

## اتجاهات الجمهور المحلي نحو الأخبار التلفزيونية (دراسة استكشافية)

د. رائد احمد البياتي

كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط

الملخص :

إن الهدف الرئيسي لهذا البحث هو التعرف على المصدر الإخباري الرئيسي الذي يستقي منه الجمهور المحلي الأخبار التي يحتاج إليها، فضلا عن معرفة أهم المضامين التي يرغب الجمهور توافرها في النشرات الإخبارية التلفزيونية، وما هي أفضل الطرق في عرضها؟.

وتمثل مجتمع الدراسة في عينة مقصودة من طلاب وموظفي وأساتذة كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط والمنتظمين في الفصل الصيفي من العام الدراسي ٢٠١٢-٢٠١٣ والبالغ عددهم ١٢١ : ٥ أساتذة ٥ موظفين و ١١١ طالب وطالبة. ولغرض التوصل إلى نتائج الدراسة فقد تم تنظيم استبانته خاصة تحتوي على مجموعة من الأسئلة بغاية الحصول على إجابات من عينة البحث. وبعد جمع الاستبيانات تم تحليلها وتفسير النتائج على ضوء إجابات عينة البحث.

### Abstract

The main objective of this study is to identify the principle news source from which the local public derives the news they need, in addition to knowing the most important implications that the public would like to have in T.V news bulletins, and what are the best means of diffusing them.

The study group is represented in an intended group of students, staff members, and professors at the Faculty of Information of the Middle East University, and those registered in the summer courses of 2012-2013. Their total number is 121 persons: 5 professors, 5 staff members, and 111 male and female students. In order to reach the conclusions of the study, a special questionnaire was organized which contains a number of questions aiming at getting answers from the study sample. Later, the data were collected, analyzed, and the results were interpreted in light of the sample's answers.

### تمهيد:

به، وبذلك يساهم التلفاز عبر تقديم هذه الخدمة (تقديم الأخبار) بتأدية إحدى الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام وهي الوظيفة الإخبارية، فضلا عن دور الأخبار في صناعة رأي عام محلي قوي.

وترتبط الأخبار (ومنها الأخبار التلفزيونية) بقيم خبرية مهمة كالجددة والحداثة والأهمية والتأثير المرتبط بمصالح الجمهور والقرب المكاني وغيرها، إلا أن قيمة معينة كالحداثة والتأثير فضلا عن القرب المكاني لها الأولوية من بين بقية القيم الأخرى وذلك لارتباطها المباشر بمصالح الجمهور واهتماماته وحاجاته. فالجمهور يهتم عادة بالأخبار المحلية لتأثيره بمحتواها حتى إن كان التأثير مؤجلا، وربما يعتمد الجمهور عليها في ترتيب بعض جوانب حياته، كما انه يهتم بالأخبار التي تقع بالقرب منه وذلك لإمكانية تأثره بنتائج هذه الأخبار.

وبالإضافة إلى ما تقدم فإن الأخبار التي تقدمها المحطة تساهم في بناء شخصية المحطة ويعكس التوجه السياسي لها، فطريقة تحرير الأخبار وتقديمها تعكس السياسة الإخبارية للمحطة News Policy، وبهذا يستطيع المشاهد أن يتلمس النهج الذي تنتهجه المحطة

من المعروف أن هناك مصادر متعددة يستقي الجمهور منها الأخبار، وتعد القنوات التلفزيونية من أهم هذه المصادر. وتمتاز الأخبار التي تعرض من على محطات التلفزيون بتأثيرها القوي والمباشر على الجمهور بسبب اعتمادها على الخصائص التي تميز التلفزيون عن غيره من الوسائل التقليدية من نواحي الفورية والحداثة والجددة والدقة واعتمادها الصورة التي تدعم مصداقية الخبر. وينبع التأثير المتزايد للأخبار التلفزيونية من اعتماد الخبر في بنائه وتركيبه على عناصر متعددة كالحركة في الصورة، وكذلك من التأثيرات المتأتمية من استخدام المؤثرات المختلفة في صياغة الأخبار وتحريرها كالألوان وحركة الكاميرا وزوايا التقاط الصورة وغيرها من العناصر.

وتولي إدارات المحطات التلفزيونية للأخبار والأقسام المسؤولة عن إعدادها وإنتاجها عناية كبيرة، وتختار من بين العاملين في المحطة من يكون أهلا لهذا العمل من حيث قدراته المهنية والوظيفية. فالأخبار تفسح وتوضح شخصية المحطة، كما أن الأخبار ترتبط بحاجة أساسية من حاجات الجمهور؛ ألا وهي الحاجة إلى الأخبار والمعلومات عن البيئة الخارجية التي تحيط

٢. معرفة الطريقة التي يفهم بها الجمهور مصطلح الأخبار، وكيفية تقييمه للبرامج ذات الطابع الإخباري التي تقوم محطات التلفزيونية بعرضها على الجمهور؟
٣. التعرف على أهم المضامين الإخبارية التي يرغب الجمهور توفرها في نشرات الأخبار التلفزيونية التي تقدم إليه.
٤. هل يفضل الجمهور تلك الأخبار التي يقرؤها المذيع، أم يفضل قراءتها بنفسه على شكل نصوص مرئية بدون وجود المذيع؟
٥. هل توجد اختلافات بين نشرات الأخبار التلفزيونية التي تقدمها المحطات التلفزيونية؟ وهل الاختلاف يعود في الأحداث التي تغطيها الأخبار أم في المذيعين الذين يقدمون الأخبار؟
٦. ما الذي يدفع الجمهور لمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية؟
٧. التوصل لمعرفة تأثير التقنيات الحديثة وظهور وسائل غير تقليدية في اختيار الوسيلة المناسبة للجمهور في حصوله على المعلومات.
٨. هل يستخدم الجمهور وسائل غير تقليدية للحصول على الأخبار؟ ولمن يعطي الأفضلية من بين هذه الوسائل؟

### تساؤلات البحث:

#### يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما المصادر الأساسية للحصول على الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟ وما الوسيلة الأفضل ليحصل منها هذا الجمهور على الأخبار التي تهتم؟
٢. كيف يفهم الجمهور مصطلح الأخبار؟ وما هو تقييمه للبرامج ذات الطابع الإخباري التي تقوم المحطات التلفزيونية بعرضها على الجمهور؟
٣. ما هي أهم المضامين التي يجب تتضمنها نشرة الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟
٤. أيهما أفضل من وجهة نظر الجمهور: الأخبار المقروءة بواسطة مذيع؟ أم الأخبار المكتوبة على شكل نصوص وبدون مذيع؟
٥. هل هناك اختلاف بين نشرات الأخبار التلفزيونية التي تقدمها المحطات التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور؟ وإذا كان هناك اختلاف فهل الاختلاف في الأحداث أم في الذين يذيعون الأخبار؟
٦. ما السبب الرئيس الذي يدفع الجمهور لمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية؟
٧. هل للتقنيات الحديثة وظهور وسائل إعلام غير تقليدية تأثيراً في اختيار الوسيلة التي يحصل منها الجمهور على الأخبار التي يحتاج إليها؟
٨. هل يستخدم الجمهور التقنيات الحديثة والوسائل غير التقليدية في الحصول على الأخبار؟ ولأي وسيلة منها يعطي الأولوية؟

في تقديم الأخبار ويبني على هذا النهج فهمه لسياسة المحطة وتوجهاتها.

