

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

إِذَا أَرِيدُ إِلَّا الإِصْلَاحُ مَا اسْتَطَعْتُ

وَمَا تُوفِّقُنِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ

أُنِيبُ

سورة هود الآية 88

شكر وتقدير

أتقدم بـخالص الامتنان وعظيم التقدير للأستاذة الدكتورة نورة شلوش على تفضلها بالإشراف على أطروحتي هذه، وعلى ما غمرتني به طيلة سنوات الدراسة من اهتمام بعلمي منذ أن كان مجرد مشروع على بضع صفحات، وعلى قراءاتها وتصويباتها العديدة، وتشجيعاتها المفيدة، أطال الله عمرها ومتعها بوافر الصحة والعافية لتستمر في العطاء العلمي الأكاديمي.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تحملوا مشاق قراءة وتقييم هذه الدراسة، فقبلوا مني فائق الشكر والعرفان

حليمة قمورة

إهداء

إلى من قال فيهما الله عز وجل:

(وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا)

سورة الإسراء: الآية: 23

والدتي الكريمة حفظها الله ومتعها بوافر الصحة والعافية، والذي رحمه الله

وأسكنه فسيح جنّاته.

عنوان الأطروحة : جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ديسمبر 2017 جانفي
2018

إعداد الطالبة: حليلة قمورة

إشراف: أ.د نورة شلوش

ملخص

هدفت هذه الدراسة البحثية إلى استقراء منظومة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة، حيث تتخذ الدراسة من قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروق نيوز مجالا تطبيقيا لاستكشاف مدى الالتزام بمعايير الجودة المهنية في إنتاج المضامين الإخبارية، ومدى التزام صحفيي قناتي الدراسة بهذه المعايير والأسس تعزيزا لجودة الأداء المهني والإعلامي.

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

وتسعى الدراسة من خلال مقاربتها التحليلية المقارنة إلى تفكيك أنماط الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة، واستجلاء مواطن التقارب والتباين في آليات إنتاج المحتوى الإخباري، مع التركيز على تأثير التعددية 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 الشروق نيوز

Thesis Title :

The Quality of News Production on Algerian Satellite 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 Echourouk 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, Echourouk 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.....	عاشراً- 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.

المبحث الثاني: رواد وجوائز الجودة.....	66
المطلب الأول: رُواد الجودة.....	66
المطلب الثاني: جوائز لجودة.....	72
المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة والإيزو.....	74
المبحث الثالث: القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة.....	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
خلاصة الفصل الثاني	91
الفصل الثالث صناعة الأخبار في عصرالبث الفضائي.....	92
تمهيد.....	93
المبحث الأول: المعايير المهنية والقيم الإخبارية لجودة الأخبار التلفزيونية.....	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
المبحث الثاني: مصادر الأخبار في عصرالبث الرقمي.....	108
تمهيد:.....	108
المطلب الأول: حارس البوابة ودوره في فلترة الأخبار.....	108
المطلب الثاني: مصادر الأخبار التقليدية.....	111
المطلب الثالث: الإنترنت والمصادر الجديدة للأخبار.....	118
المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على جودة الأخبار.....	122
المطلب الأول: العوامل الداخلية.....	122
المطلب الثاني العوامل الاجتماعية.....	125
المطلب الثالث: العوامل الخارجية.....	127
المبحث الرابع: نشرات الأخبارا لتلفزيونية.....	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 والتحديات الأخلاقية والمهنية الجديدة لرجل الإعلام.....	150
خلاصة الفصل.....	154
الفصل الرابع تطورا لإعلام السمعى البصرى فى الجزائر.....	99
المبحث الأول: تطور المشهد السمعى البصرى فى الجزائر فى ظل تأثير قوانين الإعلام الحديثة.....	157
تمهيد:.....	157
المطلب الأول: السياق التاريخى لتطورالإعلام السمعى البصرى فى الجزائر.....	157
المطلب الثانى: النشاط السمعى البصرى فى التشريعات الجزائرية.....	160
المطلب الثالث: شروط إنشاء قناة تلفزيونية خاصة.....	166
المبحث الثانى: الصّحفي المحترف وأخلاقيات المهنة الإعلامية على ضوء التشريعات الإعلامية الجزائرية الحديثة.....	169
تمهيد.....	169
المطلب الأول: تطور مفهوم الصّحفي والصّحفي المحترف فى التشريعات الإعلامية.....	170
المطلب الثانى: قراءة فى أخلاقيات المهنة الإعلامية فى ظل قانون الإعلام 05-12 وقانون السمعى البصرى 04-14.....	164
المطلب الثالث: سلطة ضبط السّمعى البصرى بين المهام والواقع.....	177
المبحث الثالث: تحليل ونشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.....	182
تمهيد.....	182
المطلب الأول: السّياق العربى لنشأة القنوات الفضائية الخاصة فى الجزائر.....	182
المطلب الثانى: مزايا القنوات الفضائية الخاصة.....	184
المطلب الثالث: تحديات القنوات الخاصة.....	187
خلاصة الفصل.....	191
الباب الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.....	193
الفصل الخامس : التحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومضمون نشرات الأخبار.....	194
تمهيد:.....	196
المبحث الأول: تشخيص قناتي الدّراسة.....	196
المبحث الثانى: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل فى قناتي الدراسة.....	200
المبحث الثّالث: تحليل فئات المضمون فى قناتي الدراسة.....	214
المبحث الرّابع: نتائج الدّراسة التّحليلية.....	227

الفصل السادس: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة الدراسة الاستطلاعية في قناتي

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

فهرس الجداول

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

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

فهرس الأشكال والملاحق

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

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 لاومييه "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 يبلغ 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 والتنظيري 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 تعميمها 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 القناة وتلك بكبسة زر على الريموت كونترول إلى دور الفاعل النشط والمشارك في الصناعة الإعلامية بتميرية اصبع على الهاتف الذكي.

وتعد صناعة الأخبار في عصرنا الحالي من المجالات التي تشهد احتداما في المنافسة الإعلامية بين القنوات الفضائية عموما وبين القنوات الاخبارية على وجه التحديد؛ لما للأخبار من أهمية في حياة الأفراد والمجتمعات بل إن هذا العصر يكاد أن تكون ميزته الأساسية التدفق المستمر للمعلومات وتواترها صوتا وصورة إلى درجة أن أصبحنا محاطين بالخدمات الإخبارية المتعددة ذات الايقاع المتسارع والآني عبر هذه القنوات ومختلف الحوامل الالكترونية.

إن هذا التسارع المعلوماتي لم يكن كذلك لولا الثورة الرقمية التي استفاد منها قطاع السّمع البصري عموماً ومسّ مختلف جوانب صناعة وإنتاج الأخبار بدءاً من مراحل جمعها وصولاً إلى بثها وتقديمها للجمهور، وفق قوالب إخبارية متنوعة، تُترجم سعي العديد من القنوات الفضائية الكبرى العالمية منها وحتى العربية إلى التّميز في تقديم خدمة إخبارية ترقى لمستوى الجودة الإخبارية بالاستغلال الأمثل للموارد المادية والطاقات البشرية الكفاءة، ناهيك عن التّوظيف الواسع للتكنولوجيات الحديثة كتطبيقات الواقع المعزّز والافتراضي في غرف الأخبار وفي عرض مختلف البرامج الإخبارية بالتركيز على جودة الصورة بما يضيف المزيد من التفاعلية وتحقيق الإبحار البصري للمشاهد.

وعلى اعتبار أن النّشرة 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 أوجهاً 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 تحريرية 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 المجتمعي 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 السّمع البصري، ليجد المشاهد الجزائري نفسه أمام كم هائل من القنوات الفضائية الخاصة - مطلع الألفية - أغلبها إخبارية؛ حقّق له (المشاهد) ولخبراء الإعلام البحث عن جدوى ومضامين هذه القنوات.

لتنطلق دراستنا هي الأخرى من المقارنة بين القنوات العمومية ممثلة في قناة الجزائرية الثالثة العمومية وبين القنوات الخاصة ممثلة في قناة "الشروق نيوز" في مجال صناعة الخبر وجودته بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسة للقناتين، واستطلاع آراء القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة وتصوراتهم عن جودة صناعة الأخبار في

القناتين اللّتين يعملان بها وواقع 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 السمععي البصري، والعوامل المؤثرة على ذلك وسبل الارتقاء بجودة الأخبار وصناعتها مستقبلا.

لمعالجة هذا الموضوع انتظمت الدراسة وفق خطة بحث محكمة تنقسم الى ثلاث أبواب رئيسية؛ القسم الاول: تناول الإطار المنهجي والذي أحاطت فيه الباحثة بمختلف الجوانب الرئيسية للموضوع محددة الإطار العام للدراسة من حيث أسباب وأهمية وأهداف الدراسة ومن ثمة منهج وأدوات الدراسة، وكذا مجتمع البحث وعينته إلى جانب مفاهيم الدّراسة لنعرج في الأخير على أدبيات الدراسة التي جاء ترتيبها وفق الدّراسات الجزائرية أولا فالعربية ثم الأجنبية.

أما الباب الثاني من الدّراسة فقد تم تخصيصه للإطار النظري متوزعا 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 ومبادئها في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فتضمن منظري ومستويات إدارة الجودة الشاملة وأهم جوائزها وعلافة إدارة الجودة الشاملة بالإيزو، فيما تناول المبحث الثالث القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة حيث تطرق هذا المبحث 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 المبحث الأول بمعايير جودة إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال المعايير المهنية والأخلاقية والتّقنية لجودة الأخبار بالتركيز على نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل لفهم جودة الأخبار، أما المبحث الثاني فتناول مصادر الأخبار في العصر الرقمي ليتم تقسيم المبحث إلى مصادر أخبار تقليدية، والأنترنت والمصادر الجديدة للأخبار إلى جانب حارس البوابة ودوره في فلترة الأخبار.

وتطرق المبحث 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 المبحث الرابع بعنوان نشرات الأخبار وعناصر الإبحار البصري حيث تناول هذا المبحث في مطالبه الثلاث البناء العام للنشرة الإخبارية الجيدة و التّطبيقات الرّقمية ودورها في إنتاج الأخبار وجودة الصورة التّلفزيونية.

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

وحُصِّص 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 ليُختتم الفصل الخامس بنتائج الدراسة التحليلية. أما الفصل السادس فجاء بعنوان التحليل الكمي والكيفي لاستمارة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة؛ حيث ركز المبحث الأول على الخصائص العامة للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة كخصائص الجنس والسن والمستوى التعليمي والخبرة المهنية ونوع المسمى الوظيفي في مكان العمل، فيما تطرق المبحث الثاني إلى ثقافة الجودة في قناتي الدراسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، أما المبحث الثالث فجاء بعنوان جودة النشرة الإخبارية وعلاقتها بالتكنولوجيات الحديثة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة، فيما هدف المبحث الرابع والأخير إلى محاولة التعرف على واقع جودة الإعلام الإخباري الجزائري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في ظل تعددية السمععي البصري والعوامل المؤثرة على جودته، لينتهي الفصل الأخير بنتائج الدراسة الاستطلاعية، وتُختتم الدراسة ككل بخاتمة حول موضوع الدراسة.

الباب الأول مدخل الدراسة وإطارها المنهجي

الفصل الأول

مدخل الدراسة وإطارها المنهجي

أولا- إشكالية الدراسة

إن الحديث عن جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية من باب المقارنة بين القنوات الإخبارية العمومية والخاصة يقودنا لامحالة إلى ظروف وإرهاصات ميلاد القنوات الخاصة في الجزائر، والذي ارتبط بمناخ سياسي إقليمي ودولي شكّل عامل ضغط على السلطة الحاكمة في البلاد إلى التوجه نحو إقرار تعددية السّمعّي البصري؛ فبعد الحملة الإعلامية التي شنّها الإعلام المصري ضد الجزائر على خلفية الأزمة الكروية في نهائيات كأس العالم 2010، وما عرفته المنطقة العربية بعدها من ثورات وحراك شعبي في العديد من الدول العربية على غرار مصر، سوريا، البحرين...، اصطُحّ عليها بتسمية "الربيع العربي" والتي انتهت بعضها بسقوط أنظمة عديدة ودخول أخرى حالة من النزاع الداخلي والحروب التي استمرت لسنوات.

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 بدأت البث قبل هذا القانون بكثير متخذة بذلك صفة قنوات أجنبية تصدر من عواصم دول أوربية وعربية، وعلى الرغم من غموض قانون الإعلام السالف الذكر وكذا غياب نصوص تنظيمية مرافقة لقانون السمعّي البصري 04-14 الذي تلاه إلا أن الساحة الإعلامية عبّت بالقنوات الفضائية الخاصة والتي فاقت الأربعين قناة.

