

أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية

المذاعة في النشرات والبرامج الإخبارية

دراسة مقارنة بين الفضائيات المصرية والسعودية

*د/ محمد محمد عبده بكير

المقدمة

يُعد العمل الصحفي التلفزيوني الميداني من أكثر مجالات العمل الصحفي تعقيداً وخطورة من الناحيتين التحريرية والجسدية، كما أنه يتطلب مهارة عالية وقدراً كبيراً من الحس المرهف وسرعة البديهة وحسن التصرف، فالخطأ في العمل الميداني قد لا يؤدي إلى فقدان القصة الخبرية فحسب، بل إلى فقدان المراسل نفسه في بعض الأحيان، غير أنه من الصعب اعتبار كل المراسلين الميدانيين العرب صحفيين تلفزيونيين، لأن الكثير منهم يعمل في الصحافة، ولكن قليلين فقط هم القادرون على تقديم صحافة تلفزيونية بالمعنى الصحيح.

وتمثل القصة الخبرية عصب العمل التلفزيوني الإخباري حيث إن مهمتها نقل الحدث بسرعة وبأقصى قدر ممكن من الواقعية، كما أنها فن إخباري يحمل بصمة القناة المصدرة لها أكثر من أي فن إخباري آخر لكونها من إنتاج مراسل أو مراسلة القناة في الميدان، وتخضع القصة الخبرية لنفس المعايير المتعلقة بالتقرير الخبري العادي؛ مثل وحدة الموضوع، ووضوح اللغة، وقصر الجمل، وتقسيم التقرير إلى أجزاء ذات ترابط منطقي وغيرها. (1)

ويميز المختصون في الإعلام القصة الخبرية عن التقرير الخبري في جوانب عدة أهمها أنها تبحث عن تفاصيل إضافية للخبر ولا تكتفي بالإجابة عن الأسئلة الستة، تركز بالإجابة على سؤال كيف وتعتمد على الوصف والعامل السرد مع الوقائع، ويظهر فيها الجانب الإنساني الذي ينعدم في الخبر المجرد، وتكتب بالقالب التشويقي وبعضها يصاغ وفق قالب الهرم المعتدل، ولا يستخدم الهرم المقلوب في كتابتها ويختلط فيها الأسلوب الأدبي بالأسلوب الصحفي، في الوقت الذي يلتزم التقرير الخبري بالأسلوب الصحفي المجرد، وتهدف القصة الخبرية إلى إبراز تأثير الأخبار الجادة المنشورة، والمتصلة بها، وإضافة بعد إنساني ومعلومات حيوية وخلفيات وردود فعل من الصعب تضمينها في الخبر أو التقرير الإخباري. (2)

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد

وتعدّ القصة الخبرية واحداً من أنواع العمل الإخباري ومحوراً أساسياً من محاور الصحافة التلفزيونية، فهي تتطلب كفاءة مهنية عالية نظراً للعناصر الكثيرة التي تتضمنها والجهد المهني الذي تحتاج إليه⁽³⁾، وإذا كان التلفزيون يبلغ ذروة الكفاءة عند تغطية الأحداث حال وقوعها⁽⁴⁾، فإنّ مهمة القصة الخبرية هي نقل الحدث بسرعة ودينامية وبأقصى قدر ممكن من الوضوح والواقعية.⁽⁵⁾

ومادامت الصورة هي الأساس في العمل التلفزيوني فإنّه يتعيّن على المراسل الإخباري أن يجيد فنّ الكتابة للصورة، وأن يتمتّع برؤية إخراجية إبداعية تؤهله لصياغة المشهد الإخباري على نحو تنسجم فيه جميع مكونات القصة الخبرية التلفزيونية من صور ونصوص واقتباسات وأصوات طبيعية ومواد جرافيكية، ويرى البعض أنّ المراسل التلفزيوني الجيّد هو من يدع الصور تروي الخبر وأنّ الكتابة التلفزيونية الجيدة هي فنّ عرض الكلمات والصور المتجانسة معاً.⁽⁶⁾

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً أساسياً في إدارة مواقف الصراع داخل المجتمعات التي تهدف إلى إحداث تحولات تتعارض أحياناً، وتتفق أحياناً مع وجهات النظر حولها، ومن ثم يصبح التلفزيون المصدر الأساسي للحصول على المعلومات، وتظهر تأثيرات وسائل الإعلام في بناء تصورات الجمهور بما يبرز أهمية الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا التي تهم الرأي العام من خلال البرامج الإخبارية.⁽⁷⁾

خاصة ذات الصلة الوثيقة بالأحداث الجارية التي تمس حياة الأفراد وتكون موضع للجدل والخلاف في كثير من قضايا وموضوعات حياتهم اليومية، حيث تزايد الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت في عصرنا الحالي جزءاً من حياة المواطن اليومية.⁽⁸⁾

وأصبحت البرامج الإخبارية اليومية جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين وتعد أحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وإعلانهم بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية، ومن خلال ما تقدمه من تقارير وقصص خبرية للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث، على المستوى الداخلي والخارجي.

وتهدف القصة الخبرية داخل البرامج الإخبارية إلى إبقاء ذلك المشاهد أمامه لأطول فترة ممكنة، ولئن يتحقق ذلك إلا بالعمل على تقديم أكبر كمّ ممكن من المعلومات الدقيقة والجديدة في قالب جذاب وبسيط يفهمه المشاهد، ويعطي شكل القصة الخبرية فرصة كبيرة للصحفيين التلفزيونيين لإنجاز عمل متكامل يمكن أن يحظى باهتمام أكبر قطاع من المشاهدين، وهو ما جعل هذه الدراسة ترصد أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية المختلفة بالقصص الخبرية، والتي تعكسها النشرات والبرامج الإخبارية الفضائية، بهدف تحليلها وتقويمها في ظل التطورات

المذهلة التي يشهدها عالم البث الفضائي واحتدام المنافسة بين تلك القنوات نفسها في الوصول إلى المشاهد العربي .

مشكلة الدراسة

شهد العقدان الأخيران انتشاراً ملحوظاً للقنوات الفضائية العربية الإخبارية سواءً كانت عربية الانتماء واللغة أم موجهة تبث باللغاة العربية، واشتدت المنافسة بين تلك القنوات -ولا تزال - من أجل جذب المشاهد العربي والتأثير فيه من خلال البرامج الإخبارية، وتعدّ القصص الخبرية من أبرز الفنون الإخبارية التلفزيونية حيث تحتل المرتبة الثانية بعد الخبر الاعتيادي من بين أشكال التغطية الإخبارية (9)، وتسهم القصة الخبرية في تشكيل شخصية أي قناة متخصصة في مجال الأخبار وتحمل بصمتها الخاصة، حيث تمتاز بالأنية الشديدة والحيوية والمصادقية العالية لانطلاقها من مكان الحدث عبر مراسلين وإعلاميين مختصين (10)، لكن ما يشهده عالم البث الفضائي من تطورات هائلة في عصر العولمة أدت إلى المنافسة الإخبارية المحتدمة، وتعدّد الاختيارات أمام المشاهد العربي وارتفاع ذوقه الفني والنقدي، وظهور ما يسمى بالمواطن المراسل؛ كل ذلك يضع تحدياً صعباً أمام القائمين على الصحافة التلفزيونية بشكل عام، والقصص الخبرية بصفة خاصة، ويفرض عليهم البحث عن التميّز والإبداع والاهتمام بكافة العناصر الفنية والتحريرية المهنية، والتي يمكن من خلالها جذب المتلقي، والحفاظ على انتباهه ومتابعته حتى لا يتحوّل إلى قناة أخرى منافسة .

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة باعتبارها محاولة لرصد وتحليل أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المقدمة في النشرات والبرامج الإخبارية، بعد ظهور العديد من القنوات الفضائية والموجهة للدول العربية، وحددت الدراسة قناتي mbc السعودية، وقناة onlive المصرية، لبحث أساليب وطرق عرض القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية التي تعكسها القناتين، ومسارات الإقناع المستخدمة من قبل قناتي الدراسة، وتحليل وتقويم تلك التقارير شكلاً ومضموناً، ورصد الاختلافات في الأطر الفنية والتحريرية بين القناتين السعودية والمصرية في مجال القصص الخبرية المقدمة بها، وأساليب المعالجة للأحداث والقضايا المجتمعية المختلفة .

ويمكن تحديد المشكلة على نحو أدق في السؤال التالي: ما أهم الأطر الإعلامية لمعالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية التي تعكسها النشرات والبرامج الإخبارية في القنوات الفضائية السعودية والمصرية؟

أهمية الدراسة

- وتستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوع القصص الخبرية التي تمثل عصب العمل الإخباري التلفزيوني، ويمكن تحديد أهمية الدراسة في النقاط الآتية :
- ندرة الدراسات في حدود علم الباحث، التي تناولت القصص الخبرية التلفزيونية في القنوات العربية بالوصف والتحليل والتقييم .
 - قد تسهم الدراسة في بناء رصيد معرفي لدارسي الصحافة التلفزيونية والعاملين في مجال القصص الخبرية التلفزيونية .
 - قد تفيد نتائج الدراسة التحليلية القائمين على القنوات العربية، كما ينتظر من مقترحات الدراسة وتوصياتها أن تسهم في تطوير شكل ومضمون القصص الخبرية التلفزيونية في القنوات العربية من خلال تطوير قدرات المراسلين الإخباريين معرفياً ومهنياً.
 - تكمن أهمية البحث في جوانب متعددة أبرزها طبيعة القصص الخبرية التلفزيونية التي تعمل الفضائيات العربية أو الوافدة أو الناطقة باللغة العربية على إعدادها، والجوانب التي تحاول التركيز عليها، والقضايا التي تثيرها.

أهداف الدراسة :

الهدف الرئيس من الدراسة هو : رصد وتحليل ومقارنة الأطر الإعلامية في معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية التي تعكسها النشرات والبرامج الإخبارية بقناة mbc السعودية، و onlive المصرية، ويندرج من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي :-

1. الكشف عن الأطر الفنية والتحريرية المستخدمة في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية .
2. بحث أساليب تقديم وصياغة القضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية .
3. التعرف على مدى موضوعية وتوازن واتجاه القضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية.
4. رصد مضامين القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية، وطبيعة المقدمات المستخدمة فيها بالبرامج الإخبارية الفضائية .
5. الكشف عن درجة الاتفاق والتباين بين أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية المقدمة في قناة mbc السعودية، وقناة onlive المصرية، من خلال القصص الخبرية ببرامجها الإخبارية .

تساؤلات الدراسة :

السؤال الرئيس : ما الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية التي تقدمها القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقناة mbc السعودية , وقناة onlive المصرية ؟

وسيتم معرفتها من خلال الأسئلة الفرعية التالية :-

1. ما حجم وموقع ومكان التعليق بالقصص الخبرية في البرامج الإخبارية الفضائية ؟
2. ما متوسط طول ومكان لقطة حوار الكاميرا بالقصص الخبرية في البرامج الإخبارية الفضائية ؟
3. ما نوع المادة الفيلمية وأساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية ؟
4. ما أسلوب تقديم وصياغة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في البرامج الإخبارية الفضائية ؟
5. ما نوعية مضامين القضايا المجتمعية والمقدمات المستخدمة بها داخل القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية ؟
6. ما مدى موضوعية وتوازن واتجاه القضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية ؟
7. ما أهم المقطعات الصوتية المقدمة في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية ؟
8. ما نسبة المادة المصورة والتعليق المصاحب بالقصص الخبرية في البرامج الإخبارية الفضائية ؟
9. ما أبرز القضايا المجتمعية التي تعكسها القصص الخبرية بالقنوات الفضائية السعودية والمصرية ؟
10. ما أهم الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية ؟
11. ما أهم أطر المعالجة للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الفضائية ؟

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة :

- الأطر الإعلامية :

تعرف بعملية التفاعل بين أطراف ومكونات القصص الخبرية ، تبدأ بانتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض القضايا المجتمعية ، والتركيز عليها ببروزها في

نصوصها المختلفة باستخدام آليات وأدوات أخرى في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وأيديولوجية للتأثير في استجابات الجمهور المتلقي تجاه محتوى هذه النصوص، بغية تنبيهه لها بدرجات ومستويات مختلفة .

- القضايا المجتمعية :

هي أحداث معينة تحدث في المجتمع نتيجة تغيرات طارئة بفعل عوامل داخلية أو خارجية أو عوامل دخيلة وجديدة، وتختلف باختلاف وجهات النظر إليها، فإراها البعض سلبية تعيق المجتمع، ويرأها البعض الآخر إيجابية التأثير في المجتمع، ولا تقتصر على القضايا الاجتماعية فقط، بل تتسع لتشمل مجالات عدة اجتماعية وسياسية واقتصادية ورياضية وفنية ودينية وغيرها، وتدفع المتابعين لها إلى البحث عن أسبابها والتوصل إلى طرق لحلها .

- القصص الخبرية :

هو أحد المكونات الرئيسية للنشرات الإخبارية، وللعديد من البرامج التليفزيونية، ويشكل مادة معلوماتية غنية بتفاصيل الأحداث والآراء والمعالجات الخبرية، ويتطلب كفاءة مهنية عالية في إعدادة نظراً لتعدد عناصره، ويتسم بالعمق والإثارة استناداً لحجم المعلومات والحقائق والآراء مع المزج الفني بين النص والمادة المرئية والتسجيلات الصوتية بأشكالها المختلفة، وذلك من مواقع الأحداث مع الالتزام بالسرعة والحيوية والعرض المختصر .

- البرامج الإخبارية :

هي البرامج التي تهتم بالأحداث والأخبار بكافة مجالاتها على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وتم تحديدها في الدراسة بنشرات الأخبار داخل القنوات الفضائية mbc السعودية، و onlive المصرية .

- الإطار النظري للدراسة :

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية تحليل الإطار الاعلامي، التي تعد واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الاعلامية التي تعكسها وسائل الاعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا (11)

وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الاعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا اذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر اعلامية محددة، وهذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، ويوفر تأطير الرسائل الاعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الرسائل ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات المختلفة، أي أن هذه النظرية ما هي

إلا بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الاعلام لتجعل الناس أكثر ادراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما ،فهي اذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراك الناس ومؤثراتهم الإقناعية .

وكانت بداية فكرة تشكيل الأطر الإعلامية في كل من علم النفس وعلم الاجتماع ، التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي الى تغيير فيها ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم والمعتقدات ،ومن هنا كانت الفكرة الرئيسة لتشكيل الأطر الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو المحتوى معنى معين (12) ،ومثلت فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي ،فقد أفادت دراسات وإسهامات "Entman" باحثي الأطر الإعلامية تحديداً دراستين : أولهما عام 1993م والتي أظهرت دور الأيديولوجيات وأثرها في عملية التأطير وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية وإيران ،وثانيها عام 2003م حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001م في النظرة للحرب على الإرهاب وقدم نموذجة المعروف باسم الشلال (13)

ويعد مفهوم الأطر الإعلامية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها ،وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة (14) ، ويعرف الإطار من المنظور الإعلامي بأنه الحديث عن موضوع أو قضية ما من خلال طرق وأساليب تحدد أو تبرز مجالاً معيناً أو أفكاراً بعينها في هذا الموضوع وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات وأفكار أخرى ، ويعرف الإطار اصطلاحاً ،الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها (15)

وتبدو أهمية نظرية تحليل الأطر الإعلامية في الدور الذي تمارسه في تشكيل الواقع الاجتماعي للجماهير ،فتقوم الأطر الإعلامية بتنظيم واقع الحياة اليومية ،لأنها جزء لا يتجزأ من هذا الواقع (16)

وتشير الدراسات في مجال الأطر الإعلامية إلى أن وسائل الإعلام تقدم مساعدة للجمهور لفهم وتفسير الأحداث أو القضايا التي تقوم بتغطيتها ،وخصوصاً تلك التي تحظى بالاهتمام والمتابعة الأكبر من قبل الأفراد ،حيث يتلخص دور وسائل الإعلام في وضع هذه الأحداث أو القضايا ضمن اطر إعلامية ،لجعلها ذات بروز وأهمية مقارنة بباقي الموضوعات المطروحة في هذه الوسائل ،وذلك لتسهيل فهم محتواها ، وربط هذه الأطر تلقائياً بمواضيعها من قبل الأفراد ،فيمكن على إدراكها وتفسيرها

وإبداء الأحكام بشأنها، وبهذا يمكن أن تطبق هذه النظرية على الجانبين التحليلي والميداني. (17)

أما مفهوم البروز فيعد جوهرياً في تأطير النصوص الإعلامية، وقد تناوله عدد من الباحثين على اعتبار أنه عملية يتم استخدام عدد من العناصر فيها، بغرض إظهار معنى محدد، يبدو واضحاً للمتلقي، بحيث يتم الحصول على هذا البروز من خلال توظيف كلمات أو مصطلحات أو جمل، أو التركيز على جانب معين عند عرض الحدث بصورة أو فيديو أو رسم كاريكاتيري، فيتكون لدى المتلقي حقائق أو أفكار أو وجهات نظر، تساعد على تطوير فهم معين للأحداث. (18)

وإذا نظرنا للتأطير من خلال المستوى التحليلي المتمثل في المحتوى الإعلامي، سيتضح ان لهذه الآليات بعدين، أولهما شكلي ويتمثل في موقع التغطية وحجمها، ومدى استخدام عناصر تيبوغرافية معينة، كالصور والعناوين وغيرها، وثانيهما مضموني يتعلق بالمحتوى كالأستعارات، والتلميحات، وربط أطر التغطية بنماذج سابقة، ونوعية الموضوعات الرئيسية والفرعية وغيرها. (19)

خصائص الأطر الإعلامية :

اهتم ستيفن ريس بالحديث عن الأطر الإعلامية، بأنها تتسم بمجموعة من الخصائص أهمها :-

- تنظيم المعلومات، حيث ينقل الإطار جزءاً من الوقائع، وبعضاً من تفاصيل ومعلومات القضية ويربطها بالحدث الآني مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقاً للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدي الجمهور.

