

The role of Palestinian satellite channels owners in outlining the editorial policy: a field analytical study on experts and Journalists in the West Bank

Mahmoud Mohammad Khlouf
Faculty of Arts
Arab American University
Mahmoud.khlouf@aaup.edu

Rami Hussein Jahajha
Media Diploma Program
Modern University College
rami.jahajha@gmail.com

Received : 03/04/2023

Accepted :09/11/2023

Abstract:

This study aims to recognize the role of Palestinian satellite channels owners in outlining the editorial policy from experts and Journalists point of view. The study group included academics and prominent Journalists.

This descriptive study depends on a survey applied on the methods and practices of channels; it aims at recognizing the role of Palestinian satellite channels owners in the editorial policy highlighting the main determinants that control the policy of Palestinian satellite channels.

The study group included (430) Journalists and academics. The sample was chosen to represent its society as it reached (206) members (journalists and academics). The study depended on the scientific basis of probability sample and the simple random sample was chosen.

The study depends on gatekeeping theory and “Agenda” theory which showed that the owners of Palestinian satellite channels play a big role in outlining agendas for talk shows that are broadcasted on the channel. It also showed that the editorial policy has a great effect on convincing the audience.

The study found that the media plans of Palestinian satellite channels is very weak in presenting its content based on the policy of its owners and not the needs of the society and audience.

Keywords: role, editorial policy, ownership, content , satellite channel.

دور مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية في رسم سياستها التحريرية: دراسة على الخبراء والصحفيين في الضفة الغربية

رامي حسين جحاجة
برنامج دبلوم الصحافة والإعلام
الكلية العصرية الجامعية
rami.jahajha@gmail.com

محمود محمد مصطفى خلوف
كلية الآداب
الجامعة العربية الأمريكية
Mahmoud.khlouf@aaup.edu

القبول : 2023/11/09

الاستلام : 2023/04/03

الملخص:

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية في رسم معالم سياستها التحريرية بنظر الخبراء والصحفيين، إذ تكون مجتمع الدراسة من الأكاديميين وكبار الإعلاميين، واعتمدت هذه الدراسة الوصفية على منهج مسح أساليب الممارسة، وجاءت للتعرف إلى دور مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، وإبراز المُحدّدات التي تتحكم بطبيعة السياسة للقنوات الفلسطينية. وبلغ عدد مجتمع الدراسة (430) إعلامياً وأكاديمياً، وتم اختيار عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لمجتمعها وبلغ عددها (206) أفراد (إعلاميين وأكاديميين)، واعتمدت الدراسة على الأسس العلمية للمسوح بالعينات الاحتمالية، وتم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة، واستندت الدراسة إلى نظريتي حارس البوابة و"الأجندة"، وتوصلت إلى أنّ لمالكي القنوات الفضائية الفلسطينية دوراً كبيراً في طرح أجندة البرامج الحوارية التي يتم عرضها على القناة، وأن السياسة التحريرية في القناة تؤثر بشكل كبير في إقناع الجمهور.

وخلصت الدراسة إلى أنّ الخطأ الإعلامية للقنوات الفضائية الفلسطينية ضعيفة في تقديم محتواها، بناء على سياسات المالكين، وبعيدة عن احتياجات المجتمع والجمهور.

الكلمات المفتاحية: دور، سياسة تحريرية، المحتوى، القنوات الفضائية، الملكية.

المقدمة:

لم تعد وسائل الإعلام الفلسطينية ناقلة للحدث فقط، فمع التقدم العلمي والتكنولوجي والانفتاح على العالم والحالة السياسية الداخلية والخارجية، أصبحت جزءاً من صناعة الأحداث، إذ حيث يتّضح أنّ لملكية وسائل الإعلام انعكاسات كبيرة على طريقة عملها وعلى السياسة التحريرية فيها (Madin, 2019 Abu).

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في الآتي:

1. الأهمية النظرية والأكاديمية: من المأمول أن تمثل الدراسة إضافة جديدة إلى المكتبة العلمية في مجال الإعلام والبحث في ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، ورأي النخبة، والمُتخصّصين في أثر هذه الملكية على السياسة التحريرية. والحقّ أنّ هناك تشابهاً بين هذه الدراسة والدراسات السابقة من حيث البحث في الملكية، وتأثيرها على سير العمل، لكن هذه الدراسة تركز على أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية من وجهة نظر الأكاديميين والخبراء، وهذا موضوع لم يتمّ تناوله من ذي قبل على حدّ علم الباحثين.
2. تبرز أهمية هذا الموضوع من الدور المهم الذي تؤديه القنوات الفضائية الفلسطينية، على اختلاف أنماط ملكيتها، في خدمة القضية الفلسطينية.

تختلف إدارة المؤسسات الإعلامية عن غيرها؛ لخصوصية العمل الذي تديره، وطبيعة المحتوى الذي تنتجه، وتخضع إدارة المؤسسات الإعلامية إلى قيود وضوابط تمارس عليها من قبل الجهات التي تمولها، سواء أكانت مؤسسات سياسية، أم اقتصادية، أم اجتماعية، ما ينعكس على السياسة التحريرية لتلك المؤسسات باعتبارها البناء الهندسي الذي تسير عليه (Kanaan, 2014).

وتقوم السياسة التحريرية بتنظيم مسار التوجهات، والعمل داخل المؤسسة الإعلامية، ومن خلال دراسة هذه السياسة يتم توضيح مدى التشابك بين المؤسسة، والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومستوى تأثير النقل السياسي والحزبي، وتقاطعات رأس المال والعلاقات العامة على الوسيلة الإعلامية وسياساتها التحريرية (Khalil, 2018). وشهدت المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تغييرات كبيرة داخلها، من حيث الهيكلية والتنظيم وتغيير ملكيتها، ما أثر على تمويلها، سواء أكان بالسلب أم الإيجاب، وانعكس ذلك بشكل ملحوظ على سياستها التحريرية، في النظر بطريقة أخرى للأحداث والوقائع، سواء على الصعيد الداخلي أم الخارجي.

الدراسات السابقة:

- **دراسة محمد (2021):** تطرقت إلى استغلال الملكية الإعلامية لتحقيق مصالح شخصية، إذ تناولت السياسة التحريرية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة، وطبقت الدراسة على ثلاث قنوات فضائية عراقية ذات اتجاهات مخالفة، وهي: قناة الأخبار، وقناة السومرية، وقناة الفرات. وكشفت النتائج أن السياسة التحريرية في هذه القنوات، تتعارض مع المعايير المهنية، ويعود الاختلاف لسبب طبيعة العمل، وحجم المسؤولية في القناة، والقرب من متخذي القرار أو صاحب التمويل، وأن الفضائيات العراقية تعتمد في سياساتها الإعلامية على الشفعية أكثر من المكتوبة.
- **دراسة ريتشل لانجورث (2020):** تناولت السياسة التحريرية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة، وتناولت استغلال ملكية وسائل الإعلام لتحقيق مصالح شخصية على مستوى المؤسسة، وقارنت مؤسسات إعلامية يملكها مبردوخ وأخرى لا يملكها. وأبرزت الدراسة كيفية التلاعب بالأجندة؛ لتحقيق المصالح الشخصية، والتسويق للملاك المسيطرين في المؤسسة الإعلامية، وكيف استغل مبردوخ ملكيته لمجموعة من الصحف والقنوات الفضائية؛ للسيطرة على أسواق الإعلام والتأثير فيها، وكذلك التأثير على المنافسين والمعادين له، وكيف أثر على الرأي العام، وعلى السياسيين وصناع القرار، وبالتالي أدى ذلك إلى التقليل من أهمية العمل الديمقراطي.
- **دراسة أبو راشد (2019):** تناولت أثر أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، من وجهة نظر القائمين بالاتصال؛ للتعرف إلى أثر ملكية القنوات التلفزيونية الأردنية على المحتوى الإعلامي، من وجهة نظر القائمين بالاتصال. واستندت الدراسة إلى نظريتي: حارس البوابة، وترتيب الأولويات، وتوصلت إلى أن القنوات التلفزيونية الأردنية تقدم محتوى يهدف إلى تحسين صورتها لدى مختلف فئات الجمهور. وأبرزت الدراسة تأثير أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي، إذ انضح أن أدوار المالكين في القنوات التلفزيونية تتجسد في إظهار رؤية القناة وإستراتيجياتها، مع إدراك أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يمتلكونها.
- **دراسة أبو مدين (2019):** تطرقت إلى أنماط ملكية الصحف الفلسطينية، وانعكاسها على السياسة التحريرية، وأوضحت أن مالك الصحيفة يشارك في إدارة التحرير ورسم السياسة التحريرية وجعلها ملزمة للمحررين، وأن غالبية العاملين في المؤسسات الصحفية لا يعرفون شيئاً عن تلقي المؤسسة لدعم مالي من جهات مختلفة. وخلصت الدراسة إلى أن أهداف السياسة التحريرية متنوعة ومختلفة، ما بين التعبئة الوطنية، وحماية التراث، ودعم المواقف الفلسطينية، وكذلك إرضاء الملاك والمساهمين والمعلنين، وأظهرت أن للإعلانات تأثيراً سلبياً على السياسة التحريرية، حيث تركز على جلب الإعلانات على حساب المادة الصحفية.