ويهدف هذا البحث إلى التوصل إلى وجهة نظر الجمهور تجاه الأخبار التي تعرضها المحطات التلفزيونية من خلال التعرف على الطريقة التي يرغب فيها الجمهور المحلي بعرض الأخبار؟ وما هي المضامين الإخبارية التي يفضل هذا الجمهور عرضها في نشرات الأخبار؟ وما هو الشكل الأفضل لتقديم النشرات الإخبارية التلفزيونية.

ولغرض التوصل إلى نتائج هذا البحث، فقد استطلع الباحث آراء العينة المشمولة بالدراسة من خلال استمارة استبيان خاصة تم بنائها لهذا الغرض. وشمل مجتمع البحث أساتذة وموظفي وطلبة كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط والمنظمين في الفصل الصيفي من العام الدراسي ٢٠١٢/٢٠١٣، والبالغ عددهم ١٢١، ( ٥ أساتذة، ٥ موظفين، ٨٥ طالب في مرحلة البكالوريوس، و ٢٦ طالب في مرحلة الماجستير).

### مشكلة البحث:

تعد الأخبار التلفزيونية من المصادر الرئيسة والمهمة للجمهور في الحصول على الأخبار، ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول المحاور الرئيسية التالية: هل يفضل الجمهور أشكالاً وقوالب إخبارية معينة لتقديم الأخبار التلفزيونية، وهل هناك مضامين إخبارية معينة يفضل الجمهور التركيز عليها وعرضها في نشرات الأخبار؟

### أهمية البحث:

يسلط هذا البحث الضوء على جانب مهم من عملية التأثير التلفزيوني في الجمهور، هذا التأثير الذي يتحقق نتيجة لعوامل متعددة يأتي في مقدمتها تعرض الجمهور للمحتوى الإخباري الذي تعرضه محطات التلفزيون المحلية. ومن المعروف بأن الأخبار والبرامج الإخبارية تؤدي دوراً مهماً في صناعة الرأي العام المحلي كما أن الأخبار تسد حاجة الجمهور ومتطلباته في الحصول على المعلومات. وأهمية هذا البحث تنبع من كشفه عن الطريقة التي يرغب فيها الجمهور بتلقي الأخبار التلفزيونية، وتحديد أهم المضامين الإخبارية التي يجب التركيز عليها لتلبي حاجة الجمهور وتنشعب اهتماماته؟

### أهداف البحث:

١. معرفة المصادر الأساسية التي يتلقى الجمهور الأخبار منها. وهل هناك وسيلة محددة يفضلها الجمهور على غيرها للحصول على الأخبار؛ فيما لو كان باستطاعته الحصول على نفس الأخبار وفي الوقت الذي يناسبه؟

الموضوعات التي لا يتم طرحها في وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف أيضاً - صانعي القرار السياسي .

وتختلف غايات الاهتمام بدراسات وضع الأجندة وترتيب الأولويات، فبينما تهتم بها المجتمعات الديمقراطية كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كل المستويات، فإن اهتمام الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة تدفعه الرغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يرد له التفكير فيها .

وتعد نظرية ترتيب الأولويات الأقرب في التعبير عن البحث الذي قمنا به، فهي تتعلق بالطرف الاتصالي الأول (القائم بالاتصال) في العملية الإخبارية وهم المحررون والمسئولون عن الأخبار والبرامج الإخبارية في المحطات التلفزيونية. فهؤلاء هم من سيختار المضمون ويحدد الشكل أو القالب الذي سيعرض به المضمون إلى الجمهور عبر الوسيلة (التلفزيون في هذا البحث).

## ٢- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترتبط دراسة اتجاهات الجمهور المحلي نحو الأخبار التلفزيونية بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فالجمهور باعتباره الطرف المستقبل في العملية الاتصالية؛ يعتمد على التلفزيون وغيره من وسائل الإعلام لتحقيق أهداف واحتياجات معينة.

وتشتمل النظرية على ثلاثة أنماط من التأثيرات: التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي. وتأثيرات الاتصال الجماهيرية في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام .

وتقوم فكرة هذه النظرية التي ظهر مفهومها في السبعينيات من القرن الماضي على يد "ملفين.ل.ديفلير Sandra Ball Defleur" و "ساندرا بول روكيش - Sandra Ball Rokeach" - والتي جاءت لتكمل الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباع التي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام- على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر، وكذلك أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأطير المجتمع الذي يعيش داخله .

## حدود الدراسة:

**الحدود المكانية:** كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط. عمان. الأردن.

**الحدود الزمانية:** شهر تموز يوليو من عام ٢٠١٣ .

**المجال التطبيقي:** الطلبة المسجلين في الفصل الصيفي

٢٠١٣/٢٠١٢ والبالغ عددهم ١١١ طالباً (٨٥ بكالوريوس و ٢٦ ماجستير)، بالإضافة إلى وموظفي وأساتذة كلية الإعلام المنتظمين بالدوام في الفصل الصيفي والبالغ عددهم ١٠ (٥ أساتذة و ٥ موظفين)، وبذلك أصبح مجتمع البحث مكوناً من (١٢١) فرداً.

## أولاً: الإطار النظري للدراسة:

اعتمد هذا البحث على نظرية حارس البوابة Gate keeper Theory ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependence Theory لقربيهما من موضوع هذا البحث الذي يهتم بالأخبار التي تقدم من على شاشات التلفزيون إلى الجمهور المشاهد. وهذا يعني بان هناك طرفان في هذه العملية، أولهما: المحررون الذين يختارون الأخبار ويقومون بصياغتها وفق فلسفة وسياسة المحطة التي يعملون فيها News Policy فضلاً عن دوافع ذاتية ومهنية أخرى تتدخل في اختيار وصياغة الأخبار وتحريرها والطريقة التي تعرض بها، والطرف الثاني: الجمهور الذي يعتمد على الأخبار في إشباع حاجاته ورغباته ومتطلباته.

## ١- نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) Agenda Setting Theory:

بالرغم من أن البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين MC Combs and D. Shaw لفضلهما في ابتكار التسمية، وتنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة وطرح رؤى تراعى المساواة في النوع الذي يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا. بمعنى أنه إذا ركزت وسائل الإعلام على قضية معينة وأبرزتها فإن هذه القضية تكتسب نفس الأهمية لدى الجمهور .

وحسب هذه النظرية فإن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الأحداث والموضوعات التي تجري في المجتمع، لذا يختار القائم على الاتصال بعضاً منها ويتم التركيز عليها بشدة والتحكم بطبيعتها ومحتواها، وهي موضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً تلك

## ثانياً: أهمية الأخبار والبرامج الإخبارية التلفزيونية:

كما هو معروف فإن المؤسسات الإعلامية المتخصصة بصناعة الأخبار في صناعة وتكوين الرأي العام، ويأتي التلفزيون في مقدمة المؤسسات المؤثرة على الجمهور انطلاقاً من خصائصه المتميزة وقربه من الجمهور. وتتبع البرامج الإخبارية في التلفزيون رغبات وحاجات واهتمامات الجمهور، فالإنسان مجبول على الفضول ومعرفة ما يدور حوله من أحداث وأمور وقضايا. وتعتبر الأخبار إحدى الوظائف الأساسية للإعلام في الوقت الحالي، وهي الطريق المناسب في متابعة الأحداث والقضايا وتطوراتها؛ حيث يمثل الخبر عنصراً أساسياً في العملية الإعلامية والاتصالية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون وشبكات البث الفضائي .