- يعد الإطار الإعلامي فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقاً فكرياً لشرح وتفسير الحدث .

- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، إذ يتم التعبير عن الإطار وترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، وتضفي دلالة على النص الإعلامي.

- الأطر الإعلامية هي بناءات معرفية للقضية يتم إبرازها من خلالها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعاد أو أكثر ويتجاهل الأبعاد الأخرى، ويبدو ذلك في صياغة الموضوع وتفسيره. (20)

أما (Cappella & Jamieson) يقترحاً بأنه يجب أن يكون هناك أربعة معايير تتسم بها الأطر:

1. يجب أن يكون لدى الأطر الإعلامية تصوراً مميزاً وخصائص لغوية.
2. يجب أن يلاحظ الإطار في الممارسة الإعلامية .

3. يجب أن يكون هناك احتمال لتمييز الإطار بشكل موثوق به عن الإطارات الأخرى.
4. يجب أن يكون لديه صلاحية تمثيل الحدث أو القضية، على سبيل المثال يكون معترف به من قبل الآخرين وليس مجرد تلفيق من قبل الصحفيين.

فرضيات النظرية :

- أن الأحداث تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى
- الإطار الإعلامي هو الذي يحدد جوانب القضية ويعطي لها مغزى معين فالإطار الخبري يضيف المعنى أو المغزى على الخبر بحيث تكون له دلالة وأهمية لدى الجمهور بحيث يحدد لهم المدخل أو الزاوية التي يمكن رؤية الخبر من خلالها أن وسائل الاعلام تمارس تأثيرا ذا دلالة في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة.

وقد حدد البعض مجموعة من المتغيرات التي تتحكم في الإطار الاعلامي وهي :

مدى الاستقلال السياسي لوسائل الاعلام، نوع مصادر الاخبار، أنماط الممارسة الإعلامية، المعتقدات الأيدلوجية والثقافية للقائمين بالاتصال، طبيعة الأحداث ذاتها، وتقتصر الدراسات الخاصة بهذه النظرية أن اختلاف وسائل الاعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي على اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة. (21) ومن هنا نلاحظ ان كثير من وسائل الاعلام تتنافس لتعيين إطار واحد بشأن قضية معينة، وهنا تتدخل مسألة جلب الاعلام بالنسبة لاهتمام الوسيلة، واهتمام الجمهور، والأثر الناتج من افتراض ان وسائل الإعلام تستطيع ان تجعل قضية معينة أكثر يسرا للجمهور .

أهمية نظرية الإطار الإعلامي : تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري وذلك كما يلي :

1. تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله .
2. أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية حيث تعد الأطر أسلوباً ملائماً لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، كما تضيف الأطر معنى على الأحداث والقضايا، فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، وإنما أيضاً يقوم ببناء معنى لهذا المحتوى .
3. تبرز قوة الأطر في قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة.

4. تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا. (22)
5. تمارس الأطر دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة. (23)
6. تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح وغير الصريح للتغطية الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام للقضايا السياسية المثارة. (24)

أهداف بحوث الأطر الإعلامية :

يرتبط جوهر بحوث الأطر الإعلامية بمجموعة من الأهداف الأساسية تدور حول المفهوم الرئيس في هذه النظرية، والمتمثل في الإطار "Frame" بالإضافة إلى مفهوم تأثير الإطار، "Framing Effect" وتتحدد هذه الأهداف في:- 1- استخلاص ووصف المضمون الإخباري لوحدات نصية معينة، ويوصف هذا الاستخلاص بالإطار .

1. شرح وتفسير أولويات ترتيب أو تنظيم المعلومات التي يتم تركيب الأطر الإعلامية النصية في ضوءها.
2. تحديد الطريقة التي تتفاعل بها الأطر الإعلامية مع المعلومات الأولية، أو البناء المعرفي للأفراد بصورة تدفعهم إلى تفسير واستدعاء المعلومات من الذاكرة بالشكل الذي يتناغم مع الإطار.
3. تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي، سواء ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية. (25)

إيجابيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي :

أظهرت الإسهامات النظرية والتطبيقية لهذه النظرية العديد من إيجابياتها التي تتمثل أهمها فيما يلي :

1. تقدم نظرية الأطر تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تقديم الأطر المرجعية التي تساعد الجمهور في تفسيره للمحتوى الإعلامي من خلال التأثيرات المختلفة في اتجاهات ومعارف مفرداته .
2. يوضح كلٌّ من (Baran & Davis) أن لنظرية الأطر العديد من الإيجابيات المتمثلة في : (26)

- أنها تركز الانتباه على مكانة ودور الأفراد في عملية الاتصال.
 - أنها بالرغم من كونها نظرية تصلح للمستوى الجزئي إلا أنه يمكن تطبيقها بسهولة على قضايا وتأثيرات كلية.
 - اتصافها بالمرونة.
 - اتساقها مع النتائج الراهنة لعلم النفس المعرفي.
 - تتميز نظرية الأطر بقدرتها الفائقة على التطوير الذاتي من خلال النماذج التي يقترحها الباحثون المعنيون بمجال التأطير، والتيارات البحثية المعاصرة والمستقبلية التي تهتم باقتحام مجالات وحدود بحثية جديدة، واتساعها لتشمل ثلاثة نماذج تتمثل في بناء الأطر، ووضع الأطر، والتأطير الاستراتيجي.
- (27)

سلبيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي :

بالرغم من الايجابيات السابقة فإن لنظرية تحليل الإطار الإعلامي بعض السلبيات الموجهة إليها، وهي:

1. ينتقد كل من (Severin & Tankard) نظرية الأطر وجوهر نقدهما أن أطر وسائل الإعلام تؤدي لتأثيرات معرفية ووجدانية متحيزة نظراً لافتقار التغطية الإعلامية لأهم معايير الموضوعية بعدم تقديمها جميع الأطر المعنية بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل . (28)
2. فيما يبدي كل من (Baran & Davis) بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الأطر، وتتمثل في :-
 - افتقار القدرة على تحديد ظهور أو غياب التأثيرات بشكل حاسم . (29)
 - عدم الاستطاعة في تقديم تفسيرات سببية لتأثيرات الأطر لاعتمادها على أساليب بحثية كيفية.
 - تفترض أن الجمهور يرتكب أخطاء متكررة خلال عملية التأطير تحد من قدراتهم.
3. كما حدد كل من (Roefs & Carragee) بعض الانتقادات لتلك النظرية، وتمثلت في :-
 - تركيز الدراسات التي تناولت الأطر على المتغيرات الخاصة بمفرداته وتجاهل دور متغيرات أخرى كالقوى السياسية والاجتماعية التي تحكم هذه التأثيرات . (30)
 - قلة دراسات الأطر التي أجريت داخل سياقات سياسية واجتماعية أعم .
 - قلة الدراسات التي عنيت بتأثير وسائل الإعلام مقارنة بالدراسات التحليلية.

مراجعة بعض الدراسات السابقة :

يقوم الباحث باستعراض بعض الدراسات السابقة في محورين وهما :-

1. دراسات حول شكل ومضمون البرامج الإخبارية .

2. دراسات تناولت نظرية تحليل الأطر الإعلامية .

المحور الأول : دراسات حول شكل ومضمون البرامج الإخبارية :

● ففي دراسة بارك، (Park, 2017) "وسائل الإعلام الاجتماعية ومعالجة الأخبار السياسية" هدفت إلى ما إذا كان استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية للأخبار يتنبأ بالمعارف السياسية وكيفية استخدامها، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي للأخبار ترتبط ارتباطاً إيجابياً بمعرفة القضايا، ويخلص هذا البحث أيضاً إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية تتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام الاجتماعية للأخبار وإصدار المعرفة، للحصول على أخبار القضايا السياسية والمعارف العامة.⁽³¹⁾

● وتشير دراسة ويلارس. (Wellars, 2016) حول: "تأثير برامج الأخبار الأجنبية على أجندة الأخبار الدولية للتلفزيون والصحف الرواندية" في تحليل المحتوى الكمي الذي أجري في عام 2016 إلى أن الطبعة الإخبارية الدولية من تلفزيون رواندا اعتمدت في الغالب على برامج أجنبية، معظمها من يورونيوز والجزيرة الإنكليزية، وكشفت المقابلات النوعية مع فريق التحرير العوامل الرئيسية التي تؤثر على اختيار القصة، وركزت على المواضيع الإخبارية واستخدام مصادر مختلفة، ومن بين العوامل التي تم تحديدها لوضع هذه الأجندة الوسيطة الحواجز المؤسسية، واللغة، وعولمة الأخبار.⁽³²⁾

● وجاءت دراسة أحمد، (2015م) بعنوان: "واقع التقارير الإخبارية الميدانية في القنوات الفضائية العربية" ببعض النتائج أهمها : أن التعليق الصوتي في التقارير الإخبارية الميدانية يميل إلى الطول، وبلغ متوسط طول التقرير الإخباري الميداني لدى قنوات دراسته 152 ثانية، أي دقيقتان و32 ثانية، وجاءت اللقطات الحية المادة الفيلمية الأساسية في التقرير الإخباري الميداني، ولا يتم اللجوء فيه إلى الصور الفوتوغرافية أو الأرشيفية إلا في حالات نادرة وحسب طبيعة موضوع التقرير، وتميل الاقتباسات الصوتية في التقارير الإخبارية الميدانية بقناة الإخبارية السعودية إلى الطول، حيث زاد طول 72.97% من اقتباساتها أثناء فترة الدراسة عن 20 ثانية، وتقع أغلب لقطات حوار الكاميرا في ختام التقرير الإخباري الميداني وتحمل مضموناً تحليلياً واستنتاجياً.⁽³³⁾

● وأوضحت دراسة محمود، (2015م) بعنوان: "التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ومدى إدراك الجمهور المصري لها: دراسة

تحليلية"، ارتفاع مستوى توظيف آليات التفاعلية في مواقع الصحف الأجنبية عنه في مواقع الصحف العربية، فقد حصلت مواقع الصحف الأجنبية على مستوى مرتفع في توظيف آليات التفاعلية بنسبة ٦٨.٩% في مقياس التفاعلية الوظيفية للدراسة، بينما وقعت مواقع الصحف العربية في المستوى المتوسط بنسبة ٤٩%، أما عن تفضيلات المبحوثين لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية، فجاء في مقدمتها موقع صحيفة اليوم السابع لفوريته في نشر الأخبار، ثم موقع المصري اليوم. (34)

• وأكدت دراسة السعدي، (2012م) وعنوانها "القصة الإخبارية في نشرة أخبار قناة الحرّة" إلى أن قناة الحرّة اهتمت كثيراً بالموضوعات السياسية بنسبة (24.3%) من القصص الإخبارية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن 59.5% من القصص الإخبارية في قناة الحرّة مصدرها مراسلي القناة مباشراً، وأن القالب التشويقي في البناء الفني القصصي الإخباري في القناة يحتل المرتبة الأولى من بين القوالب التحريرية، كما ركزت القناة في نشرتها الإخبارية على اعتماد الصورة الحية لمواكبة الحدث وتغطية مختلف جوانبه، لتؤكد مصداقيتها في نقل الأحداث لحظة وقوعها. (35)

• وفي دراسة آل شرهان، (2012م) بعنوان: "التقارير التلفزيونية الإخبارية ودورها في إشباع الشباب السعودي"، توصلت إلى أن معدل مشاهدة الشباب لتقارير البرامج الإخبارية في التلفزيون السعودي ضعيف، كما أظهرت وجود سلبيات تحد من متابعة الشباب السعودي لتقارير البرامج الإخبارية وهي مضمونها لا يشد الانتباه، طول مدة التقارير، أسلوب كتابة القصة الإخبارية، ممل، افتقار التقارير للأفكار الخلاقة والجديدة، اختيار المتحدثين غير موفق، افتقار التقارير لمؤثرات الصوتية تدعم الصورة، التقارير الإخبارية لا تدعم الأحداث المباشرة. (36)

• أجرى الزاويتي، (2011م) دراسة بعنوان: "التقرير الخبري التلفزيوني الميداني" وتوصلت إلى نتائج منها أن الصورة دائماً قبل النصّ والتعليق، وأن من أهم شروط نجاح التقرير التلفزيوني الميداني استيفاءه لكافة عناصره ومكوناته (الصورة، النص، المقابلات، قطعة حوار الكاميرا)، وأن المدة المثالية للاقتباس الصوتي داخل التقرير الميداني 15 ثانية، كما خلصت الدراسة إلى أن تغطية النقاط الحية الساخنة تطوّر من موهبة المراسل التلفزيوني في التقارير الإخبارية، وأن القصص الإنسانية البسيطة تكون مواد جيدة للتقارير الإخبارية التلفزيونية. (37)

• وتوصلت دراسة العفيفي (2011م) بعنوان: "تغطية احتجاجات ميدان التحرير من 25 يناير حتى 11 فبراير 2011: دراسة مقارنة" إلى وجود اتفاق على التركيز على عنصرين رئيسيين في الحدث، هما: المتظاهرون ومؤيدو الحكومة، وأضافت بأن الجزيرة تركز على المتظاهرين أكثر من بي بي سي التي اتسمت بتغطيتها بالحياد نسبياً، وأضافت الدراسة أن بي بي سي اعتمدت على مصادر موثوقة على رأسها شبكة مراسليها، بينما اعتمدت قناة الجزيرة على النشاط لتوفير المعلومات، وأوضحت الدراسة أن الجزيرة كانت أكثر هجومية على نظام حكم مبارك أكثر من بي بي سي، بصورة اتضحت معها أجندتها في الشرق الأوسط، وفيما يتعلق بالقيم الإخبارية، فقد رصدت الدراسة معايير في التغطية الإخبارية للقناتين ومنها: الصراع والدراما، والجدة، والتأثير، والقرب المكاني.⁽³⁸⁾

• وتوصلت دراسة المقدم (2010م) بعنوان: "العناصر الفنية والتحريرية في التقارير الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية"، إلى أن تقارير القنوات الفضائية جاءت أقل من دقيقتين ونصف، وأن الأخبار السياسية تحتل نصف التقارير الإخبارية في القنوات، وتليها أخبار الاهتمامات الإنسانية، ثم أخبار الصراعات، وأن معظم التقارير الإخبارية في القنوات لا يوجد فيها ترابط بين الصوت والصورة، وأن أكثر من نصف تقارير القنوات لا يوجد بها مقتطفات خاصة بالمسؤولين، وأن نسبة التقارير التي يوجد بها مقتطفات صوتية لخبراء 25.8%، وجاءت نسبة التقارير لشهود عيان وضحايا 38.3% من عدد التقارير الإخبارية في القنوات.⁽³⁹⁾

• وأجرى قاسمي وآخرون (2007م) دراسة بعنوان: "القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها دراسة مقارنة على نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري وTF1 الفرنسية" وتوصلت إلى: أنه من حيث الجدة أو الحداثة فقد قدمت محطة TF1 أحداثاً جديدة بنسبة 90% من أخبارها، والأخبار العاجلة وجدت بنسبة 50%، وقدم التلفزيون الجزائري 68% من الأحداث الجديدة، وجود علاقة بين الأخبار والقرب الجغرافي أو العاطفي في كل محطة، بغض النظر عن نوع الملكية أو القيم الإخبارية، وتوزعت أخبار TF1 على الأخبار المحلية تليها الإقليمية، ثم الدولية، وفي التلفزيون الجزائري كان الاعتماد أكثر على الأخبار المحلية.⁽⁴⁰⁾

• وتوصلت دراسة الحارثي (2006م) بعنوان: "إخراج البرامج الإخبارية في القنوات الإخبارية العربية"، إلى أن قناة العربية لها الصدارة في استخدام الإضاءة، والمونتاج المناسب، والحركات الصحيحة للكاميرا، ووضوح وجودة

