



مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTER FOR STUDIES

تقارير

استخدامات جمهور الأساتذة الجامعيين للبرامج الإخبارية لقناة الجزيرة والإشباع المتحققة "دراسة تطبيقية على أساتذة علوم الإعلام والاتصال"

عبد الغني بوزيان ورضوان بلخيري

عبد الغني بوزيان ورضوان بلخيري جزائريان يعملان أستاذين لعلوم الإعلام والاتصال، بجامعة تبسة،

ويشاركان ضمن الفئة العمرية الثانية (35/26)



تمهيد

يشهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هائلا، وزخما معلوماتيا منقطع النظير، أفرز معطيات جديدة للتعامل مع المحيط، فبدا المشهد الإعلامي العالمي بصورة واضحة تارة وغامضة تارة أخرى، فالتقنيات الإعلامية وخاصة منها الإخبارية دخلت منافسة شرسة من أجل الاستحواذ على عقول الجماهير العريضة، هذه الجماهير التي كثرت متطلباتها في عصر تزامت فيه الصورة والصوت.

ويبرز العالم العربي في هذا العالم محاولا للحاق بالركب بدخوله معترك الساحة الإعلامية في السنوات الأخيرة خاصة في مجال الأخبار بعدما اقتنع بأهمية الخبر في صنع القرارات المختلفة، ولعل من أبرز هذه الأمثلة الحية بروز قناة الجزيرة الإخبارية على الساحة الإعلامية مستغلة الفراغ الإعلامي العربي والتكنولوجيا الحديثة، إذ أمسى لها جمهورها الخاص الذي عاش تطور الإعلام الجديد، فتولدت علاقة بينه وبين هذه القناة، بعدما قدمت له نمودجا إعلاميا لم يعهده من قبل فصار يبحث عن إشباعات لحاجاته. وهذا ما دفع بالكثير من الدارسين والباحثين لدراسة العلاقة التي تكونت بين قناة الجزيرة وبين جمهورها في ظل تطور تكنولوجي هائل، ومتطلبات هذا الجمهور قصد إشباع حاجاته، محاولة هذه الدراسات ربط كل هذا بالمفهوم الجديد للاتصال الجماهيري.

1- إشكالية البحث

كانت حاجة الإنسان إلى الخبر -ولا تزال- ملحة، وهذا من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من خلاله اتخاذ القرارات الصائبة.

وأعطى تطور الوسيلة الإعلامية دفعا جديدا للاهتمام بالخبر، فبظهور التلفزيون -الذي يعد في الوقت الراهن من أقوى وسائل الإعلام الجماهيرية، وذلك لاستحواذه على تقنيات أفادته بها جميع الوسائل التي سبقت ظهوره، وهذا بتأكيد خبراء الإعلام على أنه وليد ثلاثة آباء: المسرح والسينما والإذاعة- وتعاظم الدور الإخباري لوسائل الإعلام، وتزايد استهلاك الأخبار لدى الجمهور، أخذ الخبر مكانته مع المادة التي كانت تبثها هذه الأخيرة، فكانت بداية الاهتمام في القنوات الإذاعية المتخصصة في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، حيث برزت كنموذج ناجح الـ (BBC و RTF و RAI). إن هذه الديناميكية المتسارعة لسيرورة الخبر ونقله عبر القنوات الإعلامية خلقت رؤية جديدة لدراسة الاتصال الجماهيري، وهي رؤية كانت تفترض أن يكون التساؤل الأساس هو ماذا يفعله الناس بالأخبار، وليست ماذا تفعله الأخبار بالناس، هذا التساؤل اجتذب عددا هائلا من الباحثين الذين اتخذوا من هذه المقولة نقطة بداية لمئات من البحوث والدراسات، ورغم أن هذه البحوث الوصفية تعاني نقصا في المفاهيم والمناهج الملائمة، إلا أنه أعيد تنقيحها من خلال جيل جديد من الدراسات الوصفية ذات توجه ميداني، وهي تمثل المرحلة الثانية من مراحل بحوث الاستخدام والإشباع (2). فقد وصلت هذه البحوث إلى درجة من النضج خلال المرحلة الثالثة من مراحل تطورها.

ومع ظهور الأقمار الصناعية وانتشار المحطات الفضائية التي تعد من أهم مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال في عقد التسعينيات، حيث أصبحت تشكل اليوم عصب الاتصالات الدولية بعد أن ألغت المسافات وحولت العالم إلى قرية صغيرة وأتاحت إمكانية معايشة الأحداث لحظة بلحظة، شهدت الساحة الإعلامية تنافسا شديدا بين المحطات الفضائية، ولم

تكن القنوات الإخبارية بمعزل عن المنافسة التي أملاها تسارع الأحداث عبر بقاع العالم، فبدا التسابق في نقل الخبر بطرق وقوالب شتى واضحا قصد كسب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

وعلى غرار هذه النقلة النوعية لتطور وسائل الإعلام عايش العالم العربي هذه السيرورة، فبرزت القنوات المتخصصة في الأخبار مترجمة تطلعه لرصد الأحداث العالمية برويته الخاصة، وقد احتضنت القنوات الإخبارية العربية في السنوات الأخيرة هذا التطلع.

ولعل من أبرز هذه القنوات قناة الجزيرة التي اهتمت بمعالجة الأخبار محاولة خلق رؤية جديدة للرسالة الإخبارية في ظل هيمنة القنوات الإخبارية العالمية، فاستغلت التكنولوجيا الحديثة في ذلك، الشيء الذي دفع فئة من الجمهور ليجعل منها موضوعا للنقاش، كما أمسى عرضها الإخباري يثير تساؤلات كثيرة، فكان هدفا مثيرا للكثير من المناقشات والندوات.

