



ISSN: 2957-3874 (Print)

Journal of Al-Farabi for Humanity Sciences (JFHS)

<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/95>

مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية تصدرها جامعة الفارابي



دور التقارير التلفزيونية الميدانية في زيادة تعرض الجمهور للنشرات الإخبارية التلفزيونية؛

تحليل دراسة جمهور

م.د. عبدالله عبدالمجيد حسن

فيدان علي عبدالقادر

جامعة كركوك - كلية الاعلام

The role of TV field reports in increasing audience exposure to TV newscasts; analysis of an audience study

The first researcher: Dr. Abdullah Abdulmajeed Hasan

Kirkuk University - Faculty of Media

:Fidan Ali Abdulkader The second researcher

Kirkuk University - Faculty of Media

dr.abdullahabdulmajeed@uokirkuk.edu.iq

ملخص الدراسة

هدف هذه الدراسة إلى قياس مدى تأثير التقارير التلفزيونية الميدانية على زيادة تعرض الجمهور للنشرات الإخبارية التلفزيونية. تم استخدام منهجية دراسة ميدانية كمية وصفية، ومن خلال أداة الاستبانة الإلكترونية/الورقية جُمعت البيانات من عينة عشوائية بسيطة تضم ٥٠٠ فرد، تم اختيارهم بناءً على التنوع الجغرافي والديموغرافي (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المهنة). شمل مجتمع الدراسة جميع المشاهدين الذين يتابعون القنوات الإخبارية المحلية أو الدولية، مع التركيز على الأفراد الذين يستخدمون التلفاز كوسيلة رئيسية أو ثانوية لمتابعة الأخبار، ويشاهدون النشرات الإخبارية بشكل دوري. توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة، منها أن التقارير الميدانية تلعب دورًا كبيرًا في زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية، خاصة إذا كانت ذات جودة عالية من حيث المحتوى والإنتاج الفني. كما أظهرت النتائج وجود علاقة قوية وموجبة بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة معدلات المشاهدة. وأوصت الدراسة بضرورة تحسين جودة التقارير الميدانية من حيث الدقة والمصداقية، واستخدام التقنيات الحديثة لتعزيز التجربة الإعلامية للمشاهدين. الكلمات المفتاحية: التقارير التلفزيونية الميدانية، النشرات الإخبارية التلفزيونية، زيادة تعرض الجمهور، السلوكيات الإعلامية، جودة الصورة والصوت.

Abstract

This study aimed to measure the extent of the impact of field television reports on increasing audience exposure to television news bulletins. A quantitative descriptive field study methodology was employed, and data were collected using an electronic/paper questionnaire from a simple random sample of 500 individuals, selected based on geographic and demographic diversity (age, gender, educational level, occupation). The study population included all viewers who follow local or international news channels, with a focus on those who use television as their primary or secondary means of following the news and watch news bulletins regularly. The study reached important conclusions, including that field reports play a significant role in increasing audience interest in watching news bulletins, especially when these reports are of high quality in terms of content and production. The results also showed a strong positive relationship between the quality of video and audio in field reports and increased viewing rates. The study recommended enhancing the quality of field reports in terms of accuracy and credibility, as well as utilizing modern technologies to improve the media experience for viewers.

Keywords: Field television reports, television news bulletins, increasing audience exposure, media behavior, image and sound quality.

الفصل الأول: المقدمة

تعتبر التقارير التلفزيونية الميدانية جزءاً لا يتجزأ من النشرات الإخبارية التلفزيونية، حيث تلعب دوراً محورياً في نقل الأحداث مباشرة إلى الجمهور. مع تطور وسائل الإعلام والتكنولوجيا، أصبحت هذه التقارير أداة أساسية لجذب المشاهدين وتثقيفهم حول القضايا المحلية والعالمية. ومع ذلك، فإن فهم مدى تأثير هذه التقارير على زيادة تعرض الجمهور للنشرات الإخبارية يتطلب دراسة معمقة تحلل العلاقة بين نوع المحتوى المستخدم وأثره على سلوكيات الجمهور.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

تتمثل المشكلة الرئيسية في عدم فهم طبيعة العلاقة بين التقارير التلفزيونية الميدانية وزيادة تعرض الجمهور للنشرات الإخبارية التلفزيونية. لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما هي أنماط سلوك الجمهور تجاه متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية؟
٢. ما هو تأثير التقارير الميدانية على زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية؟
٣. هل هناك علاقة بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة معدلات المشاهدة؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه التقارير التلفزيونية الميدانية في تعزيز معدلات مشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية. كما تهدف إلى تقديم رؤى عملية للقنوات التلفزيونية حول كيفية تحسين محتواها لتلبية احتياجات الجمهور وتوقعاته. بالإضافة إلى ذلك، توفر الدراسة إطاراً نظرياً يمكن استخدامه في البحوث المستقبلية المتعلقة بالسلوك الإعلامي للمشاهدين.

أهداف الدراسة

١. تحديد أنماط سلوك الجمهور تجاه متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية.
٢. تحليل تأثير التقارير الميدانية على زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية.
٣. استكشاف العلاقة بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة معدلات المشاهدة.
٤. تقديم توصيات عملية للقنوات التلفزيونية لتحسين جودة النشرات الإخبارية بناءً على تفضيلات الجمهور.

فروض الدراسة

١. الفرضية الأولى: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية بناءً على وجود التقارير الميدانية.
٢. الفرضية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

يهدف هذا الفصل إلى تقديم إطار نظري يساعد في فهم الظاهرة محل البحث، وهي "دور التقارير التلفزيونية الميدانية في زيادة تعرض الجمهور للنشرات الإخبارية التلفزيونية". يتضمن الإطار النظري تعريفاً للمفاهيم الأساسية، واستعراضاً لأبرز الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع التقارير التلفزيونية الميدانية وتأثيرها على جمهور النشرات الإخبارية. كما يناقش العلاقة بين العناصر المختلفة التي تؤثر في عملية الاستهلاك الإعلامي، مثل طبيعة المحتوى، الأساليب الصحفية، والتكنولوجيا المستخدمة.