الرسوم والجرافيك، والاستخدام المكثف للمؤثرات البصرية، وسجّلت القناة السعودية أعلى النسب في حركات الكاميرا غير الانسيابية، وجاء التعليق في القنوات بمستوى جيد من حيث خامّة ونبر الصوت والتوقف المناسب أثناء القراءة، أتت قناة العربية في المقدمة بصحة اللغة، بينما جاءت القناة السعودية الأعلى في الأخطاء اللغوية. (41)

• وتوصلت دراسة مولين (Molen,2001) بعنوان: "تقييم التطابق بين النص والصورة في الأخبار التلفزيونية تطوير خطة جديدة للترميز"، إلى أن 50% من الأخبار المخصصة للكبار يقدمها المذيعون دون تركيب أي صورة عليها، وأن كلاً من الأخبار المخصصة للكبار والأطفال يهتم بالوقائع والأحداث المحددة أكثر من الأخبار التي تحاول البحث في أسباب الحدث أو التنبؤ بنتائجه، وأن الأخبار المخصصة للأطفال تهتم أكثر بتطابق الصورة مع الصوت أكثر من الأخبار المخصصة للكبار، ووجدت الدراسة علاقة دلالة بين نوع المعلومة الإخبارية ومستوى التطابق بين الصورة والصوت في الأخبار المخصصة للأطفال، ويعطي القائمون على هذه الأخبار معظم الوقت لمستوى التطابق المباشر والمصدر الناطق من دون صورة في حالة القصص الإخبارية عن أحداث ذات وقائع محددة. (42)

• وأشارت دراسة غرابي (Grabe,2001) بعنوان: "الإثارة في الأخبار التلفزيونية: المحتوى والأشكال المثيرة"، إلى أن مراسلي برنامج 60 دقيقة يقدرون التركيز على الأخبار المهمة اجتماعياً، تليها الموضوعات السياسية والاقتصادية، وتشغل أخبار المشاهير في مقدمة أخبار HardCopy، وأوضحت النتائج أن برنامج 60 دقيقة أقل من هارد كوبي في توظيف ميزات الإثارة في الإنتاج، كالمؤثرات الصوتية والحركات المثيرة للكاميرا، وكشفت عن أن الإيقاع العام للأخبار المثيرة أسرع من الأخبار الجادة، وأن هارد كوبي أسرع إيقاعاً من 60 دقيقة. (43)

• وتوصلت دراسة المرسي (1999م) بعنوان: "النشرات الإخبارية في التلفزيون المصري المحتوى والشكل" إلى اتفاق النصّ الخبري مع موضوع المادة المصورة بنشرات الأخبار، وأنّ التلفزيون المصري يهتم بعرض الأخبار القصيرة التي يستغرق عرضها أقلّ من دقيقة، وبالنسبة للموضوعات التي عالجتها نشرة الأخبار، كانت الصدارة للموضوعات السياسية، وجاءت الأخبار الإيجابية في تصنيفها، وأكّدت الدراسة أن الأخبار المصورة مثلت المركز الأول في تقديم الأخبار، وتمثلت في المادة المصورة الصامتة، والمادة المصورة الصوتية، والتقارير المصورة. (44)

• وفي دراسة الضبيان (1997م) بعنوان: "المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدامات الجمهور لها"، خلص إلى وجود تأثير واضح لعامل ملكية القنوات في تحديد اهتمامات القناة ومعايير انتقاء الأخبار فيها، وأن المادة الإخبارية في قناة الشرق الأوسط أكثر تميزاً عن بقية القنوات من خلال مستوى تغطيتها للأحداث وتوافر المرسلين بعكس قناة BBC التي كانت تفتقر للمرسلين في معظم أحداثها وتكتفي بإجراء مقابلات مباشرة أو هاتفية مع أشخاص ليعلقوا على موضوع الحدث، مما يوفر خلفية مناسبة عنه، وأظهرت أن اللقطات الحية هي السمة العامة للمادة الفيلمية المصاحبة للأخبار في القنوات الإخبارية عينة الدراسة، وأن 40% من المادة الخبرية في هذه القنوات تنقسم بالتوازن، مقابل 32% غير متوازنة. (45)

المحور الثاني : دراسات حول نظرية تحليل الأطر الإعلامية :

• أثبتت دراسة عيسى (٢٠١٦م) بعنوان: "الأطر الخبرية للعدوان الإسرائيلي على غزة 2014 في موقع صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية"، أن التقرير الإخباري كان أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة، وأن الموقع اعتمد على المراسل الصحفي بشكل كبير جداً، واستخدم الموقع الصور والنص الفائق والجرافيك، واحتلت أطر الصراع المرتبة الأولى في الأطر الخبرية المستخدمة في موضوعات العدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠١٤م، تلتها وبفارق كبير أطر المسؤولية وأطر الاهتمامات الإنسانية بنسبة متساوية، ثم أطر الحلول المقترحة، تلتها أطر الأسباب، وأخيراً أطر النتائج المتوقعة. (46)

• وفي دراسة جلال (٢٠١٥م) بعنوان: "أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري"، لم تحظ قضايا الإرهاب بالتغطية الإخبارية المهنية الضرورية؛ حيث تنطلق هذه التغطية من أطر محدودة ومحددة، ولا يوجد اختلاف بين الوسائل ونمط الملكية في التأثير على بناء الرسالة الإعلامية، فالإستراتيجية تنطلق من توجه محدود يعتمد على تقديم حدٍ أدنى من المعلومات والمعارف، وترتكز على أهداف وأحداث بعينها، وعلى مظاهر المشكلة دون أسبابها وجذورها، هناك تجاوز للقواعد المهنية للتغطية الإخبارية بين كلِّ الوسائل موضع الدراسة. (47)

• أظهرت دراسة صادق (٢٠١٤م) بعنوان: "أطر المعالجة الإعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والأجنبية الموجهة" بروز إطار الحل في مقدمة الأطر الإعلامية في معالجتها لأحداث الثورة السورية، تلاه إطار المسؤولية، ثم إطار الصراع، وإطار الاهتمامات

الانسانية، ثم إطار الهيمنة، تلاه الإطار الحقوقي، وأخيراً الإطار الأيديولوجي، وكشفت دراسة النخب عن ارتفاع الاتجاهات السلبية لدى النخب السياسية والإعلامية والأكاديمية تجاه مواقع الدراسة فيما يتعلق بافتقارها للمصداقية. (48)

• **وخلصت دراسة عليان (٢٠١٤م) بعنوان: "الأطر الخبرية لقضية الدولة الفلسطينية في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية دراسة تحليلية مقارنة"**، مقارنةً مع موقعي فضائية BBC عربي وفضائية الحرة، وتصدر الخبر الأشكال الصحفية الخبرية المستخدمة في مواقع الدراسة، وتجاهل موقعاً فضائية BBC عربي وفضائية الحرة ذكر مصدر المادة الصحفية في تغطيتهما للقضية، وسيطر الاتجاه المؤيد على تغطية مواقع الدراسة للقضية، واعتمدت مواقع الدراسة على إطار النتائج المترتبة بنسبة مرتفعة في تغطية قضية فلسطين، مقابل باقي الأطر الخبرية، وتنوعت آليات التأطير المستخدمة في مواقع الدراسة في تغطيتها. (49)

• **وفي دراسة العنزي (٢٠١٢م) بعنوان: "القيم الإخبارية في القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة للعالم العربي: دراسة وصفية تحليلية مقارنة"**، جاءت المواضيع السياسية بالمركز الأول من مواضيع أخبار الدراسة تلاها العسكرية، واهتمام القنوات بهذين الموضوعين على حساب القضايا الأخرى من اقتصادية واجتماعية ودينية وصحية وثقافية وتربوية، واعتمدت قنوات الدراسة على الأخبار التفسيرية في تغطيتها، وأوضحت أن القيم الخبرية حاضرة في أخبار مجموعة قنوات الدراسة، وتمثلت في أخبار لها تأثير على كثير من الناس، أخبار قريبة الحدوث، أخبار قريبة من المتلقي العربي، أخبار لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالعالم العربي. (50)

• **وخلصت دراسة الطوخي (٢٠١١م) بعنوان: "المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة المصرية في قناتي العربية والبي بي سي العربية"**، إلى اهتمام قناتي العربية وBBC العربية بأحداث الثورة المصرية، وأوضحت اهتمام قناتي العربية وBBC العربية بتقديم الأخبار من موقع الحدث خلال مراسليها في الترتيب الأول يليها حوار مع الجمهور من موقع الحدث شهود عيان، ثم مذيع ومتخصص، وتعليق على المادة المصورة، ثم تقارير مصورة، وأخيراً مذيع فقط، وبيّنت النتائج ارتفاع الأخبار السلبية التي قدمتها القناتان عن أحداث الثورة المصرية، يليها الأخبار المحايدة، وأخيراً الأخبار الإيجابية، وأوضحت النتائج تنوع الأحداث الرئيسية للثورة المصرية التي وردت في المعالجة الإخبارية في القناتين بين استخدام العنف، والوقفات الاحتجاجية، والكشف عن الفساد، وقطع الانترنت

ونزول الجيش لموقع الحدث، الدور الدولي والعربي والمحلي، وانسحاب قوات الأمن، تنظيم لجان شعبية. (51)

• **وتوصلت دراسة شاهين (٢٠٠٧م) بعنوان: الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية**، إلى تعدد المضامين التي تم تقديم قضايا الشرق الأوسط في إطارها، وبرز في مقدمتها المضامين الاجتماعية والفنية، بما يكفل تجاوز الإطار السياسي، وتعددت الأطر المستخدمة في التغطية وفي مقدمتها إطار نسب المسؤولية، يليه الإطار الأخلاقي والعقائدي والديني، وتعددت مصادر المادة الإخبارية، وسيطر الاتجاه السلبي على معالجة قضايا الشرق الأوسط من عدد القضايا المطروحة، وبينت أن الشبكة التلفزيونية الأمريكية CNN قدمت قضية واحدة فقط تتعلق بالقضية الفلسطينية من بين عشرات القضايا التي عالجتها ضمن البرنامج المذكور، وأنه لم ترد أية إشارة لمصطلح فلسطين أو للصراع العربي الإسرائيلي حول الأراضي العربية المحتلة، واكتفت بإطلاق مصطلح نساء غزة على الفلسطينيات المقدمات لسوق العمل بسبب فقدان الرجال أعمالهم. (52)

• **ركزت دراسة كمال (2006م) بعنوان "معالجة الصحافة المصرية للانتخابات البرلمانية المصرية عام 2005"**، وأبرزت الدراسة تأثير المرجعية الأيديولوجية للحزب كمحدد لطبيعة التصورات التي تطرحها الصحيفة بشأن القوى السياسية الأخرى، وخلصت نتائجها إلى وجود تباين في الأطر المقدمة عن الانتخابات البرلمانية في صحف الدراسة وفقاً للسياسة التحريرية والتوجه الفكري الذي تتبناه، حيث سيطر على خطاب صحيفة الأهرام تقديم أطر تبرز إيجابية العملية الانتخابية، بينما سيطرت الأطر السلبية على صحف الوفد والأهالي والأسبوع. (53)

• **اهتمت دراسة بوشر (Busher, 2006) بعنوان: "التغطية الإخبارية لصحيفة النيويورك تايمز لانتخابات أعضاء مجلس النواب بولاية نيويورك عام 2000"**، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود أربعة أطر أساسية كانت مهيمنة على تغطية الصحيفة هي: إطار النشاط السياسي، وإطار الأنماط المثالية المرتبط بالأنواع الاجتماعي، وإطار التقاليد الصحفية المتبعة مع السيدات الأول، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن إطار النشاط السياسي هو أكثر الأطر بروزاً بالنسبة للسيدة هيلاري كلينتون مقارنة بالأطر الأخرى. (54)

• **اهتمت دراسة برجت (Brigette, 2004) بعنوان: "الأطر الإخبارية في الصحف الأمريكية لرد فعل الحكومة على إعصار كاترينا"**، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أطر الاهتمامات الإنسانية جاء في المرتبة الأولى، ثم إطار المسؤولية، وإطار

التوابع الاقتصادية، وأخيراً الأطر المعنوية، وكشفت الدراسة عن حيادية الحكومة الأمريكية في نغمة التناول الإعلامي، بينما اتسمت نغمة تعامل الحكومة الاتحادية بالأكثر إيجابية. (55)

• هدفت دراسة سلخانشيفلي (Sulkhanishvili,2004) بعنوان: "الأطر الإعلامية للتعطية الإخبارية لمحاولة غلق إحدى القنوات التلفزيونية المستقلة في جمهورية جورجيا"، وأبرزت الدراسة تحليل الأطر الإخبارية التي استخدمتها الصحف الجورجية الحكومية والمستقلة خلال تغطيتها للحدث من خلال تحليل أربع جرائد يومية جورجية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن إطاري المسؤولية والصراع كانا الأكثر استخداماً مقارنة بإطار العواقب الاقتصادية أو الإطار المعنوي الأخلاقي. (56)

• وتوصلت دراسة دافن وايت (Davin White,2004) بعنوان "تأثيرات الأطر الإيجابية والسلبية في معالجة سبع صحف أمريكية لحرب الخليج 1991 والحرب على العراق عام 2003" إلى أن تغطية الحرب على العراق عام 2003 كانت أكثر إيجابية من تغطية الصحف لحرب الخليج 1991، حيث جاءت معالجة الصحف لحرب العراق عام 2003 أكثر حيادية من تغطية الصحف لحرب الخليج 1991، تعددت الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها الصحف لإبقاء القصة الخبرية حية ومتحركة كونه أكثر صلة بطبيعة الحدث. (57)

• دراسة هولاهان وبيشه (Hollahan & Baysha,2004) بعنوان: "الأطر الخبرية للأزمة السياسية الأوكرانية"، وأشارت النتائج إلى بروز أربعة أطر خبرية تكررت وتشابهت لوصف الأزمة التي دارت خلال فترة التحليل، يشير الأول إليها باعتبارها لعبة سياسية والثاني أنها أزمة الإصلاح، والثالث يشير إلى أنها صراع بين الشرق والغرب فيما يشير الرابع إلى ضرورة التحقيق في الأمر وبحثه، كما أظهرت النتائج أن كل وسيلة إعلامية كان لها الحرية في وضع أولويات بروز بعض الأطر الخبرية دون غيرها، مما يؤكد المعرفة المسبقة بالتفضيلات السياسية لكل من قنوات التلفزيون والصحيفة والموقع الإخباري على الإنترنت. (58)

• تناولت دراسة صلاح الدين (2001م) بعنوان: "دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، من خلال تطبيق نظرية الأطر الإخبارية" وخلصت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المصرية ركزت على القضايا الخارجية وأبرزتها مع اختلافات في التوجه والرأي بين صحيفة الأهرام والتلفزيون من جانب وبين الصحف الحزبية من جانب آخر. وأشارت النتائج أيضاً إلى توظيف وسائل الإعلام الرسمية مجموعة من

الاستراتيجيات لتدعيم الأطر الخيرية مثل اتباع أسلوب العملية، وإبراز جوانب ومعلومات، وتجاهل جوانب ومعلومات أخرى، وتوظيف الصور وغيرها من عناصر الإبراز. (59)

رؤية نقدية للتعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي قسمت على محورين، وبمراجعة التراث العلمي في محور شكل ومضمون البرامج الإخبارية، ومحور نظرية تحليل الأطر الإعلامية، يتضح ما يلي:

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في فهم وإدراك الكيفية والمنهجية لكافة جوانب الدراسة من ناحية تحديد مشكلة وأهمية وأهداف الدراسة وكيفية الخروج بأسئلة تتناسب مع الدراسة الحالية وخصوصا الدراسات التي استخدم فيها الباحثون تحليل المضمون كأداة رئيسية لدراساتهم.
- الاعتماد على تحليل المضمون الكمي كأداة بحثية في تفسير القضايا، وقد برز هذا التوجه تحديداً في دراسات التلفزيون، فأغلب الدراسات استخدمت أسلوب تحليل المضمون، كما أنّ أغلبها تناول التغطية والبرامج الإخبارية التلفزيونية، وزيادة الاعتماد على التحليل الكيفي في دراسات تحليل الخطاب بالدراسات الأجنبية، وانخفاض نسبة الدراسات التي استخدمت دراسات الأطر التحليلية.
- التركيز على مادة الخبر كوحدة للتحليل في الدراسات التي اعتمدت على الأطر المرجعية في تحليل المادة الخبرية وندرة الدراسات التي استخدمت القصص الخبرية كوحدة للتحليل، ولاحظ الباحث ندرة الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع القصص الخبرية ولم يجد سوى دراسة واحدة للباحث (السعدي، 2012م)، ومن شأن هذه الدراسة أن تمهّد أرضية علمية للدراسة التحليلية الحالية لرصد أساليب القصص الخبرية في البرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية.
- الدراسات التي تناولت القصص الخبرية التلفزيونية على الرغم من قلتها، وفي حدود علم الباحث، اقتصر بعضها على بحث أسباب ضعف الإقبال على القصص الخبرية التلفزيونية دون الخوض في بنائها الفني وتحليل مكوناتها.
- وتكمن العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في كون القصة الخبرية شكلاً من أشكال المعالجة الإعلامية للقضايا والأحداث، وفناً من فنون الأخبار التلفزيونية، ويلاحظ مما سبق ندرة الدراسات والأبحاث التي تناولت ذلك النوع من الفنون الإخبارية، والذي يستمد أهميته من انتشار القنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة والتنافس الشديد فيما بينها من أجل تحقيق سبق في الوصول إلى المعلومة وجذب المشاهد.