وانطلاقا من هذا الوضع، وإضافة إلى ملاحظتنا الواقعية لهذه الظاهرة، دفعنا إلى دراسة هذه الأخيرة، وذلك بهدف الكشف عن الإشباع المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية التي تبثها هذه القناة في ظل وجود متغيرين أساسيين، هما التطور التكنولوجي الذي خلق مفهوما جديدا للخبر، والجمهور النشط المتمثل في مجتمع دراستنا وهو الأساتذة الجامعيين، كما مثلنا فئة البحث بأساتذة أقسام علوم الإعلام والاتصال، هذه الفئة التي تمثل الجمهور النشط لامتلاكها زادا معرفيا حول ما يتعلق بالخبر، وهذا بحكم التخصص، فكانت العينة قصدية لما توفر في هذا الجمهور من سمات تخدم بحثنا.

ولمعالجة هذا الموضوع اتجهنا إلى طرح التساؤل الرئيس التالي:

كيف يستخدم جمهور الأساتذة الجامعيين البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة وما هي الإشباعات المتحققة؟

ولإجابة عن هذا التساؤل عضدناه بمجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما هي عادات التعرض للمادة الإخبارية لقناة الجزيرة لدى جمهور الأساتذة الجامعيين؟
2. ما هي إشباعات المحتوى المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية لقناة الجزيرة لدى جمهور الأساتذة الجامعيين؟
3. ما هي إشباعات العملية الاتصالية المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية لقناة الجزيرة لدى جمهور الأساتذة الجامعيين؟

أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع إلى عدة نقاط يمكن أن نوجزها فيما يلي:

1. إن ظهور القنوات المتخصصة في الأخبار ودخول العالم العربي في هذا المجال في السنوات الأخيرة موضوع جديد ومتجدد، حيث نلاحظ دخول متغيرات وعوامل تطرح تساؤلات وإشكالات جديدة في مجال نقل الخبر وعرضه وعلاقته بالجمهور، فالموضوع ديناميكي يفرز عدة آفاق للبحث فيه.
2. تفرد قناة الجزيرة الإخبارية، كأول قناة عربية في التعامل مع الخبر بعدة تقنيات وإقحامها في ذلك لعدد من الصحفيين من جنسيات عربية متعددة خلق تساؤلا كبيرا حول علاقة هؤلاء الصحفيين -خاصة قراء النشرات منهم- بالجمهور العربي وخاصة المهتمين بمجال صناعة الأخبار.

3. طريقة العرض الإخباري لقناة الجزيرة صارت جزءا هاما من الأحداث اليومية، كما أمسى عرضها للأخبار هدفا مثيرا للكثير من المناقشات والندوات، التي تتحدث عن وظائف ودو مهام وسائل الإعلام في عصر التسابق نحو الحصول على الخبر وعرضه على الجمهور.
4. نقص الدراسات العربية المتعلقة بالإشباع المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية في ظل التطور التكنولوجي.

أهداف الدراسة

1. الكشف عن عادات مشاهدة أفراد عينة البحث، والممثلين في جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشرق الجزائري، من حيث: مدة التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة، الأوقات المفضلة للتعرض وأسباب هذا التفضيل، دور الأصول الاجتماعية والسيكولوجية في هذا التعرض.
2. الكشف عن إشباع المحتوى المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة لدى جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
3. الكشف عن إشباع العملية الاتصالية المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة لدى جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
4. محاولة التعرف على مدى قدرة فصل أفراد العينة بين إشباع المحتوى وإشباع العملية الاتصالية.
5. تحديد العلاقة التي تربط أفراد العينة بقناة الجزيرة من خلال علاقتهم بقارئ نشرة معين في ظل التطور التكنولوجي الهائل.
6. قياس القوة التفسيرية لنظرية الإشباع والحاجات في ظل بروز متغيرين أساسيين هما التطور التكنولوجي والجمهور النشط المهتم والمتخصص في صناعة الأخبار.

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه التحديد في الزمان والمكان، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الحقائق أو الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها (3).

ويمكن تعريف هذا النوع من البحوث، بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات دقيقة وكافية عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقا (4)، لأن الدراسات الوصفية لا تتضمن ولا تنطلق بالضرورة من فروض سببية تخضع للاختبار، ودراسنا من هذا النوع الذي لا يعتمد على الفرضيات ويخضعها للاختبار، بل انطلقنا من تساؤلات.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من البحوث يهدف كخطوة أولى إلى جمع بيانات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو الموضوع وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطرق موضوعية كخطوة ثانية والتعبير عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فالأول يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما الثاني فيعطينا وصفا رقمياً دقيقاً يوضح مقدارها وحجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى المؤثرة فيها والمتأثرة بها، وهذا النوع من البحوث يعتمد لتنفيذه كل الطرق في جمع البيانات

كالمقابلات والملاحظة بكل أنواعها واستمارات الاستبيان وتحليل الوثائق والرسائل وغيرها، وأهم ما يميزه أنه يفصل الظاهرة ويحاول تفسيرها واقعيًا، وقد يساعد على التنبؤ مستقبلاً(5).