ومن جهة ثانية فقد سارعت القنوات العمومية هي الأخرى إلى التكيف مع الأوضاع الراهنة، فكان ميلاد العديد من القنوات العمومية المتخصصة على غرار قناة الشبابية الموجهة للشباب وقناة الذاكرة الموجهة لحفظ تاريخ وتراث الأمة، فيما اتجهت قناة الجزائرية الثالثة - وهذا ما يعيننا - 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 اتكأت قناة الشروق نيوز على رصيدها في مجال الصحافة المكتوبة لتأخذ في التوسع مشكلة تكتلا إعلاميا تحت مسمى مجمع الشروق.

وإن كان دافع المنافسة هو القاسم المشترك بين القنوات الإخبارية العمومية والخاصة بالاستحواذ على المشاهد الجزائري أولاً 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 وإشباع فضوله الإخباري، فإن القنوات الإخبارية العمومية ترى أنها الجديرة 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 كينييت أود (Quinet Aude)- القائل بأن القنوات العمومية أصبحت تتخذ من الجودة كدرع حماية، ووسيلة لمنح 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 تركز على قناة الجزائرية الثالثة العمومية والشروق نيوز الخاصة، ومن جهة ثانية تبرز إشكالية جودة المضامين الإخبارية عموماً والنشرة الإخبارية 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 مرتبط بما تقدمه من مضامين إخبارية ترقى بمستوى جودة الخدمة الإعلامية المرتبطة بمجموعة من المعايير الأخلاقية والمهنية التي تتحكم في جودة الأداء المهني والإعلامي للقائمين بالاتصال، تترجم مضامين 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 والشروق نيوز لمتطلبات ومعايير جودة صناعة الخبر؟ وما مدى التزام القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بهذه المعايير والأسس تعزيزا لجودة الأداء المهني والإعلامي؟.

ويندرج تحت هذا التساؤل الجوهري مجموعة من التساؤلات الفرعية ارتأينا تقسيمها وفق مايلي:

- تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:

أ/ التساؤلات الخاصة بالجانب الشكلي

- ماهي عناصر الإبراز التي اعتمدتها قناتي الجزائرية الثالثة والشروق 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 والشروق نيوز في إنتاج نشراتهم الإخبارية؟.
- ما مدى استفادة قناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز من التقنيات الرقمية الحديثة وتوظيفها في مختلف مراحل صناعة وإنتاج الأخبار؟.

ب/ التساؤلات الخاصة بالمضمون

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

- التساؤلات الخاصة بالدراسة الاستطلاعية

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

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

ثانيا- أسباب اختيار موضوع الدراسة

- الأسباب الذاتية
 - اهتمام الباحثة بمواضيع الجودة في المؤسسات الإعلامية عموما وفي القنوات الفضائية الجزائرية على وجه التحديد بغية استكشاف كيفية تشكيل الرسائل الاعلامية والآليات التي يُصنع بها الخبر في نشرات الأخبار للقنوات الفضائية الجزائرية العمومية منها والخاصة.
 - 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 السمع 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 الوسيطتين محل الدراسة حيث أن قناة الجزائرية ملكية عمومية تمولها الدولة، أما 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 وحادثة ميلاد القنوات الإخبارية الخاصة المرتبطة بفتح السمعى البصري في الجزائر.

ثالثا- 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 وتقصي 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 السمعى البصري في الجزائر بصدور القانون العضوي 12-05 المتضمن قانون الإعلام وقانون السمعى البصري 2014 الذي أقر التعددية الإعلامية، وما تبع هذا الأخير من اكتظاظ السّاحة الإعلامية الجزائرية بالقنوات الخاصة، ومن ضمنها قناة "الشروق الإخبارية"، إن هذا الأمر جعلنا نتوجه إلى البحث في الإضافة التي ستأتي بها هاته القنوات الخاصة للجمهور الجزائري بصفة خاصة والجمهور العربي عموما 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 والمحلية بشيء من التفصيل والتنوع تعكسه المدة الزمنية المتاحة لها، على عكس باقي النشرات (المحلية، المتخصصة، المواجيز).

- 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 بداياتها 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" للتقنيات الرقمية الحديثة في صناعة أخبارها، ومن ثمّ 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 التغيرات 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 تتحكم وتؤثر على جودة صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" بدءاً من انتقائها إلى غاية بثها ؟.

- تهتم 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 والمؤثرات التي تحول دون الالتزام بمعايير الجودة في القناتين محل الدراسة.

- 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".

خامسا- 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 يعتمد عليها الباحث للوصول إلى نتائج ملموسة، وفق بناء تصورات منهجية وتخطيط 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 وتجيّب عن تساؤلاته وأهدافه:

- منهج المسح

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

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

ولا يكفي 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 لقناتي "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 وإنتاج نشرات الأخبار الرئيسية في القناتين محل الدراسة.

كما تم الاستعانة بأسلوب المسح بالعينة لوسائل الإعلام والذي يهدف إلى (مرسلي، 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 ومختلف المعايير الإعلامية التي تتحكم في ضمان جودة نشرات الأخبار الرئيسية المقدمة في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز".

- منهج الدراسات السببية المقارنة

يُعرف المنهج المقارن على أنه المنهج الذي يهتم بدراسة الظواهر التي يصعب تطبيق البحوث 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).

ويتمحور الهدف الرئيسي للدراسات السببية المقارنة في محاولة التعرف على كيفية حدوث الظاهرة ومسبباتها، بإجراء مقارنات لنقاط الاتفاق والاختلاف بين عديد الظواهر للتوصل 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 التعاريف 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 بتلك 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 بموجبها تم تطبيق هذا المنهج في دراستنا والتي نحددها فيما يلي:

- البحث في الأسباب الحقيقية لحدوث الظاهرة الإعلامية بكشفها والتعمق في تحليلها وتجاوز التعبير الكمي إلى الكيفي عن مختلف مسببات، ودواعي 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 تنتهجها 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 المرآة 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 والشروق نيوز من جهة واستطلاع آراء عينة قصدية من عاملي قسم الأخبار بالقناتين محل الدراسة؛ ضرورة الاعتماد على مجتمعي بحث مختلفين أحدهما خاص بالمضامين الإخبارية والآخر بالدراسة الميدانية، يستتبعه بالضرورة عينتين 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 (المحلية، والوطنية، 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 الأرقام 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 رؤى جديدة تعزز وتدعم جودة برامجها الإخبارية عموما ومضامينها الإخبارية خصوصا.
- وبما أن مجتمع البحث الكلي في بحوث الإعلام هي مجمل المصادر التي نشر ، أو أُذيع 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"الشروق نيوز" المحصورة زمنيا ما بين 01 جانفي 2017 إلى 31 ديسمبر 2018، ويأتي سبب اختيارنا لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ما يبرره من الناحية العلمية:

- تغطي قناة الشروق بمختلف قنواتها بنسبة مشاهدة عالية مقارنة بباقي القنوات الفضائية الخاصة، فحسب آخر احصاء نشره معهدي إيمار 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 القنوات 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 وأجندات القنوات 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 تنويع وحوصلة لمختلف الأخبار التي حدثت وتحدث على مدار الساعة واليوم.

وأمام صعوبة دراسة وتحليل جميع مفردات مجتمع البحث لسيرورة وتواتر 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 الإحصائي لتكون متضمنة في دراسة ما" (دانييل، 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 هدرًا لوقت وجهد الباحث معًا.

إضافة إلى ذلك يُقر الباحث يوسف تمار بسهولة تطبيق هذه العينة واختصارها للجهد والوقت (تمار، 2007، صفحة 31).

ب/ مجتمع البحث الخاص بالدراسة الاستطلاعية وعينته

يتمثل مجتمع البحث الخاص بالجانب الاستطلاعي للدراسة في جميع العمال والمهنيين العاملين بقناتي "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 المؤسسات إلى تجويد مضامينها فقد اختارت الباحثة عينة قصدية شملت في البحث محل الدراسة كل الإعلاميين والمهنيين العاملين في قسم الأخبار (الهيئة التحريرية) ممثلين في مذيعين، رؤساء تحرير، صحفيين.. في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز"، وقد تم اختيار هذه العينة نظرا لعدة اعتبارات علمية نوجزها فيما يلي:

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

وفي طرح آخر نتيجة فهمهم المحدود لجودة الأخبار (Urbane & Schweiger, 2013, p. 2)

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

- كونها على اطلاع مباشر ودائم بمختلف المستجدات والتطورات، وحتى التغييرات التي قد تطرأ على صناعة الأخبار في القناتين محل الدراسة في سبيل تجويد المضامين الإخبارية.

سابعاً- أدوات الدراسة

تقتضي طبيعة ونوع دراستنا الوصفية التحليلية المقارنة ضرورة استخدام أداة تحليل المضمون الملائمة لتحليل المادة الإعلامية محل الدراسة تحليلًا كميًا وكيفيًا للإجابة على أسئلة وأغراض البحث، كما استعان البحث بأداة الاستبيان والتي سنستخدمها 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 المضمون

يأتي توظيفنا لأداة تحليل المضمون 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". وتختص أداة تحليل المضمون بـ"بتحليل ووصف المضامين الظاهرة للمواد الإعلامية شكلاً ومضموناً بما يُجيب على تساؤلات وفروض البحث، وفقاً للمعايير والتقسيمات الموضوعية التي يضعها الباحث باتباع طرق منهجية تستهدف جمع وتحليل البيانات كميًا (حسين ، 2006، الصفحات 233-234).

أما كلوز كريپندورف (Krippendorff, 2004, p. 18) فيرى Klaus Krippendorff 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 تفانيًا صارمًا من جانب الباحث لتحليل كل من الصور والنصوص وفق قواعد وإجراءات تشمل أجزاء التحليل، بدءًا من اختيار الوسائط وحتى ترميز البيانات وأخيرًا 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 مضامين هذه الوسائل تحليلًا موضوعيًا منظمًا بغرض التعرف على مختلف التوجهات والظواهر والمتغيرات المرتبطة بظاهرة معينة (الطائي و أبو بكر ، 2007، صفحة 130). ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن تحليل المضمون تقنية بحث مرنة تسعى إلى جمع المعلومات من مختلف وسائل الإعلام (الوسائل مكتوبة، السمعية والمرئية) وفق أسس منهجية ومعطيات علمية تنتظم في استمارة تحليل المضمون ليتم فيما بعد تقديرها كمياً وقراءتها كيفياً.

خطوات تصميم استمارة تحليل المضمون

يخضع تصميم استمارة تحليل المضمون إلى عدة اعتبارات تتعلق بأهداف وطبيعة وتساؤلات البحث والتي بموجبها يتم وضع مختلف العناصر والمعطيات التي يرى الباحث أنها تخدم مجال بحثه، كما كان للرصيد النظري - في حدود اطلاعنا- لمختلف 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 مضامين وسائل الإعلام -حسب الدكتور يوسف تمار- لا يأتي من باب الصدفة، بل بغرض إحداث التأثير وتوجيه الرسالة الإعلامية (تمار، 2007، صفحة 44)، وتتحكم في هذه الفئة طبيعة الوسيلة الإعلامية المراد دراستها (مكتوبة، سمعية، سمع بصرية)، وكذا أهداف وتساؤلات البحث التي نسعى من خلالها إلى الإلمام بمختلف الجوانب الشكلية التي تدعم فئات 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 الإيضاحية والمواد الفيلمية والصور.

فئة القوالب الفنية:

ونقصد بها الأنواع الصحفية التي تعتمد القناتين محل الدراسة في تقديم الأخبار، وتتمثل هذه القوالب في: التقارير، الروبورتاجات، المقابلة، خبر قصير، التحقيق، بورتريه.

ب/ تحديد فئات المضمون (ماذا قيل؟):

فئة الموضوع:

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

فئة 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.

فئة القيم الإخبارية:

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

ج/ وحدات التحليل وسياقها:

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

وتمثلت في:

وحدة الزمن

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

وحدة الفكرة

استخدمت الباحثة وحدة الفكرة لتحديد الأفكار الرئيسية والفرعية التي تدور حولها المواضيع 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، بورترية).

وحدة الموضوع

وتم الاعتماد على هذه الوحدة بغرض تقسيم وتحليل موضوعات النشرة حسب طبيعة هذه المواضيع 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 معدّين، مقدمين، محررين، مدققين لغويين، 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، وتختص 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 المقترحات ذات الشكل والترتيب المعين والتي يتم بموجبها طلب الرأي أو الحكم أو التقييم للموضوع محل البحث(Cioldi, 2003)

ويتم ترتيب محاور الاستبيان في "استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة والتي يتم الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث"(المعاني، جرادات ، و المشهداني، 2012، صفحة 108).