3. للدراسة أهمية مهنية، إذ إنه من المأمول أن تعود نتائجها وتوصياتها بالفائدة على القائمين بالاتصال، وكذلك على مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية.

مشكلة الدراسة:

يتأثر المحتوى الإعلامي في القنوات الفضائية بعوامل عدة، منها: رأس المال، وكمية الضغوط التي تُمارس من صناع القرار وأصحاب المال والإعلانات وغيرها، لكن تبين للباحثين في ضوء تجربتهما المهنية، ومعايشتهما لواقع القنوات الفضائية الفلسطينية بحكم خبرتهما الإعلامية الممتدة، الحاجة إلى البحث في دور مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية في رسم معالم سياساتها التحريرية بنظر الخبراء والصحفيين. وجاءت هذه الدراسة لتبحث في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية من وجهة نظر الأكاديميين والخبراء، إذ أظهرت الدراسات السابقة وجود نقص في هذا الجانب على وجه التحديد.

ومن هنا تنطلق الدراسة من السؤال الرئيس الآتي: ما طبيعة دور مالكي القنوات الفضائية الفلسطينية في رسم سياساتها التحريرية بنظر الخبراء والصحفيين؟

أهداف الدراسة:

1. الكشف عن العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية، كما يراها الخبراء من صحفيين وإعلاميين.
2. معرفة مدى تأثير ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على القائمين بالاتصال، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية.
3. الاطلاع على حجم انعكاس ملكية القنوات الفضائية على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية.
4. التعرف على المستوى الذي يتدخل فيه مالكو القنوات الفضائية الفلسطينية في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية.
- إظهار مدى تأثير رقابة مسؤولي المؤسسات الإعلامية، على القائمين بالاتصال من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية، كما تراها النخب الأكاديمية والإعلامية في الفضائيات الفلسطينية؟
2. كيف تؤثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على القائمين بالاتصال؟
3. ما حجم انعكاس ملكية القنوات الفضائية على السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية؟
4. ما المستوى الذي يتدخل فيه مالكو القنوات الفضائية الفلسطينية في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية؟
5. إلى أي مدى تؤثر الرقابة في المؤسسات الإعلامية على القائمين بالاتصال؟

- **دراسة أمين (2018) بعنوان:** "ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها في استقلالية المحتوى الصحفي"، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي لرصد الأخبار والمضامين الصحفية التي وردت في الصحيفتين المدروستين. وأكدت أنَّ المؤسسة السياسية في جمهورية السودان على اختلاف هياكلها البنائية، هي المخول الأساسي، والجهة التي تمارس سيطرتها على الأداء الإعلامي وما ينتجه من مضمون؛ لتحقيق هدفين أساسيين، هما: العمل على منع نشر أية مادة صحفية غير مُرحَّب بها، وتوفير الرسالة الإعلامية المرغوب في نشرها.
- **دراسة بورجلي (2018):** عن أنماط الملكية الصحفية وعلاقتها بالتعددية الإعلامية، إذ أظهرت المتغيرات الأساسية التي تحدّد ملامح النظام الإعلامي في أيّ مجتمع، وأنها تعبر بشكل أو بآخر عن درجة الحرية التي يتمتع بها هذا المجتمع، وأنه يحدّد وجود تعددية إعلامية من عدمها. وأخذت الدراسة النظام الإعلامي الجزائري والتعددية فيه، كتشخيص للتعددية الإعلامية في البلدان النامية، إذ خلصت إلى أنَّ القوانين والنصوص التشريعية التي وضعتها الدولة لإقرار التعددية السياسية لا ترتبط مع الواقع بصلة، حيث إنَّ القوانين شيء والتطبيق على أرض الواقع شيء آخر، وأنَّ النظام الإعلامي الجزائري يسير ببطء نحو التعددية وتتوّع الملكية.
- **دراسة حلواجي (2018):** بحثت في أثر السلطة السياسية على توجّهات القنوات الفضائية الإخبارية العربية، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون، والمنهج المقارن، واستعانت بالمنهج التاريخي؛ لتحلّ عينات من مواد سابقة أنتجتها قناة الجزيرة وقناة العربية، حول أحداث مختلفة في عدّة فترات، وقامت بالمقارنة في عدّة مواقف رسمية حول الأحداث نفسها من قيادتي البلدين، اللتين تملكان هاتين المؤسستين وهما قطر والسعودية. وخلصت الدراسة إلى التأثير المباشر وغير المباشر الذي تمارسه السلطة السياسية في الوطن العربي، على القنوات الإخبارية المتخصصة، ومدى استغلال قنوات لها صدى محلي وإقليمي ودولي في إيصال رسائلها الإعلامية، وخدمة أجنداتها السياسية والفكرية.
- **دراسة عبد العاطي (2018):** لإبراز تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الفضائية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية، وقارنت بين قناة العربية وقناة النيل، معتمدة على منهج المسح لاختيار العلاقة بين المتغيرات، واستخلاص النتائج وتفسير الأثر. وأشارت النتائج إلى أنَّ الاختلاف بين القناتين في طريقة التعامل مع الخبر، يعود إلى اختلاف نمط الملكية ونمط الإرسال بينهما، ومن جملة المقترحات التي طرحتها الدراسة دعوة المؤسسات الإعلامية، إلى ضرورة التوازن في عرض الأخبار ضمن النشرات الإخبارية، وإلقاء الضوء على الأخبار التي تعكس وجهات نظر متنوعة، وإعطاء الجماهير المتلقية مساحة كافية للتعرف إلى خلفيات الخبر وتفاصيله.
- **دراسة مركز هردو لدعم التعبير الرقمي (2017):** تطرّقت إلى تأثير رأس المال على السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية، إذ أشارت إلى أنَّ أداء وسائل الإعلام والصحافة المملوكة من رجال الأعمال المحسوبين على الدولة، هو أداء لا يراعي المهنية، ومُنحاز للنظام السياسي القائم، والمحتوى الإعلامي الذي يتم إنتاجه يأتي بالدرجة الأولى لخدمة النظام السياسي على حساب الجماهير المتلقية. وطبّقت على عدّة دول، هي: السعودية وسوريا والبحرين والإمارات والسودان، وتونس والمغرب ولبنان وليبيا والأردن ومصر، إذ أشارت إلى وجود قيود واضحة على حرية الإعلام الرقمي والإنترنت في العديد من الدول العربية؛ ما يستدعي تحرير الإعلام من سيطرة الدولة لتحقيق التحول الديمقراطي الحقيقي.
- **دراسة جديسون (2015):** تحدثت عن ملكية وسائل الإعلام والسيطرة عليها؛ جعلها تنفّذ أجندات محددة ومقصودة، وأخذت نيجيريا كحالة دراسية، واعتمدت في جمع البيانات على المُقابلة المُعمّقة، والطريقة التي تم أخذ العينات فيها هي العينات العنقودية. وكشفت الدراسة عن أنَّ مستويات مختلفة من الحكومة في نيجيريا تتألف من رجال أعمال وسياسيين وكبار المسؤولين، يمتلكون معظم المؤسسات الإعلامية النيجيرية، وأنَّ النخبة الحاكمة هي صانعة الأخبار بالأساس، والمتحكم بأجندة المعالجات. وأظهرت النتائج أنَّ نمط ملكية وسائل الإعلام الحالي في نيجيريا، يعوق الإعلام، ويحدّ من تطوره؛ ما يؤثر بشكل سلبي على التنوّع الإعلامي في نيجيريا، وكذلك على حرية الرأي والتعبير.
- **دراسة محمود البنهاوي (2014) بعنوان:** "ملكية وسائل الإعلام الأنماط والتنظيم"، وهدفت إلى الملكية الإعلامية إذ قسّمت الجهة المالكة إلى قسمين: الإعلام العام والإعلام الخاص. وتبيّن أنَّ جميع وسائل الإعلام العامة تموّل من أموال الشعب، إلّا أنَّ طرق إدارتها تختلف، فهي إمّا مُسيطر عليها من قبل الحكومة، وتخدمها وتخدم حزبها ومصالحه، أو مستقلة عن السيطرة السياسية ولها معايير وضوابط.
- **دراسة كريم (2014):** هدفت التعرف إلى الأهداف التحريرية، والسياسة المُتبعة، ودور العوامل الإدارية، وكيفية تأثيرها في السياسة التحريرية، من وجهة نظر القائمين بالاتصال في الصحف الكردية/العراق. واختارت الدراسة صحفيّتي: (أوينة، وكوردستاني نوي)، وحللت الملامح والخطوط الرئيسة التي تشكل السياسة التحريرية، بالاعتماد على آراء القائمين بالاتصال في الصحيفتين، إذ اتّضح أنَّها تتمثّل بمصادر التمويل وطريقة القيادة التحريرية. كما أجاب ما نسبته (89%) من المبحوثين، بأنَّ أهداف السياسة التحريرية جاءت تلبيةً لرغبات الجمهور واحتياجاته.

نوع الدراسة:

الاختصاص: (نقابة الصحفيين الفلسطينيين)، فقد بلغ عدد مجتمع الدراسة (430) إعلامياً وأكاديمياً.