- وفي النهاية اعتمد الباحث على الدراسات والأبحاث التي تناولت البرامج الإخبارية من حيث الشكل والمضمون واتجاهات التأطير، لتكوّن الجزئية المخصصة للدراسات السابقة، وللوقوف على المعالجة الإعلامية لمختلف القضايا المجتمعية .

- وبناءً على ما سبق -وفي حدود علم الباحث- ومن خلال استعراضه لهذا المحور لا توجد دراسة واحدة حول أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالخصوص الخبرية المذاعة في النشرات والبرامج الإخبارية الفضائية .

الإجراءات المنهجية للدراسة :

منهج الدراسة :

يستخدم الباحث منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للقاعدة والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة كافة جوانبها، ولما كانت هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالنشرات والبرامج الإخبارية الفضائية العربية، والوقوف على مدى التباين والاتفاق بين قنوات الدراسة في إعداد القصة الخبرية، ويعد منهج المسح بالعينة مناسباً لكبر حجم المادة المدروسة، وذلك باستخدام أسلوب تحليل المضمون الذي يعد طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضح محتوى المادة الإعلامية، لتحديد سمات المضمون ودراسة خصائصه⁽⁶⁰⁾. وتعد هذه الدراسة من النوع المقارن، إذ تقارن بين القصص الخبرية بالنشرات والبرامج الإخبارية المذاعة على قناة mbc السعودية، وقناة onlive المصرية .

مجتمع وعينة الدراسة :

تمثل القصص الخبرية بالنشرات والبرامج الإخبارية الفضائية المجتمع الأصلي للدراسة، ويقصد الباحث بالبرامج الإخبارية الفضائية، تلك البرامج التي تقدم أخبار وبشكل منتظم، وتخطب جمهورها باللغة العربية على قناة mbc السعودية، وقناة onlive المصرية، وقام الباحث باختيار القصص الخبرية في قناة mbc السعودية، وقناة onlive المصرية، لتكون عينة دراسته، وذلك لدورة برامجية في الفترة من أول أبريل حتى نهاية يونيو لسنة 2017م، من خلال الأسبوع الصناعي، حيث وقع الاختيار على الأيام (السبت 1 أبريل، الأحد 9 أبريل، الاثنين 17 أبريل، الثلاثاء 25 أبريل) ثم (الأربعاء 3 مايو، الخميس 11 مايو، الجمعة 19 مايو، السبت 27 مايو)، ثم (الأحد 4 يونيو، الاثنين 12 يونيو، الثلاثاء 20 يونيو، الأربعاء 28 يونيو)، وقام بتحليل مضمون القضايا المجتمعية بالخصوص الخبرية في البرامج الإخبارية بكل قناة، وبالطريقة العشوائية المنتظمة .

أدوات جمع البيانات :

يعتمد الباحث في دراسته على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات التي تعد من أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم طبيعة الرسائل الإذاعية, وتحليل المضمون يهدف إلى الوصف الكمي الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهري لمادة الاتصال. (61)

ويعتمد هذا البحث على تحليل مضمون عينة من القصص الخبرية التي تبث خلال البرامج الإخبارية المقدمة في قناة mbc السعودية, وقناة onlive المصرية, بهدف دراسة أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالنشرات الإخبارية عينة الدراسة, ويسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا ولذا كان لا بد أن يتم تقسيم المضمون إلى وحدات, ووحدته التحليل هي أصغر عنصر في تحليل المحتوى غير أنها تعد أكثر العناصر أهمية, وتعد القصة الخبرية التي يظهر فيها مراسل أو مراسلة, ووحدته التحليل في هذه الدراسة, وذلك ليتم حساب التكرارات العددية للأخبار التي تم تحليلها, كذلك تم استخدام وحدة الدقيقة لقياس زمن عرض القصة الخبرية.

الصدق والثبات :

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من أساتذة الإعلام[†] (*), الذين أقرروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه, وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التي أبدأها بعض المحكمين, ووصولاً للاتفاق بين المحكمين حول مدى تحقيق الاستمارة لأهداف الدراسة وتساؤلاتها, وتم اختبار الثبات من خلال إعادة التحليل بعد مرور اسبوعين على التحليل الأول, لاستخراج ثبات التحليل في المرتين فظهرت النتيجة بنسبة اتفاق (0.89).

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية, لإجراء المقارنات بين القنوات عينة الدراسة.

مجالات وحدود الدراسة :

تتخصر الحدود الوثائقية للدراسة الحالية بالقصص الخبرية في قناة mbc السعودية, وقناة onlive المصرية, وينصب موضوع الدراسة حول أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية المذاعة بالنشرات والبرامج الإخبارية الفضائية وذلك في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية, وتم إجراء الدراسة التحليلية لدورة برمجية واحدة في الفترة من (1 أبريل:30 يونيو 2017م).

† (*) قام بتحكيم الاستبيان مجموعة من الأساتذة بجامعتين سعوديتين :
د. نايف آل سعود . أستاذ بقسم الإعلام ، و عميد كلية الآداب . جامعة الملك سعود .
د. عثمان العربي . أستاذ بقسم الإعلام . جامعة الملك سعود .
د. محمد غريب . أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية . جامعة أم القرى .
د. وديع العززي . أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية . جامعة أم القرى .
د. محرز غالي . أستاذ مشارك بقسم الإعلام . جامعة الملك سعود .

نتائج الدراسة ومناقشتها :

قام الباحث برصد وتحليل أهم الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المذاعة بال نشرات الإخبارية الفضائية من خلال ثلاثة محاور كما يلي:

- المحور الأول : الأطر الفنية المستخدمة في القصص الخبرية لعرض القضايا المجتمعية .
- المحور الثاني : الأطر التحريرية المستخدمة في القصص الخبرية لتقديم القضايا المجتمعية .
- المحور الثالث : أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية .

المحور الأول : الأطر الفنية المستخدمة في القصص الخبرية لعرض القضايا المجتمعية :

- حجم وموقع ومكان التعليق بالقصص الخبرية في النشرات الإخبارية الفضائية تم تحليل 12 يوم من خلال الدورة البرمجية (ابريل/مايو/يونيو) للقصص الخبرية المذاعة بالنشرات والبرامج الإخبارية في القنوات mbc السعودية , و onlive المصرية , وذلك من خلال الأسبوع الصناعي .

جدول رقم (1)

حجم وموقع ومكان التعليق بالقصص الخبرية

| حجم وموقع القنوات ومكان الفضائية | | حجم القصص الخبرية | | موقع القصص الخبرية | | مكان التعليق بالقصص الخبرية | | | | | |
|----------------------------------|----|-------------------|----|-----------------------|----------------------|-----------------------------|------------------|-------------|------|----|------|
| | | ك | % | داخل النشرة الإخبارية | بعد النشرة الإخبارية | بداية القصة | أثناء عرض الصورة | خاتمة القصة | ك | % | |
| قناة mbc السعودية | 65 | 56.5 | 65 | 100 | - | 4 | 6.2 | 16 | 24.6 | 45 | 69.2 |
| قناة onlive المصرية | 50 | 43.5 | 46 | 92 | 4 | 8 | - | 8 | 16 | 42 | 84 |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (1) يتضح ما يلي :-

أولاً : حجم القصص الخبرية بالنشرات الإخبارية

جاء حجم القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية بقناة ال mbc السعودية 65 قصة وبنسبة 56.5% , أعلى من حجم تقارير قناة ال onlive المصرية والتي بلغت 50 قصة وبنسبة 43.5% , وذلك خلال الدورة البرمجية الخاضعة للتحليل.

ثانياً : موقع القصص الخبرية بالنشرات الإخبارية

وجاء تقديم القصص الخبرية خلال الدورة البرمجية داخل النشرات الإخبارية بقناة ال mbc السعودية بنسبة 100% , وذلك من إجمالي 65 قصة , مقابل 92% بقناة ال onlive المصرية من إجمالي 50 قصة , في حين لم تقدم قناة ال mbc السعودية أي قصة خبرية بعد النشرة الإخبارية , مقابل تقديم قناة ال onlive المصرية 8% من القصص الخبرية بعد انتهاء نشرتها الإخبارية .

ثالثاً : مكان التعليق في القصص الخبرية بال نشرات الإخبارية

جاء مكان التعليق بالقصص الخبرية بالبرامج الإخبارية في المقام الأول بالقناتين أثناء عرض الصورة ,بتفوق on live المصرية بنسبة 84% ,من إجمالي 50تقرير بها ,مقابل 69.2% لدى mbc السعودية من إجمالي 65تقرير بها ,وجاء التعليق بعد الصورة في الترتيب الثاني بالقناتين من خلال 24.6%بال mbc السعودية مقابل 16% لدى on live المصرية ,وأخيراً قبل الصورة لدى mbc السعودية بنسبة 6.2% مقابل عدم وجودها ب on live المصرية .

- متوسط طول القصص الخبرية ومكان لقطة حوار الكاميرا :

تدرس هذه الفئة متوسط طول القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بالقنوات السعودية والمصرية عينة الدراسة من خلال ثلاث فئات : (أقل من دقيقتين ,من دقيقتين إلى أقل من ثلاث دقائق ,ثلاث دقائق فأكثر).

جدول رقم (2)

متوسط طول القصص ومكان لقطة حوار الكاميرا

| مدة القصة ومكان لقطة حوار الكاميرا | | متوسط مدة القصة الخبرية | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|-------------------------|----|-------------------------|----|------------------|----|---------------|------|---------------|------|---------------|----|
| | | أقل من دقيقتين | | من 2 إلى أقل من 3 دقائق | | ثلاث دقائق فأكثر | | بداية التقرير | | أثناء التقرير | | خاتمة التقرير | |
| حوار الكاميرا القناة الفضائية | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك |
| قناة mbc السعودية ن =65 | | 15.4 | 10 | 35 | 35 | 53.8 | 20 | 20 | 30.8 | 27 | 41.6 | 10 | 28 |
| قناة onlive المصرية ن =50 | | 26 | 13 | 25 | 25 | 50 | 12 | 24 | 24 | 20 | 40 | 8 | 22 |

بتحليل ومقارنة بيانات الجدول السابق رقم (2) يتضح ما يلي :-

أولاً : متوسط طول القصة الخبرية بالبرامج الإخبارية

جاءت المدة الزمنية بالقصص الخبرية المقدمة بقناة mbc السعودية في المقام الأول من 2:أقل من 3دقائق وبنسبة 53.8% ,يليه ثلاث دقائق فأكثر بنسبة 30.8% ,ثم أقل من دقيقتين بنسبة 15.4% ,من إجمالي عدد القصص الخبرية المذاعة من خلالها والبالغ 65 قصة .

وانفقت قناة onlive المصرية في المدة الزمنية لقصصها الخبرية من خلال استخدامها في المقام الأول من 2:أقل من 3دقائق وبنسبة 50% ,واختلفت بعد ذلك في الترتيب الثاني والثالث ,حيث جاءت أقل من دقيقتين بنسبة 26% ,ثم ثلاث دقائق فأكثر بنسبة 24% ,من إجمالي عدد القصص الخبرية المذاعة من خلالها والبالغ 50 قصة .

وتتفق النتيجة مع (دراسة أحمد, 2015م) حيث بلغ متوسط طول الخبر الميداني لدى قنوات دراسته 152 ثانية، أي دقيقتان و32 ثانية، وتتفق أيضاً مع (دراسة المقدم, 2010م) حيث أثبتت أن تقارير القنوات الفضائية تميل إلى أن تكون أقل من دقيقتين ونصف، بينما اختلفت مع (دراسة آل شرهان, 2012م) فخرجت بوجود سلبيات تحد من متابعة تقارير البرامج والنشرات الإخبارية في التلفزيون السعودي ومنها طول مدة التقارير .

وتعد هذه المدة الزمنية " من 2 إلى أقل من 3 دقائق " قريبة جداً من طول القصة الخبرية المتعارف عليه عالمياً، إذ إن كبرى المحطات العالمية مثل CNN تشترط أن لا يتجاوز القصة الخبرية دقيقتين ونصف دقيقة، وتصف هذه المدة بالطول المثالي للقصة الخبرية التلفزيونية .

ثانياً : مكان لقطة حوار الكاميرا في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

وبمقارنة نتائج الجدول السابق رقم (2) يتضح اتفاق القنوات mbc السعودية و onlive المصرية في لقطة حوار الكاميرا حيث جاءت في المقام الأول في خاتمة القصة الخبرية وبنسب متقاربة وهي 43% لدى القناة السعودية، و44% لدى القناة المصرية، ويليهما بنسب متقاربة أيضاً في القنوات الثاني في بداية القصة، وأخيراً في أثناء القصة، وذلك من إجمالي عدد القصص المذاعة من خلال كل قناة . وتتفق هذه النتائج مع (دراسة أحمد, 2015م) حيث تقع أغلب لقطات حوار الكاميرا في ختام الشكل الإخباري الميداني وتحمل مضموناً تحليلياً واستنتاجياً . ورغم أن وقوع لقطة حوار الكاميرا في الختام تحكمه طبيعة مضمون القصة الخبرية، فيرجع الباحث هذه النتيجة إلى أن كثيراً من المرسلين يسجلون قطعة حوار الكاميرا بعد أن يكتمل تصوير المشاهد المطلوب إدراجها ضمن القصة الخبرية، ويستغلونها لإبداء استنتاجاتهم وتحليلاتهم للحدث في ختام القصة .

- المادة الفيلمية وأساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية :

بتحليل المادة الفيلمية وأساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة لعرض القضايا المجتمعية، يتضح ما يلي :-

جدول رقم (3)

المادة الفيلمية وأساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية

| أساليب الانتقال بين لقطات القصة | | المادة الفيلمية بالقصة الخبرية | | | | | | المادة الفيلمية وأساليب الانتقال بين اللقطات | | | | |
|---------------------------------|---------|--------------------------------|----|-----------|----|------------|----|--|---|------|----|----------------------------|
| القطع | التلاشي | التداخل | | لقطات حية | | فوتوغرافية | | أرشيفية | | | | |
| | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | | |
| 43 | 28 | 18.5 | 12 | 38.5 | 25 | 80 | 52 | 7.7 | 5 | 12.3 | 8 | قناة mbc السعودية ن = 65 |
| 50 | 25 | 10 | 5 | 40 | 20 | 72 | 36 | 8 | 4 | 20 | 10 | قناة onlive المصرية ن = 50 |

بتحليل ومقارنة بيانات الجدول السابق رقم (3) يتضح ما يلي :-

أولاً : نوعية المادة الفيلمية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

جاءت المادة الفيلمية بالقصص الخبرية المقدمة بقناة mbc السعودية في المقام الأول اللقطات الحية وبنسبة 80%، يليها مادة أرشيفية بنسبة 12.3%، ثم صور فوتوغرافية بنسبة 7.7%، من إجمالي المادة الفيلمية بالقصص الخبرية المقدمة من خلالها والبالغ 65 قصة .

وانتقلت قناة onlive المصرية في الاهتمام بالمقام الأول في المادة الفيلمية باللقطات الحية، وبنسبة 72%، وفي الترتيب الثاني المادة الأرشيفية بنسبة 20%، ثم الصور الفوتوغرافية بنسبة 8%، من إجمالي المادة الفيلمية بالقصص الخبرية المقدمة من خلالها والبالغ 50 قصة .

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (الضبيان، 1997م) من أن المادة الفيلمية الحية هي السمة العامة للمادة الفيلمية المصاحبة للأخبار في القنوات الإخبارية العربية، كما تتفق مع (السعدي، 2012م) في أن تركيز قناة الدراسة على اعتماد الصورة الحية لمواكبة الحدث وتغطية جوانبه .

ويتضح هنا التقارب بين القناتين في عرضهم للمادة الفيلمية بالقصص الخبرية، فاللقطات الحية هي المادة الفيلمية الأساسية في التقرير الميداني، ولا يتم اللجوء فيه إلى الصور الفوتوغرافية أو الأرشيفية إلا في حالات نادرة وحسب طبيعة موضوع التقرير، ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن المرسلين الميدانيين غالباً ما يلاحقون أحداثاً آنية ويلتقطونها حال وقوعها .

