

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

- دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز

- ديسمبر 2017 جانفي 2018

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث نظام في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون

إشراف:

أ.د. نورة شلوش

إعداد:

حليمة قمورة

العام الجامعي: 2025-2026

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

- دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز

- ديسمبر 2017 جانفي 2018

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون

إشراف:

أ.د. نورة شلوش

إعداد:

حليمة قمورة

العام الجامعي: 2024-2025

قال الله تعالى:

(إِنَّمَا أَرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا مَسْطَعْتُ  
وَمَا تَفْرِيقِي إِلَّا بِاللهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ  
أُنِيبُ)

سورة هود الآية 88

## شكروتقدير

أتقدم بخالص الامتنان وعظيم التقدير للأستاذة الدكتورة نوره شلوش على تقضيـها  
الإشراف على أطروحتـي هذه، وعلى ما غمرتـي به طيلة سنوات الدراسة من اهتمـام بعملي منذ  
أنـكـا زـمـحـرـدـ مشروعـ على بعضـ صفحـاتـ، وعلى قـراءـاتـها وتصـوـيـباتـها العـدـيدـةـ، وـتـشـجـيعـاتـها  
المـفـيدةـ، أـطـالـ اللـهـ عـمـرـهاـ وـمـتـعـهاـ بـوـافـرـ الصـحـةـ وـالـعـافـيـةـ لـتـسـتـمـرـ فـيـ العـطـاءـ الـعـلـمـيـ الأـكـادـيـيـنـ  
كـماـ أـتـقـدـمـ بـالـشـكـرـ الجـزـيلـ إـلـىـ أـعـضـاءـ لـجـنـةـ المـنـاقـشـةـ الـذـيـنـ تـحـمـلـواـ مشـاقـ قـرـاءـةـ وـتـقـيـيمـ هـذـهـ  
الـدـرـاسـةـ، فـتـقـبـلـواـ مـنـيـ فـائـقـ الشـكـرـ وـالـعـرـفـانـ

حليمة قمورة

## إهداء

إلى من قال فيهما الله عزّ وجلّ:

(وَقَضَى رَبُّكَ أَلَا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَالْوَلِيدُونَ إِلَّا حَسَنًا)

سورة الإسراء: الآية: 23

والدتي الكريمة حفظها الله ومتّعها بوافر الصحة والعافية، والدي رحمه الله

وأسكنه فسيح جنّاته.

# **عنوان الأطروحة : جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية**

**دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018**

**إعداد الطالبة: حليمة قمورة**

**إشراف: أ. د نوره شلوش**

## **ملخص**

هدفت هذه الدراسة البحثية إلى استقراء منظومة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية وخاصة، حيث تتخذ الدراسة من قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروع نيوز مجالاً تطبيقياً لاستكشاف مدى الالتزام بمعايير الجودة المهنية في إنتاج المضمams الإخبارية، ومدى التزام صحفيي قناتي الدراسة بهذه المعايير والأسس تعزيزاً لجودة الأداء المهني والإعلامي.

وتنسند الدراسة على مقاربة بحثية متعددة الأبعاد؛ تجمع بين التحليل الكمي والكيفي لمضمams نشرات أخبار قناتي الدراسة، وأداة الاستبيان لسبر آراء القائمين بالاتصال، واستطلاع آراء النخب الإعلامية والأكاديمية المتخصصة في مجال الإعلام من خلال المقابلة الغير مقتنة.

وتسعى الدراسة من خلال مقاربتها التحليلية المقارنة إلى تفكيك أنماط الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية العمومية وخاصة، واستجلاء مواطن التقارب والتباين في آليات إنتاج المحتوى الإخباري، مع التركيز على تأثير التعديلية الإعلامية في تشكيل المشهد الإخباري الجزائري المعاصر وانعكاساتها على جودة صناعة الأخبار وعلى الممارسة المهنية ككل.

**الكلمات المفتاحية:** الجودة، صناعة الأخبار، القنوات الفضائية، قناة الجزائرية الثالثة ، قناة الشروع نيوز

Thesis Title :

**The Quality of News Production on Algerian Satllite Channels - An Analytical and Exploratory Study of Algerian Channel 3 and Echourouk News; December 2017 January 2018-**

**Prepared by:** Halima Guemoura

**Supervised by:** PR. Noura Chellouche

**Abstract**

This investigative inquiry examines the news production ecosystem within Algeria's public and private satellite broadcasting landscape, utilizing a comparative analysis of Al Djazairia 3 and Echorouk News channels as empirical case studies. The research scrutinizes adherence to professional quality benchmarks in news content generation and evaluates the extent to which journalists at both networks uphold these standards to enhance journalistic and media performance excellence.

The study employs a multidimensional research paradigm, synthesizing quantitative and qualitative content analysis of news bulletins from both channels, supplemented by practitioner surveys to gauge communicator perspectives, and unstructured interviews with media elite and academic specialists in the communication field.

Through its comparative analytical framework, the investigation deconstructs professional practice patterns within public and private media institutions, elucidating points of convergence and divergence in news content production mechanisms. Particular emphasis is placed on examining how media pluralism influences the contemporary Algerian news landscape and its implications for news production quality and overall professional practice dynamics.

**Keywords:** Quality, News Production, Satellite Channels, Algeria Channel 3, Echorouk News Channel.

## فهرس المحتويات

آية قرآنية

شكر

إهداء

ملخص

فهرس المحتويات

1	مقدمة.....
5	الباب الأول مدخل الدراسة وإطارها المنهجي.....
6	الفصل الأول مدخل الدراسة وإطارها المنهجي.....
7	أولاً- إشكالية الدراسة.....
10	ثانياً- أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
11	ثالثاً- أهمية الدراسة.....
12	رابعاً- أهداف الدراسة.....
13	خامساً- منهج الدراسة.....
16	سادساً- مجتمع البحث وعينته.....
19	سابعاً- أدوات الدراسة.....
25	ثامناً- حدود الدراسة.....
26	تاسعاً- مصطلحات الدراسة.....
34	عاشرًا- أدبيات الدراسة.....
47	الباب الثاني: الإطار النظري للدراسة.....
53	الفصل الثاني مدخل إلى الجودة وإدارة الجودة الشاملة في التلفزيون الفضائي.....
54	تمهيد.....
55	المبحث الأول: مراحل تطور الجودة وإدارة الجودة الشاملة.....
55	المطلب الأول: أبعاد ومراحل تطور الجودة.....
61	المطلب الثاني: مفهوم إدارة الجودة الشاملة وأهميتها.....
63	المطلب الثالث: مبادئ وأهداف إدارة الجودة الشاملة.....

<b>المبحث الثاني: رواد جوائز الجودة.....</b>	66.....
المطلب الأول: رواد الجودة.....	66.....
المطلب الثاني: جوائزًا لجودة.....	72.....
المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة والإيزو.....	74.....
<b>المبحث الثالث: الفنون الفضائية ومتطلبات الجودة.....</b>	77.....
المطلب الأول: كرونولوجيا تطور البث الفضائي والرقمي.....	77.....
المطلب الثاني: تطور مفهوم الجودة في التلفزيون.....	80.....
المطلب الثاني: عوامل تبني الجودة في التلفزيون.....	84.....
المطلب الرابع: التلفزيون وخصوصية المنتج الإخباري.....	88.....
<b>خلاصة الفصل الثاني .....</b>	91.....
<b>الفصل الثالث صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي.....</b>	92.....
تمهيد.....	93.....
<b>المبحث الأول: المعايير المهنية والقيم الإخبارية لجودة الأخبار التلفزيونية.....</b>	94.....
المطلب الأول: المعايير المهنية والأخلاقية لجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية.....	94.....
المطلب الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل لفهم معايير جودة الخبر.....	100.....
المطلب الثالث: محددات القيم الإخبارية.....	102.....
<b>المبحث الثاني: مصادر الأخبار في عصر البث الرقمي.....</b>	108.....
تمهيد:.....	108.....
المطلب الأول: حارس البوابة ودوره في فلتة الأخبار.....	108.....
المطلب الثاني: مصادر الأخبار التقليدية.....	111.....
المطلب الثالث: الإنترنيت والمصادر الجديدة للأخبار.....	118.....
<b>المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على جودة الأخبار.....</b>	122.....
المطلب الأول: العوامل الداخلية.....	122.....
المطلب الثاني العوامل الاجتماعية.....	125.....
المطلب الثالث: العوامل الخارجية.....	127.....
<b>المبحث الرابع: نشرات الأخبار التلفزيونية.....</b>	138.....
المطلب الأول: البناء العام لنشرات الأخبار.....	138.....
المطلب الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تحقيق جودة الصورة التلفزيونية.....	146.....

المطلب الثالث: التقنيات الرقمية الحديثة والتّحديات الأخلاقية والمهنية الجديدة لرجل الإعلام.....	150
<b>خلاصة الفصل.....</b>	154
<b>الفصل الرابع تطويراً لإعلام السمعي البصري في الجزائر.....</b>	99
المبحث الأول: تطور المشهد السمعي البصري في الجزائر في ظل تأثير قوانين الإعلام الحديثة.....	157
<b>تمهيد:.....</b>	157
المطلب الأول: السياق التاريخي لتطور إعلام السمعي البصري في الجزائر.....	157
المطلب الثاني: النشاط السمعي البصري في التشريعات الجزائرية.....	160
المطلب الثالث: شروط إنشاء قناة تلفزيونية خاصة.....	166
<b>المبحث الثاني: الصّحفي المُحترف وأخلاقيات المهنة الإعلامية على ضوء التشريعات الإعلامية الجزائرية الحديثة.....</b>	169
<b>تمهيد.....</b>	169
المطلب الأول: تطور مفهوم الصّحفي والصّحفي المُحترف في التشريعات الإعلامية.....	170
المطلب الثاني: قراءة في أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل قانون الإعلام 12-05 وقانون السمعي البصري 14-04.....	164
المطلب الثالث: سلطة ضبط السمعي البصري بين المهام والواقع.....	177
<b>المبحث الثالث: تحليل ونشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.....</b>	182
<b>تمهيد.....</b>	182
المطلب الأول: السياق العربي لنشأة القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.....	182
المطلب الثاني: مزايا القنوات الفضائية الخاصة.....	184
المطلب الثالث: تحديات القنوات الخاصة.....	187
<b>خلاصة الفصل.....</b>	191
<b>الباب الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.....</b>	193
الفصل الخامس : التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار.....	194
<b>تمهيد:.....</b>	196
المبحث الأول: تشخيص قناتي الدراسة.....	196
المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في قناتي الدراسة.....	200
المبحث الثالث: تحليل فئات المضمون في قناتي الدراسة.....	214
<b>المبحث الرابع: نتائج الدراسة التحليلية.....</b>	227

الفصل السادس: التحليل الكمي والكيفي لاستمرارة الدراسة الاستطلاعية في قناتي	
الدراسة.....	295.....
تمهيد:.....	296 .....
المبحث الأول: تشخيص خصائص عينة القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة.....	242.....
المبحث الثاني: مدى تطبيق المؤسسة الإعلامية محل الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة.....	249.....
المبحث الثالث: التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية في صناعة وإنتاج نشرات الأخبار.....	259.....
المبحث الرابع : تقييم القائمين بالاتصال لواقع الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية السمعي البصري والعوامل المؤثرة على جودته في قناتي الدراسة.....	331.....
المبحث الخامس: نتائج الدراسة الميدانية.....	346.....
خاتمة.....	299.....
قائمة المراجع.....	304.....
الملاحق.....	317.....

## فهرس المحتوى

الصفحة	عنوان المحتوى	الرقم
187	الخصائص الفنية للعينة	1
187	معدل زمن وعدد عناوين النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة	2
189	العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة	3
190	أشكال تقديم المادة الإخبارية	4
193	توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة	5
196	نوع القوالب الفنية المستخدمة في قناتي الدراسة	6
199	التوزيع الجغرافي تبعاً لموضوع الخبر	7
200	توزيع الأخبار طبقاً لحالية الخبر في قناتي الدراسة	8
101	توزيع المادة الإخبارية في قناتي الدراسة وفق فئة الموضوع	9
204	مصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة	10
206	مدى الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة	11
210	القيم الإخبارية في قناتي الدراسة	12
128	خصائص المبحوثين	13
229	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	14
130	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	15
131	توزيع المبحوثين حسب متغير الأقدمية في العمل	16
132	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى العلمي	17
233	نوع المهمة في قسم الأخبار	18
236	ثقافة ومفهوم الجودة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة	19
238	علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين في قناتي الدراسة	20
239	التحسين المستمر في قناتي الدراسة	21
242	مدى رضا القائمين بالاتصال عن العمل في القناتين محل الدراسة	22
246	مدى موافقة القناتين محل الدراسة للتكنولوجيات الإعلام والاتصال	23
246	أكثر مراحل صناعة الخبر استخداماً للتكنولوجيات الحديثة في قناتي الدراسة	24
247	مدى دراية القائمين بالاتصال بمتلاك القناتين محل الدراسة لمنصات تواصل اجتماعي خاصة بها	25
248	أهم المنصات الاجتماعية التي تستخدمها القناتين محل الدراسة حسب القائمين بالاتصال	26

249	الเทคโนโลยيات التي يعتمدتها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحوير وإنتاج نشرات الأخبار	27
151	الخدمات والمهام التي يقوم بها القائم بالاتصال على منصات التواصل الاجتماعي	28
252	أوجه استفادة القائم بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري	29
245	إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية	30
256	سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية	31
260	العوامل المؤثرة على جودة الأداء المهني للقائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة	32
264	الجوانب الإيجابية لفتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر	33
265	سلبيات فتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر	34
267	تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة التّشّرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار	35
270	سبل الارتفاع بجودة الخدمة الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية على وجه التّحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة	36

## فهرس الأشكال والملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
184	الشكل رقم 01: الميكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون 2009	1
301	أسماء الحكمين لأداتي استماراة الاستبيان وأداة تحليل المضمون	2
302	يتضمن استماراة تحليل المضمون	3
306	دليل التعريفات الإجرائية لأداة تحليل المضمون	4
308	دليل استماراة الاستبيان	5



## **مقدمة**



## مقدمة

يعد الاهتمام بجودة التلفزيون أحد أبرز الاتجاهات البحثية الحديثة التي شهدتها قطاع السمعي البصري في العالم، والتي انطلقت في بداياتها من صعوبة إمكانية تطبيق مفهوم الجودة في التلفزيون (الجودة/ التلفزيون) لاعتبارات تتعلق بطبيعة المادة والبرامج التلفزيونية أو كما اختصرها المخرج ايف لاوميه "Yves Laumet" بالقول أن "ليس للتلفزيون مؤلف" (Jost, 2013) ، في نقد صريح لتناقض مفهومي الجودة مع التلفزيون، وصعوبة الربط بينهما على الرغم من الشعبية الواسعة التي احتلها التلفزيون بعد السينما، غير أن ذلك لم يلغِ الجهود الحثيثة المتواصلة للدراسات الإعلامية في سبيل وضع أسس ومعايير لجودة التلفزيون خاصة مع ظهور القنوات الفضائية الخاصة، التي فرضت على القنوات العمومية إعادة التفكير في جودة برامجها (درامية، إخبارية...) من باب المنافسة خاصة في ظل سمعة الإعلام الخاص - آنذاك - والذي وُصف في الكثير من الأحيان بـ"التلفزيون الشعبي" أو "التلفزيون التجاري".

إن هذه التحولات في المجال الفكري والنظري لجودة التلفزيون تزامنت مع إرهاصات مشهد إعلامي جديد يحكمه التوجه الواسع إلى الاستثمار في هذا القطاع بتنامي ظاهرة التكتلات الإعلامية واحتكار المعلومات الذي وصل في بعض الأحيان إلى تعطيمها وعدم مصداقيتها نتيجة التوجه الأحادي لهذه القنوات.

من جهة أخرى، فقد أدت هذه التحولات المتسارعة المصاحبة لتطور البث الفضائي وانفجار القنوات الفضائية العمومية والخاصة إلى اشتداد المنافسة على استقطاب أكبر عدد من المشاهدين خاصة في ظل تعدد الخيارات التي أتاحتها له الثورة الرقمية من تكنولوجيات حديثة؛ فمن رفاهية المشاهدة والتنقل بين هذه القنوات وتلك بكبسة زر على الريموت كونترول إلى دور الفاعل النشط والمشارك في الصناعة الإعلامية بتمريرة اصبع على الهاتف الذكي.

وتعد صناعة الأخبار في عصرنا الحالي من المجالات التي تشهد احتداماً في المنافسة الإعلامية بين القنوات الفضائية عموماً وبين القنوات الاخبارية على وجه التحديد؛ لما للأخبار من أهمية في حياة الأفراد والمجتمعات بل إن هذا العصر يكاد أن تكون ميّزته الأساسية التدفق المستمر للمعلومات وتواترها صوتاً وصورة إلى درجة أن أصبحنا محاطين بالخدمات الإخبارية المتعددة ذات الایقاع المتسارع والآن عبر هذه القنوات ومتعدد المحوامل الالكترونية.

إن هذا التسارع المعلوماتي لم يكن كذلك لولا الثورة الرقمية التي استفاد منها قطاع السمعي البصري عموماً ومن مختلف جوانب صناعة إنتاج الأخبار بدءاً من مراحل جمعها وصولاً إلى بثها وتقديمها للجمهور، وفق قوالب إخبارية متنوعة، تترجم سعي العديد من القنوات الفضائية الكبيرة العالمية منها وحتى العربية إلى التميّز في تقديم خدمة إخبارية ترقى لمستوى الجودة الإخبارية بالاستغلال الأمثل للموارد المادية والطاقة البشرية الكفؤة، ناهيك عن التوظيف الواسع للتكنولوجيات الحديثة كتطبيقات الواقع المعزز والافتراضي في غرف الأخبار وفي عرض مختلف البرامج الإخبارية بالتركيز على جودة الصورة بما يضفي المزيد من التفاعلية وتحقيق الإبهار البصري للمشاهد.

وعلى اعتبار أن النشرة الإخبارية؛ هي ذلك المنتج النهائي للصناعة الإخبارية وأحد أبرز القوالب الإخبارية أهمية في تقديم وعرض المواد الإخبارية؛ تشهد اليوم المنافسة الإعلامية بين القنوات الفضائية الإخبارية أوجها في سبيل تقديم خدمة إخبارية متميزة، خاصة عندما يتعلق الأمر بالنشرة الإخبارية الرئيسة كونها تستأثر على قاعدة جماهيرية واسعة إلى جانب أنها لسان حال القناة -إن صح التعبير- في نقل الموقف الرسمي لها في شكل سياسة تحrirية تسعى لمحاولة التأثير على الجماهير في بناء مواقفه واتجاهاته من مختلف القضايا الوطنية والإقليمية والدولية، ولا يكون لها ذلك إلا من خلال الالتزام بمجموعة من المعايير الأخلاقية والمهنية، وكذا الالتزام بأدبيات التقديم والعرض الإخباري بتوظيف مختلف التقنيات الحديثة علّها تصل إلى مستوى جودة صناعة الخبر.

ويعد الإعلام في الجزائر جزءاً لا يتجزأ من الإعلام العربي من حيث خصوصيته وظروف نشأته سواء على المستوى السياسي أو الاجتماعي أو القانوني، إلى جانب أن الإعلام الجزائري يتميز بنوع من الخصوصية من حيث ظروف وأسباب التوجه إلى قرار فتح تعددية الإعلام المرئي أمام القطاع الخاص بعد سيطرة الإعلام العمومي بقنواته الخمس ما يفوق 27 سنة على المشهد السمعي البصري، ليجد المشاهد الجزائري نفسه أمام كم هائل من القنوات الفضائية الخاصة - مطلع الألفية - أغلبها إخبارية؛ حقّ له (المشاهد) ولخبراء الإعلام البحث عن جدوى ومضمون هذه القنوات.

لتتطرق دراستنا هي الأخرى من المقارنة بين القنوات العمومية مثلة في قناة الجزائرية الثالثة العمومية وبين القنوات الخاصة مثلة في قناة "الشروق نيوز" في مجال صناعة الخبر وجودته بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية للقناتين، واستطلاع آراء القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة وتتصوراً لهم عن جودة صناعة الأخبار في

القناتين اللتين يعملان بها وواعق وإمكانية تطبيق الجودة في مؤسساتهم الإخبارية، وكذا التعرف على وجهات نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة حول جودة الإعلام الإخباري الجزائري من وجهة نظرهم في ظل تعددية السمعي البصري، والعوامل المؤثرة على ذلك وسبل الارتقاء بجودة الأخبار وصناعتها مستقبلا.

لمعالجة هذا الموضوع انتظمت الدراسة وفق خطة بحث محكمة تنقسم إلى ثلاثة أبواب رئيسية؛ القسم الأول: تناول الإطار المنهجي والذي أحاطت فيه الباحثة بمختلف الجوانب الرئيسية للموضوع محددة الإطار العام للدراسة من حيث أسباب وأهمية وأهداف الدراسة ومن ثمّة منهج وأدوات الدراسة، وكذا مجتمع البحث وعینته إلى جانب مفاهيم الدراسة النُّعرج في الأخير على أدبيات الدراسة التي جاء ترتيبها وفق الدراسات الجزائرية أولاً فالعربية ثم الأجنبية.

أما الباب الثاني من الدراسة فقد تم تخصيصه للإطار النظري متوزعاً على ثلاثة فصول؛ حيث جاء الفصل الأول بعنوان مدخل إلى الجودة وإدارة الجودة الشاملة في التلفزيون الفضائي من خلال التركيز على مراحل تطور الجودة وإدارة الجودة بأبعادها ومبادرتها في البحث الأول، أما البحث الثاني فتضمن منظري ومستويات إدارة الجودة الشاملة وأهم جوائزها وعلاقة إدارة الجودة الشاملة بالإيزو، فيما تناول البحث الثالث القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة حيث تطرق هذا البحث إلى كرونولوجيا تطور مفهوم جودة التلفزيون وخصوصية الأخبار التلفزيونية، وكذا عوامل تبني الجودة في القنوات الفضائية.

وجاء الفصل الثاني بعنوان جودة صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي تناولت فيه الباحثة أربعة مباحث هامة في صناعة الأخبار؛ حيث يتعلق البحث الأول بمعايير جودة إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال المعايير المهنية والأخلاقية والتكنولوجية لجودة الأخبار بالتركيز على نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل لفهم جودة الأخبار، أما البحث الثاني فتناول مصادر الأخبار في العصر الرقمي ليتم تقسيم البحث إلى مصادر أخبار تقليدية، والأنترنات والمصادر الجديدة للأخبار إلى جانب حارس البوابة ودوره في فلترة الأخبار.

وتطرق البحث الثالث إلى العوامل المؤثرة على جودة الأخبار من خلال دور القائم بالاتصال من منظور نظرية حارس البوابة، ومختلف العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على جودة الأخبار، وجاء البحث الرابع بعنوان نشرات الأخبار وعناصر الإبهار البصري حيث تناول هذا البحث في مطالبه الثلاث البناء العام للنشرة الإخبارية الجيدة و التطبيقات الرقمية ودورها في إنتاج الأخبار وجودة الصورة التلفزيونية.

فيما ركز الفصل الثالث على القنوات الفضائية الجزائرية من خلال نشأتها وتطورها وظروف بروز القنوات الخاصة، وكذا النصوص القانونية المنظمة للسمعي البصري في الجزائر إلى جانب التحديات التي تواجه هذه القنوات.

وخصص الباب الثالث من هذه الدراسة إلى الجانب التطبيقي موزعا على فصلين تطبيقيين؛ حيث تناول الفصل الخامس التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار من خلال تشخيص قناتي الدراسة وتحليل فئتي الشكل والمضمون في قناتي الدراسة ليختتم الفصل الخامس بنتائج الدراسة التحليلية.

أما الفصل السادس فجاء بعنوان التحليل الكمي والكيفي لاستماراة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة؛ حيث ركز البحث الأول على الخصائص العامة للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة كخصائص الجنس والسن والمستوى التعليمي والخبرة المهنية ونوع المسمى الوظيفي في مكان العمل، فيما تطرق البحث الثاني إلى ثقافة الجودة في قناتي الدراسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، أما البحث الثالث فجاء بعنوان جودة النشرة الإخبارية وعلاقتها بالتقنيات الحديثة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة، فيما هدف البحث الرابع والأخير إلى محاولة التعرف على واقع جودة الإعلام الإخباري الجزائري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في ظل تعددية السمعي البصري والعوامل المؤثرة على جودته، ليتّهي الفصل الأخير بنتائج الدراسة الاستطلاعية، وختّم الدراسة بكل بخاتمة حول موضوع الدراسة.

**الباب الأول مدخل الدراسة**

**وإطارها**

**المنهجي**

## **الفصل الأول**

**مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

## **أولاً - إشكالية الدراسة**

إن الحديث عن جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية من باب المقارنة بين القنوات الإخبارية العمومية والخاصة يقودنا لامحالة إلى ظروف وإرهادات ميلاد القنوات الخاصة في الجزائر، والذي ارتبط بنماذج سياسي إقليمي ودولي شكل عامل ضغط على السلطة الحاكمة في البلاد إلى التوجه نحو إقرار تعددية السمعي البصري؛ وبعد الحملة الإعلامية التي شنتها الإعلام المصري ضد الجزائر على خلفية الأزمة الكروية في نهائيات كأس العالم 2010، وما عرفته المنطقة العربية بعدها من ثورات وحركات شعبية في العديد من الدول العربية على غرار مصر، سوريا، البحرين...، اصطلاح عليها بتسمية "الربيع العربي" والتي انتهت بعضها بسقوط أنظمة عتيدة ودخول أخرى حالة من النزاع الداخلي والحروب التي استمرت سنوات.

وأمام هذه المستجدات بادرت السلطة الحاكمة في البلاد إلى إصدار قانون الإعلام 12-05 والذي تلاه ظهور العديد من القنوات الفضائية، بل إن هناك من القنوات من بدأ نشرها قبل هذا القانون بكثير متخذة بذلك صفة قنوات أجنبية تصدر من عواصم دول أوروبية وعربية، وعلى الرغم من غموض قانون الإعلام السالف الذكر وكذا غياب نصوص تنظيمية مرافقة لقانون السمعي البصري 14-04 الذي تلاه إلا أن الساحة الإعلامية عجّلت بالقنوات الفضائية الخاصة والتي فاقت الأربعين قناة.

ومن جهة ثانية فقد سارت القنوات العمومية هي الأخرى إلى التكيف مع الأوضاع الراهنة، فكان ميلاد العديد من القنوات العمومية المتخصصة على غرار قناة الشبانية الموجهة للشباب وقناة الذاكرة الموجهة لحفظ تاريخ وتراث الأمة، فيما اتجهت قناة الجزائرية الثالثة – وهذا ما يعنيها – إلى التخصص في الأخبار لتكون بذلك أول قناة حكومية إخبارية في الجزائر تخوض غمار المنافسة الإعلامية على الساحة الإعلامية العربية والوطنية.

والملاحظ أن أغلب القنوات العمومية والخاصة انطلقت من خبرة مهنية معتبرة؛ حيث تحولت قناة الجزائرية الثالثة إلى قناة إخبارية فيما اتّكأت قناة الشروق نيوز على رصيدها في مجال الصحافة المكتوبة لتأخذ في التوسيع مشكلة تكتلا إعلاميا تحت مسمى مجمع الشروق.

وإن كان دافع المنافسة هو القاسم المشترك بين القنوات الإخبارية العمومية والخاصة بالاستحواذ على المشاهد الجزائري أولا ثم العربي، وإن راهنت القنوات الإخبارية الخاصة على كسر احتكار القنوات العمومية للخدمة الإعلامية، من خلال سعيها إلى تقديم خدمة إعلامية متميزة ترقى إلى مستوى تطلعات الجمهور الجزائري وإشبع فضوله الإخباري، فإن القنوات الإخبارية العمومية ترى أنها الجدية بكسب ثقة الجماهير باعتبارها الأسبق في تقديم الخدمة الإخبارية وفق الأساليب والطرق المهنية المتعارف عليها في جودة الأخبار هذا إذا ما سلمنا بالرأي الكيني - نسبة إلى كينيث أود (Quinet Aude) - القائل بأن القنوات العمومية أصبحت تتخد من الجودة كدرع حماية، ووسيلة لمنع نفسها الشرعية على الرغم من انخفاض نسبة المشاهدة التي يمكن أن تحصل عليها مقارنة بالإعلام الخاص.

إن هذا الوضع السمعي البصري في الجزائر يطرح إشكالية الإضافة التي يشكلها هذا الكم المتزايد من القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة، خاصة وأن دراستنا ترتكز على قناة الجزائرية الثالثة العمومية والشروق نيوز الخاصة، ومن جهة ثانية تبرز إشكالية جودة المضمادات الإخبارية عموما والنشرة الاخبارية على وجه التحديد؛ حيث أن النشرة الإخبارية أحد أهم مخرجات عملية صناعة الأخبار التلفزيونية التي يوليها القائمون بالاتصال - من أعلى هرم السلطة الإخبارية إلى أدناها - أهمية بالغة حتى تخرج في صورتها النهائية التي ترضي المشاهدين وتحافظ على ولائهم.

ولما كان معيار نجاح أي قناة تلفزيونية إخبارية مرتبطة بما تقدمه من مضمادات إخبارية ترتقي بمستوى جودة الخدمة الإعلامية المرتبطة بمجموعة من المعايير الأخلاقية والمهنية التي تتحكم في جودة الأداء المهني والإعلامي للقائمين بالاتصال، تترجمه مضمادات إخبارية تلتزم بما حدده خبراء الإعلام من أسس ومعايير لجودة الصناعة الإخبارية.

فقد جاءت دراستنا للبحث في موضوع جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية بالتطبيق على قناتي الشروق نيوز الخاصة وقناة الجزائرية الثالثة ومن خلال نشرات الأخبار الرئيسة للقناتين محل الدراسة.

ومن هذا المنطلق تأتي إشكالية بحثنا متمحورة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى التزام وتطبيق نشرات أخبار قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز لمتطلبات ومعايير جودة صناعة الخبر؟ وما مدى التزام القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بهذه المعايير والأسس تعزيزاً لجودة الأداء المهني والإعلامي؟.

ويدرج تحت هذا التساؤل الجوهرى مجموعة من التساؤلات الفرعية ارتأينا تقسيمها وفق ما يلى:

**- تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:**

**أ/ التساؤلات الخاصة بالجانب الشكلي**

- ماهي عناصر الإبراز التي اعتمدتها قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز في إنتاج نشراتهم الإخبارية؟.
- ما طبيعة الأشكال الفنية التي اعتمدتها قناتي الدراسة في تقديم نشراتهم الإخبارية؟.
- ماهي القوالب الفنية التي استخدمتها قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز في إنتاج نشراتهم الإخبارية؟.
- ما مدى استفادة قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز من التقنيات الرقمية الحديثة وتوظيفها في مختلف مراحل صناعة وإنتاج الأخبار؟.

**ب/ التساؤلات الخاصة بالمضمون**

- ماهي المصادر التي اعتمدتها قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز في إنتاج نشراتهم الإخبارية؟.
- ما هي معايير الجودة التي تنتهجها قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز في صناعة الخبر التلفزيوني استناداً إلى مبادئ المسؤولية الاجتماعية في عرض الموضوعات؟.
- ماهي مضامين الموضوعات التي ناقشتها نشرات أخبار قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز؟
- ماهي القيم الإخبارية التي أوردتها قناتي الدراسة في نشرات أخبارهم الرئيسة؟

**- التساؤلات الخاصة بالدراسة الاستطلاعية**

- ما مدى تطبيق قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروع نيوز" لمبادئ ومتطلبات الجودة؟.
- مامدى تبني قناتي الدراسة للمستجدات التكنولوجية وتطبيقاتها في صناعة وإنتاج نشرات الأخبار؟ وانعكاساتها على جودة مراحل صناعة الخبر في قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز؟

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

- ماهي مجلل العوامل الداخلية والخارجية التي تتحكم في جودة صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز" بدءا من انتقالها إلى غاية بثها؟
- كيف يقييم القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة جودة الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية السمعي البصري؟.

### **ثانيا- أسباب اختيار موضوع الدراسة**

#### **- الأسباب الذاتية**

- اهتمام الباحثة بموضوع الجودة في المؤسسات الإعلامية عموما وفي القنوات الفضائية الجزائرية على وجه التحديد بغية استكشاف كيفية تشكيل الرسائل الإعلامية والآليات التي يُصنع بها الخبر في نشرات الأخبار للقنوات الفضائية الجزائرية العمومية منها وال الخاصة.
- الرغبة في المساهمة في تطوير الممارسة الإعلامية بتحديث آليات صناعة الأخبار التلفزيونية وتطوير أساليب تقديم المحتوى بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية والمتغيرات المجتمعية.
- المساهمة في إثراء البحث العلمي بدراسة علمية جديدة متخصصة في مجال صناعة الأخبار، تشكل مصدرا ومرجعا يستفيد منه الطلبة والباحثين في مجال تخصص السمعي البصري.

#### **- الأسباب الموضوعية**

- الرغبة في التعرف على المعايير التي تحدد جودة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز" بالتطبيق على نشرات الأخبار، ومن ثمة الخروج بمعايير شاملة للجودة في المؤسسات الإعلامية.
- التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والذي انجر عنه ظهور قنوات فضائية إخبارية متخصصة.
- اختلاف نوع ملكية الوسيطين محل الدراسة حيث أن قناة الجزائرية ملكية عمومية تموّلها الدولة، أمّا قناة "الشروق نيوز" فملكية خاصة، جعلنا نتجه في دراستنا إلى محاولة معرفة الفروق والتشابهات في صناعة الأخبار في القناتين محل الدراسة.

- حداثة وآنية موضوع البحث لارتباطه بموضوع الجودة في القنوات الفضائية الجزائرية بالمقارنة بين القنوات الفضائية العمومية ونظيرتها الخاصة من جهة وحداثة ميلاد القنوات الإخبارية الخاصة المرتبطة بفتح السمعي البصري في الجزائر.

### **ثالثاً - أهمية الدراسة**

- تكمن أهمية الدراسة في أهمية البحث في حد ذاته؛ بالنظر إلى متغيراته الرئيسية المرتكزة على الجودة، صناعة الأخبار، القنوات الفضائية الجزائرية، من خلال استطلاع وتقسي وتحليل كيفية صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة محل الدراسة، ومدى التزامها بتطبيق معايير جودة الخبر الإعلامي بالتطبيق على نشرة الأخبار الرئيسية للقناتين محل الدراسة.

- تزايد عدد القنوات الفضائية العربية نتيجة انفجار البث الفضائي وما تبعه من منافسة شديدة بين القنوات الفضائية العامة منها والمتخصصة على تقديم محتوى إعلامي يستأثر على أكبر قدر ممكن من الجمهور، ومحاولة القنوات الفضائية الجزائرية مواكبة هذه التحولات بظهور العديد من القنوات الفضائية الجزائرية العامة والمتخصصة.

- فتح مجال السمعي البصري في الجزائر بصدور القانون العضوي 05-12 المتضمن قانون الإعلام وقانون السمعي البصري 2014 الذي أقرّ التعديلية الإعلامية، وما تبع هذا الأخير من اكتظاظ الساحة الإعلامية الجزائرية بالقنوات الخاصة، ومن ضمنها قناة "الشروق الإخبارية"، إن هذا الأمر جعلنا نتوجه إلى البحث في الإضافة التي ستأتي بها هذه القنوات الخاصة للجمهور الجزائري بصفة خاصة والجمهور العربي عموماً بالمقارنة مع الإعلام الفضائي العمومي من حيث جودة ونوعية المادة الإخبارية المقدمة لهم بالتطبيق على نشرات الأخبار.

- تركز الدراسة على نشرات الأخبار الرئيسية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز لأهمية هذه النشرة في أجندة مختلف القنوات الدولية والفضائية إلى جانب بعدها الشمولي في تناول مختلف الأحداث الدولية والوطنية والمحليّة بشيء من التفصيل والتنوع تعكسه المدة الزمنية المتاحة لها، على عكس باقي النشرات (المحليّة، المتخصصة، الموجيز).

- قلة الدراسات الأكاديمية العربية منها والجزائرية – في حدود اطلاع الباحثة- التي تناولت موضوع الجودة في مجال الإعلام السمعي البصري؛ كون الجودة أحد المفاهيم والاتجاهات البحثية الجديدة التي اتخذت في بدايتها من المؤسسات والمنشآت الإنتاجية والخدماتية مجالاً خصباً للبحث والمعالجة في إطار إدارة الجودة الشاملة، بينما لم تعرف المؤسسات الإعلامية موضوع الجودة إلا في العقدين الماضيين، الأمر الذي جعلنا نتجه في دراستنا إلى المزاوجة بين متغيري الجودة وصناعة الأخبار في محاولة الوقوف على مدى إلمام القناتين محل الدراسة بمبادئ وآليات تحقيق الجودة في كل مرحلة من مراحل صناعة الخبر التلفزيوني.

### **رابعاً- أهداف الدراسة**

- التعرف على واقع استخدام قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" للتكنولوجيا الرقمية الحديثة في صناعة أخبارها، ومن ثم دور هذه التقنيات في تجويد شكل ومضمون المادة الإخبارية.

- التعرف على كيفية صناعة الأخبار في النشرات الرئيسية للقنوات الفضائية الجزائرية العامة والخاصة، ومدى استفادتها وتوظيفها لمختلف التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيا الرقمية على كل مرحلة من مراحل صناعة وإنتاج الخبر التلفزيوني.

- التوصل إلى المعايير والطرق والأساليب التي تحدد جودة صناعة الأخبار في قناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز.

- الكشف عن بعض العوامل الداخلية والخارجية والاجتماعية التي تحكم وتأثير على جودة صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" بدءاً من انتقاءها إلى غاية بثها؟.

- تهم الدراسة بمعرفة مجالات تقاطعات وتكامل القطاعين الإعلاميين العمومي والخاص بخصوص المعايير التي تحكم صناعة الأخبار بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية لقناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز"، والعوامل المؤثرة التي تحول دون الالتزام بمعايير الجودة في القناتين محل الدراسة.

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

- البحث في مدى تكامل الأشكال التقنية الحديثة التي تقدم بها المادة الإخبارية ومدى اسهامها في تجويد مضامين المادة الإخبارية في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز".

### **خامساً- منهج الدراسة**

لا يخلو أي بحث علمي من منهج علمي يرسم معالمه ويحدد مساره بدقة وفق خطوات علمية ثابتة، وعلى ذلك فإن المنهج حسب موريس أنجرس(أنجرس، 2006، الصفحات 36-99) هو تلك الخطوات المحددة بدقة التي يعتمدها الباحث للوصول إلى نتائج ملموسة، وفق بناء تصورات منهجية وتحيطه محكم لموضوع البحث أو الدراسة المراد القيام بها.

وعلى اعتبار أن بحثنا يندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف الوصف والتحليل لمتغيرات الظاهرة والعلاقات الترابطية بينها، وبالنظر إلى طبيعة دراستنا التي تتطلب ضرورة استخدام أكثر من منهج فقد تم توظيف عدة مناهج رأت الباحثة أنها تخدم أغراض البحث وتحبيب عن تساؤلاته وأهدافه:

#### **- منهج المسح**

يعد منهج المسح أحد أكثر المناهج استخداما في البحوث الاجتماعية عموما والبحوث الإعلامية خصوصا، التي تعنى بجمع المعلومات حول ظاهرة معينة أو استقصاء آراء أفراد حول موضوع معين، ويعرف المنهج المسحي على أنه (مرسلی، 2007، الصفحات 286-287) تلك النظرة العلمية للباحث التي تمكنه من الإحاطة بجميع جوانب الظاهرة المدروسة و مختلف عواملها وتشكلها ضمن المجال الواقعي الذي حدثت فيه وضمن السياقات الطبيعية التي أدت إلى حدوثها، من خلال استقصاء المعلومات والبيانات الحقيقة لها.

ويقوم المسح على جمع البيانات والواقع المستمرة، عن موقف ما، على أن يشمل عددا كبيرا من الحالات في فترة زمنية محددة، وتعلق هذه الطريقة بالنتائج والإحصاءات العامة التي تنتج من مفردات البحث (بدر، 1994، صفحة 289).

ولا يكتفي استخدام منهج المسح على طريقة واحدة عملية في جمع البيانات بل يلجأ إلى تزويده بمختلف أدوات البحث كالاستقصاء والاستبيان والملاحظة وغيرها من طرق جمع البيانات (حسين ،

2006، صفحة 147)، وعلى ذلك فإن المسح المستخدم في هذا البحث يتعلق الأمر بمسح المادة الإخبارية المتمثلة في نشرات الأخبار الرئيسية لقناني "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" خلال الفترة الزمنية الممتدة من 01 جانفي 2017 إلى غاية 31 ديسمبر 2018 من خلال وصف وتحليل المادة الإخبارية محل الدراسة قصد التعرف على معايير جودة صناعة الأخبار ورصد مختلف مراحل صناعة وإنماج نشرات الأخبار الرئيسية في القناتين محل الدراسة.

كما تم الاستعانة بأسلوب المسح بالعينة لوسائل الإعلام والذي يهدف إلى (مرسلٍ، 2007، صفحة 290) مايلي:

- فهم مختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية من بث ونشر وإشهار.

- بيان سير العمليات الإدارية والفنية والاجتماعية الخاصة بالعاملين.

وفي ضوء ذلك قامت الباحثة بمسح آراء عينة قصدية تمثلت في العمال والمهنيين (رؤساء تحرير، مقدمين، محررين، مندوبين..) العاملين في قسم الأخبار بقناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز"، وذلك قصد التعرف على آرائهم بخصوص مدى تبني قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" لفلسفة الجودة في المؤسسة ككل، وفي مجال صناعة الأخبار على وجه التحديد؛ بما يدعم نتائج الدراسة التحليلية ويزودها بمختلف المعطيات والمعلومات التي تصب في خانة التعرف على الكيفية التي يُصنع بها الخبر ومدى الالتزام بتطبيق المعايير الشكلية والضمنية والأخلاقية ومتى تطبق المعايير الإعلامية التي تحكم في ضمان جودة نشرات الأخبار الرئيسية المقدمة في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز".

### **- منهج الدراسات السببية المقارنة**

يعرف المنهج المقارن على أنه المنهج الذي يهتم بدراسة الظواهر التي يصعب تطبيق البحث التجريبية عليها بالاستناد على مقارنة الحالات التي تحدث فيها هذه الظاهرة والحالات التي ينعدم حدوثها، لذلك فهو يعمل على التفسير المنطقي لأسباب حدوث ظاهرة معينة ومن ثم البحث طبيعة العلاقة بينهما وبين النتائج، وذلك قصد معالجتها والتحكم بها (المزاهرة، 2014، صفحة 358).

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

ويتمحور المدف الرئيسي للدراسات السببية المقارنة في محاولة التعرف على كيفية حدوث الظاهرة ومسبباتها، بإجراء مقارنات لنقاط الاتفاق والاختلاف بين عديد الظواهر للتوصيل إلى المتغيرات المتكررة والمصاحبة لأحداث أو ظروف معينة بالبحث في العوامل والظواهر التي تؤدي إلى حدوث الظاهرة بذات الكيفية(حسين ، 2006، الصفحات 162-163).

ومن خلال عرض مختلف التعريفات الخاصة بمفهوم المنهج المقارن، يمكننا القول أن المنهج المقارن أحد المناهج التي تتجاوز وصف الظواهر الاجتماعية والإنسانية إلى بيان الكيفية التي تحدث بها الظاهرة بالغوص في أسباب وأبعاد حدوث الظواهر بهذه الكيفية أو بذلك ومحاولة كشف مختلف الترابطات العلائقية بينها ببيان أوجه التشابه والاختلاف، ووفق منهج يتجاوز الوصف إلى التحليل العلمي الدقيق.

ومن خلال ذلك يمكننا تحديد الأسس التي يوجبها تم تطبيق هذا المنهج في دراستنا والتي نحددها فيما يلي:

- البحث في الأسباب الحقيقة لحدوث الظاهرة الإعلامية بكشفها والتعمق في تحليلها وتجاوز التعبير الكمي إلى الكيفي عن مختلف مسببات، وداعي تبني فلسفة الجودة في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز".
- تعتمد الدراسة على دراسة جوانب الاتفاق والاختلاف بين الظواهر بغرض الوقوف على مختلف الترابطات والتقاطعات بين القناتين محل الدراسة حول المعايير والآليات والطرق التي تستهجنها القناتين محل الدراسة في سبيل تجويد نشراتها الإخبارية سواء من ناحية الشكل أو المضمون أو مختلف المعايير المهنية التي تحدد مهنية واحترافية القناة؛ خاصة وأن النشرة الإخبارية تعد بمثابة المرأة التي تعكس أجندة القناة وتوضح توجهها العام نحو مختلف القضايا المحلية، الوطنية، الدولية.
- تجمع الدراسة بين مجتمعي بحث مختلفين ممثلين في قناتين فضائيتين مختلفتي الملكية والبرامج والمتمثلتين في قناة "الجزائرية الثالثة" عمومية الملكية وعامة البرامج، وقناة "الشروق نيوز" خاصة الملكية والمتخصصة في البرامج الإخبارية والمقارنة بينهما؛ من حيث جودة صناعة الأخبار بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية.

## **سادسا- مجتمع البحث وعينته**

يطرح نوع وطبيعة دراستنا القائمة على الوصف والتحليل لمضامين نشرات أخبار قناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز من جهة واستطلاع آراء عينة قصدية من عاملين قسم الأخبار بالقناتين محل الدراسة؛ ضرورة الاعتماد على مجتمعي بحث مختلفين أحدهما خاص بالمضامين الإخبارية والآخر بالدراسة الميدانية، يستتبعه بالضرورة عيتيين مختلفتين تبعا لنوع مجتمع البحث وفق ما يلي :

### **أ/ مجتمع البحث الخاص بالمضامين الإخبارية وعينته**

تكتسي نشرات الأخبار الرئيسية أهمية بالغة في أجندة القنوات التلفزيونية العامة منها والمتخصصة كونها مصدرا هاما للجمهور للاستزادة بالأخبار على اختلاف أنواعها (السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية..) ونطاق تغطيتها الجغرافي (المحلي، و الوطنية، والإقليمية، والدولية)، وتواجه نشرات الأخبار اليوم تحديات كبرى في سبيل جذب أكبر عدد من الجمهور على مستويين اثنين:

- المنافسة الحادة بين مختلف القنوات الفضائية على اختلاف مضامينها (متخصصة، عامة) وملكياتها (خاصة، عمومية) في سبيل جذب أكبر قدر من الجمهور في ظل انكشاف العالم وثورة الأقمار الصناعية.
- المنافسة بين القنوات الفضائية والإعلام التقليدي عموما (صحف، إذاعة ، تلفزيون..)، و الإعلام الجديد بمنصاته الاجتماعية من جهة ثانية؛ ومحاولة التخفيف من سطوة الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي بتبني روئي جديدة تعزز وتدعم جودة برامجها الإخبارية عموما ومضامينها الإخبارية خصوصا .  
وبما أن مجتمع البحث الكلي في بحوث الإعلام هي جمل المصادر التي نشر ، أو أذيع فيها المضمون المراد دراسته خلال فترة زمنية محددة(عبد الحميد، 2010، صفحة 94)، فإن مجتمع البحث في دراستنا يتحدد في نشرات الأخبار الرئيسية في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروع نيوز" المخصوصة زمنيا ما بين 01 جانفي 2017 إلى 31 ديسمبر2018، ويأتي سبب اختيارنا لقناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز ما يبرره من الناحية العلمية:

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

- تحظى قناة الشروق بمختلف قنواتها بنسبة مشاهدة عالية مقارنة بباقي القنوات الفضائية الخاصة، فحسب آخر احصاء نشره معهد ايمار IMAAR و MMR المختص في سبر الآراء بتاريخ مارس 2019 تصدرت قناة الشروق العامة الريادة من بين عشر قنوات خاصة في الجزائر، فيما احتلت قناة الشروق نيوز الترتيب الرابع بنسبة مشاهدة بلغت 30%.
- اختلاف ملكية وطبيعة القناتين محل الدراسة، حيث أن قناة الجزائرية الثالثة قناة عمومية عامة وقناة الشروق نيوز قناة إخبارية خاصة، بما يفصح عن وجود عدة اختلافات على مستوى صناعة الخبر وعلى مستوى سياسات وأجندة القناتين ككل.
- تتميز نشرات الأخبار الرئيسية عن غيرها من النشرات بالتفصيل والشمولية والتنوع في تقديم وعرض الأخبار، فغالبا ما تورد هذه النشرات أهم الأخبار التي وردت في باقي النشرات خلال اليوم؛ فهي إن صح التعبير بمثابة توسيع وحوصلة لمختلف الأخبار التي حدثت وتحدث على مدار الساعة واليوم، وأمام صعوبة دراسة وتحليل جميع مفردات مجتمع البحث لسيطرة وتوافر نشرات الأخبار من جهة وشساعة حجم وحدات البحث بما يستنزف وقت وجهد الباحث، حيث تُجمع دراسات محتوى الإعلام على صعوبة القيام بعملية تحليل المضمون لما يتطلبه من تحليل دقيق وتركيز متناهي؛ الأمر الذي يستوجب من الباحث اللجوء إلى استخدام العينة، لذا فقد اختارت الباحثة أسلوب العينة والتي راعت فيها تمثيلها لمجتمع البحث الكلي، والعينة في أبسط تعريفاتها هي "اختيار مجموعة جزئية من المجتمع الاحصائي لتكون متضمنة في دراسة ما" (دانيل، 2015، صفحة 29).

تم اختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة وفق عينة زمنية امتدت طول سنة 2017 أي من 1 ديسمبر 2017 إلى 31 جانفي 2018، حيث تم اختيار 24 مفردة (نشرة أخبار رئيسة بالقناتين محل الدراسة) بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة وبشكل دوري.

وقد تبنت الباحثة هذا النوع من العينة لعدة أسباب نوجزها فيما يلي:

- الحجم الساعي الكبير لمفردات مجتمع البحث.
- يرى علماء المنهجية أمثال ستامبل أن اقتصار مفردات البحث على 12 مفردة في تحليل محتوى بحوث الإعلام يفي بالغرض، بل إن زيادة حجم العينة عن 12 مفردة قد يكون هدراً لوقت وجهد الباحث معا.

إضافة إلى ذلك يقر الباحث يوسف تمار بسهولة تطبيق هذه العينة واختصارها للجهد والوقت (amar, 2007, صفحة 31).

**ب/ مجتمع البحث الخاص بالدراسة الاستطلاعية وعينته**

يتمثل مجتمع البحث الخاص بالجانب الاستطلاعي للدراسة في جميع العمال والمهنيين العاملين بقناة "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز" ، وعلى اعتبار أن طبيعة دراستنا في جانبها الاستطلاعي يختص بجودة صناعة الأخبار بالتطبيق على نشرات الأخبار ومدى سعي العاملين في المؤسستين إلى تجويد مضامينها فقد اختارت الباحثة عينة قصدية شملت في البحث محل الدراسة كل الإعلاميين والمهنيين العاملين في قسم الأخبار (المهيئة التحريرية) ممثلين في مذيعين، رؤساء تحرير، صحفيين.. في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز" ، وقد تم اختيار هذه العينة نظراً لعدة اعتبارات علمية نوجزها فيما يلي :

- تعد فئة الإعلاميين والمهنيين الفئة المخول لها الإجابة على أسئلة استمارة الاستبيان المتشعبه والتي قد لا يتمكن المشاهد أو الجمهور العادي من الإجابة عليها لاحتوائها على العديد من المفاهيم والمصطلحات المتخصصة التي لا يفك شيفراها إلا من هو في الميدان الإعلامي، وفي هذا الإطار يجمع دراسي كل من ايرلي (Erlei 1992) وباك، ريناوكوشوبارت (Beck, Reineck, and Schubert) 2010 على أن الجمهور في الغالب يكون غير قادر على الحكم على جودة وسائل الإعلام المعاصرة بشكل موثوق نتيجة افتقارهم إلى المعلومات والمعرفة الصحفية، ( Urbane & Schweiger, 2013, p. 2)

( Urbane & Schweiger, 2013, p. 2)

- كونها الفئة المتخصصة في مجال صناعة الأخبار عموماً وإنتاج وإعداد نشرات الأخبار الرئيسية (إشراف، تحرير، تقديم، إنتاج) في القناتين محل الدراسة خصوصاً، وبالتالي فهي على دراية كاملة بكيفيات صناعة الأخبار وآليات تجويدها.

- كونها على اطلاع مباشر ودائم ب مختلف المستجدات والتطورات، حتى التغييرات التي قد تطرأ على صناعة الأخبار في القناتين محل الدراسة في سبيل تجوييد المضامين الإخبارية.

### **سابعاً- أدوات الدراسة**

تقتضي طبيعة ونوع دراستنا الوصفية التحليلية المقارنة ضرورة استخدام أداة تحليل المضامون الملائمة لتحليل المادة الإعلامية محل الدراسة تحليلاً كميّاً وكيفياً للإجابة على أسئلة وأغراض البحث، كما استعان البحث بأداة الاستبيان والتي ستسخدمها لاستطلاع آراء الهيئة التحريرية العاملة بقسم الأخبار (مدير أخبار، رؤساء تحرير، محررين، مندوبين، مقدمين..)، وإلى جانب ذلك تعد المقابلة أداة أخرى لدعم البحث قصد استقصاء أكبر قدر من المعلومات والبيانات التي تخدم البحث.

#### **أ/ أداة تحليل المضامون**

يأتي توظيفنا لأداة تحليل المضامون كونه أداة بحث ملائمة للإجابة على مشكلة البحث وأهم أهدافه وتساؤلاته بتحليل عينة من مضامين نشرات الأخبار الرئيسية قصد التعرف على جودة صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز". وتحتتص أداة تحليل المضامون بـ"تحليل ووصف المضامين الظاهرة للمواد الإعلامية شكلاً ومضموناً بما يُجيب على تساؤلات وفرض البحث، وفقاً للمعايير والتقييمات الموضوعية التي يضعها الباحث باتباع طرق منهجية تستهدف جمع وتحليل البيانات كميّاً(حسين ، 2006، الصفحات 233-234).

أما كلوز كريپندورف (Klaus Krippendorff, 2004, p. 18) فيرى أنه تقنية بحث تسعى للتأكد من صحة وثبات الاستدلالات الخاصة بالنصوص أو مختلف المعاني العامة في سياق استخدامها. وتصف جيليان روز تحليل المحتوى بأنه طريقة مبنية على "قواعد وإجراءات" تتطلب تفانياً صارماً من جانب الباحث لتحليل كل من الصور والنصوص وفق قواعد وإجراءات تشمل أجزاء التحليل، بدءاً من اختيار الوسائل وحتى ترميز البيانات وأخيراً إلى التحليل الكمي- Bidart, 2018, 2019, p. 39)

ويُستخدم تحليل المضمون في مجال الإعلام في المحتويات السمعية والبصرية التي يتم بثها في مختلف وسائل الإعلام، بتحليل مضمون هذه الوسائل تحليلاً موضوعياً منظماً بغرض التعرف على مختلف التوجهات والظواهر والمتغيرات المرتبطة بظاهرة معينة (الطائي و أبو بكر ، 2007، صفحة 130).

ومن خلال التعريف السابقة يمكننا القول أن تحليل المضمون تقنية بحث مرنة تسعى إلى جمع المعلومات من مختلف وسائل الإعلام (وسائل مكتوبة، السمعية والمرئية) وفق أسس منهجية ومعطيات علمية تنتظم في استماراة تحليل المضمون ليتم فيما بعد تقديرها كمية وقراءتها كيفيا.

### **خطوات تصميم استماراة تحليل المضمون**

يخضع تصميم استماراة تحليل المضمون إلى عدة اعتبارات تتعلق بأهداف وطبيعة وتساؤلات البحث والتي بوجبها يتم وضع مختلف العناصر والمعطيات التي يرى الباحث أنها تخدم مجال بحثه، كما كان للرصيد النظري – في حدود اطلاعنا- لختلف المؤلفات والمراجع المتخصصة في تحليل المضمون دوره في تصميم وصياغة محاور الاستمارة. ويلي هذه المرحلة عدة مراحل نوجزها فيما يلي:

#### **أ/ تحديد فئات الشكل (كيف قيل؟)**

وتتعلق هذه الفئة بالشكل الذي تقدم به المادة أو المضمون المراد دراسته وتحليله، فالشكل الذي تُقدم به مضمون وسائل الإعلام -حسب الدكتور يوسف تمار- لا يأتي من باب الصدفة، بل بغرض إحداث التأثير وتوجيه الرسالة الإعلامية(amar، 2007، صفحة 44)، وتحكم في هذه الفئة طبيعة الوسيلة الإعلامية المراد دراستها (مكتوبة، سمعية، سمع بصرية)، وكذا أهداف وتساؤلات البحث التي نسعى من خلالها إلى الإلماع بمختلف الجوانب الشكلية التي تدعم فعات المضمون، وفي الموضوع محل الدراسة تم

توظيف فئات الشكل التالية:

#### **فئة وسائل الإبراز:**

تشهد نشرات الأخبار اليوم استخداماً متزايداً لتكنولوجيا الاتصال في سبيل تحسين جودة الصورة التلفزيونية وذلك باستخدام مختلف الوسائل الإيضاخية والمواد الفيلمية والصور.

**فنة القوالب الفنية:**

ونقصد بها الأنواع الصحفية التي تعتمد其ا القناتين محل الدراسة في تقديم الأخبار، وتمثل هذه القوالب في: التقارير، الروبراتاجات، المقابلة، خبر قصير، التحقيق، بورتريه.

**ب/ تحديد فئات المضمون ( ماذا قيل؟):**

**فنة الموضوع:**

وتعتبر أهم فئة في تحليل المضمون حيث قمنا بتصنيفها حسب نوعها إلى موضوعات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، كما قمنا بتصنيفها حسب نطاق تغطيتها الجغرافية و ذلك إلى أخبار، وطنية، إقليمية، دولية.

**فنة المصادر:**

ونعني بها المصادر التي اعتمدتها القناتين محل الدراسة لبناء نشراتها الإخبارية وتزويد الجمهور بمختلف الأخبار والأحداث من مختلف المصادر الداخلية والخارجية، حيث تم تقسيم المصادر في هذه الدراسة إلى فئات المصادر التالية: وكالات أنباء، وسائل إعلام تقليدية، مراسلون، شخصيات رسمية (وزراء، سياسيون...)، منصات التواصل الاجتماعي، شهود عيان.

**فنة القيم الإخبارية:**

وتختصر هذه الفئة بمجموعة القيم التي اختارتها قناتي الدراسة لبث وترتيب أخبارها بناء على عدة معايير تحدد الأساس والطريقة التي يذاع بموجبها الخبر في كل قناة على حد.

**ج/ وحدات التحليل وسياقاتها:**

استخدمت الباحثة أربع وحدات تحليل رأت من خلالها أنها تتناسب مع طبيعة وأهداف الدراسة

وتمثلت في:

**وحدة الزمن**

تم توظيف وحدة الدقيقة بغرض التعرف على الحجم الساعي المخصص للنشرة ككل ومن ثم كل موضوع على حدا.

### **وحدة الفكرة**

استخدمت الباحثة وحدة الفكرة لتحديد الأفكار الرئيسية والفرعية التي تدور حولها الموضع والأخبار المتناولة في نشرات أخبار قناتي الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز".

### **وحدة الخبر**

حيث تم استخدام هذه الوحدة بناء على تلاؤمها مع طبيعة النشرة الإخبارية التي تعتمد على سرد الأخبار وفق وحدة أو قطعة الخبر، وتشمل هذه الأخيرة مختلف الأنواع الصحفية الواردة في النشرة (التقرير، الروبورتاج، التعليق، بورتريه).

### **وحدة الموضوع**

وتم الاعتماد على هذه الوحدة بغرض تقسيم وتحليل موضوعات النشرة حسب طبيعة هذه الموضع المتناولة ونطاقها الجغرافي في قناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز".

### **ب/ أداة الاستبيان**

تُعد أداة الاستبيان أحد أدوات البحث الضرورية التي تتماشى مع طبيعة دراستنا خاصة ما تعلق منها بالجانب الاستطلاعي لآراء مختلف العاملين والمهنيين بقسم الأخبار من معددين، مقدمين، محررين، مدققين لغوين، رؤساء تحرير، بقناتي "الجزائرية الثالثة" و "الشروق نيوز" بغية الإجابة على أكبر قدر ممكن من الأسئلة التي تتطلب سبر أغوار واقع الجودة ومدى تطبيقها في مجال صناعة الأخبار في القناتين محل الدراسة، وتحتخص أداة الاستبيان بجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة أو من خلال الحصر الشامل لمفردات البحث ومن ثم بناء مجموعة الأسئلة المحددة مسبقا وبدقة بغرض الكشف عن اتجاهات المبحوثين ووجهات نظرهم حيال ظاهرة ما والتعرف على حقائقها (حسين ، 2006، صفحة 206).

كما عرفها Mucchielli,R بأنها مجموعة من المقترنات ذات الشكل والترتيب المعين والتي يتم بموجبها طلب الرأي أو الحكم أو التقييم للموضوع محل البحث(Cioldi, 2003) ويتم ترتيب محاور الاستبيان في "استماراة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتراقبة والمتسلسلة والتي يتم الإجابة عليها وتعبيتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث"(المعاني، جرادات ، و المشهدانی، 2012، صفحة 108).

استنادا إلى التعريف السابق تصل الباحثة إلى القول أن أداة الاستبيان عبارة عن مجموعة من الأسئلة المنهجية التي تتنظم وفق محاور لا تخرج عن إطار أهداف وتساؤلات البحث الرئيسية، يوجهها الباحث إلى أفراد عينته في قالب استماراة استبيان تهدف إلى الحصول على المزيد من المعلومات التي تخدم مجال بحثه.

وقد جاء استخدامنا لأداة الاستبيان تماشيا مع طبيعة الدراسة الاستطلاعية التي تستهدف استطلاع آراء العاملين والمهنيين العاملين في مجال الأخبار (صحفيين، مذيعين، مندوبين، رؤساء تحرير..) في كل من قناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ومعرفة آرائهم حول مدى تطبيق مبادئ ومتطلبات الجودة في مؤسساتهم الإعلامية ومختلف المعايير التي تحدد جودة الخبر بالتطبيق على نشرات الاخبار، وكذا العوامل التي تؤثر على صناعة الأخبار في القناتين محل الدراسة.

وقد تم إعداد أسئلة الاستماراة وفق طريقة علمية دقيقة تراوحت بين الأسئلة المباشرة وأسئلة الرأي والتحليل وكذا الأسئلة المغلقة والمفتوحة لتشكل لدينا في الأخير استماراة استبيان مكونة من خمس محاور رئيسية وفق الترتيب التالي:

- **المحور الأول:** محور المعلومات الشخصية.
- **المحور الثاني:** مدى تطبيق المؤسسة الإعلامية محل الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة
- **المحور الثالث:** التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية وتطبيقاتها في صناعة وإنتاج نشرات الأخبار.

- **المحور الرابع:**تقييم القائمين بالاتصال لواقع الاعلام الاخباري الجزائري في ظل تعددية السمعي

البصري والعوامل المؤثرة على جودته.

- **المحور الخامس:** نتائج الدراسة الميدانية

### **الصدق الظاهري (تحكيم استماراة تحليل المضمون واستماراة الاستبيان):**

يسمح التحليل الجيد باعطاء موضوعية ودقة أكثر للمادة محل التحليل وهو ما نسميه بالصدق، أما الثبات فيشير إلى مدى تمكّن باحثين آخرين من التوصل إلى ذات النتائج في حال اتباعهما نفس خطوات وأدوات التحليل(طعيمة، دار الفكر العربي، صفحة 519).

وبالتالي فإن صدق وثبات التحليل يتوقف على إمكانية تطبيق أداة التحليل على ذات الموضوع وبنفس وحدات التحليل، وفاث الشكل والمضمون المعتمدة بالتوصل إلى نفس النتائج لدى مختلف الباحثين الذين تداولوا على تطبيقها أو اختبارها.

وفي الموضوع محل الدراسة تم الاستعانة في تحكيم استماراة تحليل المضمون بأربع باحثين من مختلف جامعات وكليات الوطن، كما قامت الباحثة بتحليل عينة تجريبية شملت عددا واحدا (نشرة إخبارية واحدة) من كل قناة لتقوم بعدها بحساب ثبات التحليل من خلال معادلة هولستي بالاستناد إلى ترميز الحكمين (انظر الملحق رقم 1)، وفق المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n(\text{متوسط الإتفاق}) - 1}{n - 1}$$

حيث  $n$  = عدد المرمزيين (Les Codeurs) ، وعليه فقد كانت نسبة الإتفاق بين المرمزيين

كالتالي:

$$- \text{ بين أ و ب} = 0,76$$

$$- \text{ بين أ و ج} = 0,66$$

$$- \text{ بين أ و د} = 0,61$$

$$- \text{ بين ب و ج} = 0,57$$

$$- \text{ بين ب و د} = 0,64$$

- بين ج و د = 0,83

ومنه فإن متوسط الاتفاق يتمثل في:  $0,67 = 6 \div 4,07$

وبذلك فإن معامل الثبات هو:  $0,67 \times 4 + 1 \div 0,67 \times 4 = 2,01 + 1 \div 2,68$

أي:  $0,89 = 2,01 + 1 \div 2,68$

وبالتالي فإن معامل الثبات هو: **0,89**، وهي نسبة عالية تؤكد صحة توظيف أداة تحليل المضمون في هاته الدراسة.

كما تم بنفس الطريقة عرض استمار الاستبيان على ذات المحكمين لقياس مدى صلاحية الاستمارة للبحث وجاهزيتها للتطبيق، وبناءً على اقتراحات السادة المحكمين (أنظر الملحق رقم 1) فقد تم تعديله بالإضافة والحذف والتعديل ليصبح الاستبيان في الأخير جاهزاً من الناحية العلمية والعملية للتطبيق، وقد تم توزيع عينة تجريبية شملت 10 مبحوثين للتأكد من جاهزية الاستمارة لعميمها على بقية المبحوثين.

### **ج / أداة المقابلة:**

اعتمدت الباحثة أيضاً على أداة المقابلة الغير مقنة وذلك بغرض تدارك بعض الأسئلة التي لم يتم إدراجها في أداة تحليل المضمون أو استمار الاستبيان، نظراً لطبيعة هذه الأسئلة التي تتطلب إجابات مباشرةً أو إحصاءات معينة من جهات رسمية في القناتين محل الدراسة.

وأداة المقابلة هي إذن عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف يسعى الباحث إلى معرفته من أجل تحقيق أهداف الدراسة (المعاني، جرادات ، المشهداني، 2012، صفحة 122).

### **ثامناً - حدود الدراسة**

- **الحدود الموضوعية:** تمثلت في جودة صناعة الأخبار.

- **الحدود المكانية:** تمثلت في مقر قناتي الجزائرية الثالثة وقناة الشروق نيوز كمجال مكاني للدراسة انطلاقاً من أن الموضوع سي تعرض بالتحليل لعينة من نشرات الأخبار الرئيسية للقناتين محل الدراسة.

- **الحدود البشرية:** تمثلت في عمال ومهنيي غرف الأخبار المسؤولين عن النشرات الإخبارية في قناتي الجزائرية الثالثة وقناة الشروق نيوز.

- **الحدود الزمنية:** ينحصر المجال الزمني للبحث من ديسمبر 2017 إلى غاية جانفي 2018.

## **تاسعا - مصطلحات الدراسة**

### **- الجودة**

#### **- التعريف اللغوي للجودة**

يُعد مصطلح الجودة أحد المفاهيم التي أثارت جدلاً بين مختلف الباحثين باختلاف مذاهبهم الفكرية وتحصصاتهم العلمية، وقد ورد مصطلح الجودة من الناحية اللغوية بمعنى: الجيد نقىض الرديء، وجَادَ الشَّيْءُ مُجْوَدَةً وَجَوْدَةً أي صَارَ جَيِّدًا، وأَجَدَتِ الشَّيْءُ فَجَادَ وَالْتَّجْوِيدُ مُثْلِهِ . ويقال هنا شيء جيد بِيَنِّ الْجُودَةِ والْجَوْدَةِ، وقد جَادَ جَوْدَةً وَأَجَادَ: أَتَى بِالْجَيِّدِ مِنَ الْقَوْلِ أَوِ الْفَعْلِ . ويقال أَجَادَ فلان في عَمَلِهِ وَأَجْوَدَ وَجَادَ عَمَلُهُ يَجُودُ جَوْدَةً، وَاسْتَجَدَتِ الشَّيْءُ: أَعْدَدْتُهُ جَيِّدًا . وَاسْتَجَادَ الشَّيْءُ : وَجَدْتُهُ جَيِّدًا أو طَبَبَهُ جَيِّدًا(ابن منظور، دس ن، صفحة 720).

ويرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة، وقد يها كانت تعني الدقة والإتقان من خلال قيامهم بتصنيع الآثار والأوابد التاريخية والدينية من تماثيل وقلائع وقصور لأغراض التفاخر بها، أو لاستخدامها لأغراض الحماية(الدراركة ، 2015، صفحة 15).

كما أولت تعاليم الدين الإسلامي من خلال القرآن الكريم والسنّة النبوية الشريفة أهمية بالغة للجودة، فإن لم ترد بهذا المعنى في القرآن الكريم إلا في قوله عز وجل: (إِذْ عُرِضَ عَلَيْهِ بِالْعَشِيرِ الصَّافَنَاتُ الْجَيَادُ)<sup>\*</sup> ، إلا أنها كانت مرادفة لمفردات أخرى لها صلة وثيقة بمفهوم الجودة، حيث وردت في قوله تعالى (إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا)<sup>†</sup> ، فالإحسان هنا يعني الاحسان في

\* القرآن الكريم، سورة ص، الآية 31.

† القرآن الكريم، سورة الكهف، الآية 18 - 30.

القول والفعل الذي يكون خالصاً لله تعالى وابتغاء لرضاته، وكذلك يفيد الإحسان في القرآن الكريم على العمل الجيد فالعمل الحسن هو العمل الجيد بعد بذل الجهد في تحسينه وتجويده.

كما ورد مفهوم الجودة في القرآن الكريم بمعنى الإحسان في العديد من الآيات القرآنية، مثل قوله عز وجل: (إِنَّ رَبِّهَا إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا أُسْتَطَعْتُ وَمَا تُؤْمِنُ إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوْكِيدٌ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ).<sup>\*</sup> والإصلاح هنا يعني القيام على الشيء ببذل الجهد في إصلاحه والاستمرار في تحسينه ليصبح في أحسن صوره، فالإصلاح إذن أحد مركبات الجودة التي تقوم على تعديل الشيء والتحسين المستمر له. وبعد الإتقان أحد متلازمات العمل الجيد، فالإتقان هنا يعني القيام بالعمل على أكمل وجه، فقد كتب الله على نفسه الإتقان وحسن التدبير في الكون وفي كل شيء مصداقاً لقوله تعالى: (صُنِعَ اللَّهُذِي أَنْزَلَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَيْرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ).<sup>†</sup>

#### - التعريف الاصطلاحي للجودة

عرفها مبارك علوى بأنها "الجودة والإتقان الواجب توافرها في العنصر البشري والمادي لتقديم خدمات للجمهور باستمرار وفقاً لاحتياجاته وتوقعاته وطموحاته" (زنم، 2020، صفحة 24).

بالمقابل، يقترح كروسي تعريف الجودة حيث لابد أن تتوفر فيه ثلاثة شروط أساسية تمثل في مدى القدرة على القيام بالعمل بصورة صحيحة منذ الوهلة الأولى وفي كل مرة، وضرورة خلوه من كافة العيوب التقنية والفنية بما يليبي ويوفي بمتطلبات الجمهور (رضوان، 2012، صفحة 14).

كما تتعلق الجودة بمنظور العميل وتوقعاته وذلك بمقارنة الأداء الفعلي للمنتج أو الخدمة مع التوقعات المنتظرة من هذا المنتج أو الخدمة، وبالتالي يمكن الحكم من خلال منظور العميل بجودة أو رداءة ذلك المنتج أو الخدمة (فلاق، 2018، صفحة 18).

وقدم دينغ تعريفاً للجودة مؤداه أن الجودة "هي درجة التميز الذي يمكن التنبؤ به من خلال استعمال معايير أكثر ملاءمة وأقل تكلفة وهذه المعايير تشتق من المستهلك، وينطبق ذلك المبدأ على عملية الانتاج، والمنتج النهائي في نفس الوقت" (سعيد و البيلاوي، 2006).

\* سورة هود، الآية 88.

† سورة النمل، الآية 88.

ومفهوم الجودة يشير إلى "ثقافة جديدة في التعامل مع المؤسسات الإنتاجية لتطبيق معايير مستمرة ليس فقط لضمان جودة المنتج، بل أيضاً، وهذا هو الأهم، جودة العملية التي يتم من خلالها المنتج" (سعيد و البيلاوي، 2006).

كما أنها "عبارة عن مجموعة من الصفات والخصائص التي يتميز بها المنتج أو الخدمة، والتي تؤدي إلى تلبية حاجيات المستهلكين والعملاء سواء من حيث تصميم المنتج أو تصنيعه أو قدرته على الأداء، في سبيل الوصول إلى إرضاء هؤلاء العملاء وإسعادهم" (الدراركة ، 2015، صفحة 17)

وتعرف الجمعية الأمريكية للجودة The American Society for Quality الجودة بأنها "تمثل الخصائص الشاملة لكيان ما، الذي يحمل داخله القدرة على إشباع الحاجات الصريحة والضمنية، ويجب أن يكون فريق إدارة المنظمة حريصاً وعلى دراية بأن إدارة الجودة الشاملة مكمل لإدارة المؤسسة الحديثة" (أبو النصر ، 2015، صفحة 49).

كما يرتكز المفهوم الحديث للجودة (الصيري، 2006، صفحة 18) على العناصر التالية :

**أ- جودة التصميم:** ويقصد بها توافر مجموعة معينة من الخصائص الملمسة وغير الملمسة في تصميم المنتوج.

**ب- جودة الأداء "الاعتمادية":** وتمثل في قدرة المنتوج على إرضاء الزبون لأطول فترة ممكنة.

**ج- جودة الإنتاج:** ويقصد بها جودة ظروف الإنتاج وجودة العمليات الإنتاجية ويطلق على جودة الإنتاج أحياناً جودة المطابقة ويقصد بها مدى مطابقة جودة التصميم مع ظروف وعمليات الانتاج في المنظمة؛ هذا التطابق يكون له نتائج إيجابية على الجودة الكلية فتحديد كل من جودة التصميم وجودة الأداء يضمن توازناً بين ما يريد المستهلك من جهة وبين ظروف وإمكانيات المنظمة في المجال الإنتاجي من جهة أخرى.

**- مفهوم صناعة الأخبار:**

**✓ التعريف اللغوي لصناعة الأخبار**

ينشطر مفهوم صناعة الأخبار إلى مصطلحي صناعة والأخبار؛ فالصناعة حسب معجم المعاني الجامع وردت بعده دلالات حسب سياقها في الجملة وهي مشتقة من الفعل صَنَعَ يُصْنَعُ، صُنِعًا وصنيعًا وصُنِعَ وصَنِاعَةً فهو صانع والمفعول مصنوع وصنيع، الصناعة هي كل علم أو فن مارسه الإنسان حتى يمهر فيه ويصبح حرفه له، أما في معجم لسان العرب فالصناعة (بفتح الصاد): حرفة الصانع وعمله الصناعة، والصِّناعَة (بكسر الصاد) ما تستصنع من أمرٍ (ابن منظور، دس ن، صفحة 150)، وفي القرآن الكريم ورد المصطلح في قوله تعالى: (صَنَعَ اللَّهُ الَّذِي أَنْقَذَ كُلَّ شَيْءٍ)، أما الأخبار فمفردتها خبر؛ والخبر النبأ، والجمع أخبار وأخبار جمع الجمع، والخبرة والمخبرة كلها تعني العلم بالشيء، تقول لي به خبر، وقد خبره يخبره خبراً وخبرة وخبراً واحتبره وتخبره، يقال من أين خبرت هذا الأمر أي من أين علمت؟ وقولهم: لأخرين خبرك أي لأعلمك. (ابن منظور، دس ن، صفحة 227)

وقد ورد مصطلح الخبر في القرآن الكريم بمراffد "النبأ" وهو مصطلح مختلف المبني ومراffد لمعنى الخبر حسب ما تشير إليه الكثير من الدراسات والمصادر (عبد النبي، دس ن، صفحة 12)، فنجد مصطلحي النبأ والخبر متداffين في المعنى في العديد من المواقع منها: قوله عز وجل: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصَيِّبُوهُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصَبِّحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (سورة الحجرات، الآية 07) وقال تعالى: (إِنَّا أَمْرَهُمْ إِلَّا اللَّهُ ثُمَّ يَنْبئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَفْعَلُونَ) (سورة الأنعام الآية 159)، وقال تعالى: (نَحْنُ نَقْصُ عَلَيْكُمْ بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فَتَيَّةٌ آمَنُوا بِرِبِّهِمْ وَزَدْنَاهُمْ هَدًّا) (الآية 13 سورة الكهف). وفي آية أخرى قال تعالى: (وَكَيْفَ نَبَاهُمْ بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فَتَيَّةٌ آمَنُوا بِرِبِّهِمْ وَزَدْنَاهُمْ هَدًّا) (سورة الكهف الآية 68).

---

\* القرآن الكريم، سورة النمل، الآية 88.

**ب/ التعريف الاصطلاحي لصناعة الخبر**

يعرف الخبر على أنه معلومات تتسم بالجدة والتنظيم والترابط تتناول أحداث أو وقائع هامة لحيز جغرافي محدد أو تتناول نشاطاً بعينه (كورنل، التلفزيون والمجتمع – الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات –، 1999، صفحة 72).

وانطلق بركات عبد العزيز في تعريفه للخبر من ضرورة اشتتماله على العناصر التالية:

- الدقة والإيجاز والبساطة في تناول حدث معين.
- أن يكون الخبر مهما للجمهور ويتحقق له الفائدة.
- أن يعبر على رؤية واتجاهات القائمين على الأخبار في الوسيلة الإعلامية (عبد العزيز، 2015، صفحة 23).

ويرى الدكتور فاروق أبو زيد أن أفضل تعريف للخبر هو أنه "تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وتشير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته"(أبو زيد، 1998، صفحة 56)، وبالتالي فإن هذا المفهوم يركز على الخصائص المهنية للخبر ووظائفه الاجتماعية في ترقية وبناء المجتمع انطلاقاً من أهمية هذا الخبر بالنسبة للجمهور المتلقى للخبر، بينما يعرف ابراهيم المسلمي الخبر انطلاقاً من كونه مصدراً رئيسياً للثروة فهو أهم مواد الوسيلة الإعلامية التي تهم المتلقين من ناحية وتحتم بها الوسيلة الإعلامية من ناحية أخرى (المسلمي، 2012، صفحة 101).

أما مصطلح صناعة الأخبار فيشير إلى "حجم التغطية الإخبارية الهائل، وإلى تصنيع الأحداث وتوزيعها عبر الوسائل الإخبارية المقروءة والمسموعة والمرئية بعد إخضاع الأخبار التي يبرقها المراسلون إلى عملية تكرير يخرج الخبر منها على شكل مادة خبرية مصنعة تحمل بصمات هذه الصحفة أو تلك الوسيلة الإخبارية"(جود، 2001، صفحة 11).

ويرى جلال الخوالة أن "صناعة الأخبار التلفزيونية وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهد تطويراً كبيراً في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي"(شاهين، 2014، صفحة 196).

أما عبد النبي خزعل فيرى في صناعة الخبر أنها "الصناعة التي تجعل للأخبار وظيفة سياسية ونفسية تؤديها للتأثير بالمتلقي وتجعله مهيئاً للاستجابة الذهنية إليها أو تحويله للانتباه إلى ما يريد المرسل عن طريق الصياغة اللفظية المشحونة بالانفعالات والمعانٍ المحولة"(الجميلي و العاني، 2012، صفحة 131).

ويعرف الباحثان عظيم الجميلى وثناء العاني صناعة الخبر الصحفى بأنها "عملية تكوين رسالة اتصالية لها علاقات تأثير أو تأثر أو كلامها بأبعاد العملية الاتصالية الأخرى، وتستعين بنتائج العلوم المختلفة وبالأساليب والتكتيكات الفنية وبالوسائل التقنية في تحويل الأحداث والواقع ومعارك الآراء والتي تتضمن فيما إخبارية تهم الجمهور أو المؤسسة الاتصالية أو كليهما إلى أخبار تلتزم بأخلاقيات المهنة الصحفية"(الجميلي و العاني، 2012، صفحة 133).

### **التعريف الاجرامي لجودة صناعة الأخبار**

من خلال استعراضنا بالتفصيل لمفهومي الجودة وصناعة الأخبار كل على حدا، توصلت الباحثة إلى القول أن جودة صناعة الأخبار تتعلق بمدى إلمام القائم بالاتصال بمختلف المعايير والحدادات المهنية والتحريرية والفنية التي تحدّد جودة المادة الإخبارية بصفتها منتج غير مادي، معنوي وقيمي، مع مراعاة الجانب الشكلي والإطار الذي تقدم به هذه الأخبار من حيث كونها بيئة إعلامية تضمن الحد الأقصى من المعايير الإعلامية والمهنية.

## **القنوات الفضائية الجزائرية**

### **1/ القنوات الفضائية**

يشير مفهوم القناة (channel) إلى الممر الإلكتروني المغناطيسي لنقل برامج التلفزيون عادة يُشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال أو حتى تسمية القناة في حد ذاتها حتى يتعرف المشاهد بمعرفة قناته التي يفضل، والبرامج التي يفضل مشاهدتها عليها) (العبد الله و شين، 2014، صفحة 229). أما مصطلح الفضائية أو (Satellite) فيعني الأقمار الصناعية.

وبشكل أدق يمكننا القول أن القنوات الفضائية هي القنوات التي يصلنا بها عبر الأقمار الصناعية، أو هي كما عرفها الباحثان سعيد مراح، محمد قارش جميع القنوات الفضائية، التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبيث بطريقة رسمية أو غير رسمية مسموحة أو منوعة مشفرة أو غير مشفرة، ويتم بث برامجها عبر الأقمار الصناعية بواسطة الهوائيات المقرعة ( مراح و قارش، 2017).

#### **التعريف الإجرائي للقنوات الفضائية:**

القنوات التي تستخدم الأقمار الصناعية في بثها ووصولها إلى الجمهور العريض بغض النظر عن موقعها الجغرافي، وبالتالي فالقنوات الفضائية هي الوجه التقني للتلفزيون من خلال استفادته من التغيرات التكنولوجية التي حصلت في العالم بما يخدم بث ونشر المضمادات الإعلامية المتنوعة والافتتاح على تلفزيونات العالم عن طريق البث الفضائي، وتختلف هذه القنوات من حيث الملكية (عامة، خاصة)، ومن حيث المضمون (متخصصة، عامة).

### **2/ القنوات الفضائية الجزائرية**

وهي القنوات الفضائية الجزائرية ذات الملكية الجزائرية سواء كانت عمومية أو خاصة، وتكون مضمونها موجهة للجمهور الجزائري أو الجمهور الخارجي (العربي، الدولي..) في شكل من أشكال الدبلوماسية

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

الناعمة التي تستهدف التعريف بالبلد حضاريا، وثقافيا، وتاريخيا، ونقل موقف ووجهات النظر الجزائرية من مختلف القضايا الدولية والإقليمية والخليجية إلى الرأي العام العالمي.

ومن بين القنوات الفضائية الجزائرية التي اختصتها الدراسة بالتحليل:

### **A/ قناة الجزائرية الثالثة (A3)**

تعد قناة الجزائرية ثالث قناة عمومية تم إنشاؤها بعد كل من القناة الأرضية Canal Algerie، تم إطلاقها بشكل رسمي في الخامس من جويلية 2001 أي في الذكرى السنوية لاستقلال البلاد، وتتوجه القناة بمضامينها المنوعة إلى الجمهور العربي والجزائري المتواجد بالخارج سواء في الدول العربية أو الأوروبية، وبتاريخ 26 مارس 2020 تحولت القناة إلى التخصص في مجال الأخبار لتصبح: قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وتحتم القناة من خلال مضامينها الإخبارية بالوضع الداخلي للجزائر على وجه التحديد، إلى جانب موقفها الرسمي من مختلف القضايا الوطنية، والإقليمية، والدولية.

### **ب/ قناة الشروق نيوز**

وهي قناة جزائرية التوجه خاصة الملكية، متخصصة في المضمون الإخبارية، يقع مقرها في دولة الأردن، ويعود الإطلاق الرسمي لقناة الشروق نيوز إلى 02 مارس 2014 ضمن مجموعة من القنوات التي أطلقها مجمع الشروق الإخباري بداية من 2012 والمكونة من قناة الشروق العامة، بنة تي في، مجلة الشروق العربي، جريدة الشروق اليومي، وساهم في ذلك الانفتاح الإعلامي الذي عرفته الساحة الإعلامية الجزائرية بظهور قانون الإعلام 12-05 والذي تلاه إنشاء العديد من القنوات الخاصة.

## **عاشرًا—أدبيات الدراسة**

تفيد أدبيات الدراسة في التعرف على البحوث والدراسات السابقة التي تناولها الباحثون ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك بمحض الاستفادة منها في تحديد ورسم معالم بحثنا؛ فالدراسات السابقة تعد مرحلة لازمة لإنجاز البحث العلمية وذلك حتى يتسمى للباحث معرفة مجال ودائرة بحثه مقارنة بالبحوث الأخرى، كما أن اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة يجنبه تكرار ومعالجة نفس المواضيع، من خلال سعيه للخروج بدراسة علمية رصينة تمثل إضافة جديدة لتطوير البحث العلمي والنهوض به.

وفي الموضوع محل الدراسة لم تتمكن الباحثة من العثور - في حدود اطلاعها- على أدبيات دراسة تتناول موضوع الجودة في مجال صناعة الخبر بشكل مباشر مما جعلنا نتجه إلى تقسيم الأدبait المتوفرة لدينا إلى قسمين؛ بحيث يتناول القسم الأول الأدبait الخاصة بموضوع الجودة في المؤسسات الإعلامية ويتم تقسيمها أيضا إلى أدبيات جزائرية، أدبيات عربية، أدبيات أجنبية فيما يتناول القسم الثاني الأدبait الخاصة بموضوع صناعة الأخبار على نفس المنوال، وبعد استعراض كل قسم على حدٍ يتم دراسة وتوضيح أوجه الشبه والاختلاف والاستفادة بين هذه الأدبait وبين دراستنا بالتعليق والنقد والشرح.

### **– الأدبait الخاصة بالجودة**

#### **أ/ الأدبait السابقة الجزائرية**

**1- دراسة ليلي فقيري** بعنوان: إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية – دراسة حالة قناة نسمة الفضائية- (فقيري، 2015)، وانطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: هل يتم تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في قناة نسمة الفضائية؟

وقد انجر عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية أبرزها:

- هل تحسن إدارة قناة نسمة الفضائية باستمرار من مستوى الإعلاميين العاملين بها؟.
- هل تطبق إدارة قناة "نسمة" الفضائية عملية التمكين الإعلامي وتقسم فرق العمل؟.

- هل تحافظ قناة نسمة على جودة الخدمة الإعلامية؟.

- هل تعتمد إدارة قناة نسمة الفضائية على عملية التقيس والتحليل في أداء عملها.

افتصرت الدراسة فرضية رئيسية مؤداها: أن قناة نسمة الفضائية تطبق بعض مبادئ إدارة الجودة الشاملة أو كلها سيؤدي إلى فرص نجاحها؟. وهدفت الدراسة إلى قياس حجم الاهتمام بأثر إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية، بالتركيز على قناة نسمة الفضائية ودراسة العلاقة بين مبادئ إدارة الجودة الشاملة وأدائها والتطور الذي حققه في مجال السمعي البصري على مستوى المغرب العربي، وقد طبقت الدراسة منهج دراسة الحالة ( بشقيه المنهج الوصفي والمنهج التحليلي) لرصد حياثات العمل الإعلامي داخل قناة نسمة ومدى توافقه مع أعماله الإدارية، وتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الإعلاميين العاملين بقناة نسمة الفضائية من صحفيين، مقدمين، مخرجين، مصورين، تقنيين، فيما كانت العينة قصدية شملت 60 مفردة بحث، أما أدوات الدراسة فقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان كأداة رئيسية، إلى جانب أداتي الملاحظة والمقابلات الحرة. وقد توصلت الدراسة في الأخير على العديد من النتائج الهامة نذكر منها:

- وجود علاقة جوهرية أو حقيقة بين كل من مبادئ إدارة الجودة الشاملة ومستوى أداء قناة نسمة الفضائية.

- بين عنصر دعم إدارة قناة نسمة الفضائية سعي القناة إلى تحقيق التنسيق بين أنشطة الإعلاميين بالشكل الذي يساعد على تحقيق التعاون بينهم، وحرصها على التعاون مع الإعلاميين لتأمين رغبات واحتياجات مشاهدي القناة ورغبتها في تحقيق رضا الإعلامي وولائه وإشراكه في دورات تكوينية وتدريبية لرفع أداء الإعلامي إلى أعلى مستوياته واستخدامها للموارد المادية والبشرية.

- وجود قناعة لدى الادارة الإعلامية بضرورة التحسين المستمر للخدمات الإعلامية المقدمة للمشاهدين سيؤدي للحصول على مزايا إضافية للمؤسسة الإعلامية "نسمة" الفضائية ومشاهديها.