وتم اختيار عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لمجتمعها، وبلغ عددها (206) أفراد من الإعلاميين والأكاديميين، وبالاعتماد على الأسس العلمية للمسوح بالعينات الاحتمالية، تم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة، ولحساب حجم العينة من خلال معادلة توماس ثيمسون، مع الأخذ بالحسبان هامش الخطأ بقيمة (5%)، والدلالة الإحصائية عند مستوى (95%).

حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية: تشمل الدراسة على دراسة المبحوثين في الضفة الغربية.
2. الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية في فترة تنفيذ الدراسة الممتدة من (2-11-2022)، إلى (13-1-2023).
3. الحدود البشرية: النخبة الأكاديمية والإعلامية في الضفة الغربية.

مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:

1. الملكية:

هي من أعمدة النظام الإعلامي، وتمثل بصورة عامة شكل النظام وطبيعته، وتختلف أشكال ملكية الإعلام حسب طبيعة النظام الإعلامي الذي تنتمي إليه، يقول محمد سيد: "ملكية الصحافة تعبير عن حرية الصحافة، وكلتاها تعبير عن نظرية الإعلام السائدة في المجتمع، وهي انعكاس للنظام السياسي بأركانه المختلفة، اقتصادية وثقافية واجتماعية وغير ذلك، لذلك لا بد لنا من الرجوع إلى نظريات الإعلام؛ لتكشف لنا الأبعاد الحقيقية للعلاقة بين ملكية الصحافة وحرية الصحافة" (Al-Kharaan, 1996, p 22).

2. السياسة التحريرية:

يقصد بالسياسة التحريرية أنها مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة، التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يتم من خلالها تقديم المحتوى الإعلامي، وفي غالب المؤسسات الإعلامية، لا تكون السياسة التحريرية مكتوبة، وإنما تصبح مع الوقت ثقافة مكتسبة بين العاملين في المؤسسة، وتنعكس على أسلوبهم وأدائهم اليومي في تقديم المحتوى (Bushra, 2017).

3. القنوات الفضائية الفلسطينية:

هي محطات التلفزيون التي حصلت على ترخيص من قبل وزارة الإعلام الفلسطينية؛ بناء على قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني، وهذه المحطات تعمل من خلال استديوهات في فلسطين، ولها بث عبر الأقمار الصناعية (خبرة الباحثين).

4. الخبر:

تُصنّف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة حقائق تتعلق بظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث؛ للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.

منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمد الباحثان على منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية، والذي تجلّى بالبحث في العوامل المؤثرة على أداء الصحفيين، وتأثيرات العوامل المختلفة مثل: الملكية، والسياسة التحريرية وغيرها على أداء القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية.

أداة الدراسة:

تعتمد الدراسة على الأداتين الآتيتين:

الاستبانة: تم تصميم استبانة تستهدف مُجتمع الدراسة، وهم الخبراء من الأكاديميين والصحفيين العاملين في المؤسسات الفلسطينية. المقابلة المتقنة: وتم إعداد أسئلتها بطريقة تخدم نتائج الدراسة وتعمّقها، إذ جاء استخدامها ضمن مسار البحث المُختلط التسلسلي، فجرت مناقشة نتائج الدراسة الميدانية مع (9) خبراء وأكاديميين في مجالات: الاتصال والصحافة، والإعلام والإذاعة والتلفزيون؛ للاستفادة من أفكارهم.

صدق القياس والثبات:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي، وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، إذ بلغت قيمة ثبات الاستبانة (90.0%)، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة عالية من الثبات، أي أنّ أداة الدراسة بأبعادها المختلفة، تتمتع بدرجة عالية من الثبات، والجدول الآتي يوضح نتائج معامل الثبات لأداة الدراسة.

الجدول (1)

نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة

معامل الثبات	
معامل الثبات	أداة الدراسة (الاستبانة)
عدد الفقرات	44
حجم العينة	206
قيمة معامل الثبات (Cronbach Alpha)	0.900

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من نخبة من الأكاديميين والإعلاميين، وتم حصرهم من خلال التواصل مع نقابة الصحفيين والجامعات الفلسطينية، وبناءً على السجلات التي وردت من قبل جهات

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، من الشمولية، ومدى وضوح فقراتها ومفرداتها، أي بمعنى أن تكون الاستبانة مفهومة لكل من يستخدمها، وتم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين على النحو الآتي:

الصدق الظاهري لأدوات الدراسة:

يقصد بالصدق الظاهري أو صدق المُحكمين أن يختار الباحث عددًا من المُحكمين المختصين، وأصحاب الخبرة في محور الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، حيث عرض الباحثان استبانة الدراسة على ستة مُحكمين مُتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال والتلفزة^(1*)، وبناءً على آرائهم تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل وإضافة في ضوء المُقترحات المُقدمة، وبذلك خرجت أدوات الدراسة بصورتها النهائية.

صدق المقياس: الاتساق الداخلي (Internal Validity):

يُعبّر الاتساق الداخلي عن مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة، مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة؛ من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، وكانت النتائج على النحو الآتي:

المحور الأول: دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال:

صاحب الخبرة بالمجال العلمي والعملية في نطاق الاختصاص المطلوب، أو التخصصات النادرة، الذي يتم التعاقد معه للعمل، سواء أكان خبيرًا محليًا أم أجنبيًا، لفترة زمنية محددة. ويجب أن يتوفر في الخبير عدة شروط وهي: (المادة 12 من القانون الأساسي الفلسطيني المعدل، الوقائع الفلسطينية، ع، 180، 2021).

1- عشر سنوات خبرة لمن يحمل شهادة البكالوريوس.

2- ثماني سنوات خبرة لمن يحمل شهادة الماجستير.

3- ست سنوات خبرة لمن يحمل شهادة الدكتوراة.

5- النخبة:

النخبة هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع، سواء وظيفيًا أم فكريًا أم تعليميًا، ما يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية، أو دور قيادي في المجتمع، وهي الفئات الأكثر تأثيرًا في الحياة العامة، ولها قدرة على اتخاذ القرار، وللنخب مفاهيم متعددة حسب المجال الذي تختص فيه، مثل: النخب الإعلامية، والنخب العسكرية، والنخب الفنية، والنخب الرياضية، والنخب السياسية والنخب الاقتصادية، وتمتلك هذه النخب تأثيرًا قويًا في الرأي العام، والأشخاص المحيطين بها (Deif, 2018).

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور دور ملكية المحطات الفضائية وأثره في القائمين بالاتصال والدرجة الكلية للمحور

متسلسل	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
1	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.	0.457**	.000
2	في القنوات الفضائية يحدّد المالك فقط الخطوط العامة، ومبادئ الخط التحريري، التي لا يمكن تجاوزها.	0.501**	.000
3	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.	0.372*	.013
4	يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.	0.539**	.000
5	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم، بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.	0.593**	.000

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

4- د. محمد أبو الفهم، أستاذ إذاعة وتلفزيون المساعد غير المتفرغ-جامعة القدس المفتوحة/ رام الله.

5- د. معين الكو، أستاذ الإعلام المساعد غير المتفرغ في جامعة القدس.

6- د. يحيى المدهون، أستاذ فلسفة الإعلام والاتصال المساعد-جامعة الأزهر/ غزة.

(*) تم عرض الاستبانة على مجموعة من أساتذة الإعلام الذين أكدوا ملائمتها للبحث، وهم:

1- د. شادي أبو عياش، أستاذ فنون الإعلام المساعد- الجامعة العربية الأمريكية/ رام الله.

2- د. علاء عياش، أستاذ مشارك: إذاعة وتلفزيون-جامعة فلسطين التقنية (خضوري)/ طولكرم.

3- أ.د. ماجد تريان، أستاذ دكتور: إعلام-جامعة الأقصى-كلية الإعلام/ غزة.

. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

المحور الثاني: القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها:

الجدول (3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرتها مضامينها على إقناع جماهيرها والدرجة الكلية للمحور

متسل	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
1	تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات مالِك الفضائية واحتياجاته.	0.448**	.000
2	ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، يُسهم في تحقيق أهداف تنموية مرتبطة بتنقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.	0.455**	.000
3	السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامة، قد تحدّ من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مُقنع للجمهور.	0.498**	.000
4	تخلق الفضائيات رأياً عاماً واعياً لمختلف القضايا التي تهتم المجتمع.	0.383**	.000
5	تسعى المضامين التي تبثّها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات المعلنين لديها واحتياجاتهم.	0.526**	.000
6	تسعى المضامين التي تبثّها القنوات الفضائية لتوصيل رسالة تفاعلية، آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.	0.504**	.000
7	لا تحرص القنوات الفضائية الرسمية في مضامينها الموجهة للجمهور، على مراقبة الأداء الحكومي، وممارسة دور نقديّ على أداؤها.	0.534**	.000
8	تحرص القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص، على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع، وما تبثّه من برامج.	0.521**	.000
9	تحرص القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية، على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع، وما تبثّه من برامج.	0.541**	.000
10	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي على السياسة التحريرية، وعلى مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.	0.619**	.000
11	السياسة التحريرية تحدّ من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على اتّخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المُستهدف.	0.601**	.000
12	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر، ينعكس إيجاباً على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.	0.501**	.000
13	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص، تتأثر سلباً بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.	0.609**	.000

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

المحور الخامس: تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية.