وشهدت صناعة الأخبار وتحريرها وأساليب إعدادها وإخراجها تطوراً كبيراً في العقد الأخير من القرن العشرين نتيجة للتطورات التكنولوجية التي دخلت مجال الاتصال، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الحيادية والموضوعية. لذلك فقد أولى الباحثون، هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاماً مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرهم إليها كعلم وفن وصناعة .

ومع زيادة التطور التقني الهائل في وسائل نقل الأخبار عبر الفضائيات وشبكة الانترنت والصحف الإلكترونية وغيرها وترافقها مع تطور الأحداث العالمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية ازدادت الحاجة إلى مهنية نقل الأخبار من كل مكان في العالم لما لها من تأثير في كل مكان في العالم .

ولم يعد الخبر في التلفزيون هو الذي يعطي وصفاً اعتيادياً لحدث معين يحظى بالاهتمام، بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها وأساليب عرضها، وهذه الصناعة الصحفية تتفاعل معها عدة عوامل تسهم في تطور وسائل نقلها إلى المستقبلين، وبالتالي تكوين الرأي العام تجاه أية قضية معينة. وقد دخلت عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية، الأمر الذي انعكس على العملية الإخبارية التي تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية، تركت آثارها واضحة في نتائج العملية الإخبارية.

أن الخبر التلفزيوني هو الأساس في نشرات أخبار التلفزيون وعنصرها الأول، ويعرف الخبر التلفزيوني بأنه خبر مسجل أو حي ينشأ في موقع الحدث، ويتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه، ويتكون من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو

الأخرى مرتبطة بعضها ببعض. ويعتمد الخبر التلفزيوني على الصورة المتحركة والصوت، ويقدم أحداثاً وحقائق تهم الناس. ذلك أنه يتعامل مع أكثر من حاسة، مما يزيد من مقدرته على الجذب والوصول والتأثير في الجمهور المتلقي .

أن الأخبار اليومية الأساسية تعد ذات فائدة للأفراد، وهي ذات قيمة لهم، كما أن الأخبار في البرامج تمثل لبعض الأشخاص شريان الحياة لديهم، وتعتبر البرامج الإخبارية بمختلف أنواعها، وظيفة أساسية من وظائف وسائل الإعلام الجماهيري، بل ربما كانت هي الوظيفة الأكثر أهمية نظراً لأن الوظائف الأخرى يمكن أن تتحقق من خلال أساليب عديدة في الاتصال الإنساني . وتعد النشرات الإخبارية ركناً أساسياً من أركان الإعلام وأداة بارزة تمكن الجماهير من التواصل مع الأحداث المحلية والعالمية، كما إنها تعتبر واحدة من الوسائل الأساسية التي تتيح تكوين الانطباعات وتسهم في تشكيل الاتجاهات، إضافة إلى دورها في إحداث التأثير في العلاقات الدولية .

وتعتبر النشرات الإخبارية في التلفزيون من أهم الأدوات التي تعول عليها المحطات التلفزيونية في تغطية أحداث العالم وتطوراتها، كما تعد مصدراً رئيساً للجمهور المتلقي يطلع من خلالها على تفاصيل ما يجري سواء في وطنه أم في أنحاء العالم المختلفة. وحقيقة الأمر وفي أجواء المنافسة المحمومة بين العدد الكبير من المحطات التلفزيونية على كسب ميول الجمهور، نجد بأن الأخبار نفسها باعتبارها المادة الأساسية لنشرات الأخبار؛ تعرضت إلى الكثير من الملاحظات والنقد والانتقادات أيضاً من عدة أطراف حول ابتعاد المحطات التلفزيونية عن المهنية والحيادية في نقل الأخبار .

## ثالثاً: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات):

### منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي " (Descriptive & Analytical Method) الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفية بوصفها وتوضيح خصائصها، وكمياً بإعطائها وصفاً رقمياً من خلال أرقام وجدول توضيح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى" ، وذلك لملائمته لطبيعة هذا البحث. وتم استخدام الاستبانة أداة للدراسة وجمع البيانات كوسيلة لجمع البيانات من مجتمع البحث.

### مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من جميع طلبة وموظفي وأساتذة كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل الدراسي
٨٧,٥%	٤٩	توجيهي
٥,٣٥%	٣	دبلوم
١,٧٨%	١	ماجستير
٥,٣٥٧%	٣	دكتوراه
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣) أعلاه أن المرتبة الأولى احتلتها نسبة الأشخاص الحاصلين على شهادة الثانوية العامة (التوجيهي) إذا بلغت النسبة (٨٧,٥%) من حجم العينة، أما بالنسبة لحملة الدبلوم فبلغت النسبة (٥,٣٥%) لتحتل المرتبة الثانية وتساوت معها في المرتبة فئة حملة شهادة الدكتوراه البالغ نسبتها (٥,٣٥٧%) من حجم العينة، وجاء في المرتبة الثالثة الحاصلين على درجة الماجستير، إذ بلغت نسبتهم (١,٧٨%).

### أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث نوعين من البيانات:  
**(أ) البيانات الأولية:** تم جمع البيانات الضرورية المتعلقة بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة من خلال استنباهه مكونة من جزأين. اشتمل الجزء الأول على بيانات تتعلق بالمعلومات العامة. أما الجزء الثاني فيتعلق بموضوع الدراسة، وقد روعي عند تصميم الاستبانة وضوح الأسئلة وتسلسلها وعدم وجود صعوبات أثناء التعبئة، وتم اعتماد الاستمارة كأداة صالحة للدراسة.  
**(ب) البيانات الثانوية:** تم جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة (الإطار النظري) من خلال الرجوع إلى الكتب العلمية والدراسات والأبحاث السابقة وبعض الدراسات الأجنبية.

### صدق الأداة:

لضمان صدق الأداة تم عرضها على عدد من ذوي الاختصاص (المحكمين)، وتم إجراء التعديلات المناسبة لبعض الفقرات في ضوء ملاحظاتهم وتوصياتهم.

### ثبات الأداة:

لقد تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس حيث بلغت قيمة (الفا a) = ٩٥,١٤% وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المقبولة ٦٠%.

### المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences - SPSS) في إجراء التحليلات

المنتظمين في الفصل الدراسي الصيفي ٢٠١٢-٢٠١٣، والبالغ عددهم (١٢١).

### عينة الدراسة:

قام الباحث باختيار عينة عشوائية مكونة من ٦٠ فرداً من مجتمع البحث؛ لتشكل نسبة ٥٠% تقريباً من العدد الكلي لمجتمع البحث. وقد عالجت بعض فقرات الاستبانة المتغيرات المستقلة التي تخص المعلومات الشخصية للمبحوثين (الجنس، الفئة العمرية، التحصيل الدراسي). وفيما يلي عرض لعينة الدراسة وفقاً للمعلومات الشخصية:

### ١- متغير الجنس:

الجدول رقم (١): التكرارات والنسب المئوية لمتغير "الجنس"

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
٧١,٤٢%	٤٠	ذكر
٢٨,٥٧%	١٦	أنثى
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١) أعلاه أن النسبة الأعلى من مجتمع البحث هي للذكور؛ إذ بلغت نسبتهم (٧١,٤٢%)، أما النسبة الأدنى فهي للإناث إذ بلغت نسبتهم (٢٨,٥٧%).