استنادا إلى التعاريف السابقة تصل الباحثة إلى القول أن أداة الاستبيان عبارة عن مجموعة من الأسئلة المنهجية التي تنتظم وفق محاور لا تخرج عن إطار أهداف وتساؤلات البحث الرئيسية، يوجهها الباحث إلى أفراد عينته في قالب استمارة 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 الاستمارة وفق طريقة علمية دقيقة تراوحت بين الأسئلة المباشرة وأسئلة الرأي والتحليل وكذا الأسئلة المغلقة والمفتوحة لتشكل لدينا في الأخير استمارة استبيان مكونة من خمس محاور رئيسية وفق الترتيب التالي:

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

- المحور الرابع: تقييم القائمين بالاتصال لواقع الاعلام الاخباري الجزائري في ظل تعددية السمعى البصري والعوامل المؤثرة على جودته.

- المحور الخامس: نتائج الدراسة الميدانية

الصدق الظاهري (تحكيم استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان):

يسمح التحليل الجيد باعطاء موضوعية ودقة أكثر للمادة محل التحليل وهو ما نُسَميه بالصدق، أما الثبات فيُشير 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، وفئات الشكل والمضمون المعتمدة بالتوصل إلى نفس النتائج لدى مختلف الباحثين الذين تداولوا على تطبيقها أو اختبارها.

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

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

حيث n = عدد المرمزين (Les Codeurs)، وعليه فقد كانت نسبة الاتفاق بين المرمزين

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 ود = 0,83

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

وبذلك فإن معامل الثبات هو : $0,67 \times 4 \div (1-4) + 1 = 0,67$

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 استمارة الاستبيان على ذات المحكمين لقياس مدى صلاحية الاستمارة للبحث وجاهزيتها للتطبيق، وبناءا على اقتراحات السادة المحكمين (أنظر الملحق رقم 1) فقد تم تعديله بالإضافة والحذف والتعديل ليصبح الاستبيان في الأخير جاهزا من الناحية العلمية والعملية للتطبيق، وقد تم توزيع عينة تجريبية شملت 10 مبحوثين للتأكد من جاهزية الاستمارة لتعميمها على بقية المبحوثين.

ج/ أداة المقابلة:

اعتمدت الباحثة أيضا على أداة المقابلة الغير مقننة وذلك بغرض تدارك بعض الأسئلة التي لم يتم إدراجها في أداة تحليل المضمون أو استمارة الاستبيان، نظرا لطبيعة هذه الأسئلة التي تتطلب إجابات مباشرة 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 ، و المشهداني، 2012، صفحة 122).

ثامنا- حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تمثلت في جودة صناعة الأخبار.

- الحدود المكانية: تمثلت في مقر قناتي الجزائرية الثالثة وقناة الشروق نيوز كمجال مكاني للدراسة انطلاقا من أن الموضوع سيتعرض 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 جدلا بين مختلف الباحثين باختلاف مذاهبهم الفكرية وتخصصاتهم العلمية، وقد ورد مصطلح الجودة من الناحية اللغوية بمعنى: الجيد نقيض الرديء، وَجَادَ الشَّيْءُ جُودَةً وَجُودَةً أَي صَارَ جَيِّدًا، وأجَدت الشيء فجاد والتجويدُ مثله. ويقال هذا شيء جيد بَيِّنَ الجُودَةَ والجُودَةِ، وقد جَادَ جُودَةً وَأَجَادَ: أَتَى بِالْجَيِّدِ مِنَ الْقَوْلِ أَوْ الْفِعْلِ. ويقال أجاد فلان في عَمَلِهِ وأَجَوَدَ وَجَادَ عَمَلُهُ يَجُودُ جُودَةً، وَاسْتَجَدْتُ الشَّيْءَ: أَعَدَدْتُه جَيِّدًا. وَاسْتَجَادَ الشَّيْءُ : وَجَدَهُ جَيِّدًا أَوْ طَلَبَهُ جَيِّدًا(ابن منظور، د س ن، صفحة 720).

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

كما أولت تعاليم الدين الإسلامي من خلال القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة أهمية بالغة للجودة، فإن لم ترد بهذا المعنى في القرآن الكريم إلا في قوله عز وجل: (إِذْ عُرِضَ عَلَيْهِ بِالْعَشِيِّ الصَّافِنَاتُ الْجِيَادُ)*، 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)†، فالإحسان هنا يعني الإحسان في

* القرآن الكريم، سورة ص، الآية 31.

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

القول والفعل الذي يكون خالصا لله تعالى وابتغاءا لمرضاته، وكذلك يفيد الإحسان في القرآن الكريم على العمل الجيد فالعمل الحسن هو العمل الجيد بعد بذل الجهد في تحسينه وتجيده.

كما ورد مفهوم الجودة في القرآن الكريم بمعنى الإحسان في العديد من الآيات القرآنية، مثل قوله عز وجل: (إِذَا رُدِّدَ إِلَى الْإِصْلَاحِ مَا اسْتَطَعْتَ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)*. والإصلاح هنا يعني القيام على الشيء ببذل الجهد في إصلاحه والاستمرار في تحسينه ليصبح في أحسن صوره، فالإصلاح إذن أحد مرتكزات الجودة التي تقوم على تعديل الشيء والتحسين المستمر له. ويعد الإلتقان أحد متلازمات العمل الجيد، فالإلتقان هنا يعني القيام بالعمل على أكمل وجه، فقد كتب الله على نفسه الإلتقان وحسن التدبير في الكون وفي كل شيء مصداقا لقوله تعالى: (صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَنْتَ كُلُّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَيْرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ)†.

- التعريف الاصطلاحي للجودة

عرّفها مبارك علوي بأنها " الجودة والإلتقان الواجب توافرها في العنصر البشري والمادي لتقديم

خدمات للجمهور باستمرار وفقا لاحتياجاته وتوقعاته وطموحاته" (لزنم، 2020، صفحة 24).

بالمقابل، يقترح كروسي تعريف الجودة حيث لا بد أن تتوفر فيه ثلاثة شروط أساسية تتمثل في مدى القدرة على القيام بالعمل بصورة صحيحة منذ الوهلة الأولى وفي كل مرة، وضرورة خلوه من كافة العيوب التقنية والفنية بما يُلبّي 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 ديمنغ تعريفا 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 الببلاوي، 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 أيضا، وهذا هو الأهم، جودة العملية التي يتم من خلالها المنتج" (سعيد و الببلاوي، 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 حريصا وعلى دراية بأن إدارة الجودة الشاملة مكمل لإدارة المؤسسة الحديثة" (أبو النصر ، 2015، صفحة 49).

كما يركز المفهوم الحديث للجودة (الصيرفي، 2006، صفحة 18) على العناصر التالية :

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

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

ج- **جودة الإنتاج:** ويقصد بها جودة ظروف الإنتاج وجودة العمليات الإنتاجية ويطلق على جودة الإنتاج أحيانا جودة المطابقة ويقصد بها مدى مطابقة جودة التصميم مع ظروف وعمليات الإنتاج في المنظمة؛ هذا التطابق يكون له نتائج إيجابية على الجودة الكلية فتحدد كل من جودة التصميم وجودة الأداء يضمن توازنا بين ما يريده 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 بعدة دلالات حسب سياقها في الجملة وهي مشتقة من الفعل صَنَعَ يصنَع، صُنِعًا وصنِيعًا وصُنْعًا وصِنَاعَةً فهو صانع والمفعول مصنوع وصنيع، الصناعة هي كل علم أو فن مارسه الإنسان حتى يمهر فيه ويصبح حرفة له، أما في معجم لسان العرب فالصِنَاعَة (بفتح الصاد): حرفة الصانع وعمله الصَّنعة، والصِنَاعَة (بكسر الصاد) ما تستصنع من أمرٍ (ابن منظور، د س ن، صفحة 150)، وفي القرآن الكريم ورد المصطلح في قوله تعالى: (صنع الله الذي أتقن كل شيء*)، أما الأخبار فمفردتها خبر؛ والخبر النبأ، والجمع أخبار وأخبار جمع الجمع، والخبرة والمخبرة كلها تعني العلم بالشيء، تقول لي به خبر، وقد خبره يخبره خبرا وخبرة وخبرا واختبره وتخبره، يقال من أين خبرت هذا الأمر أي من أين علمت؟ وقولهم: لأخبرن خبرك أي لأعلمن علمك. (ابن منظور، د س ن، صفحة 227)

وقد ورد مصطلح الخبر في القرآن الكريم بمرادف "النبأ" وهو مصطلح مختلف المبني ومرادف لمعنى الخبر حسب ما تشير إليه الكثير من الدراسات والمصادر (عبد النبي، د ت ن، صفحة 12)، فنجد مصطلحي النبأ والخبر مترادفين في المعنى في العديد من المواضع منها: قوله عز وجل: (يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين) (سورة الحجرات، الآية 07) وقال تعالى: (إنما أمرهم إلى الله ثم ينبئهم بما كانوا يفعلون) (سورة الأنعام الآية 159)، وقال تعالى: (نحن نقص عليك نبأهم بالحق إنهم فتية آمنوا بربهم وزدناهم هدى) (الآية 13 سورة الكهف). وفي آية أخرى قال تعالى: (وكيف تصبر على ما لم تحط به خبرا) (سورة الكهف الآية 68).

* القرآن الكريم، سورة النمل، الآية 88.

ب/ التعريف الاصطلاحي لصناعة الخبر

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

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

- الدقة والإيجاز والبساطة في تناول حدث معين.
- أن يكون الخبر مهما للجمهور ويحقق 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، وتثير 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 انطلاقا من أهمية هذا الخبر بالنسبة للجمهور المتلقي للخبر، بينما يعرف إبراهيم المسلمي الخبر انطلاقا من كونه مصدرا رئيسيا للثروة فهو أهم مواد الوسيلة الإعلامي التي تهم المتلقين من ناحية وتهتم 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 الصحيفة أو تلك الوسيلة الإخبارية" (جواد، 2001، صفحة 11).

ويرى جلال الخوالدة أن "صناعة الأخبار التلفزيونية وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهد تطورا كبيرا 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 مهيبا للاستجابة الذهنية إليها أو تحويله للانتباه إلى ما يريده المرسل عن طريق الصياغة اللفظية المشحونة بالانفعالات والمعاني المحولة" (الجميل و العاني، 2012، صفحة 131).

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

التعريف الاجرائي لجودة صناعة الأخبار

من خلال استعراضنا بالتفصيل لمفهوم الجودة وصناعة الأخبار كل على حدا، توصلت الباحثة إلى القول أن جودة صناعة الأخبار تتعلق بمدى إلمام القائم بالاتصال بمختلف المعايير والمحددات المهنية التحريرية والفنية التي تُحدّد جودة المادة الإخبارية بصفاتها 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 (chanel) إلى الممر الإلكتروني المغناطيسي لنقل برامج التلفزيون عادة يُشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال أو حتى تسمية القناة في حد ذاتها حتى يتسنى للمشاهد معرفة 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 بثها عبر الأقمار الصناعية، أو هي كما عرفها الباحثان سعيد مراح، مُجد قارش جميع القنوات الفضائية، التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مسموحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة، ويتم بث برامجها عبر الأقمار الصناعية بواسطة الهوائيات المقرة (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 المضامين الإعلامية المتنوعة والانفتاح على تلفزيونات العالم عن طريق البث الفضائي، وتختلف هذه القنوات من حيث الملكية (عمومية، خاصة)، ومن حيث المضمون (متخصصة، عامة).

2/ القنوات الفضائية الجزائرية

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

الناعمة التي تستهدف التعريف بالبلد حضاريا، وثقافيا، وتاريخيا، ونقل مواقف ووجهات النظر الجزائرية من مختلف القضايا الدولية والاقليمية والمحلية إلى الرأي العام العالمي.

ومن بين القنوات الفضائية الجزائرية التي اختصتها الدراسة بالتحليل:

أ/ قناة الجزائرية الثالثة (A3)

تعد قناة الجزائرية ثالث قناة عمومية تم انشاؤها بعد كل من القناة الأرضية و Canal Algerie، تم اطلاقها بشكل رسمي في الخامس من جويلية 2001 أي في الذكرى السنوية لاستقلال البلاد، وتتوجه القناة بمضامينها المتنوعة 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، وتهتم 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 المضامين 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 الاعلام 05-12 والذي تلاه إنشاء العديد من القنوات الخاصة.

عاشرا- أدبيات الدراسة

تفيد أدبيات الدراسة في التعرف على البحوث والدراسات السابقة التي تناولها الباحثون ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك بهدف الاستفادة منها في تحديد ورسم معالم بحثنا؛ فالدراسات السابقة تعد مرحلة لازمة لإنجاز البحوث العلمية وذلك حتى يتسنى للباحث معرفة مجال ودائرة بحثه مقارنة بالبحوث الأخرى، كما أن اطلاع الباحث على أدبيات الدراسة يجعله يتجنب 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 الأدبيات المتوفرة لدينا إلى قسمين؛ بحيث يتناول القسم الأول الأدبيات الخاصة بموضوع الجودة في المؤسسات الإعلامية ويتم تقسيمها أيضا إلى أدبيات جزائرية، أدبيات عربية، أدبيات أجنبية فيما يتناول القسم الثاني الأدبيات الخاصة بموضوع صناعة الأخبار على نفس المنوال، وبعد استعراض كل قسم على حدى يتم دراسة وتوضيح أوجه الشبه والاختلاف والاستفادة بين هذه الأدبيات وبين دراستنا بالتعليق والنقد والشرح.