وبناء عليه، فإن بحثنا هذا يهدف إلى رصد الإشباعات المختلفة الناتجة عن التعرض للمادة الإخبارية في قناة الجزيرة وقياس الأثر المترتب عن هذا التعرض لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

منهج الدراسة

لا يمكن لأي علم أن يستغني عن المنهج، لأنه هو المرشد الذي يهتدي به الباحث في الوصول إلى الحقيقة، وهو الدليل الذي يوصله إلى نتائج منطقية. ويعد المنهج مرحلة من المراحل الأساسية في البحث الاجتماعي، ولهذا نجد أن نسبة نجاح البحث أو فشله تعود بدرجة كبيرة إلى كيفية التطرق إليه أو المستعمل لمعالجته، أو المنهج المتبع فيه ومدى مناسبته لمشكلة البحث.

والمنهج ضروري في أي بحث كما رأينا، ويعرف بأنه: "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"(6).

وكذلك ذهب المختصون إلى تعريفه على أنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة وظائفه من القواعد العامة، ليهيمن على سير العقل، وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"(7).

ومن كل التعريفات السابقة يتبين لنا أنها تشير جميعاً إلى أن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتيجة المسطرة في بحثه.

وعموماً فإن طبيعة الموضوع هي التي تفرض المنهج الذي يتبع من قبل الباحث، ولما كانت دراستنا عبارة عن دراسة الإشباعات المترتبة عن التعرض للأخبار في قناة الجزيرة لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال، فقد اعتمدت دراستنا هذه في شطرها التطبيقي: أسلوب الوصف أو كما يسمى منهج المسح الوصفي، والمسح الوصفي هو: "أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن خاصة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم"(8).

ويعرفه محمد منير حجاب بأنه: "دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع"(9).

ويستخدم المنهج الوصفي في عدة أنواع من البحوث منها المسوح الاجتماعية، ومسوح دراسات الرأي العام والبحوث السكانية التي تعتبر دراسات وصفية للسكان، وطبيعة المجتمع وبحث دراسة الحالة، ويلاحظ عموماً أن معظم الدراسات المسحية الوصفية دراسات ميدانية، وجميعها واقعية تتناول ظاهرة في واقعها الراهن وفي بعدها الزمني الحاضر.

هذا بشكل عام، أما بشكل خاص نجده: "يهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والأنماط السلوكية ودرجاتها وشدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل"(10).

كما أنه يصف الاتجاهات المختلفة لجمهور المتلقين نحو المحتوى الإعلامي أو القائم بالاتصال ذاته، وأذواقهم المتباينة ووصف استخدامهم لوسائل الإعلام، وتقييم كثافة أو قلة تعرضهم، وبرامجهم المفضلة والأوقات المناسبة لعرضها بالنسبة لهم، وما إلى ذلك من جزئيات خاصة بالجمهور (11).

ولدراسة جمهور (أساتذة علوم الإعلام والاتصال) كمتغير إعلامي في دراستنا هذه اعتمدنا منهج المسح الوصفي لأنه أنسب طريقة لدراسات الجمهور عموماً ويتناسب فيما نرغب الوصول إليه من أهداف، وفي إطار هذا المنهج قمنا بتحديد استمارة استبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات سواء الكمية منها أو الكيفية، وتحديد مجال المسح من حيث المكان المختار والمتمثل في جامعات الشرق الجزائري.

أدوات جمع البيانات

إن الهدف الرئيس والأساس من البحث العلمي هو الوصول إلى تعميمات، وأحكام موضوعية صادقة ودقيقة إلى أقصى درجة ممكنة، وهذا لا يمكننا تحقيقه إلا بعد أن تتوفر لدينا معلومات وحقائق واقعية وموثوق بها عن الموضوع.

لهذا يتعين على الباحث بعد تحديده لأبعاد بحثه أو مجاله وإشكاليته وتساؤلاته بصفة نهائية أن ينتقل إلى مرحلة جمع وتوثيق البيانات والمعلومات المهمة لدراسته، وعليه في هذه المرحلة أن يتقيد بأساليب وقواعد وأدوات منهجية، تتناسب وموضوعه وأغراضه لأن نجاح أي بحث في تحقيق أهدافه يتوقف على الاختيار الرشيد للأدوات الملائمة من أجل الحصول على بيانات تتماشى ومتطلبات البحث.

ومن أجل هذا اعتمدنا على أداتين لجمع البيانات حول الموضوع، وقد تم ذلك عبر مرحلتين:

1- في المرحلة الاستكشافية

وتعني لقاء الباحث بالظاهرة المدروسة وفهمه أو استكشافه لها، وفي بحثنا هذا استعملنا الملاحظة كأداة استكشافية.

الملاحظة

الملاحظة أحد الأساليب الأولية لجمع البيانات عن السلوك الإنساني بصفة عامة والاتصالي بصفة خاصة (12)، وقد استعملنا في بحثنا الملاحظة البسيطة، وهي عملية المعاينة المباشرة للظاهرة موضوع البحث، كما تحدث تلقائياً في ظروفها الطبيعية العادية دون تدخل الباحث، وتعتبر أيضاً ملاحظة مقصودة لأن الباحث رغم عدم تدخله فإنه يحدد مسبقاً ما الذي يريد ملاحظته في الموقف بما يفيد. ومن مزايا هذه الملاحظة أنها هيأت لنا فرصة ملاحظة السلوك الفعلي للجمهور المتلقي، خاصة وأن السلوك اللفظي لا يعبر في كثير من الحالات عن الاتجاهات والآراء الحقيقية، ولكنه يعبر فقط عن الاتجاهات والآراء الظاهرة التي قد يبديها أو يعينها المبحوث، وتعتمد الملاحظة البسيطة على مراقبة أو ملاحظة السلوك الفعلي للأفراد في المواقف الطبيعية التي ترتبط بأهداف الدراسة.