أولاً: الإطار النظري المفاهيم الأساسية

١. التقارير التلفزيونية الميدانية تعتبر التقارير التلفزيونية الميدانية إحدى أدوات الصحافة البصرية التي تعتمد على تسجيل الأحداث مباشرة من مكان حدوثها (العياري، ٢٠٠٩، ص ٦٥). يتميز هذا النوع من التغطيات بقدرته على إيصال الواقع بشكل مباشر وحيوي، مما يجعل المشاهدين أكثر ارتباطاً بالحدث.

٢. النشرات الإخبارية التلفزيونية هي برامج تقدم الأخبار بشكل دوري ومنظم، وتُعدّ المصدر الرئيسي لنقل المعلومات الحالية للأفراد (عدوان، ١٩٩٢، ص ٤٣). تعمل النشرات الإخبارية على ترتيب أولويات الجمهور من خلال اختيار الموضوعات المعروضة وترتيبها (حسن، ٢٠٢٠، ص ١٥١).

٣. **التعرض الإعلامي** يشير إلى درجة تفاعل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية ومدى استجابتهم للمادة المقدمة (العقبي ونبار، ٢٠١٧، ص ٥٣). يمكن قياس التعرض الإعلامي بناءً على الوقت الذي يقضيه المشاهدون أمام الشاشة والتفاعل مع المحتوى.

أنواع التقارير التلفزيونية الميدانية

١. التقارير المباشرة

- يتم بثها مباشرة من مكان الحدث أثناء وقوعه.
- تتميز بتوفير صورة حقيقية وفورية للأحداث (شطاح، ٢٠٠٦، ص ١٤٥).

٢. التقارير المسجلة

- يتم تسجيلها مسبقاً وتعرض لاحقاً ضمن النشرة الإخبارية.
- تُستخدم عند عدم إمكانية البث المباشر أو عند الحاجة إلى تحليل عميق للحدث (العياري، ٢٠٠٩، ص ٦٧).

٣. التقارير التحقيقية والاستقصائية

- تهدف إلى كشف الحقائق وإلقاء الضوء على قضايا معقدة.
- تعتمد على البحث والتحري والتقصي الميداني (أبو جبر والعكوك، ٢٠٢٠، ص ٩٨).

٤. التقارير الوثائقية

- تقدم معلومات مفصلة عن موضوع معين باستخدام مشاهد ميدانية وأرشيفية.
- تُستخدم غالباً لتغطية الأحداث التاريخية أو القضايا طويلة الأمد (صيهود، ٢٠٢٤، ص ٥٤٦).

أهمية التقارير التلفزيونية الميدانية

١. **زيادة المصداقية:** توفر صورة حقيقية ومباشرة للأحداث، مما يعزز ثقة الجمهور بالنشرة الإخبارية (المرسي وآخرون، ١٩٨٦، ص ٣٨٣).
٢. **تقديم زوايا جديدة:** تتيح للمشاهد فرصة رؤية الأحداث من زوايا متعددة، مما يساعد على فهم الموضوع بشكل شامل (طر، ٢٠١٨، ص ٦٥).
٣. **إضافة قيمة إعلامية:** تساهم في تحسين جودة النشرات الإخبارية من خلال تقديم محتوى متنوع وجذاب (حسن، ٢٠٢٠، ص ٤٣٨).
٤. **تعزيز الارتباط العاطفي:** تعرض المشاهدين لتفاصيل الحدث بشكل مباشر، مما يزيد من ارتباطهم عاطفياً بالموضوع (لمام، ٢٠٢٠، ص ٢٧٣).

أهداف التقارير التلفزيونية الميدانية

١. **نقل الواقع:** إيصال صورة دقيقة ومباشرة للأحداث الجارية على الأرض (العياري، ٢٠٠٩، ص ٦٦).
٢. **جذب الجمهور:** زيادة معدلات مشاهدة النشرات الإخبارية من خلال تقديم محتوى جذاب ومثير للاهتمام (أبو جبر والعكوك، ٢٠٢٠، ص ٩٧).
٣. **تقديم تحليل عميق:** توضيح الخلفيات والأسباب الكامنة خلف الأحداث من خلال مقابلات مع شهود عيان أو خبراء (الجرجيري والشالوحي، ٢٠١٧، ص ٢٢٨).
٤. **تعزيز المهنية الصحفية:** تحسين مستوى العمل الصحفي من خلال استخدام تقنيات حديثة وطرق مبتكرة في التقديم (التميمي، ٢٠٢٣، ص ٥٤٦).

تأثير التقارير التلفزيونية الميدانية على النشرات الإخبارية

١. **زيادة معدلات المشاهدة:** أظهرت دراسات عدة أن التقارير الميدانية تزيد من نسبة مشاهدة النشرات الإخبارية بسبب قدرتها على تقديم محتوى حيوي ومثير (البريج وآخرون، ٢٠٢١، ص ٦٩٥).
٢. **تحسين صورة القناة التلفزيونية:** تعزز التقارير الميدانية من مصداقية القناة وتجعلها أكثر جاذبية للمشاهدين (الفاتح وبطاهر، ٢٠٢٠، ص ٣٦).
٣. **تنمية الوعي لدى الجمهور:** تساعد في تثقيف المشاهدين وزيادة وعيهم حول القضايا المحلية والعالمية (العقبي ونبار، ٢٠١٧، ص ٥٤).
٤. **تعزيز التفاعل الاجتماعي:** تساهم التقارير الميدانية في تحفيز النقاشات العامة حول المواضيع المطروحة، مما يؤدي إلى زيادة التفاعل المجتمعي (نبيل، ٢٠١٥، ص ١٤٨).

٥. دعم التنشئة السياسية والاجتماعية: تعمل التقارير الميدانية على تعزيز فهم الجمهور للقضايا السياسية والاجتماعية، مما يساهم في تشكيل آرائهم وسلوكهم (صيهود، ٢٠٢٤، ص ٥٥٠).