- الأدبيات الخاصة بالجودة

أ/ الأدبيات 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 التقييس والتحليل في أداء عملها.
- افتترضت 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 ومستوى أدائها والتطور الذي حققته في مجال السمع البصري على مستوى المغرب العربي، وقد طبقت الدراسة منهج دراسة الحالة (بشقيه المنهج الوصفي والمنهج التحليلي) لرصد حيثيات 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 حقيقية 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 أدائه الإعلامي إلى أعلى مستوياته واستخدامها للموارد المادية والبشرية.
 - وجود قناعة لدى الإدارة 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 ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة مما أوقع القناة في أزمة مالية بسبب سوء التخطيط.

02- 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؟ وانبثق 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 متكامل 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

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 سكنهم، ولاعتبار أنهم ينتمون إلى الطبقة المثقفة والمتعلمة؛ حيث تم اختيار طلبة الإقامة الجامعية "طالب عبد الرحمان" 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 مرتبط بما قبلها من مدى توفر المبادئ والمتطلبات الخاصة بتطبيق هذا النظام، وهذا يعتبر تأكيدا لصحة الفرضية الثانية القائلة بأن تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية مرتبط بمدى توفر المعايير (المبادئ والمتطلبات) الخاصة به.
- يتوفر التلفزيون الجزائري على إمكانيات مادية وبشرية هائلة، وهذا يعتبر عنصرا إيجابيا في طريق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة.
- مواكبة التلفزيون الجزائري للتطورات التكنولوجية، وذلك من خلال اقتنائها والاستفادة منها مما أدى إلى تحسين الإنتاج التلفزيوني.
- تدريب العاملين وتحفيزهم من خلال الترقية والزيادة في الأجور يعتبر عاملا حاسما لزرع فكرة (ثقافة الجودة) في نفوسهم خاصة وأن التحفيزات تشعر العامل بالرضا الوظيفي.

ب/ الأدبيات السابقة العربية

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

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 توفرها في البرامج التعليمية المقدمة في الإذاعات المحلية بمحافظات غزة ببناء 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 لمادة 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 تصميمها 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 الموسومة ب: La qualité en télévision :

Étudespréalables, 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".

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 التفريق بين قياس الجمهور وقياس الجودة، وانطلقت الدراسة من عدة تساؤلات جوهرية تمثلت 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 وقادر على الاختيار، و هو متذوق ومطلع على القنوات وقادر 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 وفقا لمجموعة معايير خاصة بكل شخص، ووفقا لمعايير وقيم ذلك الشيء، كما أن الكشف عن علاقة نسبة مشاهدة الجمهور، الجودة إذ يعتبر معدل المشاهدة المرتفع معيارا لنجاح البرنامج واستمراريته ولكنه لا يعكس بالضرورة جودته، فتقييم البرامج التلفزيونية لا يجب أن يكون بناء على عدد المشاهدين بل بناء على جودة البرامج في حد ذاتها، وبالتالي فإن قياس جودة البرامج التلفزيونية يوفر معلومات اضافية مفيدة لمديري البرامج.
 - يمكن للعديد من الجهات الفاعلة الحكم على جودة البرامج التلفزيونية؛ رؤساء القنوات، محترفو القطاع، المشاهدون، والذين بدورهم يصدرن أحكاما وفقا لمعاييرهم وقيمهم الخاصة، مما يعكس اختلاف وتنوع هذه المعايير والقيم ويعكس أيضا تعدد أذواق المشاهدين.

التعقيب على الأدبيات السابقة الخاصة بالجودة في المؤسسات الإعلامية

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

- ركزت كلا الدراستين على القنوات الفضائية كمجال مكاني وموضوعي للدراسة، حيث اختصت الدراسة الأولى بقناة نسمة الفضائية فيما اختصت الدراسة الثانية بالمؤسسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري ENT V، 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 أداة الاستبيان والمقابلة بالإضافة إلى أداة تحليل المضمون في ضوء طبيعة ونوع دراستنا التحليلية الاستطلاعية التي تطلبت الاعتماد على أكثر من أداة بغرض تعزيز نتائج البحث.

- تتشابه دراستنا مع هاته الدراسات في الاعتماد على المنهج المسحي الملائم لمثل هذه الدراسات القائمة على الوصف والتحليل لمختلف الظواهر المدروسة.

- تلتقي دراستنا مع الدراستين 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 المؤسسة الإعلامية للتلفزيون الجزائري ENT V، بما يعني أن الدراستين تنظران إلى الجودة في شقها الإداري باعتبار القناتين الفضائيتين مؤسسات إعلامية ذات طابع إداري من حيث هيكلها الإداري.

- اتفقت دراستنا مع الدراسة العربية الموسومة بتقويم برامج التربية الإسلامية المقدمة في الإذاعات المحلية في ضوء معايير جودة البرامج الإذاعية في استخدام نفس أساليب وأدوات البحث حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كونه يتماشى مع طبيعة الدراسة في وصف الجودة وتحليل معاييرها ومدى تطبيقها في المؤسسات الإذاعية محل الدراسة، كما توافقت دراستنا مع ذات الدراسة في استخدام أداة

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

La qualité en télévision : Étudespréalables, ب أما الدراسة الرابعة الموسومة ب conception et réalisation d'un qualimat de la télévision en Belgiquefrancophone pour le magazine Télépro فركزت على جودة في التلفزيون في مجلة تيليبرو 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 لحذر مؤلف الدراسة من السرقة العلمية باعتبارها متاحة على الانترنت.

أوجه الاختلاف:

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

- اختلفت دراستنا عن الدراسات السابقة في ناحية توظيف المناهج، حيث تطلبت 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 (مندوبين، 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.

- 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 للتلفزيون، كما اختلفت دراستنا مع الدراسة الموسومة بتقويم برامج 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 بقناتين فضائيتين.

- تختلف الدراسة عن الدراسات الأربع - السابقة الذكر- في طبيعة الموضوع المتناول واختصاصه بمجال صناعة الأخبار في قناتي "الجزائرية الثالثة" و"الشروق نيوز" ومدى الالتزام بمختلف المعايير وآليات الجودة ومختلف 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 للتلفزيون

ثانيا: الأدبيات الخاصة بصناعة الأخبار في القنوات الفضائية

أ/ الأدبيات السابقة الجزائرية:

1- دراسة الزهرة بوجفجوف بعنوان: أولويات النشرات الإخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة

دراسة مقارنة بين قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، 24 farance (بوجفجوف، 2016/2015).

هدفت الدراسة إلى مقارنة ترتيب الأولويات بين كل من الوسيلة الإعلامية والجمهور وبالأخص 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.

وبناء على ذلك فقد تمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: هل يوجد اتفاق بين ترتيب أولويات النشرات الإخبارية في قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، 24 farance؟، وانبثق 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 المدعاة؟
- 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، mbc1)، كما يوجد تشابه بين ترتيب أولويات الفضائيات المتخصصة (24 farance، الجزيرة). وقد 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.

وتطلبت 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 متمثل في كل الأساتذة الدائمين بأقسام علوم الإعلام والاتصال وميدان العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم السياسية بجامعة باجي مختار، باستخدام عينة قصدية مكونة من الأساتذة الدائمين بأقسام علوم الإعلام والاتصال وميدان العلوم الانسانية والاجتماعية وقسم العلوم السياسية بجامعة باجي مختار عناية باعتبارهم الأقرب إلى فهم موضوع الدراسة كونه يندرج ضمن تخصصهم لتقوم الباحثة بتوزيع 100 استمارة كعينة كلية.

أما مفردات البحث الخاصة بالدراسات التحليلية فتشمل قنوات: الجزيرة، و 24 farance باعتبارها قناتين متخصصتين في الأخبار، وقناتي الجزائرية الثالثة و mbc1 باعتبارهما قناتين عامتين تقدمان برامج متنوعة من ضمنها نشرات الأخبار، حيث اختارت الباحثة على مدار 9 أيام من 2013/10/20 إلى غاية 2013/19/29 أي بعينة قوامها 36 عددا 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 كلا 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:

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

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

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

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

2- دراسة فوزية عكّاك الموسومة بالقيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي- ديسمبر 2007(عكّاك، 2012).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مصفوفة القيم الخيرية التي يختارها القارئون بالاتصال في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، وكذا التعرف على تصورات القارئون 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، واستمارة 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 بالقارئون 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 الصحيفتين، منع الأخبار الأخرى من الظهور (الثقافية، الدينية، الرياضية) بما يحدث قدرا من التوازن في تناول مختلف المواضيع.

- اعتماد صحف الدراسة على الصحفيين كمصدر للأخبار، مما يؤدي إلى محدودية مصادر الصحيفة، 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 صحفيي "الخبر" بالأخبار التي لها علاقة بسياسة الدولة، بينما يرى صحفيو الشروق اليومي أن الأخبار التي ترتبط بسياسة صحيفتهم تأتي ضمن أولوياتهم.

ب/ الأدبيات 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 فضائتي 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)؟

وانبثق 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، واسكاي نيوز)؟.
- ما مدى الضبط الاجتماعي والأخلاقي وتداخله في التأثير على صناعة الخبر بالفضائيات العربية؟.

تمثلت فرضيات البحث في ما يلي:

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

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

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 فضائتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية من متابعة الخبر حيثما كان وتهتم بما وراء الخبر وتقوم بإشراك المواطن في صناعة الخبر.
- 2- تقوم قناتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية بصناعة الخبر حسب سياسة المحطة مع الاهتمام بتحقيق السبق الصحفي.
- 3- تعتمد فضائتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية على مراسلي القناة كمصدر أساسي 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 والتعليق من خلال المواقع الإلكترونية وهو ما يعكس حجم مشاركة الجمهور في صناعة الخبر بفضائتي الجزيرة وسكاي نيوز عربية.

ج/ الأدبيات الأجنبية:

أ/ دراسة SawsanAtallah Bidart بعنوان: How International News 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، وقناة برس تي في الإنجليزية، ويورونيوز الإنجليزية، وفرانس 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.
- وتندرج الدراسة ضمن البحوث النوعية الاستكشافية؛ حيث وظفت الباحثة النظرية المجردة Theory Grounded التي تعتمد الأسلوب الاستقرائي الملائم لإجراء تعميمات أوسع من أجل الكشف عن مختلف الأنماط والانتظامات أو العناصر البارزة في موضوع الدراسة.

وتمثلت عينة البحث في قناتين إخباريتين غربييتين (فرانس 24 الإنجليزية، ويورونيوز 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 النقدي والذي يتناسب مع طبيعة البحوث الاستقرائية المقارنة، واستعانت الدراسة أيضا بمصادر أخرى في شكل تقارير صادرة عن حكومات رسمية، تقارير المنظمات الدولية ومنظمات حقوق الانسان.

وتعد المقابلة أحد أهم أدوات البحث التي تستعين بها منهجية نظرية المجردة، حيث تم تطبيق هذه الأداة مع المراسلين بالتركيز على المراسلين الأجانب أو الدوليين والمراسلين الدوليين المستقلين؛ قصد 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 المقابلات بنسبة 49% في مقاطع الفيديو الإخبارية الخاصة بها.
- تضمنت مقابلات الجزيرة الإنجليزية وقناة برس تي في الإنجليزية وفرنس 24 الإنجليزية أسئلة للكشف عن معلومات أساسية من خلال السؤال "ماذا؟"، في حين اعتمدت يورو نيوز الإنجليزية على أسئلة "كيف؟"، كما أجرت AJE، PTV، 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 أيضا بين قنوات AJE و

F24 و Euronews عدم كشفها لمواقع الصحفيين في غالبية المقابلات التي تم اجراؤها.

- تعد المشاكل السياسية هي السبب الجذري لتحريف أحداث الربيع العربي؛ حيث تمارس الدول التي شملتها الدراسة (البحرين ومصر وليبيا 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 كليًا أو جزئيًا أو تهديدهم إلى حد ممارسة الرقابة الذاتية من قبل الصحفيين والمؤسسات الإخبارية، فالبيئة السياسية المخوفة بالمخاطر في الشرق الأوسط كانت بها أنظمة حددت مسبقًا حدود الواقع الذي يمكن للصحفيين تقديمه 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 ممن لديهم عقود مع مؤسسات إخبارية (2) الصحفيون المستقلون أو الصحفيون المستقلون الذين يبيعون القصص الإخبارية للمؤسسات الإخبارية أو العمل في مهمات بعقود مع أو بدون عقود مع مؤسسات إخبارية، وبالتالي لا تندرج تحت كشوف المرتبات الشهرية ومسؤولية المؤسسات الإخبارية (3) المساهمين في الأخبار

الذين يتقاضون 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، فالصحفي 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 مجالا خصبا في توسع الباحثة في الجوانب النظرية و التطبيقية لتتفق دراستنا معها في عدة جوانب منها:

- اتفقت دراستنا مع دراسة زهرة بوجفجوف الموسومة ب "أولويات النشرات الاخبارية في الفضائيات العامة والمتخصصة دراسة مقارنة بين قنوات الجزائرية الثالثة، mbc1، الجزيرة، farance 24 " في اعتماد كلا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، وعلى نشرات الأخبار في القنوات محل الدراسة، غير أن الدراستين 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 ب "القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق" من حيث توظيف كلا 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 كلا من المنهج المقارن وأداتي الاستبيان وتحليل المضمون.