- افتقار قناة نسمة الفضائية لمبدأ التخطيط الاستراتيجي وهو أحد أهم مبادئ متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة مما أوقع القناة في أزمة مالية بسبب سوء التخطيط.

**2- دراسة مسعود قانة بعنوان: تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية حالة المؤسسة الوطنية للتلفزيون (قانة، 2010/2011)، وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية:**

► ما مدى إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون؟ وابتُلَقَ عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية:

- ما هو مفهوم إدارة الجودة الشاملة وما تأثيرها على القدرة التنافسية للمؤسسات الإعلامية؟

- هل يمكن تطبيق إدارة الجودة الشاملة في أي مؤسسة إعلامية؟

- ما مدى توفر مبادئ ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون؟

أما الفرضيات فكانت كالتالي:

- إدارة الجودة الشاملة نظام إداري متَّكِّل يشمل جميع العاملين في المؤسسة وبكل مسؤولياتهم الإدارية، وتطبيق هذا النظام يؤدي إلى التحسين المستمر في القدرة التنافسية والوصول إلى مراكز الريادة.

- تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية مرتبط بمدى توفر المعايير (المبادئ والمتطلبات) الخاصة به.

- لا يمكن تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في التلفزيون الجزائري لعدم توفره على مبادئ ومتطلبات تطبيق هذا النظام.

وقد هدفت الدراسة إلى محاولة الخروج برؤية حول إمكانية تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون من خلال مجموعة من المعايير الخاصة بتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك أثناء الدراسة النظرية وعرض وتحليل النتائج الخاصة بالجانب التطبيقي، إلى جانب منهج دراسة الحالة من خلال الدراسة التطبيقية لإمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون.

وقد وظف الباحث في هذه الدراسة أداة الاستبيان بغرض التعرف على تقييم الجمهور للأداء والخدمة الإعلامية للتلفزيون الجزائري، كما استعان الباحث بأداة الملاحظة العلمية من أجل مطابقة المعايير

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

النظرية العامة مع المعايير التي يمكن تطبيقها في المؤسسات الإعلامية واستخلاص النتائج وتقديم التوجيهات التي تخرج بها الدراسة.

وتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في الطلبة الجزائريين المقيمين بالإقامات الجامعية الجزائرية لاعتبارات تتعلق باختلاف مقرات سكناهم، ولاعتبار أنهم ينتمون إلى الطبقة المثقفة وال المتعلمة؛ حيث تم اختيار طلبة الإقامة الجامعية "طالب عبد الرحمن" بالعاصمة وفق عينة عنقودية للدراسة قوامها 200 مفردة من أصل 4000 طالب على مستوى الإقامة الجامعية المذكورة.

وخرجت الدراسة بعدة نتائج نذكر منها:

- أن مراحل تطبيق الجودة الشاملة مرتبطة بما قبلها من مدى توفر المبادئ والمتطلبات الخاصة بتطبيق هذا النظام، وهذا يعتبر تأكيداً لصحة الفرضية الثانية القائلة بأن تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية مرتبطة بمدى توفر المعايير (المبادئ والمتطلبات) الخاصة به.

- يتوفّر التلفزيون الجزائري على إمكانيات مادية وبشرية هائلة، وهذا يعتبر عنصراً إيجابياً في طريق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة.

- مواكبة التلفزيون الجزائري للتطورات التكنولوجية، وذلك من خلال اقتناصها والاستفادة منها مما أدى إلى تحسين الإنتاج التلفزيوني.

- تدريب العاملين وتحفيزهم من خلال الترقية والزيادة في الأجر يعتبر عاملاً حاسماً لزرع فكرة (ثقافة الجودة) في نفوسهم خاصة وأن التحفيزات تشعر العامل بالرضا الوظيفي.

### **ب/ الأديبيات السابقة العربية**

1/ دراسة تامر جواد الشريف بعنوان: **تقسيم برامج التربية الإسلامية المقدمة في الإذاعات المحلية في ضوء معايير جودة البرامج الإذاعية** (الشريف، 2010).

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

هدفت الدراسة إلى تحديد معايير جودة البرامج الإذاعية من خلال المعايير الواجب توفرها في برامج الإذاعات المحلية، وكذا الوقوف على مستوى الجودة في برامج التربية الإسلامية المقدمة عبر الإذاعات المحلية محل الدراسة.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في وصف جودة المعايير الواجب توافرها في البرامج التعليمية المقدمة في الإذاعات المحلية بمحافظات غزة بناءً على معايير خاصة بالجودة وتحكيمها وتنقيحها من قبل متخصصين في التربية والإعلام والجودة.

وقد اختار الباحث عينته من مقدمي البرامج الإذاعية من إذاعات القدس، والأقصى، والإيمان، القرآن الكريم التعليمية، كما اختار بطريقة عشوائية 16 حلقة تعليمية مادة التربية الإسلامية تم تقديمها للطلبة خلال سنة 2010.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج هامة منها:

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية تُعزى في جميع المعايير التي تم تصديقها إلى الجهة المقدمة.
- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في معيار " الصفات الشخصية للمذيع" بين إذاعة "القدس" و "الأقصى" و "الإيمان" لصالح الإيمان.
- وجود فروق في معايير " أداء مقدم البرنامج التعليمي" بين إذاعة "القدس" و "القرآن الكريم" لصالح القرآن الكريم، وبين القدس والأقصى لصالح الأقصى وبين الأقصى والإيمان لصالح الإيمان.

### **ج/ الأدبيات السابقة الأجنبية**

**1- دراسة: Quinet Aude** : La qualité en télévision : études préalables, conception et réalisation d'un qualimat de la télévision en Belgique francophone pour le magazine Télépro(Aude, 2013/2014). أي "جودة التلفزيون: الدراسات الأولية، تصميم وتنفيذ مقياس للجودة للتلفزيون في بلجيكا الناطقة بالفرنسية لمجلة تيليبرو".

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

هدفت الدراسة إلى محاولة إنشاء معايير لقياس جودة البث التلفزيوني من خلال علاقة الجمهور بالجودة وما إذا كان هذا الجمهور قادر على تقييم جودة البرامج التلفزيونية أم أنه جيد فقط في قياسها بالاستناد إلى نظريات التلقي وكذا التفرقي بين قياس الجمهور وقياس الجودة، وانطلقت الدراسة من عدة تساؤلات جوهرية تتمثل في:

- هل الجمهور مرادف للجودة الرديئة؟
- هل فكرة الجودة ذات صلة بالتلفزيون؟
- كيف يمكننا تقييم جودة البرامج التلفزيونية وبأي أساليب وبأي معايير؟
- هل تختلف باختلاف نوع البرنامج؟
- وعلى أي أساس ينبغي تحديد معايير الجودة : الجمالية، التربوية، العاطفية، الاجتماعية؟

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- بينت دراسات التلقي أن الجمهور فاعل نشيط وقدر على الاختيار، و هو متذوق ومطلع على القنوات وقدر على الحكم على ما يشاهده منذ نشأة التلفزيون، وهذا ما أفرزته الدراسات الاستقصائية الخاصة ببناء البرامج التلفزيونية.
- لا يوجد تعريف عالمي متعارف عليه لمفهوم الجودة لأنها نسبية؛ فهي ليست متأصلة في شيء ما ولكن يتم الحكم عليها وفقاً لمجموعة معايير خاصة بكل شخص، ووفقاً لمعايير وقيم ذلك الشيء، كما أن الكشف عن علاقة نسبة مشاهدة الجمهور، الجودة إذ يعتبر معدل المشاهدة المرتفع معياراً لنجاح البرنامج واستمراريته ولكنه لا يعكس بالضرورة جودته، فتقييم البرامج التلفزيونية لا يجب أن يكون بناءاً على عدد المشاهدين بل بناءاً على جودة البرامج في حد ذاتها، وبالتالي فإن قياس جودة البرامج التلفزيونية يوفر معلومات إضافية مفيدة لمديري البرامج.
- يمكن للعديد من الجهات الفاعلة الحكم على جودة البرامج التلفزيونية؛ رؤساء القنوات، محترفو القطاع، المشاهدون، والذين بدورهم يصدرون أحکاماً وفقاً لمعاييرهم وقيمهم الخاصة، مما يعكس اختلاف وتنوع هذه المعايير والقيم ويعكس أيضاً تعدد أذواق المشاهدين.

## **التعقيب على الأدبيات السّابقة الخاصة بجودة في المؤسسات الإعلامية**

استفادت الباحثة من الدراسات أعلاه من مختلف الجوانب المنهجية، النظرية، التطبيقية، حيث اطلقت منه الباحثة في توسيع مداركها المعرفية حول الموضوع الذي ستتناوله ثُوج بوضع تصور عام وخطة بحث وفق أسس وأهداف وتساؤلات محددة بدقة وتلتقي هذه الدراسات مع دراستنا في الجوانب التالية:

- ركزت كلا الدراسين على القنوات الفضائية كمجال مكاني وموضوعي للدراسة، حيث اختصت الدراسة الأولى بقناة نسمة الفضائية فيما اختصت الدراسة الثانية بالمؤسسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري ENTV، فيما تناولت دراستنا قناتي "الجزائرية الثالثة" وقناة "الشروق نيوز".

- تبنت الدراسة الأولى أداتي الاستبيان والمقابلة الحرة فيما تبنت الدراسة الثانية على أداتي الاستبيان والملاحظة، أما دراستنا فاعتمدت كلا من أدأة الاستبيان والمقابلة بالإضافة إلى أدأة تحليل المضمون في ضوء طبيعة ونوع دراستنا التحليلية الاستطلاعية التي تطلب الاعتماد على أكثر من أدأة بغرض تعزيز نتائج البحث.

- تتشابه دراستنا مع هاته الدراسات في الاعتماد على المنهج المسحي الملائم مثل هذه الدراسات القائمة على الوصف والتحليل لمختلف الطواهر المدرسة.

- تلتقي دراستنا مع الدراسين الأوليين في متغيري الجودة والقنوات الفضائية، بتركيز الدراسة الأولى على إدارة الجودة بشقها الإداري في المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على قناة نسمة الفضائية كدراسة حالة، فيما تناولت الدراسة الثانية بالمؤسسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري ENTV، بما يعني أن الدراسين تنظران إلى الجودة في شقها الإداري باعتبار القناتين الفضائيتين مؤسسات إعلامية ذات طابع إداري من حيث هيكلها الإداري.

- انفتقت دراستنا مع الدراسة العربية الموسومة بـ"برامـج التربية الإسلامية المقدمة في الإذاعـات المحلية في ضوء معايير جودة البرامج الإذاعـية في استخدام نفس أسلـالـيب وأدـوات البحـث حيث اعتمدـت الـدرـاسـة على المنـهج الوـصـفي التـحلـيلي كـونـه يـتمـاشـي مع طـبـيعـة الـدـرـاسـة في وـصـفـ الجـودـة وـتـحلـيلـ مـعـاـيـرـها وـمـدىـ تـطـيـيقـها في المؤـسـسـاتـ الإـذـاعـيةـ محلـ الـدـرـاسـةـ،ـ كماـ توـافـقـتـ درـاستـناـ معـ ذاتـ الـدـرـاسـةـ فيـ استـخدـامـ أـدـاءـ تـطـيـيقـهاـ فيـ المؤـسـسـاتـ الإـذـاعـيةـ محلـ الـدـرـاسـةـ،ـ كماـ توـافـقـتـ درـاستـناـ معـ ذاتـ الـدـرـاسـةـ فيـ استـخدـامـ أـدـاءـ

الاستبيان، حيث احتوت الدراسة أعلاه على 82 معياراً موزعاً على ست محاور أراد من خلالها الباحث تقويم أداء مقدمي البرامج التعليمية عبر الإذاعات المحلية.

أما الدراسة الرابعة الموسومة بـ *La qualité en télévision : Étudespréalables, conception et réalisation d'un qualimat de la télévision en Belgiquefrancophone pour le magazine Télépro* مجلة *Télépro* من خلال دراسات أولية لتصميم وإنتاج جودة التلفزيون في بلجيكا الناطقة بالفرنسية، فقد استفادت منها الباحثة بشكل الأكبر في التأصيل المفاهيمي والنظري لمفهوم الجودة في التلفزيون، ذلك أن هذه الدراسة لم تقم بنشر الإطار التطبيقي لها واكتفت بالإطارين المنهجي والنظري والخاتمة فقط على النات، وقد يعود ذلك لحدوث مؤلف الدراسة من السرقة العلمية باعتبارها متاحة على الانترنت.

### **أوجه الاختلاف:**

إن أسمى ما تصبو إليه البحوث العلمية هو الإثبات بنتائج بحث جديدة لم يتم استهلاكها في دراسات سابقة، وذلك من خلال تناولها مواضيع بحثية تختلف عن سابقيها، وعلى ذلك فإن دراستنا اختلفت مع الدراسات أعلاه في العديد من النقاط منها:

- اختلفت دراستنا عن الدراسات السابقة في ناحية توظيف المنهج، حيث تطلب طبيعة دراستنا القائمة على الوصف والتحليل والمقارنة توظيف منهجين رئيسيين تمثلت في المنهج المسحي، المنهج المقارن وذلك بهدف الإحاطة بمختلف متطلبات الإجابة على أهداف وتساؤلات الدراسات المسحية التحليلية المقارنة.

- تجمع الدراسة بين أكثر من أداة بحث حيث تم توظيف أداة تحليل المضمون لتحليل مضامين نشرات الأخبار الرئيسية في القناتين محل الدراسة، إلى جانب أداتي الاستبيان والمقابلة الموجهان إلى عينة قصدية متمثلة في العاملين في قسم الأخبار (مندوبي، محررين، مذيعين، رؤساء تحرير..)، فيما اعتمدت الدراسات السابقة على الاستبيان والمقابلة في الدراسة الأولى والاستبيان في الدراسة الثانية، أما الدراسة الثالثة فاعتمدت على الاستبيان والملاحظة.

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

- اختلفت دراستنا مع الدراسة الأولى من حيث تناولنا لقناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" في حين تناولت الدراسة الأولى قناة نسمة الفضائية، أما الدراسة الثانية فتناولت المؤسسة الوطنية للتلذفزيون، كما اختلفت دراستنا، مع الدراسة الموسومة بـ"برامح التربية الإسلامية المقدمة في الإذاعات المحلية في ضوء معايير جودة البرامج الإذاعية في نوع الوسيلة الإعلامية محل الدراسة، حيث تطرقت هذه الأخيرة إلى الإذاعات المحلية في فلسطين (القدس، الأقصى، القرآن الكريم، الإيمان)" في حين تختص دراستنا بـ"قناتين فضائيتين".
- تختلف الدراسة عن الدراسات الأربع - السابقة الذكر - في طبيعة الموضوع المتناول و اختصاصه بـ"مجال صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" ومدى الالتزام بـ"معايير وآليات الجودة" و مختلف العوامل التقنية والبشرية والمهنية والداخلية والخارجية المؤثرة على جودة صناعة الأخبار بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية المقدمة في القناتين محل الدراسة، في حين اهتمت الدراسة الأولى بمدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في قناة نسمة الفضائية بينما ركزت الدراسة الثانية على تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الوطنية للتلذفزيون

### **ثانياً: الأدبيات الخاصة بصناعة الأخبار في القنوات الفضائية**

**أ/ الأدبيات السابقة الجزائرية:**

- 1- دراسة الزهرة بوججوف بعنوان: أولويات النشرات الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة**  
دراسة مقارنة بين قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، farance 24 (بوججوف، 2015).

هدفت الدراسة إلى مقارنة ترتيب الأولويات بين كل من الوسيلة الإعلامية والجمهور وبالاخص بين القنوات العامة والجمهور وبين القنوات المتخصصة والجمهور المستهدف، وباختبار فرضيات نظرية ترتيب الأولويات -agenda setting- وفرضياتها الرئيسية بالتطبيق على الفضائيات العامة والمتخصصة وجمهور الدراسة.

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

وبناء على ذلك فقد تمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: هل يوجد اتفاق بين ترتيب أولويات النشرات الإخبارية في قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، farance 24؟، وانبعق عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية تخص الجانب التحليلي ودراسة الجمهور ومن بين هذه التساؤلات ما يلي:

- ما الفرق بين النشرات مجال الدراسة من حيث القضايا المذاعة؟
- ما الفرق بين النشرات مجال الدراسة من حيث الأماكن الجغرافية المحددة؟
- ما الفرق بين النشرات مجال الدراسة من حيث المدة الزمنية التي استغرقتها القضايا؟
- كيف رتبت عينة الجمهور القنوات والنشرات مجال القنوات مجال الدراسة؟
- كيف رتبت عينة الجمهور الشخصيات، القضايا، والأطر، والمنظمات، الوارد في النشرات مجال الدراسة؟.

أما فرضية الدراسة فتمثلت فيما يلي: يوجد تشابه بين ترتيب أولويات القنوات العامة (tv3)، كما يوجد تشابه بين ترتيب أولويات الفضائيات المتخصصة (24، farance، mbc1)، كما يوجد تشابه بين ترتيب الأولويات والقائلة بوجود اتفاق بين قائمة أولويات استمدتها الباحثة من الفرضية الرئيسية لنظرية ترتيب الأولويات والقائلة بوجود اتفاق بين قائمة أولويات الإعلام وقائمة أولويات الجمهور، إضافة إلى الاعتماد على بعض الدراسات السابقة خاصة التي تناولت المقارنة بين أولوية وسائل الإعلام وأولوية الجمهور.

وطلبت طبيعة الدراسة توظيف منهج تحليل المضمون وذلك بغرض تحليل المادة السمعية البصرية المتمثلة في النشرات الإخبارية في الفضائيات محل الدراسة وتحديد أولويات هذه القنوات من حيث القوالب، المصادر، المنظمات، الأطر، الأماكن الجغرافية، الشخصيات، القضايا، كما تم توظيف المنهج المقارن من خلال المقارنة بين أولويات النشرات الإخبارية في كل من القنوات العامة والمتخصصة وأولويات الجمهور.

واختارت الباحثة مجتمع بحث ممثل في كل الأساتذة الدائمين بأقسام علوم الإعلام والاتصال وميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم السياسية بجامعة باجي مختار، باستخدام عينة قصدية مكونة من الأساتذة الدائمين بأقسام علوم الإعلام والاتصال وميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية وقسم العلوم السياسية بجامعة باجي مختار عناية باعتبارهم الأقرب إلى فهم موضوع الدراسة كونه يندرج ضمن تخصصهم تقوم الباحثة بتوزيع 100 استمارة كعينة كليلة.

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

---

أما مفردات البحث الخاصة بالدراسات التحليلية فتشمل قنوات: الجزيرة، و farance 24 باعتبارهما قناتين متخصصتين في الأخبار، وقناة الجزائرية الثالثة و mbc1 باعتبارهما قناتين عامتين تقدمان ببرامج متنوعة من ضمنها نشرات الأخبار، حيث اختارت الباحثة على مدار 9 أيام من 20/10/2013 إلى 29/10/2013 أي بعينة قوامها 36 عدداً من النشرات الإخبارية للقنوات الفضائية محل الدراسة تمثلت في: نشرة الثامنة على قناة الجزائرية الثالثة، قناة نشرة التاسعة على قناة mbc1، نشرة حصاد اليوم على قناة الجزيرة، نشرة السادسة بتوقيت الجزائر على قناة 24 .farance

وبخصوص أدوات البحث فقد اختارت الباحثة كلاً من المقابلة، أداة تحليل المضمون، الاستبيان لتماشي هذه الأدوات مع طبيعة الدراسات الوصفية التحليلية ومع المشكلة البحثية للبحث ككل.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- رتب كل من قناة الجزائرية الثالثة ومفردات عينة الجمهور القضايا الآتية بنفس الترتيب: زيارة القايد صالح إلى روسيا، والتلقيح ضد الانفلونزا الموسمية في الجزائر، قضية مشاركة عبد الغاني هامل في أشغال جمعية الانترنت، والإرهاب في تونس، والقضية الفلسطينية.

- رتب كل من قناة mbc1 ومفردات عينة الجمهور هذه القضايا بنفس الترتيب: قضية المظاهرات في مصر، قضية اختطاف الطيارين التركيين في لبنان، قضية حركة التمرد في الكونغو، قضية تظاهرات ثقافية عالمية، قضية اكتشافات علمية في مراتب متقدمة، ويدل هذا على اهتمام مفردات عينة الجمهور بما يحدث من حراك سياسي في البلدان العربية إضافة إلى اهتمامها بالأخبار الصحفية باعتبار نشرة التاسعة على قناة mbc1 تنفرد بهذا الركن القار.

- يختلف ترتيب بعض المنظمات الواردة في قناتي 24 والجزيرة وترتيبها لدى مفردات عينة الجمهور وتمثل في ما يلي: الاتحاد الأوروبي، وكالة الأمن القومي، المرصد السوري لحقوق الإنسان، كما يختلف ترتيب منظمة الأمم المتحدة، اليونسكو، الحلف الأطلسي بين قناة الجزيرة ومفردات عينة الجمهور.

- يختلف ترتيب كل الأطر الواردة في قناتي الجزائرية الثالثة و 24 وfrance وترتيبها لدى مفردات عينة الجمهور وعليه فقد تحقق الفرضية في الجزء الخاص بنقاط التشابه ولم تتحقق في الجزء الخاص بنقاط الاختلاف.

**2- دراسة فوزية عكّاك الموسومة بالقيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية  
لصحيفي الخبر والشروع اليومي جانفي - ديسمبر 2007**(عكّاك، 2012).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مصفوفة القيم الخبرية التي يختارها القائمون بالاتصال في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، وكذا التعرف على تصورات القائمين بالاتصال لدور الصحافة ولمختلف أدوارهم ومهامهم الإخبارية والصحفية وللأخلاقيات المهنية المعتمدة في معالجتهم للأخبار.

واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي على مستوى كل من المضمون والقائم بالاتصال، على اعتبار أن الدراسة وظفت كلا من أداة تحليل المضمون، واستماراة الاستبيان، ولصعوبة حصر مجتمع البحث المتمثل في مئات الأخبار اختارت الباحثة أسلوب العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب الدورة، فيما لم يتم تحديد نوع العينة الخاصة بالقائمين بالاتصال. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- أفضت نتائج تحليل المضمون أن احتلال الأخبار السياسية والاجتماعية، والأمنية والاقتصادية المراتب الأولى في كلا الصحفتين، منع الأخبار الأخرى من الظهور (الثقافية، الدينية، الرياضية) بما يحدث قدرًا من التوازن في تناول مختلف المواضيع.

- اعتماد صحف الدراسة على الصحفيين كمصدر للأخبار، مما يؤدي إلى محدودية مصادر الصحفية، وعدم خلق مناخ للحوار بين مختلف المصادر.

- وعن الأخبار الأكثر نشرًا في صحيفتي الدراسة، أوضح الصحفيون أنها تلك التي تمس اهتمامات الجمهور في الترتيب الأول، مع تراجع الاهتمام بالأخبار الاجتماعية أو السياسية أو تلك التي ترتبط بسياسة الدولة، كما بينت الدراسة صحيفي "الخبر" بالأخبار التي لها علاقة بسياسة الدولة، بينما يرى صحيفيو الشروع اليومي أن الأخبار التي ترتبط بسياسة صحيفتهم تأتي ضمن أولوياتهم.

**ب/ الأدباء السابقة العربية**

1/ دراسة جيهان عوض نور بعنوان: صناعة الخبر في الفضائيات العربية دراسة تطبيقية على قناتي الجزيرة وسكاي نيوز في الفترة من 2014 إلى 2017(نور، 2017).

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية صناعة الخبر في فضائيتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية ومدى التزام القناتين بالمعايير المهنية والأخلاقية في صناعة الأخبار من خلال التساؤل الرئيسي القائل: هل تُصنع الأخبار في الفضائيات العربية (نموذج الجزيرة وسكاي نيوز)؟

وابتُقد عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات رئيسية نذكر منها:

- ما مدى تأثير التكنولوجيا المستخدمة في صناعة الخبر على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية بالقنوات الفضائية؟.
- ما مدى الحرية التي يتمتع بها صانع الخبر السياسي بالقنوات الفضائية؟.
- كيف يتم تجاوز الخلل في صناعة الخبر في الفضائيات العربية (الجزيرة العربية، وسكاي نيوز)؟.
- ما مدى الضبط الاجتماعي والأخلاقي وتدخله في التأثير على صناعة الخبر بالفضائيات العربية؟.

تمثلت فرضيات البحث في ما يلي :

- تميزت قناتاً الجزيرة وسكاي نيوز عربية بأسلوب خاص في صناعة الخبر انعكس في الأداء الإخباري.
- الفضائيات العربية تصنع الخبر أكثر من أنها تنقل الخبر.
- تطورات التقانة لها دور فعال في ازدياد المنافسة بين الفضائيات.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي مبررة ذلك كونه المنهج الغالب في بحوث الإعلام والإنسانيات وأنه يصف ماضي الظاهرة ويناقش حاضرها وقد يستقرئ مستقبلها. وتمثل مجتمع البحث في الخبراء الإعلاميين بالقنوات الفضائية الإخبارية بمختلف تخصصاتهم ومواهبهم، فيما اختارت الباحثة عينة تتكون من عدد من الخبراء الإعلاميين من محطات إعلامية مختلفة (أساتذة، فنيين، برامجيون، إداريون)

## **الفصل الأول.....مدخل الدراسة وإطارها المنهجي**

وتمثلت أداة البحث في أداة الاستبيان الذي شمل 80 مفردة بحث تميزت فيها إجابات المبحوثين بالتناسق والاتفاق في الكثير من المحاور مما سهل إيجاز الجداول وبالتالي تفسيرها.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها:

- 1 مكنت فضائيتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية من متابعة الخبر حيثما كان وتحتم بما وراء الخبر وتقوم بإشراك المواطن في صناعة الخبر.
- 2 تقوم قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية بصناعة الخبر حسب سياسة المخططة مع الاهتمام بتحقيق السبق الصحفي.
- 3 تعتمد فضائيتنا الجزيرة وسكاي نيوز عربية على مراسلي القناة كمصدر أساسى للخبر ثم وكالات الأنباء العالمية والمندوبون والصحفيون وأحياناً تستعين بالمواطن كمصدر للمعلومة.
- 4 تعتبر سرعة الالتقاط وجمع المعلومات من أهم التقانات المؤثرة في نجاح الخبر بفضائية الجزيرة وسكاي نيوز عربية بالإضافة للتواصل مع المحللين السياسيين.
- 5 استفادت الفضائيات العربية من التقانات الحديثة في توثيق الحدث ونقله وتعليق من خلال الواقع الإلكترونية وهو ما يعكس حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بفضائيتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية.

### **ج/ الأدبيات الأجنبية:**

A/ دراسة How International News SawsanAtallah Bidart Constructed The Case of Arab Spring( Bidart, 2018-2019)

هدفت الدراسة إلى محاولة فهم الكيفية التي يتم بها إنتاج الأخبار وتقديمها للجمهور الدولي بالتطبيق على أحداث الربيع العربي من قبل المؤسسات الإعلامية التالية، الجزيرة الإنجليزية، قناة برس تي في الإنجليزية، ويورونيوز الإنجليزية، وفرنسا 24 الإنجليزية.

وانطلقت الدراسة من ثلاثة تساؤلات رئيسية تمثلت في:

- 6 كيف أثرت المؤسسات الإعلامية محل الدراسة على تدفق الأخبار الدولية خلال أحداث الربيع العربي؟.

- 7 كيف تم تناول القصص الإخبارية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة أحداث الربيع العربي؟.

- 8 كيف أسهمت المواد الداعمة في إنتاج قصص إخبارية دولية؟.

أما فرضيات الدراسة كالتالي:

- تمر صناعة الأخبار (الأحداث) بمراحل مختلفة من الإدراك قبل تقديمها في شكل قصص إخبارية.

- تتناول وسائل الإعلام المختلفة نفس الأخبار والأحداث ولكن بشكل مختلف ووفق أطر مختلفة.

وتدرج الدراسة ضمن البحوث النوعية الاستكشافية؛ حيث وظفت الباحثة النظرية المجدزة Theory Grounded الكشف عن مختلف الأنماط والانتظامات أو العناصر البارزة في موضوع الدراسة.

وتمثلت عينة البحث في قناتين إخباريتين غربيتين (فرنسا 24 الإنجليزية، وبيورونيوس الإنجليزية) وقناتين إعلاميتين مقرهما الشرق الأوسط (قناة الجزيرة بالإنجليزية، برس تي في الإنجليزية) من خلال عينة عشوائية قوامها 252 مقطع فيديو للقصص الإخبارية المنشورة على يوتيوب الخاص بالقنوات الإخبارية محل الدراسة والتي يدور موضوعها حول أحداث الربيع العربي.

كما وظفت الباحثة أداتي تحليل المحتوى وتحليل الخطاب النبدي والذي يتاسب مع طبيعة البحوث الاستقرائية المقارنة، واستعانت الدراسة أيضا بمصادر أخرى في شكل تقارير صادرة عن حكومات رسمية، تقارير المنظمات الدولية ومنظمات حقوق الإنسان.

وتعتبر المقابلة أحد أهم أدوات البحث التي تستعين بها منهجية نظرية المجدزة، حيث تم تطبيق هذه الأداة مع المراسلين بالتركيز على المراسلين الأجانب أو الدوليين والمراسلين الدوليين المستقلين؛ فقصد تسليط الضوء على المشهد المعلوماتي والإعلامي في الدول التي شملتها الدراسة، وهي: البحرين، مصر، ليبيا، المملكة العربية السعودية، سوريا، تونس واليمن ما بين عامي 2011 و2013.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- وجود بعض أوجه التشابه في جميع القنوات الإخبارية التي شملتها الدراسة من حيث تقديم مقاطع فيديو إخبارية حول أحداث الربيع العربي من خلال دمج مقابلات في غالبية مقاطع الفيديو الإخبارية، باستثناء يورو نيوز التي اعتمدت على مقابلات بنسبة 49% في مقاطع الفيديو الإخبارية الخاصة بها.
- تضمنت مقابلات الجزيرة الإنجليزية وقناة برس تي في الإنجليزية وفرنسا 24 الإنجليزية أسئلة للكشف عن معلومات أساسية من خلال السؤال "ماذا؟"، في حين اعتمدت يورو نيوز الإنجليزية على أسئلة "كيف؟"، كما أجرت Euronews مقابلات مع الجهات الفاعلة ذات الصلة بالحدث بشكل رئيسي، في حين أجرت F24 مقابلاتها مع المراسلين، أما AJE فكانت مقابلاتها مع الخبراء وذلك بنسبة 30%， وبينما PTV بنسبة 49%， ومن أوجه التشابه أيضاً بين قنوات AJE و Euronews F24 عدم كشفها لموقع الصحفيين في غالبية مقابلات التي تم اجراؤها.

- تعد المشاكل السياسية هي السبب الجذري لتحريف أحداث الربيع العربي؛ حيث تمارس الدول التي شملتها الدراسة (البحرين ومصر ولibia والمملكة العربية السعودية وسوريا وتونس واليمن) قوانين صارمة ضد الوصول إلى المعلومات أو نشرها، خاصة تلك المعلومات المتعلقة بالسلطة أو الدين أو الأمن، إلى درجة حظر الصحفيين كلياً أو جزئياً أو تهددهم إلى حد ممارسة الرقابة الذاتية من قبل الصحفيين والمؤسسات الإخبارية، فالبيئة السياسية المحفوفة بالمخاطر في الشرق الأوسط كانت بها أنظمة حددت مسبقاً حدود الواقع الذي يمكن للصحفيين تقديمها بشكل قانوني لجمهورهم، لتعيد الأنظمة الحديثة تحديد هذه الحدود، مما يجعل الصحافة أمام تحديات قانونية.

- تواجه المؤسسات الإعلامية محل الدراسة عدة مشاكل سياسية وأخرى تنظيمية تتعلق بالطريقة التي يتم بها توظيف الصحفيين والتي تفتقر إلى التدريب أو التأمين الكافي للعمل في مناطق النزاع. وهذا على عكس ما تصرح به ذات المؤسسات الإعلامية، حيث يتمتع الصحفيون الذين يعملون لصالح مؤسسات إخبارية أو معها بثلاثة أوضاع رئيسية: (1) الصحفيون الدائمون من لديهم عقود مع مؤسسات إخبارية (2) الصحفيون المستقلون أو الصحفيون المستقلون الذين يبيعون القصص الإخبارية للمؤسسات الإخبارية أو العمل في مهام بعقود مع أو بدون عقود مع مؤسسات إخبارية، وبالتالي لا تدرج تحت كشوف المرتبات الشهرية ومسؤولية المؤسسات الإخبارية (3) المساهمين في الأخبار

الذين يتتقاضون رواتبهم مقابل كل محتوى يتم إرساله إلى المؤسسات الإخبارية وبالتالي لا يقعون تحت الرواتب أو مسؤولية المؤسسات الإخبارية.

- في الكثير من الأحيان يتم تكليف مراسلين عديمي الخبرة للعمل في مناطق النزاع، حيث أنهم لا يحصلون على التدريب أو التأمين أو حتى الملابس الأمنية، فالصحيحي عديم الخبرة الذي يتولى وظيفة لبناء سيرته الذاتية في بلد لا يعرفه، سينعكس سلباً على جودة تغطية الخبر وإحاطته بمختلف المعلومات المتعلقة بالحدث.

### التعقيب على الدراسات السابقة الخاصة بصناعة الأخبار:

شكلت الدراسات السابقة الخاصة بصناعة الأخبار مجالاً خصباً في توسيع الباحثة في الجوانب النظرية والتطبيقية لتتفق دراستنا معها في عدة جوانب منها:

- اتفقت دراستنا مع دراسة زهرة بوججوف الموسومة بـ "أولويات النشرات الاخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة دراسة مقارنة بين قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، farance 24 " في اعتماد كلاً الدرستين على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، وعلى نشرات الأخبار في القنوات محل الدراسة، غير أن الدرستين اختلفتا في قنوات الدراسة حيث ركزت الدراسة أعلاه على القنوات العامة والمتخصصة العربية كقناة الجزيرة و mbc1 والأجنبية الناطقة بالعربية كقناة farance 24 بالإضافة إلى قناة الجزائرية الثالثة فيما اهتمت الدراسة الحالية بالقنوات المتخصصة الإخبارية فقط من خلال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وقناة الشروق نيوز.

- اتفقت دراستنا مع دراسة فوزية عكاك الموسومة بـ "القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق" من حيث توظيف كلاً من المنهج المقارن واستخدام أداتي البحث "تحليل المضمون" و "الاستبيان" ، كما اتفقت دراستنا مع دراسة جيهان عوض نور بعنوان: "صناعة الخبر في الفضائيات العربية دراسة تطبيقية على قناتي الجزيرة وسكاي نيوز" في الأدوات المنهجية حيث وظفت الباحثة أداة الاستبيان والمنهج الوصفي التحليلي بينما وظفت دراستنا الحالية كلاً من المنهج المقارن وأداتي الاستبيان وتحليل المضمون.

- اتفقت دراستنا مع الدراسة الأجنبية الموسومة ب دراسة: **How SawsanAtallah Bidart** بعنوان: **International News Constructed: The Case of ArabSpring** المنهجية أيضا بتوظيف كلا الدراستين لأداة تحليل المضمون والمقابلة.

### أوجه الاختلاف:

- اختلفت دراستنا عن الدراسات السابقة الخاصة بصناعة الأخبار في وسائل الإعلام عينة الدراسة حيث اهتمت دراستنا بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز كمجال مكاني للدراسة في حين ركزت دراسة الباحثة فوزية عكاك بالصحافة الخاصة في الجزائر من خلال صحيفتي الشروع اليومي، واهتمت الدراسة الثانية بقناة الجزيرة وسكاي نيوز، أما الدراسة الأجنبية فاعتمدت على القنوات الغربية مثلتين في قناة يورونيوز الإنجليزية، وفرنسا 24 الإنجليزية والقنوات العربية من خلال قناة الجزيرة الإنجليزية، وقناة برس تي في الإنجليزية.

- لاحظت الباحثة من خلال التعمق المستفيض في هذه الدراسات وجود تباين في المقاربات النظرية التي اعتمدها الباحثون في دراساتهم والتي تنوّعت بين النظريات السوسيولوجية كالنظرية المحدّرة والنظريات الإعلامية كنظرية ترتيب الأولويات، وحارس البوابة فيما لم تتبّع بعض الدراسات أي مقاربات نظرية، لتشكل دراستنا منظوراً مختلفاً يجمع بين مقاربتي حارس البوابة ونظرية المسؤولية الاجتماعية كأطرا نظرية لفهم كيفية صناعة الأخبار ومسؤوليات القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة نحو المجتمع المقصود بالرسالة الإعلامية.

- ركزت الأدبيات السابقة على جوانب ومعايير معينة فقط خاصة بصناعة الأخبار فهناك من هذه الدراسات من اهتم بالقيم الإخبارية في القنوات التلفزيونية أو الصحف اليومية، فيما اهتمت دراسة أخرى بالمعايير الأخلاقية والمهنية في صناعة الأخبار العربية، وفضلت دراسة أخرى تسلط الضوء على قضية معينة تتعلق بأحداث الربيع العربي، أما دراستنا فستتناول بشكل شامل وأعم الكيفية التي يُصنع بها الخبر بالتركيز على مختلف عناصر وجوانب صناعة الأخبار من قيم إخبارية، إلى المصادر الإخبارية، إلى المعايير المهنية والأخلاقية والعوامل المتحكمة في جودة صناعة الأخبار، إلى جانب مدى التزام قناتي الدراسة بمبادئ ومعايير الجودة ومدى شيوخ ثقافة الجودة في هذه القنوات بالنظر إليها كمؤسسات إعلامية.

## الباب الثاني:

### الإطار والمقاربة النظرية

### للدراسة

## الفصل الثاني

### مدخل إلى الجودة وإدارة الجودة

### الشاملة في التلفزيون الفضائي

المبحث الأول: مراحل تطور الجودة وإدارة الجودة الشاملة

المبحث الثاني: منظري ومستويات إدارة الجودة الشاملة

وأهم جوانبها

المبحث الثالث: القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة

تعتبر الجودة فلسفة عمل إدارية تتطلب الإتقان في العمل والقيام به على أكمل وجه غير أن ذلك لا ينفي أقدمية الجودة كممارسة مرتبطة بتعاقب الحضارات الإنسانية ومن بينها الحضارة الإسلامية التي تشترط الإتقان في العمل مصداقاً لقوله عليه الصلاة والسلام "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه"، وقد مرّ مفهوم الجودة في العصر الحديث بعدة مراحل أسهمت في تطوره، فمن الجودة إلى الجودة الشاملة، ثم إلى إدارة الجودة الشاملة المتعارف عليها اليوم، والتي تهدف إلى التخلص من أنماط الإدارة التقليدية إلى إدارة تعمل وفق متطلبات ومبادئ الجودة القائمة على الميزة التنافسية من خلال الاهتمام بالموارد البشرية ومختلف الظروف المحيطة ببيئة العمل بالسعى إلى التحسين المستمر.

وعلى الرغم من أن البدايات الأولى للجودة كانت مرتبطة بالمؤسسات والنظم الإدارية وجودة السلع والخدمات ذات الطابع المادي بالتركيز على رضا الزبائن إلا أن ذلك لم يمنعها من التوسع لتشمل مختلف نواحي الحياة كالتعليم والتربية والصحة والإعلام.. وغيرها بما يسمى في الأخير في رفاهية أفراد وشراحت المجتمع.

ويعد التلفزيون مؤسسة إعلامية سمع بصرية تتميز بمجموعة من الخصائص والخصوصية التي تميزها عن باقي المؤسسات والمنظمات الصناعية ذات الطابع الإداري وذلك راجع إلى عدة عوامل أبرزها طبيعة المنتج الإعلامي أو الصناعة الإعلامية التي تبناها للجمهور كسلع ثقافية تتضمن مجموعة من القيم والمعلومات والأراء والاتجاهات الفكرية ذات الطبيعة الإخبارية، إلى جانب ارتباطها بمجموعة من المعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم في شكل ومضمون المنتج الإخباري (الجوانب الشكلية والتحريرية ..).

وانطلاقاً من هذه الخصوصية فإن هذا الفصل سيسلط الضوء على تطور مفهوم الجودة وإدارة الجودة الشاملة بمبادئها ومتطلباتها، وكذا الأدب النظري المتعلق برواد الجود وأهم مستوياتها وجوائزها لينتقل في البحث الأخير إلى جودة التلفزيون من خلال التعرض إلى السِّجالات التَّقدِيمية التي رافقت تطور مفهوم جودة التلفزيون وخصوصية الأخبار التلفزيونية، إلى جانب عوامل تبني الجودة.

وبالتالي فإن هذا الفصل سيجمع بين مقاربة إدارة الجودة الشاملة كمفهوم إداري باستعارة بعض متطلبات ومبادئ الجودة لتطبيقها على المؤسسات الإعلامية في جانبها الخاص بالإطار العام لبيئة عمل

القائمين بالاتصال وبين جودة التلفزيون من خلال التركيز على الصناعة الإعلامية وما تقتضيه من خصوصية المنتج الإعلامي من الناحية التقنية والتحريرية والمهنية.

### **المبحث الأول: مراحل تطور الجودة وإدارة الجودة الشاملة**

تزايد أهمية الجودة في عصرنا الحالي بالنظر إلى التطورات التكنولوجية الحديثة الحاصلة واحتضان المنافسة على كسب ولاء الزبائن ورضاهem على مختلف المنتجات السلعية والخدماتية التي باتت تعرف طريقها إليه من خلال تعدد الوسائل الإلكترونية، وبروز التسويق الإلكتروني كأحد الخيارات الرقمية التي باتت تسهم في الترويج للمنتجات والتعريف بالهيئات والنظم الإدارية، وبذلك فإن التطبيق الناجح لفلسفة الجودة يأتي كأولوية تستدعي الإمام بمجموعة من المبادئ والمتطلبات التي تضمن بلوغ مستوى إدارة الجودة الشاملة من خلال التحسين المستمر للسلع والخدمات، إلى جانب تحسين أداء العاملين في المؤسسة عندهم فرص التدريب المستمر.

### **المطلب الأول: أبعاد ومراحل تطور الجودة**

#### **أولاً: مراحل تطور الجودة**

يعد مفهوم الجودة أحد المفاهيم التي عرفتها الإنسانية منذ زمن بعيد وارتبطت في ذلك بجودة المنتج أو العمل كمحركات للجهد البشري، غير أن ارتباطه بالمؤسسات الصناعية والخدمية لم يظهر إلا في العصر الحديث من خلال الفكر الإداري الحديث، وعموما فقد مرّ مفهوم الجودة بعدة مراحل تاريخية متتالية أسهمت في تبلور وتشكل مفهوم إدارة الجودة الشاملة بشكله الحالي، ويمكن تلخيص هاته المراحل فيما يلي:

## **1/ مرحلة ما قبل الثورة الصناعية**

قبل الثورة الصناعية لم يكن هناك مصنع وإنما يُعرف بـ "Work shop" فيها رب العمل أو صاحب الورشة وعدد من العمال، الذين يقومون بتصنيع سلعة معينة باستخدام أدوات يدوية، وفق معايير جودة بسيطة يحددها الزبون من منطلق وجهة نظره ورغبته، وما على صاحب الورشة إلا أن يلبي رغبة زبونه، وبالتالي فالعامل يصنعون السلعة المطلوبة وفق توجيهات صاحب المعمل، وبالنسبة لعملية الرقابة على الجودة فقد كانت تتم من قبل العامل نفسه ومنفرداً، ومع تدقيق خائي من قبل صاحب الورشة (عقيلي ، 2009 ، صفحة 22).

## **2/ المرحلة الثانية ما بعد الثورة الصناعية**

أحدثت الثورة الصناعية تغييرات جذرية في مجال الصناعة، وخاصة مع ظهور المصنع ليحل محل الورشة، وأصبح له شكل أو هيكل تنظيمياً، وكثير عدد العاملين وبزيادة حجم الإنتاج، مع ارتفاع مستوى جودة المنتجات نتيجة استخدام الآلة في العمل، وبالتالي في هذه المرحلة لم تعد الرقابة على الجودة تتم من قبل العامل نفسه، بل من قبل المشرف المباشر، الذي كانت عليه مسؤولية التحقق من الجودة (العزوي، 2005 ، صفحة 10).

## **3/ مرحلة الإدارة العلمية**

كانت بدايات الرقابة على الجودة ملزمة للعمل التصنيعي الحرفي، حيث كان العامل مسؤولاً عن المنتوج بأكمله، ومع التطورات التي شهدتها بدايات القرن العشرين وظهور مفهوم المصنع الحديث والمتضمن العديد من العاملين الذين يؤدون مهام متشابهة ويشكلون مجموعة ليكون بالإمكان توجيههم من قبل رئيس العمال الذي يتحمل مسؤولية أعمالهم، وقد كانت عمليات الرقابة في هذه الفترات تعتمد أسلوب مقارنات بسيط

يركز على المقارنة بين الجزء الأساسي والجزء المصنع وتحقيق التطابق بينهما سيتحقق هدف عملية الرقابة على الجودة(العاوی، 2005، صفحة 11).

وقد كان لهذه المرحلة دور واضح في الفصل بين وظيفة الإنتاج ووظيفة الرقابة على الإنتاج، الأمر الذي أسهم في ظهور قسم مستقل للرقابة على الجودة في الشركات الصناعية وقد كانت حينها شركة التلفونات الأمريكية من الشركات الرائدة التي عملت على تطبيق أساليب متميزة للرقابة على الجودة إذ تم إنشاء قسم للفحص لأول مرة ونظام لضمان الجودة، وفي عشرينيات القرن الماضي تم تحويل العاملين في قسم الفحص إلى مختبر الرقابة على الجودة(الدراركة ، 2015، صفحة 51).

#### **4/ المراحل الرابعة: مرحلة الرقابة الاحصائية على الجودة Statistical Control**

تميزت هذه الفترة بظهور أسلوب الإنتاج الكبير Mass Production الذي تزامن مع الرقابة الإحصائية على الجودة عام 1931، كما صاحبه مفهوم تنميط وتوحيد الإنتاج، كوسيلة للإقلال من أخطاء تصنيع السلعة، وتسهيل عملية الرقابة على الجودة والإقلال من الجهد المبذولة في مجالها، ذلك لأن المنتج ذو مواصفات قياسية نمطية موحدة، هذه النمطية مكنت من استخدام الأساليب والأدوات الإحصائية في مجال فحص الجودة، فقد صمم كل من Harry Roming و Harold Dodge أسلوباً إحصائياً لفحص عينات من الإنتاج بدلاً من فحصه كله، حيث في ضوء نتائج هذا الفحص يمكن قبوله أو رفضه (عقيلي ، 2009، صفحة 23).

وقد فرضت الحرب العالمية الثانية على الجيش الأمريكي استخدام إجراءات لاختيار العينات الإحصائية، ووضع مواصفات محددة لكل الإمدادات التي يستخدمها الجيش الأمر الذي ساهم في زيادة شهرة استخدام أساليب الرقابة الإحصائية على الجودة، حيث شهد عام 1944 بداية نشوء استخدام هذه الأساليب في مجال الرقابة على الجودة في الصناعة الأمريكية، أما فترة الخمسينيات فقد شهدت تقديم فكرة الأساليب الإحصائية في الرقابة على الجودة للصناعة اليابانية التي كان لها الدور الكبير في فترة إعادة بناء اليابان وفي التفوق الملحوظ للإمدادات اليابانية في مجال جودة المنتوجات (الدراركة ، 2015، صفحة 52).

كما تميزت هذه الفترة بالاستخدام الواسع والكبير للمخططات الإحصائية في عمليات المنظمة ولا سيما الإنتاج والجودة كمخطط باريتو (Pareto) ومخطط السبب – التأثير (Cause- Effect) التي أثبتت كفایتها في تشخيص المشاكل، لقد انصب التركيز في هذه الفترة في العمليات وكيفية إدارتها بكفاية وبالشكل الذي أدى إلى جعل الرقابة على العمليات مسؤولة لكل فرد في المنظمة فوجود نظام شامل للجودة متفق عليه ضمن نطاق عمليات المنظمة، وفي هيكل عمل موثق بفعالية وتكامل فيه الإجراءات والتقييمات الإدارية لأجل توجيه الأفراد بأفضل الطائق العملانية نحو الأنشطة المنسقة والمعلومات والأساليب التي تتضمن تحقيق رضا الزبائن عن الجودة وكلفتها الاقتصادية تمثل الصيغة التي انجز بها عمل المنظمات الصناعية مما دفع خبراء الجودة في المنظمات إلى تشخيص الانحراف وتطبيق الأدوات الاحصائية والعمل على علاج المشاكل(العزاوي، 2005، الصفحات 10-11).

## **1980-1960 / المرحلة الخامسة: تأكيد الجودة**

بدأ التفكير بمفهوم تأكيد الجودة عام 1956، ثم طور بعد ذلك ليأخذ أبعاده كأسلوب فعال في مجال الرقابة على الجودة، اعتمدت عليه إدارة الجودة الشاملة فيما بعد، ويقوم مفهوم تأكيد الجودة على فلسفة مفادها؛ أن الوصول إلى مستوى عالي من الجودة وتحقيق إنتاج بدون أخطاء Zero Defect يتطلب رقابة شاملة على كافة العمليات، وذلك من مرحلة تصميم المنتج حتى مرحلة وصوله للسوق ليد المستهلك ( عقيلي ، 2009، صفحة 25).

ويقتضي تبني مفهوم تأكيد الجودة على استخدام ثلاثة أنواع من الرقابة، يتعلق النوع الأول بالرقابة الوقائية والتمثلة في متابعة تنفيذ العمل أول بأول باكتشاف الخطأ وتجنب حدوثه مرة أخرى، تأتي بعدها الرقابة المرحلية وتختص بفحص المنتج بعد انتهاء كل مرحلة من مراحل تصنيعه مما يساعد في كشف الاختلالات التي قد يقع فيها المنتج ومعالجتها بشكل آني، أما المرحلة الثالثة من الرقابة فتكون بعد الانتهاء من تصنيع المنتج مباشرة وقبل طرحه في السوق وذلك بغرض خلوه من الأخطاء والعيوب ( عقيلي ، 2009، صفحة 25).

## **6/ المرحلة السادسة: إدارة الجودة الشاملة**

تهدف هذه المرحلة إلى نقل المنظمات المعاصرة من أنماط التقليدية لمختلف أوجه المنظمة إلى أنماط تفكير ومارسات تتلاءم مع البيئة والمتطلبات المعاصرة كما تؤكد على مشاركة العنصر البشري بتحريك مواهبيهم وقدراتهم والتحسين المستمر، وهي مرحلة الإدارة الإستراتيجية للجودة التي تمثل الطور المتقدم في مرحلة الإدارة الشاملة للجودة المعتمدة على استخدام الجودة كسلاح تنافسي، فالإدارة الإستراتيجية للجودة هي عملية تكامل بين أصول فن الإدارة وبين مبادئ ومنهجيات وأنشطة ومداخل وتقنيات لتطوير وتنفيذ إستراتيجيات أعمال ناجحة للشركة فهي ترافق (الشمولية Total) الاستراتيجية (Strategic) وهذا يعني أن الفكر الإستراتيجي يجب أن يشمل جميع أركان الجودة، بدءاً من اعتبار ISO 9000 هو الحد الأدنى للاستمرار في السوق والقاعدة الأساسية لنشوء وتطور حركة الجودة (لزنم، 2020، صفحة 170).

## **7/ المرحلة السابعة: رفاهية الزبائن (2010 إلى الآن)**

يتوقع أن يشهد العقد القادم تطورات كبيرة في أساليب ضبط الجودة، إذ ولكي تحقق المنظمة مستوى الجودة المطلوب منها أن تبدأ بالزبائن وليس بالسلعة الملموسة، أو العملية التصنيعية، إذ سيعتمد التركيز على الزبائن في جميع عمليات ضبط الجودة بدءاً من التخطيط لأنشطة والفعاليات اللاحقة لضبط الجودة وإدارتها، وصولاً إلى المخرجات النهائية أي بعبارة أخرى سوف يكون الاتجاه بالتحول نحو تحقيق القيمة الشاملة للزبائن والذي يتطلب مكافأة العاملين مادياً ومعنوياً لتحقيق تلك القيمة وتحقيق رضا الزبائن (الحداد ، 2009، الصفحات 59-60).

## ثانياً: أبعاد الجودة

حدد رواد الفكر الإداري عدة أبعاد للجودة تتعلق بالأبعاد الشكلية والأدائية والجمالية والمضامينية والتي

نوجزها فيما يلي:

### الأداء: Performance

يمثل الخصائص التشغيلية للمنتج، فبالنسبة للقنوات التلفزيونية مثلاً نجد من بين خصائصها التشغيلية جودة اللون، ووضوح الصورة، وجودة الصوت، وقد تمثل هذه الخصائص جودة عالية بالنسبة لجمهور معين بينما قد يفضل آخرون خصائص الهاتف المحمول بناءً على الميولات الفردية للجمهور.

**الم الهيئة/ المظهر : FeatureAppearance**: وهي الخصائص الملمسة للمنتج أو السلعة وشكلها الظاهري.

**المعولية: Reliability**: وتعني القدرة على أداء العمل المطلوب تحت ظروف تشغيلية محددة في فترة زمنية محددة.

**المطابقة: Conformance**: التوافق مع المواصفات المحددة بموجب العقد أو من قبل الزبون.

**ال \*/;
 margin-left: 2em;">المثانة: Durability**: أي قياس كمية الاستعمال التي سيحصل عليها الزبون من السلعة قبل أن تفشل أو تعطل حتى تصل إلى النقطة التي يجعل الاستبدال أكثر معنى من الاصلاح المستمر.

**القابلية للخدمة: Serviceability**: وتشير إلى خدمة ما بعد البيع حيث تعتمد العديد من الشركات على ضمان تصليح السلعة بعد بيعها وذلك وفق مدة زمنية محددة.

**الجمالية: Aesthetic**: وتعني الشكل الجمالي والإبداعي وما يخلقه من إحساس بالراحة.

**الجودة المدركة: Perceived Quality**: وتمثل في الانطباع الذي تتركه سلعة أو منتج معين لدى الزبون من خلال السياسة التسويقية الجذابة أو جودة الخدمة المقدمة حتى بالنسبة للأفراد الذين لم يجربوها بعد، فمثلاً قد يترك فندق معين انطباعاً جيداً لزواره بجودة الخدمات التي يتميز بها مما يسهم في توسيع سمعته وزيادة الإقبال عليه.

## **المطلب الثاني: مفهوم إدارة الجودة الشاملة وأهميتها**

يعد مصطلح إدارة الجودة الشاملة أحد المفاهيم التي لاقت اهتمام الباحثين على اختلاف المذاهب والمنظلات الفكرية والمعرفية التي يتبعون لها؛ سعياً منهم إلى تحسين وتطوير المنتجات السلعية والخدمية وتقديمها للزبائن أو المستهلك في أحسن صورها، ونيل رضاه، وإقباله على المنتج أو الخدمة كمرحلة نهائية تترجم جودة هاته السلع أو الخدمات.

ويختلف تعريف إدارة الجودة الشاملة باختلاف المنظلات والمرجعيات الفكرية لكل باحث، وفي هذا الإطار سنقوم بعرض مجموعة من التعريف لإدارة الجودة الشاملة التي أوردها العديد من الباحثين والمنظمات والهيئات الدولية على النحو التالي:

تعرف مجلة كوايتى بروجرس Quality Progress (النشرة الرسمية للجمعية الأمريكية للتحكم بالجودة American Society for Quality Control) على ما يلي: "إدارة الجودة الشاملة" هو المصطلح الذي أطلقته قيادة الأنظمة الجوية البحرية عام 1985 لوصف أسلوب الإدارة الياباني لتحسين الجودة" (هاغستروم، 2009، صفحة 17).

عرفها محمد فلاق على أنها " هي التطوير المستمر للعمليات الإدارية، وذلك براجعتها وتحليلها والبحث عن وسائل رفع مستوى الأداء وتقليل الوقت لإنجازها بالاستغناء عن جميع المهام والوظائف عديمة الفائدة وغير الضرورية للعميل وللعملية، وذلك لتخفيف التكلفة ورفع مستوى الجودة مستندين في جميع مراحل التطوير على متطلبات واحتياجات العميل" (فلاق، 2018، صفحة 29).

كما عرفت على أنها "نظام يتضمن مجموعة الفلسفات الفكرية المتكاملة والأدوات الإحصائية والعمليات الإدارية المستخدمة لتحقيق الأهداف ورفع مستوى رضا العميل والموظف على حد سواء" (رضوان، 2012، صفحة 25).

ويمكن القول أن إدارة الجودة الشاملة هي أحد أبرز المفاهيم الإدارية الحديثة التي تعمل على إحداث تغييرات جذرية في أسلوب عمل المنظمة وفي فلسفتها وأهدافها، بهدف إجراء تحسينات شاملة في جميع مراحل

العمل بالشكل الذي يتفق مع المعايير المحددة والمتبقية مع رغبات العملاء في سبيل الوصول ليس فقط إلى إرضاء العملاء أو إسعادهم، وإنما إلى إهارهم من خلال تقديم سلع وخدمات لا يتوقعونها(الدراركة ، 2015، صفحة 19).

وتعريفها عمر عقيلي بأنها " فلسفة إدارية حديثة، تأخذ شكل نظام إداري شامل قائم على أساس إحداث تغييرات إيجابية جذرية لكل شيء داخل المنظمة، بحيث تشمل هذه التغييرات: الفكر، السلوك، والقيم، والمعتقدات التنظيمية، والمفاهيم الإدارية، نمط القيادة الإدارية، نظم وإجراءات العمل والأداء... إلخ، وذلك من أجل تحسين وتطوير كل مكونات المنظمة للوصول إلى أعلى جودة في مخرجاتها وبأقل تكلفة، بهدف تحقيق أعلى درجة من الرضا لدى زبائنها، تماشياً مع إستراتيجية تدرك أن رضا الزبون وهدف المنظمة هما هدف واحد) عقيلي ، 2009، صفحة 31.

كما تعرف إدارة الجودة الشاملة على أنها "مجموعة من المبادئ والممارسات التي تشمل أفكارها المركزية فهم احتياجات الزبائن والعمل على إنجاز الأشياء بصورة صحيحة من الوهلة الأولى والنضال من أجل التحسين المستمر"(الطائي ، الفضل ، و العبادي، 2006، صفحة 75).

وتبرز أهمية الجودة للسلع والخدمات في مستويين اثنين هما:

### **أ/ أهمية الجودة بالنسبة للعملاء**

يعتبر مستوى الجودة في السلع والخدمات المقدمة للعملاء من الأمور الهامة بالنسبة لهم، إذ أن قرار الشراء بالنسبة لهم يعتمد على مدى توفر الجودة في السلع والخدمات، فقد يرغبون في شراء السلع الأجنبية برغم ارتفاع أسعارها ويرفضون السلع المحلية لأنخفاض مستوى الجودة فيها وارتفاعه في السلع الأجنبية (الدراركة ، 2015، صفحة 61).

**ب/ أهمية الجودة بالنسبة للمؤسسة المنتجة:**

تظهر أهمية الجودة في السلع والخدمات بالنسبة للمؤسسة المنتجة (الدراركة ، 2015، صفحة 62) من

خلال ما يلي :

- أن مستوى الجودة يعتبر من أهم عناصر المزيج التسويقي التي تؤثر على حجم المبيعات، وعند توفر مستوى الجودة المطلوب للسلعة فإن العميل سيكرر شراءها ويقنع الآخرين بها.

- أن الجودة هي أحد أبرز الجوانب الأساسية لإعطاء ميزة خاصة للسلعة في ظل وجود المنافسة الشديدة بين المنتجات المعروضة.

- يتربّط على غياب الجودة تحمل المسؤولية لتكاليف باهظة ستؤثّر سلباً على أرباحها وسيولتها النقدية، ولربما على عدم البقاء في السوق، فظهور وحدات معيبة من السلع له تكاليفه الباهضة داخل المؤسسة

**المطلب الثالث: مبادئ وأهداف إدارة الجودة الشاملة: Principles of TQM**

تساعد إدارة مبادئ الجودة الشاملة المؤسسات في تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بنجاح وفاعلية، ومن هذه المبادئ (هاغستروم، 2009، الصفحتان 34-35):

► **التَّركِيزُ عَلَىِ الْعَمِيلِ (A Customer Focus)**: والمقصود هنا ليس فقط العميل الخارجي للمؤسسة والتي يكرس كافة موظفيها جهودهم ووقتهم لتحفيزه لشراء منتجاتها سواء كانت سلعة أو خدمة، وإنما العميل قد يكون داخلياً (داخل المؤسسة سواء موظفين أو أقسام أو إدارات) وهم الذين يتوقف على أدائهم نجاح المؤسسة في تحقيق مستوى الجودة المطلوبة.

► **التَّركِيزُ عَلَىِ الْعَمَلِيَاتِ وَالنَّتَائِجِ مَعًا (A Focus On Process As Well As The Result)**: وتعني أن العميل سواء كان داخلياً أو خارجياً عندما يستلم منتج أو خدمة ما لا تقابل توقعاته (سواء بالزيادة أو النقصان)، فعادة ما يذهب ويعامل مع منافس آخر إذا توقع

نتائج أفضل لديه، لذا لا بد من إيجاد حلول مستمرة للمشاكل التي تعرّض سبيل تحسين المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء.

#### ► الوقاية من الأخطاء قبل وقوعها (Prevention Versus Inspection)

إذا طبقنا ما ورد أعلاه (المبدأ 2) وهو التركيز على العمليات يكون تطبيق هذا المبدأ قد تحقق فعلاً، وهو الوقاية من الأخطاء قبل وقوعها، وهذا يتطلب استخدام معايير مقبولة لقياس جودة المنتجات والخدمات أثناء عملية الانتاج بدلاً من استخدام تلك المعايير بعد وقوع الأخطاء وتبديد الموارد.

#### ► حشد خبرات القوى العاملة: Mobilizing Expertise Of The Work Force

تعتبر المكافأة المالية هي أحد الطرق التي يمكن بها مكافأة العاملين على جهودهم، فقد أثبتت الدراسات أن العاملين لا يعتبرون الأجر أو الراتب هو الحافر الوحيد للعمل والاستمرار في المؤسسة بل يحبون أن تقابل جهودهم بالثناء والتقدير، حيث يعتبر هؤلاء العاملين كثرة هائلة لديهم من المعرفة والأفكار الإبداعية التي تمكّنهم من تطوير وتحسين جودة أداء العمل وزيادة الأرباح وتحفيض التكاليف.

#### ► اتخاذ القرارات استناداً إلى الحقائق: Fact Based Decision Making

إدارة الجودة الشاملة مفهوماً مؤسسيًا لحل المشاكل (كفرص للتحسين) والذي يشتراك في تنفيذه كافة العاملين إضافة إلى العملاء، وذلك من خلال المشاركة والتفهم الكامل للعمل ومشكلاته ومسبياته بهدف التوصل إلى حلول مفيدة، من خلال جمع المعلومات والبيانات التي سيتم بناء القرارات عليها لتحسين العمليات بما يستلزم بناء فريق ممتاز يعتمد على الاتصال الفعال وعلى تنمية المهارات الفردية للحصول على أقصى طاقاتهم الإبداعية.

#### ► التغذية الراجعة (Feed Back): وهذا المبدأ الأخير يتيح للمبادئ الخمسة السابقة أن تتحقق النتائج المطلوبة منها، ففي هذا المجال تلعب الاتصالات دوراً أساسياً، لأن أي منتج من أي نوع لا يمكن تصميمه بدون مدخلات بشرية.

► التحسين المستمر: يتطلب تحقيق مبدأ التحسين المستمر سرعة الاستجابة للتغيرات وتبسيط الإجراءات والفعاليات التشغيلية من خلال استخدام طرق التحليل الاحصائي مثل محطة السبب والنتيجة وخطط باريتو وغيرها لتحقيق التحسين المستمر للجودة المستند على المفاهيم الأساسية

التالية:

- ممارسة عملية التخطيط لكل من المدخلات والعمليات التحويلية (المخرجات) في نظام إدارة الجودة الشاملة.
- الاهتمام بنوعية المدخلات.
- تنفيذ الادارة العملية.
- تقييم المخرجات.
- تقييم أداء العمليات.
- تعديل العمليات والخرجات بما يضمن تحقيق الأهداف.
- اتخاذ القرارات بناءاً على الحقائق (البلداوي و نديم، 2007)

### **ثانياً: أهداف إدارة الجودة الشاملة**

**1/ تحقيق الربحية:** حيث يمكن للمنظمة التي تختار الجودة هدفاً وشعاراً لها أن تتحقق انخفاضاً في التكاليف

المترتبة بالعمليات التشغيلية المختلفة الناجمة عن حالات عدم المطابقة مع المعايير مما يؤدي إلى تحقيق المستوى الأمثل للفاعلية والكفاءة العالمية.

**2/ زيادة القدرة التنافسية في السوق المحلية والعالمية:** من خلال جودة المنتج وبالتالي دخول أسواق عالمية جديدة أي زيادة الحصة السوقية (market share) العالمية.

**3/ زيادة الفاعلية التنظيمية للموارد البشرية العاملة في المنظمة** وذلك باكتساب مهارات مضافة عن طريق الاشتراك في برامج التدريب والتطوير اللازم لإدارة الجودة الشاملة إيماناً بحقيقة مفادها أن إدارة الجودة الشاملة مسؤولية جماعية في المنظمة مما يؤدي إلى تعزيز دور الرقابة الذاتية وتقليل الحاجة للرقابة العمودية.

**4/ تحقيق رضا الزبائن** وذلك بالتعرف على حاجاتهم والعمل على تلبيةها والسعى لإضافة بعض الخصائص الوهاجة (Delight) المبدعة التي لا يتوقع الزبيون وجودها عند اقتنائه للمنتج أو الخدمة فيسبب وجودها شعور عال بالرضا بما يضمن الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن مستقبلين (البلداوي و نديم، 2007، صفحة 73).

## المبحث الثاني: رواد جوائز الجودة

شكّلت إسهامات رواد ومفكري الجودة حقولاً نظرياً خصباً استلهمت منه الإدارة الحديثة أسسها ومبادئها حيث لاقت رواجاً وتطبيقاً في المؤسسات والشركات العربية في بادئ الأمر أبرزها المؤسسات اليابانية التي كان ولا يزال يُضرب بها المثل في الجودة والإتقان.

وأمام تزايد الاهتمام بتطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإنتاجية والخدمية نتيجة التنافس الدولي على رضا المستهلك أو الزبون الذي يعد مركزاً ومحوراً أي تحسين وتطوير في عمليات الانتاج، ومن ثم ظهرت الحاجة إلى وجود منظمات مستقلة توكل لها مهمة تقييم جودة المنتجات والخدمات من خلال اعتماد أنظمة ومقاييس دولية أو ما اصطُلح على تسميته بالإيزو، وتنحَّ هذه الأنظمة شهادات الإيزو للمؤسسات المتقدمة لطلب ذلك بعد أن يثبت التزامها بمعايير الجودة، كما استحدثت هيئات ومنظمات دولية جوائز الجودة.

### المطلب الأول: رواد الجودة

تم تقسيم رواد الجودة حسب التسلسل التاريخي لظهور كل مفكر وأهم أفكاره ومبادئه التي نادى بها وهي على النحو التالي:

#### Edward Deming: / ادوارد دينغ:

بعد المستشار الأمريكي ادوارد دينغ بثابة الأب الذي قاد ثورة إدارة الجودة الشاملة، حيث أنه قدم العديد من المساهمات المادفة في تطوير الجودة في أمريكا من خلال تطبيقات خرائط المراقبة الإحصائية (Statistical process control) وقد ركز دينغ على ضرورة قيام المنظمة بتقليل الانحرافات التي تحصل أثناء العمل وقد أشار لذلك في كتاباته عن فلسفته وأساليبه التي أصبحت ذات أثر فعال في تطور إدارة الجودة الشاملة TQM (حمد ، دس ن، صفحة 96).

**مبادئ دينغ الأربعة عشر:**

تعد مبادئ دينغ الأربعة عشر أحد المركبات الأساسية التي لاقت تطبيقاً لها رواجاً واسعاً في مختلف المؤسسات والمنظمات الإنتاجية والخدمية وتمثل هذه المبادئ فيما يلي (عبد الرؤوف، والمصري، 2014، الصفحات 99-100) :

1. خلق أهداف لتحسين المنتج والخدمة وذلك من أجل المنافسة والبقاء وخلق فرص عمل.
2. تبني فلسفة جديدة تتوافق مع المرحلة الاقتصادية، ولا تحتاج إلى معايشة أخطاء متواتلة وتأخير وعيوب خامات وعيوب في العمل.
3. التوقف عن الاعتماد على أساليب التفتيش والفحص الواسع المدى لتحقيق مطلوب بدلاً من ذلك الاعتماد على شواهد إحصائية تفيد بأن الجودة متوفرة.
4. التوقف عن ممارسة تقويم الأعمال على أساس السعر المحدد فقط، وأن يكون البديل عن ذلك هو تحفيض التكلفة وليس التكلفة المبدئية عند التعامل مع الموردين.
5. التحسين المستمر إلى الأبد في كل العمليات المتصلة بالتخفيض والإنتاج والخدمة ويتبعه تحفيض الفاقد وكل هذا يؤدي إلى التخفيض المستمر في التكاليف.
6. استخدام طرق حديثة للتدريب والتعليم على العمل.
7. تبني أساليب حديثة في الإشراف وأن يكون هدفها مساعدة العمالة وحسن استخدام الآلات من أجل أداء وظيفة جيدة.
8. لكي يعمل كل عضو من أعضاء الشركة بطريقة فعالة يجب أن تشعرهم الإدارة بالأمان والاطمئنان في العمل.

9. العمل على إزالة العوائق والخلافات بين الأقسام والإدارات المختلفة، حتى يستطيع الأفراد المسؤولون عن البحوث والتصميم والمبيعات والإنتاج أن يعملوا كفريق واحد لمواجهة مشاكل الإنتاج التي قد تحدث عند إنتاج سلعة أو خدمة.

10. التخلص عن الشعارات والهتافات وأن يكون الهدف هو حث العاملين على الوصول إلى العيوب الصفرية، باستخدام طرق وأساليب علمية عالية.

11. التخلص من معايير العمل المبنية على أساس الأنسبة العديدة للقوى العاملة أو الأهداف العددية للإدارة.

12. إزالة الحواجز التي تحرم العاملين من التفاخر بالعمل، والتخلص من نظام التقويم السنوي والجدران.

13. إقامة مجموعة من البرامج التعليمية والتدريبية والتحسين الذاتي لكل العاملين لمواكبة التقدم التكنولوجي مع ضرورة أن يتضمن التدريب **الأساليب الإحصائية الأساسية**.

14. وضع العاملين في المنشأة في صورة مجموعات عمل من أجل إنجاز العمليات الإنتاجية والإدارية، ويجب أن يكون ذلك من خلال دفع الإدارة العليا لكل يوم لل نقاط الثلاث عشرة السابقة.

## **Juran Joseph /2**

يعتبر جوران أحد أهم رواد الجودة بعد دمبلنج Deming، حيث قدم في عام 1986 مفهوما واسعا للجودة اصطلاح على تسميته ب ثلاثة جوران، والذي يشتمل على ثلاث عمليات تمثل في (الدراركة ، 2015، صفحة 27) :

**- التخطيط للجودة:** وهي تصميم وإنشاء العملية التي تحقق الأهداف الموضوعة، وبعدها يأتي التنفيذ الفعلي والذي يعمل على تشغيل العملية بأفضل مستوى فعالية ممكن حسب المقاييس المحددة.

**- الرقابة على الجودة:** وفي هذه الخطوة يتم تحديد المقاييس التي تقييم من خلالها عملية التنفيذ.

**- عملية تحسين الجودة:** وهي الإجراءات التي يمكن اتباعها لتحقيق تغييرات جوهرية في الأداء من خلال مجموعة من العمليات التي تقوم بها الإدارة العليا لتقديم نظم وأساليب إدارية يكون لها هدف محدد وهو تحسين الجودة.

ويؤمن جوران بأن مشكلات الجودة تُعزى إلى ضعف الإدارة وليس إلى تدني أداء العاملين، فهو يؤمن بنظرية 15/85 التي نادى بها نظير تأثره بفلسفة باريتتو، وتأسِّساً على ذلك يرى جوران أن المسؤولية التي تتحملها الإدارة نتيجة لتدني الجودة تصل إلى 85% بينما يتحمل الأفراد 15% فقط من المسؤولية، وبالتالي فهو يعارض مبدأ كروسيبي المتمثل في انعدام العيوب كما عارضه ديننج، على اعتبار أن هذا المبدأ يحمل العاملين مسؤولية الأخطاء وبناءً على ذلك يرى جوران أن التدريب يعد عنصرا حاسما ولابد أن يبدأ من أعلى إلى أسفل أي أن يبدأ تدريب الإدارة العليا والمشرفين قبل تدريب العاملين في المستوى التنفيذي، وهو الأمر الذي لم يلق ترحيبا من قبل الإدارات العليا في المنظمات (عبد الرؤوف، و المصري، 2014، الصفحات 103-104).

وقد ركز جوران على الدور الكبير للإدارة الوسطى لقيادة الجودة، ولكنه في نفس الوقت لم يهمل دور الإدارة العليا ودعمها للجودة، كما أنه لم يهمل دور العمال الذين تقع عليهم أساساً مسؤولية تنفيذ مشاريع الجودة (صادق، 2014، صفحة 23).

وقد أكد جوران على أهمية التزام القيادة بالجودة، من خلال إنشاء مجلس مركزي للجودة يسهر على تنسيق الجهود المختلفة تعزيزاً للجودة وتحديد الغاية منها، ليأتي دور السلطة الإدارية في توفير الموارد البشرية والمادية التي تتلاءم مع تحقيق هذه الغايات. (عبد الرؤوف، و المصري، 2014، صفحة 104).

### **3 / شيوارت Shewhart**

قام Shewhart و Deming بإعادة العناصر السابقة التي وضعها Juran على شكل دورة متابعة أطلق عليها (PDCA) وهي تتكون من (الدرارة ، 2015، صفحة 28)

- **التخطيط للجودة (Plan)** وتعلق برسم الملامح الأساسية لنظام الجودة من خلال تحديد المواصفات والمقاييس التي ستكون عليها السلعة أو الخدمة في ضوء متطلبات ورغبات وتوقعات العملاء في السوق، وما تفضيه الظروف المناسبة مع المنتجين الآخرين.

- **التنفيذ (Do)** وتعلق ببدء سير العمليات التشغيلية في ضوء المخطط له في النقطة (1)، والوصول وبالتالي إلى مجموعة من السلع والخدمات المنتجة.

- **التقييم (Check)** ويتعلق بتقييم السلع والخدمات المنتجة من خلال مقارنتها بمعايير ومواصفات الجودة الموضوعة في النقطة (1).

- **التحسين والتطوير (Act)** ويتم هنا تحسين السلع والخدمات المقدمة للجمهور من خلال تقييمها وذلك بالحصول على تغذية راجعة (Feed back).

### **: Philip Crosby /5**

عمل كروسي مدة (38) سنة في مجال الجودة؛ ما انعكس على ترجمته لهذه الخبرة في شكل مؤلفات وأفكار حول الجودة أبرزها كتابه الموسوم بـ "الجودة مجانية" عام 1979، و "جودة بلا دموع" عام 1984، إلى جانب مؤلفات أخرى في السنوات المتتالية قاربت الثلاثة عشر كتاباً كلها حول الجودة. واشتهر كروسي بمفهوم العيوب الصفرية Zero Defect؛ فالجودة لا تتأتي إلا من خلال خلو المنتج من العيوب ، وكذا كافة العمليات والظروف المصاحبة لإنتاجه والمتعلقة بالأداء ومعيارية القيادة، وتكلفة الجودة الإجمالية.

ويتطلب تطور الجودة حسب Crosby شروط متعددة منها ما يتعلق بوجود مستهلكين واعين بأهمية جودة المنتجات والخدمات، ومنها ما يتطلب تطوير الأدوات المساعدة على تطوير الجودة وما يلائمها من متغيرات بيئية وظرفية (الدراركة ، 2015، صفحة 96).

واختلف كل من " دينغ " و "جوران" مع "كروسي" ، ولم يتقبلوا معيار العيوب الصفرية التي ينادي بها كروسي، وكان رفض "جوران" لذلك أشد من "دينغ" ، إذ يرى "جوران" أن العيوب الصفرية أمر يتعارض مع قانون تناقض الغلة، الذي يمكن أن ينسحب أيضاً إلى الجودة، إذ أنه يرى أن الجودة عند نقطة معينة إذا أدخلت عليها تحسينات أكثر فإنها ستكون أكثر تكلفة عن تحمل مستوى الفشل ( فلاق ، 2018، صفحة 40).

### **: Ishikawa /6**

يُعرف اشيكاو بأنه من رواد الجودة اليابانيين، وصاحب السبق في تقديم فكرة حلقات الجودة والتي عرفت في بداية تقديمها باسم حلقات رقابة الجودة، وذلك باعتباره أول من نادى بتكوين مجموعات صغيرة من

العاملين تتراوح بين (4-8) عمال وأن يكون انضمامهم إلى حلقات الجودة تطوعياً، وأن تكون وظيفتها التعرف على المشكلات، واقتراح الحلول المناسبة مستهدفاً من وراء ذلك تطوير الأداء وتحسينه مع مراعاة البعد الإنساني في العمل والحرص (عبد الرؤوف، والمصري، 2014، صفحة 123).

وقد حدد العالم ايشيكawa الجوانب الأساسية التي تشملها الجودة في المؤسسات وهي(الدراكة ، 2015، صفحة 29):

- جودة المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المنظمة.
- جودة طريقة الأداء.
- جودة المعلومات المستخدمة في المنظمة.
- جودة العملية الإنتاجية.
- جودة أماكن العمل.
- جودة الأفراد العاملين في المؤسسة.
- جودة الأهداف التي تم وضعها في المؤسسة.

## المطلب الثاني: جوائز الجودة

### : Malcolm Baldridge Award /1

رصدت الولايات المتحدة الأمريكية جائزة للشركات التي تبذل جهود ملخصة في هذا الصدد لتشجيع الاهتمام بالجودة الشاملة ، وتعرف هذه الجائزة باسم جائزة بالدرige باسم السكرتير السابق بقسم التجارة بالولايات المتحدة Malcolm Baldridge Award والذي توفي بمكتبه أثناء تأدية عمله، وعُنِّي الجميع بالشركات والمنظمات الأمريكية سواء كانت إنتاجية أو خدمية حق الاشتراك في المسابقة للحصول على الجائزة (ديسلر، 2012، صفحة 307). وقد أُسست هذه الجائزة تحقيقاً للأهداف التالية (عقيلي ، 2009، صفحة 143):

- إيجاد روح المنافسة الشريفة بين الشركات الأمريكية في مجال تحقيق الجودة وخدمة المجتمع.
- توحيد سياسات الشركات الأمريكية من أجل تطبيق منهج إدارة الجودة الشاملة وتحسينها.
- تحديد سبل تحقيق الجودة.
- وضع أساس إرشادية للتقييم الذاتي في مجال تحقيق الجودة وخدمة المجتمع.
- الدعاية للشركات التي تفوز في المنافسة وتحصل على الجائزة.

### : Deming /2

وهي جائزة سنوية يابانية، تم استحداثها من طرف اتحاد العلماء والمهندسين الياباني (JUSE)،

وتحمل هذه الجائزة اسم دينغ Deming تقديراً لجهوده ومساعيه في سبيل تطوير الجودة في اليابان

أقسام جائزة دينغ:

- جائزة دينغ للأفراد: وتسليم للمجموعات أو الأفراد الذين ساهموا في تقديم اسهامات واضحة في مجال تطوير ونشر وتطبيقات إدارة الجودة الشاملة.

- جائزة دينغ للتطبيقات: تمنح هذه الجائزة إلى المنشآت والمؤسسات التي حققت تحسينات أداء متميزة حسب المعايير السنوية التي تنشر سنويًا من قبل هيئة الجائزة.

- جائزة ضبط الجودة للأقسام والإدارات: تمنح للأقسام أو الإدارات التابعة للمؤسسات التي تحوز على أفضل معدلات التميز في تطبيق آليات ضبط الجودة أو في الجهود الرامية إلى تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

### **European Quality Award 3: جائزة الجودة الأوروبية**

تم تأسيس هذه الجائزة سنة 1988 بدعم كامل من المفوضية الأوروبية بهدف تعزيز الجودة الشاملة في كافة المؤسسات والشركات ومن معظم قطاعات الأعمال الأوروبية فقط، وتقوم المؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة (EFQM) بتقديم المساعدات للمنظمات بغرض تحسين أدائها وتطويره والعمل على تطبيق أسس ومبادئ إدارة الجودة الشاملة.

تحظى هذه الجائزة سنويًا بعدد من الشركات التي تظهر تميزاً في إدارة الجودة الشاملة في أوروبا الغربية على أساس عملياتها الأساسية في التحسين المستمر. إذ يتعين على الشركات إبراز أن المدخل الذي تستخدمه في إدارة الجودة الشاملة يساهم بشكل كبير في إرضاء توقعات الزبائن، والعاملين، والآخرين من المهتمين بالشركة في السنوات القليلة الماضية والشركات التي تستلم الجائزة هي تلك الشركات التي أصرت على أن تكون نموذجاً للتميز من خلال الجودة، وبالمقابل يكون بإمكان كافة الشركات فياس إنجازاتها الخاصة في الجودة وتحركها باتجاه التحسين المستمر(العزاوي، 2005، صفحة 51).

### **جوائز الجودة في التلفزيون:**

تعد جائزة Peabody Award للأخبار من أهم الجوائز التي ترعى الإبداع في مجال الإعلام بمختلف تخصصاته ( إذاعة تلفزيون، إعلام إلكتروني ..)، إضافة إلى جوائز ايمي التي تنظم مرة كل سنة، على الرغم من التحييز الذي تعرفه مثل هذه الجوائز خاصة مع تداخل سلطة المال والسياسة وعارضها مع توجهات أعمال دون الأخرى.

### **المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة والإيزو**

انطلاقاً من أهمية فهم تأثير إيزو 9000 الذي اشتق هذا الاختصار من المنظمة العالمية للمواصفات القياسية أي: ISO International Standardisation Organisation)، وهو "مصطلح عام لسلسلة من المعايير التي تم وضعها من قبل الهيئة الدولية للمواصفات القياسية (ISO) لتحديد أنظمة الجودة التي ينبغي تطبيقها على القطاعات الصناعية والخدمية وكلمة إيزو مشتقة من الكلمة يونانية تعني التساوي والرقم 9000 هو رقم الاصدار الذي صدر تحته المعيار أو المواصفة وقد نالت الإيزو منذ صدورها عام 1987 اهتماماً بالغاً لم تنته مواصفة قياسية دولية من قبل" (هاغستروم، 2009، صفحة 59).

ويقتضي الحصول على شهادة الإيزو من الشركات والمنظمات المرور بخمس خطوات أساسية (ديسلر، 2012، صفحة 310):

- .1. تقييم النظام المتبع بالشركات.
- .2. تأكيد الجودة والإعداد اليدوي للسياسة.
- .3. تدريب العاملين على مواصفات الإيزو 9000.
  - التوثيق الكامل لكافة اجراءات العمل.
  - مراجعة التسجيل.

#### **أولاً: مستويات الإيزو**

**- إيزو 9001:** نظام لضمان الجودة يضم 20 عنصراً من عناصر الجودة، ويتضمن كافة العمليات الخاصة

بتصميم وتطوير وإنتاج المنتج وكذا خدمات ما بعد البيع سواء بالنسبة للمنتجات أو الخدمات.

**- إيزو 9002:** تحتوي هذه المواصفة على 18 عنصراً من عناصر الجودة، وتعد نظاماً لضمان الجودة يشمل عمليات الإنتاج والتركيب والتجهيز، ويُستثنى من ذلك مراحل التصميم وخدمات ما بعد البيع.

**- إيزو 9003:** تتضمن هذه المواصفة 12 عنصراً فقط من عناصر الجودة التي يتاحها الإيزو 9001، وتحتخص بعمليات الفحص والاختبار النهائي للمنتج فقط.

- إيزو 9004: تتعلق بكافة التوجيهات والارشادات والإجراءات الخاصة بتطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بشكل أكثر تفصيلاً ووضوحاً للشركات الراغبة في الحصول على شهادة الأيزو: 9001، 9002، 9003، 9003.

**المسؤولية الاجتماعية ISO 26000:** هذه المعايير العالمية تجري مناقشتها على قطاع واسع، حيث تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع المرتبطة بها، وهي تشجع كل منظمات الأعمال والشركات لأن تكون أكثر مسؤولية نحو مجتمعها من خلال آليات المعايير والأخذ في الاعتبار توقعات الشركات والالتزام بالقوانين السارية واحترام السلوك العالمي المعتمد (فلاك، 2018، صفحة 258).

يوجز الباحث عمر وصفي عقيلي (عقيلي ، 2009، صفة 67) فوائد الحصول على شهادة الإيزو فيما يلي:

- .1 المساعدة على ضبط عمليات الإنتاج والتحقق من جودتها.
- .2 اقتناع العملاء بأن السلعة ذات مستوى جودة عالي، وبالتالي يمكن اعتبارها أداة تسويقية للمنتجات.
- .3 التفوق على المنافسين الذين لم يحصلوا على الشهادة، والحصول على حصة أكبر من السوق.
- .4 التمتع بميزة التقدم للعطاءات التي تشرط الحصول على شهادة الإيزو.
- .5 تساعد المنظمة على الاحتفاظ بمستوى جودة مستقر، وبالتالي يمكن اعتبار ذلك استثماراً طويلاً للأجل.
- .6 رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال تفاخرهم بالعمل لدى شركة حائزة على شهادة الإيزو.
- .7 تصبح الشركة مكاناً لاستقطاب القوى العاملة المتميزة.
- .8 زيادة أرباح الشركة من خلال زيادة رقم مبيعاتها الناتج عن زيادة كفاءتها الإنتاجية.

#### **ثانياً: الفرق بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو (ISO):**

في ضوء ما سبق، يمكن تلخيص أهم الفروقات بين الجودة والإيزو في النقاط التالية (زنم، 2020،

صفحة 27):

- تهدف المنظمات التي حازت على شهادة الإيزو إلى التعامل غير المباشر مع المستهلك، وذلك من خلال تطبيق المعايير الدولية للجودة في سلعها أو خدماتها. في حين أن المنظمات التي تطبق إدارة الجودة الشاملة تهدف إلى التعامل المباشر مع العملاء من خلال الدراسة الميدانية لحاجاتهم ورغباتهم للعمل على توفيرها لهم، أي أن الإيزو لا ترتكز كثيراً على المستهلك والذي يأتي في مقدمة اهتمامات إدارة الجودة الشاملة.
- يمكن اعتبار نظام الإيزو مرحلة أولية للوصول إلى تطبيق منهجية إدارة الجودة الشاملة مستقبلاً، لأنها الأشمل والأعم من الإيزو.
- تتركز إدارة الجودة الشاملة على جميع العمليات والأنشطة داخل المنظمة وعلى جميع الجوانب الفنية والإدارية، بينما ينصب تركيز الإيزو على الأمور الفنية والإجرائية في العمل فقط.
- المنظمات الحائزة على شهادة الإيزو تطبق بعملياتها نفس القواعد التي على أساسها حصلت على شهادة الإيزو، لذلك فهذه القواعد متماثلة في كل المنظمات وليس هناك خصوصية لأي منظمة. على عكس إدارة الجودة الشاملة فمدى التطبيق لأي بعد من أبعادها يختلف من منظمة لأخرى.
- جميع المنظمات التي حازت على شهادة الإيزو وخاضعة إلى المراجعة والتفتيش الدوري لها من قبل المنظمة الدولية للمواصفات والمقياييس، للتأكد من استمرارية تطبيق معايير الجودة التي على أساسها منحتها الشهادة، كما أنها ملزمة بإجراء التعديلات كلما قامت المنظمة الدولية بتغيير معاييرها.

### **المبحث الثالث: القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة**

شكل تطور البث الفضائي ثورة تكنولوجية جديدة أضيفت إلى واقع إعلامي جديد تراجعت فيه حدود السيادة الوطنية للدول فاسحة المجال أمام سطوة العولمة الإعلامية والثقافية التي تماهت فيها وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون، حيث شهد هو الآخر طفرة نوعية نتيجة الثورات المتلاحقة التي شملت نواحية التقنية والأدائية إلى الحد الذي وصفه فيه أحد الباحثين بـ"ثورة التلفزيون الثانية" الأمر الذي يطرح تحديات وتساؤلات حول إمكانية تطبيق الجودة في التلفزيون؛ بمعنى آخر هل سيعكس التلفزيون عالي الجودة من الناحية الشكلية والتقنية جودة موازية من ناحية المضمون والبرامج؟، وهذا ما سوف نعالج في هذا البحث من خلال كرونولوجيا تطور البث وإشكالية تعريف الجودة في التلفزيون وعوامل تبني هذا الأخير لها.

**المطلب الأول: كرونولوجيا تطور البث الفضائي والرقمي**

تعود فكرة البث الفضائي إلى الانجليزي "آرثر كلارك" (أحد رواد الحملة البريطانية لما بين الكواكب) الذي كان له الدور في مجال الدعوة لأهمية التلفزيون الفضائي؛ حيث طالب لأول مرة بإنشاء خدمات تلفزيونية عبر الأقمار الصناعية والتي وجدت قبولاً وتأييداً من الكثيرين الذين تفاعلوا مع تلك الفكرة المستحدثة آنذاك.