دور التقارير التلفزيونية الميدانية في زيادة التعرض للنشرات الإخبارية

تشير العديد من الدراسات إلى أن التقارير التلفزيونية الميدانية تلعب دورًا محوريًا في جذب انتباه الجمهور نحو النشرات الإخبارية. ذلك يعود إلى خصائص هذه التقارير التي تميزها عن باقي أشكال التغطية الإخبارية:

١. الواقعية والحيوية: تتمتع التقارير الميدانية بتقديم صورة حقيقية ومباشرة للأحداث، مما يعزز من مصداقية النشرة الإخبارية (أبو جبر والعكوك، ٢٠٢٠، ص ٩٦). فالجمهور يميل إلى الثقة بالمعلومات المقدمة عبر مشاهدة الوقائع بدلاً من الاعتماد على الوصف فقط.

٢. التفاعل البصري والسمعي: تعتمد التقارير الميدانية على استخدام الفيديو والصوت لتوصيل الرسالة، وهو ما يجعلها أكثر جاذبية مقارنة بالمقالات المكتوبة أو التقارير الصوتية (شطاح، ٢٠٠٦، ص ١٤٤).

٣. إثارة الفضول والاهتمام: تتميز التقارير الميدانية بقدرتها على إثارة فضول المشاهدين من خلال تقديم زوايا جديدة ومعلومات غير متاحة في المصادر الأخرى (المصري وآخرون، ١٩٨٦، ص ٣٨٢).

تأثير التقارير الميدانية على تفضيلات الجمهور أظهرت دراسات عديدة أن التقارير الميدانية تزيد من معدلات مشاهدة النشرات الإخبارية، وذلك بسبب قدرتها على تقديم محتوى متنوع وجذاب. على سبيل المثال:

• أفادت دراسة أجراها أبو جبر والعكوك (٢٠٢٠) بأن الجمهور الفلسطيني في قطاع غزة يفضل النشرات التي تحتوي على تقارير ميدانية لأنها توفر رؤية شاملة للقضايا المحلية.

• أكدت دراسة أخرى للعياري (٢٠٠٩) أن التقارير الميدانية تساهم في تحسين صورة القنوات التلفزيونية لدى المشاهدين من خلال تعزيز مصداقيتها.

تحديات تواجه التقارير التلفزيونية الميدانية على الرغم من أهميتها، فإن التقارير الميدانية تواجه عددًا من التحديات التي قد تؤثر على كفاءتها وتأثيرها:

١. القيود التقنية والإدارية: غالبًا ما تكون هناك صعوبات في الوصول إلى مواقع الأحداث أو نقل المواد المصورة بشكل فوري (حسن، ٢٠٢٠، ص ٤٣٧).

٢. الأيديولوجية والتوجه السياسي: قد تتأثر التقارير الميدانية بأجندات القنوات التلفزيونية، مما يؤدي إلى انحياز في تقديم المعلومات (لمام، ٢٠٢٠، ص ٢٧٢).

٣. نقص المهارات المهنية: عدم توفر الكفاءات اللازمة لدى الصحفيين والمصورين قد يؤثر سلبيًا على جودة التقارير الميدانية (الجريجي والشالوحي، ٢٠١٧، ص ٢٢٧).

العلاقة بين التقارير الميدانية وتطوير النشرات الإخبارية أشارت دراسة للزياني (٢٠١٣) إلى أن النشرات الإخبارية الحديثة تعتمد بشكل كبير على التقارير الميدانية لتوفير تغطية شاملة ومتوازنة. كما أن استخدام التقنيات الحديثة مثل الجرافيكس والانفوغرافيك يعزز من جاذبية هذه التقارير (الفتاح وبطاهر، ٢٠٢٠، ص ٣٥). في السياق نفسه، أوضحت دراسة للبريج وآخرين (٢٠٢١) أن التقارير الميدانية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز تفاعلية الجمهور مع القنوات التلفزيونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الدراسات السابقة:

➤ **الدراسة الأولى:** "دور البرامج التلفزيونية في التوعية بمخاطر الجريمة: دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت" تناولت هذه الدراسة دور البرامج التلفزيونية والمحتوى الإعلامي في زيادة وعي النساء الماكثات بالبيت حول مخاطر الجريمة. أظهرت النتائج أن التقارير التلفزيونية الميدانية التي تقدم مشاهد مباشرة أو مقابلات مع ضحايا الجريمة كانت الأكثر فاعلية في إيصال الرسالة وتنقيف الجمهور. كما لوحظ أن هذه التقارير زادت من معدلات مشاهدة لأنها قدمت محتوى حيويًا ومباشرًا.

➤ **الدراسة الثانية:** "التقارير الاستقصائية في التلفزيون ودورها في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني: دراسة ميدانية على الجمهور في قطاع غزة" ركزت هذه الدراسة على تأثير التقارير الاستقصائية الميدانية في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني في قطاع غزة. أشارت النتائج إلى أن

التقارير الميدانية، خاصة تلك التي تعرض قضايا اجتماعية وسياسية محلية، لعبت دورًا كبيرًا في تعزيز فهم الجمهور للمشكلات المحلية والإقليمية. كما أثبتت هذه التقارير أنها الأكثر قدرة على جذب انتباه المشاهدين مقارنة بالأخبار التقليدية.

➤ **الدراسة الثالثة: "واقع وآفاق النشرات الاخبارية الاذاعية والتلفزيونية"** استعرضت هذه الدراسة واقع النشرات الاخبارية التلفزيونية والإذاعية وأهميتها في تقديم الأخبار بشكل دوري ومنظم. أكدت الدراسة أن التقارير الميدانية تعد من أهم أدوات تحسين جودة النشرات الاخبارية، حيث توفر للمشاهدين صورة مباشرة للأحداث. وأشارت إلى أن استخدام التقارير الميدانية يعزز من مصداقية القنوات التلفزيونية ويزيد من تفاعل الجمهور مع المحتوى.

➤ **الدراسة الرابعة: "الحراك المدني في نشرات الأخبار التلفزيونية: إشكالية التغيير في ظل المنظومة الطائفية"** تطرقت هذه الدراسة إلى كيفية تعامل النشرات الاخبارية التلفزيونية مع الحراك المدني في ظل التحديات الطائفية والسياسية. أوضحت أن التقارير الميدانية كانت الوسيلة الأكثر فعالية في تسليط الضوء على أنشطة الحركات المدنية ونقل صوت الشارع إلى الجمهور. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى وجود تحديات مثل الانحياز السياسي والأيدولوجي الذي قد يؤثر على موضوعية هذه التقارير.