- اتفقت دراستنا مع الدراسة الأجنبية الموسومة ب دراسة: SawsanAtallah Bidart بعنوان: **How International News Constructed: The Case of ArabSpring** من حيث الأدوات 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 بقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز كمجال مكاني للدراسة في حين ركزت دراسة الباحثة فوزية عكاك بالصحافة الخاصة في الجزائر من خلال صحفيي الشروق اليومي، واهتمت الدراسة الثانية بقناتي الجزيرة وسكاي نيوز، أما الدراسة الأجنبية فاعتمدت على القنوات الغربية ممثلتين في قناة يورو نيوز الإنجليزية، وفرنس 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 تنوعت بين النظريات السوسيولوجية كالنظرية المجذرة والنظريات الإعلامية كنظرية ترتيب الأولويات، وحارس البوابة فيما لم تتبن بعض الدراسات أي مقاربات نظرية، لتشكل دراستنا منظورا مختلفا يجمع بين مقاربي حارس البوابة ونظرية المسؤولية الاجتماعية كأطر 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 تسليط 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 شيوع ثقافة الجودة في هذه القنوات بالنظر إليها كمؤسسات إعلامية.

الباب الثاني:

الإطار والمقاربة النظرية

للدراصة

الفصل الثاني

مدخل إلى الجودة وإدارة الجودة

الشاملة في التلفزيون الفضائي

المبحث الأول: مراحل تطور الجودة وإدارة الجودة الشاملة

المبحث الثاني: منطري ومستويات إدارة الجودة الشاملة
وأهم جوائزها

المبحث الثالث: القنوات الفضائية ومتطلبات الجودة

تمهيد

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 مصداقا لقوله عليه الصلاة والسلام "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا 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 بالسعي إلى التحسين المستمر.

وعلى الرغم من أن البدايات الأولى للجودة كانت مرتبطة بالمؤسسات والنظم الإدارية وبجودة السلع والخدمات ذات الطابع المادي بالتركيز على رضا الزبون إلا أن ذلك لم يمنعها من التوسع لتشمل مختلف نواحي الحياة كالتعليم والتربية والصحة والإعلام.. وغيرها بما يسهم في الأخير في رفاهية أفراد وشرائح 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 تبثها للجمهور كسلع ثقافية تتضمن مجموعة من القيم والمعلومات والآراء والاتجاهات الفكرية ذات الطبيعة الإخبارية، إلى جانب ارتباطها بمجموعة من المعايير المهنية والأخلاقية التي تتحكم في شكل ومضمون المنتج الإخباري (الجوانب الشكلية والتحريرية..).

وانطلاقا 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 المبحث الأخير إلى جودة التلفزيون من خلال التعرض إلى السجلات النقدية التي رافقت تطور مفهوم جودة التلفزيون وخصوصية الأخبار التلفزيونية، إلى جانب عوامل تبني الجودة.

وبالتالي فإن هذا الفصل سيجمع بين مقاربتين 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

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

المطلب الأول: أبعاد ومراحل تطور الجودة

أولاً: مراحل تطور الجودة

يعد مفهوم الجودة أحد المفاهيم التي عرفت الإنسانية منذ زمن بعيد وارتبطت في ذلك بجودة المنتج أو العمل كمخرجات للجهد البشري، غير أن ارتباطه بالمؤسسات الصناعية والخدمية لم يظهر إلا في العصر الحديث من خلال الفكر الإداري الحديث، وعموماً 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 وإنتاج بمعنى الكلمة، فالمصنع كان عبارة عن ورشة 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 يلي رغبة زبونه، وبالتالي فالعمال يصنعون السلعة المطلوبة وفق توجيهات صاحب المعمل، وبالنسبة لعملية الرقابة على الجودة فقد كانت تتم من قبل العامل نفسه ومنفردا، ومع تدقيق نهائي 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 شكلا أو هيكلًا تنظيميًا، وكبر عدد العاملين وازدياد 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 (العزاوي، 2005، صفحة 10).

3/ مرحلة الإدارة العلمية

كانت بدايات الرقابة على الجودة ملازمة للعمل التصنيعي الحرفي، حيث كان العامل مسؤولاً عن المنتج بأكمله، ومع التطورات التي شهدتها بدايات القرن العشرين وظهر 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(العزاوي، 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 التلفزيونات 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(الدراكة ، 2015، صفحة 51).

4/ المرحلة الرابعة: مرحلة الرقابة الإحصائية 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 الجهود 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 Harold Dodge و Harry Roming أسلوباً إحصائياً لفحص عينات من الإنتاج بدلا 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 الخمسينات 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 لليابان في مجال جودة المنتجات(الدراكة ، 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 كفايتها في تشخيص المشاكل، لقد انصب التركيز في هذه الفترة في العمليات وكيفية إدارتها بكفاية وبالشكل الذي أدى إلى جعل الرقابة على العمليات مسؤولية لكل فرد في المنظمة فوجود نظام شامل للجودة متفق عليه ضمن نطاق عمليات المنظمة، وفي هيكل عمل موثق بفعالية وتكامل فيه الإجراءات والتقنيات الإدارية لأجل توجيه الأفراد بأفضل الطرائق العملية نحو الأنشطة المنسقة والمعلومات والأساليب التي تتضمن تحقيق رضا الزبون عن الجودة وكلفتها الاقتصادية تمثل الصيغة التي انجز بها عمل المنظمات الصناعية مما دفع خبراء الجودة في المنظمات إلى تشخيص الانحراف وتطبيق الأدوات الإحصائية والعمل على علاج المشاكل (العزاوي، 2005، الصفحات 10-11).

5/ المرحلة الخامسة: تأكيد الجودة 1960-1980

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 والمتمثلة 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 وممارسات تتلاءم مع البيئة والمتطلبات المعاصرة كما تؤكد على مشاركة العنصر البشري بتحريك مواهبهم 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 ترادف (الشمولية Total) ب (الاستراتيجية Strategic) وهذا يعني أن الفكر الإستراتيجي يجب أن يشمل جميع أركان الجودة، بدءًا من اعتبار ISO 9000 هو الحد الأدنى للاستمرار في السوق والقاعدة الأساسية لنشوء وتطور حركة الجودة (لزنم، 2020، صفحة 170).

7/ المرحلة السابعة: رفاهية الزبون (2010 إلى الآن)

يتوقع أن يشهد العقد القادم تطورات كبيرة في أساليب ضبط الجودة، إذ ولكي تحقق المنظمة مستوى الجودة المطلوب منها أن تبدأ بالزبون وليس بالسلعة الملموسة، أو العملية التصنيعية، إذ سيعتمد التركيز على الزبون في جميع عمليات ضبط الجودة بدءًا من التخطيط للأنشطة والفعاليات اللازمة لضبط الجودة وإدارتها، وصولًا إلى المخرجات النهائية أي بعبارة أخرى سوف يكون الاتجاه بالتحول نحو تحقيق القيمة الشاملة للزبون والذي يتطلب مكافأة العاملين ماديا ومعنويا لتحقيق تلك القيمة وتحقيق رضا الزبون(الحداد ، 2009، الصفحات 59-60).

ثانيا: 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 مثلا 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 بناء على الميولات الفردية للجمهور.

الهئية/ المظهر: Feature Appearance: وهي الخصائص الملموسة 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.

المتانة: Durability: أي قياس كمية الاستعمال التي سيحصل عليها الزبون من السلعة قبل أن تفشل أو تتعطل حتى تصل إلى النقطة التي تجعل الاستبدال أكثر معنى من الإصلاح 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 يخلفه 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، فمثلا قد يترك فندق معين انطباعا جيدا لزواره بجودة الخدمات التي يتميز بها مما يسهم في توسع 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 والمنطلقات الفكرية والمعرفية التي ينتمون لها؛ سعيًا منهم إلى تحسين وتطوير المنتجات السلعية والخدمية وتقديمها للزبون 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 المنطلقات والمرجعيات الفكرية لكل باحث، وفي هذا الإطار سنقوم بعرض مجموعة من التعاريف لإدارة الجودة الشاملة التي أوردها العديد من الباحثين والمنظمات والهيئات الدولية على النحو التالي:

تعرف مجلة كواليتي 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 مُجد فلاق على أنها "هي التطوير المستمر للعمليات الإدارية، وذلك بمراجعتها وتحليلها والبحث عن وسائل رفع مستوى الأداء وتقليل الوقت لإنجازها بالاستغناء عن جميع المهام والوظائف عديمة الفائدة وغير الضرورية للعميل وللعملية، وذلك لتخفيض 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 المواصفات المحددة والمتفقة مع رغبات العملاء في سبيل الوصول ليس فقط إلى إرضاء العملاء أو إسعادهم، وإنما إلى إبهارهم من خلال تقديم سلع وخدمات لا يتوقعونها(الدراكة ، 2015، صفحة 19).

وعرفها 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 زبائنهم، 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 الزبون 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 لانخفاض مستوى الجودة فيها وارتفاعه في السلع الأجنبية (الدراكة ، 2015، صفحة 61).

ب/ أهمية الجودة بالنسبة للمؤسسة المنتجة:

تظهر أهمية الجودة في السلع والخدمات بالنسبة للمؤسسة المنتجة (الدراكة ، 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 شرائها ويقنع الآخرين بها.
- أن الجودة هي أحد أبرز الجوانب الأساسية لإعطاء ميزة خاصة للسلعة في ظل وجود المنافسة الشديدة بين المنتجات المعروضة.
- يترتب على غياب الجودة تحمل المسؤولية لتكاليف باهظة ستؤثر سلبا على أرباحها وسيولتها النقدية، وربما 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 وفعالية، ومن هذه المبادئ (هاغستروم، 2009، الصفحات 34-35):

➤ **التركيز على العميل (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.

➤ **التركيز على العمليات والنتائج معا (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 ويتعامل مع منافس آخر إذا توقع

نتائج أفضل لديه، لذا لا بد من إيجاد حلول مستمرة للمشاكل التي تعترض 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 الحافز الوحيد للعمل والاستمرار في المؤسسة بل يحبون أن تقابل جهودهم بالثناء والتقدير، حيث يعتبر هؤلاء العاملين كثرة هائلة لديهم من المعرفة والأفكار الإبداعية التي تمكنهم من تطوير وتحسين جودة أداء العمل وزيادة الأرباح وتخفيض التكاليف.

➤ اتخاذ القرارات استناداً إلى الحقائق: Fact Based Decision Making : تتبنى

إدارة الجودة الشاملة مفهوماً مؤسسياً لحل المشاكل (كفرص للتحسين) والذي يشترك في تنفيذه كافة العاملين إضافة إلى العملاء، وذلك من خلال المشاركة والتفهم الكامل للعمل ومشكلاته ومسبباته بهدف التوصل إلى حلول مفيدة، من خلال جمع المعلومات والبيانات التي سيتم بناء القرارات عليها لتحسين العمليات مما 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 الإحصائي مثل مخطط 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 العملياتية.
- تقييم المخرجات.
- تقييم أداء العمليات.
- تعديل العمليات والمخرجات بما يضمن تحقيق الأهداف.
- اتخاذ القرارات بناء على الحقائق (البلداوي و نديم، 2007).

ثانيا: أهداف إدارة الجودة الشاملة

1/ تحقيق الربحية: حيث يمكن للمنظمة التي تختار الجودة هدفا وشعارا لها أن تحقق انخفاضا في التكاليف المرتبطة 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 اللازمة لممارسة تنفيذ إدارة 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 تلبيتها والسعي لإضافة بعض الخصائص الوهاجة (Delight) المبدعة التي لا يتوقع الزبون وجودها عند اقتنائه للمنتج أو الخدمة فيسبب وجودها شعور عال بالرضا بما يضمن الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن مستقبليين (البلداوي و نديم، 2007، صفحة 73).