الجدول (4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور تقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في

القنوات الفضائية والدرجة الكلية للمحور

متسل	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
1	تقتصر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي.	0.756**	.000
2	يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل.	0.770**	.000
3	عدم وجود قانون للمرئي والمسموع، وإلزام المؤسسات بقانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة (1995)، يؤثّر سلباً على هامش الحريات الممنوح في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية.	0.827**	.000

متسل	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
4	يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة.	0.823**	.000
5	يعيبُ السياسات التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية العامة والرسمية، أنها عملياً تحدّ من الخوض في قضايا رئيسة تهمّ المجتمع.	0.736**	.000
6	تؤثر الظروف المجتمعية على المواد التي تبثّها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها.	0.708**	.000
7	ألّمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام، تضع قيوداً على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية.	0.804**	.000
8	تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع.	0.605**	.000

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

بعد التأكد من ثبات أداة الدراسة وصدقها، وجمع بيانات الدراسة من خلال جمع البيانات عن طريق برنامج الكوبو (KoBoToolbox)، وبعد الانتهاء من جمع البيانات بشكل إلكتروني، قام الباحثان بتحويل البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وصف خصائص عينة الدراسة:

يتّضح من الجداول أعلاه الخاصة بقياس الاتساق الداخلي، أنّ قيم مصفوفة ارتباط فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة، كانت دالة إحصائياً، ما يُشير إلى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة مع المحاور، وأنها تشترك معاً في قياس أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية، وبذلك تعتبر كافة محاور الدراسة صادقة، وتقاس ما صُممت لقياسه.

المعالجة الإحصائية:

الجدول (5) التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أ. الجنس		
ذكر	149	72.3%
أنثى	57	27.7%
المجموع	206	100.0%
ب. الفئة العمرية		
أقل من 30 سنة	9	4.4%
من 30 سنة إلى أقل من 39 سنة	77	37.4%
من 40 سنة إلى أقل من 49 سنة	80	38.8%
50 سنة فأكثر	40	19.4%
المجموع	206	100.0%
ت. المؤهل العلمي		
دبلوم متوسط	31	15.0%
بكالوريوس	88	42.7%
ماجستير	67	32.6%
دكتوراه	20	9.7%
المجموع	206	100.0%
ث. مكان العمل		
مؤسسة أكاديمية (جامعة)	43	20.9%
مؤسسة إعلامية	163	79.1%
المجموع	206	100.0%
ج. طبيعة العمل		
عمل إداري (إدارة مؤسسة إعلامية)	37	18.0%
عمل صحفي	141	68.4%

عمل أكاديمي	28	13.6%
المجموع	206	100.0%
ح. عدد سنوات الخبرة		
أقل من 3 سنوات	5	2.4%
من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	1	0.5%
من 5 سنوات إلى أقل من 8 سنوات	9	4.4%
من 8 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	10	4.9%
10 سنوات فأكثر	181	87.8%
المجموع	206	100.0%

النتائج المتعلقة بالمحور الأول:

"ما دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال؟"
يحاول الباحثان في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال؛ عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الأول الخاص بدور ملكية المحطات الفضائية، وأثره على القائمين بالاتصال، وكانت النتائج على النحو الآتي:

واستكمالاً إلى ما سبق، فقد حدد الباحثان درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة، حيث تم اعتماد الدرجات التالية:

الجدول (6) مفتاح المتوسطات الحسابية الذي تم اعتماده في الدراسة

الدرجة	مدى متوسطها الحسابي
منخفضة	2.33 فأقل
متوسطة	3.67-2.34
مرتفعة	3.68 فأعلى
مرتفعة	3.68 فأعلى

الجدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور دور ملكية المحطات الفضائية

وأثرها على القائمين بالاتصال مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.735	4.04	مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين بالاتصال.
مرتفعة	0.833	3.93	القنوات الفضائية تعمل بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية.
متوسطة	0.795	3.44	يحدد المالك فقط في القنوات الفضائية الخطوط العامة، ومبادئ الخط التحريري والتي لا يمكن تجاوزها.
متوسطة	1.029	3.01	يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها.
متوسطة	1.053	2.86	يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة.
متوسطة	1.042	2.80	يوجه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف.
منخفضة	0.967	2.13	وفق متابعتك، تشعر بأن المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية.
متوسطة 3.17			جميع فقرات المحور معاً

إلى الملكية الخاصة من بعض رجال الأعمال للقنوات الفلسطينية الفضائية، لذا فإن تنوع ملكية القنوات الفضائية، ساهم في تعزيز أثر ملكية القنوات على القائمين بالاتصال.

أما على صعيد النتائج الإحصائية، على مستوى الفقرات الخاصة بمحور دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين، فقد كانت النتائج على النحو الآتي مرتبة حسب الأهمية:

أشارت نتائج التحليل إلى أن المتوسط الحسابي للفقرة: "مالك القناة الفضائية هو من يرسم السياسة التحريرية ويجعلها ملزمة للقائمين

يوضح الجدول أعلاه أن هناك تفاوتاً في مستوى إجابات أفراد العينة: "النخبة الإعلامية والأكاديمية"، حول دور ملكية المحطات الفضائية وأثرها على القائمين بالاتصال، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي الكلي للمحور قد بلغ (3.17)؛ ما يشير إلى أن إجابة المبحوثين على هذا المحور كانت بدرجة متوسطة، وفقاً لمعيار مقياس التحليل لهذه الدراسة/ مفتاح المتوسطات الحسابية، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين، إلى أن هناك تفاوتاً في ملكية المحطات الفضائية، ما بين ملكية خاصة وملكية عامة تابعة للسلطة الفلسطينية، إضافة

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين، إلى ضرورة تفعيل دوائر المتابعة والتقييم في القنوات الفضائية الفلسطينية، لما له من أثر إيجابي في كفاءة البرامج التي يتم طرحها في هذه القنوات. وأظهرت نتائج التحليل أنّ الفقرة التي تنصّ على: "يوجّه مالكو القنوات القائمين بالاتصال نحو الحرص على إرسال معلومات دقيقة للجمهور المستهدف"، جاءت في المرتبة السادسة (قبل الأخيرة)، بمتوسط حسابي بلغ (2.80)، أي بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة. بيّنت نتائج التحليل أنّ العبارة التي تنصّ على: "وفق متابعتك، تشعر بأنّ المالك (مالك المؤسسة) لا يتدخل في صناعة القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية"، قد جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية، بمتوسط حسابي بلغ (2.13)، أي بدرجة منخفضة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

وهذه النتيجة من وجهة نظر الباحثين تعود إلى الدور الفاعل للمالك، في تحديد القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية، وهذا ما ينعكس بشكل مباشر على البرامج الحوارية، وسياسة القناة بشكل عام.

النتائج المتعلقة بالمحور الثاني:

ما دور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها؟

يحاول الباحثان في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال؛ عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الثاني، الذي يتناول القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها، وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها. وكانت النتائج على النحو الآتي:

بالإتصال"، جاء في المرتبة الأولى، قد بلغ (4.04) بدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين، إلى أهمية دور مالك القناة في رسم سياستها التحريرية، وإلزامها للقائمين بالاتصال.

وأظهرت نتائج تحليل الدراسة أنّ الفقرة التي تعبر عن عمل القنوات الفضائية بأجندة تتأثر بنمط الملكية في البرامج الحوارية، جاءت في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (3.93) أي بدرجة مرتفعة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين، إلى الأثر الكبير لمالكي القنوات الفضائية الفلسطينية، ودورهم وتوجهاتهم في طرح أجندة البرامج الحوارية التي يتم عرضها على القنوات الفضائية الخاصة بهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ الفقرة التي تعبر عن: دور مالك القنوات الفضائية في تحديد الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري والتي لا يمكن تجاوزها، جاءت في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي بلغ (3.44) أي بدرجة متوسطة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين، إلى أنّ هذه النتيجة تؤكد أنّ هناك تفاوتاً في صلاحيات القنوات من قناة إلى أخرى، في تحديد الخطوط العامة ومبادئ الخط التحريري.

أما بخصوص الفقرة التي تنصّ على: "يدرك مالك المحطات الفضائية أهمية تطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها القنوات التي يملكها"، فقد جاءت في المرتبة الرابعة، وبلغ متوسطها الحسابي (3.01)، أي بدرجة متوسطة، وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، وهنا لا بد من الإشارة إلى ضرورة تفعيل دور المالكين للقنوات الفضائية، في تخصيص ميزانيات مناسبة وملائمة؛ من أجل تطوير خطة إعلامية للبرامج التي يتم طرحها.