➤ **الدراسة الخامسة: "الأعمال الصحفية الميدانية في النشرات الاخبارية التلفزيونية العربية"** ركزت هذه الدراسة على طبيعة الأعمال الصحفية الميدانية في النشرات الاخبارية التلفزيونية العربية. أشارت إلى أن التقارير الميدانية تتميز بقدرتها على تقديم صورة حقيقية ومباشرة للأحداث، مما يجعلها أكثر جاذبية للمشاهدين. وأكدت الدراسة أن هذه التقارير تلعب دورًا محوريًا في تحسين جودة النشرات الاخبارية وزيادة تفاعل الجمهور معها.

➤ **الدراسة السادسة: "دور النشرات الاخبارية التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين"** استهدفت هذه الدراسة تحليل دور النشرات الاخبارية التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين، مع التركيز على أهمية التقارير الميدانية في هذا السياق. أظهرت النتائج أن التقارير الميدانية التي تغطي الأحداث السياسية الكبرى تساهم بشكل كبير في بناء الوعي السياسي لدى الجمهور. كما لوحظ أن هذه التقارير تزيد من معدلات المشاهدة لأنها تقدم معلومات دقيقة ومباشرة عن القضايا السياسية.

الفصل الثالث: الطريقة والمنهجية

يهدف هذا الفصل إلى تقديم تحليل عملي لدراسة جمهور حول دور التقارير التلفزيونية الميدانية في زيادة معدلات مشاهدة النشرات الاخبارية التلفزيونية. يركز البحث على فهم تأثير هذه التقارير على اهتمام الجمهور وتفاعله مع الأخبار، من خلال تصميم أداة بحثية وتطبيقها على عينة تمثل المجتمع المستهدف.

تصميم الدراسة

طبيعة الدراسة

- نوع الدراسة: دراسة ميدانية كمية وصفية.
- الهدف الأساسي: قياس مدى تأثير التقارير التلفزيونية الميدانية على زيادة تعرض الجمهور للنشرات الاخبارية التلفزيونية.
- الأدوات المستخدمة: استبانة إلكترونية/ورقية.

مجتمع الدراسة

- يشمل جميع المشاهدين الذين يتابعون القنوات الاخبارية المحلية أو الدولية.
- تم تحديد العينة بناءً على التنوع الجغرافي والديموغرافي (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المهنة).

عينة الدراسة

- نوع العينة: عينة عشوائية بسيطة.
- حجم العينة: ٥٠٠ فرد (ضمان دقة النتائج).
- معايير الاختيار:
- العمر: ١٨ عامًا وما فوق.
- استخدام التلفاز كوسيلة رئيسية أو ثانوية لمتابعة الأخبار.
- مشاهدة النشرات الاخبارية بشكل دوري (على الأقل مرة واحدة أسبوعيًا).

صممت الاستبانة لتقييم عدة متغيرات مرتبطة بالتأثير المحتمل للتقارير الميدانية على زيادة معدلات المشاهدة. تتكون من ثلاثة أقسام:

قسم ١: البيانات الديموغرافية قسم ٢: السلوكيات الإعلامية قسم ٣: آراء حول التقارير الميدانية

تنفيذ الدراسة

خطوات التنفيذ

١. إعداد الأدوات: تصميم الاستبانة والمراجعات الأولية لضمان صحتها.

٢. اختيار العينة: توزيع الاستبانات عبر الإنترنت (منصات التواصل الاجتماعي) وأيضًا بطريقة ورقية في أماكن عامة مثل المراكز التجارية والمكتبات.

٣. جمع البيانات: جمع الاستجابات خلال فترة زمنية مدتها شهر واحد.

٤. تحليل البيانات: استخدام برامج إحصائية مثل SPSS لتحليل البيانات الكمية.

الفصل الرابع: النتائج

قسم ١: البيانات الديموغرافية

السؤال: ما هي خصائص العينة من حيث العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المهنة، وعدد ساعات المشاهدة اليومية للنشرات الإخبارية؟

جدول (١) البيانات الشخصية للعينة

المتغير	الفئة	التوزيع النسبي (%)
العمر	18-25 سنة	30%
	26-40 سنة	45%
	أكثر من ٤٠ سنة	25%
الجنس	ذكور	55%
	إناث	45%
المستوى التعليمي	أقل من الثانوية	10%
	ثانوي وما فوق	90%
المهنة	طلاب	20%
	موظفون	40%
	أعمال حرة	25%
	غير عاملين	15%
	أقل من ساعة يوميًا	20%
عدد ساعات المشاهدة	1-2 ساعة يوميًا	50%

أكثر من ساعتين	30%
----------------	-----

من خلال تحليل بيانات العينة، يمكن ملاحظة أن معظم المشاركين يقعون في الفئة العمرية بين ٢٦-٤٠ سنة (٤٥٪)، مما يشير إلى أن هذه الفئة تعتبر الأكثر اهتمامًا بمتابعة الأخبار التلفزيونية. كما أن الذكور يشكلون الغالبية بين المشاركين بنسبة ٥٥٪ مقارنة بالإناث (٤٥٪). على مستوى التعليم، أظهرت النتائج أن ٩٠٪ من العينة لديهم تعليم ثانوي وما فوق، مما يعكس أهمية التعليم في تعزيز الوعي بالمحتوى الإعلامي. بالنسبة للمهن، فإن الموظفين يمثلون أكبر مجموعة (٤٠٪)، يليهم الأفراد الذين يعملون في مجالات الأعمال الحرة (٢٥٪). فيما يتعلق بعدد ساعات المشاهدة اليومية، غالبية المشاركين (٥٠٪) يشاهدون النشرات الإخبارية لمدة تتراوح بين ساعة وساعتين يوميًا، بينما ٣٠٪ يشاهدون أكثر من ساعتين، و ٢٠٪ يشاهدون أقل من ساعة يوميًا. هذا يدل على أن الجمهور يخصص وقتًا معتدلاً لمتابعة الأخبار.

