتمادهم تعود في مساعداتهم باتخاذ قرارات معينة في الجانب الصحي.

Ognyanova & Rokeach (2012) الفاعلية السياسية للإنترنت: نهج الاعتماد على وسائل الإعلام:

هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة على الفاعلية السياسية واختبار العلاقة بين المواقف السياسية وفائدة الاضطلاع من خلال الويب، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وأجريت الدراسة في (50) ولاية وفي مقاطعة كولومبيا، وتم استخدام المقابلات الهاتفية، وكانت اهم نتائج الدراسة العثور على كثافة علاقات الاعتماد على الإنترنت لشمولية الأخبار على الإنترنت.

#### -بوعروج (2023) استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار:

هدفت الدراسة التعرف على استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في نقل الاخبار، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من صحفيي مدينة قسنطينة، مقدارها (35) مفردة. باستخدام أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى اهم النتائج ان معظم الصحفيين الجزائريين غالبا ما يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 51.4%، وان غالبية الصحفيين الجزائريين يعتقدون أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الاعلامية يعتبر مكسبا لمهنة الصحافة بنسبة 66.4%.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

-صياغة عنوان الدراسة

-صياغة مشكلة الدراسة.

-استخدام نظرية الاعتماد ومن ثم توظيفها مع اهداف الدراسة.

-تحديد منهج الدراسة وطريقة العينية.

-الاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة في صياغة الفروض.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، ويشمل المسح لمراسلي القنوات التلفزيونية بهدف التعرف على آرائهم وانطباعاتهم واتجاهاتهم بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات.

#### مجتمع الدراسة:

بعد تحديد الهدف يتم تحديد المجتمع المشمول بالبحث بهدف جمع المعطيات منه، ويمثل مجتمع الدراسة العراق – محافظة بغداد.

## عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة ويتم اختيار العينة اختياراً مناسباً حتى يمكن من استخدام الوصف للمجتمع الأكبر بقدر معين من الدقة، وقد لجأ الباحث الى استخدام العينة العمدية لمراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية في محافظة بغداد، من المسجلين ضمن نقابة الصحفيين العراقيين والعاملين بصفة مراسل تلفزيوني في القنوات الفضائية والبالغ عددهم 100 مفردة.

## جدول رقم (1)

## عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	94	94%
انثى	6	6%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم (1) لتوزيع عينة الدراسة حسب الجنس ان فئة نسبة الذكر بلغت 94% وهي أكثر من فئة نسبة الاناث والتي بلغت 6%.

## جدول رقم (2)

## عينة الدراسة التحصيل الدراسي

النوع	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	71	71%
ماجستير	13	13%
دبلوم	8	8%
دكتوراه	8	8%
المجموع	100	100%

بين الجدول رقم (2) ان التحصيل الدراسي فئة البكالوريوس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 71%، فيما جاءت فئة الماجستير في المرتبة الثانية بنسبة 13%، وهما أكثر نسبتين للتحصيل الدراسي من بقية الفئات.

#### أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة لجمع البيانات اللازمة من مراسلي القنوات التلفزيونية في بغداد، والاستبانة هي الإطار الذي يضم مجموعة من الأسئلة الموجهة الى عينة الدراسة من الافراد المبحوثين.

#### حدود الدراسة:

الحدود المكانية: العراق – مراسلو القنوات التلفزيونية الفضائية.

الحدود البشرية: مراسلو القنوات التلفزيونية الفضائية في محافظة بغداد.

الحدود الزمنية: تم اجراء هذا الدراسة للفترة الزمنية من 2024/9/1 إلى 2025/1/1.

الحدود الموضوعية: اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات.

#### إجراءات الصدق والثبات:

##### -صدق أداة الدراسة:

للتحقق من صدق أداة الدراسة اعتمد الباحث بعرضها بصورتها الأولية على ثلاثة محكمين ممن يحملون درجة الدكتوراه في الإعلام من أعضاء هيئة التدريس في جامعة ذي قار وكلية الامام الكاظم الجامعة وكلية مزايا الجامعة، وتم بعد ذلك تفريغها واخذ الفقرة التي حصلت على إجماع المحكمين؛ للخروج بأفضل أداة على تمثيل ما أعدت من أجل قياسه بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة.