وأشارت نتائج التحليل إلى أنّ المتوسط الحسابي للفقرة: "يقوم مالكو المحطات الفضائية بشكل دائم بإعادة تقييم البرامج التي تطرحها القناة"، قد بلغ (2.86)، أي بدرجة متوسطة، وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

الجدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور القنوات الفضائية على اختلاف

أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.773	4.03	قد تحذ السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامة، من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مقنع للجمهور.
مرتفعة	0.991	3.93	لا تحرص القنوات الفضائية الرسمية في مضامينها الموجهة للجمهور على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أدائها.
مرتفعة	0.964	3.79	تهدف الوسائل الاتصالية للقنوات الفضائية إلى تلبية رغبات مالك الفضائية واحتياجاته.
مرتفعة	0.901	3.74	البرامج وجودتها وقدرتها على إقناع الجماهير في القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص، تتأثر سلباً بسبب تأثيرات المعلنين المباشرة وغير المباشرة عليها.
مرتفعة	0.586	3.70	تحذ السياسة التحريرية من حرية القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية، على اتخاذ القرار المناسب لشكل وطبيعة المضامين المطلوب نقلها للجمهور المستهدف.
مرتفعة	0.948	3.68	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية إلى تلبية رغبات واحتياجات المعلنين لديها.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسطة	0.903	3.58	أشعر بتأثير الإعلانات والجانب الاقتصادي، على السياسة التحريرية، وعلى مضامين القنوات الفضائية الفلسطينية.
متوسطة	0.962	3.49	حرص القناة الفضائية على مراجعة سياستها التحريرية بين الحين والآخر، ينعكس إيجاباً على أداء الصحفيين والقائمين بالاتصال.
متوسطة	0.871	3.36	تحرص القنوات الفضائية المملوكة للقطاع الخاص، على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع، وما تبثه من برامج.
متوسطة	0.952	3.36	يسهم ارتفاع هامش الحريات في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، في تحقيق أهداف تنموية مرتبطة بتثقيف المواطنين في الجوانب السياسية والفكرية.
متوسطة	0.786	3.14	تحرص القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية، على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج.
متوسطة	0.883	3.02	تخلق الفضائيات رأياً عاماً واعياً لمختلف القضايا التي تهتم المجتمع.
متوسطة	0.955	2.79	تسعى المضامين التي تبثها القنوات الفضائية، لتوصيل رسالة تفاعلية آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته.
متوسطة 3.51			جميع فقرات المحور معاً

أنّ القنوات الفضائية الرسمية تحرص في مضامينها الموجهة للجمهور، على مراقبة الأداء الحكومي، وممارسة دور نقدي على أداؤها. أما بالنسبة للفقرة التي تنصّ على: "تهدف الرسائل الاتصالية للقنوات الفضائية، إلى تلبية رغبات مالك الفضائية واحتياجاته"، فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.79)، وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين إلى ضعف الرسائل الاتصالية من قبل القنوات الفضائية الفلسطينية إلى الجمهور، وتركيزها فقط على تلبية رغبات المالكين واحتياجاتهم وأجنداتهم. وهنا لا بدّ من العمل على تفعيل العمل على إشراك المؤسسات الحكومية الحاضنة لهذه القنوات الفضائية، في تطوير خططها الإعلامية؛ من أجل تحسين دور القنوات الفضائية في إقناع جمهورها.

كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ المتوسط الحسابي للفقرة الحادية عشرة التي تنصّ على: "تحرص القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية، على زيادة ثقة جماهيرها عبر ما تطرحه من مواضيع وما تبثه من برامج"، قد بلغ (3.14) وبدرجة متوسطة، وهذا مؤشر على أنّ درجة تأثير القنوات الفضائية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية على جمهورها متوسطة، وما زالت هناك حاجة إلى العمل من أجل الوصول إلى درجة إقناع الجمهور التابع لها.

أما الفقرة الثانية عشرة من حيث الأهمية، فقد بلغ متوسطها الحسابي للفقرة (3.02) بدرجة متوسطة، والتي تُعبر عن خلق الفضائيات رأياً عاماً واعياً لمختلف القضايا التي تهتم المجتمع.

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين إلى ضعف الخطط الإعلامية من قبل القنوات الفضائية، واعتمادها في تقديم محتواها على سياسات المالكين وبعيداً -نوعاً ما- عن احتياجات المجتمع والجمهور. أما بالنسبة للعبارة التي احتلت المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية، وكان

يبين الجدول السابق، مستوى إجابات أفراد العينة حول محور القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها، وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ (3.51) بدرجة متوسطة، وفقاً لمقياس التحليل المُتبّع في هذه الدراسة، ما يُشير إلى أنّ هناك درجة مستوى متوسط لتأثير القنوات الفلسطينية الفضائية، في إقناع جمهورها بالمحتوى الذي تقدمه، وهنا لا بدّ من العمل على تعزيز قدرة الإقناع لدى هذه القنوات؛ من خلال تطوير الخطط الإعلامية بناء على احتياجات الجمهور نفسه، بدلاً من العمل ضمن خطط تعتمد بالدرجة الأولى على سياسة المالكين لهذه القنوات.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية لفقرات المحور كاملة: "القنوات الفضائية على اختلاف أنماط ملكيتها وقدرة مضامينها على إقناع جماهيرها"، فقد كانت على النحو الآتي، مع الأخذ بالحسبان أنّه تمّ ترتيب العبارات حسب الأهمية:

أشارت نتائج التحليل إلى أنّ الفقرة التي تنصّ على: "قد تحدّ السياسة التحريرية في القنوات الحزبية والعامة، من قدرة هذه الوسائل على تقديم محتوى مُقنع للجمهور"، قد احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية، بمتوسط حسابي مقداره (4.03) وبدرجة مرتفعة. أي بمعنى آخر إنّ السياسة التحريرية للقناة تؤثر بشكل مباشر على إقناع الجمهور، لذا لا بد من العمل على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية، بناء على متطلبات الجمهور من هذه القنوات.

ويليها في المرتبة الثانية من حيث الأهمية الفقرة التي تنصّ على: "لا تحرص القنوات الفضائية الرسمية في مضامينها الموجهة للجمهور، على مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على أداؤها"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93)، وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، بمعنى

ما تقييم النخبة الأكاديمية والإعلامية للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية؟

يحاول الباحثان في هذا القسم الإجابة عن هذا السؤال؛ عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، على المحور الخامس الخاص بتقييم المبحوثين للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية. وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور تقييم المبحوثين للسياسات

التحريرية في القنوات الفضائية مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.935	4.17	يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة.
مرتفعة	0.959	4.08	ألمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام، تضع قيوداً على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها، وبالذات في البرامج الحوارية.
مرتفعة	0.926	4.03	يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل.
مرتفعة	0.977	3.99	عدم وجود قانون للمرئي والمسموع، وإلزام المؤسسات بقانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة (1995)، يؤثر سلباً على هامش الحريات الممنوح في السياسة التحريرية للقنوات الفضائية.
مرتفعة	0.985	3.88	يعيب السياسات التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية العامة والرسمية، أنها عملياً تحد من الخوض في قضايا رئيسة تهم المجتمع.
مرتفعة	0.784	3.84	تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي.
مرتفعة	0.905	3.78	تؤثر الظروف المجتمعية على المواد التي تبثها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها.
متوسطة	0.963	3.50	تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع.
مرتفعة 3.91			جميع فقرات المحور معاً

وبالذات في البرامج الحوارية"، بمتوسط حسابي بلغ (4.08) وبدرجة مرتفعة، وفقاً لمقياس هذه الدراسة، أي بمعنى أن السياسات التحريرية تأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، فيما يخص تقييم أداء القنوات الفضائية، لذا لا بد من العمل على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفضائية، بما يتلاءم مع احتياجات الجمهور وتطلعاتهم تجاه القنوات الفضائية.

أما بالنسبة للفقرة التي تنص على: "يؤثر الطابع الأيديولوجي للمؤسسة على العمل"، فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وبدرجة مرتفعة، وفقاً لمقياس هذه الدراسة، ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين إلى المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية، التي تؤثر بشكل كبير على تقييم أدائهم، لذا لا بد من العمل على الفصل ما بين المعتقدات السياسية لدى القائمين على القنوات الفضائية والسياسة التحريرية المتبعة فيها.

وفي المرتبة السادسة من حيث الأهمية، جاءت الفقرة التي تنص على: "تفتقر السياسة التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية للوضوح الكافي"، بمتوسط حسابي بلغ (3.84) وبدرجة مرتفعة، حسب مقياس

ترتيبها الثالثة عشرة، فكانت الفقرة التي تُعبر عن سعي القنوات الفضائية في تقديم مضامين لتوصيل رسالة تفاعلية، آخذة في الحسبان احتياجات الجمهور ورغباته. حيث حصلت على متوسط حسابي قيمته (2.79) بدرجة متوسطة، وهذا ما يؤكد على أهمية وجود خطط إعلامية يتم وضعها بناء على احتياجات الجمهور ورغباتهم.

النتائج المتعلقة بالمحور الخامس:

يوضح الجدول أعلاه، مستوى إجابات أفراد العينة حول تقييمهم للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية، وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ (3.91) بدرجة مرتفعة، وفقاً لمقياس التحليل المتبع ضمن هذه الدراسة. وعليه يمكن القول إن العوامل التي تم الاعتماد عليها في تقييم أفراد العينة للسياسات التحريرية في القنوات الفضائية الفلسطينية، كانت متلائمة مع توجهات النخبة الأكاديمية والإعلامية التي تم استهدافها ضمن الدراسة.