كفكرة يمكن أن تساعد في توحيد العالم وتحقيق التقارب بين الشعوب والثقافات(الحديدي و اللبناني، 2009، صفحه 144).

تحولت هذه الفكرة إلى حقيقة عندما أطلق الاتحاد السوفييتي سابقاً أول قمر صناعي للرصد تمثل في القمر الصناعي سوتنيك سنة 1957 والذي كان موجهاً للرصد والاتصال عن بعد لأغراض عسكرية، ثم جاء أول قمر صناعي للاتصالات Telestar سنة 1962 (Watson & Hill, 2012, p. 264) والذي أتاح الإرسال التلفزيوني لكل من بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية، تلاه فيما بعد سلسلة من الأقمار الصناعية التي أطلقتها المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية (INTELSAT) وتبعه أجيال متتالية لنقل الإرسال الهاتفي والإذاعي والتلفزيوني.

ويتميز الاتصال عبر الأقمار الصناعية بعده مزايا (كافي، 2015، صفحه 24) منها:

- قدرتها على نقل المعلومات وتوفير الترابط على المستوى العالمي بكفاية عالية.
  - ملاءمة ومثالية لتناقل وتناول جميع أشكال ربط الشبكات القياسية التشاورية وال الرقمية.
  - توفر الوصول المتزامن من وإلى العديد من النقاط الموزعة في دول العالم.
  - إمكانية بناء شبكات إقليمية للاتصالات والمعلومات أو توسيعها أو إعادة بناء هيكل سواء كانت هذه الشبكات واسعة أو محددة.
  - قادرة على تسهيل وتوفير الوصول إلى شبكات الاتصال القرية من المستفيدين وتقليل تكاليف ونفقات الاتصال.
  - الاتصال عبر الأقمار الصناعية يؤمن نقل المعلومات بأشكالها المختلفة مثل: النصوص، الأرقام، الرسومات والأشكال، والأصوات، الموسيقى، الصور، وغير ذلك من الأوعية والوسائط.
- وعليه، فقد ساهمت الأقمار الصناعية في جودة البث الفضائي خاصة بعد ارتباطها بالتقنيات الرقمية واستفادتها من شبكة الانترنت في البث التلفزيوني المباشر.

## ثانياً: البث التلفزيوني الرقمي

حققت الثورة الرقمية مالم تتحققه ثوري الإذاعة والتلفزيون فمن الناحية التقنية والشكلية أدى إلى تحسن جودة الصوت والصورة خاصة مع تعدد أشكال التلفزيون التفاعلي، فالتلفزيون عالي الدقة إلى تلفزيون الواقع الافتراضي الذي أتاح للجمهور خوض تجربة غامرة تحاكي الواقع وتتضمن له متعة المشاهدة.

وبذلك فإن ثورة التلفزيون الرقمي قد أحدثت ثورة اتصالية لا تقل أهمية بل تتجاوز ثوري الإذاعة والتلفزيون بفضل تعدد موقع التواصل الاجتماعي وانتشار تطبيقات الهواتف الذكية التي غيرت في شكل العملية الاتصالية وفي طريقة تعاطينا مع الأخبار ومصادرها. فلم يعد إنتاج الرسالة الإعلامية قاصرا على وسائل الإعلام العتيدة بل بجاوزه إلى الجمهور الذي أصبح هو الآخر مصدراً للخبر وصانعاً لحتوياته الإعلامية ومتفاعلاً مع مختلف الأحداث والأخبار؛ إن هذه التغيرات الرقمية أثرت أيضاً في البنية الاجتماعية للمجتمعات ككل من خلال الانفتاح الواسع على الأفكار والأراء وتلاشي حواجز الخوف والقيود السياسية – على الأقل في الفضاء الافتراضي – ولنا في ما سُمي بشورات الربيع العربي مثلاً لتغيير أنظمة وروابط أخرى والتي كانت بداياتها الأولى من خلال عمليات الحشد عبر موقع التواصل الاجتماعي كما حدث مع الثورة المصرية التي جرى تنظيمها والدعوة لها إلكترونياً بدأية من شهر يناير 2011 لتتجسد ميدانياً في شكل مظاهرات شعبية اتخذت من يوم الجمعة موعداً أسبوعياً (كل يوم جمعة) وتيّمت دينياً لرمزيّة هذا اليوم من الناحية الدينية لدى المسلمين، ثم ما فتئت أن أطلق عليها اسم "جمعة الغضب".

وقد عرف هذا الحراك الشعبي نهاية حكم الرئيس الأسبق حسني مبارك وتلاشي مشروع توريث الحكم بتسلمه الإخواني محمد مرسي مقاليد الحكم قبل أن يتم الانقلاب عليه لاحقاً وعزله وسجنه إلى غاية وفاته في 17 يونيو 2019.

وفي نفس السياق لخصت المفوضة الأوروبية المسئولة عن الإعلام ومجتمع المعلومات، فيفيان ريدنچ، في كلمتها أمام مؤتمر "البث الجديد في أوروبا" الذي انعقد خلال قمة القادة الإعلاميين في أوروبا عام 2004 تطور الثورات الإعلامية وصولاً إلى التلفزيون الرقمي بقولها: " سيكون لكل جيل على ما يبذلو ثورته الإعلامية

الخاصة به، وبالنسبة للجيل السابق على الحرب العالمية الثانية، كان المذيع هو الذي يمثل تلك الثورة، أما بالنسبة لجيل ما بعد الحرب العالمية الثانية فقد كان التلفزيون هو ثورتهم ولكن بالنسبة للشباب اليوم فإن الثورة هي الثورة الرقمية، والآن بعد عشر سنوات من الثورة الرقمية، صار من الواضح أن أثراها سيؤدي على الأقل إلى تغيير عميق مثلما حدث في ثوري الإذاعة والتلفزيون"(والد، ريليك ، ثومبسون ، و دارجومير ، 2005).

ومن جهة أخرى تطرح الثورة الرقمية على صعيد الرسالة الإعلامية تحديات مهنية وأخلاقية تتعلق بإنتاج المحتويات الرقمية والترويج لها من باب نشر المغالطات والأخبار الكاذبة ناهيك عن الترويج لقيم وسلوكيات دخلية على المجتمعات تحدد الأمان والاستقرار الاجتماعي وخاصة في شقه الخاص بالشباب التي تبقى أكثر عرضة للإنترنت عموما حسب ما تشير إليه العديد من الدراسات البحثية.

### المطلب الثاني: تطور مفهوم الجودة في التلفزيون

يعد مفهوم الجودة في التلفزيون من المفاهيم التي عرفت سجالات نقدية بين الباحثين في مجال الإعلام، وهذا ما جعل العديد من الباحثين يقررون بصعوبة اقتراح مفهوم نظري للجودة في التلفزيون وذلك لعدة أسباب يحصرها الباحث نصر الدين لعياضي(لعياضي ، 2016) في ما يلي:

- صعوبة تحديد الهيئة المسئولة عن تقييم جودة المنتج التلفزيوني، بمعنى آخر هل يتم تقييمها قبليا من طرف هيئات ضبط البث التلفزيوني، ومنتجي المواد التلفزيونية أم يقرها الجمهور والنقاد بعد البث.
- صعوبة تحديد الأسس التي يتم بموجبها تقييم الجودة التلفزيونية وما إذا كانت تقتصر على نوعية الحامل (المضمون) من ناحية قيمته الفنية والجمالية، وأصالته واحترامه للقيم الأخلاقية والدينية أم على نوعية الحامل ومدى توفر الشروط التقنية والفنية الالازمة للإنتاج.
- الكيفية التي يتم بها النظر إلى الجودة التلفزيونية وإمكانية اختزالتها في جودة المنتج التلفزيوني فقط أم في جودة القناة ككل.

وارتبط النقاش حول مفهوم الجودة في التلفزيون بظهور القطاع الخاص من خلال التلفزيون التجاري الذي غير من دور التلفزيون، حيث وصف اميرتو ايكتو عام 1982 هذا التغير باستخدام مفاهيم "تلفزيون باليو" و "التلفزيون الجديد". ويشير تلفزيون باليو paléo – television حسب المؤلف إلى تلفزيون الخدمة

العامة والذي كان هدفه ينحصر في الوظيفة التعليمية، في حين أصبح "التلفزيون الجديد" néo-télévision يهتم بنفسه وبعلاقته مع الجمهور وبذلك "فالعاطفة والاتصال" هي الدور الجديد الذي بات يلعبه "التلفزيون الجديد".

وانطلق فرنسوا جوست في تعريفه للتلفزيون الجودة من أنه "ليس تعريفاً خاصاً بالسلع الثقافية التي يمكن تعريفها على أنها قواعد لعبه أو رياضة على سبيل المثال، بل هو تعريف معياري سواء أدعى ذلك أم لا" (Jost, 2013).

وبالتالي فإن الحكم على جودة التلفزيون حسب هذا المفهوم يرتبط بالأحكام القيمية والمعيارية التي تطلقها عليه الجهات المخول لها بتقييمه (خبراء، إعلاميون، جمهور)، أي أن الجودة ليست خاصية متجلدة في بنية وخصائص الشيء المادي بل في المعايير التي تطلقها عليه والتي غالباً ما تكون متفاوتة فما نراه "جيد" قد يراه غيرنا "رديء" والعكس تبعاً لتعدد أذواق واحتياجات الناس.

ويبدو أن تعريف فنسنت ميسليت للدور التلفزيون لا يزال ينطبق على مفهوم التلفزيون الحالي عندما وصفه بأنه: "تلفزيون يحركه الطلب، على عكس تلفزيون الأمس الذي يوصف بأنه تلفزيون يحركه العرض" (Aude, 2013/2014, p. 24)؛ حيث أن تطور دور التلفزيون نابع من تطور الصناعة الإعلامية ومتطلبات البث الرقمي الذي وضع التلفزيون أمام حتمية التكيف مع رغبات الجمهور باعتباره هو من يتحكم فيما يشاهده بغض النظر عن مضامين المحتوى الإعلامي الذي يطلبه والتي توصف بأنها تجسيد للثقافة الشعبية ولا ترقى لثقافة النخبة.

وفي نفس السياق فقد ركز النقد الأوروبي على التعارض القائم بين الصناعة الثقافية التي تتجهها وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون وبين مفهوم الجودة وهذا ما ذهب إليه كيم شرودر حين وصف هذا التعارض قائلاً : "من العبث الحديث عن الجودة عندما نتحدث عن الثقافة الشعبية، وخاصة الثقافة التلفزيونية في المجتمعات الحديثة؛ فمن طبيعة الثقافة الشعبية التجارية أن تكون ذات جودة رديئة أو معدومة" (Aude, 2013/2014, p. 48). ولتجنب ذلك ينبغي اسناد مهمة بناء الذوق السليم للجمهور إلى القائمين بالاتصال في القنوات العمومية كمديري ومنتجي البرامج.

ويختلف الأمر بالنسبة للثقافة الأمريكية التي كان روادها من المشجعين والداعمين لفكرة تعريف الجودة في التلفزيون، ومن هؤلاء الباحثين نجد لي براون وفرانسوا جوست.

أما في الدراسات النقدية العربية فقد انطلقت من صعوبة تطبيق الجودة في التلفزيونات العربية لعدة اعتبارات منها ما يتعلق بغياب مفهوم الخدمة العامة في الكثير من القنوات العربية بسبب الطابع التعبوي والدعائي المتواتر للإعلام العربي أو بسبب التوجه إلى إنشاء قنوات ترتكز مهمتها الرئيسية على التسلية والترفيه ومنها من اتجه إلى الخطاب الديني والطائفي كأنعاكس لبؤر النزاع المسلح الذي تشهده بعض الدول العربية(عياضي ، 2016).

ومن خلال ما تقدم نستنتج صعوبة وضع معايير محددة وموحدة للجودة في التلفزيون وذلك بإجماع مختلف الباحثين والنقاد والمنتجين في مجال الإعلام على معيارية ونسبية المفهوم، وكذا صعوبة تطبيقه في التلفزيون لخصوصية المادة الإعلامية التي تبقى تخضع لمعايير قيمة معيارية تختلف من ثقافة إلى أخرى، غير أنه يبقى مطلباً ملحاً خاصة أمام الطفرة التكنولوجية وتعدد قنوات الاتصال الفضائية والذي أسفراً عن ظهور برامج إعلامية أقل ما يقال عنها أنها محتويات هابطة، ناهيك عن ما باتت تشهده صناعة المحتويات الرقمية للهواة أو المؤثرين وظهورها كمنافس للمحتويات الإعلامية الرسمية.

وترى الباحثة أنه لا يمكن وضع تعريف جامع للجودة في التلفزيون نظراً لاختلاف طبيعة وأنواع البرامج الإعلامية بين الاخبارية والدرامية والوثائقية .. وغيرها فالمعايير التي تحكم عليها بجودة مسلسل درامي مثلاً ليست هي نفسها التي تحكم عليها بجودة برنامج اخباري أو حواري.

لذلك تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون لمفهوم الجودة في التلفزيون حسب الزاوية التي ينظر إليها كل باحث أو ناقد أو منتج للتلفزيون وللإعلام عموماً، فنجد الباحث عبد الصمد مطيع يعرفها من خلال الخصائص الفنية والمهنية للخبر الصحفي كاحترام معايير "التنوع"، "الأهمية"، "الآلية"، و"المهنية" وتعريفه في ذلك أن مفهوم الجودة لا يختلف عن مفهوم الصحافة نفسه(مطيع، 2016).

أما محمد قنطره فيردُّ على من يعتبر أن الجودة لا بد وأن تحكم إلى قياس الجمهور باعتباره الوحيد القادر على تقييم جودة البرامج المستهدفة الأولى والأخير من العملية الاتصالية بالقول أنها وجهة نظر ضعيفة لا

تمكن من تقييم واحد موحد للجودة، لأنها قائمة على رؤية شخصية غير موضوعية ولا تقدم أي إضافات أو اختلافات (قطارة، 2016).

وهناك من الباحثين من رکز في تعريفه للجودة على الأخبار والبرامج الإخبارية ودورها في التنشئة السياسية وضمان الديمقراطية؛ إذ يذهب زالر (John Zaller) في تعريفه لجودة الأخبار بالقول أنها تلك "الأخبار التي توفر على حصة غنية وجذابة من المعلومات السياسية التي تعمل وسائل الإعلام على توفيرها بغية إنجاح الديمقراطية" (Zaller, 2003).

وإنما نقول إن الجودة في التلفزيون وتحديدا فيما يخص صناعة الأخبار تتطلب الالتزام بمجموعة من المعايير والمبادئ الأخلاقية والتحريرية والمهنية والتقنية بما يسهم في تجويد المادة الإخبارية وتحقيق الميزة النسبية للمنتج الإخباري وللقناة ككل، إلى جانب الاهتمام بالكادر البشري من خلال تدريبه وتحسين ظروف عمله بعيدا عن مختلف الضغوط والقيود التي يتعرض لها الصحفيون.

### المطلب الثالث: عوامل تبني الجودة في التلفزيون

لطالما طرحت طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري (صحافة، إذاعة، تلفزيون) تساؤلات جوهرية ونقاشات واسعة بين الباحثين والأكاديميين حول طبيعة هذه العلاقة من حيث كونها علاقة تصادمية تنافسية أم تكاملية؟ فلو سلمنا بالعلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام الجماهيري مستندين في ذلك على الإثبات التاريخي القائل بأنه لم يحدث تاريخياً أن ألغت وسيلة إعلامية وسيلة أخرى جديدة، بل على العكس من ذلك فعندما كانت "تظهر تقنيات جديدة لوسائل الإعلام، فهي تُستَعِيرُ - في حالات كثيرة - الأشكال الثقافية لتقنيات أقدم منها، فالأفلام السينمائية تشبه كثيراً الأعمال المسرحية، والبرامج التلفزيونية استنسخت شكل برامـج الراديو، وهكذا" (Laurence, 2006).

إن هذا الأمر يحيلنا إلى تساؤل آخر حول مدى قدرة وصلاحية مقاربة "الحتمية التكنولوجية" لصاحبها مارشال ماكلوهان على تفسير طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي بما يمثله من زخم تقني وتعدد أشكال وسائل الاتصال والتلفزيون باعتباره أحد وسائل الاتصال الجماهيري، فإذا كان التلفزيون - في وقت مضى - قد حقق انتشاره في وقت قصير وتفوق بذلك على الصحافة والإذاعة بفضل خصائصه التي تجمع بين النص والصوت والصورة، فإنه اليوم يواجه تحديات فرضها الإعلام الجديد ب مختلف وسائله الاتصالية التي باتت هي الأخرى تستقطب أعداداً متزايدة يومياً من الجمهور بفضل مزاياها القائمة على التفاعلية واللاتزامنية وسهولة الاستخدام والإلattach... وغيرها، الأمر الذي جعل القنوات التلفزيونية أمام حتمية التوجه نحو تبني الجودة كفلسفة عمل تحاول من خلاله تدارك سطوة مختلف التحولات التقنية والسياقات الاجتماعية والثقافية التي أفرزتها العولمة الإعلامية بما يضمن لها البقاء والاستفادة من مزايا هذا العصر الرقمي في تطوير وتجوييد أشكال براجها المتنوعة، وقد ساهمت جملة من العوامل والتحديات في بروز الجودة والدعوة إلى تطبيقها في قطاع السمعي البصري ذكر منها:

1/ المنافسة

شكلت الثورة الاتصالية الخامسة نقطة تحول في تطور التلفزيون بل إن هناك من الباحثين من أطلق عليها "ثورة القنوات الفضائية" أو ثورة "الأقمار الصناعية"، نتيجة التزايد المتنامي في عدد القنوات الفضائية والأقمار الصناعية إذ تشير إحصائيات التقرير السنوي للبث الفضائي العربي (الدول، 2016) إلى أنه

يستخدم ما لا يقل عن 17 قمراً اصطناعياً تمكنه من تغطية كل أصقاع العالم تقريباً، وبالإضافة إلى عربسات ونائل سات ونور سات وياه ليف وسهيل سات، نظر لأهمية هذه السواتل في عملية بث القنوات التلفزيونية العربية، فإنه يتم اللجوء إلى أقمار صناعية أخرى لبث برامج التلفزيونات العربية لتغطي كل مناطق العالم، وازدادت بذلك وتيرة المنافسة بين القنوات التلفزيونية على الظفر بحسب نسبة مشاهدة من طرف الجمهور؛ هذا الأخير الذي بات يمتلك رفاهية الاختيار فيكبسة زر يمكنه المواثبة (Zapping) بالانتقال من برنامج إلى آخر ومن قناة إلى أخرى إذا لم يرقه البرنامج أو لم يجذبه المحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه القناة أو تلك مما فرض ضرورة التفكير في جودة البرامج التلفزيونية المقدمة وتطوير الأداء المهني بالاستفادة أكثر من مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

وتطرح المنصات الاجتماعية ومختلف تطبيقات الإعلام الرقمي نفسها كخيار تقني عملت القنوات التلفزيونية على الاهتمام به، والاستفادة قدر الإمكان من خصائصه التي مكنته المستخدم من التفاعل مع المواد الإعلامية المنضمة في منصات التواصل الاجتماعي ويكون ذلك تعليقاً أو مشاركة، فإذا كان التلفزيون التقليدي يفتقر إلى التفاعلية مع الجمهور باستثناء بريد القراء الذي يمثل رجع صدى بطيء؛ فإن منصات التواصل الاجتماعي تميز بالتفاعلية الآنية فيإمكان مستخدمي هذه المنصات النشر والتعليق ومشاركة المحتويات الإعلامية في أقصر وقت ممكن، وساعد في ذلك محمولية هذه الوسائل وسرعة انتشارها، ولذلك سارع التلفزيون بالأخذ بهذه الخاصية وتطبيقها في أجياله الجديدة (التلفزيون الرقمي، التلفزيون التفاعلي).

وأمام هذا المد الجارف من التكنولوجيات الرقمية وتأثيراتها على مكانة ومستقبل التلفزيون، فإن التلفزيون التقليدي لم يجد سبيلاً إلا تطوير هذه التكنولوجيات والاستفادة وبالتالي من الخدمات التي تتيحها الانترنت، في بث مضامينه الإعلامية سواء مسجلة أو عن طريق البث المباشر (Live) لمختلف برامجه، حيث يتيح اليوتيوب مثلاً اليوم عرض العديد من القنوات التلفزيونية على موقعه الإلكتروني ليكون بذلك شريكًا للتلفزيون التقليدي، وفي هذا الإطار يقول روبرت كينسل الذي يدير قطاع المشروعات التلفزيونية بشركة غوغل بألمانيا " هدفي هو أن تنظر القنوات التلفزيونية إلى غوغل باعتبارها شريكًا" (الألمانية ، 2013).

## **2/ تزايد الاستثمار في قطاع الإعلام**

إن تزايد القنوات الفضائية في الآونة الأخيرة استتبعه أيضاً تزايد الاستثمار في قطاع السمعي البصري "خاصة وأن عديد رجال الأعمال من قطاعات أخرى دخلوا مجال الإعلام ومعهم أسلوب عمل وتجارب مهنية لم يعهدنا العاملون في هذا المجال" (قطار، 2016).

## **3/ تراجع الإعلانات في التلفزيون**

تهدف المؤسسات والشركات الإعلامية إلى استقطاب أكبر عدد من الجمهور؛ لذلك يتوجه حالياً العديد من المعلنين نحو منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها تشهد تزايداً مستمراً في عدد المستخدمين الذي قارب الملياري مستخدم للفيسبوك مثلاً في العالم، إلى جانب الاستفادة من مزايا هذه الوسيلة التفاعلية وسهولة الانتشار ومجانية الإعلان، على عكس الإعلان في التلفزيون وبقي وسائل الإعلام التقليدية الأخرى الذي يتطلب مبالغ باهظة ويفرض أحياناً شروطاً خاصة على المادة المعلنة كحذف بعض اللقطات أو الكلمات التي لا تتماشى مع السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية أو تخالف عادات وتقاليد المجتمع الذي تبث له هذه المادة.

لذلك في سنة 2015، استمرت أكثر من 38% من الشركات الخاصة ما قيمته 20% من ميزانيتها للإعلانات في شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يمثل ارتفاعاً بنسبة 13% بسنة 2014، وتتمثل تلك النسبة ما قيمته 5,8 مليار دولار من المداخيل الإشهارية لصالح شبكات التواصل الاجتماعي، أما فيما يتعلق بمقاطع الفيديو والتي لها صلة بالمضمرين، فإن شبكة الفيسبوك توفر 8 مليارات مشاهدة في اليوم، أما "سناب شات" فله 6 مليارات مشاهدة لمقاطع الفيديو، أما على منصة غوغل الخاصة بالفيديو، فإنه يقع تحميل 300 ساعة كل دقيقة وهو ما يمثل رقمياً خيالياً يوازي 25,3 مليارات ساعة فيديو مشاهدة كل شهر(الزمن)، (2017).

## **4/ تزايد عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على حساب التلفزيون**

شهد عام 2015 تراجعاً إضافياً في الوقت الذي يخصصه المشاهدون لمتابعة قنوات التلفزيون بشكل مباشر، خصوصاً من جانب الشباب الذين يقبلون بشكل متزايد على أشكال أخرى من المتابعة التلفزيونية، فبحسب دراسة حديثة نشرت نتائجها في فرنسا وتناولت 88 بلداً وأظهرت هذه الدراسة لمجموعة "يورو داتا"

أن الوقت الذي قضاه المشاهدون في متابعة التلفزيون بشكل مباشر العام الماضي في العالم، تراجع في المعدل إلى ثلث ساعات و14 دقيقة يومياً بدلاً من ثلث ساعات و17 دقيقة، وهذا التوجه يبدو أكثر جلاءً لدى فئة الشباب، إذ تراجع المعدل إلى اليومي إلى ساعتين و14 دقيقة في 2014، هذا التراجع الناجم بشكل رئيسي عن المنافسة المتزايدة لخدمات الانترنت.

وبيّنت الدراسة خصوصاً زيادة كبيرة في معدل الوقت الذي تتم تمضيته في مشاهدة البرامج عبر الانترنت، ففي الولايات المتحدة يستحوذ التلفزيون المباشر على 47% من الوقت الذي يمضيه المشاهدون في مشاهدة البرامج التلفزيونية التي يزداد عدد متابعيها عبر الانترنت في وقت لاحق لعرضها الأول، وتختلف وتيرة المشاهدة بين البلدان، ففي كندا شاهد 60% من الشبان البالغين التلفزيون عبر الانترنت الشهر الماضي في حين اقتصرت النسبة في فرنسا على 6% (الزن، 2017).

#### **المطلب الرابع: التلفزيون وخصوصية المنتج الإخباري**

احتفظ التلفزيون لنفسه بمزايا وخصائص عديدة جعلته يتربع على عرش وسائل الاتصال الجماهيري لعقود زمنية متواصلة بفضل أهم خصائصيه المتمثلتين في الجمع بين الصوت والصورة؛ وهو الأمر الذي لم يكن متوفراً في الوسائل التي سبقته، فإن خاطب الصحيفة العين، ومخاطب الراديو الأذن فإن التلفزيون انفرد بالجمع بين الصوت والصورة والكلمة، إلى جانب مزايا وخصائص أخرى أهّلته للريادة وجذب اهتمام ومتابعة الجمهور على مدى عقود وأجيال متتالية.

كما إن مقدرة التلفزيون على إنتاج صور متحركة، حية مباشرة أو مسجلة؛ هي أهم سمة تعريفية له، ترتب عنها مقدرة التلفزيون على إعطاء المشاهدين إحساساً بالمرأقب المستقل والشاهد "أنظر بنفسك" وهذا نموذج من الارتباط الاتصالي من جهة، ونقطة رئيسية للثقة بين التلفزيون وجمهوره من جهة ثانية (كورتل، التلفزيون والمجتمع – الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات –، 1999، صفحة 8).

وإلى جانب ذلك تؤكد الصورة التلفزيونية على عنصري الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز على التفاصيل المرئية، ويتميز التلفزيون وحده دون وسائل الإعلام الأخرى، بأنه يقدم صوراً حالية متحركة تتتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان. كما تختفي حاجز الأمية، وهو يكتسب قيمته الإخبارية اعتماداً على هذه الحقيقة، ويوضح ذلك بجلاء في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي تمكن المشاهدين من متابعتها لحظة بلحظة على شاشات التلفزيون(بركات و معرض، 2000، صفحة 65).

يعتمد الخبر التلفزيوني بالدرجة الأساس على جماليات الصورة وعامل الحركة اللذين يضفيان نوعاً من الجاذبية وعيزها عن الخبر الإذاعي والصحفي، وقد عبر عن ذلك ريتشارد سالانت رئيس دائرة الأخبار في تلفزيون كولومبيا بقوله: "إنك ترى المزيد من الحرائق على شاشة التلفزيون المحلي أكثر مما تراها في الصحف، ذلك لأن الحرائق تبدو أفضل على شاشة التلفزيون..." (ميتشر، 2008، صفحة 49).

كما يؤكد رأي آخر على أهمية التلفزيون في تقريب الأحداث بالمساهمة في إعادة انتاجها لأحداث هامة من خلال قدرتها على تحديد أولويات هذه الأخبار وجديتها من جهة وتحقيق نوع من الاشباعات النفسية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالمشاركة أثناء البث المباشر (الراهن ع.، 2011، صفحة 61).

لقد استطاع التلفزيون بناء علاقات اجتماعية وثيقة مع جمهوره تتجاوز وظيفته الإخبارية من خلال علاقات التواصل والحميمية التي نسجها مع جمهوره نتيجة الإحساس بالألفة والمشاركة ليصبح جزءاً من النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع وهذا ما عبر عنه الزاهر بالقول: "إذا كان التلفزيون لم يحسن جيداً – وفي حالات كثيرة- الأخبار، فإنه نجح في المقابل في التواصل، حيث تبدو العلاقة التي أسسها مع الجمهور أكثر أهمية من محتوى الأخبار نفسها" (الزاهر ع.، 2011، صفحة 61).

ويركز الدكتور ايزنبرج رئيس مؤسسة الأبحاث على نقطة رئيسية تتعلق بالبناء السليم للأخبار والالتزام بمختلف المعايير التحريرية والمهنية واستغلال خصائص الصوت والصورة في نقل البث الحي للواقع مما يعطي المشاهد إحساساً بمصداقية وواقعية الخبر، ذلك أن "خبرة أخبار التلفزيون هي الحقيقة الفعلية عند المقارنة مع أي وسيلة اتصالية أخرى إذا تم تقديمها بشكل سليم، إنها أقرب الأشياء إلى الحقيقة الفعلية ذاتها" (إمري ، أولت ، و آجي ، 2000 ، الصفحات 299-300)

ويُسلط الباحث حسن الرزو الضوء على الدور الجديد الذي باتت تمارسه القنوات الفضائية مطلقاً عليه مصطلح الدبلوماسية الشعبية؛ كنوع من التأثير على الرأي العام ففي فترة الحراك العربي شكلت هذه القنوات ضغوط شعبية على الرأي السياسي لصنع القرار داخل حدود البلاد (الرزو، 2013، صفحة 132).

ويمكننا أن نستشف خصوصية المنتج الإخباري والإعلامي عموماً من خلال الوظائف المتعددة للإعلام التي أقرّها الباحثون والممارسوں للمهنة الإعلامية إلى جانب دور الهيئات الدولية في وضع أساس واضحة لأهداف الوظيفة الإعلامية؛ حيث جاء تقرير لجنة ماكرايد (اليونسكو) لدراسة مشكلات الاتصال مشيراً إلى الوظائف التالية:

**1/ الإعلام:** يعني جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والأراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والوطنية والدولية، والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة.

**2/ التنشئة الاجتماعية:** وهي عبارة عن توفير رصيد مشترك من المعرفة، يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذو فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ودعم التآزر والوعي الاجتماعي، وبهذا تكتمل مشاركة نشاطه في الحياة العامة.

- 3 / خلق الدوافع:** دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع، وتشجيع الاختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تتجه صوب تحقيق الأهداف المتفق عليها.
- 4 / المناقشة والمحوار:** توفير وتبادل الحقائق الالزامية لتسهيل الاتفاق أو توضيح مختلف وجهات النظر بشأن القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة الشعبين على نحو أفضل، بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محلياً ووطنياً ودولياً.
- 5 / التعليم:** وهو نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في مراحل العمر كافة.
- 6 / النهوض الثقافي:** نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف الحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته على الإبداع.
- 7 / الترفية:** وهي إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والفن والموسيقى والمسرحيات الفكاهية والرياضة من خلال العلامات والرموز والأصوات والصور بهدف الترفية والإمتاع على الصعيدين الشخصي والاجتماعي.
- 8 / التقارب الاجتماعي:** توفير الفرص للكل الأشخاص والجماعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.

## **خلاصة الفصل**

خلصنا في نهاية هذا الفصل إلى تحديد مفهوم الجودة ضمن سياقها التاريخي والفكري، فمن المفهوم القائم على مطابقة المنتج للمواصفات تحولت الجودة إلى منظومة متكاملة ومتعددة الأبعاد والخصائص كالاعتمادية والأداء والجمالية والقيمة المدركة والمتانة سواء كان المنتج سلع أو خدمات؛ إذ أحدثت إدارة الجودة الشاملة قفزة نوعية في تاريخ الفكر الإداري المعاصر مؤسسة بذلك ثقافة تنظيمية ترتكز مبادئها الأساسية على التحسين المستمر، والتوكيز على العميل، والتدريب، والميزة النسبية.

ويعود الفضل في انتشار ثقافة وفلسفة الجودة إلى المبادئ الأولى التي جاء بها رواد الجودة أمثال ديمينغ، جوران، ايشيكاوا، كروسي والتي أسهمت أفكارهم في تطوير المنظمات والمؤسسات الخدمية والصناعية بالتشجيع على جودة المنتج وخلق نماذج مبتكرة يحتذى بها، وقد ساهم ذلك في ظهور جوائز الجودة كإطار مرجعي للتقييم المؤسسي وتحفيز التنافسية على المستوى العالمي.

وتعد القنوات الفضائية أحد المؤسسات الإعلامية التي حاولنا من خلالها تطبيق مبادئ ومتطلبات الجودة بالتركيز على خصوصية المنتج الإعلامي والإخباري على وجه التحديد لاتسامه بعدم ملموسيته وسرعة استهلاكه وتلفه خاصة فيما يتعلق بالأخبار اليومية وتأثيره على الوعي المجتمعي وعلى الرأي العام عموما، مما يتطلب تطوير معايير جودة متخصصة تراعي طبيعته المركبة من ناحية خصائصه الفكرية والقيمية والتكنولوجية والفنية.

كما يرتبط تطبيق مبادئ ومرتكزات الجودة في القنوات التلفزيونية عموما بضرورة البقاء والنمو في السوق الإعلامية المتميزة بالمنافسة الشديدة على جذب المشاهدين والمعلقين معا، لذلك فإن الارتقاء بجودة الأداء المهني والإعلامي وجودة المحتوى الإعلامي يعد شرطا أساسيا لتطبيق متطلبات الجودة في هذه القنوات.

## الفصل الثالث

### صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي

المبحث الأول: المعايير المهنية والقيم الإخبارية لجودة الأخبار

التلفزيونية

المبحث الثاني: مصادر الأخبار في العصر الرقمي

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على جودة الأخبار

المبحث الرابع: نشرات الأخبار وعناصر الإبهار البصري

#### **تمهيد**

شهدت صناعة الأخبار التلفزيونية تغيرات متلاحقة بفضل الثورة الرقمية وما أنتجه من واقع إعلامي جديد مسّ مختلف مراحل صناعة وإنتاج الأخبار، وكافة الحالات التقنية والإنتاجية والتحريرية بالتجهيز إلى انتهاج وتبني أساليب ابتكارية في إنتاج وعرض وتقديم الأخبار؛ ولذلك سيتم الإسهاب في مفهوم الخبر التلفزيوني وخصوصيته أولاً لنتقل بعدها إلى متطلبات وأساسيات جودة صناعة الأخبار وذلك من خلال التركيز على معايير جودة الأخبار من الناحية المهنية والتقنية بتبني مقاربة المسؤولية الاجتماعية في محاولة فهم وإسقاط جوانبها النظرية على دراستنا.

ويُفصّل هذا الفصل في مصادر الأخبار لأهميتها في الصناعة الإخبارية خاصة مع الانفجار المعلوماتي ومفرزات الثورة الرقمية التي أنتجت لنا مصادر جديدة تتعلق بشبكة الانترنت وتعدد منصات التواصل الاجتماعي، وتساهم في تعزيز وتنوع مصادر الوسيلة الإعلامية بالموازاة مع الوسائل التقليدية للخبر، رغم ما تمثله هذه المصادر من تحديات أخلاقية ومهنية تضرب بصدقية وموضوعية المادة الإعلامية والإخبارية.

وتتأثر صناعة الأخبار بمجموعة من العوامل والضغوطات التي يواجهها القائم بالاتصال؛ تتتنوع بين الضغوط المهنية والداخلية الخاصة بالمؤسسة الإعلامية وتتضمن هذه الضغوط إملاءات السياسة التحريرية المباشرة وغير مباشرة وعلاقات العمل بين القائمين بالاتصال في المؤسسة، أما الضغوط الخارجية فتتمثل في المحاذير التي تضعها السلطة أمام الصحفيين في تناول مواضيعهم الإعلامية إلى جانب مختلف الضغوط الاقتصادية والمادية (الإعلان والجهات المالكة للوسيلة أو القناة التلفزيونية)، ناهيك عن العوامل الميكانيكية المختلفة، إلى جانب عامل المنافسة الذي أصبحت القنوات الفضائية اليوم توليه أهمية بالغة بالنظر إلى التسارع المعلوماتي الرهيب والبحث عن السبق الصحفي والريادة الإعلامية بكسب رهان جودة صناعة الأخبار.

وفي الأخير سنستعرض النشرة الإخبارية كنموذج للصناعة الإخبارية والنقلة النوعية التي أحدثتها الثورة الرقمية في عملية إنتاج الاخبار بالاعتماد على غرف الاخبار الذكية ومتعدد تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي لتجويد الصورة وزيادة فعاليتها خدمة للمضمون ولكسب المزيد من الجمهور.

### **المبحث الأول: المعايير المهنية والقيم الإخبارية لجودة الأخبار التلفزيونية**

تشهد صناعة الأخبار في عصرنا الراهن تحولات متسارعة مما يجعل من دراسة المعايير المهنية والقيم الإخبارية لجودة الأخبار التلفزيونية لفهم وتحليل المعايير والقيم المؤثرة في إنتاج المحتوى الإخباري وبنائه.

كما سنتناول في هذا المبحث دور نظرية المسئولية الاجتماعية في فهم الظاهرة الإعلامية من خلال العلاقة التفاعلية بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، حيث تقدم هذه المقاربة تصوراً نظرياً متكاملاً يربط بين جودة المحتوى الإخباري والمعايير المهنية والأخلاقية للمؤسسات الإعلامية اتجاه الجمهور.

### **المطلب الأول: المعايير المهنية والأخلاقية لجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية**

تقتضي جودة الخبر كركيزة أساسية في صناعة المحتوى الإخباري توفر جملة من المعايير الأخلاقية والمهنية كضابط أساسى لتقديم مادة إخبارية تتوافق ومتطلبات الجمهور المتزايدة من جهة وتحافظ على المصداقية المهنية من جهة ثانية.

وقد اهتمت العديد من الدراسات البحثية بالمعايير المهنية والأخلاقية لجودة الأخبار، حيث حدت دراسات ألمانية ستة أبعاد للجودة ( Urbane & Schweiger, 2013 ) تتمثل في المعايير التالية:

► **التنوع:** يجب أن تحظى جميع الفئات والأفكار الاجتماعية بفرصة وتوقع أن يتم ذكرها في التغطية الصحفية.

► من المتوقع أن تركز الأخبار على القضايا الفعلية وذات الصلة اجتماعياً وأن تعرض الجوانب المهمة لتلك القضايا (الأهمية).

► الدقة: فالمعلومات الكاملة والدقيقة، تمكن المواطنين من فهم المشكلات المجتمعية وتكوين الآراء المناسبة والتخاذل القرارات المناسبة.

► الشمولية: حتى وإن كانت المعلومات كاملة وصحيحة، فإنها لا يمكن أن تكون مفيدة إلا إذا فهمها المتلقون.

► ضمان تغطية محايدة ومتوازنة لجميع الحقائق والمطالب والمواقف بعيدة تكوين الرأي الحر والكافء للمواطنين.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

► الالتزام بالمعايير الأخلاقية وهو البعد النهائي للجودة في التغطية الإخبارية.

بينما يربط الباحث مارك فرونوسوا بيرنييه جودة الأخبار بمدى توافقها مع المعايير المهنية المعترف بها في النصوص الأخلاقية كالمصلحة العامة للموضوع الذي يتم تناوله، والصدق، والدقة، والصحة، والحياد، والموضوعية، والعدالة، والتراهنة(Dubois, 2016).

( Lacy & Rosenstiel, 2015) وفي نفس السياق وضع ريزونسيال وجموعة باحثين آخرين ( 2015) مخططاً شاملاً لتقييم جودة نشرات الأخبار التلفزيونية في أواخر التسعينيات حيث قام هؤلاء الباحثين بتجميع فريق يتكون من محرفي الأخبار التلفزيونية المحليين من يتمتعون باحترام كبير لتحديد عناصر نشرة الأخبار ذات الجودة ذاتية كمرحلة أولية قبل أن يتم ترميزها وقياسها، وتمثلت هذه العناصر في:

- أن تغطي المجتمع بأكمله، حيث يجب أن يحدد المخطط الموضوع الأساسي لكل قصة وسجل نشرات الأخبار أعلى درجة والتي تحتوي على نطاق أكبر من المواضيع على مدار الأسبوع.
- تناول الموضوعات والقضايا الموضوعية والهامة.
- إظهار المبادرة والشجاعة؛ ويتعلق بالجهد المبذول لإنجاز قصة إخبارية مثلاً.
- أن تلتزم الأخبار بالدقة والانصاف من ناحية تعدد المصادر وعرض وجهات النظر المختلفة.
- أن تكون الأخبار المتناولة ذات موثوقية وواضحة وغير مثيرة.

وفي دراسة أخرى لوكستيرا ميجر (2012) حول جودة الأخبار التلفزيونية الأوربية والعلاقة الثلاثية بين كل من الجمهور، الإعلام أو الصحافة و الصحفيين؛ حيث خلصت من خلالها إلى تحديد ثلاث مهام ديمقراطية للإعلام ( Lacy & Rosenstiel, 2015) :

- .1 المشاركة: وتعني مدى الاستفادة من خبرات وحكمة الجمهور وسردها على وسائل الإعلام؛ حيث أن ذلك يجعلهم يشعرون بالتقدير.
- .2 التمثيل: أي ضرورة الأخذ بعين الاعتبار آراء، واهتمامات ووجهات نظر الجمهور متلقى الأخبار.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

3. العرض: تحظى الأخبار القائمة على العرض المبهر و السرد الدقيق والمعلومات متعددة الجوانب والمواضيعات بجودة عالية.

كما تتحدد جودة الأخبار في المجتمعات الديمقراطي بمدى ارتباطها وقيامها بوظائف وسائل الإعلام الإخبارية ( Urbane & Schweiger, 2013 ).

وتلعب وسائل الإعلام في المجتمعات الdemocratic دورها في الحفاظ على الضوابط والتوازنات في العملية السياسية، وبالتالي زيادة كفاءة الحكومة والمساعدة في حل الصراع الاجتماعي من خلال إعطاء وصف متعدد الأوجه للأحداث" ( Urbane & Schweiger, 2013 ).

وبناءً على ما سبق يمكننا القول أن هناك نقاط تقاطع بين هذه البحوث والدراسات في العديد من المعايير الخاصة بجودة الخبر ذلك أن الممارسة الإعلامية تقتضي ضرورة اتصاف الخبر بجملة من الخصائص والصفات التي لابد وأن يتحراها الصحفي أثناء تحرير المادة الإخبارية ويمكننا إجمال هذه الصفات فيما يلي:

#### **الدقّة:**

وتعني نقل وتحرير الخبر بتفاصيله الدقيقة المتوفرة لدى الصحفي دون أن يلجأ إلى التهويل بإضافة تفاصيل غير موجودة أو الانتقاد من المعلومات الرئيسية التي يحويها لأسباب تحريفية أو تدليسية.

فالدقّة هي فضيلة تقديم تقرير يصف الأشياء والأحداث والواقع كما هي، وتحقق عن طريق الاستقصاء الكافي واعتماد الصحفيين على معلومات وملحوظات مباشرة واستشارة أكثر من مصدر للتأكد من المعلومات التي حصلوا عليها يمكن الاعتماد عليها، وفي إطار ذلك يتم دائماً نشر المصادر التي اعتمد عليها الصحفيون في أخبارهم(السمان ، 2019، صفحة 36).

#### **الصدق:**

الصدق فضيلة لازمة للإنسان ومعيار على وعيه وكمال شخصيته، فهي صفة تفضيلية بين الأشخاص فنقول عن فلان صادق وعن علان كاذب أي لا يصدق القول أو الفعل أو كلامها، مما بالكل لوكأن هذا الشخص صحفيًا مسؤولاً عن نقل الأخبار يومياً إلى الجمهور ويتخذ من هذه الممارسة عملاً ومهنة له.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

وفي ظل تطور تكنولوجيات الاتصال أصبحت معايير مصداقية الأخبار تقاس بمدى آنيتها فقط التي تمنحها فرصة أكبر للانتشار، فكلما تعددت الواقع والشبكات الاجتماعية الافتراضية التي تنقل الخبر زادت مصداقيته لدى الجمهور، فأصبحت القاعدة الجديدة التي يعتمد عليها في نشر الأخبار في موقع شبكة الانترنت هي "أُنشر ثم تأكّد من صحتها، وهذا يعني أن التأكّد من صحة الخبر لم تعد مهمة منتج المادة الإخبارية، بل تقع على عاتق جمهورها الذي ينفي الخبر أو يصحّحه (لعياضي، عتابات التأويل، 2015، صفحة 22).

**الموضوعية:**

وهي أن يتجرد الصحفي من كافة آراء الشخصية وأن تتسم تغطيته للأخبار بالحياد الكامل، دونما أن ينحاز إلى طرف دون الآخر.

ويجادل آلان ستيفورات في مسألة الموضوعية بالقول "إن الحقائق الملحمة للأخبار التلفزيونية، والأشكال التي تتحقق فيها هذه الحقائق بدللت طبيعة الأخبار التلفزيونية وتحولتها إلى "سلعة" (كورنل، التلفزيون والمجتمع – الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات–، 1999، صفحة 105). يعني أن تتحذ الأخبار شكل درامي وإيقاع سريع، ويعرف بعض الصحفيين بوجود صعوبات (عملية وفلسفية) ترتبط بمحاولات تحقيق الموضوعية الكاملة، لذلك فإنهم يفضلون بدلاً من ذلك استخدام لغة "الصدق" و "التوازن" (ستيفورات، 2007، صفحة 362).

ويتقد المنظرون الماركسيون "ثقافة الموضوعية" التي تبنيها وسائل الإعلام الرأسمالية؛ ذلك أن العلاقة بين الملكية الرأسمالية لوسائل الإعلام والسلوك اليومي للصحافة يتوسط ثقافة "الموضوعية" كونها تمنع استقلالية للصحفي من جهة غير أنها مطالبة بعدم الحياد عن الرأسمالية الليبرالية من توازن وإخلاص للنظام (لazar، 1994، صفحة 165).

ومن جهة أخرى تتساءل الباحثة سوسن عطا الله ( Bidart, 2018-2019 ) عن كيفية انتقال القنوات الإخبارية في أوقات الحرب والانتفاضات الشعبية من تغطية الأخبار بالتركيز على الشخصيات الأكثر قوة كالرؤساء الزعماء إلى أخبار الأشخاص الأقل قوة وذلك عندما يتعلق الأمر بأخلاقيات المهنة، وبعبارة أخرى وبمثال آخر كيف يمكن للدول المتحاربة تحقيق السلام مع أعدائها دون المساس بحقوق

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

أعدائها، وبالتالي فإن الباحثة تطرح إشكالية التزام وسائل الإعلام بأخلاقيات المهنة عندما يتعلق الأمر بنقل وقائع الحروب والنزاعات الدولية والتي يصعب فيها ترجيح الكفة لأطراف النزاع على حساب الشعوب المستضعفة.

**الحياد:**

يفرق كوهين Cohen بين الدور المحايد والملتزم في عمل المخبر الصحفي؛ فهو محايد عندما يعرض الأخبار كمحير وملتزم عندما ينتقد الحكومة كجمهور (لازار، 1994، صفحة 164).

وبالتالي فإن العمل الصحفي في هذه الحالة لا يمكن أن يكتسب صفة الالتزام ما لم ينتقد سياسات الحكومة ويكون لسان حال الجمهور و المجتمع الذي ينبثق منه ككل أما الحياد حسب هذا الاتجاه فهو أمر يتعلق بنقل الأحداث كما حدثت في الواقع دون أن يكون للمخبر الصحفي أي زيادة أو نقصان.

#### **الانتقاءية: (الاختيارية Selectivity)**

تشكل الانتقاءية عاملاً فعالاً في مختلف مستويات إنتاج الأخبار، منذ مرحلة تنظيم وتنسيق الأخبار المفردة مروراً بمرحلة الأخبار والممارسات والطرق الروتينية وانتهاءً بالعناصر السمعية والبصرية المستخدمة لتقديم التقارير الإخبارية على الشاشة. وكبعض العناصر الأخرى التي تشكل بؤرة اهتمام الجدال حول الأخبار، فإن الانتقاءية تعتبر مسألة حتمية كسمة عامة لإنتاج الأخبار (كورنل، التلفزيون والمجتمع – الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات-، 1999، الصفحات 72-73).

وهناك من يرى أنه من شبه المستحيل أن تتحقق الصفات الرئيسة للأخبار والتي من أبرزها الدقة والصدق والموضوعية بشكل مطلق فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي وجمهورها المستهدف وموافقها من القضايا المطروحة، يؤثر كل ذلك أيضاً على قرار بث الخبر من عدمه وعلى طريقة تناوله وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها (نور، 2017، صفحة 124).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

ففي دراسة (عبد الغفار، 2005) حول مقارنة حول الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية، جاءت قناة الجزيرة في مقدمة القنوات الإخبارية العربية متفوقة بذلك على قناتي العربية والنيل الإخبارية، من حيث مستوى الأداء المهني القائم على الفورية في تغطية الحدث حال وقوعها والاستعانة بالأفلام الحية من موقع الأحداث، من خلال جهود المراسلين، وتقديم وإخراج نشرات الأخبار بشكل فني ينطوي على الجودة الفنية.

إلا أن الجزيرة في ذات الوقت لم تسلم من الانتقادات من قبيل عدم حيادها وانتهاجها سياسة إعلامية موجهة لخدمة أغراض سياسية، وتركيزها على قيم الصراع والإثارة في أخبارها؛ حيث توصلت ذات الدراسة إلى أن القناة تقوم على الحملات الإعلامية التي تستهدف النظم والحكومات العربية، الأمر الذي يفسر في غير صالح الصورة الذهنية للقناة وتوجهاتها العربية متناسبة بذلك السلبيات داخل قطر، إضافة إلى التركيز على الجوانب السلبية في العلاقات العربية- العربية، وعدم التوازن بين أخبار الصراعات والأخبار التنمية التي يشهدها العالم العربي ودول العالم المختلفة، وزيادة حدة انفعال بعض مذيعيها في تقديم البرامج (عبد الغفار، 2005).

**المطلب الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل لفهم معايير جودة الخبر**

تعود البدايات الأولى لظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى منتصف القرن التاسع عشر، وجاءت

هذه النظرية كردة فعل على هيمنة نظرية الحرية وانتشار الصحف الصفراء، والصحف ذات المحتويات التافهة، ساعدتها في ذلك جملة من العوامل التي أسهمت في تطورها وانتشارها منها (عبد المسلمي،

1995، صفحة 113):

- ظهور الاتحادات المهنية المرتبطة بالصحافة ومنها الجمعية الأمريكية لحرفي الصحف، وجمعية الصحفيين المهنيين.

- قانون الاتصالات الصادر عام 1934 والذي ينظم شؤون الإذاعة مبني على عبارة تقول "في سبيل المصلحة، والملاعبة، والضرورة العامة".

ومع منتصف القرن العشرين بدأت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الرواج والتقدم بفضل اهتمام الدوائر العلمية والبحثية بالدور الوظيفي لوسائل الإعلام وما يجب أن يكون عليه المحتوى الإعلامي الذي لا يجب أن يحيد عن خدمة الصالح العام، وقد تبلور هذا التوجه بظهور تقرير لجنة حرية الصحافة (تقرير هوتشينز) سنة 1947، الذي شمل في ذلك الوقت الصحافة المكتوبة والراديو وحدد (التقرير) متطلبات جودة محتوى المادة الإعلامية بخمسة شروط (Lacy & Rosenstiel, 2015):

1. أن تكون الرواية صادقة و شاملة و ذكية لأحداث اليوم في سياق ذا معنى واضح.
2. ضرورة التمييز بين التقارير الإخبارية وبين التعليقات والانتقادات (الرأي).
3. إبراز صورة تمثيلية للفئات المكونة في المجتمع.
4. عرض وتوضيح أهداف وقيم المجتمع.
5. الوصول الكامل إلى معلومات اليوم.

ويمكننا تلخيص النقاط التي جاء بها تقرير هوتشينز فيما يلي:

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

- ترکز هذه النظرية على خدمة الصالح العام من خلال مسؤوليتها الاجتماعية نحو المواطنين بما يتحقق في الأخير أهداف و قيم المجتمع.
- ضرورة أن تتسم الأخبار بالصدق والشمولية والوضوح بتناولها بشكل واي لمختلف المواضيع التي تهم المجتمع، ومن مختلف الجوانب واتهاد الحياد في المادة الخبرية من خلال فصل التقارير الإخبارية عن الرأي.
- التنوع؛ والمقصود به هنا أن تمثل الصحافة كافة أطياف المجتمع دون تمييز أو استبعاد لأقليات معينة دون الأخرى.

**مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:**

تقوم هذه النظرية على المبادئ الأساسية التالية (كتنان، 2015، صفحة 99):

- الحرية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد.
- لا سلطان للحكومة على الصحف وبقي المؤسسات الإعلامية.
- الجماهير حرة في اختيار الوسيلة أو الرسالة التي تتماشى مع ميولها ورغباتها وحرية الصحافة والنشر حقوق دستورية.
- الرأي العام هو مجال الإعلام حيث تعمل على إثارة اهتمامه والتأثير فيه.

وما يمكننا قوله أن مسألة حرية وسائل الإعلام من منظور المسؤولية الاجتماعية تبقى مشروطة بخدمتها للمجتمع وعدم الخروج عن الضوابط العامة له؛ إذ وضعت لنفسها مجموعة من المعايير الأخلاقية والمهنية التي تحدد لوسائل الإعلام ما لها وما عليها، مع الإبقاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام التي تبقى كذلك مالم تتعارض مع مصالح وتطلعات المجتمع أين يصبح تدخل الدولة لازما وضروريا بغض حفظ المصلحة العامة.

ويبرز مجال استفادتنا من نظرية المسؤولية الاجتماعية في محاولتنا التعرف على مدى التزام القائم بالاتصال في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" بمختلف المبادئ والمعايير المهنية التي جاءت بها نظرية المسؤولية الاجتماعية في نشراتهم الإخبارية، وكذا بيان مدى الالتزام بالحرية والمسؤولية الاجتماعية بالمقارنة بين القناتين محل الدراسة خاصة في ظل الاختلاف في طبيعة وملكية كل قناة على حد.

### **المطلب الثالث: محددات القيم الإخبارية**

يعرف عبد الرزاق الدليمي القيمة بأنها: "المعتقدات التي يحملها الفرد نحو الأشياء والمعاني، والتي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، وتحدد له السلوك المقبول والمرفوض والصواب والخطأ وتتصف بالثبات النسبي"(الدليمي، 2012، صفحة 35). وهذا يعني أن القيمة عبارة عن منظومة من المعايير الوجدانية والفكرية والمعتقدات الراسخة في ذهن الفرد والتي تعمل على ضبط وتوجيه سلوكه وتتصف هذه القيمة بخاصية الاستقرار النسبي. أما باريتتو فيعرفها بأنها تلك المعتقدات التي تسمح بإطلاق أحكام لإضفاء طابع شرعي على المواقف، والآراء والتصورات، أو للتنديد بها( برو، 1998، صفحة 578).

والقيم حسب عبد الرحمن عزي هي كل "ما يسمى عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال" (عزي ع.، 2013، صفحة 129) ويستدل في ذلك بعدها أمثلة وحجج من القرآن الكريم لفهم معنى القيمة.

أما مفهوم القيم الإخبارية فتعرف بأنها "مجموعة معايير ذاتية وموضوعية غير مكتوبة تفهم من طرف المحترفين في وسائل الإعلام في عملية جمع وانتقاء الأخبار، وتشترك فيها جميع المؤسسات الإعلامية إلا أن الأخذ بها مختلف من مؤسسة إلى أخرى، وتعد بني معقدة لما تحمله من معانٍ إيديولوجية ولأنها أيضاً تخضع لنوعية وأدوات الجمهور مما يعطيها صفة التغيير والتطور" (القيسي، 2013، صفحة 75).

ويرى فاروق أبو زيد أن القيم الإخبارية تعني "مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر الصحفي، وهي خصائص أمكن حصرها تاريجياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون"(أبو زيد، 1998، صفحة 61).

وعلى هذا الأساس عرف هيثم الهيثي الخبر التلفزيوني بأنه "هو الحدث الذي تتتوفر فيه القيمة المرئية (الصحة) بالإضافة إلى قيمة أو أكثر من القيم الخبرية مثل: الاهتمام، القرب، المعلومات، الفورية، التأثير... وغيرها، ويصلح للنقل التلفزيوني فنياً وأخلاقياً"(الهيثي، 2008، صفحة 65).

واستناداً إلى ما سبق يمكننا تعريف القيم الإخبارية بأنها تلك المعايير والأسس التي تضفي أهمية للخبر وتجعله قابلاً للنشر أو البث عبر وسائل الإعلام المختلفة على نحو يلقى فيه اهتمام الجمهور.

#### **أولاً: عناصر القيم الإخبارية بين الأنظمة الليبرالية والاشتراكية**

تحتختلف منظومة القيم الإخبارية بين الأنظمة الليبرالية عن نظيرتها الاشتراكية المطبقة في الدول النامية، وذلك انعكاساً لفلسفتهما السياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية، وفي هذا الإطار سنركز على أكثر القيم الإخبارية توظيفاً ورواجاً في وسائل الإعلام في عصرنا الحالي من خلال ما يلي:

#### **: Timeliness الجدة والآنية**

وتعني مواكبة الأحداث الجديدة وتقديمها لحظة وقوعه، وتسعى وسائل الإعلام على اختلافها إلى إطلاع الجمهور بكل حياثات الخبر بصفة آنية و مباشرة حتى تجعله مواكباً لما يحدث حوله من وقائع، فعامل الزمن يحدد القيمة الإخبارية للحدث؛ لذلك اطلق الروائي الفرنسي أندريه جيد في تعريفه للصحافة من قوله "الصحافة هي كل شيء سوف يصبح غداً أقل إثارة من اليوم" (مينتشر، 2008، صفحة 44).

وتتنافس القنوات الفضائية اليوم على بث الخبر فور حدوثه إلى الجمهور وتحقيق السبق الصحفي في ذلك، غير أنه في كثير من الأحيان يكون ذلك على حساب التأكد من صحة المعلومة ودققتها والأمثلة كثيرة عن ذلك في انتشار الأخبار الكاذبة والشائعات كالقول أن الممثل الفلاني قد مات بينما هو حي يُرزق، مثلما حدث في الكثير من الأحيان مع الممثل الكوميدي عادل إمام وغيره كثير.

#### **: Impact Value قيمة التأثير**

ويعني الأخبار التي تستقطب اهتمام جماهير عريضة من الناس فخبر ارتفاع أسعار مادتي السكر أو الحليب أو ندرتها في الأسواق الجزائرية ارتفعت نسبة تناوله من طرف وسائل الإعلام على عكس خبر آخر يهتم بزيادة أسعار السيارات مثلاً.

#### **: Currency Value قيمة التداول والانتشار**

وهي الأحداث التي تشكل موضوع حديث الناس عنه، وفي بعض الأحيان يبرز موضوع موجود وقائم منذ فترة ويصبح ذو قيمة إخبارية، وكما يقول أحد المؤرخين: "إنها فكرة أتى الوقت المناسب لها" (مينتشر، 2008، صفحة 45).

### قيمة القرب : Proximity Value

يهم الجمّهور بالأحداث الأكثر قرابة منه سواء من حيث القرب الجغرافي أو الزمني أو النفسي، وتختلف هذه القيمة من دولة إلى أخرى، ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً - على الرغم من أنها قد تكون زعيمة للعالم في التكنولوجيات الجديدة -، يتم عرض أقل مستويات محتوى الأخبار الأجنبية في وسائل إعلامها، وأقل مستويات الاهتمام بالأخبار الأجنبية ومعرفتها بين جماهير الدول الصناعية.

على أن هذه القيمة ليست دائماً محدداً رئيسياً لاهتمام وسائل الإعلام بأخبار دون غيرها، فالأزمة السورية على الرغم من أنها تحدث على الأراضي السورية إلا أن العديد من القنوات الفضائية مثل قناة CNN اهتمت بجريات الأزمة وباتت ضمن أولوياتها الإخبارية وذلك لخدمة أجندات سياسية وإيديولوجية في المنطقة.

كما أن التطور التكنولوجي وما أفرزه من تعدد الوسائل الاتصالية، وسرعة وصول الخبر فور وقوعه إلى كل بقاع العالم، جعلت المشاهد يتفاعل ويهتم بأحداث تقع خارج إطاره الزمني، أو الجغرافي، أو السيكولوجي.

### قيمة الغريب أو الشاذ : The Bizarre Value

وهي الأحداث الغريبة التي تخرج عن المألوف في حياتنا اليومية، ولا يمكن تفسير شهية وسائل الإعلام لهذا النوع من الأخبار إلا بأنها استجابة لدافع سيكولوجي لدى الكثير من أفراد الجمّهور، ويمكن وصفها بأنها رغبة في الإثارة الناجمة عن ركود وتكرار الأحداث والمشاهد اليومية (السيد و الشريف، 2005، صفحة 24).

ويهدف التركيز على الأخبار ذات الطابع المثير والشاذ وغير المألوف إلى تحقيق أهداف تجارية عن طريق زيادة التوزيع، لكنه أيضاً يهدف إلى تحقيق أهداف إيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجماهير عن مشاكلهم الحقيقة (ربيع، 2005، صفحة 75).

وقد تعني الإثارة الأخبار التي تختتم بكل ما يثير انتباه الفرد ويستثير عواطفه ورغباته من مغريات الحياة كالجنس والمال وأيضاً الأفعال المنافية للطبيعة البشرية وهذا ما ذهب إليه ذهب ستانلي ووكر محرر

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

صحيفة ذي نيويورك هيرادتريبيون في مطلع الثلاثينات، حينما قال أن الأخبار تقوم على أساس ثلاث حروف "W" وهي النساء women والمال Wampum والأعمال الخاطئة Wrongdoing، وكان يقصد بذلك أن الأخبار تهتم بالجنس والمال والجريمة باعتبارها المواضيع التي يجب الناس أن يقرؤا عنها) ميتشر، 2008، الصفحات 41-42).

ويؤيد ميلفن ميتشر ما ذهب إليه ووكر بإسقاط هذا الطرح على وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة فبالنسبة له ما يزال تعريفه للأخبار صحيحاً، ولكن القصص عن النساء والجنس أخذت تميل إلى الاهتمام بالطلاق والتحرر الجنسي والتختت، كما أن القصص الإخبارية التي تدور حول المال أخذت تتضمن تحليلاً للاقتصاد المحلي وللبنينة الضريبية المفروضة في المجتمع، في حين أن قصص الجريمة أخذت تتضمن آراء عن السن الذي يجب أن يعامل الحدث كمجرم كبير) ميتشر، 2008، الصفحات 41-42.

#### **قيمة الشهرة أو البروز Prominece Value**

وعي الأحداث التي تتناول شخصيات مشهورة وبارزة كشخصيات الرؤساء، الوزراء، المشاهير والنجوم في السينما والتلفزيون والرياضة وغيرهم، طبقاً لقاعدة "الأسماء تصنع الحدث" (ميتشر، 2008، صفحة 44). فالأخبار التي تحوي شخصيات مشهورة تحذب الجمهور إليها أكثر، وتتعدي الشهرة والبروز الشخصيات إلى الأماكن والقضايا والزمن، فمثلاً خلقت قضية التشهير وتشويه السمعة التي رفعها الممثل العالمي جوني ديب Jony Deep ضد طليقته الممثلة الأمريكية امبر هيرد Amber Heard اهتماماً واسعاً من طرف الإعلام الغربي وحتى العربي ولاقت دعماً ومتابعة من الرأي العام العالمي ما جعل الإعلام يتوجه إلى نقل جلسات المحاكمة على وسائلها طيلة مدة المحاكمة.

#### **قيمة الضخامة Amplitude Value**

وتشير قيمة الضخامة إلى جلب اهتمام ومتابعة أكبر عدد من الجمهور، فقد ترتبط هذه القيمة بضخامة الحدث في حد ذاته كتنظيم مباريات كأس العالم، أو بعد الضحايا كانتشار وباء عالمي كوباء كورونا وفتكه ملايين الأرواح على المستوى العالمي. وقد يشملهما معاً (حدث، ضحايا).

ووفقاً لهذه القيمة الإخبارية فإنها تتضمن آثاراً سلبية إذ أن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الأخرى المختلفة غالباً ما تتجاهل الكثير من الأحداث التي تشمل أعداداً ليست كبيرة من البشر، لكنهم في النهاية من حقهم الحصول على تغطية إعلامية لمشاكلهم وقضاياهم، فبعض الشعوب الصغيرة تتعرض لکوارث ومشاكل متعددة دون أن تكتم بهم وسائل الإعلام إلا إذا اتسعت الكارثة لتشمل الكثير من البشر(ربيع، 2005، صفحة 76).

وفي نفس السياق تلعب الأجندة السياسية دورها في إلقاء الضوء على قضايا بعينها وإهمال قضايا أخرى على الرغم من أهميتها كما هو الحال بالنسبة للحرب على غزة والقضية الفلسطينية عموماً والتي تعامل معها وسائل الإعلام الأجنبية وحتى العربية بشيء من السطحية وعدم الاهتمام رغم محورية القضية وضخامة الحدث وما يخلفه من آلاف الضحايا في أواسط الفلسطينيين العزل.

#### **الاهتمامات الإنسانية :humanitarian concerns**

الأخبار التي تتناول الجوانب الإنسانية كالمساعدات والتضامن، والعواطف باختلافها (خوف، حب، كره...) ومثال ذلك ظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر حيث سلط الإعلام الجزائري بنوعيه( العام والخاص) الضوء على هذه الظاهرة باعتبارها ظاهرة إنسانية على وجه خاص، وفي المقابل لاقت اهتمام الجمهور بهذا الموضوع لأنها تمثل شريحة مهمة من المجتمع وخلقت نوعاً من تعاطف الجمهور مع الضحايا من الأطفال وعائلاتهم وكذلك الخوف من تكرار هذا الفعل مع أطفال آخرين قد يكونون أبناءهم، انجر عنه كره هذا السلوك بصفة عامة.

#### **قيمة الصراع :Conflict Value**

يعد قيمة إخبارية باللغة الأهمية تضفي جاذبية على الأخبار، وهو ظاهرة إنسانية أزلية تحدث بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول، ومع التطور التكنولوجي الحاصل وزيادة عدد القنوات الفضائية أصبح الصراع والأزمات الدولية والإقليمية وحتى المحلية تحظى بأهمية بالغة من طرف وسائل الإعلام، بل قد يتعداها في بعض الأحيان لأن تصبح الوسيلة الإعلامية جزءاً من الصراع أو تعمل على تأجيجه بين

الأطراف المتصارعة، فالازمة الخليجية القطرية<sup>\*</sup> التي عرفتها منطقة الخليج (24 ماي 2017) مثلاً كانت فيها قناتي الجزيرة وال العربية أدوات صراغية بامتياز.

#### **الخصوصية الثقافية :Cultural specificity**

الأحداث التي تسجم مع خرائط المعاني Maps of meaning المشتركة بين العاملين في وسائل الإعلام وبين الجمهور تزداد احتمالية وقوع الاختيار عليها لتقديمها في الأخبار، وهذا يعكس نوعاً من التحيز العرقي Ethnocentrism، وهذا التحيز يعطي الأولوية للأخبار التي تتحدث عن أشخاص مثلنا على حساب أخبار الناس "الذين يعيشون حياة مختلفة عنا".

#### **قيمة السلبية Negativity Value**

الأخبار السيئة تكون مفضلة عادة عن الأخبار الطيبة، وذلك أن الأخبار السيئة تكون أكثر توافقاً مع العوامل الأخرى السابق ذكرها. وكما يقول مارشال ماكلوهان Marshal McLuhan فإن "الأخبار الجيدة الوحيدة التي تنشرها الصحف هي الإعلانات" (ستيوارت، 2007، صفحة 125).

ويرى أحمد السمان أن القيم السابق تناولها تعطي جانباً كبيراً من العوامل والمعايير التي تحدد ما إذا كان موضوعاً ما سيحظى بالنشر، ولكنها لا تقدم تفسيراً كاملاً للتناقض أو الاختلاف وعدم الاتساق في نشر الموضوعات الإخبارية داخل المؤسسة الإعلامية الواحدة، أو بين المؤسسات الإعلامية المختلفة (السمان ، 2019، صفحة 50).

#### **ثانياً: القيم الإخبارية في الدول النامية**

تركز القيم الإخبارية في دول العالم الثالث على ما يحمله الخبر من مضامين تنموية في مقدمة معايير اختيار وأهمية نشر الأخبار، وكذلك المسؤولية الاجتماعية واستحضار الواقع الثقافي والاجتماعي والاقتصادي السياسي في المجتمع لدى القائم بالاتصال عند إعداد رسالته الاتصالية لتعزيز التكامل والشعور الوطني لأبناء المجتمع وخاصة في الدول المستقلة حديثاً.

\* تعد الأزمة الخليجية القطرية امتداد لصراع خليجي قطري قديم على خلفية موقف قطر وسياساتها الخارجية ودور إعلامها خاصة قناة الجزيرة، وقد تجددت هذه الأزمة فجر 24 ماي 2017 من خلال حملة إعلامية منهجة استهدفت قطر عقب تصريحات نسبت إلى أمير دولة قطر لتردد هذه الأخيرة بأنه جرى اختراق وكالة الأنباء القطرية وأن الأمير لم يقدم أي تصريح أو خطاب في هذا اليوم (23/ماي)، تلتها الإعلان عن قطع العلاقات الدبلوماسية لكل من السعودية، الإمارات، والبحرين لتعلق بها دول أخرى، كما تصاعدت الأزمة لتصل إلى حد غلق هذه الدول لمجالهم الجغرافي أمام قطر ومحاصرتها اقتصادياً.

## **المبحث الثاني: مصادر الأخبار في عصر البث الرقمي**

**تمهيد:**

لم يعد تقسيم مصادر الأخبار إلى مصادر رئيسية أو رسمية وأخرى ثانوية مجدياً بعد ظهور الانترنيت و ما تبعه من ظهور مصادر جديدة للأخبار من خلال مختلف التطبيقات والمنصات الاجتماعية التي باتت تزود الجمهور بمختلف الأخبار والمعلومات في آنها بغض النظر عن مدى مصداقيتها وصحتها بل إنها أصبحت في الكثير من الأحيان تنافس المصادر التقليدية للخبر، وتفاوت اعتماد مختلف المؤسسات الإعلامية عليها كمصدر لأخبارها بعد غربتها والتأكد من صحتها. لذلك قمنا في هذا المبحث بتقسيم مصادر الأخبار التي تعتمد عليها القنوات الفضائية إلى مصادر تقليدية كوكالات الأنباء، المراسلون المندوبون، وسائل الإعلام الأجنبية وأخرى غير تقليدية كالإنترنيت والمصادر الجديدة للأخبار مثل: منصات التواصل الاجتماعي، المدونات الإلكترونية، الواقع الإخبارية، المواطن الصحفي.

### **المطلب الأول: حارس البوابة ودوره في فلتة الأخبار**

تخضع الرسالة الإعلامية قبل أن يتم عرضها لمجموعة من المراحل المتعلقة بانتقاء المادة الإعلامية وتحديد مدى صلاحيتها للبث أو النشر وفق ما تقتضيه سياسة الوسيلة الإعلامية، ويمارس هذه المهمة الصحفيون وحراس البوابة الإعلامية من خلال تحديد أولويات وطرق عرض المادة الإعلامية، إلى جانب عملية التنقية التي قد تشمل إضافة أو حذف أو تعديل معلومات معينة، وتمثل هذه العملية جوهر نظرية حارس البوابة.

وقد نشأت هذه النظرية في سبعينيات القرن الماضي على يد العالم النمساوي كيرت لوين (Kurt Lewin) والتي استند فيها على الأبحاث الأمريكية القائمة على دراسة القائم بالاتصال، ومفهوم نظرية حارس البوابة يشير إلى "سيطرة القائم بالاتصال على مكان استراتيجي يمنحه سلطة اتخاذ القرار بشأن

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

المضامين الإعلامية التي تتوافق عليه وذلك بتقييمها أو تعديلها ومن ثم السماح أو عدم السماح لها بالمرور إلى الجمهور"(المزاهرة ، 2012، صفحة 267).

ويمكن اعتبار عملية حراسة البوابة بأنها إعادة بنا الهيكل الجوهرى للحدث وتحويله إلى رسالة(عكاك، 2012، صفحة 192).

ويصف دافيد وايت الصحفي بأنه "حارس البوابة" الذي يأخذ من تدفق الأحداث والخطابات الأكثر أهمية؛ التي تصل إليه ليعيد نقلها إلى الجمهور(Derville, 1999)، وبذلك فإن وايت يشير إلى نقطة مهمة في هذا التعريف تتعلق بانتقائية و اختيار الخبر بناء على درجة أهميته للجمهور فليس كل خبر صالح للنشر، لكننا قد نتصادف بأخبار ذات أهمية قصوى للجمهور لا يتم تناولها في هذه الوسيلة أو تلك أو يتم تحجيمها وفقاً لمتطلبات السياسة التحريرية، وبالتالي فإن حارس البوابة يراعي في الرسالة الإعلامية مدى توافقها مع قناعات وتوجهات المؤسسة أيضاً.

ولا يعتبر الصحفي في نظر الباحثان (Jean Charron, Jean de Bonville) المسؤول النهائي عن النص الصحفي أو المادة الإخبارية ككل، بل هو ثمرة عمل جماعي محكم يتلقى بموجبه الصحفي مهامه من مدير التحرير، ليسلم نصه إلى أمانة التحرير التي تتولى مهمة بتره وتمبيعه وتعديلها وإعطائه العنوان المناسب(Charron & Bonville, 2002). ويحيلنا هذا الرأي إلى تعقيد عملية حراسة البوابة وتكامل أدوار القائمين بالاتصال فيها، إذا تفاعل فيها مجموعة من الأطراف والمئيات التحريرية إلى غاية خروج المنتج الإعلامي في صيغته النهائية.

ومن خلال ما سبق يمكننا استنباط وظيفة حارس البوابة في الآتي:

1. الحفاظ على توجه السياسة التحريرية للقناة أو الوسيلة الإعلامية متضمناً في المضامين الإعلامية.
2. تصحيح المادة الإعلامية تصحيحاً لغوياً تجنبًا للركاكة في الصياغة أو البناء اللغوبي، خاصة عندما يتعلق الأمر بالصحفيين المبتدئين أو حديسي التوظيف .
3. التأكيد على أهمية الحدث من خلال التوسيع فيه وإعطائه مساحة أكبر في المعالجة والتناول.
4. إعادة هيكلة المادة الإعلامية سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل أو التفخيم بما يتلاءم مع قناعات المؤسسة.

ومن جهة أخرى يعتقد عبد الله الغذامي ما يمارسه حرس البوابة من رقابة على المحتوى الإعلامي ويصفها بعمل "المصفاة الذهنية لفعل المشاهدة" من خلال تنصيب أنفسهم لدور تقرير وتحديد ما يجب وما لا يجب عرضه على التلفزيون، وما يجب مشاهدته وما لا يجب، وكأنهم بذلك يمارسون فعل الوصاية على احتياجات وأذواق الجمهور ويقررون بدلاً عنه في تحديد ما يريدون مشاهدته، حيث يعمدون في ذلك إلى الإبقاء على مواد معينة ومنع أخرى من خلال سياسة الحجب(الغذامي، 2005، الصفحات 16-17).

#### **حرس البوابة في ظل البيئة الرقمية**

ويطرح تواجد حرس البوابة عدة تساؤلات جوهرية حول مدى صموده وبقاء وظيفته في وسائل الإعلام التقليدية في ظل البيئة الرقمية، وما أ beneathه من تعدد الوسائل الإلكترونية وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ بات من الصعب على ضبط المحتوى الإعلامي والتحكم في مضمونه، لذلك ظهر اتجاهين في دراسات القائم بالاتصال؛ أحدهما يلغى دور حرس البوابة لانتفاء سبب وجوده خاصة مع تدفق المعلومات وتواتر الأخبار المتتسارع مما تحجبه وسيلة إعلامية عن جمهورها تكشفه وسائل التواصل الاجتماعي في حينه ودونما أي تعديلات أو تفريح، بل إن الجمهور بات طرفاً في الرسالة الإعلامية و شاهداً عليها من خلال التوثيق البصري للأخبار ونقلها.

وما يثبت صحة هذا الطرح انتشار البرامج التافهة على أكبر الشاشات التلفزيونية العربية والخليجية التي تعتمد على قياس نسب المشاهدة لا على جودة المحتوى و漫فعته للجمهور، حيث يجري الترويج له عبر منصات التواصل الاجتماعي من طرف القناة نفسها أو من طرف الصحفي مذيع البرنامج. ونفس الأمر ينطبق على ما يسمى بمحتويات المؤثرين الاجتماعيين على ذات الوسائل والتي باتت تنشط دون رقيب أو حسيب عن جدوٍ وفائدة هذه المحتويات بالنسبة للجمهور، لتصبح أمام حرس بوابة وحيد يتمثل في الملتقي الذي يملك حرية متابعة هذا البرنامج أو ذاك.

أما الطرح الثاني فيرى أن وظيفة حرس البوابة ما تزال قائمة وإن اختفت سياسات توظيفها في البيئة الرقمية، فهم إما يقومون باختيار ذات المادة التي يتم بثها في وسيلة الإعلام التقليدية وبثها على مختلف الوسائل الاجتماعية بتسهيل عملية تلقي المعلومات وإتاحتها ويقومون بنفس المهام التي يقوم بها حرس البوابة في البيئة التقليدية (مكيري، 2018).

وبالتالي فإن التطورات التكنولوجية والتدفق المعلوماتي قد حدّ من فعالية سلاسل حرس البوابة التقليديين لكنه لم يلغ دورهم لاتباعهم بفواضل اقتصادية واجتماعية وسياسية تسعى للحفاظ على أدواتها الإعلامية في السيطرة والضبط وحجب المعلومات التي لا يُراد لها النشر(مكيري، 2018).

وبناءً على ما سبق يمكننا القول أنه يتوجب على حارس البوابة التقليدي أن ينفتح ويتكيف مع البيئة الرقمية بشكل أكبر من خلال الترويج للمحتويات والبرامج الإعلامية عبر هذه البيئة بالاستفادة منها في توسيع جمهور البرنامج أو القناة، والتعرف على ما يريد الجمهور من خلال سبر الآراء الإلكتروني بغية كسب رضاه بتقديم محتويات وبرامج هادفة لا تخرج عن إطار وظائف الإعلام المسؤول والمأذوف.

#### **المطلب الثاني: مصادر الأخبار التقليدية**

عرفت اليونيسكو وكالات الأنباء بأنها "مؤسسات تملك إمكانية واسعة لاستقبال أخبارها ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار لعدد كبير من دول العالم، كما تستخدم عدداً كبيراً من المحررين في مراكزها الرئيسي لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمية والمحلي وإرسلها بأسرع وقت ممكن إلى مكاتب الوكالات في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون بالخارج المشتركة فيها مباشرة".

وتعد وكالات الأنباء مصدراً مهماً للأنباء لمختلف وسائل الإعلام من صحف وإذاعة وتلفزيون، تكمن مهمتها في جمع الأخبار من مختلف مناطق العالم من طرف مراسليها، وتعيد صياغتها وبيعها لمختلف وسائل الإعلام، حيث أن التطور التكنولوجي الحاصل لم يؤثر على دورها بل أكسبها المزيد من التوسع عبر مختلف وسائل الإعلام بفضل تقنية الصورة.

وتصنف وكالات الأنباء إلى عدة تصنيفات من بينها التصنيف الذي يقوم على الحجم وينقسم إلى الوكالة الكبيرة والوكالات الفرعية، وهناك التصنيف حسب النطاق الجغرافي والذي ينقسم إلى: وكالات أنباء عالمية، وكالات أنباء إقليمية، وكالة أنباء وطنية، وفي هذه الدراسة سيتم تصنيف الوكالات إلى وكالات الأنباء العالمية بنوعيها (الصحفية، المصورة)، ثم الوكالات العربية ذات البعد الإقليمي والوطني، وفي الأخير نتناول وكالات الأنباء الإلكترونية.

#### **أولاً - أشهر وكالات الأنباء العالمية**

تعد وكالات الأنباء العالمية الكبرى، ومعهاوكالات الإخبارية الأخرى التي انبثقت من شبكات التلفزة والفضائيات، مصدراً مهماً ورئيسياً للأخبار والمعلومات، وتعد حارس البوابة أيضاً، بعد أن تبُوا هذه المؤسسات مركز الصدارة في تغطية الأحداث الساخنة ومتابعتها عبر شبكتها ومراسليها في مختلف أنحاء العالم لتشكل رؤى المستفيدين من خدماتها المتنوعة (مراد، 2014، صفحة 317).

وتتمتع هذه الوكالات بنفوذ سياسي واقتصادي كبير بفضل انتشارها عبر مختلف مناطق العالم الكبرى واحتكارها للإعلام بجانب وظيفتها الإخبارية، ومن أشهر هذه الوكالات نجد:

#### **وكالة رويتز :**

يعود تأسيس وكالة رويتز إلى أكتوبر 1858 عندما افتتح المهاجر الألماني جوليوس رويتز مكتباً له في لندن. ولعبت رويتز دوراً أساسياً في بدایتها في نقل أخبار ومعلومات أسواق المال بين لندن وباريس مع تركيز خاص وكبير على كل الأخبار الاقتصادية، وبعد وقت قصير من بدایتها، أصبحت الوكالة مصدراً رئيساً للأخبار وتوسعت خدماتها وحققت الوكالة العديد من النجاحات في تغطيتها الإخبارية.

ويعتمد موقف رويتز كمؤسسة إخبارية رائدة على أربعة عناصر للقوة (ماكفيل، 2012، صفحة 280):

1/ شبكة أخبار ومعلومات دولية تُعرف بسرعتها ودقتها وحاليتها.

2/ شبكة اتصال متطرورة باستمرار وخط إنتاج يتميز بالجودة والاتساع.

3/ دعم مالي شامل لتغطية الأوقات والأحداث الراهنة ولتوفير المعلومات التاريخية المطلوبة.

4/ سمعة دولية معترف بها إلى جانب تطورات وتطبيقات تكنولوجية متواصلة.

واليوم تقدم رويتز إلى أسواق المال العالمية وإلى وسائل الإعلام تنوعاً واسعاً من المعلومات والأخبار، ومن بينها بيانات على مدار الساعة عن أسواق المال والأعمال، وعن الاستثمارات بأشكال وأساليب مختلفة، فهناك المعلومات النصية والرقمية ومعلومات على شكل رسوم وأشكال بيانية ومعلومات وأخبار

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

مصورة وفيلمية، ويقدر عدد المستفيدين من خدمات رويتز حول العالم بحوالي نصف مليون شخص، وهم ينتمون إلى قرابة 60000 مؤسسة.

#### **وكالة الأنباء الفرنسية :AFP**

ثالث أكبر وكالة أنباء دولية في العالم، مقرها في العاصمة الفرنسية باريس، تأسست عام 1865 تحت اسم هافاس؛ نسبة إلى مؤسسها شارل هافاس، وكانت تستهدف تقديم أخبار فرنسا إلى الجمهور الأجنبي، وتم تغيير تسميتها إلى وكالة الأنباء الفرنسية بعد الحرب العالمية الثانية التي كان معروفاً عنها فيها تعاونها مع الاحتلال النازي، ولها حالياً مكاتب في 150 دولة، وتبث أخبارها بالعربية والفرنسية والإنجليزية والألمانية والاسبانية والبرتغالية(السمان ، 2019، صفحة 65).

#### **وكالة أنباء أسوشيد برس The Associated Press**

هي وكالة إخبارية غير ربحية، يقع مقرها في نيويورك ، تعود نشأتها إلى منتصف القرن التاسع عشر، حيث قررت ست صحف من مدينة نيويورك التعاون لمواجهة تكاليف استخدام التلغراف ومواجهة تدفق الأخبار، فكانت ولادة أسوشيد برس في ماي 1948. وتشترك في ملكية هذه الوكالة والسيطرة عليها في الوقت الراهن قرابة 1550 صحيفة(ماكفيل ، 2012، صفحة 282).

وفي الوقت الراهن، تتبع وكالة أسوشيد برس أخبارها وصورها وخدماتها الصحفية إلى ما يقرب من 8500 مشترك دولي، وتترجم مادتها الصحفية تلك إلى ست لغات عالمية. وحصلت الوكالة سبعة وعشرين جائزة من جوائز البوليتزر Pulitzer Prizes في مجال الصورة بشكل لم تتحققه أي مؤسسة إخبارية أخرى(ماكفيل ، 2012).

#### **وكالة يونايتيد برس انترناشيونال United Press International**

تأسست هذه الوكالة على يد E.W.Scripps في عام 1907 لتعطية الأحداث حول العالم، وفي 1935 أصبحت أول وكالة إخبارية عالمية تزود محطات الراديو بالأخبار. وأكتسبت صفتها الدولية في عام 1958، بعدما اتحدت مع خدمات الأخبار الدولية لRandolf Hearst هيرست ليصبح اسمها وكالة يونايتيد برس انترناشيونال.

وفي ثمانينات القرن الماضي كانت الوكالة الأولى من نوعها في مجال صناعة الأخبار التي تتيح للمشتراك في خدماتها اختيار الأخبار التي يريد حسب الموضوعات التي يهتم بها بدلاً من تقديم أخبار وموضوعات عامة ومتعددة يقوم المستهلك بفرزها في مرحلة تالية، واستطاعت الوكالة في 1995 تطبيق نظام النقل الفضائي العالمي لخدماتها الذي قضى على اعتماد الوكالة - لفترة طويلة - على خطوط الهاتف الأرضية في نقل الأخبار(ماكفيل، 2012، صفحة 286).

وللوكالة حالياً (100) مكتب داخل الولايات المتحدة (528) مكتباً في دول العالم الثالث، ومعدل البث اليومي لها (14) مليون كلمة وتبث أخبارها بخمسين لغة وتعمل لمدة 24 ساعة (مداد، 2014، صفحة 324).

وإلى جانب هذه الوكالات الكبرى التي تسيطر بصفة شبه مطلقة على التدفق الدولي، نجد وكالات الأنباء الأخرى مثل وكالة تاس وستاندرد رويترز، وكالة الأنباء الصينية ووكالة نوفوستي ووكالة الأنباء الألمانية ووكالة الأنباء الإسبانية.

#### **3/ وكالات الأنباء العالمية المصورة**

##### **الوكالة الانجليزية " فير نيوز " Vis News**

أنشئت عام 1957، ومقرها في لندن، وهي هيئة تجارية تقدم خدمات إخبارية عالمية، تملكها هيئات الإذاعة: البريطانية والكندية والاسترالية والنيوزيلندية، ووكالة رويتز، لها مكاتب فرعية في جميع أنحاء العالم، وقد بدأت تبيع خدماتها للمؤسسات التلفزيونية المختلفة منذ 1954 وأقامت نقاطاً لجمع الأنباء في العديد من الدول الآسيوية والأمريكية والافريقية.

##### **وكالة يونايتد برس أنترناسيونال لأنباء التلفزيون (UPITN)**

هي أول وكالة أنباء فيلمية في العالم تأسست عام 1952، اتخذت في بدايتها نيويورك مقراً لها، ولها عشرات المكاتب موزعة في جميع أنحاء العالم، وشبكة مكونة من مئات المراسلين، اعتمدت على الشحن الجوي في توزيع أنبائها ثم حلت الأنظمة الالكترونية محل الشحن الجوي وبدأت بنقل أخبارها إلى أوروبا الشرقية والغربية من خلال تبادل اليورفيزيون والانترفيزيون، ثم استخدمت الأقمار الصناعية لنقل حقائبها

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

الإخبارية والفيلمية إلى مختلف بلدان العالم. ولا تقتصر خدمات هذه الوكالة على الأخبار وإنما تتعداها إلى الخدمات الأخرى مثل إنتاج الأفلام التسجيلية والبرامجية وإنتاج الأفلام الخاصة بالمشتركيين.

#### **ثالثاً - وكالات الأنباء العربية**

تتميز وكالات الأنباء العربية باتساع نطاق التعاون والتبادل في ما بينها على نحو يفوق التعاون والتبادل القائم بين الوكالات الوطنية في أماكن أخرى من العالم، لثلاثة أسباب رئيسية هي: اللغة المشتركة، والعلاقات الخاصة بين الأقطار العربية، والوضع في منطقة الشرق الأوسط والقضايا المصيرية التي يشيرها(الجمال ، 2004، صفحة 91).

ويوجد حالياً اثنى عشر وكالة أنباء عربية حكومية إلكترونية في الشبكة، تقدم خدمات إعلامية مختلفة مثل: برقيات الأنباء، تقارير إخبارية، عناوين الصحف المحلية، صور (كافي، 2015، صفحة 70).

وقد أدى ظهور وكالات إلكترونية إلى بروز إشكال مهم هو أن وسيلة الإعلام هذه تعتمد أساساً على بيع المواد الإعلامية "الخام" لجهات عديدة، وبالتالي كيف ستوفق بين ضرورة عرض أحدث ما لديها من مواد إخبارية مجاناً على موقعها دون أن تخاطر بفقدان زبائنها(كافي، 2015، صفحة 70).

كما نشأت في السياق عينه وكالات إخبارية متخصصة ببيع الصور وتسجيلات الفيديو، كوكالة (Citizenside) للصور الفوتوغرافية التي تؤدي دور الوسيط بين الوسائل الإعلامية والأفراد، وبعد أن يلتقط المواطنون بهواتفهم النقالة أو كاميراتهم الرقمية الصور الثابتة أو المتحركة المرتبطة بحدث معين، تقوم الوكالة بالاتصال بوسائل الإعلام الراغبة في شراء تلك الصور(نجم، 2017، صفحة 279).

#### **ثانياً: المندوبون والمراسلون**

#### **1/ المندوب الإخباري**

هو المراسل الذي يعمل في المؤسسة الإعلامية داخل أرض الوطن، ويشمل عمله تقديم الحقائق المتصلة بالحدث من خلال الملاحظة المباشرة، والبحث عن معلومات إضافية من المصادر المعتمدة، التي تقدم

معلومات أكثر عن هذا الحدث حتى تتضح الحقيقة كاملة، ثم يبدأ المندوب في كتابة القصة الإخبارية، ويستخدم في ذلك كل الوسائل الكافية بمحب انتباه الجمهور للأخبار (روبرت، 2003، صفحة 149).