القسم ٢: السلوكيات الإعلامية

ما هي أنماط سلوك الجمهور تجاه متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية؟ جدول (٢) أنماط سلوك الجمهور تجاه متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية

السؤال	غير موافق	محايد	موافق		
أتابع النشرات الإخبارية بشكل يومي.	15%	20%	65%	0.8	4.0
أختار القنوات الإخبارية بناءً على جودة المحتوى.	10%	20%	70%	0.7	4.2
أميل إلى مشاهدة الأخبار في وقت محدد خلال اليوم.	15%	30%	55%	0.9	3.8
أستخدم التلفاز كوسيلة رئيسية لمتابعة الأخبار.	5%	15%	80%	0.6	4.5
أستفيد من التقارير الإخبارية لاتخاذ قرارات حياتية.	15%	25%	60%	0.8	3.9
أجد النشرات الإخبارية التلفزيونية أكثر موثوقية من الإنترنت.	20%	30%	50%	1.0	3.6
أقوم بمشاركة الأخبار التي أشاهدها مع الآخرين.	20%	40%	40%	1.1	3.2
أشعر بالراحة عند متابعة الأخبار عبر التلفاز مقارنة بالهاتف الذكي.	10%	15%	75%	0.7	4.3
أعتبر النشرات الإخبارية التلفزيونية وسيلة تثقيفية مهمة.	10%	20%	70%	0.7	4.2
أتابع النشرات الإخبارية بسبب اهتمامي بالأحداث العالمية.	10%	25%	65%	٠.٨	٤.٢

من خلال تحليل بيانات الجدول، يمكننا استخلاص عدة ملاحظات مهمة حول سلوك الجمهور تجاه متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية. أولاً، يظهر أن ٦٥٪ من المشاركين يتابعون النشرات الإخبارية بشكل يومي، مما يعكس وجود عادة ثابتة لدى غالبية الجمهور في متابعة الأخبار بشكل منتظم. هذا يشير إلى أهمية النشرات الإخبارية كجزء أساسي من الروتين اليومي للكثير من الأفراد. ثانياً، أفادت نسبة كبيرة (٧٠٪) بأنهم يختارون القنوات بناءً على جودة المحتوى، مما يدل على أن الجمهور يولي اهتماماً كبيراً بالجوانب النوعية مثل الدقة والمصداقية والتنوع في تقديم المعلومات. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت البيانات أن ٨٠٪ من المشاركين يستخدمون التلفاز كوسيلة رئيسية لمتابعة الأخبار، مما يبرز مكانة التلفاز كمنصة أساسية للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى مثل الإنترنت أو الهواتف الذكية. كما أن ٧٥٪ يعتبرون النشرات الإخبارية وسيلة تثقيفية مهمة، مما يعكس دورها في تعزيز الوعي العام وزيادة المعرفة لدى المشاهدين. ومع ذلك، هناك بعض الاختلافات في الردود، حيث أفاد ٤٠٪ فقط بأنهم يقومون بمشاركة الأخبار مع الآخرين، مما قد يشير إلى أن مشاركة المحتوى ليست أولوية كبيرة بالنسبة للجمهور. معظم المتوسطات تتراوح بين ٣.٨ و ٤.٥، مما يشير إلى أن الجمهور لديه مستوى عالٍ من الموافقة على معظم الأسئلة. وأعلى المتوسطات كانت لسؤال "أستخدم التلفاز كوسيلة رئيسية لمتابعة الأخبار" (متوسط = ٤.٥)، مما يعكس أهمية التلفاز كمنصة أساسية. أقل المتوسطات كانت لسؤال "أقوم بمشاركة الأخبار التي

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٨) الجزء (١) تموز لعام ٢٠٢٥

أشاهدها مع الآخرين" (متوسط = ٣.٢)، مما يشير إلى أن مشاركة الأخبار ليست أولوية كبيرة. والانحرافات القياسية تتراوح بين ٠.٦ و ١.١، مما يدل على أن هناك توافقاً نسبياً بين ردود الأفراد، خاصة في الأسئلة ذات المتوسطات العالية. تشير هذه النتائج إلى أن الجمهور يعتمد بشكل كبير على النشرات الإخبارية التلفزيونية كمصدر رئيسي للمعلومات، مع التركيز على الجودة والمصداقية. لذلك، يجب على القنوات الإخبارية التركيز على تحسين جودة المحتوى لتلبية توقعات الجمهور وتعزيز ولائهم. كما أن هناك فرصة لإشراك الجمهور بشكل أكبر من خلال تشجيعهم على مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

القسم ٣: آراء حول التقارير الميدانية

ما هو تأثير التقارير الميدانية على زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية؟ جدول (٣): آراء الجمهور حول التقارير الميدانية في النشرات الإخبارية التلفزيونية

السؤال	غير موافق	محايد	موافق	الانحراف القياسي	المتوسط
التقارير الميدانية تزيد من اهتمامي بمتابعة الأخبار.	10%	30%	60%	0.8	4.1
وجود مراسلين ميدانيين يعزز من مصداقيتي للأخبار.	10%	20%	70%	0.7	4.3
التغطية المباشرة للأحداث تعطي صورة أوضح عن الواقع.	5%	15%	80%	0.6	4.5
أجد التقارير الميدانية أكثر إثارة من التقارير التقليدية.	10%	25%	65%	0.8	4.2
جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية مهمة بالنسبة لي.	5%	10%	85%	0.5	4.6
التقارير الميدانية تساعدني على فهم الأحداث بشكل أفضل.	5%	20%	75%	0.7	4.4
أعتبر التقارير الميدانية جزءاً أساسياً من النشرات الإخبارية.	5%	25%	70%	0.7	4.3
التقارير الميدانية تجعلني أتابع القناة التي تعرضها بشكل أكبر.	10%	30%	60%	0.8	4.1
أشعر بأن التقارير الميدانية تقدم معلومات غير متاحة في المصادر الأخرى.	10%	25%	65%	0.8	4.2
التقارير الميدانية تجعل النشرات الإخبارية أكثر جاذبية.	5%	20%	75%	٠.٨	٤.٥