المبحث الثاني: رواد وجوائز الجودة

شكّلت إسهامات رواد ومفكري الجودة حقلاً نظرياً خصبا استلهمت منه الإدارة الحديثة أسسها ومبادئها حيث لاقت رواجاً وتطبيقاً في المؤسسات والشركات الغربية 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 مركز ومحور أي تحسين وتطوير في عمليات الإنتاج، ومن ثم ظهرت الحاجة إلى وجود منظمات مستقلة توكل لها مهمة تقييم جودة المنتجات والخدمات من خلال اعتماد أنظمة ومقاييس دولية أو ما اصطلح على تسميته بالإيزو، وتمنح هذه الأنظمة شهادات الإيزو للمؤسسات المتقدمة لطلب ذلك بعد أن يثبت التزامها بمعايير الجودة، كما استحدثت هيئات ومنظمات دولية جوائز للجودة.

المطلب الأول: رواد الجودة

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

1/ ادوارد ديمينغ: Edward Deming

يعد المستشار الأمريكي ادوارد ديمينغ بمثابة الأب الذي قاد ثورة إدارة الجودة الشاملة، حيث أنه قدم العديد من المساهمات الهادفة في تطوير الجودة في أمريكا من خلال تطبيقات خرائط المراقبة الإحصائية (Statistical process control) وقد ركز ديمينغ Deming على ضرورة قيام المنظمة بتقليل الانحرافات التي تحصل أثناء العمل وقد أشار لذلك في كتاباته عن فلسفته وأساليبه التي أصبحت ذات أثر فعال في تطوير إدارة الجودة الشاملة TQM (حمود ، د س ن، صفحة 96).

مبادئ ديمينغ الأربعة عشر:

تعد مبادئ ديمينغ الأربعة عشر أحد المرتكزات الأساسية التي لاقت تطبيقاتها رواجاً واسعاً في مختلف المؤسسات والمنظمات الإنتاجية والخدمية وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي (عبد الرؤوف، و المصري، 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 معاشية أخطاء متوالية 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 متوافرة.
4. التوقف عن ممارسة تقويم الأعمال على أساس السعر المحدد فقط، وأن يكون البديل عن ذلك هو تخفيض التكلفة وليست التكلفة المبدئية عند التعامل مع الموردين.
5. التحسين المستمر إلى الأبد في كل العمليات المتصلة بالتخطيط والإنتاج وبالخدمة ويتعين تخفيض 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. التخلي 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 الأنصبه العديدة للقوى العاملة أو الأهداف العددية للإدارة.
12. إزالة الحواجز التي تحرم العاملين من التفاخر بالعمل، والتخلص من نظام التقويم السنوي والجدارة.
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 للنقاط الثلاث عشرة السابقة.

2/ جوران Juran Joseph:

يعتبر جوران أحد أهم رواد الجودة بعد ديمينج Deming، حيث قدم في عام 1986 مفهوماً واسعاً للجودة اصطلاحاً على تسميته بـ ثلاثية جوران، والذي يشتمل على ثلاث عمليات تتمثل في (الدراكة ، 2015، صفحة 27):

- **التخطيط للجودة:** وهي تصميم وإنشاء العملية التي تحقق الأهداف الموضوعية، 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 تقيم 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 باريتو، وتأسيسًا 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 كروسي المتمثل في انعدام العيوب كما عارضه ديمينج، على اعتبار أن هذا المبدأ يحمل العاملين مسؤولية الأخطاء وبناءً على ذلك يرى جوران أن التدريب يعد عنصراً حاسماً ولا بد أن يبدأ من أعلى إلى أسفل أي أن يبدأ تدريب الإدارة العليا والمشرفين قبل تدريب العاملين في المستوى التنفيذي، وهو الأمر الذي لم يلق ترحيباً 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 لتعزيزها 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/ شوارت Shewhart:

قام Shewhart و Deming بإعادة العناصر السابقة التي وضعها Juran على شكل دورة متتابعة أطلق عليها (PDCA) وهي تتكون من (الدراكة ، 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 تقتضيه الظروف المناسبة مع المنتجين الآخرين.

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

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

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

5/ فيليب كروسي Philip Crosby:

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 المتوالية قاربت الثلاثة عشر كتابا كلها حول الجودة. واشتهر كروسي بمفهوم العيوب الصفرية Zero Defect؛ فالجودة لا تتأتى إلا من خلال خلو المنتج من العيوب، وكذا كافة العمليات والظروف المصاحبة لإنتاجه والمتعلقة بالأداء ومعمارية القيادة، وتكلفة الجودة الاجمالية.

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 (الدراكة، 2015، صفحة 96).

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

6/ إيشيكوا Ishikawa:

يُعرف إيشيكوا 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، و المصري، 2014، صفحة 123).

وقد حدّد العالم ايشيكاوا 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

1/: جائزة بالدريج **Malcolm Baldrige Award**:

رصدت الولايات المتحدة الأمريكية جائزة للشركات التي تبذل جهود مخلص في هذا الصدد لتشجيع الاهتمام بالجودة الشاملة ، وتعرف هذه الجائزة باسم جائزة بالدريج نسبة إلى السكرتير السابق بقسم التجارة بالولايات المتحدة **Malcolm Baldrige Award** والذي توفي بمكتبه أثناء تأدية عمله، ويمكن لجميع الشركات والمنظمات الأمريكية سواء كانت إنتاجية أو خدمية حق الاشتراك في المسابقة للحصول على الجائزة (ديسلر، 2012، صفحة 307). وقد أسست 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 أسس إرشادية للتقييم الذاتي في مجال تحقيق الجودة وخدمة المجتمع.
- الدعاية للشركات التي تفوز في المنافسة وتحصل على الجائزة.

2/: جائزة ديمينغ **Deming**:

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

وتحمل هذه الجائزة اسم ديمينغ **Deming** تقديراً لجهوده ومساهمته في سبيل تطوير الجودة في اليابان

أقسام جائزة ديمينغ:

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

- جائزة ديمنج للتطبيقات: تمنح هذه الجائزة إلى المنشآت والمؤسسات التي حققت تحسينات أداء متميزة حسب المعايير السنوية التي تنشر سنويا 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.

3/: جائزة الجودة الأوروبية European Quality Award

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.

تمنح هذه الجائزة سنويا لعدد من الشركات التي تظهر تميزا 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 نموذجا للتميز من خلال الجودة، وبالمقابل يكون بإمكان كافة الشركات قياس 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 امي التي تنظم مرة كل سنة، على الرغم من التحيز الذي تعرفه مثل هذه الجوائز خاصة مع تداخل سلطة المال والسياسة وتعارضها مع توجهات أعمال دون الأخرى.

المطلب الثالث: إدارة الجودة الشاملة والايزو

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 كلمة يونانية تعني التساوي والرقم 9000 هو رقم الاصدار الذي صدر تحته المعيار أو المواصفة وقد نالت الإيزو منذ صدورها عام 1987 اهتماماً بالغاً لم تنله 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 والتكيب والتجهيز، ويُستثنى من ذلك مراحل التصميم وخدمات ما بعد البيع.
- إيزو 9003: تتضمن هذه المواصفة 12 عنصراً فقط من عناصر الجودة التي يتيحها الإيزو 9001، وتختص بعمليات الفحص والاختبار النهائي للمنتج فقط.

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

المسؤولية الاجتماعية: ISO 26000: هذه المواصفة 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 مجتمعاتها من خلال آليات المواصفة والأخذ في الاعتبار توقعات الشركات والالتزام بالقوانين السارية واحترام السلوك العالمي المعتاد (فلاق، 2018، صفحة 258).

يوجز الباحث عمر وصفي عقيلي (عقيلي ، 2009، صفحة 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 تشترط الحصول على شهادة الإيزو.
5. تساعد المنظمة على الاحتفاظ بمستوى جودة مستقر، وبالتالي يمكن اعتبار ذلك استثمارا طويلا الأجل.
6. رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال تفاخرهم بالعمل لدى شركة حائزة على شهادة الإيزو.
7. تصبح الشركة مكانا لاستقطاب القوى العاملة المتميزة.
8. زيادة أرباح الشركة من خلال زيادة رقم مبيعاتها الناتج عن زيادة كفاءتها الإنتاجية.

ثانيا: الفرق بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو(ISO):

في ضوء ما سبق، يمكن تلخيص أهم الفروقات بين الجودة والإيزو في النقاط التالية(لزنم، 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 الدارسة الميدانية لحاجاتهم ورغباتهم للعمل على توفيرها لهم، أي أن الإيزو لا تركز 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.
- تركز 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 بعملها 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 والمقاييس، 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

شكّل 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 نواحيه 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 المضامين والبرامج؟، وهذا ما سوف نعالجه في هذا المبحث من خلال كرونولوجيا تطور البث وإشكالية تعريف الجودة في التلفزيون وعوامل تبني هذا الأخير لها.

المطلب الأول: كرونولوجيا تطور البث الفضائي والرقمي

على عكس وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى؛ فإن التلفزيون تطور بسرعة كبيرة وانتشر في كافة مناطق العالم في مدة قصيرة، وذلك بفضل خصائصه التقنية من جهة، ومخاطبته لكافة شرائح المجتمع وفئاته، فإن اقتصر الصحف على الطبقات المثقفة التي تجيد القراءة والكتابة، وكذلك الراديو، فإن التلفزيون استطاع أن يكون مملكة خاصة به في وقت وجيز تتفاعل فيه مختلف الآراء والأفكار والمواقف، وهو ما أطلق عليه صباح ياسين (ياسين ، 2013، صفحة 46) "عصر التلفزيون أو ثقافة التلفزيون لتأثيره بسطوته ونتاجه على جيل بأكمله من المتأثرين".

أولاً- البث الفضائي والأقمار الصناعية

تعود فكرة البث الفضائي إلى الإنجليزي "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 اللبان، 2009، صفحة 144).

تحولت هذه الفكرة إلى حقيقة عندما أطلق الاتحاد السوفييتي سابقا أول قمر صناعي للرصد تمثل في القمر الصناعي سبوتنيك سنة 1957 والذي كان موجها 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 بعدة مزايا (كافي، 2015، صفحة 24) منها:

- قدرتها على نقل المعلومات وتوفير الترابط على المستوى العالمي بكفاءة عالية.
 - ملائمة ومثالية لتناقل وتناول جميع أشكال ربط الشبكات القياسية التشابكية والرقمية.
 - 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 محدودة.
 - قدرة على تسهيل وتوفير الوصول إلى شبكات الاتصال القريبة 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 بالتكنولوجيات الرقمية باستفادتها من شبكة الانترنت في البث التلفزيوني المباشر.

ثانيا: البث التلفزيوني الرقمي

حققت الثورة الرقمية ما لم تحققه ثورتي الإذاعة والتلفزيون فمن الناحية التقنية والشكلية أدت إلى تحسن جودة الصوت والصورة خاصة مع تعدد أشكال التلفزيون فمن التلفزيون التفاعلي، فالتلفزيون عالي الدقة High- Definition television(HDTV) إلى تلفزيون الواقع الافتراضي الذي أتاح للجمهور خوض تجربة غامرة تحاكي الواقع وتضمن له متعة المشاهدة.

وبذلك فإن ثورة التلفزيون الرقمي قد أحدثت ثورة اتصالية لا تقل أهمية بل تتجاوز ثورتي الإذاعة والتلفزيون بفضل تعدد مواقع 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 تجاوزه إلى الجمهور الذي أصبح هو الآخر مصدرا للخبر وصانعا لمحتوياته الإعلامية ومتفاعلا مع مختلف الأحداث والأخبار ؛ إن هذه التغيرات الرقمية أثرت أيضا في البنية الاجتماعية للمجتمعات ككل من خلال الانفتاح الواسع على الأفكار والآراء وتلاشي حواجز الخوف والقيود السياسية - على الأقل في الفضاء الافتراضي- ولنا في ما سُمي بثورات الربيع العربي مثلا لتغير أنظمة وزوال أخرى والتي كانت بداياتها الأولى من خلال عمليات الحشد عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما حدث مع الثورة المصرية التي جرى تنظيمها والدعوة لها إلكترونيا بداية من شهر يناير 2011 لتتجسد ميدانيا في شكل مظاهرات شعبية اتخذت من يوم الجمعة موعدا أسبوعيا (كل يوم جمعة) وتيمُّنا دينيا لرمزية 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 بتسلم الإخواني مُحمَّد مرسي مقاليد الحكم قبل أن يتم الانقلاب عليه لاحقا وعزله وسجنه إلى غاية وفاته في 17 يونيو 2019.

وفي نفس السياق لخصت المفوضة الأوربية المسؤولة عن الإعلام ومجتمع المعلومات، فيفيان ريدنج، 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 يبدو 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 أثرها سيؤدي على الأقل إلى تغيير عميق مثلما حدث في ثورتي 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 دخيلة على المجتمعات تهدد الأمن والاستقرار الاجتماعي وخاصة في شقه الخاص بالشباب التي تبقى أكثر عرضة للإنترنت عموماً حسب ما تشير إليه العديد من الدراسات البحثية.