ويجب أن تتوفر في المندوب عدة شروط منها (إبراهيم، 1998، صفحة 34):

- الثقافة الواسعة وحب الاستطلاع ومعرفة كل شيء في مجال تخصصه.
- الحس الصحفي العالي الذي يجعله يعرف مكان الخبر ويسعى إليه.
- سرعة الحركة وقوة الالاحظة وسرعة البديهة.
- الصياغة الدقيقة للخبر.

## **2/ المراسل الخارجي**

يشكل المراسل الحلقة الأولى في صناعة الأخبار، فهو الذي يهيئ المادة الأولية للأخبار ولذلك يعد عنصراً أساسياً في صناعة الأخبار المعقّدة والتي دخلت فيها فنون ومعارف متعددة وأصبحت تستخدم فيها وسائل إلكترونية متطورة وأساليب فنية حديثة جعلتها صناعة مميزة في عالم المعلوماتية والخبر المثير، إنها بالأحرى صناعة الرأي العام (جود، 2001، صفحة 29).

ومن خلال المراسل الخارجي، يمكن للقناة الإذاعية أو التلفزيونية أن تنفرد بتقديم أخبار معينة، كما أنه يتناول الأخبار حسب سياسة القناة التي يتبعها، ويندها بالأخبار والتفاصيل التي قد تحملها وكالات الأنباء، بل ويفادى التحيز الذي قد تقع فيه هذه الوكالات (عبد العزيز، 2015، صفحة 67).

وتكون صعوبة مهنة المراسل الصحفي وأهمية العمل الإعلامي الذي يقوم به في ظروف عمله التي كثيرة ما تكون صعبة للغاية في العديد من المناطق التي تشهد حروب ونزاعات تصل أحياناً إلى حد الموت أو الاعتقال، فكثيراً ما نسمع خبر اعتقال مراسل صحفي أثناء تواجده في موقع النزاع، كما هو الشأن عندما تم اعتقال وسجن المراسل الصحفي سامي الحاج أثناء تغطيته للعدوان الأمريكي على العراق لصالح قناة الجزيرة. وفي نفس السياق قامت أيضاً السلطات المصرية باعتقال مراسلي عدة قنوات أثناء الحراك الشعبي الذي عرفته مصر مطلع 2011.

وقد تتجاوز المخاطر التي يتعرض لها المراسلون حدود الاعتقال والسجن أو الاعتقال إلى الاغتيال والقتل بأبشع الطرق مثلما حدث للإعلامية شيرين أبو عاقلة مراسلة قناة الجزيرة إلى فلسطين المحتلة، والتي اغتالتها الكيان الصهيوني بتاريخ الحادي عشر من ماي 2022 أمام مرأى كاميرات العالم، وأنباء تأدية مهامها وتغطيتها للاقتحام الإسرائيلي لمخيم جنين.

وبغض النظر عن هذه الصعوبات والعرقل التي تعترضهم، إلا أن ذلك لا يمنع من أداء مهامهم باحترافية وقدرات ومهارات عالية نابعة من حبهم لعملهم من جهة وإجادتهم لقواعد وأساليب العمل الإعلامي المحترف، وفي هذا الإطار يلخص أندرو ويتهيد Andrew Whitehead المهارات الواجب توفرها في المراسل الصحفي بقوله: "عليك أن تمتلك موهبة التعرف على القصة الخبرية الجديدة، وأن تكون قادراً على شرحها لأناس لا يعرفون شيئاً عن الدولة التي وقعت فيها، وعليك أيضاً البحث عن القصة الخبرية التي تعكس جانباً من التوترات الاجتماعية في ذلك البلد وعليك الاهتمام أيضاً بالبحث عن إجابات عن نوعية اللقطات التي أحتج إليها لتصوير جوانب القصة الخبرية؟"

#### **3 / وسائل الإعلام الأجنبية**

تمثل وسائل الإعلام الأجنبية بمختلف أشكالها التقليدية (صحف، قنوات إذاعية وتلفزيونية) والمجددة كالصحف الإلكترونية والواقع وغيرها من الوسائل الرقمية مصدرًا مهمًا للأخبار إذا تبرز أهمية وسائل الإعلام الأجنبية كمصدر للأخبار والمعلومات في كونها لسان حال الدول التي تصدر منها من حيث معرفتها وإلمامها بالوضع الداخلي لتلك الدول والمجتمعات، ويعاظم دورها في ظل عدم وجود مراسلين خارجين يمثلون الدولة المستفيدة من الأخبار.

كما تعبّر وسائل الإعلام الأجنبية عن مواقف وأراء مختلف القوى والقوى السياسية الرسمية الصادرة عن الدولة أو الحكومة، وغير الرسمية المؤثرة كالجماعات الضاغطة من مختلف القضايا ذات الاهتمامات المشتركة، كأن يقوم الإعلام الجزائري بالاعتماد على القنوات الإخبارية الأمريكية كمصدر للأخبار والمعلومات بهدف التعرف على مواقف القوى الرسمية وغير الرسمية في الولايات المتحدة الأمريكية من قضية الصحراء الغربية مثلاً.

### **المطلب الثالث: الإنترنيت والمصادر الجديدة للأخبار**

تعتبر الإنترنيت مصدراً مهماً من مصادر الأخبار سواءً لوسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، أو للجمهور، بل وصل الأمر إلى حد المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدي ممثلاً في الإذاعة والتلفزيون ونظيره الإلكتروني من خلال الواقع والمنصات الإلكترونية كالمدونات ومنصات التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن؛ الأمر الذي ساهم في خلق نموذج اتصالي تشاركي جديد يرتكز على تداول المعلومات بشكل أفقى، حيث بات الجمهور هو الآخر منتجاً ومصدراً فاعلاً للأخبار، إلا أنه في ذات الوقت مسّ صلب الرسالة الإعلامية القائمة على المصداقية والموثوقية في نقل الخبر والتأكد من مصدره وصحته.

وفي هذا الاطار يلخص عمار ياسر واقع وأفق الإعلام بقوله "أنا أصبحنا إعلامياً أمام هرم مقلوب في ظرف أقل من قرن، فبعد أن كانت الصحافة في سنة 1916 هي وسيلة الاتصال الجماهيري، ثم الإذاعة فالتلفزيون، هنا نحن اليوم أمام هرم مقلوب لنجد الصحافة المكتوبة في أسفل الهرم وشبكة الإنترنيت أعلىه" (ياسر، 2020، صفحة 161).

#### **أولاً: المدونات الإلكترونية**

تعرفها شبكة مايكروسوفت بأنها "صحف ويب شخصية، يتم تحديثها باستمرار، وتساعد الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقية، وتزيد من قدرة الناس على التشارك في الأفكار والمعلومات على المستوى العالمي" (العلي ، كافي ، و أحمد، 2016، صفحة 229).

كما ثُرِفَ بأنها فضاءً إلكترونيًّا للكتابة، يتناول السير الذاتية للأشخاص والأحداث والرأي على اختلاف توجهات المدونين السياسية أو الذاتية، حيث يُعتبر فضاءً منافساً للصحافة المكتوبة بفضل هامش الحرية الذي يمارسه المدونون على هذه المدونات عكس ما يعرفه واقع الكتابة على الصحف من رقابة وتضييق (ياسر، 2020، صفحة 259).

وطبقاً لمعظم المصادر المختصة بتاريخ ونشأة التدوين عدّت أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001 السبب الرئيسي في إقبال الأفراد على ظاهرة التدوين تعبيراً عن مشاعرهم ضد الهجمات الإرهابية التي

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

عرفها مركز برج التجارة العالمي بنيوورك في الولايات المتحدة من جهة ومحاولة الوصول إلى المعلومات التي تحجبها عنهم وسائل الإعلام العتيدة من جهة ثانية (العلي ، كافي ، وأحمد، 2016، صفحة 193).

ويصنف دير ستاين (العلي ، كافي ، وأحمد، 2016، صفحة 234) المدونات حسب المضمون في خمسة أنواع:

- **المدونات الشخصية للأخبار والآراء:** وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملية التواصل الإخباري المتعلقة بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.

- **مدونات الأخبار والتعليقات:** تكتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالباً ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.

- **مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.**

- **مدونات المال والأعمال والمهنية:** وتشمل مدونات المديرين ومساعديهم.

- **المدونات المؤسسية الداخلية:** لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

#### **ثانياً: منصات التواصل الاجتماعي**

تعد منصات التواصل الاجتماعي أحد أشكال التواصل الإلكتروني المعاصر الذي يتزايد استخدامه بشكل مضطرب ساعدها في ذلك خصائصها ومزاياها التقنية والاجتماعية المتنوعة كالتفاعلية وسهولة الاستخدام، ومن بين هذه الواقع شهادة واستعمالاً نجد؛ منصة فيسبوك، اليوتيوب، منصة اكس (X)، أنستغرام وغيرهم.

وقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية تعبئة الرأي العام بتجاه قضايا سياسية واجتماعية أساسية، ومكنت مؤسسات المجتمع المدني من التفلت من رقابة السلطات الحاكمة، والتواصل مع الجماهير، من دون الحاجة للمرور بفلاتر الإعلام التقليدي الذي تسيطر عليه غالباً السلطات القائمة(نجم، 2017، صفحة 279).

#### **ثالثاً: الواقع الإخبارية**

تعد الواقع الإخبارية (User Generated News) التساهمية موقع شبيهة بالصحف التقليدية الورقية والإلكترونية، ولكن الاختلاف هو في هوية من يشارك في محتواها ويحرر مضمونها، ويقوم المواطنون العاديون الموزعون على مناطق مختلفة بتحرير مضمون هذه الواقع، وهم في الأغلب متقطعون وهوادة لمهنة الصحافة(نجم، 2017، صفحة 275).

#### **رابعاً: صحافة المواطن**

ارتبط ظهور مفهوم صحافة المواطن بالتطورات التكنولوجية الخاصة في مجال الإعلام والاتصال والتي قلبت المشهد الإعلامي من مركزية الوسيلة الإعلامية ومحورية القائمين بالاتصال الصحفيين كمصدر أوحد للأخبار والمعلومات إلى مركزية الجمهور الذي أصبح ينافس في الكثير من الأحيان مختلف وسائل الإعلام في إنتاج المحتويات الإعلامية وتحقيق السبق الصحفي.

وتتبادر المصادر الإعلامية في بيان الميلاد الحقيقي لصحافة المواطن فمنهم من يربطها بأحداث الحادي عشر سبتمبر 2001 ومنهم من يرجعها إلى ما قبل ذلك أثناء التحضير للانتخابات الأمريكية الرئاسية عام 1988، حين اعترض مجموعة من الناخبين الأمريكيين التعاطي مع الوسائل التقليدية ووصفوها بعدم الموثوقية ومقاطعتهم الانخراط في العمل السياسي ليجد الصحفيون أنفسهم أمام خيار الانضمام إلى مجموعة مواطنين للتعرف على آراء وتوجهات الناخبين فيما اصطلح على تسميته بصحافة العموم(نجم، 2017).

فيما يرى آخر ارتباطها باعصار تسونامي جنوب آسيا سنة 2005 حين حللت كاميرات وهواتف المواطنين الذكية مكان المراسلات الصحفية ليتولى المواطنون مهمة توثيق هذه الكارثة صوتاً وصورة وبتها عبر مختلف المنصات الاجتماعية.

أما على المستوى العربي فيمكن القول أن صحافة المواطن انتشرت بشكل ملحوظ مع ميلاد ما اصطلح عليه من طرف الباحثين والإعلاميين بـ"ثورات الربيع العربي" والتي وضعت القنوات الفضائية العربية أمام تحفظ مهني من الاعتماد على المواطنين الصحفيين في تغطية هذه الأحداث لتسسلم في الأخير للأمر الواقع خاصة مع تصاعد وتيرة الثورات وطرد العديد من الدول العربية للصحفيين الخارجيين

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

كما حدث مع صحفيي قناة الجزيرة الذين جرى اعتقال الكثيرين منهم وطرد آخرين أثناء تغطيتهم للحراك الشعبي في مصر.

وبناءً على ما سبق يمكننا القول أن صحفة المواطن باتت اليوم مصدراً مهماً للأخبار من خلال علاقتها التفاعلية والتبادلية مع وسائل الإعلام التقليدية وفي مقدمتها المحطات الفضائية، حيث سمحت هذه الأخيرة بتوسيع حدود الممارسة الإعلامية وتعددية مصادرها.

كما أسهمت في تقريب المعلومة من الصحفي فبدلاً من أن يبحث الصحفي عن المعلومة، أصبحت المعلومة تأتيه وهو في غرفة التحرير، وما عليه إلا التأكد من مصادقيتها وموثوقيتها، فالكثير من مقاطع الفيديو والمواضيع المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي خاصة ما تعلق منها بالجانب الإنساني والاجتماعي والتي شكلت في الكثير من الأحيان مادة دسمة لوسائل الإعلام التقليدية في تسليط الضوء عليها والتوصّل إلى معالجتها والأمثلة كثيرة على ذلك.

وعلى صعيد آخر تواجه صحفة المواطن عدة تحديات مهنية وأخلاقية تجعل من الصعوبة بما كان الاعتماد عليها كمصدر للأخبار مالم يتم تأكيدها، فقد تحوي هذه الصحافة في طياتها أخباراً كاذبة أو إشاعات وقد تكون لأسباب مغرضة ومجهولة المصدر.

## **المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على جودة الأخبار**

### **تمهيد**

تحضر صناعة الخبر إلى مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، وكذا الاجتماعية التي تؤثر على القائم بالاتصال في مجال عمله بما يعكس على جودة محتوى الخبر أو المادة الإخبارية من ناحية كيفية صياغتها وتوجهها وتلبيتها لحاجات الجمهور المتلقى، ونكتفي في هذا المبحث بالطرق إلى بعض العوامل التي يظهر تأثيرها جلياً على صناعة الأخبار سواء في المجال المؤسسي للقائم بالاتصال كالسياسة التحريرية وعلاقتها بجماعات العمل أو مختلف العوامل الخارجية التي ت تعرض هي الأخرى عمل القائم بالاتصال في طريقة انتقاءه للأخبار كالعوامل السياسية والقانونية والاقتصادية، ناهيك عن القيم الاجتماعية السائدة في مجتمع ما ومتطلبات الجمهور، والخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال.

### **المطلب الأول: العوامل الداخلية**

#### **أولاً: السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية**

تشكل السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية عموماً محوراً رئيسياً في توجيه سلوك القائمين بالاتصال تتعدى التوجيهات المهنية المباشرة إلى تشكيل منظومة قيمية تعبر عن هوية وتوجهات المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها لتجذر في الوعي المهني للقائمين بالاتصال، لتجسد في شكل رقابة ذاتية يمارسها على نفسه بشكل دوري وعلى المادة الإعلامية التي هو بصدده إعدادها.

والسياسة التحريرية هي مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون، وتكون في الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري وتظهر في ممارستهم للعمل الإعلامي (أحمد، 2021، صفحة 33).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

ويتميز الإطار العام للسياسة الإعلامية بمجموعة من الخصائص التي ينفرد بها تبعاً لخصوصية المنتج الإعلامي المتمثل في المادة الإعلامية على اختلاف أنواعها، والتي أوردها الباحث علي كنعان ( كنعان، 2015، صفحة 94) في النقاط التالية:

- لا يخضع الإنتاج الإعلامي لنفس شروط الإنتاج في مجالات أخرى؛ فعلى الرغم من أنهما يلتقيان في نفس المدخلان (أموال - خطط) إلا أنهما يختلفان من حيث المخرجات كالقيمة والكم والنوع، فالسياسة الإعلامية تبحث في المجتمع هيكله، مؤسسته، قيمه، عاداته، معايير الایديولوجية، وأنماط الانتاج السائدة والعلاقات التي تحكم هذه الأنماط.

- يتعامل الإعلامي مع مجتمع متباين مما يضعه أمام تحديات إنتاج رسالة إعلامية تأخذ بعين الاعتبار هذه التباينات.

ويرتبط الأداء المهني للصحفي بقيمة ومستوى الحرية المطبقة على مستوى مؤسسته وعلى مستوى النظام السياسي ككل؛ حيث يرى ماكويل أن وسائل الإعلام تعبر عن الحرية من خلال سياسة تحريرية نشطة وانتقادية دون التقيد بالحكومات والأنظمة الاقتصادية، وعلى الرغم من وجود الحرية في العديد من البلدان، غير أن التباين يكون على المستوى المجتمعي ومنه على مستوى المنظمة، ف"القدرة على أن تكون حراً لا تضمن استخدام الحرية"( Lacy & Rosenstiel, 2015).

وفي المقابل قد يتعرض القائم بالاتصال إلى الطرد من الوسيلة التي يعمل بها بمجرد تنافي رأيه الشخصي وقناعاته مع موقف السياسة التحريرية للمؤسسة التي يعمل بها أو بسبب الإدلاء بتصريحات خارجة عن الموقف الرسمي للقناة، وهذا ما يفسر لنا في الكثير من الأحيان انتقال مذيع ما من قناة عمل بها لعدة سنوات إلى قناة أخرى.

وتزداد خطورة العمل الصحفي في البيئات السياسية المحفوفة بالمخاطر أو التي تشهد حروبًا ونزاعات أين تصل هذه المخاطر إلى درجة ممارسة الرقابة أو حظر الصحفيين جزئياً أو كلياً أو تحديدهم إلى الحد الذي يلتجأ فيه الصحفي أو المراسل إلى ممارسة الرقابة الذاتية على نفسه. ( Bidart, 2018- 2019)

#### **ثانياً: محيط العمل وضغط حجرة الأخبار:**

تنشأ مع مرور الوقت وتتطور علاقات العمل بين زملاء المؤسسة الإعلامية الواحدة لتكسب أبعاد إنسانية واجتماعية تؤثر على طبيعة العمل الإعلامي سواء بالإيجاب أو بالسلب؛ فقد يشجع الجو المريح الذي يسوده التعاون والزمالة على انتشار روح الإبداع والابتكار نتيجة تبادل الأفكار والأراء، كما يسهم من ناحية أخرى في تحقيق الرضا الوظيفي، وعلى العكس من ذلك قد يؤدي الجو المشحون والمنافسة الغير شريفة إلى التأثير على عملية صناعة الأخبار.

وقد يتربّ على ذيوع علاقات المحسوبية والبيروقراطية الكثير من مشاكل وضغط العمل تعكسها مختلف الخلافات بين زملاء العمل من الإعلاميين أو بين هرم وقاعدة المؤسسة الإعلامية وفق التنظيم العمودي لعلاقات العمل.

ومن جهة ثانية تظهر علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال بحد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها حيث يستهدف كل صحافي تحقيق السبق الصحفي للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية، ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية إلا أنه يظل لكل منهم معاييره الخاصة(مكاوي و العبد، 2007).

وتمثل الضغوط الميكانيكية من مواعيد بث ومساحة زمنية مخصصة للنشرات الإخبارية عامل ضغط في عملية انتقاء وبث الأخبار فوصول خبر متأخر قد يجعل من المستحيل تغطيته وبشه بشكل متكمال، فقد يُهمّل أو يُشار إليه تحت عنوان خبر عاجل(ميلود، 2022، صفحة 46).

## **المطلب الثاني العوامل الاجتماعية**

### **أولاً: الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال**

تعود الدراسات الأولى للقائم بالاتصال بمفهومه المتعارف عليه إلى سنة 1937 عندما نشر الباحث روستن دراسته المعروفة بـ "راسلو واشنطن"، والتي تعرض فيها إلى سيميولوجيا المراسل الصحفي (مراد، 2014، صفحة 274). وتلت هذه الدراسة عدة دراسات متفرقة زمنياً إلى غاية خمسينيات القرن الماضي أين ظهرت العديد من الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال بتحليل أدواره ومصادره وكذا العوامل المؤثرة في اختياره وعرضه للأخبار، ومن أبرز هؤلاء الباحثين نجد: وارن بريد جاد Breed، روبي كarter Carter، ستارك Stark، وجير Gieber White (مراد، 2014، صفحة 274).

والقائم بالاتصال حسب ما يذهب إليه محمد عبد الحميد هو "كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو الموضع" (عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2004، صفحة 155).

وبعبارة أخرى يمكننا القول أن القائم بالاتصال هم جميع العاملين في المؤسسات الإعلامية، الذين توكل لهم مهمة صناعة الأخبار أو المادة الإعلامية ككل بدءاً من جمعها مروراً بمعالجتها وبشها وإتاحتها للجمهور المتلقى، سواء كانوا مذيعين، صحفيين، محررين، رؤساء تحرير، مخرجين، مراسلين...

أما الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال فيقصد بها السمات الذاتية التي تطبع شخصية القائم بالاتصال من سمات ذاتية كحب المبادرة، الشجاعة، التفاني في العمل، إلى جانب سمات تدل على ميولاته، معتقداته، ومبرعياته الثقافية والاجتماعية ، وتنعكس هذه السمات على كيفية تعاطي القائم بالاتصال مع الرسالة الإعلامية وفي علاقته مع بيئة العمل.

وقد خلصت دراسة وايت لأحد وسائل الإعلام الأمريكية الصغيرة إلى القول أن المعايير التي يتخذ على أساسها القائم بالاتصال خياراته التحريرية هي معايير ذاتية للغاية، حيث يعتمد اختيار الأخبار على أحكام قيمية تستند إلى تجاربه وموافقه وتوقعاته (Derville, 1999).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

وحدَّد محمد عبد الحميد السمات الذاتية للقائم بالاتصال في انعكاس درجة إحساس الفرد بالأمن في المجتمع على ثقة الفرد بنفسه وتقديره لذاته والذي يتجسد في القدرة على التعبير والمشاركة في صنع القرار (عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2004، صفحة 156).

أما ديفيد بيلو(مكاوي و العبد، 2007، صفحة 296) فلخص الشروط الواجب توفرها في القائم في الاتصال في النقاط التالية:

- توفر مهارات الاتصال الخمس المتمثلة في مهارات الكتابة، التحدث، القراءة، الانصات والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.
- تتوقف فعالية القائم بالاتصال على اتجاهاته الإيجابية نحو نفسه، ونحو الموضوع والمتلقي أيضا.
- تتمكن القائم بالاتصال من الموضوع الذي يعالجه ومعرفته الجيدة بالمصدر يسهم في فعاليته.
- مكانة القائم بالاتصال في إطار خلفياته الثقافية والاجتماعية، وطبيعة الأدوار التي يؤديها ونظرية الناس له.

وبذلك فإن للصفات والخصائص الشخصية للقائم بالاتصال دور في صناعة الخبر من خلال تأثيرها على نفسيته وشخصيته وأيضا على التوجهات الإيديولوجية والسياسية للقائم بالاتصال سواء بالإيجاب أو السلب.

#### **ثانياً: الجمهور**

يعد الجمهور أحد ركائز العملية الاتصالية؛ فالرسالة الإعلامية موجهة بالأساس لتلبية حاجات الجمهور المختلفة (تربيوية، تثقيفية، اخبارية، ترفيهية...).

ويتميز الجمهور بعدم التجانس حيث توجد بينهم اختلافات اقتصادية، اجتماعية، فكرية، دينية، بما يؤدي إلى اختلاف مستوى التفكير لدى الجمهور من جهة وفي أساليب التعامل معه من قبل الوسيلة الإعلامية(عبد النبي، د ت ن، صفحة 173)، لذلك فإن للجمهور حسب ما تشير إليه العديد من الدراسات البحثية دوره في التأثير على الكيفية التي يصنع بها الخبر مع مراعاة اختلاف طبيعة وتوجهات كل وسيلة إعلامية واختلاف كيفية وأساليب التعاطي مع احتياجات ورغبات هذا الجمهور .

ويشبّه عبد الرزاق الزاهر علاقة الجمهور بالتلذذ على التلفزيون انطلاقاً من خصوصية التلفزيون كأداة علائقية تتأسس اعتماداً على علاقة أسرية، وبالتالي يتزايد ضغط الجمهور على القائم بالاتصال والبرمجة على حد سواء ما جعل هذا الأخير يتوجه من التفكير السوسيولوجي المبني على جمع المعرف وخاصّص المستهلك إلى المقاربة التسويقية من خلال الاهتمام أكثر بوسائل وأسباب النجاح (الزاهر، الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار، 2011، صفحة 12).

ومع التغييرات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال بظهور الإعلام الرقمي وتعدد منصات التواصل الاجتماعي تجد القنوات الفضائية نفسها أمام تحديات كبيرة نتيجة اشتداد حدة المنافسة بينها وبين هذه الوسائل في جذب جمهور المشاهدين والاحتفاظ بولائهم المعهود لهذه الوسائل ، حيث باتت هذه القنوات تسخر مختلف الوسائل التقنية بما فيها العلاقة التكاملية فيما بينها وبين الإعلام الرقمي ومختلف منصاته للتعرف على آراء الجمهور وردود أفعاله وأخذها بعين الاعتبار في تحرير وصناعة المحتوى الإعلامي .

#### **المطلب الثالث: العوامل الخارجية**

تعرف الممارسة الإعلامية شبكة معقدة من الضغوط الخارجية التي تحدد مساراً لها، وترسم آفاقها المهنية، بدءاً من النسق السياسي السائد وتأثيراتها البنوية على عمل الصحفي، مروراً بطبيعة المنظومة التشريعية التي تكفل أو تحد من حرية الممارسة الإعلامية، فيما تلقى هيمنة رأس المال بتأثيرها على وسائل الإعلام من خلال توجيه السياسة التحريرية وأولوياتها الخبرية سواء من خلال ملكية الوسيلة أو من خلال ضغط الإشهار، ولا تقل علاقة الصحفي مع مصادره تعقيداً إذ تتأرجح بين العداء والسيطرة والتكافل، وسوف نتعرض إلى بعض هذه القيود بشيء من التفصيل في العناصر المعاونة:

#### **أولاً: طبيعة النظام السياسي**

تشكل علاقة الإعلام بالنظام السياسي وفقاً لطبيعة هذه الأنظمة ومرجعياته الفلسفية والعقائدية والإيديولوجية، حيث تؤسس هذه المرجعيات لنوع محدد من التفاعل مع المؤسسات الإعلامية تتجلّى في مستويات الحرّيات الممنوحة لوسائل الإعلام، ومدى استقلاليتها في طرق القضايا المجتمعية، وغالباً ما

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

تنعكس هذه العلاقة على السياسة التحريرية والخطاب الإعلامي السائد للمؤسسات الإعلامية، وتشير على طبيعة العلاقة بين السلطة والمجتمع.

وبذلك فممارسة العمل الإعلامي وتقييمه لا يكون بمعزل عن الأهداف والوسائل المتبعة، بمعنى أن السلطة السياسية تستهدف أعمالها وسياساتها المواطنين كمجموعة من الأفراد تسعى لتحقيق مصالحهم و حاجاتهم وتضع السياسات لمستقبلهم والأجيال القادمة، في الجهة المقابلة يوجه الإعلام مضمونه نحو نفس الجمهور سعياً للمصلحة الفعلية للمجتمع وهذه المضامين في الغالب إما مرافقة لسياسات السلطة السياسية القائمة وإما نقدية وتقييمية لبرامجها واستراتيجياتها (بن بلقاسم، برناط، و الطابعي، 2020، صفحة 29).

وبمعنى آخر فإن الجمهور هو النقطة الحورية في العلاقة البنية لكل من السلطة والإعلام؛ فكل منهما يهدف إلى التأثير على الجمهور بشتى الطرق والوسائل؛ الأمر الذي يجعل من طبيعة علاقة الإعلام والسلطة دائماً ما يشوبها حالة من الاستقرار ترسمه طبيعة الأنظمة السائدة في هذه الدولة عن تلك، فقد تضغط السلطة في النظم السلطوية والشبه سلطوية على وسائل الإعلام وتحدد من حريتها، مما يجعلها في حالة من الخضوع التام للسلطة السياسية بنقلها لتوجهات وإيديولوجية النظام الحاكم، أو قد تنتهج لنفسها خطأ مهادنا يجعلها بمنأى عن هذه الضغوطات، كما قد تتعش حرية الإعلام إلى الحد الذي يمكنها منها مساءلة الحكومة ومحاكمتها في الأنظمة الديمقراطية وخير مثال تاريخي على ذلك فضيحة ووترغيت (Watergate scandal) التي أطاحت بالرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون أثناء ترشحه لتجديد الرئاسة عام 1972، حيث انفردت صحيفة واشنطن بوست آنذاك بتغطية الحادثة والغوص في تفاصيلها وبالتالي تعريته للرأي العام الأمريكي، ليتنهي الأمر به في الأخير بتراجع نيكسون عن الترشح الثانية.

ويذهب الباحث سمير عمر إلى تأييد فكرة العلاقة الجدلية بين كل من الإعلام والنظام السياسي ككل، فطروا العادلة يتأثران بعضهما البعض، بل يذهب إلى أبعد من ذلك بالقول أن لا حرية مطلقة لوسائل الإعلام التي تظل حكومة بتشابكات الثروة والسلطة وعلاقات المجتمع وتقاليد وأنساقه القيمية(عمر ، 2014، صفحة 220).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

ويؤكد فيليب برو أن النمو الضخم لوسائل الإعلام وتعدد القنوات أدى إلى تخفيف الروابط مع الدولة في البلدان المتقدمة، فقد اكتسب العاملون في وسائل الإعلام في هذه الدول قدرة فائقة على التحول إلى "سلطة - مضادة" (برو، 1998، صفحة 238).

وفي نفس السياق تدعم دراسة أخرى ذات الطرح بالقول أن الضغوط السياسية لا تقتصر على نظام دون الآخر؛ بل هي قائمة في كل الأحوال مع اختلاف شدتها من نظام إلى آخر إذ أن الإعلام في المجتمعات التي يسودها نظام ديمقراطي تعددي تعاني من هيمنة وضغوط رأس المال وملكية الشركات في حين أنها تتأثر في المجتمعات النامية بموقف السلطة (عكاك، 2012، الصفحات 116-117).

ويذهب الباحث محمد الكر إلى مقاربة الموضوع من زاوية أخرى تتعلق بتأثير التحولات الديمقراطية في العالم العربي على العملية الإعلامية ككل، إذ يرى أن ازدياد قدرات الأداة الإعلامية ووفرة المعلومات خاصة في المسائل السياسية أدى إلى زوال حاجز السرية، مما يحتم على النظام السياسي مصارحة المواطنين بالحقائق والاستماع إلى آرائهم وأفكارهم (الكر، 2011، صفحة 391).

كما تؤثر المنظومة القانونية عموماً والتشريعات الخاصة بقوانين الإعلام على أداء وحرية المؤسسات الإعلامية تبعاً لطبيعة هذه القوانين وطبيعة النظم السياسية التي تصدر في إطارها، إذ تختلف من نظام سياسي إلى آخر ومن دولة إلى أخرى، ففي الدول الديمقراطية مثلاً نجد أنها تنس قوانين تضمن حرية الإعلام إلى حد المبالغة فيها، فيما تبقى العديد من الدول النامية إعلامها تابعاً لها وخدمة لإيديولوجيتها ولنظامها الحاكم.

#### **أ/ الرقابة:**

ينتقد بيير بورديو التلفزيون على غياب الاستقلالية وسيادة الرقابة التي يمارسها في الكثير من المجالات، والتي تأخذ عدة أشكال منها ما يتعلق بالرقابة على المدعوين وضيوف البرامج التلفزيونية والزمن المنوح لهم في الظهور والمشاركة، وكذا طبيعة الموضوع المعالج وشروط الاتصال وال الحوار، ومنها ما هو متعلق بالرقابة التي تتشكل لدى الإعلاميين ومقدمي هذه البرامج ذاتهم نتيجة خوفهم الدائم من خوض هؤلاء الضيوف والمدعوين في السياسة ويكون ذلك بشكل واع أو غير واع، وهذا ما يسميه بورديو بـ"الرقابة الذاتية" (بورديو، 2004، الصفحات 43-44).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

وفي ذات السياق يذهب بورديو (بورديو، 2004، صفحة 43) إلى الحديث عن شكل آخر من أشكال الرقابة يتمثل في الضغوط الاقتصادية التي تتعرض لها المؤسسات الإعلامية سواء من قبل المعلنين، أو الدولة التي تمنع الدعم لهذه المؤسسات؛ الأمر الذي يؤدي بالتلفزيون إلى البحث عن نسب مشاهدة عالية وهو ما يطلق عليها الباحث نسبة الاقبال أو "الأوديمات" التي تمارس هيمتها على التلفزيون وترجم في المنافسة الآنية والمستعجلة على السبق الصحفي والإثارة ما بين الصحف أو ما بين التلفزيون أو ما بين القنوات الفضائية، مما يؤدي في الأخير إلى فرض وهيمنة الأخبار الثانوية والأخبار الخفيفة بالدفع بها إلى الصدارة نظراً للبعد التجاري الذي تكتسيه مثل هذه المواضيع على حساب الأخبار الجادة والموضوعية التي تم المجتمع.

وعادة ما تنتهي المنافسة ما بين القنوات التلفزيونية إلى استنساخ وإعادةتناول القناة "ب" ذات المواضيع التي تناولتها القناة "أ"، مما يولد ضغطاً ماضعاً فرضه هذه المنافسة على القنوات التلفزيونية وتعصف بالموضوعية والمهنية التي على التلفزيون التحلّي بها، وشرح بورديو ذلك بقوله: "هناك أشياء قد تم فرضها على مشاهدي التلفزيون لأنها قد فرضت بدورها على منتجي البرامج التلفزيونية، ولأنها قد فرضت بسبب المنافسة مع المنتجين الآخرين هذا النوع من الضغط المتقطع الذي يفرضه الصحفيون الوارد على الآخر، هو ضغط مولد لسلسلة كاملة من النتائج التي يتم ترجمتها في اختيارات، وفي استبعادات" (بورديو، 2004، الصفحتان 64-65).

وتتميز الأخبار عن السلع الأخرى بمسؤوليتها الاجتماعية، الالزمة لبقاء المجتمع الديمقراطي، والسبيل الوحيد لبقاء الرباط الديمقراطي بين الحكومة والشعب، هو أن تتوفر للشعب وسيلة يراقب بها الحكومة للتأكد من أنها غير عاجزة أو ظلمة أو فاسدة. ذلك أن المواطن العادي مشغول بحياته الخاصة، ليس لديه الوقت الكافي لتحري الأمور، ويتوقع أن تنبه وسائل الإعلام عنه في ذلك(لويس ، 1993 ، صفحة 184).

وتبرز الرقابة بشكل أكبر في أوقات الحروب والأزمات، حيث تفرضها الدول على المحتويات الإعلامية بغرض طمس بعض الحقائق المتعلقة بسمعتها وبسير وقائع وتطورات الحرب، ومن أمثلة ذلك ما قامت به "الحرية الأمريكية" في حرب الخليج حين فرضت رقابة صارمة على التغطية الإعلامية للحرب، ومنعت تصوير المعاناة الإنسانية (الأمريكية) (الزاهر ع.، 2011، صفحة 41).

#### **ب/ النظام السياسي ونهاية احتكار المعلومة**

خلصت دراسة تمحورت حول طبيعة علاقة الإعلام بالسلطة في العالم العربي إلى أن القيود السياسية التي كانت تمارسها السلطة السياسية على المؤسسات الإعلامية في وقت سابق بما يعوق أداؤها لوظائفها لم يعد لها مبررا في عصر الاتصال فما تحججه السلطة السياسية من معلومات وأخبار عن وسائل الإعلام في الداخل يصل إلى المواطن عن طريق قوات الاتصال الخارجي(الكر، 2011).

وبالتالي فإن عصر الاتصال الرقمي أنهى عهد احتكار مختلف مصادر المعلومات والأخبار خاصة منها ما يتعلق بالأخبار ذات الطابع السياسي، ولا أدل من ذلك مما نشهده اليوم من توافر المعلومات عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر...) وكذا صحفة المواطن التي أصبحت السباقة لنقل تفاصيل الأحداث والواقع من قلب الحدث قبل أن تصل إليه أي وسيلة اتصال عتيدة.

كما أبانت هذه الوسائل من جهة أخرى على العلاقة الاعتمادية التي أصبحت تميز العلاقة بين المؤسسات الإعلامية التقليدية وهذه الوسائل، حيث أنه في الغالب ما تعمد هذه المؤسسات إلى الاستفادة من مختلف الخدمات والمزايا التي تتيحها هذ الوسائل بإعادة نشرها وتعليق عليها وتحصيص برامج قائم مختص فيتناول كل ما يشكل تربيند على موقع التواصل الاجتماعي ، أو أن يتم استخدامها كمصادر لأخبارها.

ومن جهة أخرى فإن ازدياد تأثير رجال الإعلام في الشؤون السياسية، مما يعني أن التكوين الفكري والثقافي لرجل الإعلام يمكن أن يلعب دورا في نطاق التأثير على العملية السياسية ومن هنا تزداد درجة تشابك العلاقات بين رجل السياسة ورجل الإعلام في المجتمع المعاصر(الكر، 2011)

#### **ثانياً: ملكية الوسيلة الإعلامية**

في دراسة حديثة أجراها معهد بوينتر أونلاين حول حضور القيم التجارية داخل غرف الأخبار، جاءت فيها النتائج بنسب متفاوتة، حيث كانت إجابة الصحفيين بأن أهم قيمة لمالكي شركاتهم هي الحفاظ على كبر حجم جمهورهم قدر المستطاع وذلك بنسبة 89%， وجاء في المرتبة الثانية ارتفاع المكاسب والأرباح بنسبة 77%， لكن 73% شعروا أيضاً بأن صنع صحفة مرتفعة الجودة تفوق

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

جودتها الجيدة المتوسطة كان مهما للملوك أيضا، فيما عبر 32% عن أن ارتفاع الروح المعنوية للموظفين كانت له أهمية بالغة لدى الملوك(لأنجتون، 2018، صفحة 140).

لذلك يرى تشومسكي أن النزعة الرأسمالية لوسائل الإعلام الجماهيرية تعكسها من الناحية الإيديولوجية المصالح الاقتصادية السائدة لهذه الوسائل(لأنجتون، 2018، صفحة 128).

وعلى نحو آخر يؤكد الباحث عزي عبد الرحمن على النزعة التجارية للقنوات الفضائية فالمؤسسات الإعلامية كغيرها من المؤسسات الاقتصادية والتجارية تصبو إلى تحقيق الربح المادي وما ميز المشهد الإعلامي العربي تحديدا الاتحاد إلى الترفيه سواء من خلال إنتاج البرامج الترفيهية أو القنوات الترفيهية الخاصة التي باتت تحظى بمتابعة الجمهور واستهلاكه لها من منطلق أن المادة الإعلامية لا تختلف عن السلع المادية ويدووا ذلك جليا في قوله " يتضح أن قاعدة المستهلك في تزايد مع نمو النزعة الاستهلاكية والركض نحو الموضة وتحول "السلعة" إلى عنصر في تحديد مكانة الفرد الذاتية والاجتماعية، ويزيل ذلك في تزايد دور الإعلان، خاصة في تلك القنوات التي تسعى إلى جمهورة برامجهما"(عزي ، قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية، 2013).

ومن النتائج الهامة التي توصلت إليها دراسة عبد الوهاب بوخنوفة حول الثقافة الصحفية وتصورات الصحفيين العرب لذواتهم ولدور الإعلام أن الإعلام العربي انتقل من سطوة الحكومة الفاسدة إلى سطوة المال الفاسد، مما أدى إلى سيطرة القيم السلعية على مضمون ما تقدمه وسائل الإعلام، وخصوصا في ظل هشاشة البنية القانونية والأخلاقية التي تؤطر العملية الإعلامية ودخول وسائل الإعلام الجديد الساحة من دون ضوابط شرعية(بوخنوفة ، 2017، صفحة 316).

ويتدخل هذا العامل مع مجمل العوامل الإيديولوجية، والسياسية والقانونية حيث أن غياب المنظومة القانونية التشريعية أو عدم وضوحها، وكذا عدم وجود إرادة سياسية في ضبط قطاع السمعي البصري أدى في الكثير من الأحيان إلى انتشار فوضى القنوات التلفزيونية، كما هو الأمر في الفضاء السمعي البصري العربي، حيث أصبح عددها يشهد حالة من المد والجزر بين القنوات العمومية والخاصة، إذ تشير إحصائيات التقرير السنوي لاتحاد إذاعات الدول العربية لسنة 2016 إلى تراجع في عدد القنوات الفضائية وصل إلى 1122 قناة تلفزيونية تبث أو يعاد بثها على الأقمار العربية والدولية، التي تغطي

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا منها 1188 قناة عربية عمومية وخاصة، و15 قناة أجنبية تبث بالعربية أو غيرها، مع استحواذ القطاع الخاص على 963 قناة من أصل 1122 قناة فضائية(الدول، .(2016

#### **ثالثا: الإشهار**

يعود الضغط الاقتصادي الذي يمارس على الصحفيين إلى الثقل الذي يلعبه المعلنون في تمويل وسائل الإعلام، حيث يذهب أحد الباحثين في دراسته التي أجريت على شبكة سي بي أس وتابم ونيوز ويك (CBS, Time et Newsweek)، إلى القول أنه " عندما يخاطر عملهم بمصالح المعلنين، يميل الصحفيون إلى أن يكونوا أكثر حذرا، ويتحققوا بشكل أفضل من مصادرهم، وفي بعض الأحيان يحتفظون بالمعلومات الأكثر إحراجا لأنفسهم عندما لا يدفعهم هذا الضغط إلى إيلاء الكثير من الاهتمام بالإعلانات التجارية"( Derville, 1999, p. 163).

بل إن الباحث الأمريكي لي براون ذهب في سبعينيات القرن الماضي إلى توضيح المدف الأأساسي للتلفزيون بالقول "إن هدف التلفزيون ليس إخبار المترجين أو تسللتهم، وإنما هو في الحقيقة مجرد محاولة استقطاب الجمهور لصالح المعلنين" (الزاهر ع., 2011، صفحة 25).

ومن جهة ثانية فإن الدول الديمقراطية وأمام تضخم الإنفاق وجدت نفسها مجبرة على اللجوء إلى إيرادات الإعلان والتي يطلق عليها فيليب برو مصطلح "الموارد الغير مؤلمة" وذلك بخضوع القنوات التلفزيونية الخاصة والمخصصة للمنطق التجاري للسوق بشكل أقل من خصوصها للجمهور وتوقعاته مقارنة بالقنوات العامة (برو، 1998، صفحة 238).

#### **رابعا: العلاقة مع المصدر**

طرح العلاقة ما بين مصدر الخبر والمؤسسة الإعلامية أو الصحفيين أنفسهم العديد من الإشكالات النظرية والواقعية نظرا لطبيعة هذه العلاقة، والتي لخصها الباحثان (Jean Charron & Jean de Bonville في ثلاثة مستويات؛ تتمثل أولاهما في هيمنة المصدر على الصحفي وذلك عندما يستطيع أن يفرض عليه شروط إعادة إنتاج رسائله (رسائل المصدر)، بينما يهيمن الصحفي على الأمر إذا تم نقل

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

رسائل المصدر فقط في ظل الشروط التي تملّيهها الضورات المحددة لوسائل الإعلام، أما في حالة التوازن فلا يتم فرض منطق أي فئة من فئات الجهات الفاعلة (Charron & Bonville, 2002).

كما تبنت اتجاهات فكرية أخرى علاقة الصحفي بالمصدر وفق مستويات متباعدة أحياناً ومتتشابهة أحياناً أخرى ، غير أنها لا تخرج عن سياق التأثير والتأثر بين القائم بالاتصال والمصدر بما يسهم في اختلاف مضامين المادة الإعلامية وتوجهاتها، ومدى قريباً أو بعدها من اهتمامات الجمهور، وذلك تبعاً لطبيعة هذه العلاقة .

#### **علاقة العداء**

وتنشأ علاقة العداء أو التعارض إذا كان المصدر والصحفي يهدفان إلى أهداف مختلفة، وإذا كانت استراتيجهيتهمما الخطابية متعارضة (Charron & Bonville, 2002).

يعتبر الباحث ناعوم تشومسكي من أبرز مؤيدي هذا الاتجاه، حيث يذهب إلى توصيف علاقة العداء بين النظام السياسي والإعلام إلى حد وصف الصحفيين بـ"كلاب الحراسة" على الحكومة والمجتمع" (بن بلقاسم، برباط، و الطابعي، 2020، صفحة 104)، ويعني آخر فإن علاقة وسائل الإعلام بالمصادر في ظل هذا الاتجاه يسودها الصراع الدائم بين طرق المعادلة نظراً لتعنت المصادر السياسية منها على وجه التحديد عن الكشف عن مختلف الأخبار والمعلومات التي تحكم الرأي وتحول دون حصول الصحفيين عليها، وبذلك يتکبد الصحفيون في ظل هذا النموذج عناء شح المعلومات وعدم إتاحتها لهم مما يخلق حالة من النفور والصراع الدائمين ما بينهم وبين المصادر.

يشرح الباحثان بول لونغ وتيم وول (Paul Long & Tim Wall) النموذج الإيديولوجي في تفسير علاقة الإعلام بالسلطة بالقول أن "سلطة الإعلام تكون أكبر ضرراً من أوامر أي فرد أو مجموعة صغيرة من المساهمين؛ وذلك عندما تحول وسائل الإعلام وتقنياته والعاملين به ومؤسساته إلى "أدوات" أو كجزء من عمليات أوسع نطاقاً تتولى فيه ممارسة سلطة الجموعات المهيمنة في المجتمع" (لونغ و وول، د ت ن، صفحة 71).

ينسجم هذا الطرح بشكل أكبر مع النظم الشمولية وأنظمة الدول العربية حديثة العهد بالانفتاح الديمقراطي، حيث أنه لا تزال الرؤية الرسمية للإعلام الرسمي -وحتى الخاص في الكثير من الأحيان- لا تخرج عن الإطار العام الذي يرسمه النظام السياسي متحججاً في ذلك بفكرة الصالح العام للمجتمع.

ومن ناحية أخرى فإن العلاقة العدائية بين وسائل الإعلام عموماً وبين المصدر عادة ما تبرز في شكل آخر ممثلاً في لجوء الصحفي إلى تجاهيل مصادره وعدم الافصاح عنها من منطلق القيود التي يعانيها في سبيل حصوله على المعلومات أو بغرض بناء الثقة بينه وبين المصدر ، وإن كان ذلك لا يتفق مع قيم وأخلاقيات المهنة الإعلامية التي يعد ذكر المصدر فيها من بين أبرز متطلبات وأسس نشر الخبر الصحفي وذلك حتى يتنسى للجمهور معرفة مدى صدقية وصحة الخبر(عكاك، 2012، صفحة 414).

#### **علاقة التكافل:**

تقوم هذه العلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام ومصادرها على أساس تفاعلي يتجاوز النمط التقليدي في هذه العلاقة إلى تعزيز وخدمة الصالح العام من خلال طرق المواضيع والجوانب التي تغيب عن أجندة المؤسسة الحكومية والمصادر مشاركة بذلك في صناعة الوعي المجتمعي وتشكيل الخطاب العام، فاللتطرق مثلاً لعمارة آيلة للزوال من شأنه أن يستنفر جهود السلطات المحلية لمواجهة خطر سقوطها والقيام بإجراءات استباقية تحول دون ذلك، وبالتالي فإن وسائل الإعلام في هذه الحالة تمارس دورها الرقابي من جهة وتكامل علاقتها مع المصادر في تنبيههم ولفت انتباهم للعديد من المواضيع والقضايا التي تهم الرأي العام الوطني.

ويرى الباحثان جبير وجونسون أن الاعتماد المتبادل بين القائم بالاتصال والمصدر يجعلهما يشتراكان في العديد من الأمور ذات العلاقة بالعملية الاتصالية بالأهداف والمسؤوليات والأفكار والأدوار والقيم التي تفرضها هذه الأدوار، بما يعني حاجة الطرفين إلى بعضهما البعض فالقائم بالاتصال يبحث من المصدر عن معلومات أو أخبار تستحق النشر وهذا الأخير يوفرها له لإرضائه، مما يؤدي في الأخير إلى فقدان القائم بالاتصال لجزء من دوره كوكيل مستقل للجمهور و حاجته للمعرفة (عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2004، صفحة 168).

#### علاقة السيطرة:

وتعزف علاقة المصدر بالقائم بالاتصال في ظل هذا النموذج سيطرة المصدر على القائم بالاتصال وتبعيته له نظراً للقوة والسلطة التي يتمتع بها والتي غالباً ما تكون نتيجة لنفوذه السياسي أو مكانته ضمن النسق السياسي والاجتماعي وحتى الاقتصادي، وبالتالي فالسيطرة هنا لا تخص السياسيين كمصادر ضغط على الصحفيين فقط بل تمتد أيضاً لرجال الأعمال والشخصيات المشهورة من مختلف المجالات (الرياضة، الفن، الثقافة، الاقتصاد...) ممن يتمتعون بثقل ونفوذ اجتماعي كبير، ففي الكثير من الأحيان تتمتع هذه المصادر عن إمداد القائم بالاتصال بالمعلومات التي يريدها وقد تتطور إلى علاقة عدائية.

ويتحقق ضغط المصادر على الصحفيين أيضاً من خلال ممارسات الرقابة الذاتية، أين يكون الصحفي أمام خط فاصل بين الحفاظ على علاقات جيدة مع مخبريه المتميزين وبين الامتناع عن البث أو التعليق على المعلومات التي قد تزعجهم، من خلال ما يسميه غانز بـ "تأثير المخيف"، إذ يستطيع الصحفي أن يتوقع ردود الفعل التي يمكن أن يثيرها مقاله أو تقريره، وأن يخفف من حدة اللهجة من أجل نزع فتيلها (Derville, 1999).

ويعتقد كيلمان Kelman لجوء المصدر إلى القوة كالتهديد لتحقيق إذعان القائم بالاتصال إذ أن الاستخدام المفرط لهذه القوة سيقلل من تأثيرها على المدى البعيد، فالتهديد القوي سيؤدي إلى الانفجار الذي ينتج عنه بعث روح التحدي بدلاً من الإذعان (الم Zahra, 2012، صفحة 250).

ومن جانب آخر تطرح علاقة المصدر بالقائم بالاتصال عدة إشكالات أخلاقية ومهنية من قبيل اتهام الجمهور لها بالتحيز وانتقاء هذه المصادر حسب ما يتلاءم مع التوجهات العامة للوسيلة الإعلامية، ويستدل رون إف سميث Ron F. Smith في ذلك بشكاوي الجمهور على محرري الأخبار في صحيفتي "ذا واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز" لإقدامهم على إخفاء أخبار حول موضوع خطط الرئيس بوش لغزو العراق عام 2003 في الصفحات الداخلية للصحفتين تم الاستشهاد فيها بأراء أشخاص معارضين لهذا المخطط (سميث، 2018، صفحة 168).

ويقارن جوديت لازار ( Lazar, 1994، صفحة 167) علاقة الصراع والسيطرة الموجودة بين الصحفيين ومصادر معلوماتهم، في بينما تحاول المصادر جاهدة لإظهار نفسها في أفضل صورة من أجل

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

التأثير على الصحفيين، فإن الصحفيين من جهة أخرى يلجؤون إلى أسلوب الجاملة لهذه المصادر للحصول على المعلومات التي يريدونها، وفي خضم هذه العلاقة الاتصالية بين الطرفين (الصحفى، المصدر) تُظهر المصادر شراستها في تمرير رسائلها وقضاياها.

ويضيف لازار أن مصادر المعلومات في إطار هذا الصراع تلجأ لعدة وسائل كي تفرض وجهة نظرها وتتمثل هذه الوسائل فيما يلى (لازار، 1994، صفحة 167):

- الحافر: من خلال محاولتها البقاء على اتصال دائم مع الصحفي
- السلطة: وتشمل السلطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بما فيها سلطة صناعة الأخبار.
- مدى الاستعداد والقدرة على تقديم معلومات مناسبة لصناعة الأخبار.
- القرب الجغرافي والاجتماعي من الصحفي.

ومن خلال ما سبق ترى الباحثة أن ممارسة الضغط والسيطرة لا يقتصر فقط على المصدر فكما أنه يمكن للمصدر أن يمارس ضغوطه وسيطرته على القائم بالاتصال، فإن لهذا الأخير أيضا سيطرته على المصدر في سبيل حصوله على المعلومات المطلوبة من خلال اتباع عدة أساليب أخلاقية توسيع شبكة المصادر، الخبرة، العلاقات العامة أو غير أخلاقية كالتهديد، تشویه السمعة نشر الأكاذيب ونستحضر هنا مثلا على علاقة التوتر التي سادت بين صحفي بعض وسائل الإعلام الوطنية وبين المدرب السابق للمنتخب الوطني لكرة القدم جمال بلماضي والتي أدّت في الكثير من الأحيان إلى حدوث مناوشات كلامية أثناء عقد الأخير مؤتمراته الصحفية.

#### **المبحث الرابع: نشرات الأخبار التلفزيونية**

فرضت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحديات جديدة على القائم بالاتصال في مجال الأخبار بشأن الاستفادة من هذه التكنولوجيا وتطبيقها في مجال صناعة الأخبار ومن ضمنها إنتاج النشرات الإخبارية التي باتت هي الأخرى صناعة قائمة بذاتها تستدعي ضرورة مواكبة مختلف التغيرات الطارئة في مجال تطور أساليب السرد البصري بالاستعانة بمختلف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عرض وتقديم النشرات الإخبارية وكسب رهان جودة الصورة والممارسة الإعلامية على حد سواء.

إن ثورة الذكاء الاصطناعي اليوم لم تقتصر على الجوانب التقنية الخاصة بأساليب عرض وتقديم القصص الإخبارية ومختلف البرامج الإخبارية بل تجاوزته إلى تلك التغيرات الطارئة والمتلازمة في طبيعة الوظائف الصحفية بما فيها أدوار الصحفيين والحررين الذين وجدوا أنفسهم أمام حتمية التكيف مع الثورة الرقمية بالمزيد من الاطلاع والتدريب المتخصص في مجال الممارسة الإعلامية.

#### **المطلب الأول: البناء العام لنشرات الأخبار**

##### **أولاً: تعريف نشرة الأخبار**

يعرفها بركات عبد العزيز على أنها شكل إخباري، يتضمن مجموعة من الأخبار التفصيلية والموضوعات المتنوعة ، تذاع بصفة منتظمة، وتتراوح مدة النشرة عادة ما بين عشر دقائق إلى خمسة عشر دقيقة، وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى ما يتراوح بين نصف ساعة إلى ساعة (عبد العزيز، 2015، صفحة 34).

أما النشرة الإخبارية التلفزيونية فهي اصطلاح يشير إلى مجموع الأخبار والتعليقات والتحقيقات والأحاديث، تقدم في فترة زمنية معلومة، بهدف الإعلام والشرح التفسير لما يقع من أحداث وواقع باستخدام الصورة والكلمة" ميلود، 2022، صفحة 121).

وت تكون نشرة الأخبار سواء الإذاعية أو التلفزيونية من مجموعة من الأخبار المتفرقة ولكن ترتيبها في النشرة يقوم وفق تسلسل يرتبط بأهمية كل خبر ووزن عناصره وهذا الترتيب هو الذي يكسب الأخبار فعاليتها(أبو زيد، 1998، صفحة 384).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

ويرى فانغ ايرفينغ أن وجه الاستفادة من مشاهدة النشرات الإخبارية يكمن في أن "نشراتنا الإخبارية تأخذنا إلى موقع الحدث وترينا ما يحدث وحدث مؤخرا". مما نراه على شاشة التلفزيون أثناء نشرة الأخبار يمكن أن يؤثر علينا بشكل أكثر عمقاً مما نسمعه أو نقرأ فقط"(ايرفينغ ، 2009، الصفحات 85-86).

ويهدف الطاقم الإخباري في القنوات التلفزيونية إلى التميز في تقديم وعرض نشراتها الإخبارية ومختلف برامجها الإخبارية من خلال السعي إلى تناول القناة لموضوع وبرامج تمس الرأي العام وأثيرتها بالتحليل والنقاش باستضافة شخصيات تتبنى آراء واتجاهات متباعدة، مما يعطي انطباعاً لدى المشاهد أن هذه القناة تنتهج حرية الرأي والتعبير في سياستها ذلك أن "الجريدة المصورة مقياس حقيقي للحكم على تفوق قناة تلفزيونية على غيرها، ووجه مشرق ومعيار دقيق لتطور الإعلام باتجاه الديمقراطية" (الزاهر، الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار، 2011، صفحة 14).

ويختلف فانغ إيرفينغ مع فكرة مارشال ماكلوهان بخصوص الأخبار فيقول "الوسيلة ليست الرسالة، الرسالة هي الرسالة، فإذا فشلنا في نقل الرسالة – التي هي مضمون كل نشرة إخبارية يومية- ، وإذا لم نوصل معلوماتنا إلى مشاهدينا بوضوح بحيث يفهمون الخبر، فهذا يعني أننا نضيع الورق والنفوس والجهاز الصوتية والأشرطة والأموال وقت كل شخص بما في ذلك نحن"(ايرفينغ ، 2009، صفحة 24).

كما أن القناة التلفزيونية الأكثر شعبية، لا تتوانى بدورها في تقديم أفضل ما لديها من النشرات الإخبارية، وكل ما يمت إلى التغطية الأفضل للحياة السياسية سعياً إلى تجويد التغطية الإعلامية للحقل السياسي (الزاهر ع.، 2011، صفحة 24).

#### **ثانياً: أنواع نشرات الأخبار التلفزيونية:**

- النشرة العامة: وهي نشرة عامة المحتوى والجمهور؛ أي أن مضمونها موجه إلى مختلف فئات المجتمع، كما أنها تجمع بين الأخبار الدولية، الإقليمية، الوطنية وبين الأخبار السياسية، والاجتماعية، والرياضية، الثقافية، والاقتصادية... إلخ، وعادة ما تبث في أوقات الذروة وفي مواعيد محددة وثابتة، كما هو الشأن بالنسبة لنشرة الأخبار الرئيسية للتلفزيون الجزائري التي تُبث على الساعة الثامنة مساءً بتوقيت الجزائر على كل القنوات العمومية الجزائرية.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

- **النشرة المتخصصة:** وهي النشرة التي تختص في بث نوع معين من الأخبار كالأخبار السياسية، الاقتصادية، الرياضية، القانونية... وغيرها.
- **النشرة المحلية:** وهي الأخبار التي تختص بالأخبار المحلية التي تحدث داخل القطر الواحد.
- **نشرة الفئات:** وهي النشرة التي تكون مضمونها موجهة إلى فئة معينة من فئات المجتمع كالمرأة، الشباب، ذوي الاحتياجات الخاصة... وغيرها.
- **موجز الأخبار:** وهو عرض مختصر لأهم الأحداث والأخبار التي سيتم التعمق فيها بالتفصيل في النشرات الرئيسية اللاحقة، وعادة ما يتم تكراره عدة مرات في اليوم.
- **معرض الصحف:** هي نشرة إذاعية أو تلفزيونية عادة ما يتم بشها كل صباح، وتستعرض أهم الأخبار والصور التي جاءت بها الصحف الوطنية أو الدولية مبرزة اتجاه القناة من هذه الأخبار.

#### **ثالثا: بناء نشرات الأخبار**

يولي القائمون على النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية أهمية بالغة بالنشرات الإخبارية عموما وبالنشرات الرئيسة على وجه التحديد، خاصة فيما يتعلق بانتقاء الأخبار وجودة تحريرها من خلال الحرص على البناء الفني والمعرفي للنشرة، ومدى تكاملها وترابطها وشموليتها لأهم الأحداث بالتركيز على تسلسل هذه الأحداث من الأهم إلى الأقل أهمية (حسب السياسة التحريرية للقناة) وبما يتحقق في الأخير جذب انتباه ورضا أكبر عدد من المشاهدين.

#### **المقدمة:**

تعكس المقدمة أهمية المادة الإخبارية، فهي بمثابة مدخل إلى تفاصيل الخبر بأسلوب لغوي رصين وإبداع فني يقوم على التشويق السردي الذي يدفع إلى تشكيل الفضول المعرفي لدى الجمهور للغوص في تفاصيل القصة الإخبارية. ويشترط ايرفينغ (ايرفينغ ، 2009 ، الصفحات 29-30) في صياغتها ضرورة توفر عدة شروط منها:

- أن تتضمن العنصر الأكثر تشويقا وإثارة للاهتمام في الحدث الذي تنقله القصة الإخبارية.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

- أن تركز اهتمام المشاهد على جدة المعلومات وأن تصاغ بشكل مختصر حتى لا يحدث تشوش لدى المشاهد من كثرة الكلام .

- أن تلتفت انتباه الجمهور إذا ما كان الخبر يتضمن علاقة مباشرة مع الجمهور.

- أن تتبع المعلومات المذكورة في المقدمة بشيء من التوسيع والتفصيل في جسم الخبر.

#### **جسم الخبر:**

يعرف جسم الخبر بأنه ذلك "التعبير التفصيلي عن الأحداث التي يتكون منها الخبر، و بما يجib عن الاستفهامات الخبرية (ماذا؟ متى؟ أين؟ من؟ كيف؟ لماذا؟) وتقوم صياغة جسم الخبر على توضيح الخبر في أبعاد الحدث وإبراز العلاقات المتضمنة في القصة الخبرية والربط بين عناصرها والتعبير عن هذه العناصر بدقة ووضوح باعتبار ذلك من أهم متطلبات الصياغة الخبرية الجيدة"(عبد العزيز، 2015، صفحة 115)، حيث يتكون جسم الخبر من أجزاء كل منها تشكل شريحة من الخبر تتناول جزءاً من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازليّة لكل منها(الدليمي، 2012، صفحة 48).

ويمكننا القول أن جسم الخبر هو النص الذي يلي المقدمة مباشرة، ويتناول بالتفصيل العناصر المذكورة سابقاً في المقدمة من خلال التعمق في الإجابة عن أسئلة الخبر المعروفة (من؟ قال ماذا؟ كيف، لماذا، متى، أين) بأسلوب مشوق وحال من التعقيبات التي قد تشتبه انتباه المشاهد، وباختيار قالب مناسب لكتابه الخبر (الهرم المعتدل، الهرم المقلوب، المدرج...).

#### **الخاتمة:**

لا يوجد اتفاق محدد بين الباحثين بخصوص المعلومات الواجب تضمينها في خاتمة كل خبر، ويرجع ذلك -في اعتقاد الباحثة- إلى اختلاف القوالب الإخبارية التي تحرر بها الأخبار، وعموماً فقد ينهي الصحفي الخبر بذكر معلومات أقل أهمية من تلك الواردة في المتن أو قد تكون الخاتمة عبارة استفهامية يستشير فيها الصحفي عقل وعاطفة المتلقى لزيادة فضوله للبحث عن تفاصيل أكثر حول ذات الموضوع، كما قد تمثل في عبارة لا تتجاوز بضع كلمات مدفوعة بلغة جسد تحمل العديد من الدلالات والمعانٍ والتأويلات في ذهن المتلقى أو الجمهور.

#### **رابعاً: أشكال المادة الإخبارية المستخدمة في نشرات الأخبار**

##### **1/ التقرير الإخباري**

هو مجموعة من الوقائع والجويات تدور حول حدث تقتضي أهميته الاطلاع على المزيد من تفاصيله في الموقع، والتوسيع في حياثاته وإبراد ملابسات حوله لم يشملها الخبر العادي وإضافة معلومات متعددة عنه(الميثي، 2008، صفحة 40).

ومنه التقرير الأساسية الإجابة عن الأسئلة الاستفهامية الستة أو على أهمها (ماذ، أين، من، متى، كيف، لماذا). لكنه مختلف عن الخبر في أنه لا يتشرط الحداثة فيما ينقله من أخبار وواقع ولا يتقييد بصرامة بما يشترطه في الخبر من عدم إدخال الملاحظات الشخصية التي تعبر بشكل خفي عن وجهة نظر الصحفي وأسلوبه الخاص في تغطية جوانب القصة الإخبارية(خزعل ، 2010، صفحة 155).

فال்�تقرير الإخباري إذن هو خبر موسع يتناول بالتفصيل حياثات حادث أو خبر ما، من خلال الإمام بجميع جوانبه.

##### **2/ التعليق الإخباري**

التعليق في أبسط تعريفاته الوظيفية هو خبر زائد رأي، أو رأي مضاد إلى خبر. يعمد الكاتب الإذاعي فيه إلى التعليق على خبر مهم من وجهة نظر توحى بخدمة المشاهدين أو المستمعين والدفاع عن مصالحهم وأهدافه. ومهامته هي كشف علاقة السبب والتأثير بين الظواهر وتقييمها من وجهة نظر اجتماعية وسياسية. وبهذا فهو يجيب عن سؤال لماذا؟ لأي سبب؟ بأي دافع؟. ويستخدم الحقائق التي تعالجها كمناقشات ذات براهين متابعة لدعم وجهة النظر هذه(خزعل ، 2010، صفحة 151).

##### **3/ التحليل الإخباري**

التحليل الإخباري هو شرح للخبر و مقابلته بالأخبار الأخرى المتعلقة بالموضوع نفسه، أو القضية سواء كانت متوفقة معه أو معارضة له، ويستعرض المحلول الأنباء الخاصة بموضوع معين بعد ترتيبها بحيث يسهل على المشاهد والمستمع المقارنة والاستنتاج فهدف المحلول هو أن يشرح ويفسر ويوضح بدون أن ينحاز إلى رأي أو اتجاه معين(حمدى و عراضة ، 2013، صفحة 15).

ويتخد التحليل الإخباري نفس الشكل الذي يتخذه التعليق، ولكن التحليل يقوم على المعلومات المكثفة، ولا يتضمن رأياً صريحاً في القضية(عبد العزيز، 2015، صفحة 36).

#### **خامساً: فريق عمل نشرات الأخبار**

يعتمد إنتاج نشرات الأخبار على فريق عمل متكمال، يضم طاقماً إعلامياً مؤلفاً من مختلف الإعلاميين، المتخصصين، الفنانين والتقنيين في مجال الأخبار، حيث تتظافر جهود هذا الطاقم كله حسب اختصاصه ووظيفته لخروج النشرة في شكلها النهائي للجمهور، ووفق ما تقتضيه متطلبات إنتاج الأخبار من احترافية ومهنية ومواكبة مختلف التطورات الراهنة.

**مدير النشرة:** وهو الشخص المسؤول عن إعداد نشرة الأخبار، وبالتالي لا بد أن يكون لديه خبرة واسعة بعمليات جمع وصياغة وتحرير وتقديم الأنباء باللحظة التلفزيونية كذلك لا بد أن يتمتع بمهارات إدارية في التعامل مع المندوبين والمحررين ومقدمي النشرات والمنتجين والمخرجين والفنانين والذين يساهمون في إنتاج النشرات، ويقوم مدير الأخبار بتزويد المندوبين بالأفكار التي يمكن معالجتها في النشرات الإخبارية(بوجفجوف، 2015/2016، صفحة 179).

**مخرج النشرة:** يعد مخرج النشرة على رأس صناعة الأخبار، فهو المسؤول بشكل عام عن المواد الإخبارية وكيفية جمعها من المصادر المختلفة، وصولاً إلى الشكل الذي تظهر به على الهواء، وبذلك يتولى المخرج مهمة تحويل الأخبار الخام الواردة من غرف تحرير الأخبار إلى نشرة إخبارية مرئية، ويحدد ما يجب أن يضمن في العناوين البارزة لنشرات الأخبار(العززي ، 2017، صفحة 124).

**قارئ النشرة (المذيع):** هو الناقل الرئيسي لأفكار وكلمات المحررين، لذا فهو يحتل مكاناً هاماً بالنسبة لفريق العمل بغرفة الأخبار يجعله يتحمل الكثير من الضغوط لأنّه الشخص الذي يواجه الجمهور مباشرة، ويتحمل أخطاء كل من المحررين وطاقم التنفيذ على الهواء ناهيك عن أخطائه الشخصية أيضاً(حمدى و عراضة ، 2013، صفحة 27).

ويشترط في قارئ النشرة جودة الصوت، وحسن الإلقاء، وذلك من خلال القدرة على مواءمة نطق الكلمات مع التنفس الصحيح خلال الإلقاء، ومن المهم احتفاظ المذيع بسلالية الصوت، وتنوع النغم

والسرعة المناسبة، مع التركيز أثناء القراءة على المعاني التي تحتويها الكلمات والجمل، الأمر الذي يؤدي إلى طريقة إلقاء صحيحة وطبيعية(المسلمي، 2012، صفحة 288).

#### **محرر النشرة :Broadcast Journalists**

يفرق د. بركات(عبد العزيز، 2015، صفحة 227) بين مصطلحي الصحفي والمحرر، فكلمة صحفي أعم وأشمل من المحرر؛ فكلمة صحفي أكثر دقة في الدلالة على محرر النشرة، فهي أكثر دقة في التعبير عن المعنى مقارنة بكلمة محرر (Editor) أو كلمة مترجم، وكلمة محرر تشير إلى الشخص الذي يقوم بصياغة الخبر، أو مراجعته فنياً ولغوياً، في حين أن دور الصحفي لا يقتصر على مجرد الصياغة أو المراجعة، فهو يحصل على الخبر من مصادر متعددة ويقوم بالترجمة والإعداد.

**المندوب:** وهو الصحفيون المسؤولون على جمع الأخبار وتحريرها، سواء من خلال انتقالهم إلى موقع الحدث وتغطيته بالصوت والصورة، أو عن طريق التقسي عن الخبر من مقر عملهم باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة كالاتصال عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي، وينبغي التنوية إلى عامل الخبرة المكتسبة لدى المندوب وأهميتها في كسب ولاء بعض مصادر الأخبار ونسج علاقات متينة معهم بالشكل الذي يجعلهم يدللون بتصریحاتهم لهذا المندوب على حساب الآخر.

#### **سادساً: عناصر نشرات الأخبار**

تتفق كل النشرات في العالم باختلاف أنواعها (دولية، وطنية، محلية) على عناصر ثابتة في تقديم وعرض المادة الإخبارية والتي نوجزها فيما يلي:

##### **جينيريك البداية:**

تنقسم أنواع الجينيريك في أشكال متماثلة توجه نظر المتفرج، انطلاقاً من حركة سكوبية نحو نفق ينتهي بكتابه اسم القناة والجريدة مستعملاً أحياناً تقنية الإضاءة بين الحقل وخارج الحقل بين البلاط و وبين الأستوديو مقتربة جميعها مقطعاً من صور مركبة، تنتقل من الكويني لتسתר في المركز بين صور افتراضية، وأيقونية لواقع الأحداث، وكأنها تسعى لاقتياض المتفرج مباشرة إلى عالم الأحداث (الزاهر، الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار، 2011، صفحة 31).

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

ويوضح الجينيريك عن هوية القناة باختياره لعناصر تقنية وفنية كالموسيقى الملفتة للانتباه والألوان والصور البانورامية وكذا اسم النشرة ويصب ذلك كله في إثارة انتباه المشاهد إلى أهمية الأحداث التي ستعالجها النشرة، وبالتالي فالجينيريك يعد بمثابة المدخل أو البوابة المشوقة لإقبال الجمهور على النشرة.

#### **عناوين النشرة:**

وتتضمن عناوين الموضوعات المهمة التي ستعرض لها النشرة، وتلعب هذه العناوين دورا هاما في جذب انتباه المشاهد.

#### **م الموضوعات النشرة:**

وتتمثل في مجل الأخبار والتقارير التي توردها النشرة تباعا وبشكل تسلسلي وفقا لأهميتها وأولويتها بالنسبة للسياسة التحريرية للقناة، حيث يتم عادة ترتيب هذه المواضيع من المهم إلى الأقل أهمية، أو حسب نوع هذه الأخبار (سياسية، اقتصادية، ثقافية، رياضية، تكنولوجية..).

وتعتمد كبرى القنوات الفضائية اليوم إلى تضمين النشرة الرئيسية نشرات أخرى مختصة كالنشرات الاقتصادية والنشرات الرياضية يتداول على تقديمها مذيعين آخرين إلى جانب المذيع أو المذيعين الرئيسيين للنشرة، ويهدف التنوع في أساليب عرض وتقديم المواضيع إلى كسر الروتين وتلافي المدة الزمنية الطويلة للنشرة والتي تقترب من الساعية أو أكثر في بعض الأحيان.

كما تتعدم النشرة بحضور ضيف داخل الأستوديو أو من خارج الأستوديو (عبر الأقمار الصناعية وغيرها) لمناقشة وإثراء مواضيع بعينها وإعطاء تفاصيل أكثر حول الموضوع القضية أو الملف المعالج، وقد يربط المذيع الخط بمراسلات خارجية تغطي مختلف الفعاليات أو المناسبات المهمة ويقوم المراسل هنا إما بسرد التفاصيل لوحده أو بالاستعانة بشهود عيان من مكان الحدث أو مسؤولين عن تظاهرة معينة.

جینیروپ النهاية:

ولا يختلف جينيريك النهاية عن جينيريك البداية، غير أنه غالباً ما يتم الالكتفاء في نهاية النشرة بدمج جزء من الجينيريك مع بلاطو النشرة من خلال بث موسيقاه التصويرية بالتزامن مع إعلان المذيع لنهاية النشرة وصعود قائمة العناصر التبيوغرافية الخاصة بفريق وطاقم النشرة.

**المطلب الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تحقيق جودة الصورة التلفزيونية**

يلخص بيل غيس رئيس شركة مايكروسوفت التأثير المتزايد لوسائل الإعلام الحديث وتفوق الصورة في وسائل الإعلام الحديث على الإعلام التقليدي سواء الصورة التلفزيونية أو الصور والفيديوهات التي أصبحت تعج بها وسائل التواصل الاجتماعي بمقولته المشهورة "من يسيطر على الصورة يسيطر على العقول" (مركز المستقبل للدراسات والأبحاث المتقدمة، 2018).

فإذا كانت الكلمة في الخبر الصحفي تختل المرتبة الأولى من حيث الأهمية تليها الصورة المرئية في المرتبة الثانية، فإن الصورة في الخبر التلفزيوني تختل المرتبة الأولى في الأهمية في حين يختل الكلام أو التعليق المصاحب لها المرتبة الثانية؛ ذلك أن الصوت أو التعليق ليس سوى عاملاً مساعداً في توضيح وشرح وقائع الصورة (أبو زيد، 1998، صفحة 387).

.1 شاشات الغرافيكس

وتمثل في شاشات مثبتة داخل الأستوديو، تظهر خلف المذيع أو في الجهة القابضة له حتى يسهل قراءتها الاستعانا بها، وتحوي شاشات الغرافيكس معلومات وأشكال غرافيكس (رسوم، أشكال بيانية، خرائط، صور شخصيات..) توضيحية، يستعين بها المذيع في عرض المادة الإخبارية، ويهدف استخدام هذه الشاشات إلى تحقيق الأغراض التالية:

- دعم عرض وقراءة التقارير الإخبارية داخل الأستوديو.
- تستخدم كديكور خلفي للمذيع خاصة في حالة اتساع حجم أستوديو البث.
- تحقيق الالهار البصري بما يجذب انتباه المشاهد ويؤثر فيه.

## **2. تقنيات الواقع المعزز والافتراضي Reality Virtual و RealityAugmented**

يعرف الواقع المعزز (RA) بأنه عرض حي مباشر أو غير مباشر من البيئة المادية، والعالم الحقيقي الذي يتم دعم عناصره المختلفة بالمدخلات المادية المولدة بواسطة الكمبيوتر مثل الصوت والفيديو والرسومات والبيانات الرقمية، بمساعدة تكنولوجيات بناء الواقع المعزز المتقدمة ونظم التعرف على الأشياء Object recognition، بحيث تصبح المعلومات حول العالم الحقيقي الذي يحيط بالمستخدم أكثر تفاعلية (صادق ع.، 2018، صفحة 62).

ويمكّنا تعريف الواقع المعزز RealityAugmented في مجال نشرات الأخبار بأنه تزويد المادة الإخبارية بوسائل إيضاح متعددة افتراضية (رسوم، صور، فيديو، أشكال غرافيكية، مجسمات ثلاثية الأبعاد...)، بحيث تعمل هذه الوسائل على تعزيز تقديم وعرض المادة الإخبارية وجعلها أكثر جذباً للمشاهد.

أما تقنيات الواقع الافتراضي فيرمز لها بالرمزن (VR) وهي تقنيات افتراضية تقوم على محاكاة البيئة الطبيعية في شكل صور وفيديوهات افتراضية باستخدام الحاسوب، واستغلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي .

### **شاشة فيديو الخايط**

تستخدم هذه التقنية في عرض القصص الإخبارية التي تحتوي على بيانات وأشكال غرافيكية كتغطية موضوع حول الانتخابات من خلال إبراز صور المرشحين ونسب التصويت على كل واحد منهم، كما تستخدم في عرض الصور وفيديوهات ذات الموضوعات المطلولة والمترابطة، أو في التنقل من موضوع إلى آخر، وتكون هذه الشاشة خلف المذيع مباشرةً إذ لا تكلفه إلا الاستدارة قليلاً نحوها ومن ثم لمسها باليد للتنقل بين القصص الإخبارية، وتعطي هذه التقنية إحساساً لدى المشاهد بفورية وأنية الخبر

وجاذبيته من خلال اعتمادها على مختلف الصور والفيديوهات والأشكال التوضيحية التي تسهم في إثراء الخبر.

#### **تقنية البيئة الاصطناعية Immersive**

تعمل البيئة الاصطناعية من خلال إدخال مجسمات ثلاثة الأبعاد إلى داخل الاستوديو، بحيث تظهر أمام مقدم النشرة الإخبارية لتصوير البيئة التي تدور القصة الإخبارية حولها، كأن يتم الحديث عن صناعة طراز جديد من الدبابات فيظهر إلى جانب المذيع داخل الاستوديو دبابة ثلاثة الأبعاد بالمواصفات الجديدة يمكنها أن تستدير وتطلق النار لجعل الأمر أكثر حيوية(أبو عرقوب، 2019).

#### **تصوير ثلاثي الأبعاد (Hologram)**

تقوم هذه التقنية على تصوير الشخصيات داخل الاستوديو بشكل ثلاثي الأبعاد حيث يستطيع مقدم النشرة الإخبارية أن يحاورها ويطرح عليها الأسئلة، رغم أن هذه الشخصية تكون متواجدة في مكان آخر، وستستخدم لتسهيل المقابلات وإعطائها طابعاً أكثر قرباً من القصة والمشاهد، وقد أجرت قناة CNN عدة مقابلات باستخدام هذه التقنية(أبو عرقوب، 2019).

وقد تزايد استخدام تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي اليوم القنوات الفضائية الكبرى لأهمية هذه التطبيقات في تحقيق جودة الصورة التلفزيونية وتعزيز عناصر الإبهار البصري خاصة في البرامج الإخبارية. ويمكننا تلخيص مجالات ومزايا استخدام تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي(قمورة و شلوش ، 2024) في ما يلي:

- يستخدم لتوضيح وعرض القصص والتقارير الإخبارية من خلال استعراض مختلف المعلومات والصور والأشكال البيانية والفيديو، كما يستخدم كخلفية ديكور خاصة بالبرنامج خاصة في تلك البرامج تطول فيها مدة البث ويتسع فيها استوديو البث.

- التنوع في أساليب عرض وتقديم القصص الإخبارية بعمق المعالجة الإعلامية للأحداث وإعطاء تفاصيل أكثر عنها.

- تقديم قصص إخبارية ومراسلات صحافية احترافية بشكل افتراضي يحاكي الحقيقة ويفرب الواقع للمشاهد.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

- المزج بين تقنيات الإلبار البصري وجودة محتوى المادة الإخبارية المستندة إلى أسس ومتطلبات الكتابة الصحفية.

## **المطلب الثالث: التقنيات الرقمية الحديثة والتحديات الأخلاقية والمهنية الجديدة لرجل**

### **الاعلام**

أحدثت ثورة الذكاء الاصطناعي تحولات جذرية في آليات إنتاج الأخبار وطرق توزيعها مدفوعة بتطور التكنولوجيات الحديثة وتطور منصات التواصل الاجتماعي من خلال التقارب بين تقنيات التصوير عبر الهواتف الذكية وخدمات منصات التواصل الاجتماعي التي أحدثت نقلة نوعية في سرعة نقل الأخبار وتغطيتها، كما اختزلت الصناعة الإخبارية من شكلها التقليدي إلى تقنيات عالية الدقة والسرعة.

#### **أولاً: التقنيات الرقمية الحديثة والخدمات التي تتيحها لرجل الإعلام**

مكنت التقنيات الرقمية الحديثة لرجل الإعلام العديد من الأدوات المتقدمة في سبيل إنتاج محتوى احترافي فائق السرعة كإمكانية البث المباشر عبر المنصات المتعددة إلى جانب خدمات أخرى نوجزها فيما يلي:

##### **أ/ استخدام كاميرا الهاتف المحمولة في تغطية الأخبار**

تعتمد الفضائيات التلفزيونية على الكاميرات الشخصية للهواتف المحمولة في تغطية بعض الأحداث والأخبار في الواقع التي يصعب الدخول إليها بشكل رسمي، إذ أن هناك بعض الإجراءات الأمنية التي تمارسها بعض السلطات ضد المؤسسات الإعلامية في الوصول وتغطية بعض القضايا والموضوعات والأخبار، بحيث انتشرت العديد من التقارير الإخبارية والاستقصائية في الفضائيات لتغطية أحداث معينة كالتظاهرات أو التحقيق في قضايا معينة أو كشف حالات الفساد(راضي و التميمي، 2017، صفحة 118)، ولعل المثال الأبرز في هذه الحالة إحباط محاولة الانقلاب التي قام بها الجيش التركي في 15 جويلية 2016، وذلك بعدما تم تداول فيديو الرئيس رجب اردوغان على الهاتف المحمول وحديشه مع مذيعة القناة التركية الرسمية لطمأنة الرأي العام التركي، لتنطلق مختلف القنوات الفضائية الإقليمية والدولية الفيديو في ظرف ثوانٍ معدودة.

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

وتزداد أهمية الهواتف المحمولة في نقل وتوثيق الأحداث والأخبار بالصور والفيديو مع النمو المتزايد في استخدامها، حيث أسمهم التطور السريع في صناعتها وتوفيرها على العديد من التطبيقات في توفير العديد من الخدمات الإعلامية من بينها:

- تصوير وتوثيق الأحداث ذات الطابع الإعلامي عن طريق الأجهزة المتحركة كالمobile النقال، والكاميرات الذكية.
- إنتاج المحتويات الإعلامية باستخدام الأجهزة الشخصية الرقمية كالحاسوب الشخصي والهواتف الذكية والاستفادة من مزايا هذه الأجهزة الرقمية في سرعة نشر وتدوال المعلومات والأخبار.
- فاعلية المنصات التفاعلية على الويب في تشكيل بيئة ممارسة إعلامية قائمة على دمج أدوات الإنتاج والنشر وتحويل عمليات التحرير إلى سلسلة من العمليات التقنية وال الرقمية.

#### **ب/ خدمات منصات التواصل الاجتماعي**

تتيح منصات التواصل الاجتماعي للمستخدم متابعة القنوات التلفزيونية من خلال تطبيقاتها فمثلاً يمكن الفيسبروك مستخدميه من متابعة البرامج التلفزيونية عن طريق خاصية المشاهدة Watch أو الريلايز والتفاعل معها من خلال التعليق وإبداء الرأي في مختلف القضايا التي تطرحها هذه القنوات، كما أصبحت القنوات التلفزيونية اليوم تستقطب مستخدمي موقع التواصل من خلال سبر الآراء الذي تطرحه في نهاية البرنامج حول رأي الجمهور في قضية ما تكون محل نقاش في الرأي العام، أو التصويت في المسابقات وبرامج تلفزيون الواقع، أو حتى إعادة نشر المواقف التي حققت رواجاً وتدالواً واسعاً على موقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فالجمهور بات الحاضر الأكبر في مختلف البرامج مما اختلفت طبيعتها (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية).

ومن جهة أخرى ومع الحركة المتسارعة التي عرفتها تكنولوجيات الاتصال، فقد أصبحت كاميرات الهاتف المحمولة الذكية تنوب عن كاميرات جمع الأخبار الإلكترونية، بفضل ما توفر عليه هذه الهواتف من تطبيقات وميزات تتعلق بجودة الصوت والصورة والفيديو والنص والمحمولة؛ فبإمكان صحفي يحوز هاتفاً ذكياً أن يقوم بتغطية الأخبار وتصويرها وإرسالها إلى القناة التي يعمل بها دون أن يكون متواجداً في

غرفة الأخبار، إلى جانب إجراء المقابلات الصحفية والتدخل في وقت بث البرنامج الإخباري أو نشرة الأخبار من موقع الحدث باستخدام الهاتف المحمول.

وبذلك تكون التكنولوجيا الرقمية قد أضفت مرونة وسهولة في العمل الإخباري إلى جانب تقليلها لعامل الوقت والجهد.

#### **ثانياً: التحديات الأخلاقية والمهنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.**

على الرغم من المزايا التي أتاحتها تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات الحديثة عموماً على الممارسة الإعلامية من خلال إدماجها في مختلف مراحل صناعة الخبر التلفزيوني، وما أحدثته هذه التحولات التكنولوجية من نقلة نوعية في جودة المحتوى البصري وتعزيز التجربة المرئية للمشاهدين، إلا أنها في ذات الوقت طرحت عدة إشكالات مهنية وأخلاقية وتقنية من شأنها أن تقوض من مصداقية الإعلام، نتناولها بشيء من التفصيل وفق المستويات التالي:

#### **على المستوى الأخلاقي**

تُعد مسألة المصداقية البصرية التحدي الأخلاقي الأبرز في عصر الذكاء الاصطناعي إذ بات بإمكان الصحفيين وحتى الهواة إنتاج محتويات بصرية تحاكي الواقع، أو حتى التعديل على فيديوهات أصلية وتزييف وقائعها بالإضافة أو بالاقتراض منها وتحوير موضوعاتها وفق ما يخدم الوسيلة الإعلامية أو الجهات المسؤولة عن بث هذا الخبر أو ذاك.

كما كان منصات التواصل الاجتماعي دورها في انتشار ظاهرة الأخبار المغلوطة (Fake News) والصور المغلوطة أيضاً، التي باتت تهدد الأمن الجماعي وحتى أمن الدول في بث حالة من اللاستقرار واللامن بزيادة المخاوف في الأوساط المجتمعية من مخاطر هذه الوسائل الرقمية التي يظل نشاطها يفتقن إلى قواعد أخلاقية وأطر قانونية تحني وتوظف هذا الفضاء الرقمي.

لقد أدركت اليونيسكو خطورة الذكاء الاصطناعي على البشرية ككل فكان اجتماعها بتاريخ نوفمبر 2024 بثباتة دق ناقوس الخطر بالتحذير من مخاطره وسلبياته في مختلف المجالات الحياتية، حيث نص البند 44 من التوصية على ضرورة تعزيز الوعي بتكنولوجيات الذكاء الاصطناعي وبقيمة البيانات عن طريق المشاركة المدنية والتعليم المفتوح والمهارات الرقمية والتدريب على أخلاقيات الذكاء الاصطناعي

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

والدرية الإعلامية والمعلوماتية من خلال عمليات التدريب المشتركة بين الحكومات والمنظمات الدولية الحكومية والمجتمع المدني والقطاع الخاص والوسائل الأكادémie ووسائل الإعلام وقادة المجتمعات المحلية.

فيما ركز البند 66 على المظاهر الغير أخلاقية لاستخدامات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على الممارسة الإعلامية من خلال الحرص على ضرورة تطوير منهجيات رقابية تعمل على الحد من انتشار التضليل الإعلامي والمغالطة الإعلامية التي تحول دون التمتع بحرية التعبير، مع الحفاظ على التوازن بين موثوقية المعلومات وحرية التعبير.

ومن ناحية أخرى، أفرزت التقنيات الرقمية الحديثة إشكالية أخرى تتعلق بتأثير هذه التقنيات على قيمة وأهمية الرسالة الإعلامية وعلى الصورة الإخبارية بأن أدت إلى تسريحها وإفراغها من محتواها القيمي والعميق مما شجع على الاستهلاك البصري لمختلف الأخبار بفضل تطبيقات الإبهار البصري، وفي هذا الإطار يرى الباحث أنه على الرغم مما أحدثه الثورة الإعلامية الثالثة وثورة الحاسوب الآلي والمعلوماتية فإن ذلك لم يحدث نقلة مماثلة على القيم بل على النقيض من ذلك فإنها عملت على دعم عالم الصورة الخاوية إلى حد كبير (عزي ع.، 2013، الصفحات 49-50).

وفي سياق آخر، تطرح حقوق الملكية الفكرية وحماية الإبداع البصري تحديا آخر خاصة مع تنامي مهارات الذكاء الاصطناعي على إعادة إنتاج وتوليد محتويات بصرية محاكية للمحتويات الأصلية التي ينجزها مصورون، وفنانون، مما يستوجب حماية حقوق المبدعين في عصر الإنتاج الرقمي للأخبار والصور.

#### **على المستوى المهني**

تشهد المؤسسات الإعلامية اليوم تناميا في إدماج التكنولوجيات الحديثة بما فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإخبارية، مما يجعلها أمام تحدي جوهري يتعلق بمدى استعداد كفاءاتها البشرية لتبني هذه التكنولوجيات وتطوير كفاءاتهم التقنية بما يتلاءم مع هذه التقنيات الجديدة. ويقى هذا الأمر من صميم مسؤولية المؤسسات الإعلامية في تدريب وإعادة تأهيل كوادرها البشرية بتطوير برامج تدريبية متخصصة تجمع بين المهارات التقنية والقدرات الذاتية والإبداعية للصحفيين.