##### -ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات أداة الدراسة استقرار النتائج واعتماديتها وقدرتها على التنبؤ أي مدى التوافق أو الاتساق في نتائج الاستبيان إذ طبق أكثر من مرة في ظروف مماثلة، وللتحقق من ثبات الأداة، تم احتساب معامل كورنباخ الفاء، باعتباره مؤشرا على التجانس الداخلي، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.802) وهي نسبة مرتفعة جداً وتشير إلى ثبات الأداة

جدول رقم (3)

Correlations

		X	Y
Spearman's X rho	Correlation	1.000	0.80**
	Coefficient		2
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	100	100
Y	Correlation	0.802**	1.000
	Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	100	100

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

بينت علاقة سبيرمان (Spearman) أن مقدار العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار وقت الازمات كانت (0.802) وهي علاقة طردية قوية تقترب من قيمة الواحد الموجب.

الفصل الثاني

الإطار النظري

القنوات التلفزيونية الفضائية:

هي قنوات فضائية مرئية لتزويد الجمهور بأكبر قدر من الاحداث المتنوعة وكلما كانت هاتين الصفتين متوفرتين

ساهمت في توعية الرأي العام لتكوين رأي صائب لدى الجمهور (أبو الحسن، 2006، ص22)

مهام التلفزيون:

هناك عدة مهام للقنوات التلفزيونية الفضائية ومنها:

-الوظيفة الإخبارية: نقل الاخبار سواء كانت محلية او اقليمية او دولية وذلك لتمكين الافراد من متابعة ما يجري في العالم.

-وظيفة التوجيه وتكوين المواقف: يقوم التلفزيون بتكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته من خلال اهتمامه بالحوار والنقاش والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي.

-وظيفة الشرح والتفسير: بعد تعقد الحياة الاجتماعية أصبح معظم ما يجري غير واضح بالنسبة للأفراد فلا بد من تقديم تفسيرات وشروح حول القضايا التي تهمهم.

-الوظيفة التربوية والتعليمية: تعمل وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون بتدعيم البعد الفكري والوجداني والقيمي لأفراد المجتمع (سعد، 2006، ص146-148).

### مواقع التواصل الاجتماعي:

وفرت التقدم التكنولوجي سبل متعددة ومختلفة لإرسال البيانات والأفكار والاحداث بين الافراد، كما جاء الاتصال بتطورات حديثة كشبكات المعلومات والحاسب الآلي وآلات الفاكسميلي والبريد الصوتي والالكتروني والفيديو الكاسيت والقنوات التلفزيونية الخاصة ووسائل أخرى متقدمة كمواقع التواصل الاجتماعي التي اخذت في طريقها أن تكون محل الوسائل التقليدية، لما توفره من نقل كم هائل من المعلومات وبشكل أسرع من الوسائل التقليدية ولعدد كبير من الافراد (عيسى، 2016، ص7).

### انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

الفيسبوك: استخدم في جامعة هارفارد الأميركية من نشأته في فبراير 2004 بواسطة مارك زكيربرج الطالب بتلك الجامعة آنذاك، ويساعد الموقع على التواصل مع الأشخاص ثم انتشر سريعا الى جميع المعاهد والكليات في اميركا ثم الى جميع مستخدمي دول العام 2006 باستخدام البريد الالكتروني (شفيق، 2011، ص199).

-تويتر او (x): خدمة مصغرة تسمح لمستخدميه إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرف الرسالة الواحدة وأول تغريدا تم نشرها كانت في 2006 يد جاك دورزي (لكحل، 2017، ص38).

اليوتيوب: هو موقع خاص بمقاطع الفيديو بحيث يمكن التحميل عليه أو التحميل من المقاطع الموجودة فيه وأنشأ من قبل شاد هيرلي وستيف شين وجاود كريم الموظفون في السابقون في مؤسسة بال بي الامريكية عام 2005 (الاشهب، 2017، ص31 الى 33).

انستغرام: وهو تطبيق مجاني، يعمل على مواقع التواصل الاجتماعي بواسطة الهاتف المحمول، أطلق عام 2010، لتبادل الصور ويتيح للمستخدمين التقاط الصور مع إضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها مع الأصدقاء وفي عام 2013 وضع تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين (مرهون، 2019، ص7)

سناب شات: تطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي قام باختراعه كل من إيفان شبيغل وبوبي ميرفي عام 2011 واعتمد في بداية الامر على تبادل الرسائل المصورة واخذ بالتطور وصولا الى عام 2014 اطلقت شركة سناب شات ميزة الفلاتر والمؤثرات حسب الموقع الجغرافي (<https://ar.wikipedia.org>) تطبيق سناب شات، زيارة بتاريخ 2025/10/15)

التلغرام: وهو تطبيق مجاني ظهر عام 2013 ضمن سوق المحادثات الالكترونية على الأجهزة الذكية وهو مفتوح المصدر بشكل جزئي ويمكن لمستخدميه من تبادل الصور من مختلف دول العالم من الصور والفيديوهات والوثائق (خلايقة، 2022، ص 236 الى 237)

#### الاخبار:

هي عملية الحصول على بيانات وتفاصيل قضية معينة والمعلومات المتعلقة بها والإحاطة بأسبابها ومكان وقوعها وأسماء المشتركين فيها وكيف ومتى وقعت، وغير ذلك من المعلومات التي تجعلها مالكة للمقومات والعناصر لتكون صالحة للنشر، فهناك كثير من القضايا التي تمر في حياتنا اليومية، لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية التي تجعلها صالح للنشر (أبو زيد، 2008، ص255).