### ٢- متغير العمر:

الجدول رقم (٢): التكرارات والنسب المئوية لمتغير "العمر"

النسبة المئوية	التكرار	العمر
٣,٥٧%	٢	٢٠ فأقل
٥٧,١٤٢%	٣٢	٢١-٢٥ سنة
١٢,٥%	٧	٢٦-٣٠ سنة
٢٦,٧٨%	١٥	٣١ سنة فأكثر
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢) أعلاه بان الفئة العمرية (٢١-٢٥ سنة) جاءت في المرتبة الأولى إذا بلغت نسبتها (٥٧,١٤٢%)، بينما احتلت الفئة العمرية (٣١ سنة فأكثر) المرتبة الثانية بنسبة (٢٦,٧٨%)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (٢٦-٣٠ سنة) بنسبة (١٢,٥%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت للفئة العمرية (٢٠ سنة فأقل) بنسبة (٣,٥٧%). ومن تحليل هذه الأرقام يتبين بان نصف عدد المبحوثين هم من الفئة العمرية تحت سن الخامسة والعشرين من العمر، وتوزع بقية الأعمار في النصف الآخر.

### ٣- متغير المؤهل الدراسي:

الجدول رقم (٣): التكرارات والنسب المئوية لمتغير "المؤهل الدراسي"

المجموع	٥٦	%١٠٠
تظهر بيانات الجدول رقم (٥) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للخيار الثالث، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للخيار الأول، إذ بلغت النسبة (٧,١٤%).		

ب- أخبار التلفاز:

الجدول رقم (٦) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (أخبار التلفاز)

أخبار التلفاز	التكرار	النسبة المئوية
خيار أول	٣٤	%٦٠,٧١
خيار ثاني	١٦	%٢٨,٥٧
خيار ثالث	٥	%٨,٩٢
خيار رابع	١	%١,٧٨
خيار خامس	-	-
المجموع	٥٦	%١٠٠

تظهر بيانات الجدول رقم (٦) أن النسبة الأعلى هي للخيار الأول، إذ بلغت النسبة (٦٠,٧١%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للخيار الرابع، إذ بلغت النسبة (١,٧٨%).

ج- أخبار المذيع:

الجدول رقم (٧) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (أخبار المذيع)

أخبار المذيع	التكرار	النسبة المئوية
خيار أول	٤	%٧,١٤
خيار ثاني	١٢	%٢١,٤٢
خيار ثالث	٢٣	%٤١,٠٧
خيار رابع	١٥	%٢٦,٧٨
خيار خامس	٢	%٣,٥٧
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

تظهر بيانات الجدول رقم (٧) أن النسبة الأعلى هي للخيار الثالث، إذ بلغت النسبة (٤١,٠٧%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للخيار الخامس، إذ بلغت النسبة (٣,٥٧%).

د- الأخبار عن طريق شبكة الانترنت:

الجدول رقم (٨) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الأخبار عن طريق شبكة الانترنت)

الأخبار عن طريق شبكة الانترنت	التكرار	النسبة المئوية
خيار أول	١١	%١٩,٦٤
خيار ثاني	٨	%١٤,٢٨
خيار ثالث	٧	%١٢,٥
خيار رابع	١٩	%٣٣,٩٢
خيار خامس	١١	%١٦,٦٤
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

والاختبارات الإحصائية ولغايات تحقيق أغراض البحث.

رابعاً: نتائج البحث:

بالنسبة للسؤال الأول- ما المصادر الأساسية للحصول على الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟ وما الوسيلة الأفضل ليحصل منها هذا الجمهور على الأخبار التي تهمة؟

١- ما هي المصادر الأساسية للحصول على الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟

الجدول رقم (٤): يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (أهم المصادر في الحصول على الأخبار)

هي أهم مصادر في الحصول على الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
من البرامج الإخبارية في المحطات التلفزيونية الأردنية (رسمية وغير رسمية)	١٩	%٣٣,٩٢
من البرامج الإخبارية في المحطات الإذاعية الأردنية (رسمية وغير رسمية)	١	%١,٧٨
صحف محلية	١٢	%٢١,٤٢
صحف عربية	-	-
صحف عالمية	٢	%٣,٥٧
يوتيوب	٣	%٥,٣٥
الانترنت	١٢	%٢١,٤٢
أخرى	٥	%٨,٩٢
لا أعلم	١	%١,٧٨
أرفض الإجابة	١	%١,٧٨
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

تظهر بيانات الجدول رقم (٤) أعلاه أن المصدر الرئيس للحصول على الأخبار هو من البرامج الإخبارية في المحطات التلفزيونية الرسمية وغير الرسمية. وقد بلغت النسبة ٣٣,٩٢% أي ما يعادل الثلث. وجاءت الصحف والانترنت كمصدر ثاني للأخبار بنسبة متساوية مقدارها ٢١,٤٢%. ومن ثم جاءت بقية المصادر في المراتب الأخرى.

٢- وما الوسيلة الأفضل ليحصل منها هذا الجمهور على الأخبار التي تهمة؟

أ- أخبار الصحف:

الجدول رقم (٥) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (أخبار الصحف)

أخبار الصحف	التكرار	النسبة المئوية
خيار أول	٤	%٧,١٤
خيار ثاني	١٣	%٢٣,٢١
خيار ثالث	١٩	%٣٣,٩٢
خيار رابع	١٣	%٢٣,٢١
خيار خامس	٧	%١٢,٥

لست متأكد (٢)	٩	%١٦,٠٧
لا أعرف (٣)	١٠	%١٧,٨٥
متأكد (٤)	١١	%١٩,٦٤
متأكد جداً (٥)	١٨	%٣٢,١٤
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

تظهر بيانات الجدول رقم (١١) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (%٣٢,١٤)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (%١٤,٢٨) .

٣- المعلومات الخاصة عن أفراد معينين في المجتمع:  
الجدول رقم (١٢) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات الخاصة عن أفراد معينين في المجتمع)

النسبة المئوية	التكرار	المعلومات خاصة عن أفراد معينين في المجتمع
%١٧,٨٥	١٠	لست متأكد بشدة (١)
%٢٣,٢١	١٣	لست متأكد (٢)
%٣٢,١٤	١٨	لا أعرف (٣)
%١٠,٧١	٦	متأكد (٤)
%١٦,٠٧	٩	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٢) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (لا أعرف)، إذ بلغت النسبة (%٣٢,١٤)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (%١٦,٠٧) .

٤- المعلومات عن قضايا استهلاكية:  
الجدول رقم (١٣) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات عن قضايا استهلاكية)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات عن قضايا استهلاكية
%١٦,٠٧	٩	لست متأكد بشدة (١)
%٢٦,٧٨	١٥	لست متأكد (٢)
%٣٧,٥٠	٢١	لا أعرف (٣)
%١,٧٨	١	متأكد (٤)
%١٧,٨٥	١٠	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٣) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (لا أعرف)، إذ بلغت النسبة (%٣٧,٥٠)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (متأكد)، إذ بلغت النسبة (%١,٧٨) .

٥- المعلومات عن حالة الطقس:  
الجدول رقم (١٤) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات عن حالة الطقس)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات عن حالة الطقس
%٥,٣٥	٣	لست متأكد بشدة (١)
%١٤,٢٨	٨	لست متأكد (٢)
%٢٨,٥٧	١٦	لا أعرف (٣)

تظهر بيانات الجدول رقم (٨) أن النسبة الأعلى هي للخيار الرابع، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للخيار الثالث، إذ بلغت النسبة (%١٢,٥) .