تحليل بيانات الجدول الثاني يكشف عن أهمية التقارير الميدانية في زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية. أولاً، أفادت نسبة ٦٠٪ من المشاركين بأن التقارير الميدانية تزيد من اهتمامهم بمتابعة الأخبار، مما يعكس تأثيرها الكبير على جذب المزيد من المشاهدين. ثانياً، أظهرت النتائج أن ٧٠٪ من الجمهور يعتبرون وجود مراسلين ميدانيين يعزز من مصداقيتهم للأخبار، مما يؤكد أن الجمهور يفضل المصادر المباشرة التي توفر صورة حقيقية عن الأحداث. علاوة على ذلك، أظهرت البيانات أن ٨٠٪ من المشاركين يرون أن التغطية المباشرة للأحداث تعطي صورة أوضح عن الواقع، مما يعكس أهمية البعد البصري والتقني في نقل الحدث. كما أن جودة الصورة والصوت كانت لها تأثير كبير على تجربة المشاهدة، حيث أفاد ٨٥٪ بأنها عاملاً مهماً بالنسبة لهم. هذا يشير إلى أن الاستثمار في التقنيات الحديثة لتحسين جودة الإنتاج الفني يمكن أن يكون له دور محوري في جذب المزيد من الجمهور. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن ٧٥٪ من المشاركين يعتقدون أن التقارير الميدانية تساعد على فهم الأحداث بشكل أفضل، مما يعكس قدرتها على تقديم تفاصيل دقيقة ومباشرة. وأخيراً، أفاد ٧٥٪ أيضاً بأن التقارير الميدانية تجعل النشرات الإخبارية أكثر جاذبية، مما يشير إلى أنها تلعب دوراً هاماً في تعزيز التجربة الإعلامية العامة. معظم المتوسطات تتراوح بين ٤.١ و ٤.٦، مما يشير إلى أن الجمهور يوافق بشدة على أهمية التقارير الميدانية. وأعلى المتوسطات كانت لسؤال "جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية مهمة بالنسبة لي" (متوسط = ٤.٦)، مما يعكس أهمية الجوانب التقنية. وأقل المتوسطات كانت لسؤال "وجود مراسلين ميدانيين يعزز من مصداقيتي للأخبار" (متوسط = ٤.٣)، رغم أنه لا يزال مرتفعاً. الانحرافات القياسية تتراوح بين ٠.٥ و ٠.٨، مما يدل على توافق كبير بين ردود الأفراد حول أهمية التقارير الميدانية. تشير هذه النتائج إلى أن التقارير الميدانية تعتبر عنصراً أساسياً في زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية، وذلك بسبب قدرتها على تقديم صورة مباشرة ومفصلة عن الأحداث. لذلك، يجب على القنوات الإخبارية التركيز على تحسين جودة التقارير الميدانية من حيث المحتوى والإنتاج الفني لضمان تحقيق تفاعل أكبر مع الجمهور. كما أن استخدام تقنيات حديثة مثل

البث المباشر والواقع الافتراضي يمكن أن يعزز من تجربة المشاهدة ويؤدي إلى زيادة معدلات المشاهدة. اختبار الفرضية الأولى: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية بناءً على وجود التقارير الميدانية. جدول (٤): إثبات الفرضية باستخدام اختبار T و ANOVA

الاختبار	المتغير التابع	المتغير المستقل	مستوى الدلالة (p-value)	قيمة الاختبار	النتيجة
اختبار T	مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار	وجود التقارير الميدانية (نعم/لا)	$p < 0.05$	$t = 4.23$	الرفض
اختبار ANOVA	مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار	نوع القناة (محلية/دولية)	$p < 0.05$	$F = 7.89$	الرفض

اختبار T: أظهر اختبار T أن هناك فرقاً ذا دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التي تحتوي على تقارير ميدانية ($t = 4.23$, $p < 0.05$). وبالتالي، نرفض الفرضية الصفرية. اختبار ANOVA: أظهر اختبار ANOVA أن هناك فرقاً ذا دلالة إحصائية في مستوى الاهتمام بناءً على نوع القناة ($F = 7.89$, $p < 0.05$). هذا يعني أن الجمهور يميل إلى متابعة القنوات الدولية أكثر بسبب جودة التقارير الميدانية. الفرضية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية. جدول (٥): إثبات الفرضية باستخدام اختبار بيرسون:

الاختبار	المتغير الثاني	المتغير الأول	مستوى الدلالة (p-value)	معامل الارتباط (r)	النتيجة
اختبار بيرسون	مستوى الاهتمام بمتابعة الأخبار	جودة الصورة والصوت	$p < 0.01$	$r = 0.78$	الرفض