ويمكن تصنيف المراسلين للأخبار حسب مهامهم:

- المراسل الدائم: هو الذي يمثل القناة التلفزيونية في احدى الدول لمدة طويلة.
- المراسل المتحرك: هو الذي ترسله القناة التلفزيونية لتغطية حدث او قضية ما في أي مكان من العالم ولمدة قصيرة ومن ثم يعود الى مقر الرئيسي للتلفزيون (المشاقبة، 2018، ص59 الى 60).

#### دور مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات:

باتت مواقع التواصل الاجتماعي الميزة البارزة على جميع ميادين الحياة، إذ أسهمت الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها وتوسع انتشارها كشبكة تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائل الاعلام التقليدية، لذا تعمل مواقع التواصل الاجتماعي دورا محوريا كمصدر للأخبار لما ينشر عليها من قبل احداث يدونها المواطن المستخدم لهذه المواقع، ما يجعلها مصدر مهم للاخبار لاسيما في الازمات التي تفتقر الى وجود مراسل في منطقة، وما يعزز دور مواقع التواصل الاجتماعي تنوعها في الوسائط التي تتمتع بها من كتابة وصورة وفيديو وصوت، بالإضافة الى البث المباشر (السلامة، 2020، ص 3).

### الفصل الثالث

#### الإطار التحليلي

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي تهدف لمعرفة مدى اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الإزمات، وعلى النحو التالي:

#### جدول رقم (4)

درجة استخدام مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الإزمات

نتائج	المجموع	عالية جدا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا	الدرجة	تشير
رقم	100	10	51	27	12	0	التكرار	الجدول
فئة	%100	%10	%51	%27	%12	%0	النسبة	(4) ان
جاءت								عالية

بالمرتبة الأولى بنسبة (51%)، فيما جاءت متوسطة بالمرتبة الثانية بنسبة (27%)، ويرى الباحث ان درجة استخدام مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الإزمات لقدرة هذه المواقع بما تحتويه من وسائل بنشر الفيديو والصوت والصورة والبت المباشر ساعد على تقليل تكلفتهم بالنقل والأدوات المستخدمة وصولاً الى منطقة الحدث، ما زاد من درجة استخدامهم لهذه المواقع كمصدر للأخبار وقت الإزمات.

#### جدول رقم (5)

عدد ساعات متابعة مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الإزمات

النسبة	التكرار	ساعات المتابعة
%48	48	ثلاث ساعات فأكثر
%21	21	من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات
%19	19	من ساعة الى اقل من ساعتين
%12	12	اقل من ساعة

المجموع	100	%100
---------	-----	------

تشير نتائج الجدول رقم (5) ان فئة ثلاث ساعات فأكثر جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة (48%)، فيما جاءت من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات جاءت في المرتبة الثانية، بنسبة (21%)، ويرى الباحث ان متابعة مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الازمات كمصدر الاخبار لسهولة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف النقال واثناء العمل او التنقل، بالإضافة لما تتمتع من توثيق بالصوت والصورة يساعد من استخدامها من قبل المراسل كمصدر وقت الازمات.

### جدول رقم (6)

الأوقات التي يفضلها مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات

الفترة المفضلة	التكرار	النسب
لا يوجد فترة محددة	64	%64
المسائية	26	%26
الليل المتأخر	4	%4
الصباحية	3	%3
وقت الظهيرة	3	%3
المجموع	100	%100

تشير نتائج الجدول رقم (6) ان فئة لا توجد فترة محدد جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة 64%، وفئة المسائية بالمرتبة الثانية، بنسبة (26%)، ويرى الباحث ان متابعة مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الازمات لا تعتمد على وقت محدد كون الاحداث في الازمات تكون متسارعة ولا يحدها وقت معين، ما يجعل المراسل يتابع دون وقت محدد للحصول على السرعة في الاخبار.