#### خلاصة الفصل

وكلخاصة لهذا الفصل يمكننا القول أن صناعة الأخبار باتت تحظى اليوم بأهمية بالغة من طرف المؤسسات الإعلامية خاصة مع التطورات التكنولوجية المتلاحقة وازدياد حدة المنافسة بين القنوات الفضائية؛ إذ أصبح الحديث عن جودة المادة الإخبارية يتطلب الإمام قدر الإمكان بمختلف المعايير والمتطلبات المتعلقة بالمضمون ومدى التزام القائم بالاتصال بعناصر الجودة من موضوعية، حياد، مصداقية، توازن، وذلك أثناء تحرير المادة الإخبارية.

كما أتاحت الإنترن特 ظهور مصادر جديدة للأخبار باتت هي الأخرى تنافس مصادر الأخبار التقليدية أو الرسمية، بل وتتفوق عليها في الكثير من الأحيان في نقل الخبر وتحقيق السبق الصحفي على الرغم مما يشوبها من انتقادات بشأن عدم موثوقيتها والترويج للأخبار الكاذبة (Fake News)، كما هو الحال بالنسبة للأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يسمى بصحافة المواطن.

وتتأثر صناعة الأخبار سواء بالإيجاب أو بالسلب بعدة عوامل تتعلق بالخصائص الشخصية للقائم بالاتصال وعلاقات العمل السائدة في المؤسسة الإعلامية وكذا مدى استقلالية السياسة التحريرية عن مختلف الضغوط والعوامل الخارجية كالعوامل السياسية والاقتصادية مثلاً في عالمي التمويل والإشهار وكذا الملكية. كما أن للإطار التشريعي والقانوني أهميته في صناعة الخبر إذ لا يمكننا الحديث عن حرية القائم بالاتصال في تحرير وعرض المادة الإخبارية في ظل منظومة قانونية تكرس التقييد المستمر للحريات الإعلامية.

وباعتبار أن النشرة الإخبارية هي المخرج النهائي للصناعة الإخبارية، الذي تتحد فيه مختلف العناصر الشكلية، التقنية والتحريرية (المضمون) لتصب في شكل صورة بصرية متراكمة تستهدف اهتمام الجمهور وجذب انتباهه، فإن أولوية تحويدها وتطوير طرق وأساليب عرضها تضع القائم بالاتصال أمام عدة تحديات تتعلق بالتنوع في أشكال عرض المحتوى الإخباري بما يحقق الإبهار البصري وجاذبية الصورة والتي تصب في الأخير في خانة جذب المتلقى للمحتوى الإخباري المذاع بالاستغلال الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي ساهمت في تغيير المشهد الإخباري في العديد من القنوات الفضائية والعربية الرائدة

### **الفصل الثالث..... صناعة الأخبار في عصر البث الفضائي**

---

في مجال صناعة الأخبار بفضل مزايا هذه التطبيقات في تطوير أساليب السرد والعرض الإخباري وزيادة تفاعلية ومشاركة المشاهدين في تجربة غامرة تحاكي الواقع وتتحدى الإبداع البشري.

## **الفصل الرابع**

**تطور الإعلام السمعي البصري في الجزائر**

**المبحث الأول: تطور المشهد السمعي البصري في الجزائري ظل تأثير**

**قوانين الإعلام**

**المبحث الثاني: الصحفي المحترف وأخلاقيات المهنة الإعلامية في**

**التشريعات الإعلامية الجزائرية**

**المبحث الثالث: تحليل نشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.**

## المبحث الأول: تطور المشهد السمعي البصري في الجزائر في ظل تأثير قوانين الإعلام

### الحديثة

#### تمهيد:

شهد قطاع السمعي البصري في الجزائر تحولات جذرية ضمن مسار تطوره؛ الذي مرّ بمراحل هامة عكست السياق التاريخي والسياسي والإيديولوجي للبلاد، فمن مرحلة الحزب الواحد وسيطرة الدولة على الإعلام من خلال تحديد وتوجيه وظائفه في خدمة الأهداف التنموية و الوطنية للبلاد إلى مرحلة الانفتاح الإعلامي أواخر تسعينيات القرن الماضي، والذي انبثقت عنه عدة تشريعات إعلامية ساهمت في ظهور التعددية الإعلامية في قطاع الصحافة المكتوبة. ليتبعها تحرير قطاع السمعي البصري الذي بدأت بوادره بالظهور بدء من قانون الإعلام 12-05 إلى انفجار الساحة الإعلامية بكم هائل من القنوات الخاصة التي تنوّعت بين المتخصصة وال العامة، وعلى اعتبار أن فتح السمعي البصري يعد سابقة في تاريخ الإعلام المرئي في الجزائر فقد واجه تحديات كبرى تتعلق بمدى إمكانية استيعاب قوانين السمعي البصري المتالية لنشاط القنوات الخاصة بوضع إطار شامل ينظم المهنة ككل.

وبذلك فإن هذا الفصل سيسلط الضوء على تطور الإعلام السمعي البصري في الجزائر من خلال التعرض إلى السياق التاريخي لتطور الإعلام المرئي في الجزائر فالنصوص والتشريعات الإعلامية المنظمة لنشاط السمعي البصري، ثم نستعرض في المبحث الثاني تطور مفهوم الصحفي المحترف وعلاقته بأخلاقيات المهنة الإعلامية، وكذا صلاحيات ومهام سلطة ضبط السمعي البصري وآليات عملها بالتركيز على قانوبي الإعلام (04-12 و 05-14)، وصولا إلى القنوات الخاصة من خلال السياق العربي والجزائري لنشأة هذه القنوات، إلى جانب أهم مزاياها وتحدياتها.

## المطلب الأول: السياق التاريخي لتطور الإعلام السمعي البصري في الجزائر

ورثت الجزائر غداة الاستقلال الإذاعة والتلفزيون عن الإذاعة والتلفزيون الفرنسيين LA RTF والتي تأسست عام 1944، وبتاريخ 1959 تحولت إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وكانت تابعة للسلطات الفرنسية، لتكرس اتفاقيات ايفيان تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية قبل أن يتم تأميم الإذاعة والتلفزيون بتاريخ 28 أكتوبر 1962(فني، 2013، صفحة 32).

ويجمع الباحثون المختصون في السمعي البصري الجزائري على تقسيم مراحل تطور الإعلام من النواحي التنظيمية والمادية والتشريعية إلى خمس مراحل نوجزها فيما يلي:

### المرحلة الأولى: 1966-1962:

وتكتسي هذه المرحلة أهمية بالغة في تطور الإعلام في الجزائر وإرساء دعائم إعلام وطني يخدم مصلحة المواطن، خاصة بعد فك تبعيته عن الإعلام والسلطات الفرنسية.

وعموما فقد تميزت هذه المرحلة بظهور أول إعلام بعد وجود قانون إعلام واضح ينظم الممارسة الإعلامية في تلك الفترة باستثناء بعض المراسيم التنظيمية التي كانت تتماشى وحداثة النشاط الإعلامي إلى جانب قلة المؤسسات الإعلامية آنذاك والذي كان محصورا في التلفزيون والإذاعة ووكالة الأنباء الجزائرية ومكتب الأحداث المصورة.

### المرحلة الثانية 1985-1967:

وعرفت هذه المرحلة صدور الأمر رقم 243-67 المؤرخ في 9 نوفمبر 1967 المتضمن تنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائرية ولم يختلف هذا المرسوم عن المرسوم الفرنسي بخصوص الطابع الصناعي والتجاري للمؤسسة العمومية ومتنه بالشخصية المعنية والاستقلال المالي.

كما كان لصدور الميثاق الوطني 1976 دوره في رسم معالم السياسة الإعلامية والتي لم تخرج عن إطار النظام السياسي والتوجه الإيديولوجي في البلاد من حيث تبني النظام الاشتراكي والملكية العامة لوسائل

ومؤسسات الدولة بما فيها الإعلام، حيث تحددت وظيفة الإعلام في هذا الميثاق في تحقيق الأهداف التنموية وعدم المساس بأهداف وقيم الثورة والنظام الاشتراكي.

فقد تميزت هذه المرحلة بظهور أول قانون إعلام 1982 والذي سنتعرض إليه بالتفصيل في البحث المولى.

### المراحل الثالثة 1989-1986:

وتعد هذه الفترة أهم مرحلة في تاريخ الإعلام؛ حيث عرفت إعادة فصل الإذاعة عن التلفزيون بموجب المرسوم رقم 147-86 المؤرخ في الفاتح جويلية 1986. حيث شهدت هذه المرحلة إنشاء مؤسسة التلفزة الوطنية كمؤسسة عمومية تتولى مهمة الخدمة العمومية مع منحها الشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وقد حددت المادة الخامسة من هذا المرسوم مهام مؤسسة التلفزيون فيما يلي:

- تربية وتعليم وتكوين المواطنين بهدف رفع المستوى الثقافي والتكنولوجي للمواطنين.
- تعبئة المواطنين من أجل تحقيق الأهداف الوطنية وأهداف الثورة والبلاد.
- المساهمة في رفع مستوى الوعي لدى المواطنين من أجل مشاركة أوسع في عملية التنمية الوطنية.
- التسلية والتنشيط الثقافي والفنى بتطوير وسائل التسلية والرياضة.

وبالتالي فإن هذا المرسوم حدد مهام ووظائف الإعلام المعروفة كالتعليم والأخبار والتسلية إلا أنه ربط هذه المهام بأهداف الثورة وأبعادها التنموية تحقيقاً لمصالح البلاد، وذلك من خلال توظيف وسائل الإعلام آنذاك في تعزيز الوعي المجتمعي وتوجيه الطاقات لتحقيق الأهداف الوطنية مع الحرص على تقديم المحتوى الترفيهي والثقافي الذي يسهم في تعزيز الهوية الوطنية وتحقيق التوازن النفسي والاجتماعي لفرد الجزائري.

### المراحل الرابعة 1990-2010:

تضمنت هذا المرحلة تحول التلفزيون إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-100؛ حيث نصت المادة الثانية منه على وضع سلطة يعينها رئيس الحكومة بعد إلغاء وزارة الإعلام، وإنشاء المجلس الأعلى للإعلام. فيما نصت المادة الخامسة منه على مهام التلفزيون ممثلة في التعليم والتربية والترفيه إلى جانب السهر على ضمان التعددية واستقلالها طبقاً للأحكام الدستورية والنصوص اللاحقة ومقررات المجلس الأعلى للإعلام وتصنياته.

ل يتم إعادة تعيين وزارة الاتصال ببناء على المرسوم 429-94 المؤرخ في 10 ديسمبر 1994 بتعيين السلطة الوصية على المؤسسات العمومية للبث الإذاعي والتلفزي والتلفزيون والإذاعة المسموعة ووكالة الأنباء الجزائرية.

كما شهدت هذه المرحلة ميلاد قناة تلفزيونية جديدة بدأية من 20 أوت 1994 موجهة إلى الجالية الجزائرية في الخارج وفي المغرب العربي لتكون بذلك أول قناة جزائرية ناطقة بالفرنسية تأتي في إطار المساعي الرسمية لربط الجزائريين في الخارج بوطنهم الأم وتوسيع نطاق البث التلفزيوني ليشمل عديد الدول الأوربية والعربية.

ويلخص الباحث عاشر فني مميزات الإعلام المرئي المسموع في الجزائر من خلال المراحل الأربع التي تطرقنا إليها في الخدمة العمومية والدور الاجتماعي ودور الدولة البارز في مجال التنظيم والتمويل والتسهيل والاستثمار، مما سمح بتطوير قدرات البث خاصة والتجهيزات الخاصة بالتغطية الإخبارية والإنتاج التلفزيوني (فني، 2013، صفحة 52).

#### المراحل الخامسة 2011 إلى غاية يومنا هذا:

وتعد هذه المرحلة أبرز المراحل التي عرف فيها المشهد السمعي البصري تغيرات جذرية سواء من خلال قانون الإعلام (12-05) وقانون السمعي البصري (04-14) اللذان صدران في هذه الفترة أو من خلال فتح السمعي البصري بتزايد عدد القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية وتبعاتها، وهذا ما سنتطرق له بالتفصيل في المباحث الموقلة.

## المطلب الثاني: النشاط السمعي البصري في التشريعات الجزائرية الحديثة

### أولاً: قانون الإعلام 1982

يعد قانون الإعلام 01-82 المؤرخ في 6 أبريل 1982 أول قانون خاص بالإعلام صدر في الجزائر المستقلة بعد سلسلة من النصوص التنظيمية (1967) التي سبقته منذ الاستقلال إلى غاية صدور هذا القانون، و الذي حدد شروط ومتطلبات النشاط الإعلامي والسمعي البصري في الجزائر مشكلا بذلك إضافة قانونية جديدة في مجال التشريع الإعلامي.

وقد بينت المواد الأولى من القانون العضوي المتضمن قانون الإعلام 01-82 الإطار العام لمفهوم وتجهات الإعلام الإيديولوجية؛ حيث نصت المادة الأولى على أن الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، لا يخرج عن الإطار الذي وضعه حزب جبهة التحرير الوطني والميثاق الوطني، حيث يسعى للتعبير عن إرادة الثورة وتحقيق الأهداف الوطنية.

فيما نصت المادة الثانية على أن الحق في الإعلام حق أساسي للجميع، ونصت الفقرة الثانية على أن الدولة تعمل على توفير إعلام كامل موضوعي. أما المادة الرابعة من ذات القانون فقد نصت على ضرورة استعمال اللغة الوطنية وتعديلمها، ممارسة الإعلام من خلال نشريات إخبارية عامة، ونشريات متخصصة، ووسائل سمعية بصرية. كما تضطلع القيادة السياسية للبلاد وحدها - حسب ما نصت عليه المادة الخامسة - بتوجيه النشريات الإخبارية العامة ووكالة الأنباء والإذاعة والتلفزة والصحافة المchorة. فيما حددت المادة الثامنة أجهزة الإعلام الوطنية باعتبارها مؤسسات ذات طابع اجتماعي وثقافي، يحدد التنظيم شروط وكيفيات تنظيمها وتسويتها.

وحددت المادة 28 خدمة الإذاعة والتلفزة والوطنية في كل نشاط للتبلیغ عبر الأثير، توجه حصصه الإذاعية أو التلفزيونية أو بأية أنواع أخرى إلى الجمهور ليستقبلها مباشرة. أما المادة 29 منه فقد نصت على احتكار الدولة للإذاعة والتلفزيون مع إمكانية إسناد هذا الاحتكار لمؤسسة أو عدة مؤسسات عمومية.

ويمكن القول أن قانون الإعلام لسنة 1982 لا يمكننا فهمه بعزل عن السياقات التاريخية والسياسية التي عرفتها البلاد آنذاك، من حيث طبيعة النظام السياسي القائم على سياسة الحزب الواحد وسيطرة حزب

جبهة التحرير الوطني على كل مفاصل الدولة، وكذا التوجه القومي الاشتراكي للبلاد ، ورفضها كدولة حديثة الاستقلال كل ما يمت بصلة للاستعمار الفرنسي ونظمه السياسية، والقانونية...

والملاحظ في قانون الإعلام لسنة 1982 أنه أول قانون خاص بالإعلام يصدر في جزائر الاستقلال، إذ حاول المشرع أن يكون قانون الإعلام متاغماً مع توجهات الدولة في حماية المكتسبات التي حققتها الثورة، وفي تحقيق الأهداف الوطنية والوظائف الاجتماعية والثقافية للإعلام، بما يعكس نوعاً من المسؤولية والالتزام لدى الصحفي في التقيد بما جاءت به نصوص هذا القانون وعدم الخروج عن المبادئ التي تم تسطيرها لهذه المرحلة.

كما أن التفصيل في قانون ينظم السمعي البصري لم يرد في هذا القانون إلا من باب التعريف بنشاط السمعي البصري وبيان احتكار الدولة لهذا القطاع مثلما أشرنا إليه في المادتين 28 و29، مما يعزز فكرة اختصاص هذا القانون في تنظيم قطاع الصحافة المكتوبة والمطبوعات عموماً.

### ثانياً: قانون 1990

جاء قانون الإعلام 90-07 المؤرخ في 3 أبريل 1990 تماشياً مع إقرار الإصلاحات التي أقرتها الدولة بفتح التعددية السياسية والحزبية من خلال دستور 1989، والذي كان حتمية اجتماعية فرضتها التحولات الداخلية التي عرفتها البلاد من تدهور الأوضاع الاجتماعية وخروج الشعب إلى الشارع في مظاهرات أكتوبر 1988 نتيجة تراجع مداخيل وأسعار النفط وعجز الحكومة عن الاستجابة لمتطلبات الشعب، كما ألقت الأوضاع الخارجية بضالها بفشل النظام الاشتراكي في العديد من الدول التي كانت تتبع هذا النظام وانتقاها إلى النظام التعددي.

وعلى ذلك فإن قانون الإعلام 90-07 يعد نقطة تحول هامة في تاريخ الإعلام الجزائري، ، وبعد أن وصفت المواد (1، 2، 3) طبيعة الممارسة الإعلامية ومقتضيات حق المواطن في إعلام حر يحترم الكرامة الشخصية الإنسانية ولا يحيد عن مبادئ السياسة الخارجية والدفاع الوطني، نصت المادة الرابعة على التعددية الإعلامية وممارسة الحق في الإعلام من خلال عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام، والعنابر والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي، والعنابر والأجهزة التي ينشئها

الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري، ويعارض الحق في الإعلام من خلال أي سند اتصال كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزي.

أما المادة الخامسة فنصت على أن تشارك عناوين الإعلام وأجهزته السابق ذكرها في ازدهار الثقافة الوطنية وفي توفير ما يحتاج إليه المواطنون في مجال الإعلام والإطلاع على التطور التكنولوجي والثقافة والتربية والترفيه في إطار القيم الوطنية وترقية الحوار بين الثقافات، أما المادة العاشرة فنصت في فقرتها الثانية على ضرورة ضمان المساواة في إمكانية التعبير عن تيارات الرأي والتفكير، وتنظم (المادة 12) أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزة وكالة التصوير الإعلامي، ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقاً للمادتين 44، 47 من القانون 01-88 المؤرخ في 12 يناير سنة 1988.

كما استحدثت المادة 59 المجلس الأعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ومن بين المهام التي أقرتها هذه المادة ما يلي:

- بيان كيفيات تطبيق حقوق التعبير عن مختلف تيارات الآراء.
  - ضمان استقلال القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي، وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.
  - السهر على تشجيع وتدعم النشر والبث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.
  - الدفاع عن الثقافة الوطنية بمختلف أشكالها والترويج لها لاسيما في مجال الإنتاج ونشر المؤلفات الوطنية.
- وما يمكن قوله حول هذا القانون هو التطور النسبي في التشريع الإعلامي؛ فمن بين النقاط الهامة التي ركز عليها هذا القانون ما يلي:
- إقرار التعددية الإعلامية والسماح للصحف الوطنية بالنشاط بملكيات عمومية وخاصة (مثلاً أشارت إلى المادة 14) وبالتالي فإن مضمون هذا القانون لم يشير إلى تعددية السمعي البصري وأبقى على الملكية العمومية للقطاع على عكس قطاع الصحافة والمطبوعات الذي نصت (المادة 14) منه على تعددية الآراء وتمثيل الأحزاب السياسية.

- استحداث هيئة إدارية مستقلة تتمثل في المجلس الأعلى للإعلام مهمتها السهر على مراقبة وحماية هذا القانون، غير أن هذا المجلس لم يلبث طويلاً فسرعان ما تم حله بمقتضى المرسوم رقم 93-13 المؤرخ بتاريخ 26 أكتوبر 1993، والذي جاء متزامناً مع قانون الطوارئ الذي أقرته السلطات العليا بالبلاد في العام 1992 نظير زيادة تدهور الأوضاع السياسية آنذاك نتيجة حل البرلمان وإلغاء نتائج الانتخابات البرلمانية في الجولة الأولى والتي جرت وقائعها في 26 ديسمبر 1991 بعد أن كان من المرجح فيها فوز حزب جبهة الإنقاذ الحل بالأغلبية لتدخل البلاد بعدها في دوامة ما عُرف بالعشرينة السوداء.

### ثالثاً: قانون الإعلام 2012 وقانون السمعي البصري 14-04

يعد القانون العضوي الإعلام 12-05 المتضمن قانون الإعلام الصادر بتاريخ 12 جانفي 2012، قفزة نوعية في مسار تطور قوانين الإعلام في الجزائر، إذ يعد أول قانون يفتح الباب على مصراعيه للاستثمار في الإعلام أمام الخواص وإتاحة التعددية الإعلامية في مجال السمعي البصري، وقد كان هذا القانون استجابة لظروف داخلية وأملاها تعطش الشارع الجزائري لتنوع إعلامي يكفل حرية الرأي والتعبير أسوة بقنوات إعلامية رائدة في الساحة الدولية والعربية.

كما كان للأزمة الكروية التي عرفتها الجزائر مطلع 2010 مع الشقيقة مصر الأثر البالغ في ضرورة التعجيل بفتح مجال السمعي البصري لمحاجة الادعاءات المغرضة من هنا وهناك، ناهيك عن ما سَيَّي بأحداث الربيع العربي التي عصفت بالمنطقة العربية مطلع العام 2011 مستهدفة الإطاحة بأعانت الأنظمة العربية كالنظام الليبي، والتونسي، والمصري وغيرها من الأنظمة الأخرى باختلاف درجة تأثير الحراك الشعبي من دولة لأخرى. وعلى ذلك فإن قانون الإعلام 12-05 جاء كضرورة حتمية فرضتها التغيرات الداخلية والإقليمية المحيطة بالبلاد بل إن هناك من الباحثين من عدّه بمثابة "خطوة استباقية من الحكومة الجزائرية لتفادي انتفاضة شعبية مماثلة" (رحال، 2017، صفحة 418).

كما كان للتزايد المضطرد للقنوات الفضائية الموجهة للجمهور العربي سواء القنوات العربية أو الأجنبية الناطقة بالعربية الأثر البالغ في التفكير في تحرير السمعي البصري في الجزائر وفتح المجال أمام القنوات الجزائرية الخاصة للمنافسة على الساحة العربية من جهة وإسماع صوت الجزائر للعالم العربي والدولي من جهة ثانية.

وحددت المادة رقم 03 أنشطة الإعلام في كل نشر أو بث لواقع وأحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أي وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه، فيما نصت المادة رقم 04 منه على أن ممارسة هذه الأنشطة يتم عن طريق:

- وسائل الإعلام التابعة للقطاع العمومي.
  - وسائل الإعلام التي تنشئها هيئات عمومية.
  - وسائل الإعلام التي تملكها أو تنشئها أحزاب سياسية أو جماعيات معتمدة.
  - وسائل الإعلام التي يملкها أو ينشئها أشخاص معنويون يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رئيس مالها أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية.
- وبذلك فإن المشرع في هذا القانون يكون قد فصل في ممارسة النشاط الإعلامي وفتح المجال أمام الخواص من أحزاب وتيارات سياسية وجماعيات معتمدة وأشخاص معنويون شريطة أن يخضعوا للقانون الجزائري ويتمتع مالكوها بالجنسية الجزائرية.

كما خصص القانون العضوي في بابه الرابع كل ما يتعلق بالنشاط السمعي البصري حيث عرفته المادة 58 بكل ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، أو بث إشارات أو علامات أو أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة، فيما حددت المادة التي تليها مباشرة مهمة نشاط السمعي البصري في الخدمة العمومية. والقصد بمضمون خدمة الاتصال السمعي البصري (المادة 60) كل خدمة اتصال موجهة للجمهور لاستقبالها في آن واحد من قبل الجمهور كله أو فئة منه، يتضمن برنامجها الأساسي حرصاً متابعة ومنتظمة تحتوي على صور أو / وأصوات. على أن يمارس نشاط السمعي البصري (المادة 61) من قبل:

- هيئات عمومية.
- مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي.
- المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.

والملاحظ أن هذه المادة لم يشر فيها المشرع صراحة إلى الإعلام الخاص بل أكتفى بإدراجها ضمن المؤسسات أو الشركات الخاضعة للقانون الجزائري، إضافة إلى الهيئات العمومية وأجهزة القطاع العام مع ضمان سيطرة الدولة وتوجيهها للمحتوى الإعلامي.

وعلى إثر هذا القانون بدأت الساحة الإعلامية تشهد تزايداً متزايداً متسارعاً للقنوات الفضائية الجزائرية التي تنوعت بين القنوات المتخصصة (الشروع نيوز، النهار، نوميديا نيوز، سميرة تي في، الهدف...) والعمامة (الشروع العامة، الجزائرية وان...) وبملكية خاصة تعود لرجال أعمال جزائريين.

وعلى الرغم من الإضافة الكمية والنوعية التي عرفها قطاع السمعي البصري في الجزائر إلا أنه لم يخلو من النقائص هو الآخر لعدم اتباعه بنصوص تنظيمية تحدد كيفيات وحيثيات الممارسة الإعلامية للسمعي البصري بوضوح؛ مما جعل من توطين القنوات الفضائية أمراً مستحيلاً في بدايات صدور القانون حيث باشرت أغلب القنوات بشهرها من أقطار عربية وأجنبية مجاورة (قناة الشروع مثلاً كانت تبث من عمان)، واعتبارها من الناحية القانونية قنوات أجنبية يسري عليها قانون القنوات الأجنبية على الرغم من انتماها لخواص جزائيٍّ الجنسيّة.

ويُعاب على هذا القانون أن فتح التعددية السمعية البصرية كان ولا يزال خاضعاً لإشراف الدولة سواء من الناحية القانونية (مواد قانون الإعلام 12-05) أو من الناحية السياسية، ضف إلى ذلك أنه يتبع على الراغبين في فتح قنوات خاصة التقييد بنص المواد المتضمنة موضوعاتية القناة والتقييد بالحجم الساعي خاصة ما يتعلق بالنشرات الإخبارية والبرامج التحليلية (عبدة، 2018).

وبخصوص قانون السمعي البصري 14 - 04 الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، في عددها 16 بتاريخ 23 مارس 2014 فقد جاء مثمناً لمعنى فتح السمعي البصري مثلما نص عليه القانون العضوي 12-05 مثلما نصت عليه المادة رقم 2 من قانون السمعي البصري 14-04.

أما المادة رقم 3 فنصت على الشخصيات المخول لها ممارسة النشاط السمعي البصري مثليـن في:

- الأشخاص المعنية التي تستغل خدمة الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي

- مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي المرخص لها.

- المؤسسات والشركات التي تخضع للقانون الجزائري المرخص لها.

وتتشكل خدمات الاتصال السمعي البصري (حسب مضمون المادة 05 من ذات القانون) المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات و هيئات وأجهزة القطاع العمومي، أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري و يمتلك رأساً لها أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية.

وباختصار يمكننا القول أن مضمون القانون 14-04 جاء مجسداً وموضحاً لقانون 12-05 في أغلب مواده.

### المطلب الثالث: شروط إنشاء قناة تلفزيونية خاصة

#### أولاً: الموضوعاتية

اشترط المشرع الجزائري على الراغبين في إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري أن يتسم محتواها بالموضوعاتية، فالقنوات الموضوعاتية مثلا هي تلك المتخصصة المضامين والمحظى كأن تكون متخصصة في الرياضة أو الأخبار، أو الاقتصاد، أو المرأة وغيرها، لتوجه إلى جمهور معين يعكس القنوات العامة التي تستهدف ببرامجها مختلف شرائح المجتمع. وهذا ما نصت عليه المادة 17 من قانون السمعي البصري 04-14 من خلال مضمونها : " تعد خدمة الاتصال السمعي البصري المرخص لها كل خدمة موضوعاتية للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام هذا القانون ".

وتطرح المادة أعلاه إشكالا جوهريا يتعلق بمحاولة المشرع الجزائري تقنين الخطاب الإعلامي بفرض التخصص الموضوعاتي كشرط أساسي لإنشاء قناة تلفزيونية مما يتعارض مع مبادئ التعددية وحرية الإعلام من عدة نواحي أبرزها:

- تضييق هامش الحرية من خلال محاولة تقييد حرية التعبير، بفرض محتوى تلفزيوني متخصص.
- اختزال دور الإعلام في وظائف محددة دون غيرها، كوظيفة الإخبار بالنسبة للقنوات الإخبارية، ووظيفة التسلية والترفيه بالنسبة للقنوات الرياضية وغيرها مما يتناقض مع طبيعة الإعلام كونه سلطة رابعة تتميز بالطبيعة المركبة والдинاميكية.
- التعارض مع الدستور، حيث تتناقض المادة أعلاه مع مبادئ حرية التعبير التي كفلها الدستور الجزائري، مما يشكل قيادا غير مبرر مع مبادئ التعددية الإعلامية.

#### ثانياً: شرط الترخيص

تعرض مضمون القانون في هذا الباب الخاص بنشاط السمعي البصري إلى شروط إنشاء قناة خاصة موضوعاتية حيث نصت المادة 63 على وجوب منح ترخيص بموجب مرسوم، وإبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد.

إذن فقد ربطت هذه المادة بين شروط استفادة المرشح لإنشاء قناة تلفزيونية بوجوب وجود حيازته رخصة الاستغلال الذي تسلمه له سلطة الضبط بموجب مرسوم، الأمر الذي أكدته المادة 20 من قانون السمعي البصري 04-14 والتي نصت على تقديم السلطة المانحة مثلثة في سلطة الضبط لرخصة إنشاء

خدمة الاتصال السمعي البصري الموضوعاتية بوجوب مرسوم العقد وذلك طبقاً لأحكام القانون العضوي رقم 12-05.

كما نصت المادة 22 من ذات القانون على ما يلي: " يتم تنفيذ الإجراء المتعلق بمنح الرخصة من طرف سلطة الضبط السمعي البصري بواسطة إعلان الترشح، وفق شروط وكيفيات تحدد عن طريق هذا التنظيم".\*

### ثالثاً: شروط أخرى موضوعية

حددت المادة 19 من القانون أعلاه جملة من الشروط الموضوعية الواجب على المرشحين المؤهلين لإنشاء خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتي في الشروط التالية:

- **خضوع الشخصية المعنية للقانون الجزائري:** والمقصود بها امتلاك الهوية القانونية المحلية للقنوات الموضوعاتية، ويعد ذلك بمثابة ضمانة أساسية لحماية السيادة الإعلامية وتعزيز المنظومة الاتصالية، خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن جل القنوات الخاصة بدأت ولا زالت العديد منها ينشط كقنوات أجنبية يتم منحها اعتماد من طرف وزارة الاتصال.
- **انتفاء جميع المساهمين للجنسية الجزائرية:** ويهدف هذا المعيار إلى ضمان استقلالية القرار الإعلامي وحماية المصالح الوطنية في مجال السمعي البصري.
- **الأهلية المدنية لجميع المساهمين،** والذي يعكس بدوره النضج القانوني والمسؤولية الاجتماعية في إدارة المؤسسة الإعلامية.
- **أن لا يكون المساهمون محكوماً عليهم من قبل بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام،** ويعني آخر أن يخلو السجل القانوني للمساهمين من المخالفات الجسيمة التي تستهدف النزاهة الأخلاقية والقانونية وتؤثر على شفافية ومصداقية المؤسسة الإعلامية المراد انشاؤها.
- **أن يكون رأس المال الاجتماعي خالصاً:** ويحمي هذا الشرط المؤسسة الإعلامية ومالكيها من التأثيرات الخارجية على المحتوى وعلى التوجهات الإعلامية، بما يضمن السيادة الاقتصادية والاستقلال المادي الوطني.
- **اثبات مصدر الأموال المستثمرة:** ويرمي هذا الشرط إلى بيان مصدر تمويل المؤسسات الإعلامية المراد انشاؤها تجنباً للتمويل المشبوه أو التمويل الناتج عن غسيل الأموال وضماناً لنزاهة الاستثمار في مجال الإعلام.

\* المادة 22 من قانون السمعي البصري 14-04، مرجع سابق، ص 11.

- أن يكون ضمن المساهمين صحفيون محترفون وأشخاص مهنيون: ويهدف هذا الشرط إلى ضمان إعلام احترافي يجمع بين الخبرة الصحفية والكفاءة المهنية للصحفيين والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الموضوعاتية.
- أن يثبت المساهمون المولودون قبل 1942 أنه لم يكن لهم سلوك معادي ضد ثورة نوفمبر 1954، ويعني هذا الشرط ضرورة اتصف المساهمين بالانتماء والنزاهة التاريخية بالتزام الموقف الإيجابي حيال الثورة التحريرية مما يؤكد على أهمية الذكرة الوطنية في تشكيل الهوية الإعلامية المعاصرة.

## المبحث الثاني: الصحفي المحترف وأخلاقيات المهنة الإعلامية على ضوء التشريعات

### الإعلامية الجزائرية الحديثة

#### تمهيد

حظي قطاع السمعي البصري بأهمية بالغة لدى المشرع الجزائري استجابة لمختلف الظروف والعوامل التكنولوجية والسياسية والمجتمعية التي دفعته إلى إعادة تنظيم المهنة الصحفية وتأثيرها قانونيا وأخلاقيا، مما يضمن التوازن بين الحرية الصحفية والممارسة المهنية المسؤولة، واستجابة أيضاً للتحديات المتزايدة التي تواجهها مهنة الصحافة. واعتباراً لذلك سوف نتناول في هذا المبحث ثلاثة مطالب رئيسية تشكل ركائز التنظيم القانوني والمهني للنشاط والعمل الصحفى حيث سيناقش المطلب الأول تطور مفهوم الصحفي المحترف على ضوء التشريعات الإعلامية الجزائرية بغرض استشكاف مكانة الصحفي المهنية وحقوقه القانونية والضمانات القانونية التي تكفل استقلالية عمله الصحفى.

فيما سيُفصل المطلب الثاني في منظومة أخلاقيات المهنة الصحفية بالتركيز على المعايير والضوابط المهنية التي تضمنها قانون الإعلام 12-05 وقانون السمعي البصري 14-04 وخاصة بآليات الرقابة الذاتية، وكيفية موازنة هذه الضوابط مع متطلبات حرية التعبير وحق الجمهور في المعرفة. أما المطلب الثالث فيتناول بالتفصيل والتحليل سلطة ضبط السمعي البصري من حيث كونها سلطة مستقلة تعنى بتنظيم وضبط النشاط والممارسة الإعلامية، من خلال عضويتها وتنظيم سير عملها ومهامها وصلاحياتها من خلال تحليل وظائفها في مجالات الرقابة، والاستشارة، وتسوية المنازعات.

## المطلب الأول: تطور مفهوم الصحفي والصحفي المخترف في التشريعات الإعلامية.

ارتبط تطور مفهوم الصحفي في التشريعات الجزائرية تبعاً لطبيعة النظام السياسي والإيديولوجي السائد في كل مرحلة من المراحل التاريخية التي عرفتها البلاد منذ الاستقلال، فالمسار التضوري للتشريعات الإعلامية عرف تحولات جوهرية في مستوى الحريات والممارسة المهنية وفقاً لخصوصية كل مرحلة ومتطلباتها، لتجدد معالم الوظيفة الإعلامية ومكانة الصحفي انطلاقاً من التشريعات والمواد القانونية التي رسمت وحددت أدواره وطبيعة نشاطه الإعلامي. لذلك سننطرق في هذا الإطار لبعض مفاهيم الصحفي والصحفي المخترف التي تطرقت لها قوانين الإعلام بالتركيز على قوانين الإعلام التالية:

### أولاً: مفهوم الصحفي في قانون الإعلام 1982

تضمن قانون الإعلام 1982 مفهوم الصحفي في مادته 33؛ حيث نصت على أنه كل مستخدم في صحيفة يومية أو دورية تابعة للحزب أو الدولة، أو في هيئة وطنية للأنباء المكتوبة أو الناطقة أو المchor، ويكون متفرغاً دوماً للبحث عن الأنباء وجمعها وانتقاءها وتنسيقها واستغلالها وعرضها، على أن يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والمنتظمة التي يتتقاضى مقابلها أجراً. وبالتالي فقد حصرت هذه المادة الصحفي في النقاط التالية:

- حصر نشاط الصحفي في مؤسسة إعلامية تابعة للدولة أو للحزب الحاكم سواء كانت صحيفة أو دورية، أو هيئة وطنية للأنباء المكتوبة أو ناطقة أو مchor، وقد يكون هذا الأمر بديهيما بالنظر إلى المرحلة السياسية التي تزامن معها هذا القانون مثلثة في مرحلة الحزب الواحد والتشعب بالأفكار الاشتراكية.
- ممارسة النشاط الإعلامي من جمع وانتقاء و استغلال وعرض الأخبار بما يضمن التفرغ التام لها وعدم المزاوجة بينها وبين وظيفة أخرى.
- تقاضي مقابل مادي نظير هذه الوظيفة اعتبارها المهمة الوحيدة للصحفي.

ولا يختلف الأمر بالنسبة لقانون الإعلام 90-07 من حيث تعريفه للصحفي المحترف في مادته 29 غير أنه في هذه المرة لم يمانع من تقديم الصحفي لإسهامات ظرفية إلى وسائل إعلام أخرى حسب الشروط التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام.

كما أسندة المادة 30 من ذات القانون مهمة منح بطاقة الصحفي المحترف لهيئة المجلس الأعلى للإعلام وتحديد مدة صلاحياتها وكيفية إلغائها إلى جانب وسائل الطعن فيها.

### **ثالثا: الصحفي المحترف في مضمون قانون الاعلام 12-05**

تعرض قانون الإعلام 12-05 لمفهوم الصحفي المحترف ، حيث حددته المادة 73 في كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقادها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو آلة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتحذى من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله، كما يعد صحافيا محترفا كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام طبقا للإجراءات المنصوص عليها في المادة 80 والمتعلقة بتنظيم علاقة العمل بين الهيئة المستخدمة والصحفى.

واستنادا إلى ذلك فقد توسيع في هذا القانون دائرة كلا من الصحفي المحترف لتشمل الصحفي المتفرغ للعمل الإعلامي ، والمراسل الصحفي الذي تربطه علاقة عمل بينه وبين المؤسسة الإعلامية المستخدمة وفق صيغة تعاقدية نصت عليها المادة 80. غير أنه لم يتم تحديد المكان الذي ينشط منه المراسل الصحفي سواء داخل أو خارج الوطن وما إذا كانت جنسيته جزائرية أو أجنبية.

كما أدرجت ذات المادة مختلف وسائل الإعلام الوطنية التقليدية (نشرية، دورية، خدمة اتصال سمعي بصري، وكالة أنباء ) إلكترونية (وسيلة اعلام عبر الانترنت)، وذلك بإضافة وسائل إعلام إلكترونية كالصحف الالكترونية، ولم يشترط هذا القانون ملكية الدولة لوسائل الإعلام فاسحا المجال للإعلام السمعي البصري الخاص شريطة خضوعها لدفتر شروط. و لاكتساب صفة الصحفي المحترف استحدث هذا القانون بطاقة الصحفي المحترف وفق ما نصت عليه المادة 76 حيث تتولى هيئة متخصصة إصدارها وتحديد شكلها، وسيرها وتنظيمها. فيما اشترطت المادة المولية على الصحفي المحترف عدم العمل لصالح نشرية دورية أو وسيلة إعلامية أخرى إلا بموجب ترخيص تمنحه المؤسسة المستخدمة الرئيسية.

واستثنى المشرع في مضمون هذ القانون أعيان الإشهار ولم يتم عدّهم كصحفيين محترفين، مثله في ذلك مثل قانون الإعلام 90-07 ، الأمر الذي عّده الباحث أمقران طبي أنه يفتح المجال أمام للتلاعب بمنح هذه البطاقة لأشخاص دون الآخرين (طبي، 2021).

واشترط المشرع في مادته (79) على كل مدير مسؤول عن دورية نشرية عامة أن يوظف بصفة دائمة ضمن طاقمه صحفيين يحوزون بطاقة الصحفي المحترف لا يقلّون عن ثلث هيئة التحرير.

إن التطبيق الفعلي للمواد السابقة الذكر خاصة ما تعلق منها بمنح وتعيم بطاقات الصحفي المحترف على الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية، من شأنه أن يسمح للصحافي بزاولة نشاطه بكل أريحية بعيداً عن الضغوط التي قد يشكلها المصدر ضده كالامتناع عن الإدلاء بالتصريح له أو منعه من الدخول لتغطية الأحداث، وبذلك تعد بطاقة الصحفي المحترف بمثابة "بطاقة هوية" تمنح لحامليها المزيد من التسهيلات وتضفي عليه الطابع الرسمي في أداء مهامه، كما أنه من مزايا بطاقة الاحتراف أنها تقطع الطريق أمام "الهواة" أو "صحافة المواطن" التي أصبح انتشارها في تزايد مستمر دونما دراية منهم بأخلاقيات المهنة بل قد ينصرف نشاطهم إلى ممارسات غير أخلاقية تطال مصادر المعلومات كالابتزاز، والتهديد، والتشهير، والتكمب بقضاء مصالح شخصية وغيرها.

وعلى كل حال لا يزال إشكال منح وتعيم توزيع بطاقة الصحفي المحترف قائماً إلى حد الساعة لعدة أسباب منها ما أرجعه الباحث أمقران طبي إلى غموض في عدم تنصيب اللجنة الوطنية المكلفة بتسليم بطاقة الصحفي المحترف (طبي، 2021).

## المطلب الثاني: قراءة في أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل قانون الإعلام 12-05

تُعبر أخلاقيات المهنة الإعلامية عن تلك القواعد والالتزامات التي تحكم وتوجه السلوك الصحفي، والتي يتم بمقتضاها الحكم على جودة المحتوى الإعلامي من ناحية المضمون، على أن لا يتعارض مع قيم ومبادئ المجتمع الموجه له الرسالة الإعلامية.

وتسعى التشريعات الإعلامية في كل بلدان العالم إلى تأطير الممارسة الإعلامية وتنظيم خط سيرها من خلال معرفة الصحفي ما له وما عليه من حقوق وواجبات حتى يتسمى له أداء عمله على أكمل وجه، والجزائر كغيرها من بلدان العالم سعت إلى تقوين العمل الصحفي وضبط إطاره الأخلاقية من خلال سلسلة من التشريعات القانونية الخاصة بقانون الإعلام، و التي أفردت فيها المشرع أبوابا خاصة بآداب وأخلاقيات المهنة الإعلامية ناهيك عن المراسيم التنظيمية والنصوص التنظيمية التي أرددتها لهذه القوانين بغية تحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للصحفيين.

لذلك ستطرق في هذا المطلب إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 12-05 و قانون السمعي البصري 14 - 04 .

### أولاً: أخلاقيات الإعلام في مضمون قانون الإعلام 12-05

أفرد قانون الإعلام 12-05 ببابا خاصا بمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة، حيث جاء هذا الباب مقسما إلى فصلين اختص فيه الفصل الأول بمهنة الصحفي والصحيحي المحترف التي أسهبنا فيها في المطلب السابق، أما أخلاقيات المهنة فقد جاءت في الفصل الثاني وفق 8 مواد، إضافة إلى المادة الثانية من هذا القانون التي حددت الأطر العامة التي يتوجب على الصحفي والمؤسسات الإعلامية السير بمقتضاها في ممارسة النشاط الإعلامي من خلال احترام القيم والثوابت التالية:

- الدستور وقوانين الجمهورية.

- الدين الإسلامي وبقى الأديان.

- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.

- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.

- متطلبات النظام العام.

- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.

- المصالح الاقتصادية للبلاد.

- مهام التزامات الخدمة العمومية.

ونستشف من مضمون هذه المادة الخريطة العامة للممارسة الإعلامية والتي وازن فيها المشرع بين حرية

الإعلام وضوابطه الأخلاقية من خلال ثلاث أبعاد رئيسية:

**البعد السيادي:** يتمثل هذا البعد في صون السيادة والوحدة الوطنية، مع التركيز على الحفاظ على مقومات الهوية الوطنية وقيمها الثقافية الأصلية لحماية النسيج المجتمعي وضمان استقراره ووحدته.

**البعد التنظيمي:** وينتسب بالتوافق بين حرية العمل الإعلامي ومتطلبات النظام العام، فالمشرع الجزائري وضع آليات لمارسة النشاط الإعلامي دون المساس بمتطلبات الدفاع الوطني والأمن القومي.

**البعد الاجتماعي والاقتصادي:** يرتبط هذا البعد بمدى احترام الصحفيين للمصالح الاقتصادية العليا للبلاد وواجب الخدمة العمومية من خلال التوفيق بين واجباتهم وحقوقهم.

وبالتالي فإن هذه المادة وضعت المصلحة العليا للبلاد ضمن أولويات وواجبات الصحفي، الذي تبقى ممارسته لهمة الإعلام منوطه باحترام الثوابت الوطنية والتاريخية والدينية، ومسؤوليته تجاه مجتمعه مع الاحتفاظ بهامش من الحرية في الإبداع والممارسة المهنية.

أما المواد الخاصة بأخلاقيات المهنة المدرجة في الفصل الثاني من الباب السادس فقد تضمنت بداية من المادة 92 ضرورة التزام الصحفي بالحفظ الكامل على أخلاقيات المهنة خلال ممارسة نشاطه الصحفي، وعطفا على النقاط الوارد في المادة الثانية أعلاه، فقد أضافت هذه المادة أحكاما أخرى تتعلق باحترام السيادة الوحدة الوطنية بالامتناع عن نشر المحتوى الإعلامي الذي يستهدف المساس بالثوابت الوطنية والتاريخية، بما فيها تحنيب تمجيد الحقبة الاستعمارية. وجاءت قيم المهنية والموضوعية ضمن أولويات المشرع

بغية إعداد محتوى إعلامي متكمال معرفياً يتوخى فيه تقديم الواقع بكل توازن وحيادية، مع مراعاة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه الأفراد والمجتمع بتجنيبهم الواقع في أضرار معنوية أو مادية، العمل على وحدة النسيج الاجتماعي والقيم الأساسية للبلاد بتجنب نشر أو بث محتوى تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

وأكدت ذات المادة على حُلُق النزاهة المهنية والفكريَّة من خلال الامتناع عن استغلال المنصب في تحقيق أغراض شخصية أو مادية، والالتزام بالمصداقية والموثوقية المهنية في نقل الأخبار وتوثيقها، والابتعاد عن كل أشكال السرقة الأدبية، والوشایة، والقذف.

كما ألزم المشرع الصحفي بالمسؤولية التصحيحية بتصويب الأخطاء وتصحيح الأخبار الغير صحيحة، ناهيك عن التزام الحياد الاجيادي بالابتعاد عن الترويج للعنصرية والكراءحة وتعزيز قيم التسامح.

فيما وضعت المادة 93 حدا بين حق الجمهور في المعرفة والاطلاع وبين حق الأفراد في الخصوصية والكرامة، وذلك بحماية الخصوصية للأفراد العاديين والشخصيات العامة على حد سواء، والتمييز بين المعلومات التي تخدم المصلحة العامة وتلك التي تخوض في النطاق الشخصي للأفراد، مما يتطلب ضرورة ممارسة الصحفيين لدرجة عالية من اليقظة الأخلاقية والتوازن المهني في عرض المحتوى الإعلامي.

ويُعتبر قرار إرساء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات المهنة الصحفية، أحد أبرز المستجدات التي جاء بها هذا التشريع، حيث تناولت المواد من 94 إلى 99 بالتفصيل الهيكل التنظيمي والإطار التشغيلي الخاص بكيفية انتخاب أعضاء هذه الهيئة، وتنظيم سيره ومصدر تمويله. واعتبر المشرع أن مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات المهنة يعتبر بمثابة ميثاق شرف مهنة الصحافة، يُخول له ممارسة مهامه في ترسیخ المعايير المهنية والضوابط الأخلاقية في الممارسة الإعلامية، إلى جانب صلاحياته في فرض عقوبات على أي خرق لقواعد آداب وأخلاقيات المهنة وبيان طبيعتها وكيفية الطعن فيها.

ورغم هذه الترسانة التشريعية المنظمة لأخلاقيات المهنة في الجزائر، وعلى الرغم من أن المشرع اقترح أن يتم تنصيب المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في غضون سنة من صدور القانون، إلا أن هذا الأمر لم يحدث إلى حد اليوم، الأمر الذي يضعنا أمام فجوة بين الجانب النظري التشريعي والذي يbedo مثالياً في

الكثير من المواد التي سمّت بالممارسة الإعلامية وضرورة احترام أخلاقيات المهنة الصحفية وبين الجانب التطبيقي في شقه العملي والذي يقضي بضرورة تفعيل مضامين هذه المواد بإنشاء هيئة أخلاقيات المهنة.

وتزداد الحاجة إلى تأسيس هذا المجلس أو استحداث هيئة تنظيمية ذات طابع إلزامي مع تزايد نسبة البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة والتي أصبحت تقيس نجاحها بمقاييس نسب المشاهدة والتفاعل دون الاحتكام لأخلاقيات المهنة الصحفية في طرق الماقبض المتنافية مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

#### ثانياً: أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون السمعي البصري 14-04

لم يتعرض قانون السمعي البصري 14-04 بشيء من التفصيل إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية ما عدا بعض المواد، ذلك أنه أبقى على صلاحية وسريان قانون الإعلام 12-05 حسب ما وضحته المادة الثانية التي نصت على أن: "يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحکام المادة الثانية من القانون العضوي 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012 وأحكام هذا القانون والتشريع المعمول به". فيما أسهبت المادة الـ 48 في ذكر مجموعة من الالتزامات المنضمنة في دفتر الشروط الخاصة بأخلاقيات المهنية الواجب على القنوات التلفزيونية أخذها بعين الاعتبار والتي وردت بشيء من التفصيل والإضافة لتلك الواردة في قانون الإعلام السابق.

وتضمن الباب الخامس جملة من العقوبات الإدارية التي يخضع لها الشخص المستغل للنشاط السمعي البصري في القطاعين العام والخاص، في حال عدم احترامه للشروط الواردة في النصوص التشريعية والتنظيمية، على أن تتولى هذه المهمة سلطة ضبط السمعي البصري، وتفاوت هذه العقوبات تبعاً لطبيعة التجاوزات التي يرتكبها مستغلي رخصة النشاط التلفزيوني أو الإذاعي، حيث تتراوح هذه العقوبات بين الغرامات المالية والتعليق الكلي أو الجزئي للرخصة ، أو السحب أو التعليق الفوري دون إشعار السلطة المانحة لرخصة البث، كما سيتم التطرق إليها في المطلب المولى.

### **المطلب الثالث: سلطة ضبط السمعي البصري بين المهام والواقع**

يعد قرار استحداث سلطة ضبط السمعي البصري أحد أهم مخرجات قانون 12-05 في إنشاء هيئة رقابية عليا تضطلع بمهام الإشراف والتتنظيم ليعقبه قانون السمعي البصري 14-04 المكمل لقانون الإعلام السابق في إطار رؤية إستراتيجية شاملة تهدف إلى الارتقاء بالمشهد السمعي البصري في الجزائر.

لقد أشار قانون الإعلام 12-05 إلى تأسيس سلطة الضبط السمعي البصري بموجب المادة 64 والتي جاء في مضمونها استقلالية الهيئة عن باقي السلطات وتعتمد على الشخصية المعنوية وكذا استقلالها المادي. وتتجاوز الغاية من إنشاء هذه الهيئة من كونها جهاز تنظيمي وتشريعي مختلف عن الأجهزة والسلطات التقليدية المعروفة (التنفيذية، التشريعية، القضائية) إلى توجيه جديد يسعى إلى ترسیخ الممارسة الديمقراطية في خضم التحولات الإصلاحية التي يتطلع إليها صحفيي ومهني القطاعين العام والخاص.

#### **أولاً: مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري**

جاءت المادة 54 من قانون السمعي البصري 14-04 محددة لمهام وصلاحيات سلطة السمعي البصري في حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ضمن الشروط التي يحددها هذا القانون ساري المفعول، التزام الموضوعية والشفافية، والسهر على ترقية اللغتين الوطنيتين العربية والأمازيغية وتنمية التنوع الثقافي للوطن. كما نصت ذات المادة على ضرورة احترام التعددية الفكرية واختلافات الرأي في البلاد خاصة في البرامج السياسية والعلمية، والسهر على احترام الكرامة الإنسانية عموما، وضمان حماية الأطفال والراهقين، وكذا الاهتمام بفئة المعاقين سمعيا أو بصريا بتسهيل وصولهم إلى البرامج المقدمة إلى الجمهور. واهتمت هذه المادة أيضا بحماية وتشمين البيئة بترسيخ ثقافة بيئية واعية بأهمية صحة المجتمع ومقومات الحياة المستدامة.

وإضافة إلى ما سبق فإن سلطة ضبط السمعي البصري تضطلع بمهام وصلاحيات محورية في تنظيم المشهد الإعلامي تهدف من خلالها إلى بناء منظومة إعلامية توازن بين حرية التعبير وأخلاقيات المهنة، بتعزيز قيم الشفافية والموضوعية وحماية الفضاء الإعلامي من الانحرافات والتجاوزات الغير مهنية، لذلك حرص المشرع على تكليف هذه السلطة بمجموعة من المهام التي قسمها إلى ثلاثة مجالات رئيسية حددتها مضمون المواد من 54 إلى 56 من قانون 14-04 في ما يلي:

### **أ- في مجال الضبط**

تضطلع سلطة ضبط السمعي البصري في مجال الضبط في دراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري والبث فيه، ومن ثمة إدارة الترددات الموضوعة من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبث الإذاعي والتلفزي ووضعها تحت تصرفها من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي في إطار الإجراءات المحددة في هذا القانون، بما يضمن التوزيع الأمثل للموارد البشرية وتحقيق التوازن المعلوماتي، كما تتولى سلطة الضبط تطبيق القواعد المتعلقة بمعايير الإنتاج والبرمجة والبث لحصص التعبير المباشر والحرص على التنظيم الاحترافي للتعاطية الإعلامية خلال المسارات الانتخابية ول مختلف التشكيلات السياسية والمنظمات الوطنية النقابية والمهنية المعتمدة بما يكرس التعددية والتوازن في التمثيل، وكذا الحد من الممارسات الترويجية والإشهارية الغير مهنية بتحديد الشروط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الإشهار عبر التلفزيون.

### **ب- في مجال المراقبة**

تمارس سلطة ضبط السمعي البصري رقابة شاملة ومتکاملة على الإنتاج السمعي البصري من خلال:

- احترام مطابقة أي برنامج سمعي بصري كيما كانت وسيلة بثه للقوانين والتنظيمات سارية المفعول بالتدقيق المستمر في محتوى وشكل البث الإعلامي.
- التكامل التنسيقي مع الهيئات المعنية بإدارة الترددات لضمان جودة الاستقبال والانتشار الإشاري.
- حماية الهوية الثقافية من خلال رصد الحصص الدنيا المخصصة للإنتاج الوطني، وتعزيز التعبير باللغتين الوطنيتين.
- التدقيق الشامل في موضوع ومضمون وكيفيات برمجة الحصص الإشهارية.
- السهر على تطبيق دفاتر الشروط، واحترام المبادئ والقواعد المطبقة على النشاط السمعي البصري.

## ج- في المجال الاستشاري

علاوة على دورها في مجال الضبط والرقابة تمت احتصاصات سلطة ضبط السمعي البصري إلى الحالات الاستشارية؛ فهي تتولى مسؤولية إبداء رؤى استشرافية حول الإستراتيجية الوطنية لتنمية النشاط السمعي البصري، وحول مختلف النصوص التشريعية والتنظيمية المنظمة للقطاع، وتعزيز آليات المنافسة المهنية في القطاع. كما يُخول لهذه السلطة إبداء رأيها الفني في النزاعات القضائية المتعلقة بعمارة النشاط السمعي البصري.

## د- في مجال تسوية النزاعات

تضطلع سلطة ضبط السمعي في مجال تسوية النزاعات بالتحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنيين الذي يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين أو من طرف شخص طبيعي أو معنوي يخترها بانتهاء القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة الاتصال السمعي البصري، إلى جانب التحقيق في الشكاوى الواردة من مختلف التشكيلات السياسية والتنظيمات النقابية والجمعوية. ويتسع نطاق الرقابة ليشمل القضاء الرقمي عبر الانترنيت.

### ثانيا: تشكيل وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري

تكفل قانون الإعلام 14-04 في فصله الثاني من الباب الثالث بتشكيل وسير وتنظيم سلطة ضبط السمعي البصري، حيث نصت المادة 57 على أن تتشكل عضوية السلطة من (09) تسعة أعضاء، يتم اختيارهم بناءا على مرسوم رئاسي على النحو التالي:

- خمسة (05) أعضاء يتم اختيارهم من طرف رئيس الجمهورية من بينهم رئيس السلطة.
- عضوان (02) غير برلمانيين يقترحهما رئيس مجلس الأمة.
- عضوان (02) غير برلمانيين يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني.

والملاحظ أن تشكيلة أعضاء سلطة الضبط يتم اختيارها من طرف السلطات العليا (التنفيذية والتشريعية) في البلاد، وذلك بعكس الصحافة المكتوبة التي تكرس مبدأ التمثيل النسبي للصحفيين المهنيين، إذ أن هذا التباين الهيكلي يتعارض مع استقلالية القطاع ونزاهة سلطة الضبط في إصدار قرارات محايدة، الأمر الذي انتقده الباحثين شتيوي زهور وبونية قوي(شتيوري و بونية ، 2018)، واعتبرا أنه يطعن في مصداقية السلطة وفي أحکامها الخاصة خاصة عندما يتعلق الأمر بتسوية وإدارة النزاعات التي تنشأ بين

الأشخاص المعنية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري سواء بين القطاعين العام والخاص أو مع المستفيدين النهائيين.

و فصلت المادتين 61/60 من قانون 14-04 في عضوية والتزامات أعضاء سلطة السمعي البصري، فطبقاً لهاتين المادتين تم تحديد عهدة أعضاء السلطة بست سنوات غير قابلة للتجديد، إذ لا يفصل أي عضو من أعضائها إلا في الحالات المنصوص عليها في القانون.

ويُمنع أعضاء سلطة الضبط السمعي البصري من الجمع بين عضويتهم وأي وظيفة عمومية أو نشاط مهني موازية أو كل مسؤولية تنفيذية في حزب سياسي، باستثناء المهام الأكاديمية المؤقتة في مجال التعليم العالي والبحث العلمي والإشراف البحثي، وذلك ضمناً لحيادية القرار الإعلامي.

وقصد تحقيق الحكومة الإعلامية قضت المادة 64 بمنع أعضاء سلطة الضبط السمعي البصري من امتلاك مصالح في مؤسسة سمعية أو بصرية أو سينمائية أو في مؤسسة للنشر أو للصحافة أو للإشهار أو للاتصالات سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة. ويهدف هذا المبدأ إلى منع التداخل المصلحي بين أعضاء سلطة الضبط و المؤسسات الإعلامية بمختلف أشكالها (السمعي أو السمعي البصري، صحفة، إشهار) من خلال تعزيز استقلالية القرار التنظيمي عن الضغوط التجارية وضغط المصالح الخاصة على حساب المصلحة العامة بضممان موضوعية الرقابة على قطاع السمعي البصري.

وتأتي المادة المولية من ذات القانون 14-04 لتنص على منع كل عضو في سلطة الضبط من ممارسة نشاط له علاقة بأي نشاط سمعي بصري لفترة تمتد العاين بعد انتهاء العضوية، مما يعكس حرص المشرع الإعلامي على تبني مقاربة استباقية تستهدف قطع أي صلات محتملة للأعضاء بين القرارات المتخذة خلال فترة توليهم السلطة، والمصالح المستقبلية في القطاع بما يؤثر على موضوعية ونزاهة القرارات التنظيمية على المدى البعيد.

ويقع على عاتق أعضاء سلطة الضبط مسؤولية الالتزام بالسر المهني إزاء المعلومات والوثائق والأعمال التي يطلعون عليها بحكم أدائهم مهامهم الوظيفية، وتقتد هذه السرية إلى ما بعد انقضاء عهدهم في السلطة، وذلك حماية لحقوق الأطراف المعنية وتعزيز مصداقية الهيئة، وفي حال الإخلال بهذا المبدأ يتعرض المخل للعقوبات المنصوص عليها في أحكام المادة 301 من قانون العقوبات حسب ما وضحته المادة 66 من قانون السمعي البصري 14-04.

### المبحث الثالث: تحليل ونشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

#### تمهيد

في خضم الثورات العربية وما أفرزته من تحولات في المشهد الإعلامي العربي مطلع الألفية الثالثة بترت تجربة القنوات الخاصة الجزائرية كنموذج جديد في مسار تعددية السمعي البصري، حيث شكل التزايد المضطرب للقنوات الخاصة في الجزائر منعطفا استراتيجيا في المشهد الإعلامي المحلي والإقليمي؛ الذي لم يكن انعكاساً لتغيرات جيو سياسية إقليمية بقدر ما كان لسان حال الجمهور المتعطش لفضاءات إعلامية جديدة تغوص في أعماق المجتمع الجزائري وتعقيداته الاجتماعية والثقافية العميقة.

كما لم يكن قانوني الإعلام 04-12 و 05-14 مجرد نصوص تنظيمية بل أساساً لإعادة هندسة المشهد الإعلامي بانبعاث قنوات فضائية جزائرية المحتوى والهوية مجسدة تحولا نوعياً من منطق الهيمنة إلى منطق التعددية القائمة على تفكيك السردية الأحادية وإعادة إنتاج المعنى في الفضاء العمومي الجزائري فاسحا المجال لفضاء تنافسي غير مسبوق.

وبناءً على ما سبق يكتسي هذا المبحث أهميته من تفكيك المسارات المعقّدة مليلاً للقنوات الجزائرية الخاصة، حيث سيتناول المطلب الأول السياق العربي لنascأة القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر مستكشفاً الديناميكيات الداخلية والخارجية التي ساهمت في إنتاج هذا النموذج الإعلامي، فيما سيعرض المطلب الثاني إلى المزايا التي أثاحتها القنوات الخاصة على مختلف الأصعدة، بينما يناقش المطلب الثالث محمل التحديات التقنية والمادية والقانونية والمهنية التي تواجه القنوات الخاصة.

## المطلب الأول: السياق العربي لنشأة القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

شهدت العديد من البلدان العربية منذ العام 2011 حركات احتجاجية واسعة مطالبة بإصلاحات اقتصادية، سياسية، اجتماعية، اصطُلح على تسميتها بـ"ثورات الربيع العربي"، واختلفت تسمياتها بين من يسميها ثورات الشباب، ثورات الفيسبوك، ثورة القنوات الفضائية، ثورة الانترنت.

وقد انطلقت شرارة الحراك بداية من تونس في 15 جانفي 2011، عقب قيام البوعزيز بحرق نفسه في أحد الأسواق الشعبية، احتجاجاً على تدني الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وقد شجع قيام الثورة التونسية على اندلاع الثورة المصرية، ثم جاء الحراك السوري، على شكل مظاهرات دُعي لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وانطلقت من الجامع الأموي بتاريخ 15 مارس 2011، استجابة لنجاح الحراك في تونس ومصر، لتتسع رقعة الحراك إلى دول عربية أخرى مثل: اليمن، ولعل آخرها الحراك الشعبي في الجزائر.

وإلى جانب تدني الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في العديد من الدول، فإن الحراك الشعبي تشابه في العديد من الأشياء نورده منها:

- اتخاذ الحراك من يوم الجمعة يوماً رمزاً للتظاهر والاحتجاج في العديد من الدول التي شملها الحراك.
- بدأ الحراك عن طريق منصات التواصل الاجتماعي ومن أبرزها الفيسبوك، من خلال التحضير له ونشر الصور والفيديو ومشاركتها على نطاق واسع مع الأصدقاء والمتمنين إلى الشريط الأزرق.
- بدايات الحراك كانت شبابية، فشرارات الحراك الأولى تبناها الشباب من خلال الدعوة إلى التظاهر وتنظيمه على منصات التواصل الاجتماعي.
- الطابع الحضاري والسلمي للحراك العربي، وذلك ما يظهر في شعاراتها وببدايتها الأولى قبل أن يتم قمعها في بعض البلدان.

وإن كان الحراك الشعبي قد حقق العديد من المكاسب السياسية وتكليف أقل ضرراً في العديد من الدول العربية، كتحيي الرئيس عن السلطة في كل من تونس ومصر بطرق سلمية وإجراء انتخابات جديدة، ومنع ترشح الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة، فإن الحراك في بلدان أخرى أخذ أبعاداً

دموية - لاتزال تبعاتها إلى غاية اليوم - ؛ حيث تم اغتيال الرئيس اليمني علي عبد الصالح، ولا تزال اليمن على وقع حروب ونزاعات طائفية، فيما تبنت سوريا خيار الحسم العسكري على الميدان سواءً من طرف النظام أو المعارضة، وبتدخل أطراف إقليمية ودولية في القتال على الأراضي السورية، لتصبح أمام أزمة دولية معقدة تتشارك فيها المصالح الإقليمية والدولية ويدفع ثمنها المواطن السوري.

وعرفت القنوات الفضائية العربية ومعها البث الفضائي تحولات مواكبة للحرك الشعبي لا تقل أهمية عن التحولات السابقة؛ حيث ازداد عدد القنوات الفضائية العربية، ومن ضمنها القنوات الفضائية الإخبارية، وزادت معها وتيرة متابعة مجريات الأحداث ونقل كافة حياثاته في سباق وتنافس محموم بينها على نقل الخبر فور وقوعه، وتحقيق السبق الصحفي في ذلك.

واستطاعت بذلك هذه القنوات بإمكاناتها التكنولوجية العالية، ومهنية طاقمها الصحفي، أن ترافق الحراك بالبث المباشر والحي لكل مجرباته، فلأول مرة في تاريخ الإعلام العربي تتصدر شاشات التلفزيون صور وواقع حية لتظاهرات الشعوب العربية، وليس خطابات الرؤساء و مختلف أنشطتهم البروتوكولية ، مبرزة بذلك قدرات هذه القنوات في التأثير على الشعوب وعلى الأنظمة، على الرغم من الطابع الموجّه للعديد من هذه القنوات التي آثرت نقل مجريات حراك شعبي في دولة دون أخرى، بل إن هناك منها (القنوات) من تغافلت عن الحراك الدائر في دوّلها لتنتقل إلى معالجة حراك شعبي في دول أخرى تتجاوز حدود دولتها خدمة لأجندة وتوجهات الحكومة التي تصدر منها هذه القناة لدرجة وصفها أحد الباحثين بقوله (ياسين ، 2013، صفحة 52) : "أصبح لدينا اليوم حكومات تلفزيونية - إذا صح التعبير - وحكومات تعمل سياستها ليس من خلال مؤسساتها الدستورية بل عبر أساطيلها من قنوات فضائية تعمل على مدار الساعة لتنفيذ برامج تلك الأنظمة وسياستها".

## المطلب الثاني: مزايا القنوات الفضائية الخاصة

أحدثت تعددية السمعي البصري في الجزائر تحولات كبيرة في الساحة الإعلامية؛ حيث تضاعف عدد القنوات الفضائية التي باتت تنشط وتوجه محتوياتها إلى الجمهور الجزائري؛ وتجاوز عدد القنوات الفضائية الجزائرية اليوم زهاء 60 قناة توزع بين العامة والمتخصصة، لتتوفر هذه القنوات مساحة إعلامية أكبر للتعبير عن الآراء ووجهات النظر المختلفة من خلال التنويع في برامجها بتقديم محتوى إعلامي وترفيهي يستهدف مختلف شرائح الجمهور.

كما حققت هذه القنوات العديد من المكاسب والمزايا التي ساهمت في تطور الإعلام الفضائي في الجزائر، والتي نوجزها فيما يلي:

### توسيع النطاق الجغرافي للتغطية الصحفية

مكّنت القنوات الفضائية الخاصة من الغوص في أعماق الجزائر واستيعاب مختلف الأخبار المحلية والوطنية ذات الطابع الإنساني الاجتماعي بفضل شبكة المراسلين المتواجددين في مختلف ولايات ومناطق الوطن ساعدتها في ذلك التطور التكنولوجي الذي سهل من عملية نقل ومعالجة الأخبار لحظة وقوعها، وهذا أيضا ما ذهب إليه الباحثان سعيد مراح ومحمد قارش من أن القنوات الخاصة "ساهمت في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن، خاصة في مناطق الجزائر العميقه وإلقاء الضوء على انشغالات الفئات والشرائح الاجتماعية الهشة" (مراح وقارش، 2017).

### على الصعيد المهني

ساهمت القنوات الخاصة في استقطاب واكتشاف العديد من الكفاءات الإعلامية الشابة بالاستفادة أكثر من طاقاتها سواء كانوا إعلاميين أو هواة، مما أدى إلى امتصاص البطالة في مجال تخصص الإعلام

والذي كان توظيفهم إلى وقت قريب حكرا على الإعلام العمومي أو الصحف الخاصة، إلى جانب عودة وجوه إعلامية جزائرية معروفة للعمل في هذه القنوات بعدها كانت تشغله في قنوات أخرى عربية أو أجنبية.

### دعم الديمocratie وحرية التعبير

إن وجود كلا من القنوات الفضائية الخاصة والعمومية من شأنه أن يخلق نوعا من التوازن في عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة إلى جانب تعزيز النقد البناء وإبداء الرأي من مختلف القضايا السياسية الاقتصادية والمجتمعية التي تعرفها البلاد، كما تسهم هذه القنوات في القضاء التدريجي على احتكار وهيمنة الدولة على المعلومات والاتجاه نحو الانفتاح الإعلامي تدريجيا الذي أقرته مبادئ التعددية السياسية، وتؤيد الباحثة ليندة بيوسف هذا الاتجاه بالقول أن تعددية السمعي البصري ستعزز المسار الديمقراطي وحرية التعبير الذي انتهجه الجزائر منذ دستور 1969 وقانون الإعلام لسنة 1990 ، كما سينهي مركزية التغطية الإعلامية واقتصرها في الغالب على نشاطات المسؤولين إخباريا وتلميع صورتهم (بي يوسف، 2014).

### خلق سوق تنافسية

إن تعدد القنوات الفضائية الخاصة والعمومية من شأنه أن يسهم في تطوير صناعة الإعلام ويحسن من جودة البرامج والمضمادات الإعلامية الموجهة للمشاهدين؛ فالوعي بأهمية المنافسة قد يدفع هذه القنوات نحو المزيد من التحسين والاستثمار في إنتاج برامج تلقى قبولا ورضا لدى المشاهدين، وكذا في تبني واستخدام أحدث ما توصلت إليه تقنيات البث والتفاعل مع الجمهور.

غير أن ما يُعاب على القنوات الخاصة في الجزائر أنها لم تخرج عن إطار القنوات الرسمية العمومية من حيث التوجه العام لمضمونها وبرامجها ؛ الأمر الذي دفع الباحثان سعيد مراح، محمد قارش إلى وصف برامج هذه القنوات بـ "محاولة استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمونا باستغفال المشاهد وتسطيع عقله من خلال الإكثار في البرامج الكوميدية التافهة التي لا تتوفر على أدنى العناصر الضرورية للعمل الفني" (مراح و قارش، 2017).

---

\* مثلما هو الحال بالنسبة للإعلامية ليلي بوزيدي التي كانت تعمل في قناة "ميديسات 1" ثم قناة العربية لتلتتحق بعدها إلى قناة الشروق نيوز للعمل كرئيسة تحرير لمدة 7 سنوات، والأمثلة كثيرة في ذات السياق .

### المسؤولية الاجتماعية

تعمل القنوات الخاصة إلى جانب العمومية على تعزيز المسؤولية الاجتماعية حول مختلف القضايا المجتمعية التي تهم الجمهور من خلال المساهمة في تناول البرامج الاجتماعية والتوعوية كمواضيع الحد من مخاطر حوادث المرور والكوارث الطبيعية وتنظيم الحملات التطوعية الخاصة بالبيئة والصحة والتعليم وغيرها من المواضيع التي تعزز الدور الإيجابي لهذه القنوات ويسهم في التنمية الوطنية المستدامة.

### المطلب الثالث: تحديات القنوات الخاصة

على الرغم من الإضافة الإيجابية للقنوات الخاصة الجزائرية إلا أن ذلك لا يحيي صفة القصور في الممارسة الإعلامية والمهنية لهذه القنوات الناتجة عن حداثة نشأتها والإطار العام الذي تنشط فيه والمرتبط بطبيعة النظام السياسي والسوق التاريخي والاجتماعي الذي وجدت فيه هذه القنوات إلى جانب أسباب وعوامل أخرى نلخصها فيما يلي:

#### عراقيل تنظيمية وقانونية

تعيش القنوات الخاصة في الجزائر حالة من الفوضى التي أصبحت تحدد نشاطها في الساحة الإعلامية؛ حيث تشهد هذه القنوات منذ نشأتها تراجعاً بين الارتفاع في عدد القنوات وبين التراجع والاختفاء تارة أخرى، وذلك راجع إلى غموض الوضعية القانونية لهذه القنوات، فمن بين عشرات القنوات القضائية التي تبث برامجها على الساحة الإعلامية، لم تحظى سوى بعض القنوات<sup>\*</sup> للتخصيص والاعتماد كقنوات أجنبية تنشط بمكاتب داخل الوطن.

إن هذا الغموض القانوني جعل من القنوات الخاصة عرضة لقرارات مفاجئة وتعسفية في الكثير من الأحيان كعقوبة السجن والمحاكمة القضائية التي مسّت عدداً من الصحفيين ومدراء القنوات مثلما حدث مع قناة الخبر (KBC) التي تم محاكمتها مدیرها "علي جري" خلال سنة 2016 ليتم غلق القناة نهائياً بعدها لعدة أسباب أبرزها اتهام سلطة ضبط السمعي البصري للقناة بالتعدي على رموز الدولة ومسؤوليتها من خلال برنامجي "جورنال القوسطون" وألو".

كما تم إيقاف بث العديد من القنوات بصفة نهائية كما هو الحال مع قناة "الجزائرية وان" التي جاءت لأسباب تتعلق بعدم احترامها لمتطلبات الأمن العام، بالإضافة إلى خرق أحد شركاء القناة لقانون النشاط السمعي البصري القاضي بمنع شراء أسهم في أكثر قناة تلفزيونية، وعلى إثر ذلك صدرت مذكرة توقيف وأمر بالقبض من طرف العدالة الجزائرية في حق مالكي ومؤسسي ومسيري القناة بسبب مخالفة الصرف

<sup>\*</sup> أكد وزير الاتصال محمد بولسليماني في لقائه مع الإذاعة الوطنية (يوم 20/01/2022) عن اعتماد ست قنوات خاصة، و130 موقع إلكترونياً مصرحاً به.

وحركة رؤوس الأموال من وإلى الجزائر من جهة وتبنيض الأموال من جهة أخرى، ليتم إعادة بعث القناة من جديد تحت عنوان جديد، فيما تم تعليق البث في قناة "البلاد" لمدة أسبوع ابتداء من يوم 2021/08/24 الساعة منتصف الليل وذلك بسبب ما اعتبرته سلطة ضبط السمعي البصري خروقات تتعلق بعدم احترامها للتوصيات الخاصة بحماية الأطفال **القصر والأحداث**؛ وذلك على خلفية بث القناة لصور مكررة تعود للجريمة التي ارتكبت في حق الشهيد جمال بن سليمان عقب الحريق التي شهدتها منطقة الأربعاء ناث اياثن (تizi وزو).

### التمويل وفوضى الإشهار

يشهد ظهور القنوات الخاصة والمنافسة الشرسة بينها اختلالا في سوق الإشهار وأدوات توزيعه، ففي حين تعاني العديد من هذه القنوات من شح الإشهار وضعف موارده المادية، نجد في المقابل قنوات أخرى تستحوذ على الإشهار؛ مما يخلق سوقا غير متوازنة نتيجة اقتصار الإشهار على قنوات دون أخرى، وبهذا استمرار القنوات الصغيرة التي تجد نفسها مضطرة لتخفيض أسعارها وتقدم تنازلات نظير بقائها على الساحة الإعلامية.

ومن جهة أخرى تسجل هذه القنوات بين حين وآخر ما تعتبره سلطة ضبط السمعي البصري تماذيا في بث الفوائل الإشهارية بتجاوز المدة الزمنية المخصصة للإشهار، حيث تم سنة 2024 فرض عقوبات على ستة قنوات خالفت الأحكام القانونية والتنظيمية المتعلقة بالإشهار في السمعي البصري، ويتعلق الأمر بكل من قنوات "الشروق تيفي"، "النهار"، "الحياة"، "البلاد"، "سميرة تيفي"، "الهدف" وقد تزامنت هذه الخروقات مع شهر رمضان الموافق لشهر مارس 2024 أين تكثّر المنافسة على الإشهار بين هذه القنوات دون مراعاة لتجربة المشاهدة والتحديات التكنولوجيات المرتبطة بها والتي باتت تلبي حاجيات المشاهدين دون عناء انتظار عودة البرنامج هذا أو ذاك، خاصة وأن منصات التواصل الاجتماعي بانت تتيح العديد من خيارات المشاهدة والانتقال من برنامج إلى آخر .

وفي ذات سياق، تظهر مفارقة أخرى في هذه القنوات من حيث اعتمادها كقنوات تلفزيونية رسمية إذ تُمنح لها الإعلانات الأولوية في بث بعض الأخبار الحساسة، وينصها الوزراء والمسؤولون السامون في الدولة بأحاديث صحفية حصرية، ويسمح لها بفتح مكاتب داخل المحافظات (لعياضي ، برامج تلفزيون الواقع وإرهادات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر، 2017).

## التأثير السلبي على القيم والثقافة المحلية

مع الوفرة العددية من القنوات الفضائية الخاصة وجد الجمهور نفسه أمام كم متنوع من البرامج الثقافية والاجتماعية التي يتنافى العديد منها مع مقومات المجتمع الجزائري؛ وذلك راجع إلى طبيعة البرامج التي تُسرف في طرح قضايا كانت إلى وقت قريب تمثل تابوهات للمجتمع الجزائري المحافظ كمواضيع الاغتصاب، عقوق الوالدين، الجريمة بالإسهاب في تناولها وفق مشاهد تمثيلها وغيرها من المواضيع الدخيلة على ثقافتنا وقيمنا، ومن أمثلة هذه البرامج نجد برنامج "عيش تشو夫"<sup>\*</sup> على قناة الشروق نيوز، وغيرها الكثير من البرامج الاجتماعية والتلفيهية على القنوات الخاصة.

ويمكّننا القول أن هذه البرامج وغيرها قد تجاوزت حدود المهنية الإعلامية في العديد من حلقاتها من خلال الاسترسال في حرية التعبير بالخوض في خصوصيات العائلة الجزائرية تحت غطاء التوعية وإيجاد حلول لهذه المشاكل غير أن الدافع من هذه المواضيع يبقى حمّى الترند (Trend) بزيادة نسبة المشاهدة وتوسيع القاعدة الجماهيرية لهذا البرنامج أو ذاك، وهذا ما جعل الباحث نصر الدين لعياضي يشكّك في أهداف وغايات هذه القنوات التي تبحث عن الفرجة من أجل رفع عدد مشاهديها لأهداف تجارية، دون مراعاة وتفرّق لما هو حميمي وخاص، وما هو عمومي(لعياضي ، برامج تلفزيون الواقع وإرهاصات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر، 2017).

ناهيك عن لغة الخطاب الإعلامي الذي تقدّم به هذه البرامج خاصة التلفيهية منها، من حيث مزجها بين اللهجات المحلية المطعّمة ببعض الكلمات الفرنسية، مما يؤدي في الأخير إلى تنميّط اللهجات المحلية وسيطرتها على الخطاب الإعلامي لهذه القنوات، على حساب استخدام اللغة العربية الفصحى التي باتت شبه محصورة في البرامج الجادة كالبرامج والنشرات الإخبارية، وعلى الرغم من الحجج الواهية التي يزعمها

\* بث برنامج "عيش تشو夫" لمقدمه يوسف نكاع بتاريخ 19/05/2024 حصة بعنوان: جوليا العروس المخطوفة وأمام غموض القصة فقد تم ردها بعد آخر بتاريخ 26/05/2024، وقد بدأت أحداث القصة عائلة العروس جوليا في المطالبة بعودتها جوليا إلى البيت وهي التي لم تر بيت أهلها أبداً بعد زواجهما، لظهور جوليا في العدد الثاني من ذات البرنامج وهي في بلد أجنبي مع زوجها، وهي ترفض العودة إلى بيت أهلها وتوضح سبب الخلاف مع عائلتها، كما قامت بنشر صور وفيديوهات لها مع زوجها على منصات التواصل الاجتماعي، لترسم لنا صورة عقوق الوالدين في أ بشع صوره من جهة ودخلت في مواجهة مباشرة مع عائلتها من خلال المذيع وهي تفند كل ما قالته أنها وتدلي بتصريحات قس بخصوصية عائلتها كعلاقة أمها المتورطة مع عائلتها (جدة وأخواه جوليا) كل ذلك يحدث أمام الجمهور وبحضور محامي ومحصلة نفسانية في البرنامج، ومن جهة ثانية يُسجل هذا البرنامج سقطة إعلامية لطريقه مثل هذه المواضيع دون التعرّف والبحث المسبق في حيّثيات القضية لأن يوسع المذيع مصادر معلوماته حول عائلة جوليا من العائلتين (الأم والأب) أو العدول عن طرق مثل هذه المواضيع من الأساس.

المدافعون على هذا التوجه إلا أن ذلك لا ينفي تأثيره السلبي في طمس أحد الرموز الأساسية المكونة للثقافة والموردة الوطنية.

### التحديات التقنية

يمكنا النظر إلى التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في القنوات التلفزيونية من زاويتين؛ ففي حين تلعب دوراً مهماً ومساعداً في مختلف مراحل صناعة الخبر، وفي تواجدها في الفضاء الرقمي من خلال منصات التواصل الاجتماعي وخوارزميات الذكاء الاصطناعي، نجد أن الكثير من القنوات الخاصة لازالت تفتقر للتوظيف والاستخدام الأمثل لهذه التكنولوجيات لأسباب عديدة منها ما يتعلق بالعجز المادي لهذه القنوات وصعوبة الحصول على الدعم المالي لتطوير بنيتها التحتية، مما يحول دون استخدامها لمعدات الصناعة الإعلامية الضخمة وتجهيز استوديوهاها باخر ما توصلت إليه التكنولوجيات الحديثة، بل إن هناك من القنوات من لا يزال يعتمد على وسائل متواضعة في البث كاستئجار مساحات صغيرة غير صالحة للبث التلفزيوني والاعتماد على البث التسجيلي بدلاً من البث المباشر الذي يتطلب إمكانيات تقنية ومادية وبشرية هائلة.

وعلاوة على ذلك فإن غموض الوضعية القانونية لهذه القنوات جعلها عرضة لعدم الاستقرار ، وبالتالي فإن توفير الإمكانيات المادية المتطورة للبث التلفزيوني يُكلّف هذه القنوات عائداً مادياً باهضاً قد لا تستفيد منه مستقبلاً نتيجة تخوف مدراء ومسؤولي هذه القنوات من أن تؤول قنواتهم إلى الغلق النهائي ، كما حدث مع العديد من القنوات (جريدة، الأطلس، الوطن..)، خاصة في ظل عدم حيازتهم تصاريح ورخص تسمح لهم ب مباشرة النشاط السمعي البصري.

## خلاصة الفصل

ما تقدم يمكننا القول أن قطاع السمعي البصري في الجزائر في الوقت الراهن يشهد نهضة إعلامية متقدمة تترجمها فتح المجال أمام الاستثمار في القطاع الإعلامي بما يضمن التنوع والتنافسية في هذا المجال، وقد كان للتشريعات الإعلامية (12-05 و14-04) دورها البارز في تنظيم هذا القطاع ، والحد من الانتشار الفوضوي للقنوات الخاصة في الجزائر ، حيث استطاعت في ظرف وجيز أن توسيع معايير جديدة في الممارسة الإعلامية، بإعادة تعريف الصحفي المحترف والعمل على تنظيم نشاطه وتحديد صلاحياته والأخلاقيات المهنية والصحفية الواجب التحلي بها، إلى جانب تأسيسها لبيئة تنافسية تضمن التعددية الإعلامية والتي أسفرت عن ظهور العديد من القنوات الفضائية الخاصة ضمن المشهد الإعلامي الجزائري.

غير أن قطاع الإعلام في الجزائر لا يزال بحاجة إلى مراجعة شاملة وعميقة تستهدف تطوير الممارسة الإعلامية وتوفير المناخ السياسي الملائم والمنظم لهيئة الصحافة بتمكين الفاعلين المحليين من الاستثمار في هذا القطاع الحيوي، ويطلب الأمر تفعيل وإعادة النظر في القوانين المنظمة للمهنة الإعلامية، ومنهم المزيد من حرية التعبير دون أن يكون ذلك على حساب القيم الاجتماعية والثقافية وبما يُسهم في الحفاظ على مكونات الهوية الوطنية.

ومن جهة أخرى تتطلب الممارسة الإعلامية ضرورة الالتزام بمعايير المهنية والأخلاقية بتقديم محتوى متوازن يستوعب وجهات النظر المختلفة ويخدم المصلحة العامة؛ ويفتح المجال أمام المبادرات الإعلامية المبتكرة التي تعزز التنوع الثقافي والإعلامي إذا ما كانت هذه القنوات تضع نصب أعينها تقديم رسالة إعلامية تتسم بالنزاهة والموضوعية، وتستهدف التمثيل المتوازن لمختلف شرائح المجتمع الجزائري تحقيقاً لرضا وثقة الجمهور.

## الباب الثالث

# الإطار التطبيقي للدراسة

## **الفصل الخامس : التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون**

### **نشرات الأخبار**

**المبحث الأول: تشخيص قناتي الدراسة**

**المبحث الثاني: تحليل فئات الشكل في قناتي الدراسة**

**المبحث الثالث: تحليل فئات المضمون في قناتي الدراسة**

**المبحث الرابع: نتائج الدراسة التحليلية**

## المبحث الأول: تشخيص قناتي الدراسة

نطريق في هذا المبحث إلى تشخيص قناتي الدراسة الممثلتين في قناة الجزائرية الثالثة، وقناة الشروق نيوز بالتعمق أكثر في ظروف نشأة القناتين والتوجه الإخباري لها وكذا الهيكل التنظيمي للقناتين إلى جانب الأهداف المسطرة للقناتين على المدى البعيد.

### أولاً: تشخيص قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (A3):

تعد قناة الجزائرية الثالثة ثالث قناة عمومية تم إنشاؤها بعد كل من القناة الأرضية و Canal Algerie وثاني قناة فضائية بعد Canal Algerie؛ تم إطلاقها بشكل رسمي في الخامس من جويلية 2001 أي في الذكرى السنوية لاستقلال البلاد، وتتوجه القناة بمضامينها المنوعة إلى الجمهور العربي والجزائري المتواجد بالخارج سواء في الدول العربية أو الأوروبية.

وتعتمد القناة على البث الرقمي الأرضي، إلى جانب البث الفضائي عبر عدة أقمار صناعية منها: عرب سات، هون بيرد، و NSS-7، أما البث بتقنية عالية الوضوح (HD) فاعتمدته القناة كمرحلة تجريبية في ديسمبر 2015 على مدار نايلسات (أطلانتيك بيرد غربا).

وتتمتع القناة باستقلال نسبي عن القناة الأرضية، حيث يظهر هذا الاستقلال في الهيكل الإداري للقناة الذي يسيرها مدير القناة ونائبه وفق التسلسل الهرمي للوظيفة، غير أن التداخل يمكن في الصحفيين الذين يتوزعون على القنوات العمومية مما يصعب من عملية حصر العدد الإجمالي لكل قناة على حدا، فقد نجد صحفيين مثلًا يعملون في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وفي نفس الوقت يعملون في القناة الأرضية أو القنوات العمومية الأخرى.

### أسباب توجه قناة الجزائرية الثالثة إلى التخصص في الأخبار:

بتاريخ 26 مارس 2020 تحولت القناة إلى التخصص في مجال الأخبار لتصبح: قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وتحتم القناة من خلال مضامينها الإخبارية بالوضع الداخلي للجزائر على وجه التحديد، إلى جانب موقفها الرسمي من مختلف القضايا الوطنية، العربية، الإقليمية، الدولية.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

ويعتبر مدير الأخبار بالقناة جيلالي عماري (عماري، 2024) أن التوجه إلى التخصص في الأخبار من خلال قناة الجزائر الثالثة الإخبارية كان خيارا حتميا أملته الظروف الصحية التي عرفتها البلاد جراء وباء كورونا وانعكاساته على الجمهور الجزائري الذي وجد نفسه بين ليلة وضحاها حبيس الجدران جراء الحجر الصحي، مما دعى إلى ضرورة التفكير في إنشاء قنوات متخصصة تستجيب لأذواق الجمهور المختلفة، الأمر الذي يحسد في الإنشاء التدريجي للقنوات العمومية المتخصصة على غرار قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، قناة المعرفة، قناة البرلمانية، قناة الشبابية.

إلى جانب ظروف أخرى تتعلق بالتحديات التكنولوجية التي فرضت على القائمين بالقناة والإعلام العمومي عامة ضرورة مواكبة النطوير التكنولوجي الذي يشهده عالم صناعة الإعلام في مختلف القنوات التلفزيونية الكبرى.

وتحتفل قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عن سابقتها (الجزائرية الثالثة) من حيث تخصص مضامينها في المجال الإخباري، وكذا من خلال أهدافها التي تحصلها مدير أخبار القناة جيلالي عماري (عماري، 2024) فيما يلي :

**- على المستوى الوطني:** تسعى القناة إلى تلبية احتياجات وأذواق الجمهور المختلفة، بالتركيز على مراقبة المواطن ونقل الحركة التنموية في البلاد في مختلف المجالات السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والعلمية.

**- على المستوى الإقليمي والدولي:** تعمل قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على تصدير السياسة الوطنية الجزائرية من خلال تسويق وتحسين صورة الجزائر في الخارج.