ه-جهاز الكتروني محمول يدوياً:  
الجدول رقم (٩) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (جهاز الكتروني محمول يدوياً)

النسبة المئوية	التكرار	جهاز الكتروني محمول يدوياً
%٨,٩٢	٥	خيار أول
%٥,٣٥	٣	خيار ثاني
%٥,٣٥	٣	خيار ثالث
%٧,١٤	٤	خيار رابع
%٧٣,٢١	٤١	خيار خامس
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٩) أن النسبة الأعلى هي للخيار الخامس، إذ بلغت النسبة (%٧٣,٢١)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للخيار الثالث والثالث، إذ بلغت النسبة (%٥,٣٥) لكل منهما.

بالنسبة لسؤال الثاني- كيف يفهم الجمهور مصطلح الأخبار؟ وما هو تقييمه للبرامج ذات الطابع الإخباري التي تقوم المحطات التلفزيونية بعرضها على الجمهور؟  
١- المعلومات التي تخص السياسة والتعليم والرعاية الصحية والبيئة:

٢-الجدول رقم (١٠) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات التي تخص السياسة والتعليم والرعاية الصحية والبيئة)

النسبة المئوية	التكرار	المعلومات التي تخص السياسة والتعليم والرعاية الصحية والبيئة
%٥,٣٥	٣	لست متأكد بشدة (١)
%١٠,٧١	٦	لست متأكد (٢)
%١٧,٨٥	١٠	لا أعرف (٣)
%١٩,٦٤	١١	متأكد (٤)
%٤٦,٤٢	٢٦	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٠) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (%٤٦,٤٢)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (%٥,٣٥) .

٢- المعلومات عن قضايا الإجرام والحوادث:  
الجدول رقم (١١) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات عن قضايا الإجرام والحوادث)

النسبة المئوية	التكرار	المعلومات عن قضايا الإجرام والحوادث
%١٤,٢٨	٨	لست متأكد بشدة (١)

تظهر بيانات الجدول رقم (١٧) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (متأكد)، إذ بلغت النسبة (١٤,٢٨%).

#### ٩- معلومات عما يحدث في البلد:

الجدول رقم (١٨) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (معلومات عما يحدث في البلد)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات عما يحدث في البلد
٣,٥٧%	٢	لست متأكد بشدة (١)
٣,٥٧%	٢	لست متأكد (٢)
١٦,٠٧%	٩	لا أعرف (٣)
١٤,٢٨%	٨	متأكد (٤)
٦٢,٥%	٣٥	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٨) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٦٢,٥%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة و لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٣,٥٧%) لكل منهما.

#### ١٠- معلومات عن الأموال وقضايا التوفير:

الجدول رقم (١٩) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (معلومات عن الأموال وقضايا التوفير)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات عن الأموال وقضايا التوفير
٢٣,٢١%	١٣	لست متأكد بشدة (١)
٣٧,٥%	٢١	لست متأكد (٢)
٢١,٤٢%	١٢	لا أعرف (٣)
٥,٣٥%	٣	متأكد (٤)
١٢,٥%	٧	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٩) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٣٧,٥%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (متأكد)، إذ بلغت النسبة (٥,٣٥%).

#### ١١- معلومات عن مواضيع ترفيهية كالأفلام

والمطاعم.. الخ:

الجدول رقم (٢٠) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (معلومات عن مواضيع ترفيهية كالأفلام

والمطاعم.. الخ)

النسبة المئوية	التكرار	آراء وتقييمات الجمهور لقضايا ترفيهية كالأفلام والمطاعم.. الخ
٢٣,٢١%	١٣	لست متأكد بشدة (١)
١٤,٢٨%	٨	لست متأكد (٢)
١٤,٢٨%	٨	لا أعرف (٣)
٢٨,٥٧%	١٦	متأكد (٤)

١٧,٨٥%	١٠	متأكد (٤)
٣٣,٩٢%	١٩	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٤) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٥,٣٥%).

#### ٦- المعلومات الرياضية:

الجدول رقم (١٥) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المعلومات الرياضية)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات رياضية
٣٣,٩٢%	١٩	لست متأكد بشدة (١)
١٧,٨٥%	١٠	لست متأكد (٢)
٨,٩٢%	٥	لا أعرف (٣)
٨,٩٢%	٥	متأكد (٤)
٣٠,٣٥%	١٧	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٥) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئتي (لا أعرف) و (متأكد)، إذ بلغت النسبة (٨,٩٢%) لكل فئة منهما.

#### ٧- معلومات عما يحدث حول العالم:

الجدول رقم (١٦) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (معلومات عما يحدث حول العالم)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات عما يحدث حول العالم
٥,٣٥%	٣	لست متأكد بشدة (١)
٣,٥٧%	٢	لست متأكد (٢)
١٦,٠٧%	٩	لا أعرف (٣)
١٦,٠٧%	٩	متأكد (٤)
٥٨,٩٢%	٣٣	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (١٦) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٥٨,٩٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٣,٥٧%).

#### ٨- معلومات تخص قضايا ترفيهية:

الجدول رقم (١٧) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (معلومات تخص قضايا ترفيهية)

النسبة المئوية	التكرار	معلومات تخص قضايا ترفيهية
١٧,٨٥%	١٠	لست متأكد بشدة (١)
١٧,٨٥%	١٠	لست متأكد (٢)
١٦,٠٧%	٩	لا أعرف (٣)
١٤,٢٨%	٨	متأكد (٤)
٣٣,٩٢%	١٩	متأكد جداً (٥)
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع



متأكد جداً (٥)	١٢	%٢١,٤٢
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٣) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٢٦,٧٨%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (٣,٥٧%).

#### ٤- الخبر المنقول حياً من الحدث:

الجدول رقم (٢٤) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الخبر المنقول حياً من الحدث)

النسبة المئوية	التكرار	الخبر المنقول حياً من الحدث
%٨,٩٢	٥	لست متأكد بشدة (١)
%٨,٩٢	٥	لست متأكد (٢)
%١٢,٥	٧	لا أعرف (٣)
%١٦,٠٧	٩	متأكد (٤)
%٥٣,٥٧	٣٠	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٤) أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٥٣,٥٧%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، ولست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٨,٩٢%) لكل منهما.

#### ٥- الأخبار التحليلية:

الجدول رقم (٢٥) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الأخبار التحليلية)

النسبة المئوية	التكرار	الأخبار التحليلية
%١٠,٧١	٦	لست متأكد بشدة (١)
%٢١,٤٢	١٢	لست متأكد (٢)
%١٦,٠٧	٩	لا أعرف (٣)
%١٧,٨٥	١٠	متأكد (٤)
%٣٣,٩٢	١٩	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٥) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٣٣,٩٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (١٠,٧١%).