جدول رقم (7)

أسباب تفضيل مراسلي القنوات التلفزيونية الفضائية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت  
الازمات

النسب	التكرار	أسباب التفضيل	يشير الجدول رقم (7) ان فئة سرعتها في نقل الاخبار جاءت في المرتبة
%48	48	سرعتها في نقل الاخبار	
%14	14	تشعرني أنى موصول مع الاحداث	
%20	20	احتوائها على الصور والفيديوهات والصوت	
%12	12	المتابعة الانية لما تتيحه من الاخبار	
%6	6	سهولة استخدامها	
%100	100	المجموع	

الأولى، بنسبة (48%)، فيما جاءت فئة احتوائها على الصور والفيديوهات والصوت جاءت في المرتبة الثانية، بنسبة (20%)، ويرى الباحث ان وقت الازمات هو ما يحتاجه المراسل هي السرعة في الحصول على الاخبار، ما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي من الأسباب المفضلة لمتابعتها كمصدر للاخبار.

## جدول رقم (8)

الاعتماد على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات

أنواع التطبيقات	التكرار	النسب
فيسبوك	50	%50
تلغرام	23	%23
واتساب	15	%15
انستغرام	0	%0
فابير	0	%0
تويتر	12	%12
يوتيوب	0	%0
المجموع	100	%100

يشير الجدول رقم (8) الى فئة الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة (50%)، فيما جاءت فئة التلغرام في المرتبة الثانية، بنسبة (23%)، اما فئة الواتساب في المرتبة الثالثة، بنسبة (15%) ويرى الباحث ان استخدام العراقيين لتطبيق الفيسبوك والتلغرام والواتساب جعل من مراسلي القنوات التلفزيونية أكثر اعتماد عليه من بقية التطبيقات الأخرى كمصدر للاخبار.

## جدول رقم (9)

معوقات عدم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات

المعوقات	التكرار	النسب
الاخبار مجهولة المصدر	52	52%
الكم الكبير من الاخبار	23	23%
استخدامها كوسيلة لترويج الشائعات	19	19%
عدم توفر شبكة الانترنت وقت الازمات	6	6%
الاختراق الأمني	0	0%
صعوبة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي	0	0%
المجموع	100	100%

يشير الجدول رقم (9) ان فئة الاخبار مجهولة المصدر جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة (52%) فيما جاءت الكم الكبير من الاخبار في المرتبة الثانية، بنسبة 23%، ويرى الباحث ان ما يقلل اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبار وقت الازمات هوية الناشر المرسل والتي تعتبر مجهولة المصدر بالنسبة للمراسل، ما يجعل صعوبة بتحديد الاخبار الصادقة من الكاذبة في ظل الكم الهائل من الاخبار.

جدول رقم (10)

مقترحات مراسلي القنوات التلفزيونية للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار

المقترحات	التكرار	النسب
الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها	56	56%
تحديد هوية الناشر وفق بيانات تسجيله للموقع	22	22%
ضرورة استخدامها لمحاربة الشائعات	14	14%
التوعية الأمنية نحو استخدام امن لها	8	8%
توفير شبكات انترنت في المناطق كافة	0	0%
المجموع	100	100%

يشير الجدول رقم (10) الى فئة الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة 56%، فيما جاءت تحديد هوية الناشر وفق بيانات تسجيله للموقع في المرتبة الثانية، بنسبة 22%، ويرى الباحث ان المنشورات على الفيسبوك هي تعتمد على ذاتية المرسل، في اغلب الأحيان المواطن الصحفي، ما يجعل المراسل التلفزيوني يذهب بدعم الموضوعية في النشر بما يتناسب مع اساسيات عمله الصحفي، بالإضافة الى ضرورة تحديد هوية الناشر ليتمكن المراسل من اعتماده كمصدر حقيقي وليس مجهور للاخبار التي يحصل وقت الازمات.

جدول رقم (11)

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبار وقت الازمات

التأثيرات	الوزن النسبي
الوجدانية	43%
المعرفية	35%
السلوكية	32%

المجموع	%100
---------	------

يشير الجدول رقم (11) ان الوزن النسبي للتأثيرات الوجدانية جاءت بنسبة 43% فيما تلتها المعرفية نسبة 35%، اما السلوكية جاءت أخير بنسبة 32%، ويرى الباحث ان الفراغ المعرفي والسلوكي يحل محله التأثير الوجداني لذلك جاءت ارتفاع نسبة التأثيرات الوجدانية.