وفي بحثنا هذا قمنا بتوظيف الملاحظة في المرحلة الاستكشافية، وذلك لتحديد إشكالية بحثنا وأهم محاوره بحيث قمنا بملاحظة: متابعة (تعرض) جمهور الأساتذة الجامعيين -خصوصاً المختصين في الإعلام والاتصال- لأخبار قناة الجزيرة،

وتبرز هذه المتابعة في كون أن هذه القناة في طريقة عرضها الإخباري صارت جزءا هاما من الأحاديث التي تصب في مجرى الأحداث اليومية، كما صار عرضها للأخبار هدفا مثيرا للكثير من المناقشات والندوات التي تتحدث عن وظائف ودور ومهام وسائل الإعلام في عصر التسابق نحو الحصول على الخبر وعرضه للجمهور، إضافة إلى أن اختلاطنا بأفراد الجمهور (أساتذة الإعلام والاتصال) مكننا من معرفة أن هناك كثافة في التعرض لأخبار هذه القناة.

2- في مرحلة التحقق

واعتمدنا فيها على:

الاستمارة

إن دراستنا هذه -كما سبق الإشارة إليه- تعتمد على المنهج الوصفي، وفي إطار هذا المنهج نستعمل الاستمارة كأداة لجمع البيانات أو ما يسمى بالاستبيان أو الاستقصاء أحيانا، وهي: "أسلوب لجمع البيانات يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقنعة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث (13).

وتعتبر الاستمارة أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات الملائمة لدراسات جمهور الأفراد المتلقين الذي يتميز بطبيعته بضخامة العدد والتشتت، وذلك لأن بإمكانها تغطية عدد كبير من الأفراد بغض النظر عن اجتماعهم في المكان نفسه أو تفرقهم وتباعدهم، كما أن هذه الدراسات تستهدف في الغالب وصف تركيب الجمهور وبنائه وأنماط سلوكه وعاداته، وتعتمد بدرجة كبيرة على الحقائق الوصفية التي تعتبر الاستمارة الوسيلة الأكثر دقة في الحصول عليها.

ولهذا فضلنا الاعتماد على الاستمارة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات في بحثنا هذا باعتبارها تتوافق مع طبيعة بحثنا كدراسة جمهور المتلقين كما تتفق مع أهدافه الوصفية، التي تستهدف وصف ورصد الإشباع المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية في قناة الجزيرة.

ومن أجل التعمق أكثر في الدراسة والوصول إلى الهدف المنشود منها، قمنا بإعداد الاستمارة في صورتها الأولية، ثم قمنا بإجراء اختبار تجريبي على عشرين أستاذا من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشرق، وقد أتاح لنا هذا الاختبار فرصة لتوضيح بعض النقاط الأساسية المتعلقة بالاستمارة، كتعديل بعض الأسئلة الغامضة وغير دقيقة الصياغة، وحذف بعض الأسئلة التي لا تفيدنا في البحث وتعويضها بأخرى تخدم البحث بصورة أفضل.

وبذلك تم تعديل الاستمارة بشكلها النهائي، الجاهز للتطبيق. وقد احتوت الاستمارة على تسعة وعشرين سؤالاً، من بينها أسئلة مغلقة وأسئلة اختيارية وأخرى مفتوحة المجال للإجابة بحرية ودون قيد، وقد حاولنا من خلال هذه الأسئلة مراعاة حاجات البحث ومتطلبات الموضوع وأهمية المعلومات المراد الوصول إليها عبر الاستمارة من جهة، ومن جهة أخرى عدم إرهاق المبحوثين حيث أنهم يفضلون الإجابة على الاستمارات القصيرة أكثر من الطويلة حيث تقول مادلين غرافيتس: "لا توجد معايير ثابتة، فطول الاستمارة يجب أن يكون نتيجة وفاق بين الميدان والوقت اللازم للحصول على النتائج، ومن المستحسن عدم تجاوز الخمسة والعشرين (25) إلى ثلاثين (30) سؤالاً مثلاً" (14).

توزعت الاستمارة على أربعة محاور:

- **المحور الأول:** تضمن بيانات سوسيوديمغرافية، وهي أسئلة تدور في مجملها حول معلومات عامة عن المبحوث.
- **المحور الثاني:** تضمن بيانات تتعلق بعادات التعرض للمادة الإخبارية في قناة الجزيرة لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
- **المحور الثالث:** تضمن بيانات تتعلق بإشباعات المحتوى المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية في قناة الجزيرة لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
- **المحور الرابع:** تضمن بيانات تتعلق بإشباعات العملية الاتصالية المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية في قناة الجزيرة لدى أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

المجال البشري للدراسة

إن مجتمع الدراسة هو المجتمع الأكبر للبحث، أو هو مجموع المفردات التي يهدف الباحث إلى دراستها، ويعرفه البعض على أنه: "جميع المفردات التي يدرسها" (15).

لكن نظرا لشساعة مجتمع البحث في دراستنا هذه وهو مجتمع (الأساتذة الجامعيين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال)، والذي يصعب الوصول إليه لكبره وضخامة عدد مفرداته من جهة، ولتوزعه على مسافات متباعدة من جهة ثانية، وافتقاره لسمات وخصائص يضعها الباحث في اعتباره البحثية من جهة أخرى.

كما أنه يصعب اعتماد طريقة المسح الوصفي الشامل، ومن ثمة تم اللجوء إلى المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إلى مفرداته، وقد اخترنا في بحثنا هذا مجتمعا جزئيا بطريقة عمدية نراها تخدم البحث.

وهذا المجتمع المستهدف يلبي حاجات الدراسة وأهدافها، ومنه كانت مفردات البحث، وهذه المفردات هي التي تشكل المجتمع المستهدف، ونظرا لصغر عدد مفرداته (أفراده) كان المجتمع المستهدف هو أساتذة تخصص علوم الإعلام والاتصال.