كما أشارت النتائج أعلاه إلى أن الفقرة التي تنص على: "يؤثر المناخ السياسي السائد على طريقة عمل المؤسسة"، قد احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (4.17) وبدرجة مرتفعة. أي بمعنى آخر أن المناخ السياسي السائد في عمل القنوات الفضائية، يؤثر بشكل كبير على تقييم أدائها، وبالتالي لا بد من العمل على تعزيز استقلالية عمل القنوات الفضائية الفلسطينية؛ من أجل جذب الجمهور لها. ويليهما في المرتبة الثانية من حيث الأهمية الفقرة التي تنص على: "ألمس أن السياسة التحريرية الخاصة بالقنوات الفضائية الفلسطينية بشكل عام، تضع قيوداً على طبيعة الشخصيات التي تتم استضافتها،

على بثّ مواد تحافظ على قيم المجتمع، لذا لا بدّ من العمل على تفعيل الدور الرقابي الذاتي والمؤسساتي الحاضن لعمل هذه القنوات؛ من أجل مراجعة المواد التي يتم نشرها بما يتناسب مع قيم المجتمع.

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات):

انطلق الباحثان في تحليل نتائج مقابلاته مع الخبراء بالاعتماد على برنامج تحليل البيانات النوعي (MAXQDA)، وهو يعد برنامجاً احترافياً لتحليل البيانات النوعية والكمية المختلطة، يعمل على نظامي (Windows) و (Mac).

وتنطلق فكرة البرنامج أساساً من تحليل المقابلات والتقارير والجدول والاستطلاعات عبر الإنترنت، ومجموعة التركيز ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية ومراجعات الأدب والصور وغير ذلك الكثير، ولديه تاريخ طويل في تزويد الباحثين بأدوات تحليلية قوية ومبتكرة وسهلة الاستخدام؛ تساعد على نجاح المشاريع البحثية⁽²⁾.

تحليل إجابات المبحوثين وفق معطيات برنامج التحليل النوعي (MAXQDA):

الجدول (10)

تكوين إجابات المبحوثين باستخدام برنامج (MAXQDA)

الجوانب التي تم توكيدها باستخدام برنامج (MAXQDA)	اقتراحات	سلبيات	نقائص	أسباب
عدد تكوين الجوانب الظاهرة في إجابات المبحوثين	40	18	14	09
نسب تكوين الجوانب الظاهرة في إجابات المبحوثين	63.49	28.57	22.22	14.28

(MAXQDA). كما عمل الباحثان على ترميز عينة البحث لتسعة مبحوثين، وفقاً للترميز العددي لتقادي ذكر أسمائهم من (1) إلى (09)، كما اعتمد التحليل على البيانات المتحصل عليها عبر الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة غير الرسمية وجهاً لوجه بعدما تمت مراسلتهم، والتقل إلى أماكن تواجدهم.

1- تحليل اقتراحات المبحوثين:

من خلال المعطيات المتحصل عليها من برنامج التحليل النوعي للبيانات (MAXQDA)، اتضح لنا أنّ اقتراحات الأكاديميين والخبراء المبحوثين شكلت أعلى نسبة من إجاباتهم، إذ تقدر بـ (63.49%) من إجابات المبحوثين.

وتمثلت جلّ الاقتراحات في أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الإعلامية والأكاديمية، أن تقوم القنوات الفضائية الفلسطينية بالتركيز على جودة المحتوى المقدم، وتعزيز قيمته الإخبارية، بعيداً عن الاعتبارات التحريرية الأخرى، التي تؤثر بشكل مباشر على استقطاب الجمهور والرأي العام، إجابة المبحوثين أرقام: (01، 02، 03، 05، 06، 08). واتضح أن

تحليل الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحثين إلى وجود سياسات تحريرية في القنوات الفضائية واضحة بشكل كافٍ، ما يساهم في تعزيز كفاءة عمل القنوات الفضائية.

أما بالنسبة للفقرة السابعة من حيث الأهمية، والتي تُعبر عن تأثير الظروف المجتمعية على المواد التي تبثها المؤسسة، وطبيعة هامش الحرية فيها، فقد حصلت على متوسط حسابي قيمته (3.78) وبدرجة مرتفعة، وفقاً لمقياس تحليل الدراسة، وهذه نتيجة تؤكد على دور القنوات الفضائية في نقل الصورة المجتمعية بشفافية وحرية، لذا لا بدّ من العمل على تحسين فرص انخراط القنوات الفضائية الفلسطينية في الظروف المجتمعية، بعيداً عن القيود المفروضة على السياسات التحريرية الخاصة بكل قناة.

وجاءت الفقرة التي تنص على: "تحرص القنوات الفضائية الفلسطينية على نشر المواد المحافظة على قيم المجتمع"، في المرتبة الثامنة والأخيرة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي بلغ (3.50)، وهو ما يوافق الدرجة المتوسطة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، ما يدلّ على أن هناك ضعفاً نوعاً ما - لدى القنوات الفضائية الفلسطينية في حرصهم

يوضح الجدول السابق عدد التكوين ونسبه للجوانب المهمة التي تطرق إليها المبحوثون في إجاباتهم، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية التكوين التي يعتمد عليها برنامج (MAXQDA)، أنّ الاقتراحات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية، احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ (63.49%) من إجابات المبحوثين.

وتليها السلبيات الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة (28.57%)، لتأتي بعدها النقائص الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، على السياسة التحريرية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر بـ (22.22%) من إجابات المبحوثين، ثم جاءت الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية، بنسبة تقدر بـ (14.28%) من إجابات المبحوثين.

وقد تم تحليل أهم الجوانب البارزة في إجابات المبحوثين وعرضها في محاور، وفق المعطيات المتحصل عليها من برنامج التحليل النوعي

المبحوثون ذوي الأرقام: (01، 02، 04، 05، 07، 09)، أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية، هو أقل من ساعة يوميًا؛ بسبب الانتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد، القائم في طبيعته ومحتواه على الانتقائية في التلقي من جهة، وظهور نماذج وأشكال إخبارية جديدة من جهة أخرى، مثل: صحافة الفيديو، والصحافة الإلكترونية، وصحافة المواطن، ما يجعلها منافسًا قويًا للقنوات الفضائية الأخرى.

وأظهر التحليل أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية، على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية، هو أقل من ساعة يوميًا؛ وذلك لأن هناك عدم ثقة كبيرًا في الفضائيات الفلسطينية، والاعتماد على الفضائيات العربية أو الدولية كالجيزة، والعربية، والعالم، والشرق، وحتى على فضائيات ذات بعد دولي مثل: "السي إن إن"، وغيرها من الفضائيات الدولية الناطقة بلغات حية، وبالتالي عدم قدرة الفضائيات الفلسطينية على مواكبة الحدث باحترافية كبيرة، وذلك وفقًا لإجابة المبحوثين ذوي الأرقام: (02، 06، 09).

ويرى المبحوثون ذوو الأرقام: (03، 08، 09)، أن اعتماد أكثر من نصف النخبة الأكاديمية والإعلامية، على مشاهدة القنوات الفضائية الفلسطينية، هو أقل من ساعة يوميًا، وذلك لأن النسبة الطبيعية انسجامًا مع ملكية هذه القنوات، التي يذهب جزء كبير منها لملكية حزبية أو مؤسساتية أو رسمية حزبية، مثل تلفزيون فلسطين، وافتقار الساحة الإعلامية الفلسطينية إلى القنوات المستقلة. إن ما تبحث عنه النخب الأكاديمية والإعلامية عادةً هو القنوات المستقلة نسبيًا، حتى يتلقوا منها المعلومات والأخبار بعيدًا عن تأثير السياسات التنظيمية والرسمية على السياسة التحريرية.

كما أن هذه القنوات تغرق في المحلية، ولذا لا تجد النخب ضالتها فيها من تحليل معمق، لما يدور حولهم من أحداث وتفسيرات علمية ومنهجية ترتكز على المعلومات، والرؤى، واستشراف المستقبل.

إجمال نتائج المقابلات: توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في الآتي:

1- من خلال استخدام برنامج تحليل البيانات النوعية (MAXQDA)، تبين أن الاقتراحات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية، احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ (63.49%) من إجابات المبحوثين، ثم تليها السلبات الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة (28.57%)، لتأتي بعدها النقائص الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر بـ (22.22%)، من إجابات المبحوثين، ثم تليها الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، من

المبحوثين ذوي الأرقام: (04، 07، 09)، يقترحون أن تعمل القنوات الفضائية بشكل عام، والفلسطينية بشكل خاص، على مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وقد نجحت بذلك عدة قنوات فضائية، وما زالت تحاول المزج ما بين الإعلام التقليدي والرقمي في نشر المحتوى، إلا أن هناك توجهًا كبيرًا على منصات الإعلام الرقمي، وهذا يدفع القنوات الفضائية إلى البحث عن أساليب جديدة للوصول إلى الجمهور.

كما اقترح المبحوثون ذوو الأرقام: (01، 02، 04، 07)، تبني نموذج ديمقراطية الإنتاج الإعلامي كبديل عن أنموذج المالك، وهذا يعني التحرر من القيود الاقتصادية والثقافية والسياسية التي تفرضها طبيعة السياسة التحريرية على المحتوى المقدم للجمهور. ويضاف إلى ذلك أن المبحوثين ذوي الأرقام: (01، 03، 05، 06، 07، 09)، يقترحون ضرورة تبني أنموذج الإعلام الجديد والتفاعلي، والاستفادة من التجارب العالمية، والاستقلال المادي لتلك القنوات، والعمل على إعادة رسم السياسات التحريرية لتلك القنوات، بما يتناسب مع احتياجات الجمهور ومتطلبات الواقع.