بالنسبة للسؤال الرابع- أيهما أفضل من وجهة نظر الجمهور: الأخبار المقروءة بواسطة مذيع؟ أم الأخبار المكتوبة على شكل نصوص وبدون مذيع؟  
الجدول رقم (٢٦) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (أيهما أفضل من وجهة نظر الجمهور: الأخبار المقروءة بواسطة مذيع؟ أم الأخبار المكتوبة على شكل نصوص وبدون مذيع)

النسبة المئوية	التكرار	أيهما أفضل من وجهة نظر الجمهور: الأخبار المقروءة بواسطة مذيع؟ أم الأخبار المكتوبة على شكل نصوص وبدون مذيع
%٣,٥٧	٢	لست متأكد بشدة (١)
%٢٦,٧٨	١٥	لست متأكد (٢)
%٢٥,٠٠	١٤	لا أعرف (٣)
%٢٣,٢١	١٣	متأكد (٤)

متأكد جداً (٥)	١١	%١٩,٦٤
المجموع	٥٦	%١٠٠,٠

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٠) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد)، إذ بلغت النسبة (٢٨,٥٧%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد، ولا أعرف)، إذ بلغت النسبة (١٤,٢٨%) لكل منهما.

بالنسبة للسؤال الثالث- ما أهم المضامين التي يجب تتضمنها نشرة الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟

#### ١- الخبر الطارئ والأخبار العاجلة:

الجدول رقم (٢١) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الخبر الطارئ والأخبار العاجلة)

النسبة المئوية	التكرار	الخبر الطارئ والأخبار العاجلة
%١,٧٨	١	لست متأكد بشدة (١)
%٥,٣٥	٣	لست متأكد (٢)
%٨,٩٢	٥	لا أعرف (٣)
%٧,١٤	٤	متأكد (٤)
%٧٦,٧٨	٤٣	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢١) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٧٦,٧٨%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت النسبة (١,٧٨%).

#### ٢- قضايا المصالح البشرية:

الجدول رقم (٢٢) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (قضايا المصالح البشرية)

النسبة المئوية	التكرار	قضايا المصالح البشرية
%١٢,٥	٧	لست متأكد بشدة (١)
%٨,٩٢	٥	لست متأكد (٢)
%٢٣,٢١	١٣	لا أعرف (٣)
%١٩,٦٤	١١	متأكد (٤)
%٣٥,٧١	٢٠	متأكد جداً (٥)
%١٠٠,٠	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٢) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متأكد جداً)، إذ بلغت النسبة (٣٥,٧١%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٨,٩٢%).

#### ٣- الأخبار العادية عن المجتمع الذي أنت فيه:

الجدول رقم (٢٣) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الأخبار العادية عن المجتمع الذي أنت فيه)

النسبة المئوية	التكرار	الأخبار العادية عن المجتمع الذي أنت فيه
%٣,٥٧	٢	لست متأكد بشدة (١)
%٢٦,٧٨	١٥	لست متأكد (٢)
%٢٥,٠٠	١٤	لا أعرف (٣)
%٢٣,٢١	١٣	متأكد (٤)

(لا يوجد اختلاف بين الكل)، إذ بلغت النسبة (١٠,٧١%) لكل منهما.

بالنسبة للسؤال السادس: ما السبب الرئيس الذي يدفع الجمهور لمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية؟

الجدول رقم (٢٩) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (هل على الأغلب أنك ستشاهد أخبار التلفاز فقط عندما يكون هناك أمراً معيناً قد سمعت عنه؟ أو أنك تشاهد أخبار التلفاز كلما سنحت لك الفرصة وتوفر لك الوقت؟)

النسبة المئوية	التكرار	هل على الأغلب أنك ستشاهد أخبار التلفاز فقط عندما يكون هناك أمراً معيناً قد سمعت عنه؟ أو أنك تشاهد أخبار التلفاز كلما سنحت لك الفرصة وتوفر لك الوقت؟
٤٨,٢١%	٢٧	أحاول عادة أن أشاهد التلفاز لأعرف تفاصيل أكثر عن الخبر
٤٤,٦٤%	٢٥	أشاهد التلفاز في كلا الحالتين
٧,١٤%	٤	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٩) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (أحاول عادة أن أشاهد التلفاز لأعرف تفاصيل أكثر عن الخبر)، إذ بلغت النسبة (٤٨,٢١%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٧,١٤%).

بالنسبة للسؤال السابع: هل كان للتقنيات الحديثة وظهور وسائل إعلام غير تقليدية تأثيراً في اختيار الوسيلة التي يحصل منها الجمهور على الأخبار التي يحتاج إليها؟

الجدول رقم (٣٠) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (لو تساوت أمامك فرص مشاهدة من على شاشة الحاسوب أو عن طريق الجهاز الإلكتروني المحمول يدوياً أو من على شاشة التلفاز، فهل ستفضل مشاهدة تلك الأخبار على شاشة الحاسوب أم على الجهاز الإلكتروني المحمول أم على التلفاز؟)

النسبة المئوية	التكرار	لو تساوت أمامك فرص مشاهدة من على شاشة الحاسوب أو عن طريق الجهاز الإلكتروني المحمول يدوياً أو من على شاشة التلفاز، فهل ستفضل مشاهدة تلك الأخبار على شاشة الحاسوب أم على الجهاز الإلكتروني المحمول أم على التلفاز؟
١٩,٦٤%	١١	الحاسوب
٥٥,٣٥%	٣١	التلفاز
٨,٩٢%	٥	الجهاز الإلكتروني المحمول
٨,٩٢%	٥	لا يوجد فرق

٧,١٤%	٤	أفضل أن أستمع إليها بلا مذبذب
٦٩,٦٤%	٣٩	أفضل أن أستمع إليها بوجود مذبذب
١٧,٨٥%	١٠	لا يوجد فرق بين الاثنين
٥,٣٥%	٣	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٦) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (أفضل أن أستمع إليها بوجود مذبذب)، إذ بلغت النسبة (٦٩,٦٤%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٥,٣٥%).

بالنسبة للسؤال الخامس: هل هناك اختلاف بين نشرات الأخبار التلفزيونية التي تقدمها المحطات التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور؟ وإذا كان هناك اختلاف فهل الاختلاف في الأحداث أم في الذين يذيعون الأخبار؟

الجدول رقم (٢٧) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (هل تعتقد بأن جميع نشرات الأخبار التي تسمع إليها سواء كانت من مصدر واحد أو مصادر مختلفة، تبدو متشابهة أو أنها حقاً مختلفة عن بعضها؟)

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد بأن جميع نشرات الأخبار التي تسمع إليها سواء كانت من مصدر واحد أو مصادر مختلفة، تبدو متشابهة أو أنها حقاً مختلفة عن بعضها؟
٤٦,٤٢%	٢٦	متشابهة لحد كبير
٣٥,٧١%	٢٠	مختلفة حقاً
١٧,٨٥%	١٠	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٧) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (متشابهة لحد كبير)، إذ بلغت النسبة (٤٦,٤٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (١٧,٨٥%).

الجدول رقم (٢٨) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (إذا كانت النشرات حقاً مختلفة فهل الاختلاف الأكبر في الأحداث أم في الذين يذيعون الأخبار؟)

النسبة المئوية	التكرار	إذا كانت النشرات حقاً مختلفة فهل الاختلاف الأكبر في الأحداث أم في الذين يذيعون الأخبار؟
١٧,٨٥%	١٠	الاختلاف في الأحداث
٣٢,١٤%	١٨	الاختلاف في المذيعين
٢٥,٠٠%	١٤	الاختلاف في كليهما
١٠,٧١%	٦	لا يوجد اختلاف بين الكل
١٤,٢٨%	٨	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٢٨) أعلاه أن النسبة الأعلى هي لفئة (الاختلاف في المذيعين)، إذ بلغت النسبة (٣٢,١٤%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة

(٤٦,٤٢%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (١٦,٠٧%).