وقد رسي الاختيار على أساتذة علوم الإعلام والاتصال باعتبارهم يخدمون أهداف البحث، إضافة إلى تخصصهم في مجال الإعلام والاتصال.

عينة البحث

إن كمال البحث العلمي يكمن في أن نستعلم لدى كل عناصر مجتمع البحث، إلا أننا نعلم أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسة شاملة لكل مفردات المجتمع المدروس، وذلك لضخامته وشساعته مع ضيق الوقت، وارتباط الباحث بأجال محددة (16) لا بد من احترامها، بالإضافة إلى أن للبحث عوامل مادية وطاقت بشرية محدودة، لذا يتم اللجوء إلى سحب عينة من الأفراد أي ذلك "الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات" (17).

ويجب أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلاً دقيقاً، وأن تحتوي على جميع مميزاته وخواصه لنحصل على نفس النتائج في حال اعتمادنا على طريقة الحصر الشامل وذلك يمكننا من تعميم هذه النتائج (18).

وكل ما تقدم ذكره تمليه أدبيات البحث العلمي في اختيار العينة، أما في بحثنا هذا فقد شملت العينة جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعات الشرق الجزائري (عنابة، قسنطينة، تبسة، سوق أهراس، قالمة)، ووحدة العينة هي الأستاذ أو الأستاذة. ونظراً لكبير حجم جمهور العينة، وطبقاً لما نراه من خصائص وسمات تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف بحثنا، اعتمدنا العينة العمدية (القصدية) أي بصفة تحكمية، فتخصص قناة الجزيرة الإخبارية في مجال الإعلام أملى علينا الجمهور المتلقي للأخبار، هذه الأخيرة التي تدخل في تخصص أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال. حيث قمنا بتحديد عينة الدراسة وكانت كالتالي:

- 45 أستاذ علوم الإعلام والاتصال من جامعة عنابة بين (أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، وأستاذ تعليم عالي).
 - 38 أستاذ علوم الإعلام والاتصال من جامعة قسنطينة بين (أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، وأستاذ تعليم عالي).
 - 11 أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جامعة تبسة بين (أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، وأستاذ تعليم عالي).
 - 12 أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جامعة سوق أهراس بين (أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، وأستاذ تعليم عالي).
 - 8 أستاذ علوم الإعلام والاتصال من جامعة قالمة بين (أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، وأستاذ تعليم عالي).
- إذ كان العدد الإجمالي لعينة البحث هو (114) أستاذ تخصص علوم الإعلام والاتصال من مختلف جامعات الشرق الجزائري).

النتائج العامة للدراسة

تعد هذه المحطة الدرجة الأخيرة في سلم البحث العلمي، واللبنة النهائية في بناء الصرح المنهجي الموضوعي، ففيها صفوة القول وزبدة الفكر، وثمرة ما حققه الباحث في مسعاه الطويل في درب التقصي والتمحيص، وما أضافه إلى عالم المعرفة من جديد يذكر.

- 1- كشفت الدراسة أن نسبة عالية من أفراد عينة البحث يتابعون البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة حيث قدرت نسبتهم بـ 83.79%، ويعود ارتفاع هذه النسبة إلى قدرة القناة على تلبية حاجات وإشباع أفراد عينة البحث.
- 2- كشفت هذه الدراسة أن نسبة عالية من أفراد العينة يتابعون برامج قناة الجزيرة منذ أكثر من عشر سنوات، حيث قدرت هذه النسبة بـ 90.34%، ويعود ارتفاع هذه النسبة إلى تفرس القناة في طرح المواضيع ومعالجتها وغناها بالمعلومات، الشيء الذي خلق لها جمهوراً وفيما يتابع برامجها لأكثر من عشر سنوات.
- 3- كشفت الدراسة عن وجود تشابه فيما يخص عادات المشاهدة لدى كل من الجنسين (ذكر/أنثى)، حيث أن فئة الذكور والإناث يتابعون البرامج الإخبارية مع أفراد العائلة، إذ بلغت النسبة لكليهما 64.71%، ويعود هذا إلى الحفاظ على الطابع الاجتماعي من طرف عينة البحث، والرغبة في مناقشة تفاصيل الأخبار مع الآخرين.
- 4- كشفت الدراسة عن ارتفاع عدد مرات مشاهدة أفراد العينة للمادة الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة، رغم وقت التدريس الذي يشغل مساحة كبيرة من وقت عينة البحث، حيث قدرت نسبة الذين يتابعون الأخبار أكثر من مرتين بـ 70.97%، ويعود هذا إلى الاهتمام الذي يوليه أفراد عينة البحث إلى الأحداث اليومية التي تجري في العالم.