المطلب الثاني: تطور مفهوم الجودة في التلفزيون

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

- صعوبة تحديد الهيئة المسؤولة عن تقييم جودة المنتج التلفزيوني، بمعنى آخر هل يتم تقييمها قبلها 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 اللازمة للإنتاج.
- الكيفية التي يتم بها النظر إلى الجودة التلفزيونية وإمكانية اختزلها 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 غيّر من دور التلفزيون، حيث وصف امبيروتو ايكو 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 فرانسوا جوست في تعريفه لتلفزيون الجودة من أنه "ليس تعريفا خاصا بالسلع الثقافية التي يمكن تعريفها على أنها قواعد لعبة أو رياضة على سبيل المثال، بل هو تعريف معياري سواء ادُعي ذلك أولا" (Jost, 2013).

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

ويبدو أن تعريف فنسنت ميسليت لدور 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 تنتجها وسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون وبين مفهوم الجودة وهذا ما ذهب إليه كيم شرودر حين وصف هذا التعارض قائلا: "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 التبوي والدعائي المتوارث للإعلام العربي أو بسبب التوجه إلى إنشاء قنوات تركز مهمتها الرئيسية على التسلية والترفيه ومنها من اتجه إلى الخطاب الديني والطائفي كانعكاس لبؤر النزاع المسلح الذي تشهده بعض الدول العربية(لعياضي ، 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 قيمية معيارية تختلف من ثقافة إلى أخرى، غير أنه يبقى مطلباً ملحا خاصة أمام الطفرة التكنولوجية وتعدد قنوات الاتصال الفضائية والذي أسفر عن ظهور برامج إعلامية أقل ما يُقال 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 نظرا لاختلاف طبيعة وأنواع البرامج الاعلامية بين الاخبارية والدرامية والوثائقية .. وغيرها فالمعايير التي نحكم عليها بجودة مسلسل درامي مثلا ليست هي نفسها التي نحكم عليها بجودة برنامج اخباري أو حوار.

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

أما محمد قنطاره فيردُّ على من يعتبر أن الجودة لا بد وأن تحتكم إلى قياس الجمهور باعتباره الوحيد القادر على تقييم جودة البرامج والمستهدف الأول 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 (قنطرة، 2016).

وهناك من الباحثين من ركز 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 تتوفر على حصة غنية وجذابة من المعلومات السياسية التي تعمل وسائل الإعلام على توفيرها بغية إنجاح الديمقراطية" (Zaller, 2003).

وإجمالاً نقول إن الجودة في التلفزيون وتحديدًا فيما يخص صناعة الأخبار تتطلب الامام 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 بعيداً 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 مستنديين 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 تستعير- في حالات كثيرة- الأشكال الثقافية لتقنيات أقدم منها، فالأفلام السينمائية تشبه كثيراً الأعمال المسرحية، والبرامج التلفزيونية استنسخت شكل برامج الراديو، وهكذا"(Laurence, 2006).

إن هذا الأمر يحيلنا إلى تساؤل آخر حول مدى قدرة وصلاحيّة مقارنة "الحتمية التكنولوجية" لصاحبها مارشال ماكلوهان على تفسير طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي بما يمثل من زخم تقني وتعدد أشكال وسائط 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 بمختلف وسائطه الاتصالية التي باتت هي الأخرى تستقطب أعداداً متزايدة يومياً من الجمهور بفضل مزاياها القائمة على التفاعلية واللاتزامنية وسهولة الاستخدام والإتاحة... 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 وتجويد أشكال برامجها المتنوعة، وقد ساهمت جملة من العوامل والتحديات في بروز الجودة والدعوة إلى تطبيقها في قطاع السمعي البصري نذكر 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 قمرا اصطناعيا تمكنه من تغطية كل أصقاع العالم تقريبا، وبالإضافة إلى عربسات ونايل سات ونور سات وياه لايف 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 بكسب نسبة مشاهدة من طرف الجمهور ؛ هذا الأخير الذي بات يمتلك رفاهية الاختيار فكبسة زر يمكنه الموائمة (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، و الاستفادة قدر الإمكان من خصائصه التي مكنت المستخدم من التفاعل مع المواد الإعلامية المتضمنة في منصات التواصل الاجتماعي ويكون ذلك تعليقا أو مشاركة، فإذا كان التلفزيون التقليدي يفتقر إلى التفاعلية مع الجمهور باستثناء بريد القراء الذي يمثل رجوع صدى بطيء؛ فإن منصات التواصل الاجتماعي تتميز بالتفاعلية الآنية فإمكان مستخدمي هذه المنصات النشر والتعليق ومشاركة المحتويات الإعلامية في أقصر وقت ممكن، وساعد في ذلك محمولية هذه الوسائط 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 سبيلا إلا تطويع هذه التكنولوجيات والاستفادة بالتالي من الخدمات التي تتيحها الانترنت، في بث مضامينه الإعلامية سواء مسجلة أو عن طريق البث المباشر (Live) لمختلف برامجها، حيث يتيح اليوتيوب مثلا اليوم عرض العديد من القنوات التلفزيونية على موقعه الإلكتروني ليكون بذلك شريكا للتلفزيون التقليدي، وفي هذا الإطار يقول روبرت كينسل الذي يدير قطاع المشروعات التلفزيونية بشركة غوغل بألمانيا " هديني هو أن تنظر القنوات التلفزيونية إلى غوغل باعتبارها شريكا"(الألمانية ، 2013).

2/ تزايد الاستثمار في قطاع الإعلام

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

3/ تراجع الإعلانات في التلفزيون

تهدف المؤسسات والشركات الإعلانية إلى استقطاب أكبر عدد من الجمهور؛ لذلك يتجه حاليا العديد من المعلنين نحو منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها تشهد تزايدا مستمرا في عدد المستخدمين الذي قارب الملياري مستخدم للفيسبوك مثلا في العالم، إلى جانب الاستفادة من مزايا هذه الوسيلة كالتفاعلية وسهولة الانتشار ومجانية الإعلان، على عكس الإعلان في التلفزيون وباقي وسائل الإعلام التقليدية الأخرى الذي يتطلب مبالغ باهظة ويفرض أحيانا شروطا خاصة على المادة المعلنة كحذف بعض اللقطات أو الكلمات التي لا تتماشى مع السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية أو تخالف عادات وتقاليده المجتمع الذي تبث له هذه المادة.

لذلك في سنة 2015، استثمرت أكثر من 38% من الشركات الخاصة ما قيمته 20% من ميزانيتها للإعلانات في شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يمثل ارتفاعا بنسبة 13% بسنة 2014، وتمثل تلك النسبة ما قيمته 5,8 مليار دولار من المداخيل الإشهارية لصالح شبكات التواصل الاجتماعي، أما فيما يتعلق بمقاطع الفيديو والتي لها صلة بالمضامين، 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 رقما خياليا يوازي 25,3 مليارات ساعة فيديو مشاهدة كل شهر(الزرن، 2017).

4/ تزايد عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على حساب التلفزيون

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

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

وبينت 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% (الزرن، 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 خاصيتيه المتمثلتين في الجمع بين الصوت والصورة؛ وهو الأمر الذي لم يكن متوفرا في الوسائل التي سبقته، فإن خاطبت الصحيفة العين، وخاطب الراديو الأذن فإن التلفزيون انفرد بالجمع بين الصوت والصورة والكلمة، إلى جانب مزايا وخصائص أخرى أهلتها 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 إحساسًا بالمراقب المستقل والشاهد "أنظر بنفسك" وهما نموذج من الارتباط الاتصالي من جهة، ونقطة رئيسية للثقة بين التلفزيون وجمهوره من جهة ثانية (كورنل، 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 صورا حالية متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان. كما تتخطى حاجز الأمية، وهو يكتسب قيمته الإخبارية اعتمادا على هذه الحقيقة، ويتضح ذلك بجلاء في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي تمكن المشاهدين من متابعتها لحظة بلحظة على شاشات التلفزيون (بركات و معوض، 2000، صفحة 65).

يعتمد الخبر التلفزيوني بالدرجة الأساس على جماليات الصورة وعامل الحركة اللذين يضيفان نوعا من الجاذبية ويميزها 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..." (مينتشر، 2008، صفحة 49).

كما يؤكد رأي آخر على أهمية التلفزيون في تقريب الأحداث بالمساهمة في إعادة انتاجها كأحداث هامة من خلال قدرتها على تحديد أولويات هذه الأخبار وجديتها من جهة وتحقيق نوع من الاشباع النفسية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالمشاركة أثناء البث المباشر (الزاهر 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 جزءا من النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع وهذا ما عبّر عنه الزّاهر بالقول: "فإذا كان التلفزيون لم يحسن جيدا - وفي حالات كثيرة- الإخبار، 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 إحساسا بمصدقية 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 مطلقا عليه مصطلح الدبلوماسية الشعبية؛ كنوع من التأثير على الرأي العام ففي فترة الحراك العربي شكلت هذه القنوات ضغوط شعبية على الرأي السياسي لصناع القرار داخل حدود البلاد(الرزو، 2013، صفحة 132).

ويمكننا أن نستشف خصوصية المنتج الإخباري والإعلامي عموما من خلال الوظائف المتعددة للإعلام التي أقرها الباحثون والممارسون للمهنة الإعلامية إلى جانب دور الهيئات الدولية في وضع أسس واضحة لأهداف الوظيفة الإعلامية؛ حيث جاء تقرير لجنة ماكبرايد (اليونسكو) لدراسة مشكلات الاتصال مشيرا إلى الوظائف التالية:

1/ الإعلام: بمعنى جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء 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، يمكّن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذو فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ودعم التأزر 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 والحوار:** توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتيسير الاتفاق أو توضيح مختلف وجهات النظر بشأن القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة الشعيين على نحو أفضل، بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محليا ووطنيا ودوليا.

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 المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته على الإبداع.

7/ **الترفيه:** وهي إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والفن والموسيقى والمسرحيات الفكاهية والرياضة من خلال العلامات والرموز والأصوات والصور بهدف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والاجتماعي.

8/ **التقارب الاجتماعي:** توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.

خلاصة الفصل

خُصنا 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 تركز مبادئها الأساسية على التحسين المستمر، والتركيز على العميل، والتدريب، والميزة النسبية.

ويعود الفضل في انتشار ثقافة وفلسفة الجودة إلى المبادئ الأولى التي جاء بها رواد الجودة أمثال ديمينغ، جوران، ايشيكاوا، كروسبي والتي أسهمت أفكارهم في تطوير المنظمات والمؤسسات الخدمية والصناعية بالتشجيع على جودة المنتج وخلق نماذج مبتكرة يُحتذى 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 لاتسامة بعدم ملموسيته وسرعة استهلاكه وتلفه خاصة فيما يتعلق بالأخبار اليومية وتأثيره على الوعي المجتمعي وعلى الرأي العام عموماً، مما يتطلب تطوير معايير جودة متخصصة تراعي طبيعته المركبة من ناحية خصائصه الفكرية والقيمية والتكنولوجية والفنية.

كما يرتبط تطبيق مبادئ ومراكز الجودة في القنوات التلفزيونية عموماً بضرورة البقاء والنمو في السوق الإعلامية المتميزة بالمنافسة الشديدة على جذب المشاهدين والمعلنين معاً، لذلك فإن الارتقاء بجودة الأداء المهني والإعلامي وجودة المحتوى الإعلامي يعد شرطاً أساسياً 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 الإبحار البصري

تمهيد

شهدت صناعة الأخبار التلفزيونية تغييرات متلاحقة بفضل الثورة الرقمية وما أنتجته من واقع إعلامي جديد مسّ مختلف مراحل صناعة وإنتاج الأخبار، وكافة المجالات التقنية والإنتاجية والتحريرية بالتوجه إلى انتهاز وتبني أساليب ابتكارية في إنتاج وعرض وتقديم الأخبار؛ ولذلك سيتم الاسهاب في مفهوم الخبر التلفزيوني وخصائصه 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؛ تتنوع بين الضغوط المهنية والداخلية الخاصة بالمؤسسة الإعلامية وتتضمن هذه الضغوط إملاءات السياسة التحريرية المباشرة والغير مباشرة وعلاقات العمل بين القائمين بالاتصال في المؤسسة، أما الضغوط الخارجية فتتمثل في المخاذير 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 سبق 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 الأخبار الذكية ومختلف 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 المسؤولية الاجتماعية في فهم الظاهرة الإعلامية من خلال العلاقة التفاعلية بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، حيث تقدم هذه المقاربة تصورا نظريا متكاملًا 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 أساسي لتقديم مادة إخبارية تتوافق ومتطلبات الجمهور المتزايدة من جهة وتحافظ على المصدقية 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 اجتماعيًا وأن تعرض الجوانب المهمة لتلك القضايا (الأهمية).**
- **الدقة:** فالمعلومات الكاملة والدقيقة، تمكن المواطنين من فهم المشكلات المجتمعية وتكوين الآراء المناسبة واتخاذ 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 بغية تكوين الرأي الحر والكفء للمواطنين.**

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

بينما يربط الباحث مارك فرونسوا 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، والنزاهة (Dubois, 2016).