اختبار بيرسون: أظهر اختبار بيرسون وجود علاقة قوية وموجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية ($r = 0.78$, $p < 0.01$). هذا يعني أن تحسين الجودة التقنية للتغطية الميدانية يؤدي إلى زيادة معدلات المشاهدة. وبالتالي، نرفض الفرضية الصفرية. بالنسبة للفرضية الأولى، تم رفضها بناءً على نتائج اختبار T و ANOVA، مما يدل على أن وجود التقارير الميدانية يؤثر بشكل كبير على زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية. وبالنسبة للفرضية الثانية، تم رفضها أيضاً بناءً على نتائج اختبار بيرسون، مما يشير إلى وجود علاقة قوية بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة معدلات المشاهدة. تظهر بيانات العينة أن الفئة العمرية بين ٢٦-٤٠ سنة تمثل الغالبية (٤٥٪)، مما يشير إلى أن هذه الفئة تعتبر الأكثر اهتماماً بمتابعة الأخبار التلفزيونية. هذا النمط يتماشى مع دراسة العقبي وبنار (٢٠١٧)، التي أشارت إلى أن الأفراد في هذه الفئة العمرية غالباً ما يكون لديهم اهتمام أكبر بالقضايا الاجتماعية والسياسية. كما أن الذكور يشكلون الغالبية بين المشاركين بنسبة ٥٥٪ مقارنة بالإناث (٤٥٪)، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة أبو جبر والعلوك (٢٠٢٠)، التي أكدت أن الرجال قد يكونون أكثر انخراطاً في متابعة الأخبار المتعلقة بالسياسة والأحداث العالمية. على مستوى التعليم، أظهرت النتائج أن ٩٠٪ من العينة لديهم تعليم ثانوي وما فوق، مما يعكس أهمية التعليم في تعزيز الوعي بالمحتوى الإعلامي. هذا يتوافق مع دراسة صيهود (٢٠٢٤)، التي أكدت أن الأفراد ذوي التعليم العالي هم الأكثر قدرة على تحليل وفهم المحتوى الإخباري المعقد. وبالتالي، فإن القنوات الإخبارية التي تستهدف هذه الفئة يجب أن تركز على تقديم محتوى عالي الجودة ومتنوع لتلبية توقعاتهم. أفادت نسبة كبيرة من المشاركين (٦٥٪) بأنهم يتابعون النشرات الإخبارية بشكل يومي، مما يعكس وجود عادة ثابتة لدى غالبية الجمهور في متابعة الأخبار بشكل منتظم. هذا النمط يتفق مع دراسة حسن (٢٠٢٠)، التي أشارت إلى أن النشرات الإخبارية اليومية تُعتبر مصدراً أساسياً للمعلومات بالنسبة للعديد من الأفراد. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن ٧٠٪ من المشاركين يختارون القنوات بناءً على جودة المحتوى، وهو ما يؤكد أهمية الدقة والمصداقية في جذب المشاهدين، كما ذكرت دراسة المرسي وآخرون (١٩٨٦). (أكدت النتائج أن ٨٠٪ من المشاركين يستخدمون التلفاز كوسيلة رئيسية لمتابعة الأخبار، مما يبرز مكانة التلفاز كمنصة أساسية للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى مثل الإنترنت أو الهواتف الذكية. هذا يتوافق مع دراسة شطاح (٢٠٠٦)، التي أشارت إلى أن التلفاز لا يزال الوسيلة الأكثر شيوعاً لنقل الأخبار بسبب قدرته على تقديم محتوى بصري وسمعي متكامل. ومع ذلك، فإن هناك فرصة لإشراك الجمهور بشكل أكبر من خلال دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع المحتوى التلفزيوني. أظهرت النتائج أن

التقارير الميدانية تلعب دورًا كبيرًا في زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية، حيث أفادت نسبة ٦٠٪ بأنها تزيد من اهتمامهم. هذا النمط يتماشى مع دراسة العياري (٢٠٠٩)، التي أكدت أن التقارير الميدانية توفر صورة مباشرة عن الأحداث وتزيد من مصداقية القناة. كما أن وجود مراسلين ميدانيين يعزز من مصداقية الأخبار بالنسبة لـ ٧٠٪ من الجمهور، وهو ما يدعم فكرة أن الجمهور يفضل المصادر المباشرة التي تقدم رؤية حقيقية للأحداث. البند السادس: أهمية البعد البصري والتقني في التغطية الميدانية أظهرت البيانات أن ٨٠٪ من المشاركين يرون أن التغطية المباشرة للأحداث تعطي صورة أوضح عن الواقع، مما يعكس أهمية البعد البصري والتقني في نقل الحدث. هذا النمط يتفق مع دراسة الفاتح وبطاهر (٢٠٢٠)، التي أكدت أن جودة الصورة والصوت هي عوامل حاسمة في تحسين تجربة المشاهدة. كما أن ٨٥٪ من المشاركين أفادوا بأن جودة الصورة والصوت مهمة بالنسبة لهم، مما يشير إلى أن الاستثمار في التقنيات الحديثة يمكن أن يعزز من جاذبية النشرات الإخبارية. أظهرت النتائج أن ٧٥٪ من المشاركين يعتقدون أن التقارير الميدانية تساعد على فهم الأحداث بشكل أفضل، مما يعكس قدرتها على تقديم تفاصيل دقيقة ومباشرة. هذا النمط يتماشى مع دراسة الجازيري والشالوحي (٢٠١٧)، التي أكدت أن التقارير الميدانية تساهم في تعزيز فهم الجمهور للقضايا المحلية والعالمية. وبالتالي، يجب على القنوات الإخبارية التركيز على تحسين جودة التقارير الميدانية لتلبية توقعات الجمهور. أظهر اختبار بيرسون وجود علاقة قوية وموجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية ($r = 0.78$ ، $p < 0.01$). هذا النمط يدعم نتائج دراسة الزباني (٢٠١٣)، التي أكدت أن جودة الإنتاج الفني للتقارير الميدانية لها تأثير مباشر على زيادة معدلات المشاهدة. وبالتالي، يجب على القنوات الإخبارية الاستثمار في تقنيات حديثة لتحسين جودة التقارير الميدانية. أظهر اختبار ANOVA أن هناك فرقًا ذا دلالة إحصائية في مستوى الاهتمام بناءً على نوع القناة ($F = 7.89$ ، $p < 0.05$). هذا يعني أن الجمهور يميل إلى متابعة القنوات الدولية أكثر بسبب جودة التقارير الميدانية. هذا النمط يتماشى مع دراسة حسن (٢٠٢٠)، التي أكدت أن القنوات الدولية تتمتع بمزايا تنافسية في تقديم تقارير ميدانية عالية الجودة ومتعددة الزوايا.

الخلاصة:

تشير النتائج إلى أن التقارير التلفزيونية الميدانية تلعب دورًا محوريًا في زيادة اهتمام الجمهور بمتابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية، خاصة إذا كانت ذات جودة عالية من حيث المحتوى والإنتاج الفني. كما أن هناك علاقة قوية وموجبة بين جودة الصورة والصوت في التقارير الميدانية وزيادة معدلات المشاهدة. لذلك، يجب على القنوات الإخبارية التركيز على تحسين هذه الجوانب لضمان تحقيق تفاعل أكبر مع الجمهور وزيادة ولائهم للمحتوى المقدم.

التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- يجب على القنوات الإخبارية الاستثمار في تحسين الجودة الفنية والمهنية للتقارير الميدانية لزيادة جاذبيتها. هذا يتضمن تدريب المراسلين على التقنيات الحديثة واستخدام معدات عالية الجودة.
- يمكن تعزيز تجربة المشاهدة من خلال استخدام تقنيات مثل البث المباشر، الواقع الافتراضي، والجرافيكس، مما يساهم في تقديم تغطية أكثر حيوية وإثارة.
- يجب التركيز على تقديم معلومات دقيقة وموضوعية لبناء الثقة مع الجمهور. يمكن تحقيق ذلك من خلال التحقق من المصادر وتقديم تحليل متعمق للأحداث.
- العمل على إشراك الجمهور بشكل أكبر عبر وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تفاعلهم مع المحتوى. يمكن تحقيق ذلك من خلال إطلاق حملات تفاعلية أو تشجيع المشاهدين على مشاركة الأخبار.
- تقديم محتوى متنوع يلبي احتياجات جميع الفئات العمرية والاجتماعية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تغطية قضايا محلية وعالمية بطريقة شاملة وجذابة.
- استخدام الإعلانات والحملات الترويجية لتسليط الضوء على جودة التقارير الميدانية والخدمات التي تقدمها القناة.

المراجع:

- العقبى، الأزهر، و نبار، ربيعة. (٢٠١٧). دور البرامج التلفزيونية في التوعية بمخاطر الجريمة: دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ٢٢، ٥٣ - ٦٨.

- أبو جبر، عمرو، و العلكوك، حنان. (٢٠٢٠). التقارير الاستقصائية في التلفزيون ودورها في تشكيل معارف الجمهور الفلسطيني: دراسة ميدانية على الجمهور في قطاع غزة. مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ع ١٠، ٩٦ - ١١٥.
- عدوان، نواف. (١٩٩٢). واقع وآفاق النشرات الاخبارية الاذاعية والتلفزيونية. مجلة الاذاعات العربية، ع ٢، ٣، ٤٣ - ٤٩.
- الجريجيري، روي، و الشالوحي، كارلا. (٢٠١٧). الحراك المدني في نشرات الأخبار التلفزيونية: إشكالية التغيير في ظل المنظومة الطائفية. أعمال مؤتمر: الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، بيروت: كلية الإعلام - الجامعة اللبنانية ومركز دراسات الوحدة العربية، ٢٢٧ - ٢٤٩.
- العياري، المنصف. (٢٠٠٩). الأعمال الصحفية الميدانية في النشرات الإخبارية التلفزيونية العربية. ع ٤، ٦٥ - ٦٩.
- صيهود، أنمار غافل. (٢٠٢٤). دور النشرات الإخبارية التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، مج ١٦، ع ٣، ٥٤٤ - ٥٦٣.
- المرسي، محمد محمود محمد، رشتي، جيهان أحمد، الحلواني، ماجي، المكاوي، سعد لبيب، و الشال، إنشراح. (١٩٨٦). تقييم الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية: دراسة تحليلية لعينة من نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية المعروضة على القناة الأولى بالتلفزيون المصري خلال عام ١٩٨٣ م. مجلة العلوم الاجتماعية، مج ١٤، ع ٣، ٣٨٢ - ٣٨٥.
- حسن، محسد فخري. (٢٠٢٠). التقرير التلفزيوني وإشكاليات اعتماد المعايير المهنية فيه: دراسة في النشرات الإخبارية المحلية. مجلة الجامعة العراقية، ع ٤٧، ج ٣، ٤٣٧ - ٤٤٩.
- حسن، محسد فخري. (٢٠٢٠). الأخبار الحزبية وعلاقتها بترتيب نشرات الأخبار: دراسة في القنوات التلفزيونية الخاصة. مجلة آداب الفراهيدي، مج ١٢، ع ٤٣، ١٥١ - ١٦٥.
- جغبوي، هناء، شحامي، عبير، و بودريالة، عبدالقادر. (٢٠٢١). التغطية الإعلامية لموضوع تعديل الدستور الجزائري لسنة ٢٠٢٠ في القنوات التلفزيونية الخاصة: دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي الشروق News والنهار TV (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة،
- الزباني، عبدالكريم. (٢٠١٣). النشرة الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة مسحية في الشكل والمحتوي. مجلة المكتبات والمعلومات، ع ١٠، ١٠٥ - ١٣٦.
- لمام، فتيحة. (٢٠٢٠). الصورة التلفزيونية الإخبارية بين الموضوعية والإيديولوجية: دراسة سيميولوجية لموضوع تحويل السفارة الأمريكية في إسرائيل من تل أبيب إلى القدس عبر قناتي CNN والجزيرة الإخبارية. مجلة جماليات، مج ٧، ع ١، ٢٧٢ - ٣١٣.
- الفاتح، حمدي محمد، و بطاهر، هشام. (٢٠٢٠). استخدام الجغرافيكس في إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية بقناة الجزيرة الإخبارية: دراسة في عادات وأنماط الاستخدام. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع ٤٤، ٣٥ - ٦١.
- البريج، أحمد مزهر عليوي، النجار، عبدالهادي أحمد عبدالهادي، و إسماعيل، محمود حسن. (٢٠٢١). دور مضامين الأخبار التلفزيونية للقنوات الفضائية العراقية في تعزيز تفاعلية مستهلكيها في شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، مج ٣٢، ع ٣٢، ٦٩٣ - ٧١٠.
- نبيل، هند محمد. (٢٠١٥). دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية. المجلة الاجتماعية القومية، مج ٥٢، ع ١، ١٤٧ - ١٥٥.
- القيسي، وميض قيس خضر. (٢٠٢٣). الفرق بين البث المباشر للقنوات التلفزيونية عبر الأقمار الاصطناعية وعبر الإنترنت. مجلة الدراسات المستدامة، مج ٥، ملحق، ٥٠٠ - ٥٢٣.
- طر، صابر حسن محمد. (٢٠١٨). الأدوار المهنية في نشرات أخبار القوات التلفزيونية الخليجية الرسمية: دراسة تحليلية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ٢٠، ٦٥ - ١٢٢.
- التميمي، مدين عمران محمود. (٢٠٢٣). توظيف الانفوغرافيك في نشرات الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر القائمين عليه. مجلة آداب المستنصرية، ع ١٠٢، ٥٤٥ - ٥٨٠.
- شطاح، محمد. (٢٠٠٦). الاخبار في التلفزيون: نحو اعلام استعراضي و قيم جديدة في التغطية الاخبارية. مجلة الاذاعات العربية، ع ٤، ١٤٤ - ١٥٣.