ب- ولأي وسيلة منها يعطي الأولوية؟

١- عبر الحاسب الشخصي المحمول:

الجدول رقم (٣٤) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر الحاسب الشخصي المحمول)

النسبة المئوية	التكرار	عبر الحاسب الشخصي المحمول
٥٧,١٤%	٣٢	نعم
١٦,٠٧%	٩	كلا
٢٦,٧٨%	١٥	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٤) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بالإيجاب، إذ بلغت النسبة (٥٧,١٤%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (١٦,٠٧%).

٢- عبر أي وسيلة إلكترونية:

الجدول رقم (٣٥) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر أي وسيلة إلكترونية)

النسبة المئوية	التكرار	عبر أي وسيلة إلكترونية
٤٤,٦٤%	٢٥	نعم
٢١,٤٢%	١٢	كلا
٣٣,٩٢%	١٩	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٥) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بالإيجاب، إذ بلغت النسبة (٤٤,٦٤%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (٢١,٤٢%).

٣- عبر الهاتف الجوال:

الجدول رقم (٣٦) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر الهاتف الجوال)

النسبة المئوية	التكرار	عبر الهاتف الجوال
٣٩,٢٨%	٢٢	نعم
١٩,٦٤%	١١	كلا
٤١,٠٧%	٢٣	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٦) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بالإيجاب، إذ بلغت النسبة (٣٩,٢٨%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (١٩,٦٤%).

النسبة المئوية	التكرار	لست متأكد
٧,١٤%	٤	
١٠٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٠) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للتفاز، إذ بلغت النسبة (٥٥,٣٥%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي لفئة (لست متأكد)، إذ بلغت النسبة (٧,١٤%).

بالنسبة للسؤال الثامن:

أ- هل يستخدم الجمهور التقنيات الحديثة والوسائل غير التقليدية في الحصول على الأخبار؟

١- عبر جهاز الحاسب الشخصي المحمول:

الجدول رقم (٣١) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر جهاز الحاسب الشخصي المحمول)

النسبة المئوية	التكرار	عبر جهاز الحاسب الشخصي المحمول
٥٣,٥٧%	٣٠	نعم
١٢,٥%	٧	كلا
٣٣,٩٢%	١٩	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣١) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بالإيجاب، إذ بلغت النسبة (٥٣,٥٧%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (١٢,٥%).

٢- عبر أي وسيلة إلكترونية:

الجدول رقم (٣٢) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر أي وسيلة إلكترونية)

النسبة المئوية	التكرار	عبر أي وسيلة إلكترونية
٥٠,٠٠%	٢٨	نعم
١٦,٠٧%	٩	كلا
٣٣,٩٢%	١٩	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٢) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للمجيبين بالإيجاب، إذ بلغت النسبة (٥٠,٠٠%)، أما بالنسبة لأدنى نسبة فهي للمجيبين بالنفي، إذ بلغت النسبة (١٦,٠٧%).

٣- عبر الهاتف الجوال:

الجدول رقم (٣٣) يبين التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عبر الهاتف الجوال)

النسبة المئوية	التكرار	عبر الهاتف الجوال
٣٧,٥%	٢١	نعم
١٦,٠٧%	٩	كلا
٤٦,٤٢%	٢٦	لست متأكد
١٠٠,٠%	٥٦	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (٣٣) أعلاه أن النسبة الأعلى هي للغير المتأكدين، إذ بلغت النسبة

### خامساً- نتائج البحث:

من خلال قراءة الأرقام في الجداول المذكورة آنفاً وتحليلها، فقد توصل الباحث إلى الإجابة عن أسئلة الدراسة وكما مبين أدناه:

**السؤال الأول- ما هي المصادر الأساسية للحصول على الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟ وما الوسيلة الأفضل ليحصل منها هذا الجمهور على الأخبار التي تهتمه؟**

تظهر نتائج التحليل بان البرامج الإخبارية التي تقدمها المحطات التلفزيونية الأردنية الرسمية وغير الرسمية تأتي في مقدمة المصادر التقليدية التي يستقي منها الجمهور المحلي الأخبار، ثم جاء في المرتبة الثانية الصحافة المحلية والانترنت وبعدها بقية المصادر. وهذا ما يوضح بان الجمهور المحلي يتابع الأخبار التلفزيونية بشكل كبير وما يعنيه ذلك من تأثير الجمهور المحلي بالمحتوى الإخباري لمحطات التلفزيون المحلية.

ويلاحظ بان الجمهور يفضل التلفزيون مصدرا إخباريا من بقية الوسائل إذا كان بوسعه الحصول على نفس الأخبار وفي الوقت الذي يناسبه، وبراى الباحث فان السبب وراء ذلك يعود إلى سهولة استخدام جهاز التلفزيون وتوفره في معظم المنازل فضلا عن اعتياد الجمهور في استخدام هذه الوسيلة.

**السؤال الثاني- كيف يفهم الجمهور مصطلح الأخبار؟ وما هو تقييمه للبرامج ذات الطابع الإخباري التي تقوم محطات التلفزيونية بعرضها على الجمهور؟**

توجد وجهات نظر متطابقة في طريقة فهم الجمهور للأخبار وفي نظرته إليها، فالجمهور يضع خصائص معينة في البرامج التلفزيونية بحيث يميز أي من تلك البرامج تعد أخبارا وأي منها لا تعد ضمن البرامج الإخبارية.

وقد بين الجمهور بان المعلومات الخاصة بالشأن المحلي والمعلومات عن ما يحدث في العالم تعد من الأخبار. فقد كان أكثر من النصف بقليل متأكدا جدا بان المعلومات عما يجري في داخل البلد تعد أخبارا ويجب الاهتمام بها، وبلغت النسبة (62,5%). وبلغت النسبة (58,92%) للأخبار التي تجري حول العالم. وهذا يدل ويثبت بان الأفراد يبحثون بشكل أساسي عن المعلومات المهمة التي تتعلق بحياتهم وهي الأخبار المحلية، ومن ثم يهتمون بالأخبار التي يمكن أن يكون لها تأثير عليهم كالأخبار العالمية.

بينما تفاوت الجمهور في نظرته إلى بقية المعلومات وفيما إذا كانت تعد من الأخبار وكما مبين في أدناه:

الجمهور متأكد جدا بأنه تُعد من الأخبار تلك المعلومات عن قضايا الإجرام والحوادث إذ بلغت النسبة (32,14%).

الجمهور لا يعرف إن كانت المعلومات عن أفراد معينين من المجتمع تعد من الأخبار إذ بلغت النسبة (32,14%).

الجمهور لا يعرف إن كانت المعلومات عن القضايا الاستهلاكية تعد أخبارا، إذ بلغت النسبة (37,50%).

الجمهور لا يعرف إن كانت المعلومات عن القضايا الاستهلاكية تعد أخبارا، إذ بلغت النسبة (37,50%).

كان متأكدا بان المعلومات عن حالة الطقس هي أخبارا ويجب الاهتمام بها، إذ بلغت النسبة (33,92%).

الجمهور هناك انقساما واضحا بين الجمهور فيما إذا كانت المعلومات الرياضية تعد أخبارا أم لا، فالنسبة الأعلى هي لفئة (لست متأكد بشدة)، إذ بلغت (33,92%)، بينما بلغت فئة (متأكد جدا) نسبة (30,35%).

الجمهور غير متأكد جدا إن كانت المعلومات التي تتعلق بقضايا ترفيحية تعد أخبارا، وبلغت النسبة (33,92%).