- 5- كشفت الدراسة أن الخدمات الإخبارية ثم التغطيات المباشرة ثم البرامج المباشرة والمسجلة في أولى الترتيب الذي تهتم به عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذين يفضلون الترتيب السابق 57.58 %، وهذا يعود إلى وعي عينة البحث بقيمة الخدمات الإخبارية خاصة المباشرة منها، حيث يفرض هذا عصر الآنية وعصر نقل الحدث من قلب المكان وقت حدوثه مباشرة.
- 6- كشفت الدراسة أن الموعد الإخباري المفضل لدى أفراد العينة من بين المواعيد الإخبارية لقناة الجزيرة هو حصاد اليوم، حيث بلغت نسبة الذين يتابعونه 71.44 %، ويعود هذا إلى كون توقيت بث هذا الموعد ملائم جدا لأفراد عينة البحث، إضافة إلى أن هذا الموعد يعرض جميع أحداث اليوم بالتفاصيل.
- 7- كشفت الدراسة أن نسبة الذين يتابعون الأخبار من البداية إلى النهاية قدرت بـ 70.79 %، ويعود هذا إلى أهمية الأخبار بالنسبة إلى أفراد العينة، كما أن موعد حصاد اليوم هو الموعد الأكثر مشاهدة إذ يلخص هذا الأخير جميع أخبار اليوم فتكون المتابعة من البداية إلى النهاية.
- 8- كشفت الدراسة فيما يخص إشباعات المحتوى المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة أن الأخبار المفضلة لدى أفراد عينة البحث هي الأخبار القريبة (القرب الوجداني)، حيث بلغت نسبة الذين يفضلون هذا النوع 71.15 %، ويعود هذا إلى القرب العاطفي والسيكولوجي، إذ تحتل أخبار فلسطين والعراق المقدمة في أخبار القناة.
- 9- كشفت الدراسة أن من بين المقدمات التي تستهل بها الجزيرة أخبارها كانت المقدمة التشويقية أكثر جذبا لأفراد عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذين يجذبهم هذا النوع من المقدمات 38.29 % على غرار المقدمات الأخرى (مباشرة، استقهامية...)، حيث إن هذا النوع يخلق متابعة مستمرة للأخبار.
- 10- كشفت الدراسة أن العرض المفضل لوقوع حادث منقول عبر قناة الجزيرة لدى أفراد عينة البحث تمثل في صورة حية من موقع الحدث عبر المراسل، حيث بلغت هذه النسبة 64.30 %، ويعود هذا إلى كون أن هذا العرض يخلق تأثيرا من خلال التمازج بين المراسل وبين المشاهد، حيث يؤدي المراسل دورا مهما في نقل الخبر وإعطائه مصداقية أكثر.
- 11- كشفت الدراسة أن الخواتيم المفتوحة هي الأكثر جذبا لأفراد عينة البحث، حيث بلغت نسبة الذين يفضلون هذا النوع 58.33 %، ويعود هذا إلى كون هذا النوع من الخواتيم يترك الإجابة لعقل وفكر المشاهد وتصوراته وفقا لما تم استيعابه من معلومات ضمن عرض الأخبار.
- 12- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يتوقعون نتيجة تطورات قضية عبر قناة الجزيرة حيث بلغت نسبة الذين يتوقعون النتيجة بـ 61.30 %، حيث أرجعت نسبة هؤلاء هذا التوقع إلى الخبرة المكتسبة من متابعة الأخبار عبر قناة الجزيرة، فهذه الأخيرة خلقت لأفراد العينة إشباعات المراقبة التي ترتبط بالتعرض والاهتمام والاعتماد على نطاق واسع على محتوى الأخبار.
- 13- كشفت الدراسة أن أفراد العينة إذا حدث ولم يتابعوا الأخبار المصورة عبر قناة الجزيرة، يتابعونها عبر شريطها الإخباري (news bar)، حيث بلغت نسبة الذين يتابعون الأخبار عبر الشريط الإخباري لقناة الجزيرة 74.20 %، إذ فسرت هذه النسبة سبب هذه المتابعة إلى التعرف على الأخبار بنظرة سريعة وفي وقت قصير.
- 14- كشفت الدراسة أن أفراد العينة متمسكون بلغتهم الأصلية وهي اللغة العربية، وتجسد ذلك في تفضيلهم الاستماع إلى صوت الترجمان فقط عند استضافة الشخصيات الناطقة بغير اللغة العربية في أخبار الجزيرة، وقدرت نسبتهم بـ 58.07 %، فأفراد العينة يرون في قناة الجزيرة ذلك البعد القومي العربي الذي غاب طويلا في ظل الانشقاق السياسي.

15- أما فيما يخص إشباعات العملية الاتصالية المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية لقناة الجزيرة لدى أفراد عينة البحث فقد كشف الدراسة من حيث:

• الجنيريك المرافق لعرض الأخبار:

يفضل أفراد العينة الجنيريك متوسط السرعة حيث بلغت نسبة الذين يفضلون هذا الإيقاع 77.34%، ويفسر هذا بأن الاهتمام بالمحتوى الإخباري يدعمه إيقاع متوسط، حيث يساعد على استيعاب أكثر للأخبار، عكس الإيقاع السريع الذي يخلق اهتماما بالموسيقى دون محتوى الخبر.

• الألوان الغالبة على استوديو الأخبار:

أفراد عينة البحث يفضلون اللون الأزرق الغالب على استوديوهات قناة الجزيرة، حيث بلغت نسبة الذين يترك فيهم اللون الأزرق انطبعا ايجابيا 74.19%، لما في هذا اللون من خصائص تدفع للارتياح عند مشاهدة الأخبار، وقد اعتمدت قناة الجزيرة على هذا اللون للتميز ونقل رسالتها التي ترى أنها مسؤولة عنها أمام جمهورها.

• قارئ النشرة:

أفراد عينة البحث يفضلون قارئ نشرة معينة، حيث بلغت نسبة الذين يفضلون قارئ نشرة معينة 63.51% ويعود هذا إلى كون أن الجمهور عموما وقارئ النشرة يندمجون في علاقة تقمص وجداني.

غير أن أفراد عينة البحث لا يفضلون ثنائي قارئ نشرة من نفس البلد حيث لا يأخذون بعين الاعتبار هذا المتغير في تعرضهم للمادة الإخبارية.