**- على المستوى العربي:** تسعى القناة إلى تحقيق التكامل الإعلامي في إطار التبادلات الإخبارية مع مختلف الفضاءات العربية على مستوى اتحاد الدول العربية باعتبارها مصدرا للأخبار الرسمية والموثوقة.

وإضافة إلى قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية فقد عرفت الساحة الجزائرية ميلاد قنوات أخرى عمومية عامة وأخرى متخصصة على مراحل ومن بين أبرز هذه القنوات نجد:

**- القناة الرابعة الأمازيغية:** وهي القناة الأمازيغية الرابعة تأسست في 18 مارس 2009، تقدم محتوى منوع.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

- **قناة القرآن الكريم:** وهي قناة دينية تعنى بالقرآن الكريم وعلومه، انطلق بها البث التجربى في 18 مارس 2009.

- **القناة السادسة:** وهي سادس قناة عمومية انبثقت عن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، ترکز في محتواها على الجزائر.

- **قناة المعرفة:** تابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري يختص محتواها في تقديم المحتوى العلمي المعرفي لمختلف المراحل التعليمية.

- **قناة الذاكرة:** تُعنى بالذاكرة الوطنية وحفظ الهوية والثوابت الوطنية، تأسست بتاريخ الفاتح من نوفمبر 2020 تيمناً بتاريخ انطلاقة ثورة التحرير المباركة.

- **قناة البريطانية:** تختتم بالشأن البريطاني أنشئت في 2020 تحسيناً للالتزامات رئيس الجمهورية في ترسیخ الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية للمواطنين.

### **ثانياً: قناة الشروق نيوز**

وهي قناة جزائرية التوجه خاصة الملكية، متخصصة في المضامين الإخبارية، كان مقرها يقع في دولة الأردن، ليتم توطين مقرها الرئيسي في طريق زويوش رقم 16050 في حي القبة بالجزائر العاصمة، وبعود الإطلاق الرسمي لقناة الشروق نيوز إلى 02 مارس 2014 ضمن مجموعة من القنوات التي أطلقها مجمع الشروق الإخباري بداية من 2012 والمكونة من قناة الشروق العامة، بنة تي في.

### **مجمع الشروق:**

يضم مجمع الشروق علاوة عن قناة الشروق نيوز مجموعة من وسائل الإعلام العامة والمتخصصة منها:

- **جريدة الشروق اليومي:** هي جريدة يومية إخبارية خاصة تأسست سنة 1990، لها نسخة فرنسية وأخرى انجليزية متوفرة على موقعها الرسمي.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

- **قناة الشروق في TV:** قناة تلفزيونية خاصة شعارها "قناة كل العائلة"، أنشئت بتاريخ 6 مارس 2011، تُبث باللغة العربية واللهجة الجزائرية. تمتلك القناة مجموعة من المكاتب موزعة على القطر الوطني ومكاتب عالمية.

- **الشروق العربي:** مجلة دورية تديرها قناعة الشروق، تأسست منذ 11 ماي 1991، تقعها أفلام صحفية وطنية وعربية، توجه محتواها إلى الجمهور الجزائري والعربي بموضوعات اجتماعية وفنية وسياسية، بداية من مارس 2011 تغير شعار القناة ليصبح مجلة كل الأسرة الجزائرية

## المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في قناتي الدراسة

يتمحور هذا المبحث حول التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في قناتي الدراسة من خلال أشكال تقديم المادة الإخبارية، التي تعد مؤشراً دلائياً يعكس جودة الصورة التلفزيونية، إنطلاقاً من أن التوظيف الجيد والمدروس لفئات الشكل سيسهم في تعزيز مصداقية الخبر ويعتبر ليشمل معايير جودة المنتج الإخباري ككل بفضل العلاقة التكاملية بين الشكل والمضمون، لذلك فإن اختيار فئات الشكل في هذا المبحث تم وفق ما

يلي:

- الخصائص الفنية لعينة الدراسة
- معدل زمن وعدد عناوين النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة
- العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة
- أشكال تقديم المادة الإخبارية.
- توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة.
- نوع القوالب الفنية المستخدمة في قناتي الدراسة.

### المجدول رقم 1

#### يوضح الخصائص الفنية للعينة

قناة الشروق نيوز		قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية			الرقم
مدة النشرة	تاريخ البث	التوقيت والاتاحة	مدة النشرة	تاريخ البث	
د : 11 ثا 21 د	2021 مارس 20	توقيت البث: 20:00 GMT نوع البث: مباشر الاتاحة: متاح على منصات التواصل الاجتماعي وعلى الموقع الرسمي للقناة	د : 39 ثا 49	الأربعاء 6 جانفي 2021	1
د : 34 ثا 27 د	2019 أفريل 11		د : 26 ثا 55	الخميس 11 فيفري 2021	2
د : 26 ثا 33 د	2021 أفريل 29		د : 56 ثا 37	الجمعة 19 مارس 2021	3
د : 45 ثا 28 د	2019 ماي 4		د : 18 ثا 30	السبت 24 أفريل 2021	4
د : 55 ثا 24 د	2019 ماي 12		د : 54 ثا 28	الأحد 2 ماي 2021	5
د : 14 ثا 26 د	2019 ماي 14		د : 41 ثا 35	الاثنين 14 جوان 2021	6
د : 30 ثا 28 د	2020 أوت 17		د : 09 ثا 32	الثلاثاء 20 جويلية 2021	7
د : 13 ثا 21 د	2021 أوت		د : 11 ثا 58	الأربعاء 25 أوت 2021	8
د : 27 ثا 21 د	2021 سبتمبر 14		د : 00 ثا 24	الخميس 2 سبتمبر 2021	9
د : 48 ثا 13 د	2021 سبتمبر 17		د : 33 ثا 36	الجمعة 8 أكتوبر 2021	10
د : 11 ثا 21 د	2019 نوفمبر 8		د : 55 ثا 38	السبت 20 نوفمبر 2021	11
د : 40 ثا 01 د	2019 مارس 21		د : 45 ثا 37	السبت 24 ديسمبر 2021	12
د : 9 ثا 15 ثا 5 ساعات			د : 35 ثا 28	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات المجدول أعلاه ما يلي:

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

بلغت المدة الإجمالية للنشرة الإخبارية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 8 ساعات و 35 دقيقة و 28 ثانية، حيث بلغت أقصر مدة نشرة 28 د : 54 ثا وذلك يوم الأحد 2 ماي 2021 فيما تراوحت باقي النشرات ما بين ( 32 دقيقة و 72 دقيقة ) وتجاوز هذه المدة المعايير الدولية التي توصي بعدم تجاوز مدة النشرة الإخبارية الثلاثين دقيقة وذلك تفاديا للملل والتراخي التي قد يشعر بها المشاهد نتيجة لذلك.

ونفسر طول مدة النشرة الإخبارية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بعدة نقاط منها:

- كونها النشرة الرئيسية، مما يجعلها تتناول العديد من المواضيع بشيء من التفصيل عكس باقي النشرات.
- تعرضها للمواضيع الرسمية خاصة السياسية والعسكرية منها.
- توفر القناة على ترسانة تكنولوجية وإمكانيات بشرية هائلة ( مراسلين .. ) جعلها تتواجد في مختلف مناطق الوطن.

فيما بلغت مدة نشرات أخبار قناة الشروق نيوز محل الدراسة إجمالا 5 ساعات : 9 د : 15 ثا، وقد بلغت أطول مدة نشرة إخبارية 40 دقيقة و ثانية وذلك بتاريخ 21 مارس 2019، فيما تراوحت باقي النشرات الرئيسية ما بين 21 دقيقة و 34 دقيقة والمقدّر عددهم بعشر أعداد (عشر حلقات)، فيما بلغت مدة أقصر نشرة إخبارية 13 دقيقة و 48 ثانية وذلك لكونها موعدا إخباريا وليس نشرة رئيسة.

وما ينبغي الإشارة إليه أنه في فترة أثناء المدة الزمنية المخصصة لبحثنا واجهتنا عدة تحديات خاصة بتحديد العينة منها :

- الحراك الشعبي الجزائري الذي كانت بداياته في 22 فيفري 2019.
- عدم وجود الأعداد المطلوبة للتحليل في الأرشيف الإلكتروني للقناتين محل الدراسة تعود للتاريخ الحدد للدراسة.

وأمام هذا الأمر قامت الباحثة بجهد خاص متمثل في تحديد سنة 2021 كمحدد زمني للدراسة بخصوص قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وذلك حتى يتسمى لنا أيضا المقارنة بين قناتين إخباريتين (الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز).

وقد وظفت الباحثة بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أسلوب العينة العشوائية المنتظمة وذلك باختيار العدد الأول بشكل عشوائي والمصادف ليوم الأربعاء 6 جانفي 2021 أي اليوم الرابع من الأسبوع

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

الأول من الشهر الأول، ليتم اختيار العدد الموالي المتمثل في اليوم الخامس (الخميس) من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني ثم اليوم السادس (الجمعة) من الأسبوع الثالث وهكذا دواليك في كلتا القناتين محل الدراسة.

أما فيما يخص قناة الشروق نيوز فتوجد بعض النشرات الإخبارية فقط على منصة اليوتيوب والتي قام صحفيها بنشرها على حسابهم الخاص؛ أما الموقع الرسمي للقناة فيتوفر على بعض النشرات فقط والتي تعود إلى البدايات الأولى لانطلاق بث القناة، لذلك لجأت الباحثة إلى توظيف أسلوب العينة القصدية بخصوص قناة الشروق نيوز وتمثلت في اختيار الأعداد المتاحة والمتوفرة والمترفة زمنيا على اليوتيوب، وهذا بعد أن تواصلت مع القناة وبعض الصحفيين العاملين في قناة الشروق نيوز بخصوص منحها الأعداد المطلوبة للتحليل ليتم الرد عليها بعدم توفر هذه الأعداد في الأرشيف الخاص بالقناة.

### **الإتاحة على الانترنيت:**

بحخصوص الإتاحة، نلاحظ أن نشرات أخبار قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية متاحة على الموقع الرسمي للقناة وعلى مختلف منصات التواصل الاجتماعي وهو ما يؤكد حرص القناة على التواجد ضمن الفضاء الرقمي من جهة وإحداث التفاعلية بين مسامينها والمشاهدين من جهة أخرى.

فيما تكتفي قناة الشروق نيوز ببث بعض النشرات الإخبارية فقط؛ (منها ما تم تحليله في دراستنا)، كما يقوم بعض صحفيي القناة ببث بعض النشرات التي يقومون بتقديمها من خلال حسابهم الخاص والرسمي على منصة اليوتيوب. أما بقية البرامج والتقارير الإخبارية فيتواجد العديد منها في الموقع الرسمي للقناة.

وبخصوص البث المباشر على الموقع الرسمي لقناتي الدراسة فتعتمده القناتين من خلال البث المباشر (Live) لكافة البرامج والمحاضر الإخبارية؛ إذ بإمكان المشاهد أن يمارس فعل المشاهدة عبر الفضاء الرقمي من خلال الوسائل والتطبيقات التي تتيحها الحواسيب والهواتف الذكية بموازاة مع البث الفضائي والرقمي على شاشات التلفزيون.

## المدول رقم 2

معدل زمن وعدد عناوين النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة

القناة	الجزائرية الثالثة الإخبارية	الشروق نيوز
زمن وعدد عناوين نشرة الأخبار		
الزمن الكلي لعناوين نشرة الأخبار	2156 ثا	1386 ثا
معدل زمن عناوين نشرة الأخبار	89 ثا	58 ثا
معدل عدد عناوين نشرة الأخبار	من (5) إلى (6) عناوين	من (4) إلى (5) عناوين

نلاحظ من خلال بيانات المدول أعلاه المتضمن المعدل الزمني لعناوين نشرات الأخبار عينة الدراسة أن هناك اختلافاً بين قناتي الدراسة من حيث الزمن الذي تشغله عناوين نشرة الأخبار من الزمن الكلي للنشرة الإخبارية ككل؛ حيث بلغ في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 2156 ثانية مقابل 1386 ثانية، فيما بلغ معدل عناوين نشرة الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة 89 ثانية وبمعدل زمني أقل 58 ثانية في قناة الشروق نيوز.

وبخصوص عدد عناوين نشرات الأخبار محل الدراسة فتترواح العناوين الإخبارية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ما بين الخمس وست عناوين لكل نشرة وغالباً ما تعكس هذه العناوين الأخبار الرسمية والبروتوكولية فقط في قناة الدراسة ليتم التوسيع في باقي الأخبار بالترتيب المترتب (الأخبار الوطنية، فالمحلي، فالدولية، ثم الرياضية والثقافية) وتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة زهرة بوجفجوف والقائلة بأن نشرة الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة لا تلتزم بالأخبار التي تُعرض في العناوين بل تتعداها إلى معالجة مواضيع أخرى في متن النشرة إضافة إلى ما ذكر في العناوين" (بوجفجوف، 2015/2016).

ولا يختلف الأمر بالنسبة لقناة الشروق نيوز والتي توظف ما بين الأربعة والخمس عناوين في كل نشرة، غير أنها تعمد في الكثير من الأحيان إلى البدء بالعناوين ذات الطابع الاجتماعي أو الصرافي (الإضرابات...) لتلبيها العناوين الرسمية والبروتوكولية (السياسية، والعسكرية...) ثم الأخبار الاقتصادية والرياضية فالثقافية.

### المدول رقم 3

#### العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة

الشروق نيوز	الجزائرية الثالثة الإخبارية	القناة
		عدد الأخبار
168	254	العدد الكلي للأخبار المتناولة

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه وجود تفوق كمي في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية من حيث عدد الأخبار المتناول في نشرات أخبارها عينة الدراسة والذي بلغ 254 خبرا مقابل 168 خبر في قناة الشروق نيوز أي بفارق 86 خبر بين القناتين، وتعكس هذه النتيجة ميل السياسة التحريرية لقناة الجزائرية الثالثة باعتبارها قناة عمومية مقارنة بنظريرتها الخاصة إلى التغطية الشاملة والمفصلة للأخبار الوطنية على وجه التحديد تماشيا مع الخدمة العامة ومبادئ المسؤولية الاجتماعية في الإعلام وحق الجمهور في المعرفة بعيدا عن عوامل الجذب والمنافسة.

وتري الباحثة وجود سبب آخر للتفوق الكمي لعدد الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية يتعلق بسطوة الأخبار الرسمية والبرتوكولية ذات الطابع السياسي والعسكري والاقتصادي على أجندـة القناة من جهة ويفسر امتداد النشرة الإخبارية الرئيسة للقناة (المدة الزمنية للنشرة) التي تتجاوز في بعض الأحيان <sup>\*</sup> الساعة (60 دقيقة).

\* انظر الجدول رقم 1 الخاص بالخصائص الفنية للعينة.

#### المدول رقم 4

##### أشكال تقديم المادة الإخبارية

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	نوع القالب الفني
3,57	6	6,29	16	صور ثابتة
83,33	140	79,13	201	مادة فيلمية حية مسجلة
2,38	4	3,14	8	مادة فيلمية + صور ثابتة أو جرافيك (بيانات، إحصاءات..)
1,19	2	0,39	1	مادة فيلمية حية (بث مباشر)
5,95	10	0,39	1	مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية)
2,38	4	1,57	4	مادة فيلمية + صور أرشيفية
0,59	1	0,39	1	اتصال مباشر (هاتف، سكايب)
0	0	0,39	1	مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية
0,59	1	8,26	21	بدون صور OFF
100	168	100	254	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات المدول أعلاه المتضمن أشكال تقديم الأخبار في قناتي الدراسة ما يلي:

##### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

تصدرت المادة الفيلمية المسجلة الترتيب الأول في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية؛ حيث جاءت بنسبة 79,13% يليها في الترتيب الثاني مادة إخبارية بدون صور OFF بنسبة 8,26% ثم الصور الثابتة بنسبة 6,29% ثم مادة فيلمية + صور ثابتة أو جرافيك (بيانات، إحصاءات..) بنسبة 3,14% يليها مادة فيلمية + صور أرشيفية بنسبة 1,57%， ويأتي في المرتب الأخيرة كلا من "مادة فيلمية حية (بث مباشر)" و "مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية)" و "اتصال مباشر (هاتف، سكايب)" و "مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية" و مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية) بذات النسبة 0,39%.

### قناة الشروق نيوز:

احتلت المادة الفيلمية المسجلة الترتيب الأول في قناة الشروق بنسبة 83,33% يليها مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، أجنبية) بنسبة 5,95% ثم الصور الثابتة في الترتيب الثالث وذلك بنسبة 3,57%， وجاء في الترتيب الرابع كلا من "مادة فيلمية+صور جرافيك (بيانات، إحصاءات..)" و "مادة فيلمية + صور أرشيفية" بذات النسبة 2,38% بينما حل في الترتيب الأخير كلا من "مادة فيلمية حية ( مباشرة)" و "اتصال هاتفي" بحسب 19,1% و 0,59% على التوالي.

ومن خلال ما سبق نستنتج القراءات التالية:

يعود اعتماد قناتي الدراسة على المادة الفيلمية المسجلة (الحية) ممثلة في أشكالها الإخبارية المعروفة (خبر، تقرير، ربورتاج، بورتريه) إلى حرص قناتي الدراسة على نقل الأخبار حال حدوثها من خلال تقديم تغطية مباشرة للأحداث ومعالجتها بما يعزز مصداقية قناتي الدراسة لدى المشاهد الجزائري.

اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بشكل أكبر على الأخبار بدون صور OFF (26% مقابل 0,59% لقناة الشروق نيوز)؛ ويتعلق الأمر بالأخبار القصيرة والآنية التي يقرأها المذيع من الأستوديو مباشرة دون الاستعانة بالصورة والمواد الفيلمية المرافقة للخبر وذلك للآنـية وأهمية الخبر في أجندـة القناة من جهة ولعدم توفر المواد المصوـرة من جهة أخرى ومن أمثلـة ذلك الأخـبار القصـيرة التي تناولـتها القـناة (OFF ) حول الوضـع في الصـحراء الغـرـبية، أخـبار الوفـيات والنـعي، تلـخيص بيـانات رـسمـية مثل بيـان الحـماـية المـدنـية وموـقـفـها من الإـضـرابـات التي عـرفـها القـطـاعـ.

تلـجـأ قـنـاتـي الـدـرـاسـة إـلـى الصـورـ الثـابـتـةـ فـيـ الـأـخـبـارـ السـيـاسـيـةـ ، منـ خـالـلـ الـاستـعـانـةـ بـصـورـ لـشـخـصـيـاتـ رـسـمـيـةـ (رؤـسـاءـ، وزـراءـ...)ـ أوـ الـاعـتمـادـ عـلـىـ الجـرافـيكـ لـإـحـصـاءـاتـ، وـخـرـائـطـ، وـبـيـانـاتـ رـسـمـيـةـ أـمـنـيـةـ وـاقـتصـادـيـةـ وـصـحـيـةـ.

تقاربت قناتي الدراسة في نسبة اعتمادهم على مادة فيلمية + صور أرشيفية – على محدودية النسب- (1,57% الجزائرية الثالثة الإخبارية، 2,38% للشروق نيوز)، حيث تقوم قناتي الدراسة بتطعيم موادها الإخبارية بعض الصور الأرشيفية، ويز ذلك بشكل أكبر في الأخبار ذات البعد التاريخي والسياسي من باب ربط الماضي بالحاضر حفاظا على الذاكرة الوطنية.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

تفاوتت قناتي الدراسة في نسب اعتمادهم على مواد فيلمية منقولة عن قنوات أخرى ( وطنية، عربية، أجنبية) ففي حين استعانت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على مادة فيلمية منقولة من قناة وطنية بتكرار واحد (أي بنسبة 0,39%) يتمثل في تصريح أحد الضيوف في برنامج إخباري يُبث على Canal Algerie مما يعني توافق السياسة الإخبارية للقناتين وتوجههما العمومي، كما يعكس من جهة أخرى اعتماد القناة على مصادرها الذاتية. نجد أن قناة الشروق نيوز اعتمدت على مواد فيلمية منقولة من قنوات وطنية وتحديداً من قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إضافة إلى قنوات عربية وأجنبية (F24، القرآن الكريم، TRT عربي..) وذلك بنسبة 95,95% حيث اعتمدتها القناة في الأخبار السياسية والأمنية الوطنية والدولية والإقليمية.

تقاربت قناتي الدراسة في نسب اعتمادهم على المواد الفيلمية المدعمة بالصور الثابتة أو الجرافيكس (بيانات، إحصاءات..)، وذلك بحسب 3,14% و 2,38% لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز على التوالي، وتبقى هذه النسب محدودة وغير مواكبة للتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال صناعة الأخبار مقارنة بواقع ونسب استخدام الجرافيكس في كبرى القنوات العربية العالمية والتي بات استخدامها ضرورياً في سبيل تعزيز التمثيل البصري بالشرح والتفصيل والجاذبية.

وحلّت في المراتب الأخيرة في قناتي الدراسة كلاً من "مادة فيلمية حية (بث مباشر)" و اتصال مباشر (هاتفي، سكايب) بذات النسبة 0,39% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 1,19% و 0,59% على التوالي في قناة الشروق نيوز، فيما انفردت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتقديم "مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية" وذلك بنسبة 0,39%.

## المدول رقم 5

### يوضح توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	أشكال المادة الإخبارية
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
42,85	72	42,12	107		خبر قصير
54,76	92	33,46	85		تقرير
0,59	1	22,13	56		ريورتاج
1,19	2	1,96	5		بورتريه
0,59	1	0,39	1		تحليل
100	168	100	254		المجموع

أظهرت بيانات المدول أعلاه المتضمن نوع القالب الفني المستخدم في قناتي الدراسة، أن قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية اعتمدت على الخبر القصير بنسبة 42,12% مقابل 42,85% في قناة الشروق نيوز، يليها التقرير بنسبة 33,46% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 54,76% في قناة الشروق نيوز، وتقل نسبة استخدام البورتريه في قناتي الدراسة بحسب (1,19% و 1,96%) في كل من قناة الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي، فيما اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التحليل بنسبة ضئيلة مقدرة ب 0,39% مقابل 0,59% في قناة الشروق نيوز.

ومن خلال المعطيات أعلاه يمكننا تفسيرها كما يلي:

- تقارب نسب الاعتماد على نوع الخبر القصير في قناتي الدراسة (42,12% و 42,85%) لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وقناة الشروق نيوز على التوالي؛ ويعود اعتماد قناتي الدراسة وبشكل أكبر قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على نوع الخبر القصير إلى خصوصية الأخير الذي يجمع بين الاختصار والوضوح وسهولة التحرير، كما أن هذه الأخبار غالباً ما ترد على لسان المذيع متبعاً بصور ثابتة من داخل الأستوديو أو صور متحركة (فيديو) تنقل تصريحات شخصيات رسمية أو غير رسمية أو تنقل وقائع وأحداث معينة (مؤتمرات، ندوات، لقاءات)، كما أن هذا النوع من القوالب يتلاءم مع قيمتي الجدية والآنية في مواكبة الأحداث.

وتعزيز الباحثة أيضا اعتماد القناتين على هذا النوع من الأخبار إلى الوضعية الوبائية التي عرفتها البلاد والعالم ككل؛ أين تم تقليل الطاقم الصحفي حفاظا على الكادر البشري، ولا يعد هذا الإجراء خاصا بالمؤسسات الإعلامية بل شمل مختلف المؤسسات الصناعية والاقتصادية الكبرى في العالم، بل إن هناك من الشركات العالمية الكبرى من جأ إلى إجراءات تعسفية كالتسريح من العمل.

- تصدر التقرير الترتيب الأول في قناة الشروق نيوز بنسبة 54,76 % مقابل الترتيب الثاني في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 33,46 %؛ وذلك لخصوصية التقرير في إحاطة المواقع المتداولة بكافة تفاصيل الواقع الإخبارية وبحث حيويتها بالشرح والتوضيح في مختلف جوانبها، وارتبط استخدام التقارير الإخبارية في قناتي الدراسة بشكل أكبر بمحظوظ المواقع السياسية والأمنية، كما هو الحال في موضوعات الانتخابات التشريعية وال محلية، وملف مكافحة الإرهاب، إلى جانب مختلف المواقع الاقتصادية والاجتماعية وكذا الرياضية التي تستدعي المزيد من التفصيل كموضوع توزيع سكّنات البيع العمومي بالإيجار "عدل"، ومتابعة مشاريع التنمية وكذا مواكبة مختلف الفعاليات الرياضية الوطنية والدولية (الألعاب الشبه أولمبية).

.(2021)

غير أن الباحثة تحفظ على مجموعة الأخبار التي أورتها قناة الشروق نيوز على أنها تقارير، على الرغم من أن خصائصها الفنية والتحريرية تتفق مع خصائص الريبورتاج أو البوترية وليس تقارير<sup>\*</sup> ، وقد يعود ذلك إلى عدم تفريق مذيعي القناة بين التقرير والريبورتاج فكثيرا ما يقدمونه على أنها تقارير، كما يتم كتابتها في نهاية المادة الفيلمية المرافقة لها على أنها تقارير وليس ربورتاجات.

- يكشف استخدام الروبوتاج (13,13%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إلى توجه القناة إلى معالجة الأحداث وفق الأسلوب الاستقصائي والنقل الحي للمشاكل التي تعيشها المواطنون برفع انشغالاتهم إلى السلطات العليا ومحاولة إيجاد حلول لها ومن الأمثلة التي تم فيها استخدام الروبوتاج نجد متتابعة مختلفة المشاريع التنموية والفلاحية إلى جانب المواقع الاجتماعية ذات الأبعاد الإنسانية كالمواقع البيئية والتضامنية والترفيهية، أما في قناة الشروق نيوز فنجد أن نسبة اعتماد الروبوتاج كان ضئيلاً وذلك بنسبة .%0,59

- ارتبط استخدام البوترية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالمواقع الإنسانية والسير الشخصية للأعلام والشخصيات البارزة (السياسية، الفنية..) وما قدمته من تراث مادي وغير مادي ومن أمثلة البوترية

\* ومن أمثلة ذلك تناول القناة تقرير بعنوان الفنانة نعيمة عباسة في ذمة الله بعد صراع مع المرض غير أن خصائصه الفنية والتحريرية تتطابق مع البوترية وليس التقرير. وتتناول القناة أيضا تقرير بعنوان غردية: بيع الزيتون المهنة التي توارثها عائلة ستي منذ سنين غير أن خصائصه الفنية والتحريرية تتطابق مع الروبوتاج وليس تقرير.

## الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار

التي تناولتها القناة مسيرة المناضلة مليكة حوش، مسيرة الفنان رابح دريسة، وغيرها من المواضيع الثقافية كالفن التشكيلي والحرفي، في المقابل اعتمدت قناة الشروق نيوز على البورتريه بشكل ضئيل بنسبة 1,19% وبتكرارين (2) وكان البورتريه الأول حول وفاة رئيس الجمهورية السابق عبد العزيز بوتفليقة، أما الثاني فكان بعنوان؛ السيدة كريمة: طاهية محترفة تقدم أشهى أطباق السمك على الرصيف.

- سجلت الدراسة غياب نوع التحقيق الصحفي في قناتي الدراسة، وقد يعود ذلك إلى طبيعة النشرة الإخبارية التي تختتم بمواكبة الأخبار السريعة والآنية، إلى جانب أسباب أخرى تتعلق بحساسية بعض المواضيع والمحاذير السياسية التي تكتنفها كقضايا الفساد واستغلال النفوذ والقضايا التي تمس بالأمن الاقتصادي وسيادة وسمعة الدولة ككل .\*

وإجمالاً نقول أن التنوع في أشكال تحرير المادة الخبرية أضفى نوعاً من التوازن في تناول المواضيع والقضايا التي تهم المشاهدين وتفادياً للرتابة التي قد يحس بها المشاهدون خاصة مع طول المدة الزمنية للنشرة الإخبارية خاصة في الجزائرية الثالثة الإخبارية والتي تتجاوز في الكثير من الأحيان التوقيت الدولي لمدة \*\* النشرة .

كما يوضح من جهة أخرى على كفاءة الكادر البشري العامل في القناة والمتخصص في فنون التحرير الصحفي نتيجة الخبرات المتراكمة ناهيك عن الإمكانيات المادية والتقنية التي تسخرها قناتي الدراسة من أجل كسب اهتمام الجمهور وتلبية احتياجاته.

### جدول رقم 6

يوضح نوع القوالب الفنية المستخدمة في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	نوع القالب الفني
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
20,23	34	38,97	99	قالب الهرم المعتمد	
76,19	128	56,69	144	قالب الهرم المقلوب	
3,57	6	4,33	11	قالب الهرم المتدرج	
100	168	100	254	المجموع	

\* تم التطرق في أحد مواضيع النشرة الرئيسية (المداععة بتاريخ: 19/03/2021) إلى نمكي صالح الأمن من إلقاء القبض على أحد موظفي المؤسسات العمومية – دون أن يتم ذكر اسمه. جراء تورطه في قضايا استغلال النفوذ والتجسس والمساس بالأمن الاقتصادي للدولة، وذلك وفق نوع الخبر البسيط حيث ورد باختصار على لسان المذيعة.

\*\* انظر الجدول رقم 1 المتعلق بالخصائص الفنية لعينة الدراسة.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

تضمنت بيانات الجدول أعلاه المتضمن القوالب الفنية التي استخدمتها قناتي الدراسة في صياغة مادتها الإخبارية، حيث جاء قالب الهرم المقلوب في الترتيب الأول لكلا القناتين ( الجزائرية الثالثة الإخبارية، الشروق نيوز) وذلك بنسـبـة 56,69% و 19,76% على التوالي، يليها في الترتيب الثاني قالب الهرم المعـدلـ بـنـسـبـة 38,97% في قـناـةـ الـجـازـيرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـابـرـيـةـ مقـاـبـلـ 20,23% في قـناـةـ الشـروـقـ نـيـوزـ، وـحـلـ قالـبـ الـهـرـمـ المـتـدـرـجـ فيـ التـرـتـيـبـ الـأـخـيـرـ بـنـسـبـةـ 4,33% فيـ قـناـةـ الـجـازـيرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـابـرـيـةـ مقـاـبـلـ 3,57% فيـ قـناـةـ الشـروـقـ نـيـوزـ.

واستنادا إلى البيانات السابقة يمكننا إيجاز ما يلي :

- تافق استخدام قالب الهرم المقلوب في قناتي الدراسة مع طبيعة صياغة وتحرير هذا القالب الذي يركز على تقديم أهم المعلومات المهمة في المقدمة ويأخذ في سرد الأحداث وفق قاعدة الأهم فالمهم فال أقل أهمية، ويتنااسب هذا النوع من القوالب مع طبيعة الأخبار القصيرة والسرعة التي تناولتها قناتي الدراسة خاصة تلك الأخبار التي لم تتمكن فيها من إرسال موظفيها أو مراسليها إلى عين المكان في الوقت المناسب أو لاعتبارات أمنية أو صحية لتكتفي المذيعة أو المذيع بقراءة الخبر من الأستوديو بالاستعانة بالصور الثابتة والصور المتحركة.

- ارتبط توظيف قالب الهرم المعـدلـ في قـناـةـ الـجـازـيرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـابـرـيـةـ معـ المـوـاضـعـ الـاجـتمـاعـيـةـ وـالـإـنـسـانـيـةـ والـخـدـمـاتـيـةـ الـتـيـ تـبـدـأـ بـطـرـحـ المشـكـلةـ ثـمـ يـتـمـ التـوـسـعـ فيـ تـفـاصـيلـهاـ ،ـ مـثـلـمـاـ هـوـ الـحـالـ فيـ المـوـاضـعـ التـنـمـيـةـ وـالـفـلـاحـيـةـ وـتـحـيـةـ الـمـنـاطـقـ الصـنـاعـيـةـ بـغـرـضـ تـسـهـيلـ الـاسـتـشـمـارـ وـكـذـاـ مـوـضـوـعـ التـكـفـلـ النـفـسـيـ بـالـتـلـامـيـذـ الـمـقـبـلـينـ عـلـىـ اـمـتـحـانـاتـ شـهـادـةـ الـتـعـلـيمـ الـمـتوـسـطـ ،ـ إـلـىـ جـانـبـ الـمـوـاضـعـ الـخـدـمـاتـيـةـ وـالـفـنـانـيـةـ وـالـرـياـضـيـةـ بـشـكـلـ عـامـ،ـ وـقـدـ تـلـاءـمـ اـسـتـخـدـامـ هـذـاـ قـالـبـ بـشـكـلـ أـكـبـرـ معـ الـمـادـةـ الـإـخـابـرـيـةـ المصـاغـةـ فيـ شـكـلـ تـقـرـيـرـ أوـ رـيـوـرـتـاجـ.

- اقتصر استخدام قالب الهرم المقلوب المـتـدـرـجـ فيـ قـناـةـ الـجـازـيرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـابـرـيـةـ عـلـىـ الـمـوـاضـعـ السـيـاسـيـةـ الـأـمـنـيـةـ وـالـعـسـكـرـيـةـ،ـ حـيـثـ اـرـتـبـطـ اـسـتـخـدـامـهـ بـالـبـيـانـاتـ السـيـاسـيـةـ الرـئـاسـيـةـ وـمـحاـورـ الـاجـتمـاعـاتـ الـحـكـومـيـةـ وـالـبرـلـانـيـةـ (ـبـغـرـفـتـيـهـ)ـ وـكـذـاـ تـقـارـيـرـ الـعـسـكـرـيـةـ وـالـأـمـنـيـةـ الـتـيـ تـتـنـطـلـبـ تـقـديـمـ أـخـبـارـ عـلـىـ مـراـجـلـ مـعـ وـجـودـ قـاسـمـ

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

\* مشترك بين هذه الأخبار مثلما هو الحال في مواضيع مكافحة الإرهاب والزيارات الرسمية لوزير الدفاع . فيما اعتمدته قناة الشروق نيوز بشكل ضئيل أي بنسبة (3,57%).

---

\* ومن أمثلة ذلك التقرير المفصل الذي تم بقنه النشرة الرئيسة بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتاريخ 11 فيفري 2021 حول زيارة السيد الفريق أول السعيد شنقريحة الوزير المنتدب لدى وزير الدفاع الوطني، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي إلى الناحية العسكرية الخامسة بقسنطينة.

### **المبحث الثالث: تحليل فئات المضمون في قناتي الدراسة**

تنضمن المقاربة التحليلية لهذا المبحث التحليل الكمي والكيفي لنشرات أخبار قناتي الدراسة للكشف عن المضامين الإخبارية التي تتبعها قناتي الدراسة بالتركيز على آليات معالجة الأخبار وطرق عرضها، كما سيحاول هذا المبحث التعمق في فهم السياسة التحريرية التي توجه قناتي الدراسة وانعكاسها على جودة المضمون الإخباري المقدم للجمهور، وذلك من خلال الفئات التالية:

- توزيع الجغرافي تبعاً لموضوع الخبر
- توزيع الأخبار طبقاً لحالية والخبر في قناتي الدراسة.
- توزيع المادة الإخبارية في قناتي الدراسة وفق فئة الموضوع.
- مصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة.
- مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة.
- القيم الإخبارية في قناتي الدراسة.

## جدول رقم 7

### يوضح التوزيع الجغرافي تبعاً لموضوع الخبر

الشروع نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
92,26	155	81,10	206	أخبار وطنية
4,76	8	11,02	28	إقليمية
2,97	5	7,87	20	دولية
100	168	100	254	المجموع

تتوزع مضامين أخبار عينة الدراسة وفق بيانات الجدول أعلاه على النحو التالي:

تصدرت الأخبار الوطنية الترتيب الأول في كلا القناتين محل الدراسة حيث جاءت بنسبة 81,10% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 92,26% في قناة الشروع نيوز، يليها الأخبار الإقليمية بنسبة 11,02% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 4,76% في قناة الشروع نيوز، أما الأخبار الدولية فجاءت في الترتيب الأخير بنسبة 7,87% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 2,97% في قناة الشروع نيوز.

و عموماً نقول أن اهتمام قناتي الدراسة بشكل أكبر بالأخبار الوطنية، جاء لأهمية هذه الأخبار لدى الجمهور والرأي العام الوطني باتباع السياسة التحريرية للقناتين على قيمة القرب النفسي والمغرافي للأحداث الوطنية يليها الأخبار الإقليمية التي تعكس الانتماء المغاربي والعربي والإفريقي للجزائر وعلاقات التعاون التي تسود بينها وبين هذه الدول إلى جانب دورها وموافقها من مختلف الأحداث التي تجري في هذا النطاق، وتأتي الأخبار الدولية في إطار التفاعل الدولي والمصالح المشتركة مع مختلف بلدان العالم.

### الجدول رقم 8

#### توزيع الأخبار طبقاً حالية الخبر في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	حالية الخبر
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار		
5,95	10	9,44	24		أمس
69,04	116	59,49	151		اليوم
0,59	1	0,78	2		غدا
19,64	33	11,02	28	معروف موعده ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..)	
4,76	8	19,29	49		غير معروف الحالية
100	168	100	254		المجموع

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول السابق نلاحظ ما يلي :

تتوزع الأخبار الواردة في قناتي الدراسة طبقاً لعامل حالية الخبر؛ حيث تقارب نسب قناتي الدراسة في استخدامهم للأخبار التي تحدث خلال يوم بث النشرة (اليوم) وذلك بنسبة 59,49% و 69,04% في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز، وجاءت الأخبار المعروفة ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..) في الترتيب الثاني في قناة الشروع نيوز وبنسبة 19,64% مقابل الترتيب الثالث في قناة الجزائرية الثالثة الاخبارية بنسبة 11,02%， واحتلت الأخبار الغير معروفة الحالية الترتيب الثاني في قناة الجزائرية الثالثة الاخبارية بنسبة 19,29% مقابل الترتيب الرابع 4,76% في قناة الشروع نيوز، بينما احتلت أخبار (الأمس) الترتيب الرابع في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 9,44% مقابل الترتيب الثالث 5,95%， وجاءت أخبار الغد (غدا) في الترتيب الأخير في كلا القناتين وذلك بنسبة 0,78% و 0,59%.

## جدول رقم 9

### يوضح توزيع المادة الإخبارية في قناتي الدراسة وفق فئة الموضوع

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		المواضيع	القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
30,35	51	26,37	67	سياسي	
10,71	18	13,77	35	عسكري - أمني	
13,69	23	14,96	38	اقتصادي	
18,45	31	11,81	30	اجتماعي وانساني	
8,92	15	11,02	28	صحي	
4,76	8	5,51	14	ثقافي (فن، تراث...)	
8,92	15	3,93	10	رياضي	
2,38	4	8,26	21	ديني - تاريخي	
1,78	3	4,33	11	أخرى	
100	168	100	254	المجموع	

يبين الجدول أعلاه الخاص بطبيعة الأخبار الوطنية في قناتي الجزائرية الإخبارية و الشروق نيوز النتائج

التالية:

### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية:

احتلت الأخبار السياسية الترتيب الأول بنسبة 26,37 % يليها الأخبار الاقتصادية بنسبة 14,96% فالأخبار العسكرية والأمنية بنسبة 13,77 % ثم الأخبار الاجتماعية والانسانية بنسبة 11,81 % يليها الأخبار الصحية بنسبة 11,02 %، أما الأخبار الدينية والتاريخية جاءت بنسبة 8,26 % يليها الأخبار الثقافية 5,51 % ثم الأخبار الرياضية جاءت بنسبة 3,93 % أما الأخبار المتنوعة التي تم وضعها في خانة أخرى فقد جاءت بنسبة 4,33 %.

### قناة الشروق نيوز:

جاءت الأخبار السياسية في الترتيب الأول في قناة الشروق نيوز بنسبة 30,35 % يليها الأخبار الاجتماعية بنسبة 18,45 % فالأخبار الاقتصادية بنسبة 13,69 %، ثم الأخبار العسكرية والأمنية بنسبة 10,71 % يليها كلًا من الأخبار الصحية والرياضية بذات النسبة 8,92 %، ويأتي في الأخير الأخبار الثقافية والدينية والتاريخية بنسبة 2,38 % على التوالي وجاءت أخرى بنسبة 1,78 %.

وما سبق يمكننا تفسير هذه المعطيات كما يلي:

### ✓ أولوية الأخبار السياسية:

جاءت الأخبار السياسية في مقدمة الأخبار التي تناولتها قناتي الدراسة حيث احتلت الترتيب الأول في كلا القناتين وذلك بنسبة 30,35% و 26,37% في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروق نيوز على التوالي وذلك لعدة اعتبارات منها:

- أهمية الأخبار السياسية في الجزائر والتي تعد محركاً للأخبار وقطاعات أخرى؛ إذ يهتم المشاهد بهذه الأخبار لارتباطها في الكثير من الأحيان بالتغييرات الاجتماعية والاقتصادية التي تتم وفق أوامر رئاسية وجرائم رسمية فمثلاً منحة البطالة<sup>\*</sup> جاءت بأمر رئاسي لاستفادة منه شريحة واسعة من الشباب البطالين.
- يعكس اهتمام قناتي الدراسة بالأخبار السياسية واحتلالها المراتب الأولى التزام القائمين بالاتصال بالسياسة التحريرية لقناتي الدراسة التي لا تخرج عن إطار التوجهات العامة للنظام السياسي بغض النظر عن اختلاف طبيعة ملكية القناتين.
- تزامنت الفترة الزمنية للدراسة مع العديد من الأحداث السياسية البارزة أهمها الانتخابات التشريعية والمحليّة<sup>\*</sup>، وما يكتسيهما هذان الحدثان من أهمية كونهما جاءا بعد مرحلة انتقالية عرفتها الجزائر على أعقاب ما سمي بالحراك الشعبي و مختلف التحديات الأمنية الداخلية والخارجية التي سعت إلى زعزعة الأمن والاستقرار الوطني، إلى جانب أحداث سياسية أخرى مرتبطة بالنشاط الوزاري، فيما تناولت قناتي الدراسة الأخبار السياسة الدولية والإقليمية بالتركيز على الدور الريادي للجزائر في كل من مالي ونيجيريا إلى جانب علاقات التعاون بين الجزائر و مختلف بلدان العالم.

### ✓ الأخبار الاقتصادية:

- تأتي الأخبار الاقتصادية التنموية في الترتيب الثاني في أجندة قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 14,96% مقابل الترتيب الثالث في قناة الشروق نيوز بنسبة 13,69%， باعتبارها أخباراً تمس حياة المواطنين وسبل تحسين معيشتهم كما عكسته لنا مواضيع الاستثمار الفلاحي والصناعي في قناة الجزائرية

\* أقر رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون منحة للبطالة مقدرة ب 15000 دينار جزائري، يستفيد منها الشباب العاطل عن العمل، وتطبيقها ابتداء من مارس 2022.

\* تعد الانتخابات التشريعية (المنعقدة يوم 12 يونيو 2021) والانتخابات المحلية (المنعقدة يوم 27 نوفمبر 2021) أول انتخابات تنظم في عهد الرئيس عبد المجيد تبون، الذي تولى السلطة بتاريخ 19/12/2019.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

الثالثة الإخبارية. وتجدر الإشارة أنه غالباً ما يتم إكساب هذه المواقع بالطابع السياسي، حيث أن تغطية معظم المواقع الاقتصادية تكون بناء على زيارة رسمية لمسؤولين حكوميين (وزراء، وزراء منتدبون..).

### **✓ الأخبار العسكرية والأمنية**

- تختل الأخبار العسكرية والأمنية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية الترتيب الثالث (13,77%) مقابل الترتيب الرابع (10,71%) في قناة الشروق نيوز، حيث شكلت مواقع الزيارات العسكرية الرسمية ومواقع القضاء على الإرهاب، ومروجي المخدرات، وكذا إرهاب الطرق نقاط التقائه وتشابه في قناتي الدراسة.

### **✓ الأخبار الاجتماعية والإنسانية**

- جاءت الأخبار الاجتماعية والإنسانية في الترتيب الرابع في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (11,81%) مقابل الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز (18,45%) وتعكس هذه النتيجة بعد الإنساني والاجتماعي في أجندات قناتي الدراسة لما لهذه المواقع من أهمية في نقل انشغالاتهم وطرق المواقع التي تهمهم.

### **✓ المواقع الصحية**

- تعد المواقع الصحية سابقة (من حيث النسبة) في أجندات قناتي الدراسة - في حدود اطلاق الباحثة- ويعود ذلك إلى تزامن الدراسة مع تفشي وباء كورونا، حيث خصصت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية خبراً<sup>\*</sup> في كل نشرة إخبارية يتم التطرق فيها إلى تطور الوضعية الوبائية في البلاد إلى جانب بعض الريبورتاجات التي تراوحت مواجهتها بين سبل الوقاية من الوباء (وطنياً) وانتشاره في باقي بلدان العالم (دولياً)، كما تناولت قناة الشروق نيوز تطور الوضعية الوبائية في البلاد .

- وحظيت كل من الأخبار الدينية والتاريخية والأخبار الثقافية بالترتيب السادس والسابع (8,26% و 5,51%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي مقابل ( 2,38% و 4,76%) في قناة الشروق نيوز على التوالي، وعلى الرغم من أهمية هذه المواقع للمشاهد التي تجعله يخرج من الطابع الرسمي للأخبار

\* تميزت هذه الأخبار بكونها أخبار قصيرة (لم تتجاوز 50 ثانية)؛ حيث تقرأ مذيعة أو مذيع النشرة مقدمة الخبر ليتم إحالة الكلمة مباشرة إلى الناطق الرسمي للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا ومدير الوقاية وتنمية الصحة بوزارة الصحة (الدكتور جمال فورار) لإطلاق المشاهدين على آخر مستجدات تطور الوباء الجزائري، والملاحظ أن هذه الأخبار الطبية لم تؤثر في ترتيب أخبار المراتب الأولى (الأخبار السياسية، الاقتصادية العسكرية والأمنية، الاجتماعية والإنسانية) لقصر مدة بث هذه الأخبار (الصحافة) أولاً و حالة الانفراج التي كان يعرفها تطور هذا الوباء ثانياً بقلص عدد الوفيات والتخلص التدريجي عن الخبر، كما أن سنة 2021 تعد السنة الثانية للوباء والتي أعقدها الانخفاض التدريجي للوباء.

## الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار

إلى لون آخر ذات ملمسة جمالية وقيم روحانية إلا أن تفسير ذلك يعود إلى كون القنوات الإخبارية تكون عموما متخصصة حيث يفرد القائمون بالاتصال في هذه القنوات برامج متخصصة سواء دينية أو ثقافية أو تاريخية تهتم بشيء من التفصيل والتنوع لهذه المواضيع لخصوصيتها وطابعها الخاص في التناول والمعالجة.

- ونفس الأمر ينطبق على الأخبار الرياضية التي تناولتها قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 3,93% مقابل 8,92% في قناة الشروق نيوز، حيث تخصص لها قناتي الدراسة هي الأخرى برامج وبلاطوهات خاصة بمتابعة ونقل مختلف الأخبار والفعاليات الرياضية الوطنية وال محلية وعبر العالم.

- وجاءت الأخبار الأخرى في الترتيب الأخير في قناتي الدراسة (4,33% قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، 1,78% قناة الشروق نيوز )، وقد تراوحت هذه الأخبار بين المواضيع ذات الطابع الخدمatic وإعلانات الوفيات بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة، وبين أخبار وتطورات الطقس بالنسبة لقناة الشروق نيوز.

### الجدول رقم 10

الخاص بمصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	المصادر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
75	126	75,59	192	الصحفى (مندوب، مراسل محلى..)	الصحفي (مندوب، مراسل محلي..)
13,09	22	14,17	36	بيانات رسمية (رئاسية، حكومية ..)	بيانات رسمية (رئاسية، حكومية ..)
1,78	3	1,96	5	موقع التواصل الاجتماعى	موقع التواصل الاجتماعي
2,38	4	0,78	2	وسائل إعلام وطنية عمومية	وسائل إعلام وطنية عمومية
0	0	1,57	4	مراسل خارجى	مراسل خارجي
0,59	1	0,39	1	مواطنون	مواطنون
0,59	1	0	0	اتصال هاتفى	اتصال هاتفي
0	0	1,96	5	بيانات رسمية أجنبية (سياسية، عسكرية..)	بيانات رسمية أجنبية (سياسية، عسكرية..)
2,38	4	0	0	وسائل إعلام أجنبية	وسائل إعلام أجنبية
0	0	1,57	4	وكالات أنباء أجنبية	وكالات أنباء أجنبية
4,16	7	1,96	5	دون ذكر المصدر	دون ذكر المصدر

تدل بيانات الجدول أعلاه الخاصة بمصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة على ما

يلي:

### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

احتلت المصادر الذاتية الخاصة بالقناة الترتيب الأول بتكرار 240 أي بنسبة 94,48%، حيث اعتمدت القناة على طاقمها الصحفي (مندوب، مراسل محلي..) بنسبة 75,59% يليها البيانات الرسمية (رئاسية، حكومية ..) بنسبة 14,17%， فيما اعتمدت القناة على كل من "موقع التواصل الاجتماعي" و "مراسل خارجي" وسائل إعلام وطنية" و " مواطنون" بحسب متقاربة وهي 1,96% و 1,57، و 0,39% على التوالي.

أما المصادر الخارجية فقد جاءت بنسب ضئيلة لا تتجاوز 9 تكرار وبنسبة 3,54%، حيث جاءت البيانات الرسمية الأجنبية (سياسية، عسكرية..) أولاً بنسبة 1,96% يليها وكالات الأنباء الأجنبية بنسبة 1,57%. واعتمدت القناة على الأخبار دون ذكر المصدر أو الغير واضحة المصادر بنسبة 1,96% والتي تراوحت بين الأخبار الوطنية (2 تكرار) والأخبار الدولية (3 تكرار).

### قناة الشروق نيوز:

تأتي المصادر الذاتية الخاصة بالقناة في الترتيب الأول بتكرار 158 وبنسبة 94,04، حيث جاء الطاقم الصحفي للقناة في الترتيب الأول بنسبة 75% يليها بيانات رسمية (رئاسية، حكومية ..) بنسبة 13,9 ثم "وسائل إعلام وطنية عمومية" بنسبة 2,38% يليها "موقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 1,78% ويأتي في الترتيب الأخير كلا من "مواطنون" و "اتصال هاتفي" بذات النسبة 0,0%.

أما المصادر الخارجية فاعتمدت القناة على وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة 1,78%. أما الأخبار دون مصدر فجاءت بنسبة 4,16% حيث أوردت القناة خبرين ( تكرار 2 ) دوليين بدون الإشارة إلى المصدر و ( 5 تكرار ) أخبار وطنية.

وبشكل عام فإن قناتي الدراسة اعتمدتا على مصادرهما الذاتية في بناء مادتها الإخبارية، حيث جاء ترتيبها كما يلي:

- ركزت قناتي الدراسة على طاقمها الصحفي كمصدر لاستقاء أخبارها من خلال التواجد الدائم لصحفيتها في أماكن الحدث لنقل مختلف الفعاليات والأحداث الوطنية؛ بما يعود بالإيجاب على جودة

المحتوى الإخباري الذي تقدمه خاصة وأن القنوات التي تعتمد على مصادرها الذاتية تعطي انطباعا لدى المشاهدين بمصداقية وموثوقية هذه الأخبار، كما تعكس من جهة ثانية الترسانة البشرية والتكنولوجية التي يتم تسخيرها في سبيل تقديم خدمة إخبارية متكاملة، غير أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى شبه الغياب التام للنقل المباشر بين المراسلين والستوديو المركزي باستثناء الخبر الذي تناولته قناة الجزائرية الثالثة حول العثور على جثث المفقودين الإثنين (02) نتيجة الغرق في أحد الأودية بولاية بوسعادة<sup>\*</sup> أين تم الاتصال على المباشر بمعوثر القناة من مكان الحدث، فيما نقلت قناة الشروق نيوز خبر وفاة الفنانة نعيمة عباسة على المباشر من خلال ربط الاتصال مع عائلتها ونقل انطباعاتهم. واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة زهرة بوجفوف حول غياب النقل المباشر للحدث و الحوار بين المذيع والمراسل حول القضية المتناولة والاكتفاء بإرسال تقارير مسجلة عكس ما هو سائد اليوم في القنوات الإخبارية المتخصصة ( بوجفجوف، 2015/2016، صفحة 273).

- تقارب نسب اعتماد قناتي على البيانات الرسمية ( سياسية، عسكرية..) وذلك بنسب 14,17% و 13,09% لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية وقناة الشروق نيوز على التوالي.

- اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على "الموفدين" بنسبة 1,57% فيما لم تعتمد قناة الشروق نيوز على المراسل الخارجي، وعموما فقد سجلت الدراسة غياب المراسل الصحفي الخارجي واستبداله بالموفدين في قناة الجزائرية الثالثة والذي ترجعه الباحثة إلى الأسباب التالية:

- حذر وزارة الاتصال من إيفاد مراسليها إلى بؤر الصراعات والنزاعات الدولية التي تشهدها المنطقة العربية.

- تركيز القناة على الأخبار الوطنية وال محلية بالدرجة الأولى.

- جاء اعتماد قناة الجزائرية الثالثة على موقع التواصل الاجتماعي بشكل ضئيل وانتقائي، حيث ركزت القناة على موقع أكس (X) توبيتر سابقا باعتبارها أشهر المنصات التي يغرس عليها كبار الشخصيات المشهورة من فنانين و رجال أعمال، ومن خلاله نقلت القناة التغريدات الرسمية الخاصة بتهنئة شخص رئيس الجمهورية للشعب الجزائري والتي تراوحت بين تهنئة المناسبات والأعياد الوطنية والدينية و تهنئة

---

\* انظر نشرة الأخبار الرئيسة بالقناة ليوم: 2021/9/2.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

الاستحقاقات الرياضية والعلمية، إلى جانب بعض التغريدات والمنشورات الخاصة بردود فعل المواطنين تجاه بعض القضايا ذات الأهمية الوطنية والأمنية، فيما اعتمدته قناة الشروق نيوز في نقل البيانات الرسمية لمختلف المؤسسات الوطنية والمنظمات والهيئات الدولية (مثل بيان السفارة الصينية في الجزائر).

- جاء اعتماد قناة الجزائرية الثالثة على وسائل الإعلام العمومية هو الآخر ضئيلاً وانتقائياً حيث اعتمدت القناة على كل من القناة الثانية الناطقة بالفرنسية (Canal Algerie) وفروم نظمته الإذاعة الوطنية، ويعود الاعتماد على هذه الوسائل بسبب التوجه العمومي وكذا اتفاق السياسة التحريرية لكلا الوسيطتين مع القناة.

- وجاء الاعتماد على "المواطنين" كمصدر للمعلومات في الترتيب الأخير، غير أن ذلك لم يمنع من ظهور المواطنين من خلال مختلف المواد الإخبارية التي غطتها صحفيو القناة وذلك بغرض تعزيز المادة الإخبارية بالشواهد الحية وظهر ذلك بشكل أكثر من خلال الريوتاجات.

- وبخصوص المصادر الخارجية لقناي الدراسة فقد اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على المصادر الرسمية الخارجية كالبيانات الرسمية السياسية والعسكرية للدول أجنبية إلى جانب كل من وكالات الأنباء الأجنبية والهيئات والمنظمات الدولية (أوبك، منظمة الصحة العالمية...).

- وتقاربت نسبة الأخبار الواردة بدون مصدر في قناتي الدراسة؛ حيث اعتمدتها قناتي الدراسة في الأخبار الرياضية والأخبار الدولية، إعلانات الوفيات، إلى جانب استخدام صيغة (حسب ما علم ..).

## جدول رقم 11

يوضح مدى الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة

الشروع نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	المسؤولية الاجتماعية
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار		
3,57	6	7,87	20	تغطي القناة القصص الإنسانية والاجتماعية الملهمة	
7,14	12	18,89	48	تحتم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية	
7,73	13	15,74	40	تقدّم القناة معلومات توعوية حيال الأزمات والكوارث تجنبًا لإثارة الخوف والذعر	
3,57	6	4,33	11	تحتم النشرة بمواضيع تخص المرأة والطفل	
4,76	8	9,44	24	تعطي القناة لمختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن	
1,19	2	1,57	4	تحتم النشرة بأخبار كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة	
4,76	8	2,36	6	تحرص النشرة على تعطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد	
9,52	16	1,18	3	مكافحة الفساد والبيروقراطية	
1,78	3	1,96	5	مكافحة الإرهاب	
1,19	2	2,75	7	المواضيع البيئية	

تشير بيانات الجدول أعلاه الخاصة بمدى التزام قناتي الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية إلى ما يلي:

### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

حلّ في الترتيب الأول عبارة "تحتم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية" بنسبة 18,89% يليها في الترتيب الثاني عبارة "تقدّم القناة معلومات توعوية حيال الأزمات والكوارث تجنبًا لإثارة الخوف والذعر" بنسبة 15,74%， ويأتي في الترتيب الثالث "تعطي القناة لمختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن" بنسبة 9,44% يليها "تغطي القناة القصص الإنسانية والاجتماعية الملهمة" بنسبة 7,87%， وجاء في الترتيب الموالي عبارة "تحتم النشرة بمواضيع تخص المرأة والطفل" بنسبة 4,33%， وحل كلًا من "المواضيع البيئية" و "تحرص النشرة على تعطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" في الترتيبين السادس والسابع وبنسب 2,75% و 2,36% على التوالي، وبنسبة أقل جاءت المواضيع التي تخص

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

مكافحة الإرهاب بنسبة 96,1%， واهتمت النشرة بموضوع بأخبار تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 1,57%， يليه في الأخير موضوع تخص مكافحة الفساد بنسبة 1,18%.

### **الشروق نيوز:**

اهتمت قناة الشروق نيوز بـ"مكافحة الفساد والبيروقراطية" في الترتيب الأول بنسبة 9,52% يليها في الترتيب الثاني عبارة "تقديم معلومات حيال الأزمات والكوارث" وذلك بنسبة 7,73%" وحل في الترتيب الثالث عبارة تهم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية" بنسبة 7,14%， يليها كلا من عباري "تغطية القناة لختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن" و "تحرص النشرة على تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" بذات النسبة 4,76% ويأتي في الترتيب الخامس عبارة "تهم النشرة بموضوع تخص المرأة والطفل" بنسبة 4,16% يليها "تغطية القناة للقصص الإنسانية والاجتماعية الملهمة" بنسبة 3,57%， ثم "مكافحة الإرهاب" و بذات النسبة حل كلا من "تهم النشرة بأخبار تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة" و "المواضيع البيئية بنسبة 1,19%.

وبشكل موسع يكشف لنا التحليل المقارن بين القناتين محل الدراسة مجموعة من النتائج أبرزها:

- تركز قناة الجزائرية الثالثة على رأس المال الاجتماعي من خلال اهتمامها بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية 18,89% مقابل 14,14% في قناة الشروق نيوز، فيما تميل قناة الشروق نيوز إلى آليات الرصد والرقابة السياسية من خلال "تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" و "مواضيع تُعنى بـ"مكافحة الفساد والبيروقراطية" وذلك بحسب 4,76% و 9,52% على التوالي مقابل 2,36% و 1,18% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي.

- اهتمت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بقضايا التوعية حيال الأزمات والكوارث بشكل أكبر وذلك بنسبة 15,74% فيما احتلت نسبة ضئيلة في قناة الشروق نيوز 7,73%؛ وتعكس هذه النسب دور الإعلام العمومي مقارنة بالخاص في تحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه المشاهدين في التوعية والإرشاد أثناء الأزمات والكوارث والذي هو جزء من الوظيفة المجتمعية للإعلام في الشقين والإخبار.

- أولت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أهمية أكثر لتغطية مختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن وذلك بنسبة 9,44% مقابل 4,76%؛ مما يعكس توسيع وشمولية التغطية الصحفية

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

ل الإعلام العمومي بفضل الترسانة الإعلامية التي تتوفر عليها القناة وانتشار مراسلتها في مختلف بلدان وولايات الوطن.

- أظهرت قناتي الدراسة اهتماما متقاربا بالقضايا الاجتماعية حيث وردت قضايا المرأة والطفل بنسبة %4,33 في قناة الجزائرية الثالثة، يليها الأخبار التي تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 1,57% مقابل 3,57% و 1,19% في قناة الشروق نيوز على التوالي.

- وبخصوص المواضيع البيئية فقد جاء اهتمام قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بها بنسبة 2,75% فيما وردت بنسبة أقل 1,19% في قناة الشروق نيوز.

- تقارب نسب اهتمام قناتي الدراسة بموضوع مكافحة الإرهاب حيث جاءت بنسبة 1,96% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 1,78% في قناة الشروق نيوز.

وعموما يمكننا القول أن الممارسة الإعلامية في الجزائر لا تخضع لمبدأ المنافسة بين القطاعين العمومي والخاص؛ لعدة أسباب منها ما يتعلق بانتفاء شروط المنافسة الإعلامية بين القطاعين من حيث الترسانة التكنولوجية والبشرية التي يحظى بها القطاع العام، إلى جانب الشروط والقيود والظروف التي يخضع لها القطاع الخاص؛ مما يجعل من المنافسة أو التحليل المقارن بين القناتين أمرا بالغ التعقيد، غير أن هذا الأمر دفع بالقنوات الخاصة إلى اتباع سياسة الاعتمادية والتبعية الإعلامية على الإعلام العمومي من حيث تبني مواقفه الرسمية والتي تظهر جليا في طبيعة المواضيع المطروقة والمصادر المعتمدة التي غالبا ما تكون رسمية أو نقلا عن الإعلام الرسمي العمومي<sup>\*</sup>.

وعلى صعيد آخر فإن واقع الممارسة الإعلامية في ظل الانفتاح الإعلامي قد يُنظر إليه بالكثير من الإيجابية في شقه التكاملي كمنظومة إعلامية متنوعة تعطي مختلف جوانب المجتمع وتنطلع لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية الشاملة في الاستجابة لتحديات ومتطلبات الجمهور والمجتمع المعاصر.

\* وهذا ما توصلنا إليه من خلال نتائج الدراسة التحليلية لفئة الموضوع وفئة المصادر أنظر الجدول رقم 9 الخاصة بفئة المصادر، والجدول رقم 7 الخاص بفئة المواضيع.

## جدول رقم 12

يوضح القيم الإخبارية في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	القيم الإخبارية
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار		
22,02	37	33,85	86		المحلية و القرب
21,42	36	11,41	29		الصراع
49,40	83	57,08	145		الحداثة والآنية
29,76	50	31,49	80		الضخامة والأهمية
9,52	16	19,29	49		التنمية الوطنية
13,69	23	23,62	60	التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية	
10,11	17	18,89	48		السيادة والوحدة الوطنية
13,09	22	14,69	38		الشهرة
22,02	37	21,65	55		الإيجابية
11,30	19	8,26	21		السلبية

أسفر تحليل مضممين أخبار القناتين محل الدراسة وما تتضمنه من قيم إخبارية على النتائج التالية:

### الجزائرية الثالثة الإخبارية:

تصدرت قيمة الحداثة والآنية الترتيب الأول في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 57,08 % يليها قيمة المحلية و القرب بنسبة 33,85 % وحلت في الترتيب الثالث قيمة الضخامة والأهمية بنسبة 31,49 يليها قيمي التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية بنسبة 23,62 % وحلت في الترتيب الخامس قيمة الإيجابية بنسبة 21,65 % تليها كلا من قيمي "السيادة و الوحدة الوطنية" و "التنمية الوطنية" بذات النسبة: 18,89 على التوالي، فيما حلت قيمة الشهرة في الترتيب السابع بنسبة 14,69 % يليها قيمة الصراع بنسبة 11,41 % وحلت في الترتيب الأخير قيمة السلبية بنسبة 8,26 .

### قناة الشروق نيوز

حلّت قيمة الحداثة والآنية في الترتيب الأول في قناة الشروق نيوز وذلك بنسبة 49,40 %، يليها قيمة الضخامة والأهمية بنسبة 29,76 %، وتأتي قيمي المحلية و القرب والإيجابية في الترتيب الثالث بذات النسبة

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

22,02% يليها قيمة الصراع بنسبة 21,42%， ثم قيمة التكافل الاجتماعي والإهتمامات الإنسانية بنسبة 13,69% يليها قيمة الشهرة بنسبة 13,09%， وفي الترتيب السابع تأتي قيمة السلبية بنسبة 11,30%， يليها قيمة السيادة والوحدة الوطنية بنسبة 10,11% يليها قيمة التنمية الوطنية بنسبة 9,52%.

وبشكل أكثر ووضوحاً يُجمع قناتي الدراسة على توظيف مجموعة من القيم الإخبارية الأكثر استخداماً في صناعة الأخبار التلفزيونية نفصلها في الآتي؛

### **قيمة الجدة والآنية**

تأتي قيمة الجدة والآنية ضمن أولويات بث أو نشر الخبر في قناتي الدراسة خاصة في ظل المنافسة الإعلامية والسعى إلى معالجة الأخبار ونقلها إلى الجمهور فور حدوثها وذلك بنسبة 57,08% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 49,40% في قناة الشروق نيوز.

### **قيمة المحلية والقرب**

اختلف ترتيب قيمة المحلية والقرب في قناتي الدراسة مع اختلاف طفيف في النسبة؛ حيث حلت في الترتيب الثاني في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 33,85% مقابل الترتيب الثالث بنسبة 22,02% في قناة الشروق نيوز، ولا تقل أهمية هذه القيمة عن سابقتها، حيث أن القرب الجغرافي أو العاطفي أو النفسي للخبر من شأنه أن يجلب اهتمام المشاهدين لأن نطاق الأخبار يخصهم ويؤثر في اهتماماتهم فخبر غرق ضحيتين مثلاً من ولاية المسيلة خلف وراءه تعاطفاً شعبياً نظراً لطبيعة الحادثة الإنسانية وكذا تزامنها مع البدايات الأولى لفصل الخريف أين تكثر الأمطار في العديد من ولايات الوطن، مما يستدعي الاستعداد النفسي واللوجستي مثل هذه الكوارث بغية تحنبها.

### **قيمة الضخامة والأهمية**

تقاربت قناتي الدراسة بخصوص قيمتي الضخامة والأهمية؛ حيث احتلت الترتيب الثالث في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 31,49% مقابل الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز بنسبة 29,76%， وقد عكست هاتين القيمتين وجود العديد من المؤشرات الفرعية التي تنطوي تحت هاتين القيمتين، فجاءت أهمية الأحداث والشخصيات من السمات البارزة لقيمة الأهمية ومن أمثلة ذلك ما تناولته قناة الجزائري

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

الثالثة — خلال مدة الدراسة- من أحداث هامة تتعلق وتمس المجتمع الجزائري كتوزيع سكنات "عدل" في كل عدد من ولايات الوطن، ومرافقة امتحاني شهادتي البكالوريا و التعليم المتوسط والذين جريا في ظروف استثنائية، ونفس الأمر ينطبق على قناة الشروق نيوز إذ تناولت العديد من المواضيع الهامة وذات الضخامة كتغطيتها لموضوع المرافقة النفسية للتلاميذ عشية الدخول المدرسي من خلال البرنامج الوطني للوزارة.

واختلفت هذه النتيجة مع ما توصل إليه الباحث بن عودة موسى من أن التوجه العمومي لقناة الجزائرية الثالثة جعلها تتجه أكثر إلى تغطية الأخبار الرسمية كزيارات الرسمية والنشاطات الحكومية على حساب نقل الأخبار التي تهم المشاهد، و هذا عكس القنوات الخاصة التي تولي أهمية خاصة للاهتمامات الإنسانية وتجعل المواطن من صلب اهتماماتها (بن عودة ، 2017/2018).

وبذلك نتوه أن قيمة الأهمية تعد من الشروط الأساسية لتناول ونقل أي مادة إخبارية فبدون قيمة الأهمية يفقد الخبر مصداقيته وجاذبيته، كما أن قيمة الضخامة في بعدها الإيجابي وبعيدا عن تحويل الأرقام أو تضخيم الأحداث يضفي أهمية للخبر ويكتبه أكبر قدر من المواطنين فالقول بتزويد مستشفى وهران بوحدتين لإنتاج الأكسجين يلقى استحسان الكثير من المواطنين خاصة مع تطور الوضعية الوبائية التي عرفتها البلاد والعالم عموما جراء فيروس كورونا.

### **التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية**

تأتي قيمتي التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية في الترتيب الرابع بنسبة 23,62% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل الترتيب الخامس بنسبة 13,69% في قناة الشروق نيوز وجاء هذا الترتيب متماشيا مع المواضيع الاجتماعية والإنسانية<sup>\*</sup>، والتي تعكس أهميتها هاتين القيمتين في أجندـة قناتي الدراسة لما لها من دور في كسب التعاطف الشعـي وتأثيره بمختلف الأحداث الاجتماعية ذات الأبعـاد الإنسـانية تترجمـها في ذلك مظاهر التكافـل والتضامـن الاجتمـاعـي التي ما هيـ في حـقـيقـةـ الـأـمـرـ إلاـ استـجـابـةـ لـمـتـطلـبـاتـ الجـمـهـورـ الذـيـ يـرىـ نـفـسـهـ منـ خـالـلـ هـذـهـ الـقـيمـ وـالـقـيمـ أـعـادـتـ وـسـائـلـ الـإـعـلـامـ إـنـتـاجـهـاـ وـفقـ قولـهـ: " تـحـاكـيـ خـصـوصـيـةـ الـجـمـعـ الـجـزـائـريـ الذـيـ ذـكـرـ بنـ خـلـدونـ (ـالـمـلـيـ)، دـسـ نـ، صـفـحةـ 97ـ)ـ صـفـاتـهـ بـقولـهـ: " فـمـنـ خـلـقـهـ عـزـ الجـوارـ وـحـمـاـيـةـ النـزـيلـ وـرـعـاـيـةـ الـذـمـةـ وـالـوـفـاءـ بـالـعـهـدـ وـبـرـ الـكـبـيرـ وـرـحـمـةـ الـمـسـكـينـ وـحـمـلـ الكلـ وـكـسـبـ المـعـدـوـمـ "ـ .ـ

\* انظر الجدول رقم 10 الخاص بتوزيع الأخبار.

### قيمة الإيجابية

اهتمت قناتي الدراسة بقيمة الإيجابية بنسبة مقاربة حيث وردت بنسبة 21,65% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 22,02% في قناة الشروق نيوز، حيث تتوافق مع طبيعة الم موضوع الاجتماعية والتنمية وكذا الرياضية والدينية، ويز دور هذه القيمة في جذب المشاهدين من جهة ورفع معنوياتهم على الصعيدين النفسي والعاطفي من جهة ثانية حيث حول تكريم رئيس الجمهورية للتلاميذ المتفوقين في البكالوريا من شأنه أن يبعث بالإيجابية والارتياح على الاهتمام بمستقبل التعليم ويحفز الأجيال على التفوق والنجاح.

### قيمة التنمية الوطنية

اختلت قناتي الدراسة في نسب قيمة "التنمية الوطنية" فجاءت بنسبة 19,29% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 69,52% في قناة الشروق نيوز، ويعود التباين الكبير في هذه النسب إلى اختلاف الأولويات التحريرية وطبيعة الملكية في قناتي الدراسة، والذي ينعكس على طبيعة وطريقة معالجة الم موضوع الاجتماعية والتنمية المتناولة، فقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بحكم أنها قناة عمومية، تلتزم بأجندة وطنية تضع التنمية الوطنية والمصلحة العامة ضمن أولوياتها بتسلیط الضوء على المشاريع التنموية والإنجازات الوطنية.

ومن جهة أخرى يحظى موضوع التنمية الوطنية بخصوصية نابعة من خصوصية الاقتصاد الوطني القائم على الريع مما يحتم على الدولة الاهتمام بشكل أكبر بالمشاريع التنموية على اختلافها (فلاحة، صناعة، استثمار...) ودعمها، ويفرض على قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية تغطية مثل هذه الم موضوع التي تصب في نفس السياق والتوجه الرسمي للدولة، بينما تمثل قناة الشروق نيوز إلى الموضع الأكثر نقدية وأقل التزاما بالأجندة الرسمية للدولة بالتركيز على الموضع الأكثر جذبا للمشاهدين والتي تنقل من خلالها انشغالات المواطنين ومعاناتهم بغية إيصالها إلى المسؤولين، وبذلك تقلص من الموضع التنموية لصالح قيم أخرى.

### قيمة السيادة والوحدة الوطنية

اهتمت قناتي الدراسة بنسب متفاوتة بقيمة "السيادة والوحدة الوطنية"؛ حيث ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عليها بنسبة 18,89% مقابل 10,11% في قناة الشروق نيوز، ويأتي اهتمام قناتي الدراسة بقيمة

"السيادة والوحدة الوطنية" لعدة اعتبارات لعل أبرزها؛ التحديات الأمنية التي فرضها الموقع الجيوسياسي للجزائر كالانقلاب في مالي، قضية الصحراء الغربية، والوضع السياسي والأمني في ليبيا، وتوتر العلاقات الجزائرية المغربية والذي أعقبه قطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين..، وهو ما فرض على قناتي الدراسة ممارسة نوع من الدبلوماسية الناعمة كأحد الأدوار الرئيسية المنوطة بها في الدفاع عن السيادة الوطنية وتغليب المصلحة العليا للبلاد.

كما أن قيمة السيادة الوطنية لم تأتي من فراغ فعلاوة على أنها أحد القيم الخبرية الهامة في أنظمة الدول النامية المستندة إلى النظرية الإعلامية الاشتراكية، فإننا نجد أنها متجلزة كقيمة عليا في النظام السياسي والاجتماعي الجزائري وكأحد مبادئ السياسة الخارجية الجزائرية القائمة على حق الشعوب في تقرير مصيرها مما يتترجم موقف الجزائر الواضح من مختلف النزاعات والحروب الإقليمية والدولية كما هو الحال مع القضية الفلسطينية، وقضية الصحراء الغربية وغيرها من القضايا العادلة وقضايا تصفية الاستعمار.

### قيمة الصراع

اختلاف ترتيب قيمة الصراع في قناتي الدراسة، حيث نجدها في الترتيب التاسع بنسبة 11,41% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل الترتيب الرابع في قناة الشروق نيوز بنسبة 21,42%， كما تبين توظيف قيمة الصراع في قناتي الدراسة؛ حيث لم تكتم قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بهذه القيمة إلا في إطار نقل مجريات تطورات الحروب وأعمال العنف كالتصفية الصهيونية لفلسطين والعمليات العسكرية المتبادلة بين الجيش الصحراوي والجيش المغربي باستثناء بعض مواضيع الصراع الداخلية كالقبض على الإرهابيين وتجار المخدرات.

بينما ركزت قناة الشروق نيوز على توظيف قيمة الصراع من خلال طرقها للعديد من المواضيع الوطنية الداخلية كالحرك الشعبى الذي عرفته الجزائر مطلع العام 2019، وما تبعه من حركات احتجاجية كالصراع على السلطة بين الأحزاب الوطنية تزامنا مع الانتخابات الرئاسية والتشريعية، إلى جانب المواضيع الخاصة بمتابعة ومحاكمة العديد من الشخصيات الوطنية السياسية والعسكرية وحتى الفنية<sup>\*</sup>، ناهيك عن تغطية

\*تناولت قناة الشروق نيوز في نشرتها الرئيسة ليوم 5 ماي 2019 موضوع: إيداع سعيد بوتفليقة، عثمان طرطاق، ومحمد مدين الحبس المؤقت في تهمة المساس بسلطة الجيش والمؤامرة ضد سلطة الدولة.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

الاحتتجاجات الشعبية كإضرابات عمال البريد وانعكاساتها على مصالح المواطنين؟<sup>\*\*</sup> مما يفسر اهتمام القناة بهذه القيمة في جذب المشاهدين وكسب ولائهم ومتابعتهم، هذا علاوة على أخبار الحروب والنزاعات الإقليمية العربية (اليمن، فلسطين، المغرب..).

### **قيمة الشهرة**

تنقارب قيمة الشهرة في قناتي الدراسة في نسبة الاعتماد (رغم اختلاف الرتبة) حيث وردت بنسبة 14,69% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 13,09% قناة الشروق نيوز، وترتبط قيمة الشهرة في القناتين محل الدراسة بشكل أكبر بالشخصيات الرسمية في الدولة (رئيس الجمهورية، وزراء...) إلى جانب بعض الشخصيات الفنية والرياضية المعروفة كالفنانين، الممثلين...وغيرهم، وهذا يعكس قيمة الشهرة في النظم الإعلامية الغربية التي تولي أهمية للشخصيات الشهيرة من فنانين ونجوم، رجال أعمال، وشخصيات فنية بارزة وبشكل أقل الشخصيات المعروفة ( سياسية، اقتصادية..)، أو أحداث لها دلالات رمزية معينة.

### **قيمة السلبية:**

تأتي قيمة السلبية في الترتيب الثامن بنسبة 11,30% في قناة الشروق نيوز، حيث ركزت القناة على معالجة العديد من الظواهر السلبية والمشكلات المجتمعية سعيا منها إلى تحريك الرأي العام بإثارة النقاش المجتمعي ولفت المسؤولين إلى هذه الظواهر قصد معالجتها والتکفل بها، دون أن نغفل أهمية قيمة السلبية في جذب المزيد من المشاهدين وتحقيق نسب عالية من المشاهدة.

في المقابل وردت ذات القيمة في الترتيب الأخير أي بنسبة 8,26% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية؛ حيث أن الحاجة إلى هذه القيمة جاء متماشيا في الكثير من الأحيان مع مواضيع الوضعية الوبائية التي عرفتها البلاد والعالم عموما نتيجة انتشار وباء كوفيد 19.

وما يمكننا استخلاصه مما سبق أن تحليل مضامين القيم الإخبارية في القناتين محل الدراسة كشف عن توجه هاتين القناتين إلى المزاوجة في استخدام وتوظيف كلًا من القيم الليبرالية (الضخامة، القرب، الأهمية، الجدة والحداثة..) والقيم الاشتراكية كقيم التنمية والسيادة والوحدة الوطنية في معالجة وتناول الأخبار وفق ما تقتضيه السياسات التحريرية والتوجهات العامة لهاتين القناتين بغض النظر عن طبيعة ملكية كل منهما،

<sup>\*\*</sup> تناولت قناة الشروق نيوز في نشرتها الرئيسية ليوم: 29 أفريل 2021 موضوعا اجتماعيا بعنوان: رغم تطمينات المؤسسة: موظفو البريد يواصلون شل مراكز البريد.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

وكذا التحديات الأمنية الداخلية (الحرك الشعبي) والخارجية (الوضع في مالي، قضية الصحراء الغربية..) التي تواجه الجزائر وتحتم على الإعلام الجزائري بغض النظر عن ملكيته نقل صورة متكاملة عن الجزائر والتصدي لكل الحملات الإعلامية المغرضة التي قد تمس بسمعة البلاد، إلى جانب النظام السياسي والاقتصادي الذي يفرض هو الآخر نفسه من حيث ريعية اقتصادها والتوجه إلى خيار التنمية الوطنية.

ويطرح الباحث موسى بن عودة سببا آخر على تشابه مصقوفة القيم الإخبارية في كل من الإعلام العمومي والخاص والذي مردّه التزام القنوات الخاصة بالمحاذير نالتي تفرضها عليهم وزارة الاتصال وسلطة ضبط السمعي البصري تفاديا ل تعرضها لعقوبات قانونية وغرامات مادية (بن عودة ، 2017/2018).

## المبحث الرابع: نتائج الدراسة التحليلية

توصلت الدراسة التحليلية لقناتي الدراسة إلى النتائج التالية:

- تختلف المدة الإجمالية للنشرة الإخبارية في قناتي الدراسة؛ حيث بلغت في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مدة 8 ساعات و 35 دقيقة و 28 ثانية، حيث بلغت أقصر مدة نشرة 28 د و 54 د، فيما تراوحت باقي النشرات ما بين ( 32 دقيقة و 72 دقيقة)، في المقابل نجد أن مدة نشرات أخبار قناة الشروق نيوز محل الدراسة بلغت إجمالا 5 ساعات و 9 د و 15 ث، وقد بلغت أطول مدة نشرة إخبارية 40 د دقيقة و 01 ثانية وذلك بتاريخ 21 مارس 2019، فيما تراوحت باقي النشرات الرئيسية ما بين 21 دقيقة و 34 دقيقة والمقدّر عددهم بعشر أعداد (عشر حلقات).

- تعمد قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على إتاحة نشرات الأخبار ومختلف برامجها الإخبارية على الموقع الرسمي للقناة، وعلى مختلف منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤكد حرص القناة على التواجد ضمن الفضاء الرقمي من جهة وإحداث التفاعلية بين مسامينها والمشاهدين من جهة أخرى، فيما تكتفي قناة الشروق نيوز ببث بعض النشرات الإخبارية فقط؛ (منها ما تم تحليله في دراستنا)، كما يقوم بعض صحفيي القناة ببث بعض النشرات التي يقدمون بتقديمها من خلال حسابهم الخاص والرسمي على منصة اليوتيوب. أما بقية البرامج والتقارير الإخبارية فيتواجد العديد منها في الموقع الرسمي للقناة.

- أبانت الدراسة عن وجود اختلاف في الزمن الكلي لعناوين نشرات الأخبار بين قناتي الدراسة، حيث بلغ في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 2156 ثانية مقابل 1386 ثانية في قناة الشروق نيوز، فيما بلغ معدل عناوين نشرة الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة 89 ثانية مقابل 58 ثانية في قناة الشروق نيوز.

- تتفوق قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عن نظيرتها قناة الشروق نيوز من حيث أعداد الأخبار المتناولة في قناتي الدراسة حيث بلغت 454 خبرا في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 168 خبرا في قناة الشروق نيوز.

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

- بخصوص عدد عناوين نشرات الأخبار محل الدراسة فتتواءح العناوين الإخبارية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ما بين الحمس وست عناوين لكل نشرة فيما توظف قناة الشروق نيوز ما بين الأربعه والخمس عناوين في كل نشرة.

- اختلفت قناتي الدراسة فيما يخص توظيف أشكال تقديم المادة الإخبارية؛ حيث اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على المادة الفيلمية المسجلة (الحياة) ممثلة في أشكالها الإخبارية المعروفة (خبر، تقرير، ربورتاج، بورتريه) بنسبة 79,13% مقابل 33,33% في قناة الشروق نيوز، فيما اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بشكل أكبر على الأخبار بدون صور OFF 8,26% مقابل 0,59% في قناة الشروق نيوز؛ وجاءت الصور الثابتة بنسبة أكبر في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 66,29% عنها في قناة الشروق نيوز 3,57%. فيما تقارب قناتي الدراسة في نسبة اعتمادهم على مادة فيلمية + صور أرشيفية – على محدودية النسب - (1,57% الجزائرية الثالثة الإخبارية، 2,38% الشروق نيوز)، حيث تقوم قناتي الدراسة بطبعيم موادها الإخبارية بعض الصور الأرشيفية.

- تفاوتت قناتي الدراسة في نسب اعتمادهم على مواد فيلمية منقولة عن قنوات أخرى ( وطنية، عربية، أجنبية)، ففي حين استعانت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على مادة فيلمية منقولة من قناة وطنية بتكرار واحد (أي بنسبة 0,39%) يتمثل في تصريح أحد الضيوف في برنامج اخباري يُبث على Canal Algerie مما يعني توافق السياسة الإخبارية للقناتين وتوجههما العمومي، كما يعكس من جهة أخرى اعتماد القناة على مصادرها الذاتية. نجد أن قناة الشروق نيوز اعتمدت على مواد فيلمية منقولة من قنوات وطنية وتحديدا من قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إضافة إلى قنوات عربية وأجنبية ( F24، القرآن الكريم، TRT عربي..)، وذلك بنسبة 5,95% حيث اعتمدتها القناة في الأخبار السياسية والأمنية الوطنية والدولية والإقليمية.

- تقارب قناتي الدراسة في نسب اعتمادهم على المواد الفيلمية المدعمة بالصور الثابتة أو الجرافيكس (بيانات، أرقام، احصاءات..)، وذلك بنسبيات 3,14% و 2,38% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي، وتبقى هذه النسب محدودة وغير مواكبة للتغيرات التكنولوجية الحاصلة في مجال صناعة الأخبار مقارنة بواقع ونسب استخدام الجرافيكس في كبرى القنوات العربية والعالمية. وحلت في المراتب الأخيرة في قناتي الدراسة كلا من "مادة فيلمية حية (بث مباشر)" و اتصال مباشر (هاتف، سكايب)

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

بздات النسبة 0,39% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 1,19% و 0,59% على التوالي في قناة الشروق نيوز، فيما انفردت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتقديم "مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية" وذلك بنسبة .%0,39

- تبأينت قناتي الدراسة طبقا لعامل حالية الخبر؛ حيث اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على الأخبار التي تحدث خلال اليوم بث النشرة (اليوم)، وذلك بنسبة 69,04% مقابل 59,49% في قناة الشروق نيوز، وجاءت الأخبار المعروفة موعدها ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..) في الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز بنسبة 19,64% مقابل الترتيب الثالث في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 11,02%， واحتلت الأخبار الغير معروفة الحالية الترتيب الثاني في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 19,29% مقابل الترتيب الرابع 64,76% في قناة الشروق نيوز . بينما احتلت أخبار (الأمس) الترتيب الرابع في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 9,44% مقابل الترتيب الثالث 95,95%， وجاءت أخبار الغد (غدا) في الترتيب الأخير في كلا القناتين وذلك بنسبة 0,78% و 0,59%.

- وفيما يخص نوع القالب الفني المستخدم في قناتي الدراسة، فقد اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على الخبر القصير بنسبة 42,12% مقابل 42,85% في قناة الشروق نيوز، يليها التقرير بنسبة 33,46% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 54,76% في قناة الشروق نيوز، وتقل نسبة استخدام البورتريه في قناتي الدراسة بنسـبـ ( 1,19% و 61,96%) في كل من قناة الجزائرية الثالثة والشـروـقـ نيوزـ عـلـىـ التـوـالـيـ، فيما اعتمـدتـ قـناـةـ الجـزاـئـرـيـةـ الثـالـثـةـ عـلـىـ التـحـلـيلـ بـنـسـبـةـ ضـئـيلـةـ مـقـدـرـةـ بـ 0,39% مقابل 0,59% في قناة الشـروـقـ نيوزـ.

- تنوـعـتـ القـوالـبـ الفـنيـةـ الـتـيـ اـسـتـخـدـمـتـهاـ قـنـاتـيـ الـدـرـاسـةـ فـيـ صـيـاغـةـ مـادـتـهاـ الإـخـبـارـيـةـ،ـ حيثـ جـاءـ قـالـبـ الـهـرمـ المـقـلـوبـ فـيـ التـرـتـيبـ الـأـوـلـ لـكـلـاـ الـقـنـاتـيـنـ (ـالـجـزاـئـرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـبـارـيـةـ،ـ الشـروـقـ نيوزـ)ـ وـذـلـكـ بـنـسـبـ 56,69%ـ وـ 76,19%ـ عـلـىـ التـوـالـيـ،ـ يـلـيـهاـ فـيـ التـرـتـيبـ الـثـانـيـ قـلـبـ الـهـرمـ الـمـعـتـدـلـ بـنـسـبـةـ 38,97%ـ فـيـ قـناـةـ الـجـزاـئـرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـبـارـيـةـ مـقـابـلـ 20,23%ـ فـيـ قـناـةـ الشـروـقـ نيوزـ،ـ وـحـلـ قـالـبـ الـهـرمـ الـمـتـدـرـجـ فـيـ التـرـتـيبـ الـأـخـيرـ بـنـسـبـةـ 43,33%ـ فـيـ قـناـةـ الـجـزاـئـرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـبـارـيـةـ مـقـابـلـ 3,57%ـ فـيـ قـناـةـ الشـروـقـ نيوزـ.

- وفيـماـ يـتـعلـقـ بـتـوزـيعـ الـخـبرـ تـبعـاـ لـجـغرـافـيـهـ؛ـ تـصـدـرـتـ الـأـخـبـارـ الـوطـنـيـةـ التـرـتـيبـ الـأـوـلـ فـيـ كـلـاـ الـقـنـاتـيـنـ محلـ الـدـرـاسـةـ حـيـثـ جـاءـتـ بـنـسـبـةـ 81,10%ـ فـيـ قـناـةـ الـجـزاـئـرـيـةـ الـثـالـثـةـ الإـخـبـارـيـةـ مـقـابـلـ 92,26%ـ فـيـ قـناـةـ الشـروـقـ

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

نيوز، يليها الأخبار الإقليمية بنسبة 11,02% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 4,76% في قناة الشروق نيوز، أما الأخبار الدولية فجاءت في الترتيب الأخير بنسبة 7,87% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 2,97% في قناة الشروق نيوز.

- أثبتت نتائج تحليل فئة الموضوع وجود نقاط التقاء بين قناتي الدراسة بخصوص طبيعة المواضيع المتناولة؛ حيث احتلت الأخبار السياسية الترتيب الأول في كلا القناتين وذلك بنسبة 26,37% و 30,35% في قناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي، يليها الأخبار الاقتصادية ذات الطبيعة التنموية بنسبة 14,96% في الترتيب الثاني في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل الترتيب الثالث في قناة الشروق نيوز بنسبة 13,69%， واختلف ترتيب الأخبار العسكرية والأمنية في القناتين حيث ورد بنسبة 13,77% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أي الترتيب الثالث مقابل الترتيب الرابع وبنسبة 10,71% في قناة الشروق نيوز ثم الأخبار الاجتماعية والإنسانية في الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز وبنسبة 18,45% مقابل الترتيب الرابع في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وبنسبة 11,81%， فيما وردت الأخبار الصحية بنسبة 11,02% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 8,92% في قناة الشروق نيوز .