الجمهور غير متأكد من ان المعلومات عن الأموال وقضايا التوفير تعد أخبارا ويجب الاهتمام بها، وبلغت النسبة (37,50%).

الجمهور ينظر إلى المعلومات المتعلقة بالقضايا الترفيحية على أنها أخبارا ويجب الاهتمام بها، وبلغت النسبة (28,57%).

**السؤال الثالث- ما أهم المضامين التي يجب تتضمنها نشرة الأخبار من وجهة نظر الجمهور؟**

أظهرت النتائج بان نسبة كبيرة من الجمهور المحلي يهتم بالأخبار العاجلة والطارئة، رغم بعض الشكاوى والاعتراضات التي تخص سوء التقدير في توصيف بعض الأخبار بالعاجلة والطارئة. وبلغت النسبة (76,78%). ويأتي بعد الأخبار الطارئة والعاجلة الأخبار التي تنقل مباشرة أو التي تدفع ما يحدث الآن (مباشرة) وبنسبة (53,57%).

كما تبين النتائج بان نصف عدد الجمهور يرغبون بان تقوم الأخبار بنقل المعلومات بشكل فوري وأني وبنسبة (53,57%). وبراى الباحث أن هذه النتيجة تتوافق مع طبيعة التلفزيون وخصائصه في النقل الفوري والأنى للحدث، فالجمهور يتوقع من متابعته للتلفزيون أن يحصل على كل ما هو جديد ويحصل تورا.

**السؤال الرابع- أيهما أفضل من وجهة نظر الجمهور: الأخبار المقرؤة بواسطة مذيع؟ أم الأخبار المكتوبة على شكل نصوص وبدون مذيع؟**

تظهر نتائج البحث بان وجود المذيع الذي يقرأ الأخبار في النشرة التلفزيونية أفضل لمتابعتها من قبل الجمهور، إذ بلغت النسبة (69,64%).

فضلا عن حاجته لتغطيات أفضل عن بعض القضايا المهمة بالنسبة إليه.

- كما تبين بان الجمهور يفضل التلفزيون على غيره من الوسائل الأخرى في الحصول على الأخبار التي تهمة وتعنيه وبشكل خاص الأخبار لها تأثير في حياته كالأخبار المحلية.
- كما أن الجمهور يرغب بالتعامل مع تقنيات حديثة ووسائل غير تقليدية للحصول على الأخبار لان ذلك يتيح لهم التحكم في وقت وطريقة التعرض واختيار ما يناسبه من أخبار.
- يهتم الجمهور بشكل أساسي بالأخبار العاجلة والطارئة التي تعرض في النشرات الإخبارية التلفزيونية، كما انه يرغب أن تكون هذه الأخبار فورية وأنية.
- عند منح الجمهور الفرصة للاختيار بين مشاهدة الأخبار من على شاشات التلفزيون أو الحاسوب أو من أي جهاز إلكتروني آخر فان الجمهور سيختار التلفزيون لمشاهدة الأخبار التي يريدها.

ويرأي الباحث فان السبب في ذلك يعود إلى أن وجود المذيع يضيف الحيوية والحميمية على جو النشرة من خلال الاتصال البصري ولغة الجسد التي تزيد من تفاعلية الاتصال.

**السؤال الخامس: هل هناك اختلاف بين نشرات الأخبار التلفزيونية التي تقدمها المحطات التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور؟ وإذا كان هناك اختلاف فهل الاختلاف في الأحداث أم في الذين يذيعون الأخبار؟**  
أظهرت نتائج البحث بان نسبة كبيرة من الجمهور يعتقدون بان هناك تشابه بين النشرات الإخبارية التلفزيونية، وبنسبة ٤٦,٤٢%. وإذا ما كان هناك اختلاف بين هذه النشرات فمرده الاختلاف في المذيعين، وبنسبة (٣٢,١٤).

**السؤال السادس: ما السبب الرئيسي الذي يدفع الجمهور لمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية؟**  
أظهرت نتائج الدراسة بان السبب الرئيسي الذي يدفع الجمهور لمشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية يعود إلى رغبتهم بالحصول على تفاصيل أكثر عن الخبر، إذ بلغت النسبة (٤٨,٢١%).

**السؤال السابع: هل كان للتقنيات الحديثة وظهور وسائل إعلام غير تقليدية تأثيرا في اختيار الوسيلة التي يحصل منها الجمهور على الأخبار التي يحتاج إليها؟**

بالرغم من ظهور تقنيات ووسائل حديثة يحصل منها الجمهور على الأخبار، إلا أن نتائج هذا البحث أظهرت بان التلفزيون لا يزال يحتل المرتبة الأولى بين بقية الوسائل، إذ بلغت النسبة (٥٥,٣٥%).

**السؤال الثامن: هل يستخدم الجمهور التقنيات الحديثة والوسائل غير التقليدية في الحصول على الأخبار؟ ولأي وسيلة منها يعطي الأولوية؟**

فيما يخص الوسائل والتقنيات الحديثة وغير التقليدية التي يستخدمها الجمهور في الحصول على الأخبار، أظهرت نتائج هذا البحث بان نسبة كبيرة من الجمهور تفضل استخدام الحاسب الشخصي للحصول على الأخبار، إذ بلغت النسبة (٥٣,٥٧%). وهي الوسيلة المفضلة للجمهور على بقية الوسائل غير التقليدية الأخرى. فالجمهور لديه الرغبة بالتحكم والسيطرة على ما يعرض من ناحية الوقت المناسب له وطريقة التعرض.

### خلاصة البحث:

- أظهرت النتائج التي توصل إليها هذا البحث بأنه وبسبب التطورات والأوضاع التي يمر فيها العالم، والبلد محل الدراسة فان الجمهور بحاجة إلى المزيد من الأخبار المحلية والعالمية

### المراجع:

1. Ronald Shaw & Maxwell McCombs, **The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press.**, (St. Paul. :West Publisher Co., 1977), P. 5.
٢. هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام. عمان، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد ٣٢، ١٩٩٣. ص ١٠٥.
٣. إبراهيم حمادة بسيوني (١٩٩٦). وسائل الإعلام والسياسة. دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: مكتبة نهضة الشرق. ١٩٩٦. ص ٢٨.

٤. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، عمان. دار الشروق. ٢٠١٠. ص ٢١٢.
5. De Fleur،M. and Rokeac.(1992). Theories of Mass Communication. New York ،David McKay Company. P. 413.
٦. احمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. (٢٠٠٦). ص ٢٦٢.
١٢. وضاح خنفر، صدقية القنوات الإخبارية في ظل المنافسة على جذب المشاهدين. أبو ظبي. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية. ٢٠٠٦. ص ٣٩٥.
١٣. د. أحمد إبراهيم خضر، الملامح العامة للمنهج الوصفي. <http://www.alukah.net/Web/khedr/0/50216/>
٧. صالح خليل أبو أصبع، مصدر سبق ذكره.
٨. صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة. الإسكندرية، الدار الجامعية. ص ٢٣.
٩. معوض محمد وعبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة: دار الكتاب الحديث. ٢٠٠٠. ص ٦٧.
١٠. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر، عمان. دار جرير للنشر والتوزيع. ٢٠١٠. ص ٦٢.
١١. علي الشعبي، دور وسائل الإعلام بين التثقيف والترفيه، الكويت. مكتبة الأفق. ٢٠٠٤. ص ٢٣.