وانفردت قناة onlive المصرية باستخدام لقطات منسوبة إلى وسائل إعلامية أخرى داخل بعض القصص الخبرية، ولكن قلة نسبة الاستخدام تجعل من الصعب الاعتماد على هذه النتيجة في التحليل والمقارنة .

ثانياً : أساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

وجاءت أساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية المقدمة بقناة mbc السعودية في المقام الأول بالقطع وبنسبة 43%، يليها التداخل بنسبة 38.5%، ثم التلاشي بنسبة 18.5%، من إجمالي أساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية .

وانتقلت قناة onlive المصرية في الاهتمام بالمقام الأول في أساليب الانتقال بالقطع، وبنسبة 50%، وفي الترتيب الثاني التداخل بنسبة 40%، ثم التلاشي بنسبة 10%، من إجمالي أساليب الانتقال بين لقطات القصص الخبرية .

ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن القطع (الانتقال الفوري من لقطة إلى أخرى) هو وسيلة الانتقال الوحيدة التي لا تأخذ زمناً على الشاشة، حيث إن المشاهد لا يلاحظ

لحظة القطع , وإنما يرى اللقطة السابقة واللاحقة فقط ، كما أن أسلوب القطع يماثل تماماً ما تفعله عين الإنسان عندما تنتقل بين مختلف الأشياء التي تحيط بها . وانطلاقاً مما سبق ، فإن القطع هو أسلوب الانتقال الذي يناسب المضامين الإخبارية أكثر من غيره لسببين رئيسيين هما: سرعته وعدم أخذه زماً على الشاشة ، ولكونه لا يوحي بالتدخل في سير اللقطة .

- أسلوب تقديم القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة لعرض القضايا المجتمعية وذلك للتعرف على أسلوب تقديم القضايا وتمثلت فيما يلي:-

جدول رقم (4)

أسلوب تقديم القضايا بالقصص الخبرية

| مادة فيلمية وتعليق مصاحب | | مادة فيلمية بدون تعليق | | مراسل بمادة مسجلة | | مراسل بموقع الحدث | | أسلوب تقديم القضايا بالقصص | القناة الفضائية |
|--------------------------|---|------------------------|---|-------------------|----|-------------------|----|----------------------------|-----------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| 4.6 | 3 | 10.7 | 7 | 38.5 | 25 | 46.2 | 30 | قناة mbc السعودية ن = 65 | |
| 12 | 6 | 8 | 4 | 30 | 15 | 50 | 25 | قناة onlive المصرية ن = 50 | |

بتحليل ومقارنة بيانات الجدول السابق رقم (4) يتضح ما يلي :-

جاء أسلوب تقديم القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المقدمة بقناة mbc السعودية في المقام الأول من خلال المراسلين من موقع الحدث وبنسبة 46.2% ، يليها المراسلين بمادة مسجلة بنسبة 38.5% ، ثم المادة الفيلمية بدون تعليق بنسبة 10.7% ، وأخيراً المادة الفيلمية بتعليق مصاحب بنسبة 4.6% من إجمالي عدد القصص الخبرية المذاعة من خلالها والبالغ 65 قصة .

واتفقت قناة onlive المصرية في أسلوب تقديمها للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية ، من خلال استخدامها في المقام الأول من خلال المراسلين من موقع الحدث وبنسبة 50% ، يليها المراسلين بمادة مسجلة بنسبة 30% ، واختلفت بعد ذلك في الترتيب حيث المادة الفيلمية بتعليق مصاحب في الترتيب الثالث بنسبة 8% ، وأخيراً المادة الفيلمية بدون تعليق بنسبة 12% من إجمالي عدد القصص الخبرية المذاعة من خلالها والبالغ 50 قصة .

واتفقت النتائج مع دراسة (أحمد ، 2015م) ، ودراسة (الزاويتي ، 2011م) ، ودراسة (الطوخي ، 2011م) حيث جاءت اللقطات الحية بالمادة الفيلمية بشكل أساسي في الأشكال الإخبارية الميدانية ، وأن تغطية النقاط الحية الساخنة تطوّر من موهبة المراسل التلفزيوني ، بتقديم الأخبار من موقع الحدث ، واتفقت مع دراسة (السعدي ، 2012م) والتي خلصت إلى أن 59.5% من القصص

الإخبارية في قناة الحرة مصدرها مراسلو القناة وبشكل مباشر, واتفقت مع دراسة (الضبيان, 1997م) حيث أظهرت أن اللقطات الحية هي السمة العامة للمادة الفيلمية المصاحبة للأخبار في القنوات الإخبارية عينة الدراسة, في المقابل اختلفت مع دراسة (آل شرهان, 2012م) حيث خرجت بأن التقارير الإخبارية لا تدعم الأحداث المباشرة .

من العرض السابق يتضح أن أكبر نسبة تغطية للقصص الخبرية كانت من خلال المادة الفيلمية المصاحبة للنص الخبرى الذى يقدمه المراسل ومن موقع الحدث, فى mbc السعودية, وفي onlive المصرية, وهى نتيجة منطقية لأى خدمة فى القنوات الفضائية, حيث تعد الأكثر شيوعا بسبب أنها أكثر سرعة وجاذبية وأقل تكلفة .

المحور الثانى : الأطر التحريرية المستخدمة فى القصص الخبرية لتقديم القضايا المجتمعية :

- أسلوب صياغة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية فى النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة للتعرف على كيفية صياغة القضايا المجتمعية بالبرامج الإخبارية الفضائية وتمثلت فيما يلى :-

جدول رقم (5)

أسلوب صياغة القضايا بالقصص الخبرية

| أسلوب صياغة القضايا | | تفسيري | | خبري | | تعلقي | | أكثر من أسلوب | |
|--------------------------|--|--------|----|------|----|-------|----|---------------|---|
| القناة الفضائية | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك |
| قناة mbc السعودية ن=65 | | 15.4 | 10 | 46.2 | 30 | 30.8 | 20 | 7.6 | 5 |
| قناة onlive المصرية ن=50 | | 40 | 20 | 30 | 15 | 20 | 10 | 10 | 5 |

بتحليل ومقارنة بيانات الجدول السابق رقم (5) يتضح ما يلى :-

جاءت نتائج الجدول السابق لتعكس طبيعة كل قناة فى صياغة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية حيث أوضحت النتائج أن قناة mbc السعودية يغلب عليها الطابع التفسيري حيث احتل ذلك الترتيب الأول بنسبة 46.2% وربما يرجع سبب ذلك إلى زيادة طاقم أو عدد المراسلين وزيادة الخلفيات التفسيرية للأحداث، أما قناة onlive المصرية عكست طبيعة أخرى وإعطاء مؤشر بزيادة عدد الأخبار الخاصة بالقضايا لمواجهتها أو لإلقاء الضوء عليها وغيرها، الأمر الذى جعل الأسلوب الخبرى يحتل بذلك الترتيب الأول بنسبة 40% من الإجمالى العام لصياغة القضايا .

هذا واتفقت الدراسة فيما يخص أولويات اهتمام قناة onlive المصرية بالأسلوب الخبري مع دراسة (Molen,2001) حيث خرجت بأن كلاً من الأخبار المخصصة للكبار والأطفال يهتم بالوقائع والأحداث المحددة أكثر من الأخبار التي تحاول البحث في أسباب الحدث أو التنبؤ بنتائجه .

كما جاء القالب التعليقي في الترتيب الثاني بالنسبة لقناة mbc السعودية بنسبة 30.8% من الإجمالي العام، في حين احتل القالب التفسيري الترتيب الثاني في قناة onlive المصرية بنسبة 30% من إجمالي صياغة القضايا .

وجاء القالب الخبري في الترتيب الثالث بالنسبة لقناة mbc السعودية بنسبة 15.4% من الإجمالي العام لصياغة القضايا، في حين احتل القالب التعليقي الترتيب الثالث في قناة onlive المصرية بنسبة 20% من إجمالي صياغة القضايا .

وأخيراً اتفقت القنوات السعودية والمصرية في الترتيب الأخير على الجمع بين أكثر من أسلوب في صياغة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في برامجها الإخبارية . ويرى الباحث أن تقديم الخبر بأكثر من قالب والتنوع في استخدام القوالب الفنية في صياغة القضايا المجتمعية يضيف قدرًا من الحيوية والتشويق على مستوى النشرة الإخبارية، وإن كان ذلك يعتمد بالدرجة الأولى على طبيعة الخبر والحاجة إلى التعليق عليه وتفسير بعض جوانبه .

- نوعية مضامين القضايا المجتمعية المستخدمة بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة لعرض القضايا المجتمعية وذلك للتعرف على أهم المضامين المستخدمة وتمثلت فيما يلي :-

جدول رقم (6)

مضامين القضايا المجتمعية المستخدمة بالقصص الخبرية

| مضامين القضايا المجتمعية المستخدمة بالقصص الخبرية | | | | | | | | | | | | | | مضامين القضايا القناة القضائية |
|---|---|--------|----|-------|---|----------|----|--------|---|----------|----|--------|----|---|
| رياضية | | عسكرية | | علمية | | اقتصادية | | ثقافية | | اجتماعية | | سياسية | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 3.1 | 2 | 18.5 | 12 | 9.2 | 6 | 15.4 | 10 | 9.2 | 6 | 29.2 | 19 | 15.4 | 10 | قناة السعودية mbc |
| 4 | 2 | 20 | 10 | 4 | 2 | 20 | 10 | 4 | 2 | 20 | 10 | 28 | 14 | قناة المصرية onlive |

بتحليل ومقارنة بيانات الجدول السابق رقم (5) يتضح ما يلي :-

جاءت مضامين القضايا المجتمعية المستخدمة بالقصص الخبرية بقناة mbc السعودية من خلال الموضوعات الاجتماعية بالمقام الأول وبنسبة 29.2%، يليها الموضوعات العسكرية بنسبة 18.5%، ثم السياسية والاقتصادية بنسب متساوية 15.4%، وجاءت الموضوعات الثقافية والعلمية متساوية وبنسبة 9.2%، وأخيراً الرياضية بنسبة 3.1% .

بينما جاءت مضامين القضايا المجتمعية المستخدمة بالقصص الخبرية بقناة onlive المصرية من خلال الموضوعات السياسية بالمقام الأول وبنسبة 28%، يليها الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والعسكرية بنسبة متساوية 20%، وأخيراً وبنسب متساوية جاءت الموضوعات الثقافية والعلمية والرياضية بنسبة 4% .

تصدرت الموضوعات السياسية يليها الاجتماعية والاقتصادية والعسكرية في أعلى الاهتمامات لقناة onlive المصرية، ويرجع ذلك لطبيعة القضايا المجتمعية التي تفرض نفسها بالمجتمع المصري وخاصة بعد الأزمات التي تلاحق المجتمع، نتيجة تسارع الأحداث السياسية داخلياً وخارجياً، والتي تنعكس بدورها على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والعسكرية، فجعلت من الإعلام البوق الذي يقدمها للمجتمع ليسعى إلى إلقاء الضوء عليها ومن ثم البحث في حلها.

في المقابل تصدرت الموضوعات الاجتماعية لقناة mbc السعودية، ويرجع ذلك لطبيعة الاهتمام بالقضايا الاجتماعية المطروحة على الأجندة الإعلامية على حساب الموضوعات الأخرى في السياسة الإعلامية بالقناة السعودية .

وتتشابه النتائج مع دراسة (المقدم، 2010م) بأن الأخبار السياسية تحتل نصف التقارير الإخبارية في القنوات، وتليها أخبار الاهتمامات الإنسانية، تليها أخبار الصراعات، ودراسة غرابي (Grabe, 2001) بأن مراسلي برنامج 60 دقيقة يقدرون التركيز على الأخبار المهمة اجتماعياً، تليها الموضوعات السياسية والاقتصادية، ودراسة (المرسى، 1999م) حيث كانت الصدارة للموضوعات السياسية، وتتشابه مع ما خلصت إليه دراسة (الضبيان، 1997م) بأن الأخبار السياسية أكثر الموضوعات تكراراً في مجمل المادة الإخبارية في قنوات دراسته الثلاث (بي بي سي العربية، BBC، قناة الشرق الأوسط، MBC، والفضائية المصرية) مقارنة بالموضوعات الأخرى، تليها الأخبار الاقتصادية .

ويتضح مما سبق أن الدراسة الحالية تتفق مع كل الدراسات سالف الذكر في احتلال الموضوعات السياسية صدارة القائمة، بينما تختلف معهما في ترتيب بقية الفئات ويعزوا الباحث هذا الاختلاف إلى أن الدراسات السابقة باستثناء دراسة واحدة (أحمد، 2015م)، فجميعها تناولت التقارير الإخبارية التلفزيونية بشكل عام، أي التقارير الداخلية (تقارير الاستديو)، بينما تقتصر الدراسة الحالية على القصص الخبرية التي تقترب من المجتمع من خلال المراسلين .

ويرى الباحث قلة الموضوعات الاقتصادية والرياضية في القضايا المجتمعية بالدراسة يرجع إلى أن بعض القنوات عينة الدراسة تخصص نشرات مستقلة للاقتصاد أو للرياضة، سوى استثناءات قليلة مثل أن يمس الموضوع الاقتصادي

مصالح شرائح واسعة من المشاهدين ,خاصة بالإعلام المصري ,فتقوم بإبراز آثاره في المجتمع لدرجة تفرض تغطيته ضمن النشرة الرئيسية . ويعزو الباحث تقدم الموضوعات الاجتماعية إلى أن الجوانب الإنسانية في حياة الناس تمثل مادة دسمة للقصة الخبرية كما أنها تلقى إقبالاً كبيراً من المشاهدين ، وهذا ما تؤكدته دراسة (الزاويتي, 2011م) التي خلصت إلى أن القصص الإنسانية البسيطة تكون مادة جيدة للتقارير الميدانية .

- نوعية المقدمات المستخدمة بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة لعرض القضايا المجتمعية ، للتعرف على نوعية المقدمات المستخدمة وتمثلت فيما يلي:-

جدول رقم (7)

المقدمات المستخدمة بالقصص الخبرية

| المقدمات المستخدمة بالقصص الخبرية | | | | | | | | | | | | المقدمات المستخدمة بالقصص | | | |
|-----------------------------------|---|------------|---|-------------|----|---------|----|----------|----|-----------|----|---------------------------|---|---------------------|----|
| الخطابية | | الاقتباسية | | الاستفهامية | | الوصفية | | المفارقة | | التوضيحية | | الانتقائية | | القناة الفضائية | ن |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| 3 | 2 | 7.7 | 5 | 7.7 | 5 | 30.8 | 20 | 30.8 | 20 | 12.3 | 8 | 7.7 | 5 | قناة mbc السعودية | 65 |
| - | - | 8 | 4 | 30 | 15 | 20 | 10 | 14 | 7 | 20 | 10 | 8 | 4 | قناة onlive المصرية | 50 |

وبتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (7) يتضح ما يلي :-

قدمت قناة mbc السعودية القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية من خلال العديد من المقدمات , فجاءت المقدمة الوصفية , والمفارقة بالمقام الأول بنسبة 30.8% , يليها المقدمة التوضيحية بنسبة 12.3% , ثم الانتقائية والاستفهامية والاقتباسية بنسبة 7.7% , وأخيراً الخطابية من خلال 3% من إجمالي 65 قصة قدمت بالقناة لعرض القضايا المجتمعية السعودية .

في المقابل قدمت قناة onlive المصرية القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية من خلال العديد من المقدمات , فجاءت المقدمة الاستفهامية بالمقام الأول بنسبة 30% , يليها التوضيحية , والوصفية بنسبة 20% , ثم المفارقة بنسبة 14% , وأخيراً الانتقائية , والاقتباسية من خلال 8% من إجمالي 50 قصة قدمت بالقناة لعرض القضايا المجتمعية المصرية .

يتضح هنا بعد استعراض النتائج تركيز قناة mbc السعودية على المقدمة الوصفية لوصف أحداث القضايا المقدمة , والمفارقة التي تعرض معنيين متناقضين , وتأخر المقدمة الخطابية , مقابل تركيز قناة onlive المصرية على المقدمة الاستفهامية والتوضيحية والوصفية , وتأخر الانتقائية والاقتباسية , وهنا يتضح الفرق في اهتمامات القناتين في الصياغة التحريرية وأساليب الجذب التي تستخدمها وفق سياسات وخطى

مدرسة, من قبل القنوات الفضائية بعد فهم وتحليل عميق لطبيعة الجمهور المستهدف ومواطن التأثير لديه .