• شكل قارئ النشرة:

ترك ارتداء قارئة النشرة للحجاب انطبعا ايجابيا لدى أفراد عينة البحث حيث بلغت نسبة الذين ترك فيهم هذا الانطباع 77.42%، فارتداء الحجاب خلق علاقة روحية مستمدة من الدين بين قارئة النشرة والمشاهد.

• وقوف قارئ النشرة في المواجهات الإخبارية:

أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون وقوف قارئ النشرة حيث قدرت نسبتهم بـ 56.06%، وهذا يعود إلى محاولة هؤلاء الخروج من الروتين (جلوس قارئ النشرة).

• حركات الكاميرا:

أفراد العينة يفضلون عرض صورة قارئ النشرة بعد جولة تقوم بها الكاميرا في الاستوديو، إذ بلغت نسبة الذين يفضلون ذلك 80.65%، حيث تبرز هذه الحركة كل الأشياء التي تتواجد بالمكان، وتبرز العمل الجماعي والمفتوح على الجمهور المترقب للأخبار.

- 16- كشفت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يفضلون الاستراحات والفواصل عند متابعة الأخبار عبر قناة الجزيرة حيث قدرت نسبة الذين يفضلون ذلك بـ 67.74%، ويعود هذا التفضيل إلى كون أن المادة الإخبارية تحتاج عادة إلى تركيز كبير يفقده المشاهد بعد فترة من تعرضه لهذه المادة. أما الفواصل المفضلة التي كانت نسبتها كبيرة لدى أفراد عينة البحث والتي قدرت بـ 66.66% هي تنويهاً لبرامج وخدمات إخبارية تقدمها قناة الجزيرة، وهذا قصد إبقاء المشاهد في علاقة مع الأخبار القادمة حتى يتم العودة إلى استئناف الأخبار.
- 17- كشفت الدراسة أن نسبة الذين يرون أن العرض الإخباري لقناة الجزيرة عرض متميز عموماً قدرت بـ 51.43%، في حين قدرت نسبة الذين يرون فيه عرضاً متميزاً من حيث المحتوى بـ 22.66%، أما الذين يرون فيه عرضاً متميزاً يغلب عليه توجه القناة قدرت نسبتهم بـ 14.86%، أما الذين يرون فيه عرضاً متميزاً من حيث التقنيات قدرت نسبتهم بـ 11.42%، فأكثر من نصف أفراد العينة يرون أن عرض قناة الجزيرة عرض متميز عموماً، ويعود هذا إلى كونهم لا يفصلون بين محتوى الخبر وبين دعائمه (مقدم النشرة، الجنيريك، حركات الكاميرا، ...)، أي أن أفراد عينة البحث لا يفصلون بين إشباعات المحتوى وإشباعات العملية الاتصالية المترتبة عن تعرضهم للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة.
- 18- يؤثر العرض الإخباري لقناة الجزيرة على أفراد عينة البحث (أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشرق الجزائري) بدرجات متفاوتة، وتجلي هذا في البحث عن إشباعات تلي حاجات هذه العينة من خلال المادة الإخبارية التي تعرضها قناة الجزيرة وكذا طريقة العرض، وهذا دون إغفال دور الأصول السيكلوجية والاجتماعية في تحديد هذا التأثير، إلى جانب التطور التكنولوجي الهائل الذي يبرز قيمة الخبر وقيمة المؤسسة الإخبارية.

هوامش البحث

- 1- سامي الشريف، القنوات التلفزيونية المتخصصة - رؤية نقدية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد الخامس أبريل، 1999، ص: 155.
- 2- حمدي حسين، الاتصال الجماهيري: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999، ص: 14.
- 3- سمير محمد حسن، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995، ص: 131.
- 4- رمضان بن نجمة، جمهور الفضائيات العربية - دراسة ميدانية في عادات وأنماط مشاهدة تلاميذ ثانويات ولاية قسنطينة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص: 30.
- 5- نفس المرجع السابق، ص: 26.
- 6- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2003، ص: 282.
- 7- محمود شفيق، البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ط1، 1985، ص: 78.
- 8- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، ط1، 2000، ص: 158.
- 9- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر، القاهرة، (د،ط)، 1999، ص: 78.
- 10- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص: 82.
- 11- نفس المرجع السابق، ص: 159، 160.
- 12- نفس المرجع السابق، ص: 405.
- 13- نفس المرجع السابق، ص: 353.
- 14- سميرة سطوح، واقع الاتصال في المؤسسة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين La CAAR، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة عنابة، 2000، ص: 14.
- 15- أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص: 166.
- 16- نفس المرجع السابق، ص: 99.
- 17- بوزيد صحراوي وآخرون عن مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية، الجزائر، (دط)، 2004، ص: 204.
- 18- عبدالله الخرجي ومحمد محمود الجوهري، مناهج البحث الاجتماعي، مطبعة المجد، القاهرة، (د ط)، 1980، ص: 18.