أما الأخبار الدينية والتاريخية فجاءت بحسب متفاوتة حيث بلغت نسبتها 8,26% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 2,38% في قناة الشروق نيوز، في حين جاءت الأخبار الثقافية والرياضية بحسب 5,51% و 3,93% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي مقابل 8,92% و 4,76% في قناة الشروق نيوز على التوالي.

- اعتمدت كلا القناتين على مصادرهم الذاتية في جمع وتغطية الأخبار من خلال التواجد الدائم لصحفيهما في أماكن الحدث لنقل مختلف الفعاليات والأحداث الوطنية؛ حيث ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على طاقمها الصحفي (مندوب، مراسل محلي..) بنسبة 75,59% مقابل 75% في قناة الشروق نيوز، يليها البيانات الرسمية (رئاسية، حكومية ..) بنسبة 14,17% قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 13,9% في قناة الشروق نيوز، واعتمدت القناتين على كل من "منصات التواصل الاجتماعي" و "مراسل خارجي" و "وسائل إعلام وطنية" و " مواطنون" بحسب ضئيلة ومتقاربة وهي 1,96% و 1,57% و 0,78% و 0,39% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي، بينما اعتمدت قناة الشروق نيوز على "وسائل

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

إعلام وطنية عمومية" بنسبة 2,38% يليها "موقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 1,78% ويأتي في الترتيب الأخير كلا من "مواطنون" و"اتصال هاتفي" بذات النسبة 0,78%.

- أما المصادر الخارجية بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية فقد جاءت بنسب ضئيلة لا تتجاوز 3,54%؛ موزعة بين البيانات الرسمية الأجنبية (سياسية، عسكرية..) 1,96%， ووكالات الأنباء الأجنبية بنسبة 1,57%. واعتمدت القناة على الأخبار دون ذكر المصدر أو الغير واضحة المصادر بنسبة 1,96%， في حين تمثلت المصادر الخارجية في قناة الشروق نيوز على وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة 1,78%， وجاءت الأخبار دون مصدر واضح بنسبة 4,16%.

- اتفقت قناتي الدراسة على مجموعة من القيم الإخبارية والتي أولتها أهمية في أجندتها الإخبارية حيث اهتمت القناتين بقيم الحداثة والآنية، والضخامة والأهمية، والمحلية والقرب، والإيجابية وذلك بنسب 57,08%， 33,85%， 31,49%， 21,65%， 13,09% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي مقابل 49,40%， 29,76%， 22,02%， 22,02% في قناة الشروق نيوز على التوالي.

- تقارب قناتي الدراسة في تناول قيمة الشهرة ( 14,69% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، 13,09% لقناة الشروق نيوز)، والتي لم تخرج عن الطابع الرسمي البروتوكولي من حيث هيمنة الأخبار والتصريحات الرسمية للشخصيات السياسية والعامة على المشهد الإخباري للقناتين؛ نتيجة عدة عوامل أبرزها اعتماد كلا القناتين على المصادر الرسمية كمصدر رئيسي وأول للأخبار، إلى جانب الاعتبارات السياسية والقيود المهنية المتعلقة بإمكانية الوصول إلى مصادر معلومات أخرى بدالة سواء للقطاع الخاص أو العمومي.

- اختلف اهتمام قناتي الدراسة بمجموعة من القيم الإخبارية وفي مقدمتها قيمتي الصراع والسلبية التي اهتمت بها قناة الشروق نيوز بنسبة 42% و 11,30% وذلك راجع لطبيعة المواضيع التي تركز عليها القناة من أخبار اجتماعية ذات طابع صرافي (إضرابات، احتجاجات، غلاء معيشي) وأخرى سياسية (نزاعات وحروب دولية واقليمية..) وبنسبة أقل 21,42% و 8,26% اهتمت قناة الجزائرية الثالثة بكتابتين القيمتين من خلال الأخبار السياسية والأمنية الصرافية (حروب ، نزاعات..) والأخبار السلبية (أخبار كورونا، وفيات..).

## **الفصل الخامس..... التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار**

---

- ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على قيم التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية، والتنمية الوطنية، والسيادة والوحدة الوطنية بنسبة ( 23,62% و 19,29% و 18,89% )، ويعكس هذا التوزيع القيمي الرؤية الاستراتيجية للقناة في تعزيز التماสک الاجتماعي والقيم الوطنية وتحقيق التنمية المستدامة، في المقابل تعكس النسب الضئيلة لذات القيم 13,69% و 9,52% و 10,11% في قناة الشروق نيوز على التوالي إلى توجه تحريري يحاول الممازنة بين متطلبات المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على هويتها الوطنية من جهة وبين التطلع إلى الاستمرارية ومعالجة مواضيع أكثر جرأة وحرية تتماهى مع طبيعة ملكيتها الخاصة من جهة ثانية.

- وبخصوص المسؤولية الاجتماعية لقناتي الدراسة، ركزت قناة الجزائرية الثالثة على الرأس المال الاجتماعي من خلال اهتمامها بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية و مختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن وذلك بنسبة 18,89% ، و 9,44% مقابل 14,76% و 4,76% في قناة الشروق نيوز.

- تمثل قناة الشروق نيوز إلى معالجة مواضيع حول آليات الرصد والرقابة السياسية من خلال " تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" و مواضيع تُعنَى " بمكافحة الفساد والبيروقراطية" وذلك بنسبة 9,52% و 4,76% على التوالي مقابل 2,36% و 1,18% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي، وبنسبة ضئيلة ومتقاربة جاء اهتمام قناتي الدراسة بموضوع مكافحة الإرهاب حيث ورد بنسبة 1,96% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 1,78% في قناة الشروق نيوز.

- أظهرت قناتي الدراسة اهتماماً متقارباً بالقضايا الاجتماعية حيث وردت قضايا المرأة والطفل بنسبة 4,33% في قناة الجزائرية الثالثة يليها الأخبار التي تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 1,57% مقابل 3,57% و 1,19% في قناة الشروق نيوز على التوالي.

- اهتمت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بقضايا النوعية حيال الأزمات والكوارث وكذا المواضيع البيئية بشكل أكبر وذلك بنسبة 15,74% و 2,75% فيما احتلت نسبة ضئيلة في قناة الشروق نيوز 73,73% و 19,19%.

## **الفصل السادس:**

### **التحليل الكمي والكيفي لاستماراة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة**

**المبحث الأول:** تشخيص خصائص عينة القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة.

**المبحث الثاني:** مدى تطبيق قناتي الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة.

**المبحث الثالث:** التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية وتطبيقاتها في  
صناعة وإنتاج نشرات الأخبار

**المبحث الخامس:** تقييم القائمين بالاتصال لواقع الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية  
السمعي البصري والعوامل المؤثرة على جودته.

**المبحث الخامس:** نتائج الدراسة الميدانية

### تمهيد:

يأتي الفصل السادس المعنون بالتحليل الكمي والكيفي لاستماراة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة ليختص بقراءة وتحليل محاور الاستبيان التي جرى تقسيمها وفق ستة مباحث رئيسية بدءاً من تشخيص خصائص القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بغرض التعرف على سماتهم ومعلوماتهم الذاتية، لتنتقل في المبحث الثاني إلى مقاربة مبادئ ومعايير الجودة مع الممارسة الإعلامية في قناتي الدراسة من خلال عدة أبعاد وآليات تتعلق بالمنافسة الإعلامية، والتحسين المستمر، وكذا علاقة القائمين بالاتصال بالمسؤولين في القناة إلى جانب مدى إحساسهم بالرضا الوظيفي، لما لهذه المعايير والمبادئ من أهمية في الكشف عن وجود مؤشرات ودلائل عن توفر شروط الجودة وإمكانية تطبيقها في قناتي الدراسة.

وباعتبار أن التكنولوجيات الرقمية أصبحت محدداً آخر لجودة الصورة التلفزيونية فقد اختص المبحث الثالث من هذا الفصل بدور التكنولوجيات الرقمية الحديثة في تطوير عملية صناعة وإنتاج نشرات الأخبار، مع التركيز في المبحث المولى على العوامل المتحكمة في جودة صناعة الأخبار كالعوامل الداخلية والذاتية والخارجية، أما المبحث الخامس فسنقدم من خلاله تشخيصاً شاملًا لواقع الإعلام الإخباري في الجزائر من وجهة نظر القائمين بالاتصال في ظل تعددية السمعي البصري، بالتركيز على ايجابيات وسلبيات تعددية القنوات الفضائية ومدى تقييم القائمين بالاتصال لمستوى الجودة في القناة التي يعملون بها مقارنة بالفضائيات الإخبارية العالمية

مع ترك مساحة للإجابة بكل حرية عن سؤال مفتوح في سؤال الاستبيان الأخير يتعلق بسبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة، ليكون المبحث السادس حوصلة لما تم التطرق إليه من نتائج لمباحث الفصل السابقة الذكر.

## المبحث الأول: تشخيص خصائص عينة القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة

تمهيد:

نتناول في هذا المبحث الخصائص الأساسية للقائمين بالاتصال في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز، والمتمثلة في خصائص المعلومات الشخصية والاجتماعية والثقافية والوظيفية للمبحوثين، والتي رأينا أنها تتماشى مع موضوع البحث، وتؤثر في خيارات وتوجهات المبحوثين عموما، ولذلك فقد تم التطرق إلى محور البيانات الشخصية وفق ما يلي:

- **الخصائص الديمografية:** وتمثل في العدد الاجمالي للقائمين بالاتصال في كل قناة على حدٍ، وكذلك خصائص الجنس والسن للمبحوثين.
- **الخصائص التعليمية :** وتحصي المستوى والمؤهل العلمي لعينة المبحوثين.
- **الخبرة المهنية:** وتمثل في عدد سنوات العمل الفعلية في القناتين محل الدراسة.
- **الخصائص المهنية:** وتناولنا في هذا العنصر نوع المهمة التي يشغلها القائم بالاتصال في قسم الأخبار في قناتي الدراسة.

المجدول رقم 13: يبين خصائص المبحوثين

قناة الشروع نيوز	قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة	القناة مجتمع البحث
100	341	عدد الصحفيين العاملين بقسم الأخبار

توضح بيانات المجدول أعلاه المتضمن خصائص المبحوثين في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز؛ حيث تتفوق قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة في عدد الصحفيين العاملين بها في قسم الأخبار وبالبالغ عددهم

\*341 مقابل 100 \*\* مئة صحفي في قناة الشروق نيوز ؛ ويعود سبب هذا الاختلاف الواضح بين القناتين حسب تقديرنا إلى عدة أسباب من بينها؛ محدودية عدد الصحفيين العاملين في قناة الشروق نيوز مقابل صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية نتيجة قلة الإمكانيات المادية المسخرة للاستثمار في الكادر البشري في قناة الشروق نيوز، وإلى جانب ذلك فإن حداثة التجربة السمعية البصرية في الجزائر يجعل من قناة الشروق نيوز حذرة في اعتماد كم يعتبر من الصحفيين لاعتبارات تتعلق بالخبرة والكفاءة المهنية.

#### الجدول رقم 14

##### توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الشروق نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		القناة
% النسبة	النكرار	% النسبة	النكرار	
53,12	17	50,56	45	ذكر
46,87	15	49,43	44	أنثى
100	32	100	89	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن نسبة الذكور في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بلغت 50,56 % مقابل 53,12 % في قناة الشروق نيوز ، فيما بلغت نسبة الإناث في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة 49,43 % مقابل 46,87 % في قناة الشروق نيوز .

ومن خلال هذه البيانات نلاحظ أن كلا القناتين تعتمدان على كلا الجنسين ضمن طاقمهما الإخباري وذلك بحسب متقاربة.

\*حسب المعلومات التي زودنا بها قسم الموارد البشرية في القناة.

\*\*حسب المعلومات التي زودنا بها الناطق باسم مجمع الشروق من خلال اتصال هاتفي قامت به المكلفة بالاتصال على مستوى جناح الاستقبال بالقناة بحضور الباحثة.

### الجدول رقم 15

#### توزيع المبحوثين حسب متغير السن

الشروق نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		السن	القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
37,5	12	8,98	08	أقل من 30 سنة	
43,75	14	30,33	27	39-30	
15,62	5	47,19	42	49-40	
3,12	1	13,48	12	50 سنة فما فوق	
100	32	100	89	المجموع	

تحتل الفئة العمرية ما بين (40- 49 سنة) للصحفيين في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة الترتيب الأول بنسبة 47,19% تليها الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 و39 سنة بنسبة 30,33%， وبلغت الفئة العمرية 50 سنة فما فوق نسبة 13,48%， وفي الترتيب الأخير تأتي الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة 8,98%.

أما في قناة الشروق نيوز فجاء في الترتيب الأول الفئة العمرية ما بين 30 و39 سنة بنسبة 43,75%， تليها الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة 37,5% ثم الفئة العمرية ما بين 40 و49 سنة بنسبة 15,62% وفي الأخير تأتي الفترة العمرية 50 سنة فما فوق بنسبة 3,12%.

وتكشف القراءة الكيفية لهذه النتائج عن سيطرة الفئات العمرية الشابة في القناتين، الأمر الذي يترجم حرص القناتين على التنوع في كوادرها البشرية بالجمع بين الطاقات الشابة ذات الأفكار المتعددة.

غير أن الاختلاف بين القناتين يكمن في اهتمام قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالفئة العمرية 50 سنة فما فوق مما يفسر اعتماد القناة على خبرات من هم أكبر سنا والاستفادة من مختلف الأجيال العمرية، على عكس قناة الشروق نيوز التي لاحظنا عدم اهتمامها بالفئة العمرية 50 سنة فما فوق، وقد يعود ذلك إلى

\* تم الإعلان عن انطلاق البث الرسمي للقناة في 14 مارس 2014.

التجربة الفتية لقناة الشروق نيوز في مجال الإعلام السمعي البصري واعتمادها بشكل أكبر على الفئات الشابة.

### المجدول رقم 16

#### توزيع المبحوثين حسب متغير الأقدمية في العمل

الشروع نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		السن	القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
37,5	12	12,35	11	أقل من 5 سنوات	
25	8	10,11	9	من 5 إلى 10 سنوات	
37,5	12	77,52	69	أكثر من 10 سنوات	
100	32	100	89	المجموع	

كشفت النتائج الخاصة بمتغير أقدمية الصحفيين في العمل في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة عن ما نسبته 77,52% من الصحفيين تفوق خبرتهم أكثر من 10 سنوات، تليهم 12,35% من المبحوثين لا تتجاوز خبرتهم 5 سنوات، ثم 10,11% تتراوح خبرتهم مابين 5 إلى 10 سنوات.

أما في قناة الشروق نيوز فتحصل خيار أقل من 5 سنوات خبرة وأكثر من 10 سنوات على ذات النسبة 37,5% ثم تأتي نسبة 25% من المبحوثين من تتراوح خبراتهم مابين 5 و10 سنوات.

وبالتالي ترتفع نسبة المبحوثين من تتجاوز خبرتهم في العمل 10 سنوات فأكثر في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بنسبة 77,52% مقابل 37,5% في قناة الشروق نيوز، فيما ترتفع نسبة المبحوثين من تقل خبرتهم عن 5 سنوات في قناة الشروق نيوز وذلك بنسبة 37,5% مقابل 12,35% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، بينما ترتفع خبرة المبحوثين من تتراوح خبرتهم من 5 إلى 10 سنوات في قناة الشروق نيوز بنسبة 25% مقابل 10,11% في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة.

ويمكننا تفسير هذه النتائج من خلال النقاط التالية:

- حداثة قناة الشروق نيوز بالمقارنة مع القنوات العمومية عموما وقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بصفة خاصة التي تتوفر على قاعدة بشرية دائمة ومستقرة إلى أبعد الحدود.
- عدم استقرار الصحفيين في القنوات الخاصة عموما، وانتقالهم إلى قنوات أخرى حديثة النشأة أو إلى القنوات العمومية وحتى إلى قنوات عربية والأمثلة كثيرة على ذلك.

وتلعب الخبرة في مجال العمل الإعلامي دورا هاما في استقرار الطاقم الصحفي في المؤسسة التي يشتغلون بها، إذ أن طول مدة مكوث الصحفي في المؤسسة التي يعمل بها من شأنه أن يؤدي إلى إحساس الفرد بالحميمية اتجاه المكان نتيجة الألفة وشبكة العلاقات التي ينسجها مع زملائه في العمل، ومن جهة ثانية فإن سنوات الأقدمية في مجال العمل تكسب الصحفي خبرة مهنية نتيجة التمرن والممارسة اليومية للعمل الإعلامي، وحنكة لافتة في التعامل مع المواقف الطارئة.

كما أن للخبرة المهنية دور في تواصل الأجيال مع بعضها فالمؤسسة الإعلامية التي تعتمد سياسة التنوع في طاقمها الصحفي تضمن تواصل الأجيال واستفاداة الطاقم الصحفي من بعضهم البعض من خلال الاستشارات والاحتکاك الدائم بينهم، كما تضمن التدوال على المناصب وعدم اقتصرارها على شريحة عمرية معينة مما يسهم في تحسين سمعة المؤسسة الإعلامية.

وتصب كل هذه العوامل في خانة تجويد الأداء المهني والإعلامي للقائمين بالاتصال وتجويد المنتج الإخباري على وجه التحديد، هذا الأخير يشتراك فيه في النهاية طاقم إخباري يتتنوع بين التقنيين والفنين والصحفيين ومن مختلف الشرائح العمرية.

الجدول رقم 17

توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى العلمي

الشروق نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		المستوى العلمي	القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
0	0	1,12	01	ثانوي	
28,12	9	40,44	36	ليسانس	
62,5	20	38,20	34	ماستر	
9,37	3	20,22	18	ماجستير، دكتوراة	
100	32	100	89	المجموع	

تبين بيانات الجدول أعلاه المتضمن المستوى العلمي لأفراد عينة المبحوثين في القناتين محل الدراسة؛ أن نسبة الصحفيين في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة المتخصصين على شهادة ليسانس بلغت نسبتها 40,44%， يليها حملة الماجستير بنسبة 38,20% ثم حملة الماجستير والدكتوراة بنسبة 20,22% وفي الأخير نجد المتخصصين على مستوى تعليمي ثانوي بنسبة 1,12%.

أما في قناة الشروق نيوز، فبلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة الماجستير 62,5% يليها حملة الليسانس بنسبة 28,12% ثم حملة الماجستير والدكتوراة بنسبة 9,37%.

وتفسيراً لذلك نقول أن حملة الماجستير في قناة الشروق نيوز ترتفع بنسبة 62,5% مقابل 38,20% لقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، وترتفع نسبة حملة شهادة ليسانس بـ 40,44% في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة مقابل 28,12% في قناة الشروق نيوز، فيما ترتفع نسبة حملة الماجستير والدكتوراة في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بـ 20,22% مقابل 9,37%， أما الصحفيين ذو المستوى التعليمي الثانوي فتعتمده قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بشكل أقل بنسبة 1,12% فيما لا تعتمده قناة الشروق نيوز.

## جدول رقم 18

### نوع المهمة في قسم الأخبار

الشروق نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		القناة	نوع المسؤولية
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار		
%0	0	%1,12	1		مدير أخبار
%3,12	1	%1,12	1		منتج أخبار
%15,62	5	%22,47	20		رئيس تحرير
%0	0	%4,49	4		نائب رئيس تحرير
%21,87	7	%7,86	7		مذيع أخبار
%31,25	10	%34,83	31		صحفى (معد التقارير، محرر، مدقق لغوى...)
%28,12	9	%28,08	25		يجمع بين أكثر من مهمة
100	32	100	89		المجموع

يتضمن الجدول أعلاه الخاص بنوع المهمة التي يمارسها القائم بالاتصال في قسم الأخبار في القناتين محل الدراسة؛ حيث جاءت البيانات كالتالي:

احتل صحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوى...) الترتيب الأول في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، وذلك بنسبة 34,83% يليها يجمع أكثر من مهمة بنسبة 28,08% رئيس تحرير بنسبة 22,47% ثم مذيع أخبار بنسبة 7,86% و نائب رئيس تحرير بنسبة 4,49% وفي الأخير نجد كلا من "مدير أخبار" و "منتج أخبار" بذات النسبة المتمثلة في 1,12%.

أما في قناة الشروق نيوز فجاء صحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوى...) في الترتيب الأول بنسبة 31,25% يليها "يجمع بين أكثر من مهمة" بنسبة 28,12% ثم مذيع أخبار بنسبة 21,87% ثم "رئيس التحرير" بنسبة 15,62% ثم منتج أخبار بنسبة 3,12% فيما لم يتحصل كلا من "مدير أخبار" على نسبة، وقد يعود ذلك إلى الانشغالات الكثيرة لهذين الفتىين مما يجعل دون غرفة لهم من الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان أو حتى رفضهم لذلك.

## المبحث الثاني: مدى تطبيق المؤسسة الإعلامية محل الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة

سيتعرض هذا المبحث إلى مدى تطبيق قناتي الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة من خلال آراء القائمين بالاتصال، من خلال العناصر التالية:

أولاً: ثقافة ومفهوم الجودة في قناتي الدراسة.

ثانياً: علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين في قناتي الدراسة.

ثالثاً: التحسين المستمر.

رابعاً: الرضا الوظيفي.

### الجدول رقم 19

يبين ثقافة ومفهوم الجودة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة

الشروع نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	ثقافة ومفهوم الجودة
اتجاه العينة	النسبة	اتجاه العينة	النسبة		
محايد	67,5	موافق	79,10 %	تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتجوييد عمل القناة ككل	تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار
موافق بشدة	87,5	موافق	73,03		تحتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته
موافق	81,2 5	موافق	75,51		تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بها
موافق بشدة	87,5	موافق	82,02		يهتم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها
موافق	80,6 3	موافق بشدة	84,21		تقتضي الجودة توفير كافة الوسائل التقنية و المادية والبشرية
موافق	78,1 3	موافق	71,91		يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية
موافق	81,8 8	موافق بشدة	84,94		تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية

تشير بيانات الجدول أعلاه المتضمن بعد مفهوم وثقافة الجودة كأحد الأسس المهمة في تطبيق مبادئ ومعايير إدارة الجودة الشاملة في القناتين محل الدراسة إلى النتائج التالية:

#### ال الجزائرية الثالثة الإخبارية

جاء في الترتيب الأول عبارة "يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية" حيث أجاب نسبة 84,94% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بأنهم موافقون بشدة يليها عبارة

"يهم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها" بنسبة 84,21% وباتجاه موافق بشدة، وحل في الترتيب الثالث عبارة "تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بها" بنسبة 82,02% وباتجاه موافق، يليها عبارة "تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتجوييد عمل القناة ككل" بنسبة 79,10% وجاءت عبارة "هتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته" بنسبة 75% وباتجاه موافق، ثم عبارة "تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار" بنسبة 73,03%， فيما جاءت عبارة "تقتضي الجودة توفير كافة الوسائل التقنية والمادية والبشرية" بنسبة 71,91%， وعبر نسبة 62,70% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالحيداد حيال عبارة "تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية".

#### قناة الشروق نيوز:

حل في الترتيب الأول عباري "تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار و"تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بها" حيث أجاب نسبة 87,5% من صحفيي قناة الشروق نيوز بأنهم موافقون بشدة لكلا العبارتين، ويأتي في الترتيب الثاني عبارة "يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية" بنسبة 81,88% وباتجاه موافق، ثم عبارة "هتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته" بنسبة 81,25% وباتجاه موافق، يليها عبارة "تقتضي الجودة توفير كافة الوسائل التقنية والمادية والبشرية" بنسبة 78,13% وباتجاه موافق، وعبر نسبة 680,63% من إجمالي المبحوثين بأنهم موافقون اتجاه عبارة "يهم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها"، ويوافق نسبة 75% من إجمالي المبحوثين على عبارة "تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية" فيما أجاب نسبة 67,5% بالحيداد اتجاه عبارة ""تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتجوييد عمل القناة ككل".

## الجدول رقم 20

يبين علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين في قناتي الدراسة

الشروق نيوز		الإخبارية الثالثة		القناة
الاتجاه	النسبة	الاتجاه	النسبة	
علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين				
موافق	69,38	موافق	73,03	يسهم القائمون بالاتصال بصنع القرار في مؤسساتهم
يسود في القناة نمط العمل الجماعي				
موافق	83,13	موافق	79,10	يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم
تسود لغة الحوار والتفاهم بين العاملين في القناة				
موافق	78,75	موافق	71,01	لا يسعى القائم بالاتصال إلى حل المشكلات التي تعترض العاملين
محايد	58,13	محايد	60,22	بالمؤسسة

تشير بيانات الجدول أعلاه الخاصة بعلاقة القائمين بالاتصال بالمسؤولين في القناة إلى النتائج التالية:

### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية:

وافق نسبة 79,10% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على عبارة "يسود في القناة نمط العمل الجماعي" يليها عبارة "يسهم القائمون بالاتصال بصنع القرار في مؤسساتهم" بنسبة 73,03% ثم عبارة "تسود لغة الحوار والتفاهم بين العاملين في القناة" بنسبة 71,01% يليها عبارة "يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم" بنسبة 68,09%， فيما أجاب نسبة 60,22% من إجمالي المبحوثين بالحيدان بخصوص عبارة "لا يسعى القائم بالاتصال إلى حل المشكلات التي تعترض العاملين بالمؤسسة".

**قناة الشروق نيوز:**

وافق نسبة 83,13% من صحفيي قناة الشروق نيوز على عبارة "يسود في القناة نفط العمل الجماعي" يليها عبارة "تسود لغة الحوار والتفاهم بين العاملين في القناة" بنسبة 78,75% وتتساوى في الترتيب كلا من العبارتين: "يسهم القائمون بالاتصال بصنع القرار في مؤسساهم" و "يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم" بذات النسبة 69,38%， بينما أجاب نسبة 58,13% من صحفيي القناة بالحيد حيال عبارة " لا يسعى القائم بالاتصال إلى حل المشكلات التي تعترض العاملين بالمؤسسة".

**الجدول رقم 21**

يبين التحسين المستمر

الشروق نيوز		الجزائرية الاخبارية الثالثة		القناة	التحسين المستمر
الاتجاه	النسبة	الاتجاه	النسبة		
موافق	75	موافق	68,54	تبني القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض تجويد برامجها الإخبارية	
محايد	48,13	محايد	53,71	تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)	
موافق	73,13	موافق	69,21	يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية	
موافق	73,13	موافق	82,70	يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي	
محايد	61,88	محايد	62,70	يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك	

تشير بيانات الجدول أعلاه المتضمن معيار التحسين المستمر كأحد المبادئ الرئيسية في إدارة الجودة الشاملة وبيان مدى تطبيقها في القناتين محل الدراسة إلى النتائج التالية:

#### قناة المخائيلية الثالثة الإخبارية:

أجاب نسبة 82,70% من القائمين بالاتصال بأنهم موافقون على عبارة "يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي"، وأجاب نسبة 69,21% منهم بأنهم موافقون على عبارة "يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية"، فيما يوافق نسبة 68,54% من المبحوثين على عبارة "تبني القناة مختلف التقنيات الحديثة بعرض تجويد برامجها الإخبارية"، اختارت نسبة 62,70% من المبحوثين الحياد بخصوص عبارة "يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك" يليها نسبة 53,71% من المبحوثين من فضلوا الحياد بشأن عبارة "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)".

#### قناة الشروق نيوز:

يافق نسبة 75% من القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز على عبارة "تبني القناة مختلف التقنيات الحديثة بعرض تجويد برامجها الإخبارية"، بينما تساوت في الترتيب كلا من العبارتين "يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية" و "يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي"؛ حيث أجاب القائمون بالاتصال بأنهم موافقون بنسبة 73,13% لكلا العبارتين، فيما أجاب بالحياد نسبة 61,88% من المبحوثين على عبارة "يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك" كما أجاب نسبة 48,13% بالحياد حول عبارة "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)".

وأتفقت الدراسة في فقراتها "تبني القناة مختلف التقنيات الحديثة بعرض تجويد برامجها الإخبارية" و "يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية" و "يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي" من خلال الاتجاه الموفق للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة (رغم اختلاف النسب بين القناتين)، مع ما توصلت إليه الباحثة ليلي فقيري (فقيري، 2015، صفحة 432) حول مدى اعتماد التحسين المستمر في قناة نسمة الفضائية، والتي

توصلت إلى أن هناك قناعة لدى الإدارة بأن الاستمرار في إدخال التحسينات على الخدمات الإعلامية المقدمة للمشاهدين سيؤدي للحصول على مزايا إضافية للمؤسسة الإعلامية ومشاهديها، لذلك تؤكد على تشجيع الإعلاميين على تقديم الإبداعات الهدفية لتحسين مستوى تسيير المؤسسة الإعلامية والخدمة الإعلامية.

فيما اختلفت دراستنا عن ذات الدراسة من خلال عبارتها: "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور) و "يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك"، والتي التزم فيها القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة بالحياد، مما يعني أن مسار التحسين المستمر كأحد مبادئ إدارة الجودة الشاملة في هذه القنوات لا تزال تشوّه بعض النقصان والصعوبات التي تحول من العمل الإعلامي يفتقر إلى الحس الإبداعي والابتكاري من خلال تقديم محتوى نمطي لا يلبي احتياجات الجمهور المتغيرة، ويؤثر سلبا على جاذبية قناتي الدراسة وقدرتهما على المنافسة الإعلامية، إلى جانب عدم كفاية الدورات التدريبية، والذي يعد أكثر من ضرورة لتحسين مهارات القائمين بالاتصال وتعزيز قدراتهم التكنولوجية والمهنية خاصة في ظل التطور الرقمي الذي يشهده عالم صناعة الأخبار التلفزيونية.

## الجدول رقم 22

يوضح مدى رضا القائمين بالاتصال عن العمل في القناتين محل الدراسة

الشروق نيوز		الإخبارية		الجزائرية الثالثة		القناة	الرضا الوظيفي
الاتجاه	نسبة %	الاتجاه	نسبة %				
موافق	75	موافق	77,53	يشعر القائمون بالاتصال بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة			
محايد	62,5	محايد	62,25	لا يرغب القائمون بالاتصال بمعادرة القناة			
موافق	68,75	موافق	69,66	يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة			
محايد	62,5	محايد	63,82	يتناقض العاملون في القناة راتبا ماديا محترما نظير عملهم في المؤسسة			
محايد	59,38	محايد	57,53	تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت			
محايد	66,25	موافق	69,89	تنتفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال			

تشير بيانات الجدول أعلاه الخاص بمدى رضا القائمين بالاتصال عن العمل في القناتين محل الدراسة

وفق ما يلي:

### قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

أجاب نسبة 77,53% من القائمين بالاتصال بأنهم موافقون بخصوص عبارة "يشعر القائمون بالاتصال بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة" وأجاب نسبة 69,89% من القائمين بالاتصال أنهم موافقون على عبارة "تنتفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال"، ووافق نسبة 69,66% من المبحوثين على عبارة "يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة"، وأجاب نسبة 63,82% من المبحوثين باللحياد اتجاه عبارة "يتناقض العاملون في القناة راتبا ماديا محترما نظير عملهم في المؤسسة"، كما التزم القائمون باللحياد اتجاه العبارتين: "لا يرغب القائمون بالاتصال بمعادرة القناة" و"تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت" بنسبة 62,25% و 57,53% على التوالي.

### قناة الشروق نيوز:

ذكر نسبة 75% من إجمالي القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز ذكروا أنهم يوافقون على عبارة "يشعر القائمون بالاتصال بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة"، وذكر نسبة 68,75% بأنهم موافقون على عبارة "يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة" والتزم نسبة 66,25% من المبحوثين بالحياد اتجاه عبارة "تفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال" فيما تساوت كل من عبارتي "لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة" و "يتقاضى العاملون في القناة راتباً مادياً محترماً نظير عملهم في المؤسسة" بذات النسبة 62,5% بينما أجاب نسبة 59,38% بالحياد بشأن عبارة "تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت".

ومن خلال هذه النتائج أعلاه يمكننا القول أن هناك تقاربًا في إجابات المبحوثين واتجاهاتهم نحو بعض العبارات التي جسد من خلالها القائمون بالاتصال رضاهم الوظيفي باتجاه موافق لما يوحى لنا بتشابهه بيئتي العمل الإعلامي في قناتي الدراسة رغم اختلاف ملكيتهما، ومن بين نقاط الاتفاق بين قناتي الدراسة نجد أن القائمون بالاتصال أبدوا موافقتهم تجاه عبارة "يشعرون بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة" وذلك بنسبة مرتفعة في قناة الجزائرية الثالثة 77,53% مقارنة بقناة الشروق نيوز 75%， وتتقارب نسب القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة تجاه عبارة "يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة" بنسبة 69,66% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 68,75% لصحفية قناة الشروق نيوز، ويعود ذلك إلى تقدير المسؤولين لهم مما يعني أن المسؤولين في القناة يدركون قيمة العمل الإعلامي ويقدرون جهود موظفيهم بما يعزز لديهم الأمان والرضا الوظيفي.

كما اتفق القائمون بالاتصال بالحياد تجاه بعض العبارات في قناتي الدراسة، حيث أبدوا حيادهم تجاه عبارة "يتقاضى العاملون في القناة راتباً مادياً محترماً نظير عملهم في المؤسسة" بنسبة 63,82% للقائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 62,5% من نظرائهم في قناة الشروق نيوز، وعبر القائمون بالاتصال في كلا القناتين بالحياد تجاه عبارة "تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت" وذلك بنسبة 57,53% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 59,38% في قناة الشروق نيوز. واحتلت نتيجة ونسب هاتين العبارتين مع ما توصلت إليه الباحثة ليلي فقيري في المحور الخاص بعنصر التحفيز ومكافأة الأداء الإعلامي والذي جاءت متوسطاته الحسابية مرتفعة (ما بين 4,55 و 3,83) حيث أكدت أن إدارة قناة نسمة الفضائية تمنح مكافآت مادية للإعلاميين الذين يثبتون تميزاً في أعمالهم الإعلامية وفق توزيع عادل

لهذه المكافآت، كما أن إعلاميي نسمة يحظون باستمرار بتقدير وثناء مسؤوليهم في العمل عندما يقومون بعمل جيد يعكس على جودة الخدمة الإعلامية (فقيري، 2015، صفحة 433).

وبخصوص عبارة " لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة" فقد التزم القائمون بالاتصال في كلا القناتين بالحياد وبنسبة متقاربة 62,25% لصحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 62,5% لصحفيي قناة الشروق نيوز؛ مما يدل على عدم الرضا الكافي للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة تجاه بعض المظاهر السلبية التي تحدد استقرارهم في المؤسسة الإعلامية إلى درجة التفكير في مغادرة القناة وإن لم يتم التصريح به غير أن الحياد قد يعكس عدم التحمس الشديد للبقاء وعدم الرغبة القوية للبقاء في القناة.

كما يعكس الحياد من جهة أخرى درجة الحرية التي يتمتع بها القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة والذي يتم التعبير عنه غالباً بالحياد كأسلوب هروبي من الأسئلة والمواضيع الحساسة أو التي يخشى من تبعاتها، لذلك يلجأ القائمون بالاتصال إلى هذا الأسلوب بدلاً من التعبير عن رأيهم الحقيقي سواء بالموافقة أو المعارضة.

وأختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول عبارة "تفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال" التي التزم فيها القائمون بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالموافقة بنسبة 69,89% فيما عَبر نسبة 66,25% من القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز بالحياد تجاه ذات العبارة، ويعكس هذا التباين اختلاف السياسة التحريرية لقناتي الدراسة؛ فالاتجاه الموافق يدل على انسجام القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مع توجهات ورؤى القناة من جهة، وعلى الحرية والملونة التي يتمتعون بها من جهة ثانية، في المقابل يدل حياد القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز على تنوع آرائهم وتشتتها حيال تواافق آرائهم وقناعاتهم الشخصية مع السياسة التحريرية، مما يؤثر سلباً على رضاهم الوظيفي في القناة بالانخفاض الدافعية والروح المعنوية في أوساط الصحفيين وعدم استقرارهم من خلال البحث عن فرص عمل في مؤسسات إعلامية أخرى تتوافق مع قناعاتهم المهنية، إلى جانب التأثير على جودة أدائهم المهني نتيجة تقييد حرية их في الإبداع والابتكار؛ الأمر الذي يُسهم في تراجع جودة المحتوى الإعلامي.

## المبحث الثالث: التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية في صناعة

### وإنتاج نشرات الأخبار

تمهيد:

يتناول هذا المبحث التحول الجذري الذي طرأ على الممارسات الصحفية والإعلامية في ظل تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومدى مواكبة واستفادة قناتي الدراسة من المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب الآثار المزدوجة لهذا التحول الرقمي على صناعة الأخبار من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة، وهذا ماستطرق إليه من خلال العناصر التالية:

- مدى مواكبة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال
- أكثر مراحل صناعة الخبر استخداماً للتكنولوجيات الحديثة في قناتي لدراسة
- مدى دراية القائمين بالاتصال بامتلاك القناتين محل الدراسة لمنصات موقع تواصل اجتماعي خاصة بها
- أهم الموقع والمنصات التي تستخدمها القناتين محل الدراسة حسب القائمين بالاتصال.
- الخدمات والمهام التي يقوم بها القائم بالاتصال على منصات التواصل الاجتماعي.
- أوجه استفادة القائم بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري.
- إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية.
- سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية.
- التكنولوجيات التي يعتمدتها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار.

### المجدول رقم 23

#### مدى موافقة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال

الشروع نيوز				الجزائرية الإخبارية الثالثة	القناة	
%	النسبة	التكرار	%	النسبة	التكرار	مدى موافقة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال
%37,5	12	%23,59	21			دائما
%56,25	18	%64,04	57			إلى حد ما
% 6,25	2	%12,35	11			لا تواكب
%100	32	%100	89			المجموع

عبر أغلب الصحفيين في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بالقول أن القناة التي يعملون بها تواكب التكنولوجيات الرقمية الحديثة إلى حد ما، وذلك بنسبة 64,04%， تليها خيار دائما بنسبة 23,59% فيما أجاب 12,35% أن القناة لا تواكب التكنولوجيات الرقمية الحديثة.

و عبر صحفيي قناة الشروع نيوز أن قناتهم تواكب إلى حد ما التكنولوجيات الرقمية بنسبة 56,25%， بينما أجاب 37,5% بختار دائما، فيما يرى 6,25% من المبحوثين أن القناة لا تواكب التكنولوجيات الحديثة.

### جدول رقم 24

#### أكثر مراحل صناعة الخبر استخداما للتكنولوجيات الحديثة في قناتي الدراسة

الشروع نيوز				الجزائرية الإخبارية الثالثة	القناة	
%	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	أكثر مراحل صناعة الخبر استخداما للتكنولوجيات
44,11	15	41,13	40			مرحلة جمع وإعداد الأخبار
14,70	5	21,64	21			مرحلة تحرير الأخبار
41,17	14	37,11	36			مرحلة عرض وتقديم الأخبار
100	34	100	97			المجموع

لا يختلف الأمر بالنسبة لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروق نيوز من حيث ترتيب أكثر مراحل صناعة الخبر التي تستخدم فيها التكنولوجيات الحديثة؛ حيث جاءت مرحلة جمع وإعداد الأخبار في قناة الشروق نيوز بنسبة 44,11 % مقابل 41,13 % في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، تليها مرحلة عرض وتقديم الأخبار بنسبة 41,17 % لقناة الشروق نيوز مقابل 37,11 % في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، وفي الأخير نجد مرحلة تحرير الأخبار بنسبة 21,64 % لقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة مقابل 14,17 % لقناة الشروق نيوز.

وتفسيراً لذلك نقول أن كلا القناتين تستخدمان التكنولوجيات الحديثة في مراحل صناعة الخبر.

### المجدول رقم 25

يوضح مدى دراية القائمين بالاتصال بامتلاك القناتين محل الدراسة لمنصات تواصل اجتماعي خاصة بها

الشروط نيوز		الجزائرية الاخبارية الثالثة		القناة	امتلاك قناتي الدراسة لمنصات تواصل اجتماعي
%	النسبة	%	النسبة		
%100	32	%100	89		نعم
%0	0	%0	0		لا
%100	26	%100	89		المجموع

يجمع الصحفيون العاملون في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة على امتلاك القناة منصات تواصل اجتماعي بنسبة 100 % خاصة بها، وبذات النسبة عبر صحفيي قناة الشروق نيوز عن امتلاكهم لمنصات تواصل اجتماعي.

ما يعني أن القناتين محل الدراسة توليان أهمية بالغة لضرورة تواجدهما في الفضاء الرقمي من خلال مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وموقع الواب الرسمي للقناتين، وهذا ما سيوضحه المجدول المواري.

## الجدول رقم 26

يوضح أهم المنصات التي تستخدمها القناتين محل الدراسة حسب القائمين بالاتصال

الشروع نيوز		الإخبارية الثالثة		القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار	أهم المنصات التي تستخدمها القناتين محل الدراسة
%18,81	19	%23,64	83	البث الحي للقناة
%30,69	31	%25,35	89	فيسبوك
%10,89	11	%24,50	86	(X) اكس
%26,73	27	%17,09	60	يوتيوب
%5,94	6	%8,54	30	أنستغرام
%6,93	7	%0,85	03	أخرى
%100	101	%100	351	المجموع

يتصدر الفيسبوك - حسب بيانات الجدول أعلاه- من وجهة نظر الصحفيين العاملين في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة قائمة المنصات الإلكترونية التي تستخدمها القناة وذلك بنسبة 25,35% يليها موقع اكس (X) بنسبة 24,50%， ثم البث الحي للقناة بنسبة 23,64%， وحصل موقع اليوتيوب على نسبة 17,09% فيما حصل حساب أنستغرام على نسبة 8,54% وفي الأخير حل خيار أخرى بنسبة 0,85%.

وبخصوص قناة الشروع نيوز فقد أجاب أفراد العينة أن القناة التي يعملون بها تعتمد على الفيسبوك بنسبة 30,69%， وتعتمد على اليوتيوب بنسبة 26,73%， أما البث الحي للقناة فتعتمده بنسبة 18,81%， أما موقع اكس (X) فحل بنسبة 10,89%， يليه موقع أنستغرام بنسبة 5,94% يليه في الأخير خيار أخرى بنسبة 6,93%.

ونخلص من خلال هذه النسب إلى أن أفراد عينة البحث في القناتين محل الدراسة على دراية تامة بمختلف التطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي التي باتت تستخدمها القناة في سبيل تعزيز تواجدها الرقمي في البيئة الافتراضية واستخدام هذه المواقع بغرض تقديم العديد من الخدمات ذات الطابع الإخباري والتي تصب في خانة الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور واستهداف جمهور منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 27

التكنولوجيات التي يعتمدتها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار

الشروع نيوز		الجزائرية الإخبارية الثالثة		القناة
% النسبة	النكرار	% النسبة	النكرار	
%33,33	23	%25,43	44	الحاسوب المزود بالانترنت
%27,35	19	%23,69	41	الهاتف المحمول
%10,14	7	15,60	27	الكاميرات الرقمية المتنقلة
%2,89	2	%6,93	12	تطبيقات الذكاء الاصطناعي
%7,24	5	%13,87	24	الكاميرات الرقمية 360° و 3D
%17,39	12	%13,29	23	موقع التواصل الاجتماعي
%1,44	1	%1,15	2	أخرى
100	69	100	173	المجموع

توضح بيانات الجدول أعلاه الخاص بأكثر التكنولوجيات التي يستخدمها القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة في مراحل صناعة الخبر؛ إلى أن الحاسوب المزود بالانترنت احتل الترتيب الأول بنسبة 25,43% في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة يليها الهاتف المحمول بنسبة 23,69% ثم الكاميرات الرقمية المتنقلة بنسبة 15,60% ثم الكاميرات الرقمية 360° و 3D بنسبة 13,87%， وجاءت منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 13,29% ثم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة 6,93%.

أما قناة الشروع نيوز فتستخدم الحاسوب المزود بالانترنت في الترتيب الأول بنسبة 33,33% يليها الهاتف المحمول بنسبة 27,35% وتستخدم منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 17,39% يليها الكاميرات الرقمية المتنقلة بنسبة 10,14% يليها الكاميرات الرقمية 360° و 3D بنسبة 7,24% أما تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيستخدمها أفراد عينة المبحوثين بنسبة 2,89%.

وكاستنتاج عام يمكننا القول أن هناك تقارباً في استخدام القائمين بالاتصال للحاسوب المزود بالانترنت %25,43 في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل %33,33 في قناة الشروع نيوز؛ وذلك لأهميتها في تمكين الصحفيين من الوصول السريع إلى المعلومات وكتابة التقارير الصحفية، وكذا التحرير الرقمي

للمحتوى. ويأتي في الترتيب الثاني لكلا القناتين الهاتف المحمول مع نسبة أعلى لقناة الشروق نيوز 27,35% مقابل 23,69% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية؛ وذلك لأنّ أهمية الهواتف الذكية في التقاط الصور والفيديوهات وإجراء المقابلات الصحفية وإرسال التقارير مباشرة من موقع الحدث، وتحتّل قناتي الدراسة في نسب استخدام الكاميرات الرقمية المتنقلة 15,60% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 10,14% في قناة الشروق نيوز، وتبيّنت قناتي الدراسة بشأن استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي حيث يستخدمه إعلاميو قناة الشروق نيوز بنسبة 17,39% مقابل 13,29% لإعلاميي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، ويأتي في الترتيب الأخير تطبيقات الذكاء الاصطناعي لكلا القناتين حيث يستخدمه إعلاميو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 6,93% مقابل 2,89% بالنسبة لإعلاميي قناة الشروق نيوز.

وبشكل أدق نلاحظ أن هناك تبايناً في قناتي الدراسة من ناحية استغلال التكنولوجيات الحديثة في مجال صناعة الأخبار؛ حيث تمثل قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إلى الانفتاح على مختلف التقنيات والاستفادة من مزايا الحاسوب المزود بالإنترنت والهاتف المحمول وبشكل أقل منصات التواصل الاجتماعي، إلى جانب استخدامها للتقانة الرقمية الثقيلة، كما هو الحال للكاميرات الرقمية المتنقلة خاصة في المناسبات والأحداث الكبرى.

في المقابل تركز قناة الشروق نيوز في استخدامها للتكنولوجيا الحديثة على التقنيات الأساسية كالحاسوب المزود بالإنترنت والهاتف المحمول ومنصات التواصل الاجتماعي، وذلك لمزايا هذه الموارد في التواصل المباشر مع الجمهور، ضف إلى ذلك تكلفتها المنخفضة مقارنة بوسائل أخرى وفعاليتها من جهة أخرى إذ بات بإمكان الصحفيين اليوم إنجاز تقاريرهم الإخبارية بواسطة هواتفهم الذكية دون الاستعانة بمختصين في المونتاج والميكساج ومختلف العمليات التقنية ذات الصلة.

وبخصوص استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي فحسب ما تشير النتائج أعلاه لا يزال توظيفه في صناعة الأخبار في قناتي الدراسة ضعيفاً، رغم أهميته في تجويد وتحسين الممارسة الإعلامية سواء في تحليل البيانات أو في سرد القصص الإخبارية بطريقة جذابة وسلسة.

## الجدول رقم 28

الخدمات والمهام التي يقوم بها القائم بالاتصال على منصات التواصل الاجتماعي.

الشروع نيوز		الإخبارية	الجزائرية	الثالثة	القناة	الخدمات التي يقوم بها على منصات التواصل الاجتماعي
%	النسبة	النكرار	%	النكرار		
8,92	5	9,49	17			متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور
10,71	6	9,49	17			الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين
48,21	27	44,69	80		بث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة	إعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة
19,64	11	21,22	38			تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي العام
8,92	5	15,08	27			المجموع
100	56	100	179			

أشارت بيانات الجدول أعلاه إلى أن القائمين بالاتصال من أفراد عينة قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة قد ذكروا العديد من المهام والخدمات التي يقومون بها على منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الرسمية للقناة يأتي في مقدمتها بث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة بنسبة 44,69%， يليها إعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة بنسبة 21,22%， ثم تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي العام بنسبة 15,08%， وحظي خياري "متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور" و"الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين والمقدرة بـ 8,92%".

أما القائمون بالاتصال من أفراد عينة قناة الشروع نيوز، فذكروا أن بث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة يأتي في مقدمة المهام التي تقدمها القناة على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 48,21%， يليها إعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة بنسبة 19,64%， وأجاب 10,71% من أفراد عينة المبحوثين بخدمة "الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين" يليها كلامي "متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور" و "تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي العام" بذات النسبة والمقدرة بـ 8,92%.

وبقراءة لهذه النتائج نقول أن هناك العديد من المهام والخدمات الجديدة التي بات الصحفيون يقومون بها على منصات التواصل الاجتماعي الرسمية للقنوات الفضائية، مما يستوجب ضرورة الاهتمام بالكافئات المتخصصة في المجال الرقمي وإسناد هذا الدور لها.

ومن جهة ثانية يمكننا القول أنه وبعدما كان الإعلام الرقمي بوسائله المتعددة ينافس الإعلام التقليدي في محاولته الاستحوذ على الجمهور، استطاع اليوم الإعلام التقليدي والقنوات التلفزيونية على وجه التحديد تدارك الأمر بتطويق هذه التكنولوجيات لصالحه، والاستفادة منها ل القيام بعدة وظائف ومهام كثيرة مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة، وإعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة، وكذا سير آراء الجمهور من خلال متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور والرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين، بالإضافة إلى تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي بما يضمن في الأخير تقديم الخدمة الإخبارية لهذه القنوات في الفضاء الرقمي وتوسيع دائرة جمهورها باستقطاب المزيد من شرائح الجمهور الافتراضي.

## الجدول رقم 29

يوضح أوجه استفادة القائم بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري

الشروع نيوز				القناة
النسبة %	التكرار	الجزائرية الإخبارية الثالثة	النسبة %	
40,62	13	47,19	42	يعتمدها القائم بالاتصال كمصدر للأخبار
56,25	18	47,19	42	أداة هامة لسير آراء الجمهور
34,37	11	49,43	44	تسهل عملية التعرف على احتياجات الجمهور
43,75	14	52,80	47	دعم البث الساتلي للقناة
43,75	14	51,68	46	المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية
100	70	100	221	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أوجه استفادة أفراد عينة قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري؛ حيث يعتمدتها القائم بالاتصال كدعم للبث الساتلي للقناة بنسبة 52,80%， يليها المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية بنسبة 51,68%， فيما ترى نسبة

43,43% من المبحوثين أَن منصات وموقع التواصل الاجتماعي تسهل عملية التعرف على احتياجات الجمهور، وبنفس النسبة المقدرة ب 47,19% يرى عينة المبحوثين أنه " يتم اعتمادها كمصدر للأخبار" وأيضاً كأداة لسبر آراء الجمهور.

أما في قناة الشروق نيوز فيعتمد نسبة 56,25% من أفراد عينة المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كأداة هامة لسبر آراء الجمهور، يليها "دعم البث الساتلي" و "الحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية" بذات النسبة والمتمثلة في 43,75%， فيما يعتمدتها القائم بالاتصال كمصدر للأخبار بنسبة 40,62%， وأجاب 34,37% أنها تسهل عملية التعرف على احتياجات الجمهور.

وبقراءة متأنية لهذه النتائج نقول أن أوجه استفادة القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة من منصات التواصل الاجتماعي في العمل الإخباري جاء متتنوعاً باعتبارها أداة متعددة الأوجه في الصناعة الإخبارية في العصر الرقمي من خلال توظيفها كمصدر للأخبار، وأداة هامة لسبر آراء الجمهور والتعرف على احتياجاتهم، كما يتم الاستفادة من هذه الواقع في دعم البث الساتلي للقناة، مما يعكس تبني قناتي الدراسة لاستراتيجية إعلامية متكاملة تُوازن بين الإعلام الرقمي والتقليدي.

كما يعكس من جهة أخرى إرادة وسعى قناتي الدراسة للمحافظة على تواجدهما في الساحة الإعلامية ضمن استراتيجية شاملة تهدف إلى استيعاب مختلف متطلبات تحديات العصر الرقمي وأبرزها التكيف مع التحولات السريعة في عادات استهلاك الأخبار والمعلومات.

### الجدول رقم 30

يوضح إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية

الشروق نيوز		الجazairia الإخبارية الثالثة		القناة
% النسبة	التكرار	% النسبة	التكرار	
31,25	10	38,20	34	قليلة التكاليف المادية
46,87	15	61,79	55	سهولة تخزين واسترجاع المعلومات
15,62	5	34,83	31	تعزز جودة الأداء لدى المذيع
28,12	9	34,83	31	تحقق الإبهار البصري
25	8	30,33	27	سرعة التحقق من صدقية وصحة المصادر
18,75	6	29,21	26	تعالج الخلل الذي قد يقع قبل أو أثناء تقديم النشرة
34,37	11	43,82	39	التنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية
37,5	12	58,42	52	تعمل على جذب أكبر قدر من الجمهور
12,5	4	8,98	8	تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقة
100	80	100	303	المجموع

يوضح الجدول رقم (30) إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية من وجهة نظر أفراد عينة المبحوثين في القناتين محل الدراسة، حيث يرى نسبة 61,79% من القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أن من إيجابياتها سهولة تخزين واسترجاع المعلومات، ويرى نسبة 58,42% أنها تعامل على جذب أكبر قدر من الجمهور، يليها التنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية بنسبة 43,82%， ثم قلة التكاليف المادية بنسبة 38,20%， ويرى نسبة 34,83% من أفراد عينة المبحوثين أنها "تعزز من جودة الأداء لدى المذيع" و "تحقق الإبهار البصري" (لكل خيار على حدا)، وحصلت كلا من "سرعة التتحقق من صدقية وصحة المصادر" و "تعالج الخلل الذي قد يقع قبل أو أثناء تقديم النشرة" على نسب متقابلة (30,33% و 29,21%) على التوالي، وبنسبة ضئيلة مقدرة ب 8,98% أجاب أفراد عينة المبحوثين بختار تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقة.

أما في قناة الشروق نيوز فيرى نسبة 46,87% من أفراد عينة المبحوثين أن من إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية "سهولة تخزين واسترجاع المعلومات" يليها "تعمل

على جذب أكبر قدر من الجمهور" بنسبة 37,5%， ثم "التنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية" بنسبة 34,37%， يليها "قليلة التكاليف المادية" بنسبة 31,25%， وعبر 28,12% من أفراد عينة المبحوثين أنها "تحقق الإبهار البصري" يليها "سرعة التتحقق من صدقية وصحة المصادر" بنسبة 25%， فيما يرى نسبة 18,75% أنها "تعالج الخلل الذي قد يقع قبل أو أثناء تقديم النشرة"， ويأتي في الأخير كلا من "تعزز جودة الأداء لدى المذيع" و "تنوب عن التقارير المشاهد الحقيقة" بحسب: 15,62% و 12,5% على التوالي.

وبقراءة مفصلة لهذه النتائج يمكننا تقسيم هذه المزايا والإيجابيات حسب ترتيبها من طرف القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة كما يلي:

**أ/ مزايا تقنية ومادية:** وتمثل في سهولة تخزين المعلومات والبرامج والبيانات الصحفية واستدعائها وقت الحاجة، إذ أصبحت القنوات الفضائية ووسائل الإعلام عموماً اليوم تمتلك أرشيفاً إلكترونياً خاصاً بها يسهل لها الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها، كما يسهل على الجمهور الاطلاع على مختلف البرامج الإخبارية السابقة لقناتي الدراسة عن طريق العودة إلى أرشيف القناة في حال ما إذا كان هذا الأرشيف مفتوح أمام الجمهور، أو من خلال ما تقوم به إدارة قناتي الدراسة من تنزيل لمختلف البرامج التي بثتها سابقاً عن طريق منصات التواصل الاجتماعي أبرزها اليوتيوب.

إلى جانب ما تتميز به هذه التقنيات من مرونة في معالجة مختلف الأضرار التقنية التي قد يواجهها المذيع في غرف الأخبار قبل أو أثناء بث النشرة، وتحمّل هذه التقنيات بين قلة التكاليف المادية ومرونة الاستخدام مما يزيد من سهولة تقبلها وتطبيقاتها في مراحل صناعة الخبر.

**ب/ مزايا تتعلق بجودة الصورة:** من خلال استخدام التقنيات الحديثة في تنوع أشكال عرض وتقديم الأخبار، أتاحت التكنولوجيات الحديثة تنوعاً في طرق تجوييد الصورة من خلال التنوع في أشكال عرض وتقديم المادة الإخبارية وتحقيق الإبهار البصري بالاستعانة بالجرافيكس والصور والرسومات التفاعلية، وكذا المؤثرات البصرية الطبيعية والاصطناعية، وكل هذه العناصر من شأنها أن تعمل على تعزيز جودة الأداء لدى المذيع من جهة، وجذب المزيد من المشاهدين من جهة ثانية خاصة في ظل المنافسة الإعلامية على استقطاب أكبر عدد من الجمهور.

ج/ مزايا تتعلق بموثوقية مصادر الأخبار: من خلال سرعة التتحقق من مصادر الأخبار قبل نشرها من خلال الاستعانة بالبرمجيات والمنصات الخاصة بكشف الأخبار الكاذبة وتتبع مصدرها مما يسهم في تعزيز دقة وموثوقية المعلومات التي تتناولها القنوات.

د/ إمكانية تعويض التقارير والمواد الإخبارية الحية: أبانت تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي في مجال صناعة الأخبار التلفزيونية عن إمكانيتها في تقديم وعرض تقارير وتغطيات إخبارية تحاكي الواقع في العديد من القنوات الفضائية التي تستخدم هذه التقنيات خاصة عندما يتعلق الأمر بالمناطق التي تشهد بؤر حروب وأوبئة، غير أن القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة أجابوا بمحودية أن تنوب تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي عن التقارير والمشاهد الحقيقة (12,5% قناة الجزائرية الثالثة الاخبارية، 8,98% قناة الشروق نيوز)؛ وذلك راجع في تقديرنا إلى الأسباب التالية:

- يميل القائمون بالاتصال إلى التغطية الحية في عرض وتقديم برامجهم الإخبارية.
- عدم القدرة الكافية للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بتأثير وأهمية توظيف تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي في عرض وتقديم الأخبار.
- لم تصل قناتي الدراسة بعد إلى استخدام هذه التقنيات في نشراتها وبرامجها الإخبارية .\*

---

\* وهذا ما أكدته أيضاً الجزء التحليلي من الدراسة الخاص بأشكال تقديم المادة الإخبارية، انظر الجدول رقم 4 .

### الجدول رقم 31

يوضح سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية

الشروق نيوز		الإخبارية		الجزائرية الثالثة		القناة	سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة
%	النسبة	التكرار	%	النسبة	التكرار		
24,52	13	18,70	29				يمكّنها أن تكون بديلاً عن المذيع في المستقبل
24,52	13	18,06	28				تقتل روح الإبداع لدى القائم بالاتصال
26,41	14	32,90	51				إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث
18,86	10	21,93	34				زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال
5,66	3	8,38	13				صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات
100	53	100	155				المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه المتضمن سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة، ففي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة أجاب نسبة 32,90% من القائمين بالاتصال بـ "إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث" يليها "زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال" بنسبة 21,93%， وينبئي نسبة 18,70% تخوفهم من أن تكون هذه التكنولوجيات بديلاً عن المذيع في المستقبل، فيما يرى نسبة 18,06% أنها تقتل روح الإبداع لدى القائم بالاتصال، وتأتي صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات في الترتيب الأخير بنسبة .%8,38.

أما في قناة الشروق نيوز فأجاب نسبة 26,41% من أفراد عينة المبحوثين بـ "إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث" يليها كلاماً من "يمكّنها أن تكون بديلاً عن المذيع في المستقبل" و "تقتل روح الإبداع لدى القائم بالاتصال" بذات النسبة 24,52%， فيما ترى نسبة 18,86% أن من سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية "زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال" ، وفي الأخير أجاب نسبة 5,66% بصعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات.

وعلى الرغم من المزايا التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطبيقاتها في مجال صناعة الأخبار إلا أن القائمين بالاتصال يجتمعون على مجموعة من السلبيات والأخطار التي قد يسببها الاعتماد المفرط على هذه التكنولوجيات فعلاوة على المشاكل التقنية التي قد تصادف القائمين بالاتصال أثناء البث، تظهر تحديات أخرى تتعلق بالمهارات التحريرية والصحفية والتي من شأنها قتل روح الإبداع وزرع الاتكالية لدى الصحفيين خاصة في ظل تواجد برمجيات ومنصات التحرير الرقمي باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي.

إلى جانب ما توفره منصات التواصل الاجتماعي اليوم من أخبار ومصادر أخبار جاهزة يجذب إليها الصحفيون وحتى كبرى القنوات الإخبارية لتناولها دون عناء التواجد في وقت ومكان الحدث، أو حتى دون التأكد من صحة الخبر.

كما يتغوف صحفيو قناة الشروق نيوز بنسبة 24,52% مقابل 18,70% من نظرائهم في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية من أن تكون هذه التكنولوجيات بدليلاً عن المذيع في المستقبل، خاصة مع التطور الرهيب في تكنولوجيات عرض وتقديم الأخبار بالذكاء الاصطناعي وانتشار "الروبوت المذيع" الذي تم تجربته في العديد من القنوات الفضائية من ضمنها القنوات العربية<sup>\*</sup> وما يمكن أن يشكله من منافسة للمذيع البشري ولستقبل مهنة الاعلام وسوق الوظيفة الإعلامية ككل.

ومن جهة أخرى فإن صحفيي قناتي الدراسة يرتبون صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات في الترتيب الأخير ضمن قائمة سلبيات التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية وذلك للسهولة النسبية التي يتميز بها استخدام هذه التقنيات وجمعها للعديد من المهام والوظائف ( التصميم، المنتاج، الفوتوشوب .. وغيرها) في جهاز واحد كالحاسوب المزود بالنات أو الهاتف الذكي.

---

<sup>\*</sup> تعد قناة الجزيرة أولى القنوات العربية التي خاضت تجربة المذيع الروبوت من خلال المذيعة "ابتكار"

## المبحث الرابع: تقييم القائمين بالاتصال لواقع الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية

### السمعي البصري والعوامل المؤثرة على جودته في قناتي الدراسة

يتناول هذا المبحث مجموعة من العناصر المحددة لجودة الإعلام الإخباري الجزائري والعوامل المؤثرة على

جودة صناعة الأخبار في قناتي الدراسة من خلال الأفكار التالية:

- العوامل المؤثرة على جودة الأداء المهني للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة.
- الجوانب الإيجابية لفتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر
- مآخذ فتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر
- تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار
- سبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة

الجدول رقم 32

العوامل المؤثرة على جودة الأداء المهني للقائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة

إجمالي ن = 121		الشروع نيوز ن= 32	الجزائرية الإخبارية الثالثة ن= 89	القناة	
%	تك	نسبة %	تك	نسبة	تك
60,33	73	53,12	17	62,92	56
38,84	47	25	8	43,82	39
25,61	31	50	16	16,85	15
41,32	50	34,37	11	43,82	39
20,66	25	15,62	5	22,47	20
33,03	40	46,87	15	28,08	25
31,40	38	34,37	11	30,33	27
14,87	18	15,62	5	14,60	13
41,32	50	37,5	12	42,69	38
20,66	25	9,37	3	24,71	22

يوضح الجدول أعلاه أبرز العوامل والضغوطات المؤثرة على جودة الأداء المهني للقائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة؛ حيث رتب صحفيو الجزائرية الثالثة هذه الضغوط والعوامل كما يلي:

جاءت الضغوط السياسية في الترتيب الأول 62,92% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية يليها كلا من "قيم وعادات المجتمع" و "تعنت المصدر في اعطاء كافة تفاصيل الحدث" بذات النسبة والمتمثلة في 43,82% وتأتي في الترتيب الثالث ضغوط السياسة التحريرية بنسبة 42,69%， يليها احتياجات وأذواق الجمهور بنسبة 30,33% ثم ضغط الوقت بنسبة 28,08% لعلاقات العمل داخل المؤسسة بنسبة 24,71%， ويأتي ضغط المنافسة بنسبة 22,47%， وجاء كلا من "ضغط الإشهار" و"ملكية الوسيلة" بحسب ضئيلة نوعاً ما مقدرة ب 16,85% و 14,60% على التوالي.

أما صحفيو قناة الشروق فربّوا العوامل والضغوط المؤثرة على جودة أدائهم المهني وفق ما يلي:

احتلت الضغوط السياسية الترتيب الأول بنسبة 53,12% يليها ضغط الإشهار بنسبة 50%, ثم ضغط الوقت بنسبة 46,87%، وحل في الترتيب الرابع ضغوط السياسة التحريرية بنسبة 37,5% يليها كلا من "احتياجات وأذواق الجمهور" و"تعنت المصدر عن إعطاء كافة تفاصيل الحدث" بذات النسبة 34,37% ثم قيم وعادات المجتمع بنسبة 25% يليها كلا من "ضغط المنافسة" و"ملكية الوسيلة" بذات النسبة 15,62% وتأتي في الأخير علاقات العمل داخل المؤسسة بنسبة 9,37%.

وتفسيراً لهذه النتائج يمكننا القول أن طبيعة العوامل والضغوط المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال جاءت متماشية مع طبيعة توجه وملكية كل قناة مع وجود نقاط التقاء بين القناتين في بعض الضغوط، حيث احتلت الضغوط السياسية الترتيب الأول في كلا القناتي وبنسب متفاوتة قليلاً؛ وذلك بنسبة 62,92% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 53,12% بالنسبة لقناة الشروق نيوز، وتمارس ضغوط السلطة من خلال الرقابة المباشرة على المحتوى الإعلامي أو تلك الضغوط التي تمرر عبر السياسة التحريرية، وغالباً ما تعكس أشكال الرقابة هذه في الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحفي على نفسه خوفاً من المساءلة أو التعرض لمختلف العقوبات (طرد، سجن..)، وتعود هذه النسب المرتفعة إلى طبيعة النظام السياسي للدولة الذي تخضع له القناتين بغض النظر عن ملكيتهم إن كانت خاصة أو عمومية.

كما يحيلنا استنطاق هذه النسب والأرقام المترجمة لضغط السلطة على قناتي الدراسة إلى دورها في تشكيل المحتوى الإعلامي وفي رسم الخطوط العريضة للقناتين محل الدراسة، الأمر الذي يدفعنا للتساؤل عن مدى استقلالية الإعلام ومقدراته على أداء دوره في معالجة قضايا المجتمع.

وفي نفس الإطار ترى الباحثة فوزية عكاك أن ضغوط السلطة على القائمين بالاتصال تنبع من قدرتهم على تشكيلوعي الجماهير، إذا ما سُنحت لهم الفرصة والحربيات المناسبة في أعمالهم فإنهم بالضرورة يشرون المتاعب للنظم الحاكمة من خلال قدرتهم على النقد وفي كشف الفساد في مختلف الأصعدة، وهو ما سيؤثر على علاقة الجمهور بالسلطة (عكاك، 2012، صفحة 426).

وتلتقي القناتين أيضاً في ضغوط السياسة التحريرية بنساب (42,69%, 37,5%) لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز على التوالي، ما يعني أن نسبة ضغوط السياسة التحريرية مرتفعة في كلا قناتي

الدراسة وبشكل أكبر في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، ويعود ذلك لارتباطها بضغوط السلطة التي تتعكس في صرامة تطبيق السياسة التحريرية ومن ثمة في توجيه العمل الصحفى.

وتلتقي هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة فوزية عكاك (عكاك، 2012، صفحة 428) من أن السياسة التحريرية من الضغوط التي تمارس تأثيراً قوياً على القائمين بالاتصال سواء كانت مدونة واضحة للصحفيين أو غير ذلك وغير قابلة للنقاش، يلتزم بموجبها الصحفي بمعالجة الحدث وفق الإطار الذي حددته هذه السياسة، على الرغم من عدم وجود تعليمات صريحة لفرضها.

وتبينت نسب ضغوط قيم وعادات المجتمع (43,82% و25%) في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز على التوالي، ونوعز هذه النتائج إلى اختلاف السياسة التحريرية لقناتي الدراسة، حيث تبدو قناة الجزائرية الثالثة أكثر حرصاً على تحسيد واحترام القيم المجتمعية السائدة على عكس القنوات الخاصة التي تسعى في الكثير من الأحيان إلى تحقيق السبق الصحفي أو الشو (Show) الإعلامي من خلال تناول مواضيع تستقطب أكبر قدر من المشاهدين.

وتقربت نسب احتياجات وأذواق الجمهور (30,33% و34,37%) لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز على التوالي، ويعود ذلك إلى طبيعة الجمهور الجزائري ومدى إدراك القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة لطبيعة الجمهور الذي توجه له الرسالة الإعلامية مثلاً في الجمهور الجزائري وخصائصه الشخصية والثقافية التي تترجمها مجموعة من القيم والعادات والتقاليد والثوابت التي تطبع المجتمع الجزائري.

كما تبينت نسب الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون في القناتين محل الدراسة جراء "تعنت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث"، حيث نجد أنها بلغت نسبة 43,82% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 34,37% في قناة الشروع نيوز، وتشير هذه النتائج إلى الصعوبات التي يعانيها القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة وبشكل أكبر في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية كونها تتعامل مع مصادر رسمية أكثر تحفظاً.

وفيما رکز صحفيو قناة الشروع نيوز على ضغط الإشهار بنسبة 50% نجد أن الإشهار في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية لا يؤثر إلا بنسبة 16,85%， وهذا ما يقودنا إلى اختلاف طبيعة الوسائلتين محل الدراسة على اعتبار أن الإشهار يشكل عامل ضغط في القنوات الخاصة عكس القنوات العمومية؛ الأمر الذي

يجيلنا إلى محدودية هامش الحرية الذي تتمتع به القنوات الخاصة في الجزائر مقابل القنوات العمومية والذي بدوره يؤثر على جودة الأداء المهني للصحفيين وعلى مضامين ومواصفات الخبر الجيد.

وعبر صحفيو قناة الشروق نيوز عن ضغط الوقت بنسبة 46,87% ، وتبين هذه النتائج سمة التنافسية التي تطبع القنوات الخاصة عموما، حيث يمثل ضغط الوقت هاجسا أمام القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز في إطار سعيها لتحقيق السبق الصحفي، في المقابل نجد أن القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية تهم بضغط الوقت بنسبة أقل 28,08%， والذي قد نبرره في الطابع الرسمي للأخبار وحرص القناة على تواجد موظفيها ومراسليها لتغطية مختلف الفعاليات الوطنية والمحالية.

وعموما يعد ضغط الوقت أحد الضغوط الميكانيكية التي تعاني منها جل القنوات الفضائية العالمية وحتى الوطنية وعلى اختلاف نمط ملكيتها عمومية كانت أو خاصة في سبيل تقديم الأخبار فور حدوثها باعتبار أن أحد معايير جودة الخبر اتسامه بالجدة والحداثة، ويزداد عامل ضغط الوقت خاصة في ظل ثورة العصر الرقمي وسيادة الصورة الآنية، غير أن ذلك لا يجب أن يكون على حساب دقة ومصداقية وصحة الخبر.

واختلفت ضغوط علاقات العمل داخل المؤسسة في القناتين محل الدراسة حيث بلغت في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة نسبة 24,71% مقابل 9,37% في قناة الشروق نيوز، وهذا ما يشير إلى جو المشاحنات والتوترات في العلاقات الداخلية للقائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة ، وعلى النقيض من ذلك تقل الضغوط المرتبطة بعلاقات العمل في قناة الشروق نيوز.

وأجاب نسبة 22.47% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بتأثير ضغط المنافسة على جودة أدائهم المهني مقابل 15,62% من نظرائهم في قناة الشروق نيوز، وتعود هذه النسبة المرتفعة في قناة الشروق نيوز إلى تماشيها مع السوق الإعلامية التي تتطلب العمل في بيئة تنافسية يميزها تعدد القنوات الفضائية العمومية والخاصة، والسباق نحو جذب المعلنين؛ الذي يرتبط بشعبية القناة وزيادة نسب المشاهدة مما يشكل تحديا أمام القائمين بالاتصال في القنوات الخاصة عموما يتعلق بالسعى للحصول على الأخبار الحصرية والسبق الصحفي، بينما تقل نسبة ضغط المنافسة في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، ويعود ذلك إلى طبيعة القناة العمومية المعتمدة على التمويل الحكومي يوفر لها نوعا من الاستقرار المادي بعيدا عن البحث

عن منافذ للإعلان، كما أن طبيعة الخدمة العامة التي تتوجه بها القنوات العمومية للجمهور يقلل من هامش الربحية والبحث عن أعلى نسب مشاهدة.

غير أن ضغط المنافسة يبقى قائما رغم اختلاف النسب بين قناتي الدراسة في ظل الثورة الرقمية وما أنتجته من تحولات في المشهد الإعلامي ببروز المنصات الإخبارية وتعدد المصادر الإعلامية وسهولة الوصول إلى المعلومات من خلال سعي القنوات العمومية والخاصة على حد سواء إلى الحافظة على جاذبية القناة، ومن جهة أخرى فإن ضغط المنافسة يمكنه أن يلعب دوره الإيجابي بتشجيع القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة على تطوير ممارساتهم الإعلامية وتحسين مهاراتهم وتطوير أساليب مبتكرة في تقديم وعرض الأخبار دون الإخلال بالمعايير المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية.

ويتفق صحفيو قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز في محدودية ضغط ملكية الوسيلة وذلك بنسب (14,60% و 15.62%) على التوالي.

الجدول رقم 33

يوضح الجوانب الإيجابية لفتح السمعي البصري وتعديدية القنوات الفضائية في الجزائر

الشروع نيوز		الإخبارية الثالثة		القناة	الجوانب الإيجابية لفتح السمعي البصري
% النسبة	النكرار	% النسبة	النكرار		
%20	14	%20,61	40		الجرأة في تناول المواضيع الإخبارية (التابوهات..)
%20	14	%23,19	45		معالجة مختلف المواضيع التي غفل عنها الإعلام العمومي
%31,42	22	%28,35	55		خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها
%11,42	8	%15,46	30		خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية والقنوات الفضائية العربية والدولية
%17,14	12	%12,37	24		إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية
%100	70	%100	194		المجموع

رتب صحفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز الجوانب الإيجابية التي أثارتها تعديدية قطاع السمعي البصري في الجزائر وفق التالي:

جاء خيار خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها في الترتيب الأول لكلا القناتين (الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز)، وذلك بنسبة ( 31,42% ، 28,35% ) على التوالي، يليها "معالجة مختلف المواضيع التي غفل عنها الإعلام العمومي" في الترتيب الثاني لكلا القناتين بنسبة ( 23,19% ، 20% ) على التوالي، وحل في الترتيب الثالث "الجرأة في تناول المواضيع الإخبارية (التابوهات..)" بنسبة 20,61% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 20% في قناة الشروع نيوز، أما "خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية والقنوات الفضائية العربية والدولية" فجاء بنسبة 15,46% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 11,42% في قناة الشروع نيوز، وجاء خيار "إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية" بنسبة ( 17,14% ، 12,37% ) في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز على التوالي.

### الجدول رقم 34

#### سلبيات فتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر

الشروق نيوز		الإخبارية		الجزائرية الثالثة		القناة	سلبيات فتح السمعي البصري وتعددية القنوات الفضائية
%	النسبة	التكرار	%	النسبة	التكرار		
%25	9	%38,16	50				سوء استخدام حرية التعبير
%25	8	%20,61	27				التعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده
%29,16	9	%19,84	26				إضافة كمية للساحة الإعلامية الجزائرية
%20,83	6	%19,08	25				تجربة فتية لم تنجح بعد
0%	0	%2,29	3				تعدد ظاهري للمشهد الإعلامي فقط
%100	24	%100	131				المجموع

تكشف بيانات الجدول أعلاه عن أكثر الجوانب السلبية التي يراها صحفيو قناتي الدراسة من فتح تعددية السمعي البصري في الجزائر، ممثلة في "سوء استخدام حرية التعبير" بنسبة 38,16% حسب ما أجاب به صحفيو الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 25% بالنسبة لصحفيي قناة الشروق نيوز ويعكس هذا التباين وجهة النظر النقدية لصحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على أن هناك إساءة لاستخدام حرية التعبير في القنوات الخاصة. وتباين بشكل أقل وجهات نظر إعلاميي القناتين اتجاه عبارة "التعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده" وذلك بنسبة 20,61% (قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية) مقابل 25% (قناة الشروق نيوز)، مما يدل على وجود اتفاق نسيبي بين صحفيي القناتين حول تنافي بعض المواضيع التي يتناولها الإعلام الخاص مع قيم وعادات المجتمع مما يعكس ضرورة مراعاة القيم المجتمعية والثقافية في العمل الإعلامي؛ فمثلاً أحدث برنامج "خليها على ربي" مقدمته عائشة بوزماران<sup>1</sup> - الذي يُبث على قناة النهار - ضجة وحالة استنكار شعبية واسعة عقب بثه في أحد حلقاته موضوعاً حول ما اعتبره الجمهور اتهام الإعلامية للإمام بسرقة جزء من مبلغ مالي كان موجهاً لها إنسانية لتشهد موقع

<sup>1</sup> برنامج "خليها على ربي"، تقديم عائشة بوزمارن، عنوان الحلقة: قصة الإمام المشهور والطفلة حياة في التيك توك.. قضية خطيرة تكشف المستور، تاريخ بث الحلقة: 30 ماي 2024، قناة النهار.

منصات التواصل الاجتماعي سجالا واسعا اضطر الإعلامية إلى الاعتذار من الإمام ومن الشعب الجزائري، والبكاء على المباشر في أحد برامج القناة.

وتأتي هذه الحادثة لتدلل على مكانة الإمام والرموز الدينية في المجتمع الجزائري وقيمة الثقافة الجزائرية بمجموعة من الخصائص القيمية والاجتماعية والثقافية والتي على القائمين بالاتصال مراعاتها أثناء إنتاج مختلف برامجهم.

كما تبينت إجابات صحفيي قناتي الدراسة بشأن عبارة "إضافة كمية للساحة الإعلامية الجزائرية" بنسبة 29,16% لدى صحفيي قناة الشروق نيوز مقابل 19,84% بالنسبة لصحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، وهذا ما يعكس موقفا نقديا آخر لصحفيي القطاع الخاص من أن زيادة القنوات الخاصة لم يترافق معها تحسين وتجوييد المحتوى الإعلامي.

وبخصوص عبارة "تجربة فتية لم تنضج بعد" جاءت بنسسبة متقاربة (20,83% صحفيي قناة الشروق نيوز، 19,08% صحفيي الجزائرية الثالثة الإخبارية)؛ مما يشير إلى أن تجربة الانفتاح الإعلامي وظهور القنوات الخاصة في الجزائر لا يزال فتيا في مراحله الأولى مما يتطلب العمل والخبرة لتحسين هذه التجربة.

وتكشف عبارة "تعدد ظاهري للمشهد الإعلامي فقط" التي حصلت على نسبة 2,29% من إجابات صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية (على قولها) على جرأة صحفيي هذه القناة مقارنة بصحفيي قناة الشروق نيوز رغم انتسابهم إلى القطاع العام وهذا يفصح عن وجود رأي لا يؤمن بوجود تعددية إعلامية فعلية ويعتبرها مجرد تعددية سطحية أو صورية رغم كثرة القنوات الخاصة وتنوعها.

وإجمالا نقول أن القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة يتقدون حول العديد من النقاط الإيجابية التي جاءت بها التعددية الإعلامية كتنوع للمشهد الإعلامي، غير أن ذلك لا ينفي وجود العديد من التحديات والعوائق التي تواجه الممارسة الإعلامية والقائمين بالاتصال في كلا القطاعين العام والخاص؛ والمتمثلة في سوء استخدام حرية التعبير من خلال الخوض في مواضيع تتنافى مع عادات وقيم المجتمع، والناتجة عن حادثة تجربة التعددية في الجزائر باعتبارها لازالت في مراحلها الأولى وتتطلب المزيد من النضج وتوجيه الجهد نحو وضع إطار تنظيمي وأخلاقي يضمن تعددية إعلامية تعمل على تقديم محتوى إعلامي يتسم بالجودة والتنوع.

وتفققت هذه النقطة مع ما توصلت إليه دراسة الباحث بن عودة موسى إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة تعمل على جذب الجمهور بأي طريقة ما جعلها تمثل إلى الإثارة والتسرع في بث الأخبار دون التحقق منها والخوض في مواضيع تعتبر تابوهات في المجتمع الجزائري، مما أفقد هذه القنوات مهنيتها ومصداقيتها واحترافيتها(بن عودة ، 2017، صفحة 457).

### المجدول رقم 35

#### تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار

القناة				تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية
الشروع نيوز	الجزائرية الإخبارية الثالثة	النسبة %	النسبة %	
النسبة %	النكرار	النكرار	النكرار	
15,62	5	16,85	15	عالية
59,37	19	50,56	45	في تحسن مستمر
15,62	5	20,22	18	متوسطة
9,37	3	12,35	11	ضعيفة
100	32	100	89	المجموع

تشير بيانات المجدول أعلاه الخاص بتقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار إلى النتائج التالية:

أجاب نسبة 16,85% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة نظير 15,62% من صحفيي قناة الشروع نيوز بالقول أنمال قناة التي يعملون بها بلغت مستوى جودة عالية مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار، فيما يرى نسبة 50,56% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة ونسبة 59,37% من صحفيي قناة الشروع نيوز أن القناة التي يعملون بها "في تحسن مستمر" من حيث مستوى جودة النشرات الإخبارية مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار، فيما اختار نسبة 20,22% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة مقابل 15,62% من صحفيي قناة الشروع نيوز خيار مستوى جودة "متوسطة"، واعتبر نسبة 12,35% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة في

مقابل نسبة 9,37 % من صحفيي قناة الشروق نيوز أن مستوى الجودة في القناة التي يعملون بها "ضعيف" مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار.

الجدول رقم 36

سبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال

في القناتين محل الدراسة

إجمالي ن = 121		الشروع نيوز ن = 32		الجزائرية الإخبارية الثالثة ن = 89		القناة
نسبة	تکرا	النسبة	تکرا	النسبة	تکرا	
33,88	41	28,12 %	9	35,95	32	مواكبة وإدماج التكنولوجيا الجديدة في مراحل صناعة وعرض الأخبار
24,79	30	%25	8	24,71	22	الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي
16,52	20	18,75	6	15,73	14	فسح المجال حرية العمل الإعلامي
20,66	25	31,25	10	16,85	15	التكوين الدائم والمتواصل للصحفيين
20,66	25	%25	8	19,10	17	منح الفرصة للكفاءات المهنية المحترفة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتقنية
11,57	14	9,37	3	12,35	11	الاهتمام باحتياجات الجمهور
9,91	12	9,37	3	10,11	9	تحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم
6,61	8	0	0	8,98	8	تنظيم عمل فرق تحضير النشرة
2,47	3	0	0	3,37	3	توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم
0,82	1	3,12	1	0	0	توسيع شبكة المراسلين داخل الوطن
1,65	2	6,25	2	0	0	الاهتمام بالسوق الصحفي

يوضح الجدول أعلاه المتعلق بسبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة وإجمالاً جاءت النتائج كالتالي:

احتلت فئة "مواكبة وإدماج التكنولوجيا الجديدة في مراحل صناعة وعرض الأخبار" الترتيب الأول من حيث المقترنات التي من شأنها الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية والنشرة الإخبارية تحديداً في القناتين محل الدراسة وذلك بنسبة 33,88 % يليها الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبة 24,79% فـ"التكوين الدائم والمتواصل للصحفيين" وـ"منح الفرصة للكفاءات المهنية المختصة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتكنولوجية" بذات النسبة 20,66% ثم فسح المجال لحرية العمل الإعلامي بنسبة 16,52%، ويأتي الاهتمام باحتياجات الجمهور بنسبة 11,57% يليه تحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم بنسبة 9,91%， ثم تنظيم عمل فرق تحضير النشرة بنسبة 6,61%， ويأتي في المراتب الأخيرة كلاً من "توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم" وـ"الاهتمام بالسبق الصحفي" وـ"توسيع شبكة المراسلين داخل الوطن" بحسب ( 2,47% و 1,65% و 0,82%) على التوالي.

وبشكل أكثر تفصيلاً أجاب نسبة 35,95% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل نسبة 28,12% من صحفيي قناة الشروق نيوز بضرورة مواكبة وإدماج التكنولوجيا الجديدة في مراحل صناعة وعرض الأخبار، مما يعني إدراك القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بأهمية الانخراط في التحول الرقمي من خلال مواكبة التكنولوجيات الحديثة وإدماجها في صناعة الأخبار.

وتقارب إجابات القائمين بالاتصال في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز بخصوص مقتني الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبي 24,71% و 25% على التوالي، وذلك باعتباره عنصراً رئيسياً لتحقيق جودة الأداء الإعلامي بضمان مصداقية موادهم الإخبارية وتعزيز ثقة الجمهور بها.

واهتم صحفيو قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بضرورة فسح المجال لحرية العمل الإعلامي بنسبة 15,73% مقابل 18,75% من صحفيي قناة الشروق نيوز وتعكس هذه النتيجة تطلع صحفيي قناة الشروق نيوز أكثر من نظرائهم في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة إلى المزيد من حرية التعبير والاستقلالية في الممارسة الإعلامية.

وركز صحفيو قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة على التكوين الدائم والمتواصل للصحفيين بنسبة 16,85% مقابل نسبة 31,25% من نظرائهم في قناة الشروق نيوز، وهذا ما يعني أن صحفيي قناة الشروق نيوز يعانون من قلة الدورات التدريبية للصحفيين مقارنة بقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة؛ مما جعلهم يركزون على

هذا المقترن والذي يصب في خانة رفع مستوى الأداء والجودة في الصناعة الإخبارية عموماً وفي النشرات الإخبارية على وجه التحديد.

وعبر نسبة 19,10% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على ضرورة منح الفرصة للكفاءات المهنية المحترفة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتكنولوجية فيما عبر صحفيو قناة الشروق نيوز عن ذات الفئة بنسبة 25%， مما يعني تطلع صحفيي قناتي الدراسة إلى ضرورة اعتماد عامل الخبرة والتخصص كمعيار أساسى للتوظيف والعمل في مؤسساتهم الإعلامية، الأمر الذي من شأنه الرفع من جودة المحتوى الإخباري من جهة وتعزيز المنافسة سواء باستقدام كفاءات كفءة أو بالاستغلال الأمثل لكوادرها البشرية ذات الخبرات عالية.

وتؤيد الباحثة النتيجة التي توصل إليها الباحث مسعود قانة من أن توفر إعلاميين متميزين في المؤسسة العمومية للتلفزيون أثبتوا تميزهم على مستوى كبريات المحطات الإذاعية والتلفزيونية، ويبقى المشكل فقط في كيفية تفجير طاقات هؤلاء من خلال فتح باب الإبداع وتشجيعهم على ذلك (قانة، 2010/2011، صفحة 168).

ونفس الأمر ينطبق على القنوات الإخبارية الخاصة التي أثبتت إعلاميوها التميز في تقديم الخدمة الإخبارية من خلال افتراكهم للعديد من الجوائز والتكرارات الوطنية والعالمية كفوز برنامج "الشروق تحقق" بالمرتبة الرابعة عالمياً في جوائز الاتحاد الدولي للصحافة الدولية.

وحلت اهتمامات الجمهور بنسبة 12,35% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 9,37% في قناة الشروق نيوز، ويأتي هذا المقترن بناءً على أن الجمهور هو المقصود بالرسالة الإعلامية وتلبية احتياجاته يعد أمراً ضرورياً خاصة في ظل المزايا التي بات يتاحها العصر الرقمي بمختلف مزاياه وتطبيقاته التي تعمل على تلبية مختلف أذواق الجمهور وتنطليعاته.

وجاءت فئة تحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم بحسب متقاربة في القناتين محل الدراسة، حيث بلغت نسبتها في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 10,11% مقابل 9,37% في قناة الشروق نيوز؛ ذلك لأن تحسين الظروف المادية والمهنية للصحفيين في قناتي الدراسة يسهم في توفير بيئة عمل مناسبة للصحفيين بما يزيد في إنتاجيتهم وأدائهم، كما يُتجنب الصحفيين البحث عن مصادر دخل أخرى أو اللجوء

إلى أساليب قدرة لتنوع مصادر دخلهم كابتزاز المصادر أو الخضوع كفريسة لهم من خلال الإقبال على معالجة مواضيع وبرامج على مقاسهم، مما يؤدي في الأخير إلى فقدان الصحفيين لاستقلاليتهم المهنية ويحد من قدراتهم في أداء وظيفتهم بموضوعية ومهنية.

وفي هذا الإطار أفادنا مصدر إعلامي رفض الكشف عن هويته أن بعض المحسوبين على الإعلام يلحّون إلى مصادر غير شرفة لدخلهم من خلال نسج علاقات قوية مع رجال الأعمال وأصحاب المؤسسات الصناعية والإنتاجية الخاصة مقابل القيام بتغطية نشاطاتهم بتشمينها واعتبارها رافدا من روافد التنمية الوطنية وفي المقابل يتقاضون مقابل ماديا عن التقارير والربورتاجات التي ينجزونها علامة على الراتب الشهري الذي يتقاضونه من المؤسسة الإعلامية التي يستغلون لصالحها.