- طبيعة اتجاه القضايا المجتمعية المقدمة بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل اتجاه القضايا المجتمعية المقدمة بالقصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة بهدف معرفة اتجاهها وتمثلت فيما يلي :-

جدول رقم (8)

اتجاه القضايا المجتمعية المقدمة بالقصص الخبرية

| غير واضح | | محايد | | سلبي | | إيجابي | | اتجاه القضايا المجتمعية |
|----------|---|-------|----|------|----|--------|----|--------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | القناة الفضائية |
| 7.6 | 5 | 30.8 | 20 | 15.4 | 10 | 46.2 | 30 | قناة mbc السعودية ن=65 |
| 10 | 5 | 30 | 15 | 40 | 20 | 20 | 10 | قناة onlive المصرية ن=50 |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (8) يتضح ما يلي :-

جاء اتجاه القضايا المقدمة في قناة mbc السعودية للقضايا الإيجابية في الترتيب الأولى بنسبة 46.2% من الإجمالي العام لعدد قضايا القصص الخبرية المقدمة خلال مدة التحليل، ثم جاءت القضايا السلبية في الترتيب الثاني بنسبة 15.4% وفي الترتيب الثالث جاءت القضايا المحايدة بنسبة 30.8%، وأخيراً الأخبار الغير مبينة الاتجاه بنسبة 7.6% من الإجمالي العام للقضايا .

أما قناة onlive المصرية فقد أوضحت نتائج الجدول أن القضايا السلبية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 40%، ثم القضايا المحايدة في الترتيب الثاني بنسبة 30%، وفي الترتيب الثالث جاءت القضايا الإيجابية بنسبة 20%، وأخيراً جاءت الأخبار الغير مبينة الاتجاه بنسبة 10% من الإجمالي العام لقضايا القصص الخبرية المقدمة بها .

واتفقت النتائج فيما يخص القناة السعودية مع دراسة (المرسي, 1999م) حيث جاءت الاخبار الإيجابية في تصنيف الاتجاه بدراستها، واتفقت النتائج أيضاً فيما يخص القناة المصرية مع دراسة (الطوخي, 2011م) حيث ارتفع الأخبار السلبية التي قدمتها قنوات دراسته عن أحداث الثورة المصرية، يليها الأخبار المحايدة، وأخيراً الأخبار الإيجابية، ودراسة (شاهين, 2007م) حيث سيطر الاتجاه السلبي على معالجة قضايا الشرق أوسطية من عدد القضايا المطروحة، واختلفت النتائج مع (الضبيان, 1997م) حيث أفاد في دراسته بالاتجاه نحو الأخبار غير الواضحة جاء بالمقام الأول .

نستنتج بعد عرض نتائج الجدول السابق ما يلي :

اهتمام قناة mbc السعودية بعرض القضايا الإيجابية أكثر من اهتمامها بالسلبية، وربما يعود ذلك لنوعية القضايا الاجتماعية والعلمية على المستوى السعودي والعالمي، داخل قناة mbc وهي عادة ما تكون إيجابية.

اهتمت قناة onlive المصرية بعرض القضايا السلبية أكثر من اهتمامها بالقضايا الإيجابية ,وربما يرجع السبب في ذلك إلى اهتمام القنوات الإخبارية المصرية بالأخبار والقضايا الواردة من مناطق الأحداث الساخنة وهي عادة ما تكون أخبار سلبية ,بالإضافة لتتابع الأحداث التي تعيشها مصر في حربها على الإرهاب .

- مدى موضوعية وتوازن القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة وذلك للتعرف على مدى موضوعية وتوازن القضايا المقدمة بالقصص الخبرية وتمثلت فيما يلي :-

جدول رقم (9)

مدى موضوعية وتوازن القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية

| توازن القضايا بالقصص الخبرية | | | | | | موضوعية القضايا بالقصص الخبرية | | | | | | مدى الموضوعية والتوازن بالقصص الخبرية القناة الفضائية |
|------------------------------|----|------------------|----|---------------------|----|--------------------------------|----|------------|----|--------|----|--|
| غير واضح | | تعكس وجهتي النظر | | تعكس وجهة نظر واحدة | | غير واضح | | غير موضوعي | | موضوعي | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 15.4 | 10 | 36.9 | 24 | 47.7 | 31 | 30.8 | 20 | 15.4 | 10 | 53.8 | 35 | قناة mbc السعودية ن 65= |
| 20 | 10 | 50 | 25 | 30 | 15 | 32 | 16 | 18 | 9 | 50 | 25 | قناة on live المصرية ن 50= |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (9) يتضح ما يلي :-

أولاً : موضوعية القضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

وعن مدى الموضوعية بالقضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية بقناة mbc السعودية ,فجاءت موضوعية بالمقام الأول بنسبة 53.8% ,يليهما بعض القضايا جاءت غير واضحة بنسبة 30.8% ,وأخيراً بعض القضايا جاءت غير موضوعية وبنسبة 15.4% ,وبالمقارنة بقناة onlive المصرية ,فتحققت نسبة الموضوعية أيضاً لأغلب القضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية بها وبنسبة 50% ,يليهما بعض القضايا جاءت غير واضحة في التقرير بنسبة 32% ,وأخيراً بعض القضايا جاءت غير موضوعية وبنسبة 18% .

ثانياً : توازن القضايا المجتمعية في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

وفيما يتعلق بتوازن القضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية بقناة mbc السعودية ,فجاءت نسبة 47.7% من القضايا المقدمة تعكس وجهة نظر واحدة ,وجاءت البعض يعكس وجهتي النظر للقضايا بنسبة 36.9% , وأخيراً كان هناك بعض القضايا المقدمة الغير واضحة في توازنها وبنسبة 15.4% ,وبالمقارنة بقناة onlive المصرية ,فحكست القضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية

بها وجهتي النظر وبنسبة 50%، يليها بعض القضايا تعكس وجهة نظر واحده وبنسبة 30%، وأخيراً جاءت بعض القضايا المقدمة الغير واضحة في توازنها وبنسبة 20%.

وتتفق النتيجة مع دراسة (السعدي، 2012م) والتي ركزت في تحليلها للنشرات الإخبارية على اعتماد الصورة الحية لمواكبة الحدث وتغطية مختلف جوانبه، لتؤكد مصداقيتها في نقل الأحداث لحظة وقوعها، ومع ما توصلت إليه دراسة (الضبيان، 1997م) إلى أن المادة الإخبارية في قنوات الشرق الأوسط وبي بي سي والفضائية المصرية تتسم بالتوازن في المقام الأول، تليها البعض منها غير متوازنة، تليها الأخبار غير الواضحة.

نخلص مما سبق أن أكثر من نصف القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية عينة الدراسة المذاعة بالقنوات الفضائية السعودية والمصرية تتسم بالموضوعية بالمقام الأول، تلتها فئة القضايا غير واضحة، وأخيراً بعض القضايا غير موضوعية باعتبارها عالجت قضية لا تقبل الحياد أو لم تتناول قضية مثيرة للخلاف أو لم يتسن تحديد مدى موضوعيتها من عدمه.

ويرى الباحث أن السبب في عدم توازن البعض من القضايا المجتمعية بقناة onlive المصرية يرجع لطبيعة معظم القضايا المقدمة بالقصص الخبرية، والتي يغلب عليها الطابع السياسي، وكون مصر ما زالت تحارب وتتصدى لقوى الشر والمتمثلة في الإرهاب، وتأثيره على مختلف مجالات الحياة في مصر، من هنا جاءت القصص الخبرية بها لتعكس قيم المواطنة والوطنية، وهذا لا يحتمل معه البحث والحوار حول من يقف مع هذا الفكر الضال بالمجتمع المصري، وفي المقابل كان السبب في عدم توازن بعض القضايا المجتمعية بقناة mbc السعودية، كونها تنصب معظمها على القضايا الاجتماعية، وكون المجتمع السعودي متمسكاً بعبادات وتقاليد من الصعب تغييرها، فجاءت قضايا القصص الخبرية لتسبح مع التيار ولم تقم بعرض وجهات النظر المضادة لهذه القضايا.

ويؤكد الباحث بشكل عام على الإعداد الأمثل للقصص الخبرية، والتي تعد المقابلات عنصراً أساسياً فيها، فيتعين على المراسل أن يراعي قواعد وأسس العمل الميداني الصحيح والتي منها التوازن في تناول وجهات النظر المختلفة.

- المقتطفات الصوتية المقدمة بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة لعرض القضايا المجتمعية وذلك للتعرف على المقتطفات الصوتية المقدمة وتمثلت فيما يلي :-

جدول رقم (10)

المقتطفات الصوتية المقدمة بالقصص الخبرية

| المقتطفات الصوتية المقدمة بالقصص الخبرية | | | | | | | | | | المقتطفات الصوتية المقدمة بالقصص القناة الفضائية |
|--|---|-----------|----|-----------|----|-------|----|---------|----|--|
| مراسل بمفرده | | شهود عيان | | جمهور عام | | خبراء | | مسئولين | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| - | - | - | - | 23.1 | 15 | 30.7 | 20 | 46.2 | 30 | قناة mbc السعودية ن =65 |
| 10 | 5 | 30 | 15 | 24 | 12 | 18 | 9 | 18 | 9 | قناة on live المصرية ن =50 |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (10) يتضح ما يلي :-

يأتي المسئولون على رأس قائمة ضيوف القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية، بقناة mbc السعودية حيث بلغت نسبتهم 46.2%، تليهم فئة الخبراء بنسبة قدرها 30.7%، ثم فئة الجمهور العام بنسبة بلغت 23.15%، ولم تستعن القصص الخبرية بشهود العيان، أو تواجد المراسل بمفرده، وذلك خلال فترة التحليل من إجمالي القصص الخبرية المذاعة بها .

بينما اختلفت نتائج التحليل للقصص الخبرية المقدمة بقناة onlive المصرية، حيث جاء الاستعانة بشهود العيان من أولويات اهتمامها وبنسبة 30%، يليها الجمهور العام بنسبة 24%، ثم المسئولين والخبراء بنسبة 18%، وأخيراً تواجد المراسل بمفرده بنسبة 10%، وذلك خلال فترة التحليل من إجمالي القصص الخبرية المذاعة بها . وتتشابه هذه النتيجة في تحليل مضامين القصص الخبرية لقناة mbc السعودية مع ما توصلت إليه (المقدم، 2010م) من أن قناة النيل الإخبارية وهي قناة حكومية إخبارية تفضل الاستعانة بالمسئولين الحكوميين في تقاريرها الإخبارية، واختلفت مع (السعدي، 2012م)، و(الزاويتي، 2011م)، و(العفيفي، 2011م) حيث توصلوا إلى اهتمام القصص الإخبارية في قنواتهم بمراسلي القناة مباشراً .

ويعزو الباحث ارتفاع نسبة شهود العيان والجمهور العام بالقنوات المصرية إلى أن بعض القنوات لا تحدد نوع ضيوفها، لا بالكتابة على الشاشة، ولا بالتوضيح داخل سياق التعليق، ولاحظ الباحث أن هناك نسبة الضيوف غير المحددة هوياتهم وعلاقتهم بموضوع القصة الخبرية لدى قناة onlive المصرية من إجمالي ضيوف القصص الخبرية بهذه القناة، ويرجع الباحث هذا الاختلاف إلى أن مسألة تفضيل نوع معين من الاقتباسات الصوتية تتحكم فيها عوامل منها نوع الأحداث والتغيرات السياسية والاجتماعية وسياسة الوسيلة، وأن المعلومات في قصصها الخبرية ارتبطت بصورة أكبر بشهود العيان تناغماً مع هذا التركيز .

- نسبة المادة المصورة والتعليق بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة وذلك للتعرف على نسبة المادة المصورة والتعليق بالقصص الخبرية وتمثلت فيما يلي:-

جدول رقم (11)

نسبة المادة المصورة والتعليق بالقصص الخبرية

| نسبة التعليق بالقصص الخبرية | | نسبة المادة المصورة بالقصص الخبرية | | | | | | نسبة المادة المصورة والتعليق بالقصص الخبرية القناة الفضائية | | | | |
|-----------------------------|-------------------|------------------------------------|------|------------------|-------------------|---------------|----|---|------|----|------|-------------------|
| أقل من نصف القصة | أكثر من نصف القصة | تغطي كل القصة | | أقل من نصف القصة | أكثر من نصف القصة | تغطي كل القصة | | % | ك | | | |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | | | | | |
| 5 | 7.7 | 45 | 69.2 | 15 | 23.1 | - | - | 55 | 84.6 | 10 | 15.4 | قناة mbc السعودية |
| 15 | 30 | 5 | 10 | 30 | 60 | 5 | 10 | 20 | 40 | 25 | 50 | قناة on live |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (11) يتضح ما يلي :-

أولاً : نسبة المادة المصورة في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

جاءت نسبة المادة المصورة بالقصص الخبرية في قناة mbc السعودية، وفي المقام الأول لفئة أكثر من نصف القصة بنسبة 84.6%، يليها فئة تغطية كل القصة بنسبة 15.4%، وبالمقارنة بقناة onlive المصرية، فقد جاءت نسبة المادة المصورة في القصص الخبرية بشكل مختلف، من خلال تغطية كل التقرير في المقام الأول بنسبة 50%، يليها التغطية لأكثر من نصف التقرير بنسبة 40%، وأخيراً جاءت المادة المصورة بنسبة 10% بفئة أقل من نصف القصة .

ثانياً : نسبة التعليق في القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية

وجاءت نسبة التعليق بالقصص الخبرية في قناة mbc السعودية، في المقام الأول لفئة أكثر من نصف القصة بنسبة 69.2%، يليها فئة تغطية كل القصة بنسبة 23.1%، يليها فئة أقل من نصف القصة بنسبة 7.7%، وبالمقارنة بقناة onlive المصرية، فقد جاءت نسبة التعليق في القصص الخبرية بشكل مختلف، من خلال تغطية كل القصة في المقام الأول بنسبة 60%، يليها التغطية لأقل من نصف القصة بنسبة 30%، وأخيراً جاء التعليق بها بنسبة 5% بفئة أكثر من نصف القصة .

ويعزز هذه النتيجة ما توصلت إليه المقدم (2010م) من أن معظم التقارير الإخبارية في قنوات دراستها لا يوجد بها ترابط بين الصوت والصورة، وهذه إشارة إلى أنه لا يوجد فيها توافق تام بين الصورة والصوت، كما تقترب هذه النتيجة مما توصل إليه مولين (2001م) من أن الأخبار المخصصة للأطفال تهتم بتطابق الصورة مع

الصوت أكثر من الأخبار الموجهة للكبار ،مؤكداً أن النوع الأخير يكثر فيه مستوى التطابق غير المباشر بين الصورة والصوت.

ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن القنوات عينة الدراسة لا تلتزم بوضع سيناريو مسبق للقصص الخبرية قبل النزول إلى الميدان ،أو المونتاج على الورقة على نحو يتضمن اللقطات وما يرافقها من تعليق قبل كتابة النص ،إذ إن التطبيق المثالي لقواعد الكتابة للصورة يقتضي التوافق التام وليس الجزئي بين اللقطات والكلمات ،وهذا ليس من السهل تحقيقه في كافة القصص الخبرية الميدانية نظراً للسرعة المطلوبة في التغطية ،وما يمكن أن يطرأ من تغيرات على السيناريو المعدّ سلفاً بسبب حدوث تغير ما في سير الحدث الخبري وشخصياته .

المحور الثالث : أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية :

أبرز القضايا المجتمعية التي عكستها القصص الخبرية بالقنوات الفضائية :
قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة للتعرف على أبرز القضايا المجتمعية التي تعكسها القنوات الإخبارية وتمثلت فيما يلي:-

جدول رقم (12)

أبرز القضايا المجتمعية التي عكستها القصص الخبرية بالقنوات الفضائية

| النسبة %100 | التكرار ن=50 | القضايا المجتمعية التي تعكسها القصص الخبرية بالقنوات المصرية onlive | النسبة %100 | التكرار ن=65 | القضايا المجتمعية التي تعكسها القصص الخبرية بالقنوات السعودية mbc |
|----------------|-----------------|---|----------------|-----------------|--|
| 20 | 10 | الحرب على الإرهاب | 12.3 | 8 | البطالة - قيادة المرأة للسيارة |
| 14 | 7 | الأمن في الشارع المصري | 10.8 | 7 | العنوسة والعزوبية - ارتفاع نسبة الطلاق |
| 10 | 5 | مؤتمرات الشباب - الأحزاب الدينية | 9.2 | 6 | التحيط بالسيارات - العمالة المنزلية |
| 8 | 4 | تعويم الجنية وارتفاع سعر الدولار | 6.2 | 4 | عاصفة الحزم |
| 6 | 3 | إزالة العشوائيات وحي الأسمرات | 6.2 | 4 | لقاء ولي العهد الأمير محمد بن سلمان |
| 6 | 3 | حل أزمة الكهرباء - أنفاق قناة السويس | 4.6 | 3 | زيارة الرئيس الأمريكي |
| 6 | 3 | الأسعار - المزارع السمكية | 4.6 | 3 | إيفانكا ترامب - الطفل أبوسن |
| 4 | 2 | العاصمة الإدارية - علاج فيروس سي | 4.6 | 3 | وطن بلا مخالف |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (12) يتضح ما يلي :-

جاءت أبرز القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في قناة mbc السعودية في المقام الأول وبنسبة 12.3% ممثلة في كلا من وبالتساوي البطالة وقيادة المرأة للسيارة ، يليها وبالتساوي العنوسة والعزوبية ، وارتفاع نسبة الطلاق بين الشباب وبنسبة 10.8% ، ثم تحيط الشباب بالسيارات ، ومشاكل العمالة المنزلية ، وعاصفة الحزم وبنسب متساوية 9.2% ، يليها وبنفس النسبة كلاً من لقاء صاحب السمو وولي العهد

الأمير محمد بن سلمان، وزيارة الرئيس الأمريكي ترامب 6.2%، وأخيراً وبذات النسب إيفانكا ترامب، والطفل أبو سن، ووطن بلا مخالف 4.6% .
وجاءت أبرز القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في قناة onlive المصرية في المقام الأول وبنسبة 20% ممثلة في الحرب على الإرهاب، ثم الأمن في الشارع المصري بنسبة 14%، يليها مؤتمرات الشباب، والأحزاب الدينية بنسب متساوية 10%، ثم تعويم الجنية وارتفاع أسعار الدولار 8%، يليها وبذات النسب كل من إزالة العشوائيات وحي الأسمرات، وحل أزمة الكهرباء، وأنفاق قناة السويس، والأسعار، والمزارع السمكية 6%، وأخيراً وبنسب متساوية كلاً من العاصمة الإدارية، وعلاج فيروس سي 4% .