المرفقات

استمارة بحث ميداني حول: استخدامات جمهور الأساتذة الجامعيين للبرامج الإخبارية لقناة الجزيرة والإشباع المتحققة
"دراسة ميدانية على أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشرق الجزائري"

أولا: بيانات سوسيوديمغرافية

1. الجنس:
ذكر أنثى
2. الدرجة العلمية
ليسانس ماجستير دكتوراه
3. الدرجة الوظيفية
أستاذ مساعد أستاذ مكلف بالدروس أستاذ محاضر أستاذ التعليم العالي

ثانيا: بيانات خاصة بعادات التعرض للأخبار في قناة الجزيرة

4. هل تتابع برامج قناة الجزيرة
نعم لا أحيانا
5. منذ متى وأنت تتابع برامج قناة الجزيرة
سنة سنتين ثلاث سنوات أكثر
6. كم مرة في اليوم تتابع المواد الإخبارية في قناة الجزيرة
مرة واحدة مرتين أكثر من مرتين
7. رتب البرامج التي تتابعها في قناة الجزيرة حسب اهتمامك
الخدمات الإخبارية اليومية
البرامج المباشرة والمسجلة
التغطيات المباشرة
8. عند متابعتك للخدمات الإخبارية لقناة الجزيرة، ماهي أنسبها في جدول مواعيدك
الجزيرة هذا الصباح
أخبار كل ساعة
الجزيرة منتصف اليوم
حصاد اليوم

9. عند متابعتك لقناة الأخبار في الجزيرة

- تكون لوحده
مع الأصدقاء

مع العائلة

أخرى تذكر.....

10. عند متابعتك للأخبار في قناة الجزيرة

تشاهد عناوين الأخبار فقط

تشاهد الأخبار من البداية إلى النهاية

تشاهد الأخبار التي تهتمك فقط

أخرى تذكر.....

11. قبل متابعتك للأخبار في قناة الجزيرة

تترقب المواعيد الإخبارية

تترك مشاهدتك للصدفة

أخرى تذكر.....

12. أثناء متابعتك للأخبار في قناة الجزيرة

تترافق متابعتك مع عمل آخر

تتابع الأخبار فقط

أخرى تذكر.....

ثالثاً: بيانات خاصة بإشباعات المحتوى المتحققة للأساتذة عند التعرض للأخبار في قناة الجزيرة

13. من بين الأخبار التي تشاهدها على قناة الجزيرة ما هي الأخبار التي تفضلها

الثقيلة

الغريبة والشاذة

القريبة (القرب الوجداني)

أخرى تذكر.....

14. من بين المقدمات التي تستهل بها الجزيرة الأخبار ما هي الأكثر جذبا لك؟

مباشرة

تشويقية

استفهامية

خفيفة وإنسانية

أخرى تذكر.....

15. كيف تفضل عرض خبر وقوع حادث عبر قناة الجزيرة؟

في صورة قصة إخبارية مزودة بمادة فيلمية حول الحادث

في صورة تقرير إخباري يعرض تفاصيل الحادث

صورة حية من موقع الحدث عبر المراسل

أخرى تذكر.....

16. من بين الخواتيم الإخبارية التي تختتم بها الأخبار في الجزيرة ما هي الأكثر جذبا لك؟

توقع

إجابة عن تساؤل

مفتوحة

أخرى تذكر.....

17. عند متابعتك لتطورات قضية عبر قناة الجزيرة هل حدث وأن توقعت النتيجة

نعم لا أحيانا

إذا كانت إجابتك بنعم إلى ماذا ترجع هذا

خبرتك الخاصة

الخبرة المكتسبة من متابعة قناة الجزيرة

أخرى تذكر.....

18. في حال لم تتابع الأخبار في قناة الجزيرة هل تتابعها عبر شريطها الإخباري

نعم لا أحيانا

إذا كانت إجابتك بنعم إلى ما ترجع هذا

يكفي شريط الأخبار كبديل عن الأخبار

التعرف على الأخبار بنظرة سريعة في وقت قصير

استيعاب أكثر للأخبار

أخرى تذكر.....

19. كيف تفضل ترجمة حديث الشخصيات المستضافة في الأخبار في قناة الجزيرة

الاستماع إلى لغة الضيف الأصلية مع صوت الترجمان

الاستماع إلى صوت الترجمان فقط

أخرى تذكر.....

رابعاً: بيانات خاصة بإشباع العملية الاتصالية لدى الأساتذة عند التعرض للأخبار في قناة الجزيرة

20. ما هو الإيقاع المرافق لعرض العناوين الذي تفضله في قناة الجزيرة

سريع

متوسط السرعة

ضعيف السرعة

21. ما هو الانطباع الذي يتركه فيك اللون الأزرق الغالب على استوديوهات الجزيرة

إيجابي سلبي عادي

22. هل تفضل قارئ نشره معين في قناة الجزيرة

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فمن هو

23. هل تفضل مشاهدة ثنائي معين في تقديم النشرة في قناة الجزيرة

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم أذكرهما:

24. هل تفضل أن يكون ثنائي تقديم النشرة في قناة الجزيرة من البلد نفسه

إذا كانت إجابتك بنعم لماذا:

25. ما هو الانطباع الذي يتركه فيك ارتداء قارئة النشرة الحجاب في قناة الجزيرة

إيجابي سلبي عادي

26. عند متابعة مواجيز الأخبار في قناة الجزيرة هل تفضل مشاهدة قارئ النشرة واقفا

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم إلى ماذا ترجع هذا :

الخروج عن الروتين (جلوس قارئ النشرة):

يجذب انتباهك أكثر

أخرى تذكر:

27. كيف تفضل عرض صورة قارئ النشرة في أستوديو قناة الجزيرة

جولة تقوم بها الكاميرا في الاستديو ثم وضع قارئ النشرة في إطار

منظر فوقي للقارئ يتدرج لوضع القارئ في إطار

وضع قارئ النشرة في إطار مباشرة

أخرى تذكر:

28. عند متابعتك لسير الأخبار في قناة الجزيرة هل تفضل الاستراحات والفواصل

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فماهي الفواصل التي تفضلها:

عناوين

تنويهات لبرامج وخدمات إخبارية تقدمها الجزيرة

الإعلانات التجارية

أخرى تذكر:

29. ما رأيك في العرض الإخباري لقناة الجزيرة

.....
.....
.....

انتهى