2- تحليل السلبات الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية:

تحتل السلبات المسجلة في إجابات المبحوثين المرتبة الثانية، وفق المُعطيات المُتَحَصَّل عليها من إجاباتهم، وفق برنامج (MAXQDA)، بنسبة تقدر بـ (28.57%)، الذين يرون أن ارتباط المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور بمعايير معينة خاضعة لأيديولوجيا القناة وسياساتها التحريرية، من شأنه أن يقلل من قدرة القنوات الرسمية والعامّة والحزبية وحتى القطاع الخاص على استقطاب الجماهير، وذلك وفقًا لإجابة المبحوثين ذوي الأرقام: (01، 02، 04، 09).

كما يعتقد المبحوثون ذوو الأرقام: (01، 02، 03، 06، 07، 09)، أن ارتباط الفضائية بأجندة سياسية؛ ينعكس سلبيًا عليها ويفقدها الكثير من الجمهور، فإذا كانت القناة محسوبة على حزب مُعين، لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى، وأيضًا إذا كانت القناة الرسمية محسوبة على لون معين، لن تتابعها الشرائح والفئات الحزبية المُتَبَقِّية، وبذلك تفقد مساحات واسعة من الجمهور أو فئات واسعة من جماهيرها.

كما يتضح من خلال إجابة المبحوثين ذوي الأرقام (01، 02، 03، 04، 05، 06، 07، 08، 09)، أن تحكم مالك القناة: (الجهة المالكة للقناة)، بعمق في رسم السياسة التحريرية، ومسار البرامج الحوارية، ووضع الخطوط العامة للعمل، هو وضع ليس صحيحًا وليس منطقيًا.

3- تحليل الأسباب الناجمة عن أثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية:

تمثل الأسباب الخاصة بأثر ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية على السياسة التحريرية، وفق المُعطيات المُتَحَصَّل عليها من برنامج (MAXQDA)، نسبة (14.28%) من إجابات المبحوثين، إذ يرى

تلخيص النتائج:**أولاً: أهم نتائج الدراسة الميدانية:**

بعد مناقشة نتائج الدراسة، يستعرض الباحثان خلاصة لأهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية، وهي:

1- لملك القنوات الفضائية الفلسطينية أثر ودور كبير في طرح أجندة البرامج الحوارية، التي يتم عرضها على القنوات الفضائية الخاصة بهم.

2- هناك تفاوت في صلاحيات ملك القنوات من قناة إلى أخرى، في تحديد الخطوط العامة، ومبادئ الخط التحريري.

3- لملك القنوات الفضائية الفلسطينية دور في تخصيص ميزانيات مناسبة وملئمة؛ من أجل تطوير خطة إعلامية للبرامج المطروحة.

4- للمالك دور فاعل في تحديد القرار التحريري بشكل ملموس في القنوات الفضائية الفلسطينية، وينعكس بشكل مباشر على البرامج الحوارية، وسياسة القناة بشكل عام.

5- تؤثر القنوات الفضائية الفلسطينية بشكل متوسط في إقناع الجمهور بالمحتوى الذي تقدمه.

6- السياسة التحريرية للقناة تؤثر بشكل مباشر على إقناع الجمهور.

7- هناك ضعف في الرسائل الموجهة من قبل القنوات الفضائية الفلسطينية إلى الجمهور، وتركز فقط على تلبية رغبات المالكين واحتياجاتهم وأجنداتهم.

8- تؤثر القنوات الفضائية الفلسطينية المملوكة للقوى السياسية والفصائل الفلسطينية، بشكل متوسط على جمهورها، وهناك حاجة إلى العمل من أجل الوصول إلى درجة إقناع الجمهور التابع لها.

9- الخطط الإعلامية للقنوات الفضائية ضعيفة في تقديم محتواها، بناء على سياسات المالكين، وبعبارة نوعاً ما عن احتياجات المجتمع والجمهور.

10- طبيعة القيود الكبيرة والرقابة الذاتية لدى القنوات الفضائية الفلسطينية، تؤثر بشكل كبير على استقلالية عمل هذه القنوات.

11- هناك دور سلبي تخلقه سياسة مالكي القنوات الفضائية، في المضمون الذي تقدمه من جهة، ومن جهة أخرى بناء الخطط الإعلامية للقنوات بعيداً عن احتياجات المجتمع والجمهور المستهدف.

ثانياً: أهم نتائج الدراسة التحليلية (المقابلات):**أ. الأمور السلبية التي تحدث عنها الخبراء فكانت:**

1- ارتباط المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور بمعايير أيديولوجيا القناة وسياساتها التحريرية؛ من شأنه أن يقلل من قدرة القنوات الرسمية والعامة والحزبية وحتى القطاع الخاص على استقطاب الجماهير.

2- يعتقد عدد لا بأس به من المبحوثين، أن ارتباط الفضائية بأجندة سياسية، ينعكس سلباً عليها، ويفقدها الكثير من الجمهور إذا كانت

وجهة نظر النخبة الأكاديمية والإعلامية بنسبة تقدر ب(14.28%) من إجابات المبحوثين.

2-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يقترحون أن تقوم القنوات الفضائية الفلسطينية بالتركيز على جودة المحتوى المقدم، وتعزيز قيمته الإخبارية، بعيداً عن الاعتبارات التحريرية الأخرى، التي تؤثر بشكل مباشر على استقطاب الجمهور والرأي العام.

3-03 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 33.33%)، يقترحون أن تعمل القنوات الفضائية بشكل عام، والفلسطينية بشكل خاص على مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وقد نجحت بذلك عدة قنوات فضائية، وما زالت تحاول المزج ما بين الإعلام التقليدي والرقمي في نشر المحتوى، إلا أن هناك توجهًا كبيرًا على منصات الإعلام الرقمي، وهذا يدفع القنوات الفضائية إلى البحث عن أساليب جديدة للوصول إلى الجمهور.

4-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يقترحون ضرورة تبني أنموذج الإعلام الجديد والتفاعلي، والاستفادة من التجارب العالمية، والاستقلال المادي لتلك القنوات، والعمل على إعادة رسم السياسات التحريرية لتلك القنوات، بما يتناسب مع احتياجات الجمهور ومتطلبات الواقع.

5-06 من بين 09 مبحوثين (ما نسبته 66.66%)، يرون أن ارتباط الفضائية بأجندة سياسية، ينعكس سلباً عليها ويفقدها الكثير من الجمهور، فإذا كانت القناة محسوبة على حزب معين، لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى، وأيضاً إذا كانت القناة الرسمية محسوبة على لون معين، فلن تتابعها الشرائح والفئات الحزبية المتبقية؛ وبذلك تفقد مساحات واسعة من الجمهور، أو فئات واسعة من جماهيرها.

6-09 مبحوثين (ما نسبته 100%)، يرون أن تحكم مالك القناة: (الجهة المالكة للقناة)، بعمق في رسم السياسة التحريرية، ومسار البرامج الحوارية، ووضع الخطوط العامة للعمل، هو وضع ليس صحيحاً وليس منطقياً.

7-05 مبحوثين من بين 09 (ما نسبته 55.55%)، يرون أن مساهمة القنوات الفضائية ضعيفة في الجوانب التنموية، وهذا ينعكس عليها، وبالتالي لا يتابعها الجمهور، ولا يتقون بما تطرحه من قضايا، ومن ثم فإن أي قضية يتم طرحها سواء لها علاقة بقضايا مجتمعية، أم قضايا اقتصادية، أم قضايا ثقافية، لن يكون هناك جمهور واسع يتأثر بها؛ لأنه أصلاً يدرك أن هذه المحطات لها لون وتوجهات معينة لا يمكن القبول بها، ولذلك لا يستجيب للقضايا التي تطرحها، وعدم إعطاء رأي عام للمواضيع التي تطرحها يجعلها قليلة التأثير، وأحد المؤشرات هو عدم الاستجابة للقضايا التي تطرحها تلك الفضائيات، وعندما تطرح موضوعاً للنقاش، يكون عدد المتابعين والمشاهدين لبرامجها قليلاً جداً.