وعكست هذه النتيجة بروز القضايا الاجتماعية يليها العسكرية، ثم السياسية والاقتصادية، وذلك بالقصص الخبرية المذاعة بقناة mbc السعودية، في مقابل بروز القضايا السياسية، يليها الاقتصادية والاجتماعية بالقصص الخبرية المذاعة بقناة onlive المصرية .

- الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة وذلك للتعرف على أهم الأطر الإعلامية لعرض القضايا المجتمعية وتمثلت فيما يلي:-

جدول رقم (13)

الاطر الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية

| الاطر الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية | | | | | | | | الاطر الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص | | القناة الفضائية |
|--|---|---------|----|--------|---|---------|----|--|----|---------------------------|
| إعلانية | | تنقيفية | | دعائية | | تعليمية | | إخبارية | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| - | - | 15.4 | 10 | - | - | 30.8 | 20 | 53.8 | 35 | قناة mbc السعودية ن=65 |
| 4 | 2 | 12 | 6 | 4 | 2 | 20 | 10 | 60 | 30 | قناة on live المصرية ن=50 |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (13) يتضح ما يلي :-

جاءت الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في قناة mbc السعودية من خلال الأطر الإخبارية في المقام الأول وبنسبة 53.8%، يليها الأطر التعليمية وبنسبة 30.8%، ثم الأطر التنقيفية بنسبة 15.4%، وقدمت قناة onlive المصرية الأطر الإخبارية في المقام الأول وبنسبة 60%، يليها الأطر التعليمية بنسبة 20%، ثم الأطر التنقيفية وبنسبة 12%، وأخيراً الأطر الدعائية والإعلانية بنسبة 4% .

وتتفق النتائج مع دراسة هولاهان وبيشه (Hollahan & Baysha,2004) حيث يميل إلى بروز الأطر الخبرية في معالجة الأزمات موضوع دراستهم، واتفق معهم (صلاح الدين، 2001م) الذي أشار إلى توظيف وسائل الإعلام الرسمية مجموعة من الاستراتيجيات لتدعيم الأطر الخبرية، وتوظيف الصور وغيرها من عناصر الإبراز

وتتفق أيضاً مع دراسة (الضبيان, 1997م) حيث أكد على الاهتمام بالمادة الإخبارية في القنوات أكثر تميزاً عن المواد الأخرى من خلال تغطيتها للأحداث . وعكست النتائج تنوع الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية, بالإضافة لتوافق القائتين السعودية والمصرية في الاهتمام بالأطر الإخبارية والتعليمية والتثقيفية, وانفردت قناة onlive المصرية بتقديم أطر أخرى لم تقدمها قناة mbc السعودية, تمثلت في الأطر الدعائية, والأطر الإعلانية, حيث وجد الباحث في تحليله أن بعض القصص الخبرية العلمية تناولت موضوعات تكنولوجية ظهرت بطابع دعائي وتجاري أكثر منها معرفي وثقافي .

ويرجع الباحث اهتمام قنوات الدراسة السعودية والمصرية للأطر الإخبارية في أولوياتها, لحجم ونوعية القضايا المقدمة بالقصص الخبرية في فترة التحليل حيث يغلب عليها الطابع الخبري بغية توصيل المعلومة للجماهير المشاهدين في أسرع وقت ممكن وبكل موضوعية وحيادية .

- أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية :

قام الباحث بتحليل القصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية بقنوات الدراسة وذلك للتعرف على أهم أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية وتمثلت فيما يلي :-

جدول رقم (14)

أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية

| أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية | | | | | | | | | | | | أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية القناة الفضائية |
|---|----|-----------------------|----|-------------|---|------------|---|-------------------|---|-------------|---|--|
| أطر تحديد الموضوعات | | أطر الأسباب والمبررات | | أطر التقييم | | أطر الحلول | | أطر الأدلة والحجج | | تزييف حقائق | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 46.2 | 30 | 24.6 | 16 | 7.7 | 5 | 7.7 | 5 | 13.8 | 9 | - | - | قناة mbc السعودية |
| 50 | 25 | 30 | 15 | 2 | 1 | 6 | 3 | 10 | 5 | 2 | 1 | قناة on live المصرية |

بتحليل ومقارنة نتائج الجدول السابق رقم (14) يتضح ما يلي :-

جاءت أطر معالجة القضايا المجتمعية بقناة mbc السعودية من خلال أطر تحديد الموضوعات في المقام الأول وبنسبة 46.2%, يليها أطر الأسباب والمبررات وبنسبة 24.6%, ثم أطر الأدلة والحجج بنسبة 13.8%, وأخيراً جاءت أطر التقييم, وأطر الحلول وبنسبة متساوية 7.7%, وقامت قناة onlive المصرية بمعالجة القضايا بالقصص الخبرية من خلال أطر تحديد الموضوعات في المقام الأول وبنسبة 50%, يليها أطر الأسباب والمبررات بنسبة 30%, ثم أطر الأدلة والحجج بنسبة

10%، ثم أطر الحلول بنسبة 6%، وأخيراً أطر التقييم وتزييف الحقائق وبنسبة متساوية 2% .

ويتضح من أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية موضوع التحليل توافق جميعها بالقناتين السعودية والمصرية، وجاء الاختلاف في نسب الاستخدام لاختلاف عدد القصص التي خضعت للتحليل في كل قناة، أيضاً جاء الاختلاف في معالجة أحد القضايا باستخدام تزييف الوعي بقناة onlive المصرية، حيث استندت على الشائعات والتي ليس لها أساس من الصحة في موضوع بخص حركة تغيير المحافظين في بعض محافظات مصر، وقوبلت بالنفي من قبل المسؤولين، وهذا يعد تجاوز للقواعد المهنية للتغطية الإخبارية لدى القناة المصرية موضع الدراسة .

واختلفت أطر معالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية مع الأطر المقدمة بدراسة (عيسى، 2016م) من خلال أطر الصراع، تليها أطر المسؤولية وأطر الاهتمام الإنسانية، ثم أطر الحلول المقترحة، تلتها أطر الأسباب، وأخيراً أطر النتائج المتوقعة، ويكمن الاختلاف في تأخر أطر الأسباب مقابل تقدم أطر الحلول وهذا عكس ما جاءت به الدراسة الحالية، واختلفت أيضاً مع (صادق، 2014م) في بروز إطار الحل في مقدمة الأطر الإعلامية في معالجتها لأحداث الثورة السورية، واختلفت مع (عليان، 2014م) حيث اعتمدت مواقع دراسته على إطار النتائج المترتبة في تغطية قضية فلسطين، مقابل باقي الأطر، في المقابل اتفقت مع كويس وشاي (2004، Chyi & Combs) والذي جاء بضرورة تعدد أطر المعالجة للقضايا موضوع دراسته يعد الحل الأمثل لتقديمها، وهذا ما أكدته نتائج التحليل .

ويرى الباحث أن إطار تحديد الموضوعات، والأسباب والمبررات، والذي جاء في أولويات قناتي الدراسة السعودية والمصرية، يرجع لكفاءة القائمين على إعداد القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية الخاضعة للتحليل، بغية الوصول بمختلف القضايا المجتمعية للجمهور السعودي والمصري من خلال البرامج الإخبارية وبشكل واضح دون لبس، وذلك لتحقيق أعلى مصداقية وجاذبية لهم، وفي المقابل يعزو الباحث تأخر إطار الحلول، نظراً لسعي القائمين على الصحافة التليفزيونية لإلقاء الضوء على القضايا وطرحها للجمهور وترك الحلول للمسؤولين للوقوف على حلها، والاكتفاء من قبل الإعلام بالمتابعة فيما بعد، لإبقاء القضية أطول فترة ممكنة على الشاشات التليفزيونية، للحصول على أعلى نسب للمشاهدة .

خلاصة المقارنة التحليلية لنتائج الدراسة :

قدمت نتائج الدراسة من خلال ثلاث محاور رئيسة لرصد وتحليل ومقارنة أهم الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية في

النشرات والبرامج الإخبارية الفضائية من خلال : أولاً / الأطر الفنية المستخدمة في القصص الخبرية لعرض القضايا المجتمعية, وثانياً / الأطر التحريرية المستخدمة في القصص الخبرية لتقديم القضايا المجتمعية, وثالثاً / أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية في القصص الخبرية .

فجاء مكان التعليق بالقصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية في المقام الأول أثناء عرض الصورة ,بتفوق قناة onlive المصرية بنسبة 84% ,مقابل 69.2% بقناة mbc السعودية ,وجاء بعد الصورة في الترتيب الثاني بالقناتين من خلال 24.6% بقناة mbc السعودية ,مقابل 16% بقناة onlive المصرية ,وأخيراً قبل الصورة بقناة mbc السعودية بنسبة 6.2% مقابل عدم وجودها بقناة onlive المصرية .

واتفقت قناة mbc السعودية ,وقناة onlive المصرية في تقديم معظم القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية في المقام الأول وبنسب قريبة ,من خلال المدة الزمنية من 2:أقل من 3دقائق ,واختلفت القناتين في باقي تقاريرها من خلال الفئتين أقل من دقيقتين ,وأكثر من ثلاث دقائق .

كما اتفقت القناتين mbc السعودية ,و onlive المصرية في لقطة حوار الكاميرا حيث جاءت وبنسب متقاربة في المقام الأول بخاتمة القصة الخبرية ,ويليها في بداية القصة ,وأخيراً في أثناء القصة ,وذلك من إجمالي عدد القصص الخبرية المذاعة في كل قناة . وجاء التقارب بين القناتين mbc السعودية ,و onlive المصرية في عرضهما للمادة الفيلمية بالقصص الخبرية ,باعتبار اللقطات الحية هي المادة الفيلمية الأساسية في القصص الخبرية ,وجاء اللجوء إلى الصور الفوتوغرافية والاستعانة بالأرشيف في حالات نادرة وحسب طبيعة موضوع القصة الخبرية .

واستخدمت القناتان mbc السعودية ,و onlive المصرية أساليب انتقال واحدة بين لقطات القصص الخبرية وبالمقام الأول أسلوب القطع ,يليهما التداخل ,ثم التلاشي ,من إجمالي عدد القصص المقدم في كل قناة .

وكانت أكبر نسبة تغطية بالقصص الخبرية فى mbc السعودية ,وفي onlive المصرية ,من خلال المادة الفيلمية المصاحبة للنص الخبرى الذى يقدمه المراسل ومن موقع الحدث ,يليهما القصص المسجلة للمراسلين .

وأوضحت الدراسة أن قناة mbc السعودية يغلب عليها الطابع التفسيري فى صياغة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية ,حيث احتل ذلك الترتيب الأول بنسبة 46.2% ,ويرجع ذلك إلى زيادة طاقم أو عدد المراسلين وزيادة الخلفيات التفسيرية للأحداث , أما قناة onlive المصرية عكست طبيعة أخرى من خلال الأسلوب الخبرى الذى احتل المركز الأول بنسبة 40% لإعطاء مؤشر بزيادة عدد الأخبار الخاصة بالقضايا لمواجهتها أو لإلقاء الضوء عليها .

وتباينت المضامين المستخدمة بالقصص الخبرية في القنوات المصرية والسعودية، حيث تصدرت الموضوعات الاجتماعية يليها العسكرية، ثم السياسية والاقتصادية بقناة mbc السعودية، في المقابل تصدرت الموضوعات السياسية يليها الاجتماعية والاقتصادية والعسكرية في أعلى الاهتمامات لقناة onlive المصرية.

وركزت قناة mbc السعودية على المقدمة الوصفية لوصف أحداث القضايا المجتمعية، يليها المفارقة التي تعرض معنيين متناقضين، مقابل تركيز قناة onlive المصرية على المقدمة الاستفهامية والتوضيحية والوصفية.

وكان هناك اهتمام لقناة mbc السعودية بعرض القضايا المجتمعية الإيجابية أكثر من اهتمامها بالسلبية، مقابل اهتمام قناة onlive المصرية بعرض القضايا المجتمعية السلبية أكثر من اهتمامها بالقضايا الإيجابية.

واتسمت القضايا المقدمة في القصص الخبرية بالقناتين mbc السعودية و onlive المصرية، بالموضوعية في المقام الأول، يليها بعض القضايا جاءت غير واضحة، وأخيراً بعض القضايا الأخرى جاءت غير موضوعية.

وفيما يتعلق بتوازن القضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية بقناة mbc السعودية، فعكست القضايا التي تعكس وجهة نظر واحدة بالمقام الأول، يليها بعض القضايا تعكس وجهتي النظر، وبالمقارنة بقناة onlive المصرية، فعكست القضايا المجتمعية المقدمة في القصص الخبرية بها وجهتي النظر، يليها بعض القضايا تعكس وجهة نظر واحدة، وأخيراً كان هناك بعض القضايا المقدمة بالقناتين السعودية والمصرية الغير واضحة في توازنها، باعتبارها عالجت قضية لا تقبل الحياد أو لم تتناول قضية مثيرة للخلاف.

واختلف تنوع المقتطفات الصوتية بالقصص الخبرية بقناتي الدراسة حيث اهتمت قناة mbc السعودية بالمسؤولين على رأس قائمة ضيوف القصة الخبرية بالبرامج الإخبارية، يليها الخبراء، ثم الجمهور العام، بالمقابل جاء اهتمام قناة onlive المصرية، في الاستعانة بشهود العيان، يليها الجمهور العام، ثم المسؤولين والخبراء، وأخيراً تواجد المراسل بمفرده.

وجاءت المادة المصورة بالقصص الخبرية لقناة mbc السعودية بالمقام الأول بتغطية أكثر من نصف القصة الخبرية، يليها تغطية كل القصة، وبالمقارنة بقناة onlive المصرية فجاءت المادة المصورة في القصص الخبرية بشكل مختلف، من خلال تغطية كل القصة الخبرية بالمقام الأول، يليها التغطية لأكثر من نصف القصة، وجاءت البعض يغطي أقل من نصف القصة.

وجاء التعليق بالقصص الخبرية لقناة mbc السعودية في المقام الأول بتغطية أكثر من نصف القصة الخبرية، يليها تغطية كل القصة، يليها تغطية أقل من نصف القصة

وبالمقارنة بقناة onlive المصرية، فجاء التعليق في القصص الخبرية بشكل مختلف، من خلال تغطية كل القصة الخبرية بالمقام الأول، يليها التغطية لأقل من نصف القصة، وأخيراً البعض يغطي أكثر من نصف القصة .

وعن أهم الأطر الخبرية التي برزت بقناة mbc السعودية، جاءت ممثلة في البطالة، قيادة المرأة للسيارة، العنوسة والعزوبية، ارتفاع نسبة الطلاق بين الشباب، تحييط الشباب بالسيارات، مشاكل العمالة المنزلية، عاصفة الحزم، لقاء صاحب السمو وولي العهد الأمير محمد بن سلمان، زيارة الرئيس الأمريكي ترامب، إيفانكا ترامب، الطفل أبو سن، وطن بلا مخالف، وعن أهم الأطر الخبرية التي برزت بقناة onlive المصرية، تمثلت في الحرب على الإرهاب، الأمن في الشارع المصري، مؤتمرات الشباب، الأحزاب الدينية، تعويم الجنية وارتفاع أسعار الدولار، يليها وبذات النسب كل من إزالة العشوائيات وحي الأسمرات، حل أزمة الكهرباء، أنفاق قناة السويس، الأسعار، المزارع السمكية، العاصمة الإدارية، علاج فيروس سي.