#### النتائج والتوصيات:

توصلت الدراسة في سعيها للتعرف على مدى اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وقت الازمات الى ما يأتي:

#### نتائج الدراسة:

- 1-جاءت النتائج ان درجة استخدام مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات كانت عالية بنسبة (32%).
- 2-أوضحت النتائج ان عدد ساعات متابعة مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي وقت الازمات كانت ثلاث ساعات فأكثر بنسبة (48%).
- 3-كانت النتائج ان الأوقات التي يفضلها مراسلي القنوات التلفزيونية بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات لا توجد فترة محدد لها بنسبة (42%).
- 4-بينت النتائج اسباب تفضيل مراسلي القنوات التلفزيونية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات لمتابعة الانية لما تنتجه من اخبار بنسبة (24%).
- 5-اشارت النتائج ان الاعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات تعتمد على الفيسبوك بنسبة (38%).
- 6-اكادت النتائج ان معوقات عدم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار وقت الازمات لمجهولة المصدر بنسبة (37%).
- 7-كانت النتائج ان من مقترحات مراسلي القنوات التلفزيونية للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار الاهتمام بالدقة والموضوعية بنسبة (43%).

8- اثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في الازمات ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

9- اثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في وقت الازمات ودرجة ثقة الاخبار المتلقاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

10- اثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة بين درجة اعتماد مراسلي القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في وقت الازمات تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

#### توصيات الدراسة:

1- توصي الدراسة الى تحديد المواقع الموثقة على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المراسلين للحصول على الاخبار ذات المصادر المعروفة وقت الازمات.

2- الابتعاد عن خاصية متابعة الاخبار وتحديد انتقاءها لتفادي استغراق الوقت في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار وقت الازمات دون فائدة.

3- تحديد وقت لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحديد مواقع محددة تجنباً للإفراط والآثار النفسية والأمراض من المتابعة المتواصلة.

4- الاعتماد على الاخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي المعززة بالصور والفيديوهات بعد التأكد من انها غير ممنتجة لغرض التشويه ونشر الاخبار الكاذبة.

#### المصادر والمراجع:

##### العربية:

- بوعروج، محمد امين. (2023)، استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع لتواصل الإجماعي في نقل الأخبار، الجزائر، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

- خلايقة، عمر. (2022)، أثر استخدام التلغرام على جودة العلاقات الوالدية: دراسة ميدانية على عينة الطلبة، الجزائر، جامعة المسيلة، مخبر البحوث ودراسات الميديا الجديدة.

- السلايمة، لبنى علي عطا الله. (2020)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوك المواطنة التنظيمية لدى المعلمين في المدارس الأساسية الخاصة في العاصمة عمان من وجهة نظر المديرين، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.
- مرهون، فريال واخرون. (2019) دور الإنستغرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، الجزائر، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعو محمد بوضياف.
- المشاقبة، يوسف عوض. (2018)، المراسل الصحفي ودوره في اثراء النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.
- المشاقبة، يوسف عوض. (2018)، المراسل الصحفي ودوره في اثراء النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.
- الاشهب، عبد السلام. (2017)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك أنموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ متوسطة حريز التجاني بلدية ورماس، ولاية الوادي، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- لكحل، حليلة، ربيحة زايدي. (2017)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاسرية – الفيس بوك أنموذجا، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الجزائر، جامعة زيان عاشور الجلفة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- عيسي، ابتسام آدم. (2016)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي والثقافي: دراسة حالة طلاب جامعة النيلين، *رسالة ماجستير غير منشورة*، السودان، جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا.
- سعد، زاوي. (2006)، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة دراسة ميدانية اجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- أبو طالب، زينب بنت مثنى. (2013)، شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية، السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع3.
- المدهون، يحيى. (2012)، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى الجامعات بمحافظة غزة، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة الازهر، فلسطين.
- شفيق، حسين. (2011)، وكالات الانباء والانترنت، مصر، القاهرة، مطبعة دار الفكر والفن.

-بغداد، هالة إسماعيل. (2011)، الصحفيون التلفزيونيون الاخباريون القواعد والقيود، مصر، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

-ابو زيد، فاروق. (2008)، فن الخبر الصحفي، السعودية، جدة: دار الشروق.

- ابو الحسن، منال. (2006)، اساسيات علم الاجتماع الاعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، القاهرة: دار النشر للجامعات.

- عزي، عبد الرحمن. (2008)، نظريات الإعلام: مفاهيم وتطبيقات في الدراسات الإعلامية، مصر، القاهرة، دار الفكر العربي.

-هلال، محمد (1996). مهارة إدارة الازمة، ط1، القاهرة: دار الكتب.

-دي فلور، ورويكتش. (1993)، نظريات وسائل الاعلام، مصر، القاهرة: مطبعة الدار الدولية.

#### الأجنبية:

-Ognyanova, K, Rokeach. S (2012) Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach, presented at the NCA 2012 Convention, Orlando FL, Top Papers in Political Communication Panel, 11-8-2012, this study takes an MSD approach to look at the impact of the Internet on political efficacy.