توصيات الدراسة:

1. أن تُنَاط المهام والمسؤوليات، وأيّ صلاحيات مرتبطة بالقرار التحريري برئيس التحرير ومساعديه، مع ضمان عدم تدخل المالك في القرار التحريري، وبالأذات إن لم يكن صاحب خبرة إعلامية مُمتدة؛ لأن ذلك قد ينعكس سلباً على سياسة القناة بشكل عام.
2. ضرورة وجود سياسة تحريرية واضحة بشكل كافٍ ومكتوبة، وليست شفوية في القنوات الفضائية الفلسطينية؛ مما يساهم في تعزيز عمل هذه القنوات.
3. أهمية تفعيل دور المالكين للقنوات الفضائية الفلسطينية، في تخصيص ميزانيات مناسبة وملائمة لتطوير خطة إعلامية للبرامج التي تطرحها.
4. العمل على تعزيز قدرة الإقناع لدى القنوات الفضائية الفلسطينية؛ من خلال تطوير الخطط الإعلامية بناءً على احتياجات الجمهور، بدلاً من العمل ضمن خطط تعتمد بالدرجة الأولى على سياسة المالكين.
5. العمل الجادّ على تطوير السياسات التحريرية للقنوات الفضائية الفلسطينية، بناءً على مُتطلبات جمهور هذه القنوات.
6. ضرورة تفعيل دوائر المتابعة والتقييم في القنوات الفضائية الفلسطينية؛ لما له من أثر إيجابي في كفاءة البرامج التي يتمّ طرحها في هذه القنوات.
7. ضرورة أن تراجع القنوات الفضائية الفلسطينية التابعة للأحزاب والقوى السياسية، سياساتها التحريرية؛ من أجل الوصول إلى درجة إقناع أعلى لجمهورها.
8. العمل على تعزيز المسؤولية الاجتماعية بأنواعها كافة، في القنوات الفضائية الفلسطينية؛ للوصول إلى مستويات تتناسب مع مواثيق الشرف الصحفية.
9. السعي لتطوير عمل القنوات الفضائية الفلسطينية؛ لزيادة كفاءة عملها، ودورها في تعزيز ثقافة الجمهور على المستوى العربي والإقليمي.
10. العمل على خطط إعلامية تستهدف الجمهور، مع الأخذ بالحسبان الفئات العمرية لجمهور القنوات الفضائية الفلسطينية.

- محسوبة على حزب معين، وبذلك لن يتابعها مناصرو الأحزاب الأخرى، وتقصد مساحة واسعة من جماهيرها.
- 3- تحكم مالك القناة: (الجهة المالكة للقناة)، بعمق في رسم السياسة التحريرية، ومسار البرامج الحوارية، ووضع الخطوط العامة للعمل، ليس صحيحاً وليس منطقياً.
 - 4- مساهمة القنوات الفضائية ضعيفة في الجوانب التنموية، وهذا ينعكس عليها، وبالتالي لا يتابعها الجمهور، ولا يتقنون بها.
 - 5- غالبية المبحوثين يرون أنّ من بين النقائص التي تواجه ملكية القنوات الفضائية الفلسطينية، عدم تقديم المحتوى بشكل متنوع يراعي احتياجات المجتمع.
 - 6- نسبة من المبحوثين ترى أنّ معايير القنوات الرسمية، وحتى الخاصة مرتبطة بمنطلقات تأسيسها، سواء الرسمية أم الحزبية أم الخاصة، وتكون مرتبطة بالربح المادي والتمويل، وهذا ينعكس أيضاً على رغباتها باهتمام الجمهور بقدر ما هي رغبات المالك والصانع المؤثر عليها.

ب. اقتراحات النخبة الإعلامية والأكاديمية:

- 1- تقترح النخبة الأكاديمية والإعلامية أن تركز القنوات الفضائية الفلسطينية على جودة المحتوى المُقدّم، وتعزيز قيمته الإخبارية.
- 2- مواكبة العمل عبر منصات الإعلام الرقمي بشكل مدروس، وهناك الكثير من القنوات قد سلكت هذا الطريق.
- 3- تبني أنموذج ديمقراطية الإنتاج الإعلامي، كبديل عن أنموذج المالك للتحرك من القيود الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تفرضها السياسة التحريرية على المحتوى.
- 4- ضرورة تبني الإعلام الجديد والتفاعلي، والاستفادة من التجارب العالمية، وإعادة رسم السياسات التحريرية، بما يتناسب مع احتياجات الجمهور.

مناقشة نتائج البحث في ضوء الدراسات السابقة:

تقاطعت نتائج هذا البحث مع ما خلصت إليه دراسة أبو راشد (2019)، ودراسة أبو مدين (2019)، ودراسة محمد (2021)، في إظهار حقيقة أن تدخل مالكي وسائل الإعلام في السياسة التحريرية؛ قد لا يصبّ في خدمة الوسيلة، وأنّ الأمر يفترض أن يبقى في سياق رئيس التحرير والدوائر التخصصية.

وجاءت نتائج الدراسة مُعارضةً لما خلص إليه بحث كريم (2014)، الذي أكّد أنّ ما نسبته (89%) من المبحوثين، وجدوا أنّ أهداف السياسة التحريرية جاءت لتلبية رغبات الجمهور واحتياجاته.

كما تقاطعت هذه الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة ومنها كريم (2014)، ومحمد (2021)، وجدسون (2015)، وعبد العاطي (2018)، بإظهار حالة عدم رضا نسبية لدى القائمين بالاتصال، فيما يخص السياسة التحريرية، والأطراف التي تتدخل مباشرة في رسمها.

- Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE) Volume 1, Issue 7, July 2014, PP 36-45.
14. Halayqa, I. (2022). Lecturer at An-Najah National University ,Radio and Television, /Nablus, interview via WhatsApp, on 12-19-2022.
 15. Halwaji, E. (2018). The impact of political power on the orientations of Arab satellite news channels. A magister message that is not published. Department of Human Sciences - Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Chahid Hama Lakhdar in El Oued, Algeria.
 16. Hamm, M. (2010). Middle school students' science texts box, Television and Nuclear war Issues. California: report, research office.
 17. Horoub, I. (2022). Professor of Communication and Digital Media at Bethlehem University, interview via WhatsApp, on 8-12-2022.
 18. franji, M. (2022), Assistant Professor of Radio and Television at the Islamic University/Gaza, interview via WhatsApp, on 12-26-2022.
 19. Kanaan, A. (2014). Management of Media Institutions. Dar Al-Yazuri, 1st edition, Amman: Jordan.
 20. Karim, I. A. K. H. (2014). The impact of administrative factors on the policy of editing Kurdish newspapers. Unpublished master's thesis. Mansoura University, Faculty of Arts, Department of Mass Communication.
 21. Khalil, N. (2018). Editorial Policy in the Palestinian Press. Birzeit: Media Development Center.
 22. Mahmoud A. (2014). Media Ownership: Patterns and Regulation A Comparative Study. 1st edition. Information technology support center. Cairo.
 23. Muhammad, A. T. (2021). The Impact of the Media Policy of Satellite Channels on the Ethics of the Profession in Iraq- Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology 18 (03),p 47-57.
 24. Nada A. (2018). Media ownership and its impact on the independence of journalistic content: Sudan as a model. Arab policies, MG. 2018, p. 33, p.p. 93-116.
 25. Nana A. (2012). MEDIA OWNERSHIP ANDITS INFLUNCE ON EDITORIAL POLCY (A CASE STUDY OF ANNOUNCER NEWSPAPER OWERRI),Nigeria:Journal of Chmical Information and Modeling.
 26. .Ronald, S. & Maxwell M. (2017). The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. St. Paul: West Publisher.co.

References:

1. Abdel-Aty, A. (2018). Entitled (The Effect of Ownership Pattern on Arab Satellite TV News Channels: A Comparative Analytical Study. Issue 50, Part One. Journal of Media Research. Al-Azhar University, Cairo.
2. Abu al-Fahm, M. (2022). Assistant Professor of Radio and Television at Al-Quds Open University/Ramallah, Face to Face interview in Ramallah, on 12-18-2022.
3. Abu Madin, H. M. (2019). Patterns of Ownership of Palestinian Newspapers and Their Repercussions on Editorial Policy: A Study of the Communicator. Master's thesis, Faculty of Arts, Islamic University, Azza.
4. Abu Rashed, S. (2019). The Impact of Ownership Patterns on Media Content in Jordanian Private TV Channels from the Communications Point of View. Master's thesis, Department of Mass Communication, Middle East University, Amman, Jordan.
5. Abu Warda, A. (2022). professor of media, head of Asdaa Media Network) / Nablus, interview via WhatsApp, on 11-27-2022.
6. Al-Kharaan, M. A. (1996). Ownership of the media and its relationship to media functions in the light of Islam. Dar Alam Al-Kutub for printing and publishing, 1st edition, Riyadh.
7. Ayyash, A. (2023). associate professor at Palestine Technical University / Tulkarm, interview via e-mail, on 4-1-2022.
8. Batat, W. (2022). Assistant Professor in the Information Technology Department at Palestine Technical University - Tulkarm, interview via e-mail on 12-22-2022.
9. Bourehli, W. (2018). Patterns of Journalistic Ownership and Their Relationship to Media Pluralism in Arab Countries. Journal of Social and Human Sciences, Vol. 7, No. 14.
10. Bushra, I. (2017). Editorial Policy and its Implications for News Production: An Applied Analytical Study on Omdurman National Radio 2013-2016. Master Thesis, Sudan University of Science and Technology: Khartoum, Sudan.
11. Daibes, G. (2022). head of the radio and television master's program at An-Najah National University / Nablus, interview via e-mail on 12-23-2022.
12. Entman,Robert M. (1989).How THE MEDIA AFFECT WHAT PEOPLE THINK: INFORMAION PROCESSING APPROACH, Washington: the journal of politics.
13. Godson, O.(2014). The Influence of Media Ownership and Control on Media Agenda Setting in Nigeria. International Journal of

27. Saad, H. (2022). coordinator of the Master's Program in Media Institutions Management - Al-Quds Open University, interview via WhatsApp, December 27, 2022.
28. Soroka, N. S. (2000). Agenda Setting Dynamics in Canda. Toronto: UBC Press.