وعكست الدراسة تنوع الأطر الإعلامية للقضايا المجتمعية المقدمة بالقصص الخبرية في النشرات والبرامج الإخبارية، حيث توافقت القناتين السعودية والمصرية في الاهتمام بالأطر الإخبارية والتعليمية، وانفردت قناة onlive المصرية بتقديم أطر أخرى لم تقدمها قناة mbc السعودية، تمثلت في الأطر الدعائية، والأطر الإعلانية .

واتفقت قناتي الدراسة mbc السعودية وقناة onlive المصرية، حول استخدام أطر متعددة لمعالجة القضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المقدمة في كل منها، من خلال أطر تحديد الموضوعات في المقام الأول، يليها أطر الأسباب والمبررات، ثم أطر الأدلة والحجج، وأخيراً أطر التقييم، وأطر الحلول .

مقترحات الدراسة :

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج يوصي الباحث بالآتي :-

- إعادة النظر في معايير الأداء والممارسة المهنية في المجال التلفزيوني، مع محاولة تفسير العوامل المؤثرة في قضايا الجمهور المجتمعية، من خلال إنتاج قصص خبرية مهنية بضوابط وأسس علمية بعيدة عن أي أجندات خاصة كما نرى في بعض القنوات الفضائية، والتي تعمل على زعزعة أمن الشعوب، فلا بد أن تكون القصص الخبرية في خدمة الأهداف الوطنية للمجتمع، وأن يسهم في تعزيز الخطاب الإعلامي العقلاني .
- على المسؤولين عن الأجهزة الإعلامية العربية سواء في القنوات الحكومية أو القنوات الخاصة أن يجعلوا نصب أعينهم تحقيق أعلى قدر من المصداقية، وأن يكون الخط الإعلامي أكثر مهنية وأكثر أخلاقية، ومراعاة قواعد المهنية وموثيق الشرف الإعلامية .

- تجنب السلبيات من خلال استخدام التقنيات الحديثة في صناعة القصة الخبرية التليفزيونية، والعناية بنص الخبر والمونتاج واللقطات المناسبة واختيار المتحدثين، وإجراء دراسات مستقبلية حول كيفية الحد من السلبيات التي تعيق متابعة الجمهور للقصص الخبرية .
- زيادة الاهتمام بموضوعات القصص الخبرية دون التركيز على الموضوعات السياسية فقط حتى تكون البرامج الإخبارية مصدرا لاستيفاء المعلومات من كافة الاتجاهات وفي كل الموضوعات حتى يتحقق التوازن مع الأخبار السياسية التي تطغى على البرامج الإخبارية الحكومية والخاصة .
- أن تهتم القصص الخبرية بتفسيرها للأحداث حتى تستطيع أن تساير القنوات الإخبارية المتخصصة الأخرى هذا من جانب، ومن جانب آخر تسعى إلى إعطاء شرح وتفسير للحدث من كافة الزوايا والاتجاهات بالإضافة إلى معرفة أبعاد الحدث نفسه لإشباع الاحتياجات المعرفية اليومية لجمهور المشاهدين .
- التنوع فى أساليب تقديم وصياغة القضايا المجتمعية داخل القصص الخبرية بالبرامج الإخبارية، وزيادة الاهتمام بأسلوب البث المباشر من موقع الأحداث والحوارات عبر الأقمار الصناعية، لإضفاء الحيوية والواقعية، بالإضافة إلى التعرف على الآراء والاتجاهات المؤيدة والمعارضة من خلال آراء الضيوف .
- الحرص على التوازن والموضوعية فى عرض القضايا بالقصص الخبرية فى البرامج الإخبارية، والتركيز على القضايا التي تعكس وجهات نظر متعددة أو وجهتى نظر، لأن التركيز على تلك القضايا تعطى مساحة كبيرة للمشاهد للتعرف على الخلفيات، وكذلك معرفة تفاصيل دقيقة عن القضية، الأمر الذى لا يجعله ينصرف لمشاهدة قنوات إخبارية أخرى .
- الحرص على الإيجاز فى طول القصة الخبرية وتحقيق التوازن بين عناصرها، على أن لا يتجاوز دقيقتين ونصف كحد أقصى، لأن المشاهد قد لا يصبر أكثر من ذلك على متابعة قصة واحد .
- رصدت الدراسة الحالية طول التعليق الصوتي فى أغلب القصص الخبرية عينة الدراسة، وبناءً على ذلك توصي الدراسة بالإيجاز فى التعليق على أن لا يتجاوز ثلث المدة الكلية للقصة الخبرية أو نصفها كحد أقصى، فكلما طال التعليق الصوتي كان ذلك على حساب تنفس الصورة، ومبدأ الكتابة لها .
- مراعاة وضوح السياق المكاني أو التسلسل المنطقي فى انتقال الكاميرا من مكان إلى آخر، وعدم العودة إلى مشهد تم عرضه إلا فى نهاية القصة الخبرية، لأن ذلك أضمن لتبسيط المحتوى المرئي للمشاهد، بينما يسبب عدم وضوح السياق المكاني التعقيد وتشنيت انتباه المشاهد .

- يقترح الباحث التعمق في القصص الخبرية من خلال إجراء الدراسات المستقبلية التالية :

● البناء التحريري والفني للقصص الخبرية في القنوات الفضائية العربية والغربية بهدف رصد أوجه الاختلاف والاتفاق بين هذين النوعين من القنوات

● دراسة تحليلية مقارنة بين السمات الإخراجية والتحريرية بالقصص الخبرية التلفزيونية بالفضائيات الحكومية والخاصة .

● دراسة تحليلية مقارنة في الكتابة للصورة بالقصص الخبرية والتقارير التلفزيونية الميدانية .

- وقبل أن نختم البحث ،نقدّم هذه النصائح لإعداد القصص الخبرية التلفزيونية وهي:

● الاختصار عند الكتابة للصورة ،مع جعل الصورة تتكلم فهي أكثر تعبيراً من الكلمات .

● الاهتمام باستخدام الجمل المباشرة والبسيطة واستخدام الأرقام والإحصاءات لتقريب المعلومات للمشاهد وإضفاء صفة الموضوعية على القصة الخبرية .

● تجنب استخدام أسلوب الوصف للصورة في القصة الخبرية ،بل التعليق عليها واستخدام ضمير المخاطب لخلق حالة من التفاعل مع الموضوع، والاهتمام بالمقدمة لأنها هي الأساس في جذب المشاهد أو نفره من الشاشة .

● توفير طاقم مناسب وملائم من المراسلين ،وتقديم المستلزمات المادية واللوجستية ،والسعي نحو إبراز وجوه إعلامية متميزة بمهاراتها وإمكاناتها وحضورها .

● يجب التفريق بين الرأي والحقيقة ،وينبغي الالتزام بمعايير إنتاج القصة الخبرية التلفزيونية من حيث الوقت المثالي ،لأن أسوأ القصص الخبرية ،هي التي تتجاوز الثلاث دقائق ،ومحاولة عدم الإطالة في المقدمة والدخول إلى الموضوع مباشرة بهدف شد المشاهد وإثارة اهتمامه .

المراجع

- 1- فيصل حسن مطر ، (2010م). أسس ومهارات الكتابة للصورة والتقرير التلفزيوني، ط1، دمشق، دار الفكر، ص46.
- 2- كارل ريتش، (2002م)، كتابة الأخبار والتقارير الصحافية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، العين .
- [/http://monerawad.blogspot.com](http://monerawad.blogspot.com)
- 3- جمال الجاسم المحمود ، (2007م). التقرير الإخباري التلفزيوني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 2، مجلد 23، ص53 .
- 4- محمد معوض، (1996م). الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص16 .
- 5- إسماعيل الأمين، (2010م)، الكتابة للصورة، ط2، بيروت، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، ص98 .
- 6- غسان عبد الوهاب الحسن، (2013م). الصحافة التلفزيونية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص65 .
- 7- Smith, Kim,(1987) Effects of Newspaper coverage on community Issues concerns and local government evaluation, communication research Vol;14, 4 August, p38 .
- 8- منى الحديدي، سلوى أمام، (2004م) الإعلام والمجتمع . (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية)، ص13 .
- 9- صابر حسن طر ، (2006م). التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية: دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية، رسالة ماجستير ، الرياض، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، ص155 .
- 10- هيثم هادي الهيتي، (2008م). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص41 .
- 11- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية / القاهرة ، ص348 .
- 12- محمد عبد الحميد ، (2004م) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ص403 .
- 13- Entman , Robert M., (1993), Framing U. S. coverage of international news contrast in narratives of the Kal and Iran air incident, Journal of Communication, Vol.43. p52.
- 14- سلام عبده، (2009م)، الأطر الخبرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص134 .
- 15- أحمد جمال، (2009م) "أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الالكترونية في الأزمات الدولية: دراسة حالة لموقعي BBC والعالم"، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو -أكتوبر، ص54 .
- 16- Paul D'Angelo, (2002), News framing as a multiparadigmatic reserch programe: A response to Entman, International communication Association, p874.
- 17- أحمد زكريا، (2009م). نظريات الاعلام: مدخل الاهتمامات وسائل وجمهورها وجمهورها. المكتبة المصرية للنشر والتوزيع. المنصورة، ص217
- 18- إيمان نعمان جمعة، (2002م). صورة الاسلام والمسلمين في الصحافة الغربية بعد أحداث 11 سبتمبر: دراسة تحليلية في الصحف الأمريكية والفرنسية والالمانية . منشورات المؤتمر العلمي السنوي الثامن، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الاول، مايو، ص235.
- 19- أحمد زكريا، (2009م)، مرجع سابق، ص243

- 20- طه نجم، (2007م)، الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 195 .
- 21- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. (1998)، مرجع سابق، ص 350 .
- 22- ماهيناز محسن، 2009م. "علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقييم الأحداث داخل التقارير الإخبارية: دراسة تطبيقية) على الحرب الإسرائيلية على غزة"، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو-يناير ()، ص 314.
- 23- أحمد جمال، (2009م)، مرجع سابق، ص 54
- 24- جيلان شرف، (2004م)، أساليب تغطية القضايا في برامج Talk Show ال مذاعة على الهواء في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص 38.
- 25- ماهيناز محسن، (2009م)، مرجع سابق، ص 314.
- 26- Baran, S. & Davis, S, 2003, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, 3rd. ed., U.S.A.: Wassworth , p275. At: <http://books.google.ps/books>,
- 27- Werner J. Severin and James W. Tankard, (1992), Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media, New York-London: Longman, p215. At: www.amazon.com
- 28- Kevin M. Carragee & Wim Roefs, (2004) The Neglect of Power in Recent Framing Research, Journal of Communication, Vol. 54, No. 2. p214 At: www.communicationcache.com
- 29- Werner J. Severin and James W. Tankard, (1992), p215.
- 30- Kevin M. Carragee & Wim Roefs, (2004), p220.
- 31- Park, Chang Sup. (2017) "Social Media and Political Learning: Roles of News Elaboration and News Curation" Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, Online : http://citation.allacademic.com/meta/p1282145_index.html
- 32- Bakina, Wellars. (2016) , "Influence of Foreign News Programs on the International News Agenda of Rwandan Television and Newspapers" Paper presented at the annual meeting of the AEJMC, Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, Chicago, IL, Aug 09, Online : http://citation.allacademic.com/meta/p1282271_index.html
- 33- زكريا حسين أحمد (2015م)، واقع التقارير الإخبارية الميدانية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود .
- 34- منار منير محمود (2015م) " التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العربية والأجنبية، ومدى إدراك الجمهور المصري لها .. دراسة تحليلية "، رسالة ماجستير ، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام- قسم الصحافة والنشر).
- 35- جبار محسن السعدي، (2012م). القصة الإخبارية في نشرة أخبار قناة الحرة –عراق، رسالة ماجستير ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية الآداب والتربية.
- 36- أحمد محمد آل شرهان، (2012م). التقارير التلفزيونية الإخبارية ودورها في إشباع الشباب السعودي: دراسة على عينة من طلاب وطالبات جامعات مدينة الرياض، رسالة ماجستير ، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام.
- 37- أحمد حسين الزاويتي، (2011م). التقرير الخبري التلفزيوني الميداني الجزيرة نموذجا، رسالة ماجستير ، هولندا: جامعة لاهاي، كلية الصحافة والإعلام.

- 38- أمل العفيفي،(2011م)، وعنوانها " تغطية احتجاجات ميدان التحرير من 25 يناير حتى 11 فبراير 2011، دراسة مقارنة " المملكة المتحدة
- <https://twitter.com/amalalaffi?lang=ar>
- 39- سارة شوقي المقدم،(2010م) العناصر الفنية والتحريرية في التقارير الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- 40- إسماعيل قاسمي، وآخرون. (2007م). القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة مقارنة على نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري وقناة الجزيرة وتي اف اي الفرنسية، رسالة ماجستير، الجزائر: جامعة الجزائر.
- 41- خالد فالح الحارثي،(2006م). إخراج البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام.
- 42- Molen, Juliett H.(2001) Assessing Text-picture Correspondence In Television News: The Development of a New Coding Scheme, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 45(3).
- 43- Grabe, Maria Elizabeth et al. (2001). Explicating Sensationalism In Television News: Content and The Bells and the Whistles of forms, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 45(4).
- 44- محمود محمد المرسي،(1999م). النشرات الإخبارية في التلفزيون المصري- المحتوى والشكل: دراسة تحليلية، مجلة بحوث الاتصال، 6ع، م7.
- 45- أحمد موسى الضبيبان،(1997م). المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدامات الجمهور لها، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام.
- 46- طلعت عبد الحميد عيسى،(٢٠١٦م)، الأطر الخيرية للعدوان الإسرائيلي على غزة ٢٠١٤ في موقع صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية : دراسة تحليلية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، الجامعة الإسلامية، فلسطين، غزة، المجلد الرابع والعشرون، العدد الأول.
- 47- أشرف جلال،(2015م). أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري - مركز الجزيرة للدراسات.
- 48- حسني سيد صادق،(٢٠١٤م). أطر المعالجة الإعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والأجنبية الموجهة، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- 49- رولا أكرم عليان،(٢٠١٤م). الأطر الخيرية لقضية الدولة الفلسطينية في مواقع الفضائيات الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة.
- 50- محمد العنزي،(2012م). بن عوض القيم الإخبارية في القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة للعالم العربي: دراسة وصفية تحليلية مقارنة للقنوات: الحرية-روسيا اليوم BBC - العربية - العالم، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،
- 51- عربي عبد العزيز الطوخي،(2011م)، المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة المصرية في قناتي العربية والبي بي سي BBC العربية دراسة تحليلية لعينة من نشرات الإخبار في إطار نظرية تحليل الإطار الخيرية، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، القاهرة: جامعة حلوان، المجلد السابع عشر، العدد2، أبريل.
- 52- هبة شاهين،(2007م). الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 27.
- 53- أمال كمال،(2006م)، أطر المعالجة الصحفية للانتخابات البرلمانية 2005، مؤتمر التجولات في الخريطة السياسية المصرية قراءة في الأداء السياسي للقوى والأحزاب السياسية في الانتخابات التشريعية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 3-4 أبريل.

- 54- AMY BUSHNER, (2006),: A Content Analysis of The New York Times News Coverage of The 2000 New York Senate Election, Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of **Master** of Arts, in the College of Arts and Sciences Georgia State University,.(Available At:) <http://etd.gsu.edu/theses/available/etd1231222>
- 55- Brigitte Lynn Brunken, (2006), Hurricane Katrina : A Content Analysis of Media Framing, Faculty of the Louisiana State University for the degree of **Master** of Mass Communication in The Manship School of Mass Communication B.A., Louisiana State University, 2004 August , Available At: <http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-07102006>
- 56- George Sul Khanishvili, (2004), Freedom of Expression in The Reoublic of Georgia: Framing The Attempted Shut-Down of The Independent TV Station A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of the Louisiana State University of the Requirements for the degree **Master** of Mass Communication. Available At: <http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11082>
- 57- **DavinWhite,2004**, Available At:
http://www.bu.edu.eg/portal/uploads/Arts/Mass%20Communication/4053/publications/Kareem%20Mahfouz%20Fatouh%20Mohamed_p.pdf
- 58- **Hollahan & Baysha,2004**, Available At:
http://www.bu.edu.eg/portal/uploads/Arts/Mass%20Communication/4053/publications/Kareem%20Mahfouz%20Fatouh%20Mohamed_p.pdf
- 59- خالد صلاح الدين حسين، (2001م) دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- 60- محمد عبد العزيز الحيزان، (2004م). البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ص138
- 61- سامى الشريف، (2004م). الفضائيات العربية: رؤية نقدية ، (القاهرة : دار النهضة العربية) ، ص78 .