وأختلف القائمون بالاتصال في القناتين محل الدراسة في التركيز على بعض مقتراحات وسبل تجويد الخدمة الإخبارية والنشرة الإخبارية دون الأخرى ؛ حيث اهتم صحفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتنظيم عمل فرق تحضير النشرة يليها "توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم" بنسبة 8,98% و 3,37% على التوالي، وتشير هذه البيانات إلى رغبة القائمين بالاتصال في قناة الجزائري الثالثة الإخبارية في تحسين الكفاءة التشغيلية بتنظيم فرق العمل والتنسيق بين مختلف أقسام غرفة الأخبار، إلى جانب سعيهم إلى توسيع نطاق تغطيتهم الإخبارية الدولية من خلال الحرص على توажд مراسلي القناة عبر مختلف عواصم العالم، بينما ركز صحفيو قناة الشروق نيوز على الاهتمام بتوسيع شبكة المراسلين داخل الوطن بنسبة 12,12%， مما يعكس حرص القائمين بالاتصال على توسيع شبكة مراسليهم تحقيقا للتغطية الشاملة والمتنوعة، كما عبر القائمون بالاتصال في قناة الشروق نيوز عن رغبتهم في تحقيق السبق الصحفي وذلك بنسبة الوطن بنسبة 6,25% مما يعني حرصهم على بناء سمعة القناة وتعزيز مكانتها في السوق الإعلامية غير أن ذلك لا يجب أن يكون على حساب مصداقية وموضوعية الأخبار.

وإجمالا نقول أن هناك إدراكا متزايدا للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بأهمية تطوير الأداء المهني والارتقاء بجودة المحتوى الإخباري من خلال الاهتمام بالكفاءات المهنية وتوفير الظروف المادية والمهنية للصحفيين وتلبية احتياجات الجمهور، كما اهتم القائمون بالاتصال في كلا القناتين بتوسيع شبكة المراسلين داخليا وخارجيا والتي تعد من البنى التحتية الرئيسية في تحسين جودة العمل الإعلامي.

ورغم تنوع هذه المقاربات واختلافها في النسب بين قناتي الدراسة إلا أن ذلك لا ينفي وجود تطلعات صحافية وحرك إعلامي يسعى لإثراء المشهد الإعلامي والسير نحو تحويل الممارسة الإعلامية.

## المبحث الخامس: نتائج الدراسة الميدانية

أظهرت استطلاعات آراء القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة عدة نتائج جوهرية ارتئينا ترتيبها وفق المحاور التالية:

- تتفوق قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على قناة الشروق نيوز من حيث العدد الإجمالي للصحفيين العاملين

في قسم الأخبار، وهذا بالنظر إلى حجم قناة الجزائرية الثالثة وقدم تحريرتها الإعلامية عكس قناة الشروق نيوز حديثة النشأة.

- تتقرب نسب توظيف كلا الجنسين في قناتي الدراسة دون تفريق بينهما، وبالتالي فإن الكفاءات المهنية لا تحددها تفضيلات لجنس دون الآخر.

- وبخصوص أقدمية الصحفيين في العمل كشفت نتائج الدراسة عن تفوق قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية في نسبة الصحفيين الذين تتجاوز خبرتهم المهنية العشر سنوات وذلك بنسبة 77,52 % مقابل 37,5 % في قناة الشروق نيوز، فيما تعتمد الجزائرية الثالثة الإخبارية على من تتراوح خبرتهم ما بين (5-10 سنوات) وأقل من خمس سنوات بحسب أقل (10,11 % و 12,35 %) على التوالي مقابل 25 % و 37,5 % على التوالي مما يدل على ارتفاع نسبة الخبرة المهنية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عكس قناة الشروق نيوز التي تنخفض فيها نسبة الخبرة المهنية إلى أقل من 5 سنوات.

- اختلفت نسب المستويات العلمية للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة، حيث تفوقت قناة الجزائرية الثالثة في توظيفها للكفاءات العلمية من حاملي شهادتي الماجستير والدكتوراه بنسبة 20,22 % مقابل 9,37 %، فيما تتفوق قناة الشروق نيوز في توظيفها للكفاءات العلمية من حاملي شهادة الماستر 62,5 % مقابل 38,20 % في قناة الشروق نيوز، وارتفعت نسبة حاملي شهادة ليسانس ب 40,44 % في قناة

ال الجزائرية الإخبارية الثالثة مقابل 28,12 % وبنسبة ضئيلة 1,12% اعتمد قناتا الجزائرية الثالثة الإخبارية على توظيف ذوي المستوى التعليمي الثانوي.

- يتوزع القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على مختلف الرتب المهنية العاملة في قسم الأخبار؛ حيث تجاوب مع موضوع بحثنا (استمارة الاستبيان) في قناة الجزائرية الثالثة كلا من: مدير الأخبار (1,12%)، ومنتج أخبار (12%), ونائب رئيس تحرير (4,49%)، ورئيس التحرير (22,47%)، ومذيع أخبار (7,86%)، و صحفي(معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...) (34,83%)، ويجتمع بين أكثر من مهمة (28,08%)، فيما تمثلت نسب الرتب المهنية المتفاعلة مع الموضوع في قناة الشروق نيوز بما يلي: ممنتج أخبار (12%), رئيس تحرير (15,62%)، ومذيع أخبار (21,87%)، و صحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...) (31,25%)، ويجتمع بين أكثر من مهمة (28,12%).

- وبخصوص بُعد ثقافة ومفهوم الجودة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، فقد اختلفت اتجاهات القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة (الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز) بخصوص عبارة " تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتجويد عمل القناة ككل" حيث أيد صحفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ذات العبارة بنسبة 79,10% (اتجاه موافق)، مما يدل على حرص إدارة قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على تسخير كافة مواردها المالية واستثمارها في مجالات تحسين جودة البث وجودة المحتوى الإخباري ورفع مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في القناة باستغلال آخر ما توصلت إليه التكنولوجيات الحديثة في مجال البث الفضائي لتجويد العمل الإعلامي وتعزيز بقاء القناة في المنافسة الإعلامية، وهذا ما يفسر تواجد القناة ضمن الفضاء الافتراضي من خلال تواجد مختلف البرامج الإخبارية على الموقع الرسمي للقناة وعلى مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

أما القائمون بالاتصال في قناة الشروق نيوز فجاءت اتجاهاتهم محايضة نحو ذات العبارة وبنسبة 67,5% وهذا ما يفسر الإمكانيات المادية والتقنية للقناة غير أنها لا ترقى لمستوى إمكانيات قناة الجزائرية الثالثة باعتبارها قناة عمومية مولدة من القطاع العام مباشرة، في حين تعتمد قناة الشروق نيوز على التمويل الخاص

والإشهار كمصدر رئيسي لاستماريتها، إلى جانب العرائيل ذات الطابع الإداري والقانوني التي تعانها القنوات الخاصة عموما.

وأتفق القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على عبارة "تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار" وذلك بنسـب ( 73,03 % و 87,5 % ) وباتجـاه ( موافق و موافق بشـدة ) لقناتـي الجزـائرـية الثالثـة الإـخـبارـية والشـرقـيـة نـيـوزـ علىـ التـوـالـيـ، وـتعـكـسـ هـذـهـ النـتـيـجـةـ الطـمـوحـ المـشـروعـ لـلـقـائـمـينـ بـالـاتـصـالـ فـيـ قـنـاتـيـ الـدـرـاسـةـ بـالـنـظـرـ إـلـىـ إـلـمـكـانـيـاتـ المـادـيـةـ وـالـبـشـرـيـةـ وـالـتـقـنـيـةـ (ـعـلـىـ تـفـاوـتـهـاـ)ـ لـلـقـنـاتـيـنـ،ـ غـيرـ أـنـ هـذـاـ الطـمـوحـ لـاـ بـدـ وـأـنـ يـترـجـمـ فـيـ بـنـاءـ اـسـتـراتـاتـيـجـياتـ مـتـكـامـلـةـ تـحـدـفـ إـلـىـ تـطـوـيرـ أـسـالـيـبـ صـنـاعـةـ وـتـجـوـيدـ نـشـرـاتـ الـأـخـبـارـ الـمـحـتـوىـ بـالـتـركـيزـ عـلـىـ جـمـلةـ مـنـ اـسـتـراتـاتـيـجـياتـ:

- الاستفادة الفعلية من التكنولوجيات الحديثة في سبيل تعزيز البث المباشر والتحليل الإخباري لمختلف القضايا الراهنة التي تهم وتحذب المشاهدين.
- توسيع شبكة المندوبي والمراسلين داخل وخارج الوطن لضمان النقل الفوري للأحداث الداخلية والدولية.
- ضرورة تطوير أساليب ابتكارية جديدة في أشكال تقديم القصص الإخبارية بالاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي الرائدة في عالم الأخبار على غرار كبرى القنوات الفضائية العربية والدولية.
- تقارب اتجاهات القائمين بالاتصال (موافق، موافق بشـدة) في قناتـي الجزـائرـية الإـخـبارـية الثالثـةـ وـقـنـاتـيـ الشـرقـيـةـ نـيـوزـ علىـ التـوـالـيـ اـتـجـاهـ عـبـارـةـ "ـيـهـتـمـ الـقـائـمـ بـالـاتـصـالـ بـسـمـعـةـ اـلـؤـسـسـةـ باـعـتـارـهـ أـحـدـ أـفـرـادـهـ"ـ مـاـ يـعـنيـ اـرـتـقـاعـ دـرـجـةـ الـوعـيـ لـدـىـ الـقـائـمـينـ بـالـاتـصـالـ بـأـهـمـيـةـ سـمعـةـ وـصـورـةـ الـمـؤـسـسـةـ وـهـيـ ثـقـافـةـ تـنـظـيمـيـةـ إـيجـابـيـةـ مـنـ شـائـعـاـ تـعـزـيزـ رـوـحـ الـانـتمـاءـ لـدـيـهـمـ وـتـدـفعـهـمـ لـلـتـمـيـزـ وـالـتـنـافـسـ الـإـعلامـيـ عـلـىـ تـقـدـيمـ مـحتـوىـ إـخـبارـيـ يـتـسـمـ بـالـجـودـةـ.

- يدرك القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حجم المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية وهو مؤشر إيجابي من شأنه أن يدفع القائمين بالاتصال لقناتي الدراسة إلى السعي إلى تطوير أنفسهم وتنمية قدراتهم بالاستعانة بالتقنيات الجديدة في مجال إنتاج وعرض وتقديم الأخبار بشكل يجذب المزيد من المشاهدين ويحافظ على ولائهم.

- تبأينت آراء القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة اتجاه عبارة "تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية" حيث التزم صحفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالحياد (62,70%)، فيما وافق نسبة 75 من صحفيي قناة الشروق نيوز على ذات العبارة، مما يعني افتقاد قناة الجزائرية الثالثة بشكل أكبر إلى إستراتيجية واضحة لتوظيف الكفاءات الإعلامية مما يستوجب إعادة النظر في طرق وأساليب استقطاب المواهب والكفاءات الإعلامية بما يخدم سياسة وتوجهات المؤسسة.
- أيدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عبارة "هتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته" بنسبة 75% وباتجاه موافق مقابل 81,25% وباتجاه موافق في قناة الشروق نيوز؛ وهي نسب معتبرة لكلا القناتين باعتبار الجمهور هو أساس الرسالة الإعلامية.
- أما بالنسبة وبعد علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين فتتمنى قناتي الدراسة بيئة عمل إيجابية تتسم بمساهمة العاملين في القناة في صنع القرار في مؤسساتهم واستشارتهم والأخذ بأرائهم؛ مما يعكس سيادة العمل الجماعي ولعة الحوار والتفاهم بين الصحفيين العاملين في القناة، وتترجم هذه العناصر العلاقة الإيجابية التي تحكم طبيعة العمل بين القائمين بالاتصال والمسؤولين ما يدل على وجود إدارة تحترم رأي العاملين في المؤسسة وتسعي للاستفادة من الخبرات المهنية، مما يؤدي إلى زيادة شعور القائمين بالاتصال بالملكية والمسؤولية اتجاه عملهم وباتجاه المؤسسة ككل، وينعكس على جودة الأداء والمحظى الإعلامي للقناتين.
- تهم قناتي الدراسة بالتحسين المستمر بالتركيز على تبني مختلف التكنولوجيات الحديثة (68,54% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، و 75% في قناة الشروق نيوز)؛ مما يعكس وعي القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بأهمية التحول الرقمي وضرورة استغلاله ومواكبته في صناعة وتحويد الأخبار، و "يعتمد القائمون بالاتصال على تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي" (82,70% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، و 73,13% في قناة الشروق نيوز)، مما يعني امتلاك الصحفيين العاملين بقناتي الدراسة إلى ملكرة التحسين وال النقد الذاتي، مما يجعلهم أكثر تقبلا واستعدادا لمواكبة التطورات المتسارعة في عالم الإعلام، غير أنه يطرح من جانب آخر غياب دعم إدارة القناتين لهذه المبادرات الفردية، وما يؤكد ذلك سعي العاملين في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تحويد الخدمة الإخبارية (69,21% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية و 73,13% في قناة الشروق نيوز) والتي تستوجب ضرورة وجود تسهيلات وضمانات فعالة لطرح وتقديم هذه الطرق الابتكارية.

- التزم القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة بالحياد اتجاه عباري "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)" و "يخضع القائم بالاتصال

لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك" بنسبة (53,71 و 62,70 لقناة الجزائرية الثالثة الاخبارية) و(48,13% و 61,88 لقناة الشروق نيوز)، مما يستوجب من إدارة قناتي الدراسة تدارك الأمر بالعمل على رفع القيود على اختلافها (سياسية، مالية، تنظيمية..) التي تواجه الصحفيين أصحاب المشاريع الابتكارية والمواضيع المستجدة ذات الطابع التحليلي والاستقصائي، إلى جانب ضرورة تطوير مهارات الصحفيين بتكييف الدورات التدريبية وجعلها تتماشى مع متطلبات عصر الصناعة الرقمية للخبر.

- وعن الرضا الوظيفي فقد عكسته عبارات: "يشعر القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة" وذلك بنسبة متقاربة ( 77,53% قناة الجزائرية الثالثة، و 75% قناة الشروق نيوز)، و "يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة" ( 69,66% قناة الجزائرية الثالثة، و 68,75% قناة الشروق نيوز)، مما يعكس ظروف العمل الإيجابية للقائمين بالاتصال ودرجة ولائهم لمؤسسات عملهم، غير أن ذلك لم يمنع من غموض موقف القائمين بالاتصال الذي اتسم بالحياد تجاه عبارتي: "لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة" ( 62,25% قناة الجزائرية الثالثة، و 62,5% قناة الشروق نيوز) و "يتناقض العاملون في القناة راتباً مادياً محترماً نظير عملهم في المؤسسة"، وهذا يشير إلى عدة عوامل مرتبطة بمستوى الحرية التي يتمتع بها القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة والتي تدفعهم لخيار الحياد دون خيارات أخرى (موافق، موافق بشدة، معارض، معارض بشدة)، والذي قد يفسر بعدم رضا القائمين بالاتصال بشكل أكبر على العمل في قناتي الدراسة وكذا عدم كفاية الراتب الذي يتناقضونه.

- اختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول العبارة الأخيرة (رقم 21)؛ والقائلة بـ " تتفق توجهات وقناعات القائمين بالاتصال مع السياسة التحريرية للقناة " بنسبة 69,89% في حين التزم نسبة 66,25% من صحفيي قناة الشروق نيوز بالحياد تجاه ذات العبارة، مما يدل على وجود تباين في نسبة الحرية الممنوعة للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة والتي من شأنها أن تحد من الحرية المهنية والإعلامية للصحفيين بما يؤثر سلباً على جودة المحتوى والأداء الإعلامي.

- توأكب كلاً قناتي الدراسة التكنولوجيات الحديثة وتستخدمها في مختلف مراحل صناعة الخبر بدءاً من مرحلة جمع وإعداد الأخبار التي تعد من أكثر المراحل التي تستخدم فيها التكنولوجيات الحديثة، ثم مرحلة عرض وتقديم الأخبار فيما لا تتطلب مرحلة تحرير الأخبار توظيف التكنولوجيات باعتبارها جهداً شخصياً يتعلق بمهارات الصحفيين والمحررين في كتابة وتحرير المادة الإخبارية وفق قوالب وأسس مهنية وفنية.

- يُجمع القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على امتلاك القنوات التي يعملون بها منصات تواصل اجتماعي تأتي في مقدمتها الفيسبروك، فموقع اكس، ثم البث الحي للقناة على الانترنت ، يليه اليوتيوب ثم

الانستغرام بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة، فيما رتب صحفيو قناة الشروق نيوز في الفيسبوك، واليوتيوب، والبث الحي للقناة على الانترنت، موقع اكس ثم انستغرام، مما يدل على وعي المسؤولين والقائمين بالاتصال بأهمية وضرورة توظيف منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز التواجد الافتراضي لقناتي الدراسة وضمان الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور.

- اتفق القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على توظيفهم لمنصات التواصل الاجتماعي للقيام بالعديد من المهام والخدمات الجديدة والمرتبطة بالصناعة الرقمية للخبر كث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة، و إعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة، وكذا سبر آراء الجمهور من خلال متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور والرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين، بالإضافة إلى تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي بما يضمن في الأخير تقديم الخدمة الإخبارية لهذه القنوات في الفضاء الرقمي وتوسيع دائرة جمهورها باستقطاب المزيد من شرائح الجمهور الافتراضي.

- أكد القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على استفادتهم من منصات التواصل الاجتماعي في العديد من المزايا والخدمات التي باتت تتيحها هذه الواقع كدعم البث الساتلي (52,80% و 43,75% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي)، والمحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية (51.68%) و 43,75% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي) وتسهيل عملية التعرف على احتياجات الجمهور (49,43% و 34,37% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي) ، إلى جانب اعتمادها كمصدر للأخبار (40,62% و 47,19% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي) وأيضاً كأدلة لسبر آراء الجمهور (47,19% و 56,25% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي).

- يدرك القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية، حيث اتفقوا على ترتيبها وفقاً لخصائصها ومزاياها التقنية المتمثلة في سهولة تخزين واسترجاع المعلومات، و العمل على جذب أكبر قدر من الجمهور بالتنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية وتحقيق الإهتمام البصري وتجويد الصورة، ساعدها في ذلك قلة التكاليف المادية، كما تتيح هذه التكنولوجيات الحديثة للصحفيين سرعة التتحقق من صدقية وصحة مصادرهم ومعالجة الخلل الذي قد يقع أثناء تقديم النشرة، فيما اختلف القائمون بالاتصال في ترتيب عبارة تعزز جودة الأداء لدى المذيع في قناة الجزائرية الثالثة الترتيب الخامس (34,83%) مقابل الترتيب ماقبل الأخير (15,62%) في قناة الشروق نيوز، وجاءت عبارة تنبئ عن التقارير المشاهدة الحقيقة في الترتيب الأخير لكلا القناتين.

- اتفق القائمون بالاتصال على مجموعة من السلبيات التقنية التي قد تواجههم جراء الاستخدام المتنامي للتقنيات الحديثة في عالم صناعة الأخبار كإمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث فيما انحصرت مخاوفهم في تأثير هذه التكنولوجيات على جودة الأداء لدى الصحفيين كزرع الاتكالية وقتل روح الإبداع لديهم وكذا إمكانية أن تكون هذه التكنولوجيات بديلاً عن المذيع في المستقبل، فيما استبعد القائمون بالاتصال صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات وذلك للسهولة التي تميز استخدامها (الهاتف الذكي كأبسط مثال).

- يعتمد القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على مجموعة متكاملة من التكنولوجيات الحديثة في عملية صناعة وإنتاج نشرات الأخبار تتبع بين الحاسوب المزود بالإنترنت والهاتف المحمول الذكي وموقع التواصل الاجتماعي والكاميرات الرقمية المتنقلة، مما يعكس حرص قناتي الدراسة على الاستفادة من مزايا هذه التقنيات في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار، وكذا في التواصل مع المشاهدين والتفاعل معهم على المنصات الاجتماعية مما يدعم في الأخير التوجه الرقمي في صناعة الأخبار في قناتي الدراسة، فيما تشهد قناتي الدراسة ضعف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مما يتطلب زيادة وتوسيع استخدام هذه التطبيقات مستقبلاً خاصة في مجال عرض وتقديم الأخبار خدمةً لجودة الصورة والمحتوى معاً.

- أوضح القائمون بالاتصال أن الضغوط السياسية تأتي في مقدمة الضغوط التي تؤثر على جودة الأداء والمحتوى الإخباري في قناتي الدراسة وذلك رغم اختلاف ملكية القناتين عمومية (الجزائرية الثالثة الإخبارية) أو خاصة (الشروع نيوز)، وغالباً ما تترجم هذه الضغوط في شكل توجهات وأهداف السياسة التحريرية؛ الأمر الذي يفسر محدودية حرية القائمين بالاتصال في اختيار مواضيع دون أخرى يرون أنها جديرة بالتناول مما يؤثر على توازن موضوعية وزوايا تناول ومعالجة الأخبار.

- تقاربت نسب ضغوط قيم وعادات المجتمع (43,82% و 25%) واحتياجات وأذواق الجمهور (30,33% و 34,37%) لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز على التوالي، ويعود ذلك إلى طبيعة الرسالة الإعلامية الموجهة من قناتي الدراسة إلى ذات الجمهور الجزائري ومدى إدراك القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة لطبيعة هذا الجمهور وخصائصه الشخصية والثقافية التي تتطلب من قناتي الدراسة مراعاتها في صياغة وبث مضامينهم وموادهم الإخبارية.

- تقاربت نسب الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون في القناتين محل الدراسة جراء "تعنت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث"، حيث نجد أنها بلغت نسبة 43,82% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 34,37% في قناة الشروع نيوز، مما يطرح إشكالية التعريم عن الحقيقة من طرف المصادر التي غالباً ما تكتفي بعدم الخوض في تفاصيل ومعلومات تخص واقعة إخبارية دون الأخرى .

- اختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول نسب تأثير كلا من ضغط الإشهار ( 50% ) و 16,85% لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز على التوالي)، وهذا ما يقودنا إلى اختلاف طبيعة الوسائلتين محل الدراسة على اعتبار أن الإشهار يشكل عامل ضغط في القنوات الخاصة عكس القنوات العمومية؛ الأمر الذي يحيلنا إلى محدودية هامش الحرية الذي تتمتع به القنوات الخاصة في الجزائر مقابل القنوات العمومية والذي بدوره يؤثر على جودة الأداء المهني للصحفيين وعلى مضمون ومواصفات الخبر الجيد.

- اهتم القائمون بالاتصال في قناة الشروع نيوز بضغط الوقت ( 46,87% ) مقابل ( 28,08% ) من نظرائهم في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.

- اختلفت "ضغط علاقات العمل داخل المؤسسة" و "ضغط المنافسة" في القناتين محل الدراسة، حيث بلغت في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة نسبة 24,71% و 22,47% على التوالي مقابل 9,37% و 15,62% في قناة الشروع نيوز على التوالي، إلى جانب اتفاق القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة على محدودية ضغط ملكية الوسيلة وذلك بنسب ( 14,60% و 15,62% ) لقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة والشروع نيوز على التوالي.

- حدد القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة إيجابيات تعددية قطاع السمعي البصري في خلق التنافسية الوطنية والدولية ومعالجة مختلف المواضيع التي غفل عنها الإعلام العمومي والمواضيع الجريئة كالمواضيع السياسية والاجتماعية الحساسة بما يكفل حرية التعبير واتساع خيارات الجمهور تبعاً لتنوع البرامج والمواضيع الاخبارية المطروقة، واختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول العبارة القائلة بأن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة تشكل إضافة نوعية وهذا بالنظر إلى طبيعة القناتين؛ حيث أيد صحفيو قناة الشروع نيوز الخاصة هذه العبارة بنسبة 17,14% مقابل 12,37% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية العمومية، كما أن هذا الاختلاف مرده إلى كثرة القنوات الفضائية الخاصة (المعتمدة وغير المعتمدة) التي باتت تنشط في الساحة الإعلامية الجزائرية دون ضوابط قانونية أو تنظيمية مما يطرح تساؤلات حول أجندة هذه القنوات من جهة وجودة المحتوى المقدم للجمهور الجزائري من جهة ثانية.

- اختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة في ترتيب المآخذ التي جاءت بها تعددية السمعي البصري؛ حيث رکز صحفيو الجزائرية الثالثة الإخبارية بشكل أكبر على سوء استخدام حرية التعبير والتعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده وهذه ما يبرر لجوء سلطة ضبط السمعي البصري في الكثير من الأحيان إلى إيقاف برامج وحتى قنوات بأكملها، كما اعتبروا أن هذه القنوات ماهي إلا إضافة كمية وتعدد

ظاهري للمشهد الإعلامي، فيما ركز القائمون بالاتصال في قناة الشروق بشكل أكبر على كون هذه القنوات إضافة كمية للساحة الإعلامية الجزائرية أساءت لحرية التعبير ولقيم وعادات المجتمع الجزائري باعتبارها تحりكة فتية لم تنضج بعد، وتكشف هذه السلبيات المعبر عنها من طرف صحفيي قناتي الدراسة عن غياب التوازن بين الحرية الإعلامية كقيمة وحق في ممارسة المهنة الإعلامية وبين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية خاصة في معالجة المواضيع الاجتماعية والثقافية والفنية، كما تطرح من جانب آخر حدود الانفتاح الإعلامي الذي يتمتع به الإعلاميون سواء في القنوات الخاصة أو العمومية وما إذا كانت هذه الحرية صورية أو فعلية.

- وعن تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار فقد تقاربت نسب صحفيي كل القناتين في القول أنها في تحسن مستمر (50,56% قناة الجزائرية الاخبارية الثالثة، 59,37% قناة الشروق نيوز)، واعتبر نسبة 16,85% قناة الجزائرية الاخبارية الثالثة، 15,62% قناة الشروق نيوز أنها ذات مستوى جودة عالية، فيما اختار نسبة (20,22% من قناة الجزائرية الاخبارية الثالثة و15,62% من قناة الشروق نيوز) مستوى جودة "متوسطة"، واعتبر نسبة 12,35% من صحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة في مقابل نسبة 9,37% من صحفيي قناة الشروق نيوز أن مستوى الجودة في القناة التي يعملون بها "ضعيف"؛ ويعكس هذا التقييم امتلاك قناتي الدراسة خاصة الجزائرية الثالثة الإخبارية لمؤهلات المنافسة الإعلامية ومنافسة كبرى القنوات الإعلامية الرائدة في مجال صناعة الأخبار خاص في ظل توفر الإمكانيات المادية والبشرية وتعزيزها مستقبلا بالإرادة والمزيد من الانفتاح ومواكبة التكنولوجيات الحديثة كما يعكس من جهة أخرى حجم الطموح الإعلامي لدى القائمين بالاتصال في بلوغ مستوى الجودة الإخبارية.

- وبخصوص سبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموما والنشرة الإخبارية على وجه التحديد فقد ركز القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على ضرورة مواكبة وإدماج التكنولوجيا الجديدة في مراحل صناعة وعرض الأخبار والالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي (35,95% و 24,71% الجزائرية الاخبارية الثالثة على التوالي) و (28,12% و 25% قناة الشروق نيوز على التوالي)، وأولى صحفيي قناة الشروق نيوز اهتماما أكبر لحرية العمل الإعلامي بنسبة 18,75% مقابل 15,73% لصحفيي قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، مما يعكس طبيعة الإعلام الخاص الذي يتطلع للكسب المزيد من الحرية في الممارسة الإعلامية.

كما أن هناك فرق كبير بين قناتي الدراسة من حيث اهتمام القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز بالتكوين الدائم والمتواصل للصحفيين بنسبة 31,25 % مقابل 16,85 % لنظرائهم في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة مما يدل على حرص وإرادة القناة في تطوير مهارات طاقمها الصحفي خاصة إذا مأخذنا بعين الاعتبار حداثة القناة في مجال السمعي البصري وقلة خبرة طاقمها الذي يتكون من 81,25 % من الفئات الشابة.

وتقربت اقتراحات القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بخصوص منح الفرصة للكفاءات المختصة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتكنولوجية وتحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم، وكذلك الاهتمام بتلبية احتياجات الجمهور (19,10% و 10,11% و 12,35%) لصحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل (25% و 9,37% و 9,37%) لصحفيي قناة الشروق نيوز على التوالي.

وانفرد القائمون بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية باقتراح تنظيم عمل فرق تحضير النشرة وتوسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم بنسب 8,98% و 3,37% على التوالي مما يعكس غياب تنظيم العمل الداخلي لفرق العمل وقلة المراسلين الدوليين في القناة، الأمر الذي يستوجب توسيع شبكة مراسليها عبر العالم لتقديم محتوى إعلامي أكثر شمولية وتوازنا.

فيما انفرد القائمون بالاتصال باقتراح توسيع شبكة مراسليها داخل الوطن وتحقيق السبق الصحفي في تعطياتهم الإخبارية، وذلك في سبيل تحسين تغطيتها المحلية وشموليتها لمختلف مناطق الوطن وكسب المزيد من المصداقية كمصدر إخباري موثوق.

وعومما فقد أبانت مقتراحات القائمين بالاتصال الخاصة بسبل تطوير جودة الخدمة الإخبارية في قناتي الدراسة عن وجود تقارب وتقاطعات بين قناتي الدراسة؛ حيث ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على ضرورة تحقيق التوزن بين الخدمة العمومية ومواكبة التكنولوجيات الحديثة والمزيد من التوسع والانتشار العالمي، في حين ركزت قناة الشروق نيوز على بناء هوية إعلامية خاصة بها بالاستثمار في كوادرها المهنية وتوسيع طاقمها الإخباري عبر مختلف ربوع الوطن والسعى إلى كسب المزيد من الحرية في الممارسة الإعلامية.

**خاتمة**

## خاتمة

في ختام دراستنا يمكننا القول أن الانفتاح السمعي البصري في الجزائر أنتج لنا تنوعاً في المشهد السمعي البصري بتنوع القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة ومن ضمنها الإخبارية مما دفعنا للبحث في الوظيفة الإخبارية لهذه القنوات وبالعمق أكثر في واقع إنتاج الأخبار المقدمة للجمهور الجزائري ومدى جودة صناعتها بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروع نيوز، فواقع الممارسة الإعلامية في قناتي الدراسة عكس حالة من التطور المستمر في المشهد الإعلامي من خلال سعي كل قناة على حدى إلى تطوير أدواتها وتحسين أدائها في ظل المنافسة المتزايدة والتحديات التقنية والمهنية المتسرعة، مع الحفاظ على هويتها وخصوصيتها في تقديم المادة الإخبارية.

فقد كشف التحليل المعمق عن تداخل وتقطاف العديد من العوامل المتحكمة في جودة صناعة الأخبار من ناحية إنتاج المحتوى الإخباري وآليات ضبط الجودة، حيث كشفت الدراسة عن اختلافات جوهرية بتفوق القناة العمومية (الجزائرية الثالثة الإخبارية) عن نظيرتها الخاصة (الشروع نيوز) في أشكال تقديم المادة الإخبارية والذي يعززه إلى التطور التقني والبنية التحتية المتطرفة التي تتمتع بها قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بفضل التمويل الحكومي لها إلى جانب الإرث التاريخي والممارسة المهنية (الخبرة) للقناة مثلاً في أقدمية نشأتها باعتبارها امتداداً لقناة الجزائرية الثالثة العامة.

أما من ناحية مضامين المحتوى الإخباري؛ فلا تختلف قناتي الدراسة من حيث التزامهما بالخدمة العمومية في تقديم المعلومة وتنوير الصالح العام بالأخبار والتغطيات الشاملة التي تستهدف تلبية احتياجات الجمهور وشباع رغباته في إعلام هادف وملائم لمبادئ المسؤولية الاجتماعية، غير أن المسؤولية الاجتماعية هنا تكون مضاعفة؛ إذا يجد الصحفيون أنفسهم أما نوعين من المسؤولية؛ مسؤولية اجتماعية تجاه الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية؛ ومسؤولية تجاه حارس البوابة الأمر الذي يحول دون قدرتهم على تقديم معالجات أكثر عمقاً للقضايا الحساسة والمسكوت عنها، مما يؤثر سلباً على جودة المنتج الإخباري رغم الإمكانيات والموارد المتاحة.

ويُعَاب على القطاع الخاص مثلاً في قناة الشروع نيوز اعتماده في الكثير من الأحيان على المصادر الرسمية والبروتوكولية للأخبار مثله مثل القطاع العمومي ، بل يتعداه في ذلك إلى الاعتماد على القناة نفسها (الجزائرية الثالثة الإخبارية)، الأمر الذي أنتج لنا مواضيع إخبارية متباينة الموضوع والتوجه في الكثير من الأحيان، كما يطرح لدينا التساؤل حول إمكانية وجود مصادر بديلة يعتمدها القائمون بالاتصال، أم أن الأمر يرتبط بوجود ضوابط قانونية ورقابية على المصامين الإعلامية لا تنفصل عن ضغوط حارس البوابة بدءاً من السياسة التحريرية، إلى القواعد التنظيمية التي تضبط سلوك العمل الإعلامي المتسم بالتعاون

الجماعي وصولا إلى المحاذير السياسية التي توجه سير وعمل هذه القنوات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

كما أبانت الدراسة عن وجود نقاط التقاء بين قناتي الدراسة في تبني مجموعة من القيم الإخبارية دون الأخرى؛ تتمثل هذه القيم في الحداثة والآنية، الضخامة، الشهرة، القرب والمحليّة؛ وهي القيم الناجحة عن المعالجة و التغطية اليومية للأخبار والوطنية والمحليّة والتي لا تخرج عن نطاق توجيهات السياسة التحريرية للقناتين، في حين كشفت الدراسة عن اختلافات طفيفة في تركيز قناتي الدراسة على قيم إخبارية دون الأخرى؛ حيث ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على قيم التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية و التنمية الوطنية، والسيادة والوحدة الوطنية وهي قيم نابعة من صميم مبادئ المسؤولية الاجتماعية وترسيخ مفاهيم الوحدة الوطنية والتماسك المجتمعي.

فيما ركزت قناة الشروق نيوز على قيم الصراع، والسلبية من خلال الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية والصراعية التي تمس المواطنين كتغطيتها لمواضيع الغلاء المعيشى، والاحتجاجات الشعبية، والإضرابات إلى جانب المواضيع السياسية والأمنية كمواضيع الحروب والنزاعات الإقليمية والدولية.

إن عملية صناعة وإنتاج الأخبار التلفزيونية في قناتي الدراسة تمثل نموذجاً متكاملاً للعمل الإعلامي الذي تتشابك فيه مجموعة من الأدوار والمهام المهنية والإدارية التي لمسنا فيها امتلاك القناتين لمقومات ومبادئ الجودة، وتطلعهم للمنافسة الإعلامية بفضل البنية التحتية والتكنولوجية التي تتمتع بها القناتين (رغم التفاوت النسبي بين القناتين)، ووعي القائمين بالاتصال بسمعة وصورة القناة وبأهمية المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية ومدى استعدادهم للتميز والابتكار في المجال الإخباري خاصّة في ظل توفر بيئة عمل إيجابية تتسم بمساهمة العاملين في القناة في صنع القرار في مؤسساتهم واستشارتهم والأخذ بأرائهم.

إن أحد أبرز التحديات التي تواجهها قناتي الدراسة في عصر التحول الرقمي الرهيب تمثل في ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية في مختلف مراحل صناعة الخبر بدءاً من مرحلة جمع وإعداد الأخبار ووصولاً إلى مرحلة عرض وتقديم الأخبار، فإن كانت قناتي الدراسة عدم أثبّتا تواجدهما الرقمي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، والاستفادة منها للقيام بالعديد من المهام والخدمات الجديدة المرتبطة بالصناعة الرقمية للخبر بغرض تعزيز تواجدهم الافتراضي وضمان الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور والتعرف على احتياجاتهم، إلى جانب اعتمادها كمصدر للأخبار وأيضاً كأداة لسبر آراء الجمهور. فإن القناتين لا تزالان في المراحل الأولى من تبني استخدام التكنولوجيات الحديثة مالم تستغلها أحسن استغلال في عرض وتقديم الأخبار بما يسهم في تنوع القصص الإخبارية بتعزيز تقنيات الإبهار البصري وتجويد المادة الاخبارية بكل العمل على جذب الجمهور المتشتت بين موقع التواصل الاجتماعي المتنوعة ومشاهدة المحتويات المهاجنة.

غير أن الارتفاع بجودة الصورة التلفزيونية خاصة في جوانبها التقنية وتعدد أشكال تقديم المادة الإخبارية يجب أن يستتبعه تعزيز وتجوييد المضمرين الإخبارية على عدة مستويات وأصعدة من خلال بناء محتوى إعلامي متوازن يعكس تنوع المجتمع وقيمته المختلفة، وينبع المادة الإخبارية عمما تحليليا أكثر التصاقا باحتياجات ومتطلبات المجتمع الجزائري، ويتبني قيم إخبارية تتماشى ومبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية للوسيلة الإعلامية اتجاه الجمهور

ولا يتأتي لها ذلك إلا في ظل وجود بيئة إعلامية توازن بين الحرية الإعلامية وبين المسؤولية الاجتماعية للإعلام، وتتلاشى فيها مختلف الضغوط السياسية والاقتصادية التي تحد من استقلالية قناتي الدراسة ، ويطلب الأمر بناء أطر مؤسسية وتشريعية تسهم في حماية واستقلالية الممارسة الإعلامية في القنوات العمومية والخاصة في الجزائر وتحصين تقديم محتوى إعلامي موضوعي ونزيف يرتقي بجودة الممارسة الإعلامية، ويسهم في تعزيز الوعي الجماعي وبناء رأي عام مستنير يمتلك أدوات المشاركة الفعالة في صنع القرار.

هذا وتتطلع الدراسة إلى أن تكون قد أثبتت لمقاربات بحثية مستقبلية في حقل الإعلام السمعي البصري للتعقب أكثر في دراسة الظواهر الإعلامية المتقدمة تبعا للتغيرات التقنية والسياسية والاجتماعية الملحة وتحليل أبعادها المتشابكة، فنتائج الدراسة التحليلية والميدانية التي توصلت إليها دراستنا حول جودة الصناعة الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة تشكل أرضية خصبة تنطلق منها دراسات أخرى مستقبلا لنغوص في أعماق العلاقة الجدلية بين مكونات العملية الإعلامية والاتصالية (مرسل، رسالة، متلقى) بالتركيز على جانب مواضع محددة من قبيل؛ دور التكنولوجيا في تحسين جودة الأداء المهني للقائمين بالاتصال، والعلاقة الجدلية بين الملكية الإعلامية واتجاهات المضمون وتستكشف أيضا ديناميكية السلطة داخل المؤسسات الإعلامية وتأثيرها على الممارسات المهنية.

كما تفتح الدراسة المجال أمام بحوث تحليلية وميدانية مقارنة أوسع تشمل قنوات جزائرية عمومية كانت أو خاصة وتستهدف تحليل النماذج الإعلامية المختلفة وتأخذ بعين الاعتبار خصوصية الممارسة الإعلامية لهذه القنوات النابع من خصوصية المشهد السمعي البصري، دونما إغفال لحداثة تجربة الإعلام الفضائي الخاص في الجزائر والتشريعات الإعلامية المنظمة لها من جهة، ولتحولات الرقمية والمجتمعية المتسارعة وتأثيرها على مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي من جهة أخرى.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

القرآن الكريم

### 1. مراجع باللغة العربية

2. ابراهيم عبد الله المسلمي. (2012). الخبر الاعلامي في الألفية الثالثة (المجلد 1). القاهرة: دار الفكر العربي.
3. ابراهيم عبد المسلمي. (1995). إدارة المؤسسات الصحفية. القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع.
4. اتحاد إذاعات الدول. (2016). التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي. تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
5. أحمد اسماعيل المعاني، ناصر محمد جرادات ، و عبد الرحمن حمود المشهداني. (2012). أساليب البحث العلمي والإحصاء (الإصدار 1). الأردن، الأردن: دار إثراء للنشر والتوزيع.
6. أحمد بدر. (1994). أصول البحث العلمي ومناهجه. الدوحة: المكتبة الأكاديمية.
7. أحمد حسن السمان . (2019). الكتابة للوسائل المتعددة وغرف الأخبار المدججة (المجلد 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
8. أحمد شاهين. (2014). القصة الاخبارية في نشرات الأخبار الفضائية (المجلد 1). القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
9. أحمد، بن مرسلی. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (المجلد 3). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
10. إدوين إمرى ، فيليب ه أولت ، و وارين ك آجي . (2000). الاتصال الجماهيري. (ابراهيم سلامة ابراهيم ، المترجمون) القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
11. إسماعيل إبراهيم. (1998). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. القاهرة : دار الفجر.
12. آلان ستيفارت. (2007). ثقافة الأخبار (المجلد 1). (هدى فؤاد، المترجمون) القاهرة: مجموعة النيل العربية.
13. أمقران طيبى. (1 ديسمبر, 2021). المركز القانوني للصحفي المخترف في القانون الجزائري. مجلة معارف ، الصفحات 1-23

14. إيمان محمود أحمد. (2021). *تقييم الأداء الإعلامي لفضائيات الأخبارية العربية ط١*. القاهرة: دار العلا للنشر والتوزيع.
15. بركات عبد العزيز. (2015). *المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون (المجلد ٢)*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
16. بول لونغ، و تيم وول. (د ت ن). *سلطة الاعلام*. (هدى عمر عبد الرحمن، و نرمين عادل عبد الرحمن ، المترجمون) القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
17. بيار بورديو. (2004). *التلفزيون وآليات التلاعب بالعقل ط١*. (درويش الحلوجي، المترجمون) دمشق: دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الاعلامية.
18. تامر جواد الشريف. (2010). *تقسيم برامج التربية الإسلامية المقدمة في الإذاعات المحلية في ضوء معايير جودة البرامج الإذاعية* (رسالة ماجستير). كلية التربية ، غزة : الجامعة الاسلامية .
19. توماس ل ماكفيل. (2012). *الإعلام الدولي*. (حسني نصر، و عبد الله الكندي ، المترجمون) العين: دار الكتاب الجامعي.
20. جاري ديسлер. (2012). *إدارة الموارد البشرية*. (محمد سيد عبد المتعال، المترجمون) الرياض: دار المريخ.
21. جرن أندربياس والد، دوزان ريليك ، مارك ثومبسون ، و ماريوس دارجومير . (2005). *تطوير الاعلام المرئي في أوروبا*. تأليف مؤسسة المجتمع المفتوح، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا (حازم سالم، المترجمون، الصفحات 97-19). القاهرة، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان.
22. جمال الزرن. (2017, 03 27). *الإعلام التقليدي والمتجدد في سياق تجدد الإعلام الاجتماعي وشبكته*. تاريخ الاسترداد 05 09 , 2019 ، من مركز الجزيرة للدراسات : <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>
23. جمال عبد ناموس القيسي. (2013). *الأخبار في الصحافة الالكترونية (المجلد ١)*. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
24. جوديت لازار. (1994). *سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري*. (علي وطفة، و هيثم سطاجي، المترجمون) دمشق: دار الينابيع، للطباعة والنشر والتوزيع.

25. جون كورنل. (1999). التلفزيون والمجتمع – المخصص، التأثير، النوعية، الاعلانات-. (أديب خضور، المترجمون) دمشق، سوريا: المكتبة الاعلامية.
26. جون كورنل. (1999). التلفزيون والمجتمع – المخصص، التأثير، النوعية، الاعلانات-. (أديب خضور، المترجمون) دمشق: المكتبة الاعلامية.
27. جوني دانييل. (2015). أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
28. الجيلالي عماري. (2024). جودة انتاج الأخبار في القنوات العمومية (مقابلة شخصية). (حليمة قمورة، المحاور) مقر قناة الجزائرية الثالثة الاخبارية.
29. جيهان عوض نور. (2017). صناعة الخبر في الفضائيات العربية دراسة تطبيقية على قناتي الجزيرة وسكاي نيوز في الفترة من 2014 إلى 2017 (أطروحة دكتوراه). كلية الدراسات العليا، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
30. حبيب بن بلقاسم، هالة بن علي برناط، و فاتن بن لاغة الطابعي. (2020). أخلاقيات الاعلام في الزمن الرقمي. الرياض: د د ن.
31. حسن عماد مكاوي، و عاطف عدلي العبد. (2007). نظريات الاعلام. القاهرة: مركز بحوث الرأي العام.
32. حسن مظفر الرزو. (2013). حروب المعلومات الإعلامية. تأليف مجموعة باحثين ، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع (المجلد 2، الصفحات 125-136). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
33. حسينة زياني رحال . (1 جوان ، 2017). قراءة في قانوني الاعلام لستي 1990 و 2012. مجلة المعيار، الصفحات 416-442.
34. حليمة قمورة ، و نوره شلوش . (1 مارس, 2024). انعكاسات توظيف تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي على جودة المعالجة الإعلامية للحرب الروسية الأوكرانية في القنوات الاخبارية العربية. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، الصفحات 348-366.
35. حمود عبد الفتاح رضوان. (2012). إدارة الجودة الشاملة – فكر وفلسفة قبل أن يكون التطبيق- (الإصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للتدریب والنشر.
36. خضير كاظم حمود . (د س ن). إدارة الجودة الشاملة. عمان: دار المسيرة.
37. ديمينغ روبرت هاغستروم. (2009). إدارة الجودة الشاملة. ( هند رشدي، المترجمون) القاهرة: دار كوز.

38. راسم محمد الجمال . (2004). الاتصال والاعلام في الوطن العربي ط3. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية .
39. رامي نجم. (2017). صحافة المواطن في عيون طلاب إعلام من لبنان: استخداما وتفاعلـا. تأليف نهوند القادري عيسى (المحرر)، ضمن أعمال المؤتمر الذي نظمته كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية حول الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات (الصفحات 294-269). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
40. رشديي أحمد طعيمة. (دار الفكر العربي). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية. القاهرة: 2004.
41. رضوان مفلح العلي ، مصطفى يوسف كافي ، و نيرمين خلدون أحمد. (2016). مدخل إلى وسائل الإعلام الالكتروني والمصائفي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
42. رون إف سميث. (2018). أخلاقيات الصحافة. (مُحمد حامد درويش ، المترجمون) المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي آي سي.
43. الزهرة بوجفجوف. (2015/2016). أولويات النشرات الاخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة دراسة مقارنة بين قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1 الجزيرة، farance 24 (أطروحة دكتوراه). كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، قسنطينة : جامعة قسنطينة 03.
44. زهور شيتوري ، و قوي بونجية . (1 جوان ، 2018). التنظيم القانوني لسلطة ضبط السمعي البصري في الجزائر. دفاتر السياسة والقانون ، الصفحات 317-330.
45. سعيد السيد، و سامي الشريف. (2005). الأخبار الإذاعية والتلفزيونية . القاهرة : د د ن.
46. سعيد مراح ، و محمد قارش. (2017). الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات. مجلة الحقيقة ، الصفحات 345-360.
47. سمير عمر . (2014). الاعلام والانتخابات. القاهرة: د د ن.
48. سمير محمد حسين . (2006). بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.
49. صباح ياسين . (2013). الإعلام الفضائي في الوطن العربي – تحليل للمضمون والتأثير في النخبة والرأي العام، (الإصدار 1). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
50. طارق عبد الرؤوف، و ايها عيسى المصري. (2014). الجودة الشاملة والاعتماد الأكاديمي في التعليم اتجاهات معاصرة (الإصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع.

51. عبد العزيز بركات ، و محمد معرض. (2000). الخبر الإذاعي والتلفزيوني (ط2). القاهرة: دار الكتاب الحديث.
52. عادل عبد الغفار. (2005). تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية في ضوء عينة آراء من النخبة الاعلامية المصرية . مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام حول الفضائيات العربية ومتغيرات العصر.1 ، الصفحات 343-386. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
53. عاشرور فني. (2013). اقتصاد وسائل الاعلام المرئية والمسموعة في الجزائر. الجزائر: المؤسسة الوطنية للنشر والاشعار.
54. عباس مصطفى صادق. (2018). الاعلام والواقع الافتراضي. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
55. عبد الجماد سعيد ربيع. (2005). فن الخبر الصحفي (المجلد 1). القاهرة: دار الفجر.
56. عبد الحميد عبد الجيد البلداوي، و زينب شكري نديم. (2007). إدارة الجودة الشاملة والمغولية والتقنيات الحديثة في تطبيقها واستدامتها (المجلد 1). عمان: دار الشروق.
57. عبد الرحمن عزي . (2013). الرأسمال الرمزي الجديد. تأليف مجموعة باحثين ، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع (الصفحات 89-123). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
58. عبد الرحمن عزي. (2013). دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز (الإصدار 3). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
59. عبد الرزاق الزاهر. (2011). الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار. المغرب: د د ن.
60. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). الخبر في وسائل الاعلام. عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
61. عبد الرزاق الزاهر. (2011). دراسات حول الاعلام التلفزيوني. دار القرويين: الدار البيضاء.
62. عبد الستار جواد. (2001). فن كتابة الأخبار—عرض شامل للقواعد الصحفية وأساليب التحرير الحديثة—(الإصدارات 2). عمان: دار مجلداوي.
63. عبد الصمد مطيع. (2016). الجودة في القنوات التلفزيونية العمومية الأوورية — المحددات والأسس-. مجلة الاذاعات العربية، الصفحات 39-29.
64. عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي. (د ت ن). سوسيولوجيا الخبر الصحفي — دراسة في انتقاء ونشر الأخبار-. القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع.

65. عبد الله الغزامي . (2005). الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي ط2. المغرب: المركز الثقافي العربي.
66. عبد النبي خزعل . (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاعلامية، . بيروت: دار النهضة العربية.
67. عبد الوهاب بوخنوفة . (2017). الثقافة الصحفية العربية دراسة في تصورات الصحفيين العرب. تأليف نهوند القادري عيسى (المحرر)، مقدمة ضمن أعمال المؤتمر الذي نظمته كلية الاعلام في الجامعة اللبنانية حول الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات (الصفحات 297-316). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
68. عظيم كامل الجميلي، و ثناء اسماعيل العاني. (2012). صناعة الأخبار التلفزيونية (الإصدار1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
69. علي كنان. (2015). إدارة المؤسسات الاعلامية والصحفية (الإصدار1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
70. عمار أحمد ياسر. (2020). التقنيات الاتصالية للاعلام(الإصدار1) . القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة.
71. عمر أبو عرقوب. (14, 7, 2019). نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها . تاريخ الاسترداد 15 جوان , 2021 ، من معهد الجزيرة للإعلام:  
<https://elearning.aljazeera.net/ar/fellowship/page-128>
72. عمر وصفي عقيلي . (2009). مدخل إلى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة—وجهة نظر—، (الإصدار2). عمان: دار وائل.
73. عواطف ابراهيم الحداد . (2009). إدارة الجودة الشاملة. (الإصدار 1). عمان: دار الفكر.
74. فاروق أبو زيد. (1998). فن الخبر الصحفي (الإصدار2) . القاهرة: عالم الكتب.
75. فانغ ايرفينغ . (2009). الأخبار الإذاعية والتلفزيونية. (أديب خضور، المترجمون) دمشق: المكتبة الإعلامية.
76. فوزية عكاك. (2012). القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي -ديسمبر 2007 (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم السياسية والاعلام، ، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
77. فيليب برو. (1998). علم الاجتماع السياسي ط1 . (محمد عرب صاصيلا، المترجمون) بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

78. كارولينا ديانا لويس . (1993). *التغطية الإخبارية للتلفزيون*. (محمد شكري العدوى، المترجمون) القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
79. كامل خورشيد مراد. (2014). *الاتصال الجماهيري والاعلام ط2*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع .
80. لوب لانجتون. (2018). *الصحافة المصورة والأخبار في عالم اليوم*. (زينب عاطف، المترجمون) المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي آي سي.
81. ليلى فقيري. (2016/2015). إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاعلامية – دراسة حالة قناة نسمة الفضائية (أطروحة دكتوراه علوم). كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، عنابة : جامعة باجي مختار.
- 82.ليندة بيوسف. (15 جوان ، 2014). رهانات قطاع السمعي البصري في ظل التعددية الاعلامية دراسة في التشريع الاعلامي الجزائري. مجلة الاتصال والصحافة ، الصفحات 351-382.
83. مالية مكيري. (13 جانفي, 2018). حراسة البوابة الإعلامية مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية . مجلة المعيار ، الصفحات 406-419.
84. مأمون سليمان الدراركة . (2015). إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء (الإصدار2). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
85. مبارك بن محمد الميلي. (د س ن). *تاريخ الجزائر في القديم والحديث*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
86. مبارك علوى لزمن. (2020). إدارة الجودة الشاملة واستراتيجية المنظومة الأمنية (الإصدار 1). اليمن: مطبع الماشية.
87. محسن المهدى سعيد، و حسن حسين البلاوى. (2006). أسس المعايير والجودة الشاملة. تأليف رشدى أحمد طعيمة ، الجودة الشاملة في التعليم بين مؤشرات التميز ومعايير الاعتماد (الإصدار 1، الصفحات 23-31).
88. محمد قنطرة. (2016). الجودة والحكمة: أية مفاهيم ؟ أي واقع؟ مجلة الاذاعات العربية، 2016 ، الصفحات 9-16
89. محمد الصيرفي. (2006). إدارة الجودة الشاملة *TQM* (الإصدار1). القاهرة: دار حورس الدولية للنشر والتوزيع.
90. محمد صادق. (2014). إدارة الجودة الشاملة في التعليم (الإصدار 1). القاهرة: الجموعة العربية للتدريب والنشر.

91. محمد عبد الوهاب العزاوي. (2005). إدارة الجودة الشاملة (الإصدار 1). الأردن: دار اليازوري.
92. محمد فلاق. (2018). إدارة الجودة الشاملة - مفاهيم وتطبيقات - (الإصدار 1). تلمسان، الجزائر: النشر الجامعي الجديد.
93. محمد الفاتح حمدي ، و عبد القادر عراضة . (2013). إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية. عمان: دارأسامة.
94. محمد الكر. (2011, 12, 19). الإعلام والسياسة في العالم غزو فكري أم نضج سياسي. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، 3، الصفحات 387-396.
95. محمد جمال الدين ابن منظور. (د س ن). لسان العرب. القاهرة : دار المعارف.
96. محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . القاهرة: عالم الكتب.
97. محمد عبد الحميد. (2010). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
98. مدحت أبو النصر . (2015). إدارة الجودة الشاملة – استراتيجية كابينز اليابانية في تطوير المنتجات- (الإصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
99. مراد ميلود. (2022). صناعة الأخبار وآليات تحريرها في الإذاعة والتلفزيون. الجزائر: ألفا للوثائق والنشر والتوزيع،.
100. مركز المستقبل للدراسات والأبحاث المتقدمة. (2 ماي, 2018). الانترنت التلفزيوني تصاعد الاستعانة بمحتوى الانترنيت في الإعلام المرئي التقليدي الموقع: . تاريخ الاسترداد 4 أوت, 2019، من مركز المستقبل للدراسات والأبحاث المتقدمة: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/3888>
101. مسعود قانة. (2010/2011). تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية حالة المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV (رسالة ماجистير). كلية العلوم السياسية والاعلام، الجزائر: جامعة الجزائر 03.
102. مصطفى يوسف كافي. (2015). اقتصاديات صناعة الإعلام (الإصدار 1). عمان: دار الحامد.
103. مصطفى حميد الطائي، و خير ميلاد أبو بكر . (2007). منهاج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (المجلد 1). القاهرة: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
104. منال هلال المزاهرة . (2012). نظريات الاتصال. عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
105. منال هلال المزاهرة. (2014). منهاج البحث الإعلامي (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة.

106. مني سعيد الحديدي، و شريف درويش اللبناني. (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
107. موريس، أنجرو. (2006). منهاجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية – تدريبات عملية- (الإصدار 2). (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، و سعيد سبعون ، المترجمون) الجزائر: دار القصبة.
108. موسى بن عودة . (2017/2018). القيم الاخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة وذair تيفي والخبر(أطروحة دكتوراه) . كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم : جامعة عبد الحميد بن باديس.
109. مي العبد الله، و عبد الكريم شين. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (الإصدار 1). بيروت: دار النهضة العربية.
110. ميلفن ميتنشر. (2008). تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون (الإصدار 2). (أديب خضور، المترجمون) دمشق: المكتبة الإعلامية.
111. نصر الدين لعياضي. (2015). عribat التأويل. الشارقة : دائرة الثقافة والإعلام .
112. نصر الدين لعياضي . (2016). صعوبات التفكير في تلفزيون الجودة بالمنطقة العربية. مجلة الإذاعات العربية، الصفحات 17-28.
113. نصر الدين لعياضي . (2017). برامج تلفزيون الواقع وإرهادات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر. مقاومة ضمن أعمال المفترض الذي نظمته كلية الاعلام في الجامعة اللبنانية حول الاعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات (الصفحات 100-83). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
114. نور المهدى عبادة. (20 جوان ، 2018). قانون الاعلام في الجزائر من 1982-2012 بين الثابت والمتغير. المجلة الأفريقية للدراسات القانونية والسياسية ، الصفحات 147-167.
115. هيبي الهيثي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات (الإصدار 1). عمان: دار أسامة.
116. هيرالد ال روبرت. (2003). الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة. (مؤيد فوزي، المترجمون) الامارات: دار الكتاب الجامعي.
117. وديع العززي . (2017). القنوات الفضائية في عصر ثقافة الصورة وتقنيات الاتصال الحديثة . الامارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي .

118. وسام راضي، و مهند التميمي. (2017). *الإعلام المعاصر تحولات اتصالية ورؤى معاصرة* . بيروت : دار الكتاب الجامعي.
119. وكالة الأنباء الألمانية . (21 يناير, 2013). الانترنت تترك بصمتها على التلفزيون المستقبلي. تاريخ الاسترداد 03 أفريل, 2018، من الإمارات اليوم: <https://www.emaratalyoum.com/life/life-style/2013-01-21-1.542708>
120. يوسف تمار. (2007). *تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين* (الإصدار 1). الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.
121. يوسف حجيم الطائي ، مؤيد عبد الحسين الفضل ، و هاشم فوزي العبادي. (2006). *إدارة الموارد البشرية – مدخل استراتيجي متكمال*– (الإصدار 1). عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.

**مراجع باللغة الأجنبية:**

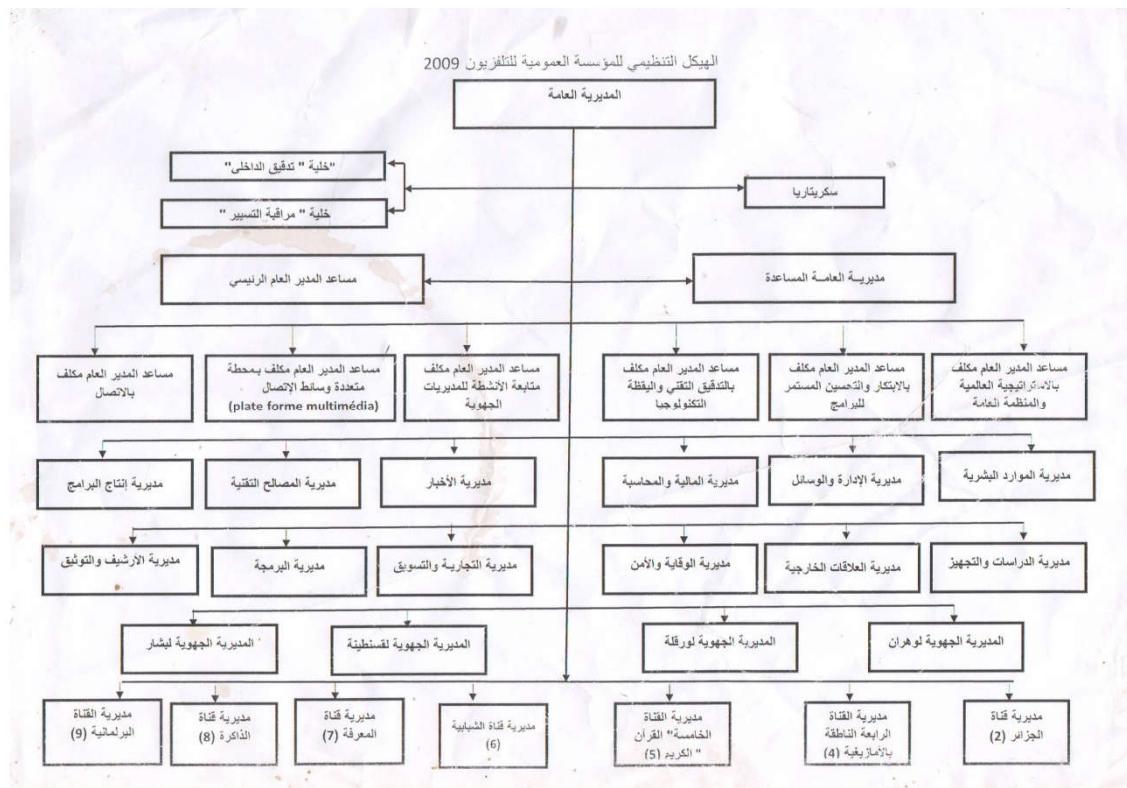
122. Bidart, S. A. (2018–2019). How International News Constructed: The Case of Arab Spring ( Thèse de Doctorat) . École Doctorale Montaigne Humanités, France: Université Bordeaux Montaigne.
123. Derville, G. (1999, Octobre O). Le journaliste et ses contraintes. *revue Les cahier Du Journalisme*(6), pp. 152–177.
124. Dubois, J. (2016, trimestre 1er). Bouleversement médiatique et qualité de l'information. *Les études de communication publique*, pp. 1–84.
125. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis 1*(Vol. 2). London: Sage Publicaion.
126. Lacy, S., & Rosenstiel, T. (2015, 03 01). *Defining and Measuring Quality Journalism*. Retrieved 06 17, 2019, from <https://www.issuelab.org/resources/31212/31212.pdf>; <https://www.issuelab.org/resources/31212/31212.pdf>
127. Laurence, G. (2006). *Media Making*(Vol. 2).

128. Urbane, J., & Schweiger, W. (2013, November 8). News Quality from the Recipients' Perspective. *Journalism Studies*, pp. 1–20.
129. Watson, J., & Hill, A. (2012). *Dictionary of Media and Communication Studies* (Vol. 8). London: Bloomsbury Academic.
130. Zaller, J. (2003). A News Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *revue political and communication*, pp. 109–130.
131. Aude, Q. (2013/2014). La qualité en télévision : Études préalables, conception et réalisation d'un qualimat de la télévision en Belgique francophone pour le magazine Télépro(grade de Master) . Faculté de Philosophie et Lettres, Liège: Université de Liège .
132. Charron, J., & Bonville, J. d. (2002, trimestre 4e). Le Journalisme dans le "système" médiatique Concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique. *Les Études de communication publique*, pp. 1–57.
133. Cioldi, F. L. (2003). le questionnaire. Dans M. Serge, & F. Buschini, *Les Methodes des Sciences Humaines* (Vol. 1, pp. 187–220). Paris, France: Presse Universitaire de France.
134. Jost, F. (2013, Octobre 18). *Comment parler de la qualité?* Consulté le Mai 12, 2021, sur [https://www.researchgate.net/publication/314447013\\_Comment\\_parler\\_de\\_la\\_qualite](https://www.researchgate.net/publication/314447013_Comment_parler_de_la_qualite): <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n2p282>

2. قانون الإعلام لعام 1982، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 6 بتاريخ 6 فيفري 1982.
3. قانون الإعلام 1990، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، الصادر بتاريخ 3 أفريل 1990.
4. القانون العضوي المتعلق بالإعلام 2012، رقم 12-05، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، الصادر بتاريخ: 12 جانفي 2012.
5. قانون الإعلام 2014، رقم 12-05، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، الصادر بتاريخ 23 مارس 2014.

# قائمة الأشكال والملحق

**الشكل رقم 1 : يمثل الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون 2009**



المصدر: قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

الملحق رقم (1) : يتضمن أسماء المحكمين لأداتي استمارة الاستبيان وأداة تحليل المضمون

الرقم	اسم ولقب الحكم	التخصص	الرتبة العلمية	مؤسسة الانتماء
1	نورة شلوش	دكتوراه علوم الإعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3
2	يوسف تمار	دكتوراه علوم الإعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3
3	محمد حمام	دكتوراه علوم الإعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي	جامعة زيان عاشور - الجلفة-
4	مريم ضربان	دكتوراه علوم الإعلام والاتصال	أستاذ مساعد "أ"	جامعة تيبيازة

الملحق رقم (2) : يتضمن استماراً تحليل المضمون

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استماراً تحليل المضمون

تحية طيبة وبعد:

تم إعداد هذا الاستبيان في إطار إعداد أطروحة دكتوراه بحث بعنوان:

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018

لذا نرجو من سعادتكم المساهمة في إنجاح هذه الدراسة بالاطلاع على دليل الاستماراً الخاص بتحليل المضمون الذي قمنا فيه باختيار عدة وحدات وفئات التحليل التي رأينا أنها تتماشى مع طبيعة دراستنا، لذلك يرجى منكم الإشراف على تحكيم هذه الاستماراً بكتابة كافة الملاحظات والتوصيات والتعديلات التي ترونها مناسبة.

نشكركم مسبقاً على حسن تعاؤنكم معنا .

إشراف:

إعداد الطالبة:

أ.د: نورة شلوش

حليمة قمورة

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون.

## قائمة الأشكال والملاحق.....

أولاً: معلومات خاصة بالقناتين محل الدراسة

1/ الخصائص الفنية لعينة الدراسة

مدة النشرة  تاريخ البث

التوقيت  الإتاحة

ثانيا: تحليل فئات الشكل

2/ معدل زمن وعدد عناوين النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة

قناة الشروق نيوز  قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

3/ العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة

قناة الشروق نيوز  قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

4/ أشكال تقديم المادة الإخبارية

الشروق نيوز		الجزائرية الثالثة الإخبارية		القناة	نوع القالب الفي
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار		
				صور ثابتة	
				مادة فيلمية حية مسجلة	
				مادة فيلمية + صور ثابتة أو جرافيك (بيانات، احصاءات..)	
				مادة فيلمية حية (بث مباشر)	
				مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية)	
				مادة فيلمية + صور أرشيفية	
				اتصال مباشر (هاتفي، سكايب)	
				مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية	
				OFF	بدون صور

## قائمة الأشكال والملحق.....

### 5/ توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة

<input type="checkbox"/>	تقرير	<input type="checkbox"/>	خبر قصير		
<input type="checkbox"/>	تحليل	<input type="checkbox"/>	بورتريه	<input type="checkbox"/>	ريبورتاج

### 6/ نوع القوالب الفنية المستخدمة في قناتي الدراسة

<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المقلوب	<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المعتمد	<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المتدرج
--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

ثالثاً: تحليل فئات المضمون

### 7/ التوزيع الجغرافي تبعاً لموضوع الخبر

<input type="checkbox"/>	أخبار دولية	<input type="checkbox"/>	أخبار إقليمية	<input type="checkbox"/>	أخبار وطنية
--------------------------	-------------	--------------------------	---------------	--------------------------	-------------

### 8/ توزيع الأخبار طبقاً حالية الخبر في قناتي الدراسة

<input type="checkbox"/>	غدا	<input type="checkbox"/>	اليوم	<input type="checkbox"/>	أمس
<input type="checkbox"/>	غير معروف الحالية	<input type="checkbox"/>	معروف موعده ضمن سياق الحدث (مستقبل، تحديد زمني..)		

### 9/ توزيع المادة الإخبارية في قناتي الدراسة وفق فئة الموضوع

<input type="checkbox"/>	اقتصادي	<input type="checkbox"/>	عسكري وأمني	<input type="checkbox"/>	سياسي
<input type="checkbox"/>	صحي	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	اجتماعي وإنساني
<input type="checkbox"/>	رياضي	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	ثقافي (فن، تراث..)
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	آخر	<input type="checkbox"/>	ديني - تاريخي

### 10/ مصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قناتي الدراسة

#### أ- المصادر الداخلية

<input type="checkbox"/>	بيانات رسمية (رئاسية، حكومية ..)	<input type="checkbox"/>	ال صحفي (مندوب، مراسل محلي..)
<input type="checkbox"/>	وسائل إعلام وطنية عمومية	<input type="checkbox"/>	منصات التواصل الاجتماعي
<input type="checkbox"/>	مواطنون	<input type="checkbox"/>	مراسل خارجي
		<input type="checkbox"/>	اتصال هاتفي

## قائمة الأشكال والملاحق.....

### ب- المصادر الخارجية

بيانات رسمية أجنبية (سياسية، عسكرية..)

وسائل إعلام أجنبية

دون ذكر المصدر

وكالات أنباء أجنبية

### 11/ مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة

تحتمل القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية

تغطي القناة القصص الإنسانية والاجتماعية الملهمة

تقدّم القناة معلومات توعوية حيال الأزمات والكوارث تجنبًا لإثارة الخوف والذعر

تعطي القناة لمختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن

تحتمل النشرة بأخبار تحكم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة

تحتمل النشرة على تعطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد

تحتمل النشرة بموضوعات تخص المرأة والطفل

### 12/ القيم الإخبارية في قناتي الدراسة

الحداثة والآنية

الصراع

المحلية وقرب

التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية

التنمية الوطنية

الضخامة والأهمية

الشهرة

السيادة والوحدة الوطنية

السلبية

الإيجابية

الملاحق رقم (03): دليل التعريفات الإجرائية

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استماراة تحكيم أداة تحليل المضمون

تحية طيبة وبعد:

يشرفي أن أضع بين أيديكم التعريفات الإجرائية الخاصة بفئات تحليل مضمون نشرات أخبار قناتي الدراسة الخاصة بأطروحة الدكتوراه الموسومة بـ:

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

1. دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروع نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018

نلتسم من حضرتكم قراءة استماراة دليل التعريفات الإجرائية بتمعن مع تدوين النقائص والملاحظات الالزمة.

ملاحظة: يُرجى منكم وضع العلامات التالية:

\*وضع حرف (A) أمام التعريف الذي ترون أنه يتاسب مع معناه في مضمون الدراسة.

\*وضع حرف (B) أمام التعريف الذي تقتربون إعادة تعديله.

\*وضع حرف (Z) أمام التعريف الخاطئ.

إشراف الأستاذة الدكتورة

إعداد الطالبة:

أ.د نوره شلوش

حليمة قمورة

الاسم الكامل للأستاذ المرمز: .....

الرتبة العلمية: .....

مؤسسة الانتماء.....

## التعريفات الإجرائية:

### أولاً: فئات الشكل

#### أ/ أشكال تقديم المادة الإخبارية

2. صور ثابتة : وهي الصور الثابتة التي ترافق المذيع أثناء إلقاء الخبر ، وقد تكون خلف المذيع أو بجانبه، كما يمكن أن تغطي كامل الشاشة مع استمرار المذيع في قراءة الخبر، وتتوب هذه الصور عن المادة الفيلمية الحية لعدم توفرها .
3. مادة فيلمية حية: وهي عبارة عن فيديوهات قصيرة المدة الزمنية يوفرها الصحفيون (موفدون، مراسلون..) من مكان الحدث لنغطياتهم الإخبارية وفق شكل فني مناسب (تقرير، بورتريه، روبورتاج...).
4. صور أرشيفية: وقد تكون صور ثابتة أو فيديوهات قديمة يتم بها تعليم المادة الإخبارية سواء من أرشيف القناة أو من أرشيف قنوات تلفزيونية أو من سائل إعلام أخرى.

#### ب/ توزيع أشكال المادة الإخبارية

- الخبر القصير: خبر مختصر المعلومات، يقوم بنقل أهم المعلومات دون التعمق في تفاصيلها من خلال الإجابة على أسئلة الخبر السنت المعروفة أو أقل، يتميز بال المباشرة والجمل القصيرة.
- التقرير: هو خبر مفصل، يجيب عن كل أسئلة الخبر بالتعقيم في ذكر التفاصيل بالشرح والوصف الدقيق، وهو أكثر الأنواع توظيفا في النشرات الإخبارية.
- الروبورتاج: نوع صحفي أشبه بالمرحلة الميدانية يمتاز فيها الوصف الدقيق للخبر بتفاصيله وزواياه مع شهادات حية ونسب وأرقام حول الواقعية الإخبارية.
- البورتريه: أسلوب فني يعتمد على سرد سير شخصيات بارزة أو الإضاءة على شخصيات غير بارزة، وعادة ما يتناول البورتريه سير فنانين و مشاهير في مختلف المجالات (السياسة، الفن، الدين، الإعلام...) بالتعرض إلى جوانب بارزة في حياتهم و مختلف إنجازاتهم و مواقفهم.
- التحليل: أرقى الأنواع الصحفية كتابة حيث توكل مهمة تحرير هذا النوع للصحفيين ذوي الخبرة والقدرة الإبداعية على الكتابة، كونه يقوم بفك شيفرات الخبر من البحث عن ما الذي حدث؟ إلى كيف حدث؟، بأسلوب حيادي ووفق سياسات سياسية أو اجتماعية أو تاريخية أو اقتصادية تُمكّن القارئ أو المستمع من مقاربة الحادثة وفهمها فهما يتجاوز فضول معرفة حيالات الخبر إلى تكوين الوعي والموقف اتجاه الموضوع المتناول.

#### ج/ نوع القوالب الفنية المستخدمة

- قالب الهرم المقلوب: يعتبر من أكثر القوالب استخداما في تحرير الأخبار، حيث يتم فيه تحرير الأخبار وفق قاعدة الأهم فالملهم فال أقل أهمية أي يقوم على ذكر تفاصيل الخبر الأكثر أهمية في بداية الخبر ثم المهمة وفي الأخير يورد الأخبار الثانوية أو الأقل أهمية.
- قالب الهرم المعتدل: وهو عكس الهرم المقلوب، حيث يقوم على الموزنة في عرض المعلومات والإلعام بمختلف تفاصيلها بالتدريج، ويتألّم هذا النوع مع الأخبار التحليلية والقصصية.

- قالب المرمي المقلوب المتدرج: يجمع بين مزايا القالبين السابقين، ويتناسب مع الأخبار الطويلة وذات المواضيع الثانوية المتعددة، حيث يقوم الصحفي بتحرير كل خبر على حدا وفق المرمي المقلوب ليتم تركيب هذه الأخبار بالترتيب في خبر رئيسي واحد.

### ثانياً: تحليل فنات المضمون

أ/ فنون الموضوع: وتم تصنيف هذه الفنون إلى فنون فرعية تمثل في ما يلي:

- المواضيع السياسية: وتعني بالأمور السياسية سواء داخل البلد من خلال معالجة القضايا والأنشطة المتصلة بالحكم والسلطة وإدارة الشأن العام عموماً أو خارج البلد من خلال مواقف السياسة الخارجية للبلد من خلال تفاعلاً لها مع المجتمع الدولي.

- المواضيع العسكرية والأمنية: تتعلق بمسائل الأمن والاستقرار الوطني، وتشمل تعطية الأنشطة العسكرية والأمن الداخلي، ومكافحة الجريمة بأنواعها، والتهديدات الأمنية التقليدية والسيبرانية، كما تشمل العلاقات الدولية في بعدها الصراعي من خلال تعطية بؤر الحروب والنزاعات الدولية.

- المواضيع الاقتصادية: وتشمل معالجة القضايا الاقتصادية المتصلة بالإنتاج والاستهلاك والتوزيع (فلاحة، تجارة، صناعة)، والمواضيع الاقتصادية ذات الأبعاد التنموية من خلال برامج ومشاريع التنمية الوطنية والتنمية المستدامة، وبناء القدرات والبنية التحتية للبلد، إلى جانب تناول مواضيع الاقتصاد العالمي في إطار التكتلات الاقتصادية الإقليمية والدولية، والمنافسة والنمو الاقتصادي والإنتاجية.

- المواضيع الاجتماعية والإنسانية: وتتناول المواضيع المرتبطة بالبنية المجتمعية بالطرق إلى كل ما يهم المجتمع من تعليم، وصحة، وتربيه، وقضايا المرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية والعادات والتقاليد، إلى جانب المواضيع الإنسانية التي تحمل على التعاطف والتضامن الإنساني.

- المواضيع الثقافية: تعالج المواضيع المتعلقة بمكونات الهوية الوطنية، وكل ما له علاقة بالإنتاج الفني والأدبي والفكري عموماً.

- المواضيع الصحية: تتناول مواضيع الصحة العامة، والرعاية الصحية والخدمات العلاجية ومتابعة الأوبئة والأمراض المعدية والتوعية الصحية والوقائية.. وغيرها.

- المواضيع الرياضية: وتعنى بمعالجة المواضيع والأنشطة الرياضية البدنية والتنافسية والترفيهية.

- المواضيع الدينية: وتشمل معالجة مواضيع الأنشطة والشعائر الدينية، وكل ما له علاقة بالأبعاد الروحية والأخلاقية في الحياة العامة.

- المواضيع التاريخية: وتمثل في كل ما له علاقة بالذاكرة الوطنية، ومعالجة المواضيع والأنشطة المخلدة للهوية والوحدة الوطنية.

- مواضيع أخرى: وتمثل في كل المواضيع التي لا تندرج ضمن المواضيع أعلاه كمواضيع الوفيات، وأحوال الطقس.

ب/ فنون المصادر: تم تقسيم فنون المصادر إلى:

- المصادر الداخلية: وتمثل في كل المصادر التي تعتمد其她 قنوات الدراسة من داخل الوطن مثل الصحافة، والبيانات الرسمية (رسمية، حكومية ..)، وموقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الوطنية، والمواطنون والاتصالات الهاتفية بين المذيع مصدر الخبر (مسؤول، موظفون ..).

- المصادر الخارجية: وتمثل في البيانات الرسمية الأجنبية (سياسية، عسكرية ..)، ووسائل الإعلام الأجنبية، ووكالات الأنباء الأجنبية.

### ج/ المسؤولية الاجتماعية

- القصص الإنسانية والاجتماعية الملهمة: وهي القصص الواقعية المنقولة عن أشخاص واجهوا تحديات وتغلبوا عليها محققين إنجازات رغم الصعوبات، والمهدى من ذلك زرع روح الأمل وتحفيز المجتمع.

- القضايا التنموية والمبادرات المجتمعية: وتشمل معالجة المشاريع والبرامج التنموية والمبادرات التطوعية.

- معلومات توعوية حول الأزمات والكوارث: وتمثل في معالجة مواضيع حول تقديم إرشادات توعوية وحقائق موثوقة أوقات الأزمات والكوارث.

- مكافحة الفساد والبيروقراطية: وتحتوى على معالجة بمواضيع كشف الفساد وسبل التخفيف من التعقيدات الإدارية المعيبة للخدمات العامة.

- أخبارهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة: بتسلیط الضوء على قضيائهم وحقوقهم واحتياجاتهم، والتركيز إدماجهم في المجتمع وتسلیط الضوء على إنجازاتهم.

- مكافحة الإرهاب: وتعنى بمواضيع مكافحة الإرهاب بتسلیط الضوء على جهود المصالح الأمنية والعسكرية ودورها في استباب الأمان الوطني.

- تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد: وتعنى بتغطية ومعالجة الشؤون الحزبية في البلاد، من خلال رصد نشاطاتها، ومؤتمراتها وموافق قادتها من مختلف القضايا الوطنية والدولية والإقليمية.

- المواضيع البيئية: وهي القضايا التي تخص حماية البيئة، وقضايا التلوث، والتغير المناخي.. وغيرها.

- مواضيع تخص المرأة والطفل: وتحتوى كل المواضيع المهمة بالأم والطفل وصحتهما، وحقوقهما والبرامج الموجهة لهما.

### د/ القيم الإخبارية:

- المثلية والقرب: وهي الأخبار التي تتميز بالقرب الجغرافي أو النفسي أو العاطفي للجمهور المتلقى، فالأحداث القرية أو المحلية تجذب انتباه الجمهور وتثير تفاعلاً لهم وتعاطفهم.

- الحداثة والآنية: وهي الأخبار التي تتميز بالجدية والمستجدات المحظوظة.

- الضخامة والأهمية: وتعلق هذه القيمة بالأخبار الكبيرة ذات التأثير الواسع على شرائح واسعة من المجتمع.

- **الصراع:** تأخذ قيمة الصراع عدة أوجه وأنواع، ومن أمثلة ذلك نجد؛ الحراك، الإضرابات، الاحتجاجات، التنافس، الخلاف، النزاع، الحرب... وغيرها.
- **التنمية الوطنية:** وهي الأخبار التي تحمل أبعاداً تنموية ونحضة اقتصادية من شأنها تحسين أوضاع المجتمع المعيشية، وتسهم في نحضة وتقدّم البلاد من الناحية الاقتصادية.
- **التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية:** وتمثل في القصص الإخبارية التي تبرز التضامن وتستثير الجوانب الإنسانية في الفرد بما يعزز قيم التسامك والتآزر المجتمعي.
- **السيادة والوحدة الوطنية:** وتمثل في المواضيع التي تعنى باستقلال البلاد وبوحدتها الترابية وأمنها السيادي، في ظل جبهة داخلية متماسكة تسهم في استقرار البلاد.
- **الشهرة:** وهي الأخبار التي تتناول شخصيات معروفة ( سياسية، فكرية، فنية، دينية... )، بوصفها شخصيات فاعلة ولها وزن إعلامي يحكم تأثيرها واستحواذها على جماهير عريضة من المشاهدين أو المتابعين.
- **الإيجابية:** وهي الأخبار الإيجابية التي تتناول مواضيع الإنجازات والانتصارات، وتحمل الكثير من معاني الفخر وتبعث على التفاؤل.
- **السلبية:** وتعلق بأخبار الكوارث، والفضائح والجرائم، غلاء معيشي، وتستهدف جمهوراً واسعاً لوقعها النفسي والعملي على المتلقين.

# قائمة الأشكال والملاحق.....

الملاحق رقم (04): دليل استماراة الاستبيان

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استماراة استبيان

تحية طيبة وبعد:

تم إعداد هذا الاستبيان في إطار إعداد أطروحة دكتوراه بحث بعنوان:

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

دراسة تحليلية استطلاعية لقنوات الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018

لذا نرجو من سعادتكم المساهمة في إنجاح هذه الدراسة بالتقدير بالإجابة على كافة أسئلة هذه الاستماراة، وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، مع العلم أن المعلومات التي تقدم سُتستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكركم مسبقا على حسن تعاؤنكم معنا.

إشراف:

إعداد الطالبة:

أ.د: نورة شلوش

حليمة قمورة

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون.

المحور الأول : محور المعلومات الشخصية

/ الجنس:

أنثى

ذكر

/ السن:

50 سنة فما فوق

49-40

39-30

أقل من 30 سنة

/ الأقدمية في العمل:

أكثر من 10 سنوات

من 5 إلى 10 سنوات

أقل من 5 سنوات

## قائمة الأشكال والملاحق.....

### 4/ المستوى العلمي:

ما بعد التدرج (ماجستير، دكتوراه..)  ماستر  ليسانس

أخرى أذكرها.....

### 5/ نوع المنصب في قسم الأخبار

مدير الأخبار  مذيع النشرة  نائب رئيس تحرير  معد النشرة

محرر  صحفي (معد التقارير والتغطيات)  منتج أخبار

أكثر من مهمة  مدقق لغوي  صحفي (قارئ التقارير)

أخرى أذكرها:.....

### 6/ عدد الصحفيين العاملين في قناتي الدراسة

عدد الصحفيين العاملين بقسم الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

عدد الصحفيين العاملين بقسم الأخبار في قناة الشروق نيوز

### المحور الثاني: مدى تطبيق المؤسسة الإعلامية محل الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة

#### 7/ ثقافة ومفهوم الجودة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة

العبارة	الاتجاه	بشددة	موافق	محايد	معارض	بشددة
تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتحويد عمل القناة ككل						
تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار						
تحتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته						
تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بما						
يهم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها						
تفتتضى الجودة توفير كافة الوسائل التقنية والمادية والبشرية						
يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسة بين القنوات						
تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية						

## قائمة الأشكال والملاحق.....

### 8- علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه	العبارات
						يسهم القائمون بالاتصال بصنع القرار في مؤسساتهم
						يسود في القناة نمط العمل الجماعي
						يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم
						تسود لغة الحوار والتفاهم بين العاملين في القناة
						لا تسعى إدارة القناة إلى حل المشكلات التي تعرّض العاملين بالمؤسسة

### 9/ التحسين المستمر

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه	العبارات
						تبني القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض تجويد برامجها الإخبارية
						تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)
						يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية
						يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي
						يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك

### 10/ الرضا الوظيفي

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه	العبارات
						يشعر القائمون بالاتصال بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة
						لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة
						يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة
						يتقاضى العاملون في القناة راتباً مادياً محترماً نظير عملهم في المؤسسة
						تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت
						تنفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال

المور الثالث التكيف الرقمي لقناة الدراسة مع المستجدات التكنولوجية وتطبيقاتها في صناعة وإنتاج

نشرات الأخبار.

**11/ مدى مواكبة القناة للتكنولوجيات الرقمية الحديثة واستخدامها في مراحل إنتاج نشرات الأخبار**

لا تواكب

إلى حد ما

دائما

إذا كانت إجابتك مقصورة بين "دائما" وإلى "حد ما" ماهي أكثر مراحل صناعة الخبر التي تستخدم فيها التكنولوجيات الحديثة؟

مرحلة عرض وتقديم النشرة

مرحلة جمع وإعداد الأخبار

**12/ امتلاك قناتي الدراسة منصات ومواقع إلكترونية خاصة بها**

لا

نعم

إذا كانت إجابتك بـ"نعم" ما هي أهم المنصات التي يستخدمها القائمون بالاتصال



يوتيوب

فيسبوك

موقع الكتروني رسمي

.....موقع أخرى اذكرها .....

**13/ الخدمات والمهام التي يقوم بها القائمون بالاتصال على هذه المواقع**

الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين

بث مقاطع فيديو لمختلف البرامج التي يتم بشها في القناة



تكذيب الأخبار الزائفه

إعداد أرشيف الكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة

..... أخرى اذكرها .....

**14/ أوجه استغادة القائمين بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري**

يعتمدها القائم بالاتصال كمصدر للأخبار

أداة هامة لسرير آراء الجمهور إزاء البرامج والأخبار التي تبثها القناة

دعم البث الساتلي

للقناة

تسهل عملية التعرف على احتياجات وطلعات الجمهور

..... المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية في العالم الافتراضي

أخرى اذكرها .....

**15/ إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية (يمكنك اختيار أكثر من خيار)**

سهولة تخزين واسترجاع المعلومات

قليله التكاليف المادية

تحقق الإبهار البصري

تعزز جودة الأداء لدى المذيع

سرعة التحقق من صدقية وصحة المصادر

## قائمة الأشكال والملحق.....

التوسيع في أشكال عرض المادة الإخبارية  تعالج الخلل الذي قد يقع أثناء تقديم النشرة

تنويع عن التقارير والمشاهد الحقيقة  تعمل على جذب أكبر قدر من المشاهدين

### 16/ سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في المجال الإخباري (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

يمكنها أن تكون بديلاً عن المذيع في المستقبل  تقتل روح الإبداع لدى القائم بالاتصال

إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث  زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال

صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات  سهولة تكذيب الأخبار على موقع التواصل الاجتماعي

لا يوجد لها سلبيات

### 17/ التكنولوجيات التي يعتمدتها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار؟ (يمكنك اختيار أكثر من احتمال)

الهاتف المحمول  الكمبيوتر المزود بالانترنت

كاميرا 360° و كاميرا 3D  تطبيقات الذكاء الاصطناعي

موقع التواصل الاجتماعي

أخرى تذكر.....

المور الرابع: تقييم القائم بالاتصال لواقع الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية السمعي البصري والعوامل المؤثرة على جودته.

### 18/ العوامل المؤثرة بشكل أكبر على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القناة (يمكنك اختيار أكثر من اختيار)

ضغط الإشهار  قيم وعادات المجتمع  الضغوط السياسية

ضغط الوقت  ضغط المنافسة  تунت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث

ضغوط السياسة التحريرية  ملكية الوسيلة  احتياجات وأذواق الجمهور

علاقات العمل داخل المؤسسة

### 19/ الإضافة التي أثارتها التعددية الإعلامية وفتح قطاع السمعي البصري على الساحة الإعلامية

الجرأة فيتناول المواضيع الإخبارية (التابوهات، التحقيقات..)

معالجة مختلف المواضيع والشغرات التي غفل عنها الإعلام العمومي

خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها

## قائمة الأشكال والملاحق.....

خلق منافسة بين القنوات الفضائية الجزائرية و القنوات العربية والدولية

التعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده

إضافة كمية للقنوات الفضائية فقط

إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية

تجربة فتية لم تُنضج بعد  أخرى أذكرها:.....

**20/ تقييم القائمين بالاتصال مستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي ت العملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار**

في تحسن مستمر

عالية

لا أدرى

ضعيفة

متوسطة

إذا كانت إجابتك تنحصر بين "متوسطة" و "ضعيفة" فما هي العوائق التي تحول دون بلوغ مستوى الجودة الإخبارية؟.

**21/ سبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموما والنشرة الإخبارية على وجه التحديد في القناة التي ت العملون بها**