وفي نفس السياق وضع ريزونسيال ومجموعة باحثين آخرين (Lacy & Rosenstiel, 2015) مخططا شاملا لتقييم جودة نشرات الأخبار التلفزيونية في أواخر التسعينات حيث قام هؤلاء الباحثين بتجميع فريق يتكون من محترفي الأخبار التلفزيونية المحليين ممن يتمتعون باحترام كبير لتحديد عناصر نشرة الأخبار ذات الجودة العالية كمرحلة أولية قبل أن يتم ترميزها وقياسها، وتمثلت هذه العناصر في:

- أن تغطي المجتمع بأكمله، حيث يجب أن يُحدد 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 مثلا.

- 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 لكوستيرا ميجر (2012) حول جودة الأخبار التلفزيونية الأوروبية 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 متلقي الأخبار.

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

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

وتلعب وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية 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).

وبناء 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 لا بد وأن يتحراها الصحفي أثناء تحرير المادة الإخبارية ويمكننا إجمال هذه الصفات فيما يلي:

الدقة:

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

فالدقة هي فضيلة تقديم تقرير يصف الأشياء والأحداث والوقائع كما هي، وتتحقق عن طريق الاستقصاء الكافي واعتماد الصحفيين على معلومات وملاحظات مباشرة واستشارة أكثر من مصدر للتأكد من المعلومات التي حصلوا عليها يمكن الاعتماد عليها، وفي إطار ذلك يتم دائما 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 فلان كاذب أي لا يصدق القول أو الفعل أو كلاهما، فما بالك لو كان هذا الشخص صحفيا مسؤولا عن نقل الأخبار يوميا إلى الجمهور ويتخذ من هذه الممارسة عملا ومهنة له.

وفي ظل تطور تكنولوجيات الاتصال أصبحت معايير مصداقية الأخبار تقاس بمدى آنيته فقط التي تمنحها فرصة أكبر للانتشار، فكلما تعددت المواقع والشبكات الاجتماعية الافتراضية التي تنقل الخبر زادت مصداقيته لدى الجمهور، فأصبحت القاعدة الجديدة التي يُعتمد عليها في نشر الأخبار في مواقع شبكة الانترنت هي "أنشر ثم تأكد من صحتها، وهذا يعني أن التأكد من صحة الخبر لم تعد مهمة منتج المادة الإخبارية، بل تقع على عاتق جمهورها الذي ينفي الخبر أو يصححه (لعياضي، عتبات التأويل، 2015، صفحة 22).

الموضوعية:

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

ويجادل آلان ستيورات في مسألة الموضوعية بالقول "إن الحقائق الملحة للأخبار التلفزيونية، والأشكال التي تتحقق فيها هذه الحقائق بدلت طبيعة الأخبار التلفزيونية وحولتها إلى "سلعة" (كورنل، التلفزيون والمجتمع - الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات-، 1999، صفحة 105). بمعنى أن تتخذ الأخبار شكل درامي وإيقاع سريع، ويعترف بعض الصحفيين بوجود صعوبات (عملية وفلسفية) ترتبط بمحاولات تحقيق الموضوعية الكاملة، لذلك فإنهم يفضلون بدلاً من ذلك استخدام لغة "الصدق" و "التوازن" (ستيورات، 2007، صفحة 362).

وينتقد المنظرون الماركسيون "ثقافة الموضوعية" التي تتبناها وسائل الإعلام الرأسمالية؛ ذلك أن العلاقة بين الملكية الرأسمالية لوسائل الإعلام والسلوك اليومي للصحافة يتوسط ثقافة "الموضوعية" كونها تمنح استقلالية للصحفي من جهة غير أنها مطالبة بعدم الحياد عن الرأسمالية الليبرالية من توازن وإخلاص للنظام (لازار، 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

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.

الحِيَاد:

يفرق كوهين Cohen بين الدور المحايد والملتزم في عمل المخبّر الصحفي؛ فهو محايد عندما يعرض الأخبار كمخبّر 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 للمخبّر الصحفي أي زيادة أو نقصان.

الانتقائية: (الاختيارية Selectivity)

تشكل الانتقائية عاملا فعالا في مختلف مستويات إنتاج الأخبار، منذ مرحلة تنظيم وتنسيق الأخبار المفردة مروراً بمرحلة الأخبار والممارسات والطرق الروتينية وانتهاء بالعناصر السمعية والبصرية المستخدمة لتقديم التقارير الإخبارية على الشاشة. وكبعض العناصر الأخرى التي تشكل بؤرة اهتمام الجدل حول الأخبار، فإن الانتقائية 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 ومواقفها من القضايا المطروحة، يؤثر كل ذلك أيضا على قرار بث الخبر من عدمه وعلى طريقة تناوله وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها (نور، 2017، صفحة 124).

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 مواقع 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 متناسية بذلك السلبيات داخل قطر، إضافة إلى التركيز على الجوانب السلبية في العلاقات العربية- العربية، وعدم التوازن بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية 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، ساعدها في ذلك جملة من العوامل التي أسهمت في تطورها وانتشارها منها (عبد المسلمي، 1995، صفحة 113):

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

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

ومع منتصف القرن العشرين بدأت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الراج 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 وشاملة وذكية 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:

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

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

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

- الحرية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد.
- لا سلطان للحكومة على الصحف وباقي 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 الاعلام 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 بغرض حفظ المصلحة العامة.

ويبرز مجال استفادتنا من نظرية المسؤولية الاجتماعية في محاولتنا التعرف على مدى التزام القوائم 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 حدى.

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 باريتو فيعرفها بأنها تلك المعتقدات التي تسمح بإطلاق أحكام لإضفاء طابع شرعي على المواقف، والآراء والتصرفات، أو للتنديد بها (برو، 1998، صفحة 578).

والقيم حسب عبد الرحمن عززي هي كل "ما يسمو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال" (عززي ع.، 2013، صفحة 129) ويستدل في ذلك بعدة 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 يختلف من مؤسسة إلى أخرى، وتعد بنى معقدة لما تحمله من معان إيديولوجية ولأنها أيضا تخضع لنوعية وأذواق 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 تاريخيا من خلال ملاحظة الأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون" (أبو زيد، 1998، صفحة 61).

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

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

أولاً: عناصر القيم الإخبارية بين الأنظمة الليبرالية والاشتراكية

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

الجدّة والآنية **Timeliness**:

وتعني مواكبة الأحداث الجديدة وتقديمها لحظة وقوعه، وتسعى وسائل الإعلام على اختلافها إلى إطلاع الجمهور بكل حيثيات الخبر بصفة آنية ومباشرة حتى تجعله مواكباً لما يحدث حوله من وقائع، فعامل الزمن يحدد القيمة الإخبارية للحدث؛ لذلك انطلق 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 سبق الصحفي في ذلك، غير أنه في كثير من الأحيان يكون ذلك على حساب التأكد من صحة المعلومة ودقتها والأمثلة كثيرة عن ذلك في انتشار الأخبار الكاذبة والاشاعات كالقول أن الممثل الفلاني قد مات بينما هو حي يُرزق، مثلما حدث في الكثير من الأحيان مع الممثل الكوميدي عادل إمام وغيره كثير.

قيمة التأثير **Impact Value**:

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

قيمة التداول والانتشار **Currency Value**:

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 أتت الوقت المناسب لها" (مينتشر، 2008، صفحة 45).

قيمة القرب Proximity Value :

يهتم الجمهور بالأحداث الأكثر قربا منه سواء من حيث القرب الجغرافي أو الزمني أو النفسي، وتختلف هذه القيمة من دولة إلى أخرى، ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا - 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 دائما محددا رئيسيا 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 بمجريات الأزمة وباتت ضمن أولوياتها الإخبارية وذلك لخدمة أجندات سياسية وإيديولوجية في المنطقة.

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

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 سيكلوجي لدى الكثير من أفراد الجمهور، ويمكن وصفها بأنها رغبة في الإثارة الناتجة 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 أيضا يهدف إلى تحقيق أهداف إيديولوجية تتمثل في الإلهاء العام للجماهير عن مشاكلهم الحقيقية (ربيع، 2005، صفحة 75).

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

صحيفة ذي نيويورك هيرادترابيون 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 يحب الناس أن يقرأوا عنها) مینتشر، 2008، الصفحات 41-42).

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

قيمة الشهرة أو البروز Prominece Value:

وتعني الأحداث التي تتناول شخصيات مشهورة وبارزة كشخصيات الرؤساء، الوزراء، المشاهير والنجوم في السينما والتلفزيون والرياضة وغيرهم، طبقا لقاعدة "الأسماء تصنع الحدث" (مینتشر، 2008، صفحة 44). فالأخبار التي تحوي شخصيات مشهورة تجذب الجمهور إليها أكثر، وتتعدى الشهرة والبروز الشخصيات إلى الأماكن والقضايا والزمن، فمثلا خلفت قضية التشهير وتشويه السمعة التي رفعها الممثل العالمي جوني ديب Jony Deep ضد طليقته الممثلة الأمريكية امبر هيرد Amber Heard اهتماما واسعا من طرف الإعلام الغربي وحتى العربي ولاقت دعما ومتابعة من الرأي العام العالمي ما جعل الإعلام يتجه 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 بعدد الضحايا كانتشار وباء عالمي كوباء كورونا وفتكه لملايين الأرواح على المستوى العالمي. وقد يشملهما معا (حدث، ضحايا).

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

وفي نفس السياق تلعب الأجندات السياسية دورها في إلقاء الضوء على قضايا بعينها وإهمال قضايا أخرى على الرغم من أهميتها كما هو الحال بالنسبة للحرب على غزة والقضية الفلسطينية عموما والتي تتعامل معها وسائل الإعلام الأجنبية وحتى العربية بشيء من السطحية وعدم الاهتمام رغم محورية القضية وضخامة الحدث وما يخلفه من آلاف الضحايا في أوساط 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 تمس شريحة مهمة من المجتمع وخلقت نوعا 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 بالغة الأهمية تضيف 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 جزءا من الصراع أو تعمل على تأجيجه بين

الأطراف المتصارعة، فالأزمة الخليجية القطرية* التي عرفتها منطقة الخليج (24 ماي 2017) مثلا كانت فيها قناتي الجزيرة والعربية أدوات صراعية بامتياز.

الخصوصية الثقافية Cultural specificity:

الأحداث التي تنسجم مع خرائط المعاني Maps of meaning المشتركة بين العاملين في وسائل الإعلام وبين الجمهور تزداد احتمالية وقوع الاختيار عليها لتقديمها في الأخبار، وهذا يعكس نوعا 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 توافقا 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 تغطي جانبا كبيرا من العوامل والمعايير التي تحدد ما إذا كان موضوعا 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).

ثانيا: 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 والسياسي في المجتمع لدى القائم بالاتصال عند إعداد رسالته الاتصالية لتعميق التكامل والشعور الوطني لأبناء المجتمع وخاصة في الدول المستقلة حديثا.

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

المبحث الثاني: مصادر الأخبار في عصر البث الرقمي

تمهيد:

لم يعد تقسيم مصادر الأخبار إلى مصادر رئيسية أو رسمية وأخرى ثانوية مجدياً بعد ظهور الانترنت وما تبعه من ظهور مصادر جديدة للأخبار من خلال مختلف التطبيقات والمنصات الاجتماعية التي باتت تزود الجمهور بمختلف الأخبار والمعلومات في آنٍها بغض النظر عن مدى مصداقيتها وصحتها بل إنها أصبحت في الكثير من الأحيان تنافس المصادر التقليدية للخبر، وتفاوتت اعتماد مختلف المؤسسات الإعلامية عليها كمصدر لأخبارها بعد غريلتها 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 كالانترنت والمصادر الجديدة للأخبار مثل: منصات التواصل الاجتماعي، المدونات الإلكترونية، المواقع الإخبارية، المواطن الصحفي.

المطلب الأول: حارس البوابة ودوره في فلترة 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 التنقيح 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

المضامين الإعلامية التي تتوافد 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 الجوهري 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 واختيار 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 وفقا لمتطلبات السياسة التحريرية، وبالتالي فإن حارس البوابة يراعي في الرسالة الإعلامية مدى توافقها مع قنوات وتوجهات المؤسسة أيضا.

ولا يُعتبر الصحفي في نظر الباحثان (Jean Charron, Jean de Bonville) المسؤول النهائي عن النص الصحفي أو المادة الإخبارية ككل، بل هو ثمة عمل جماعي محكم يتلقى بموجبه الصحفي مهامه من مدير التحرير، ليسلم نصه إلى أمانة التحرير التي تتولى مهمة بتره وتجميعه وتعديله 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 والهيئات 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 الاعلامية متضمنا في المضامين الإعلامية.
2. تصحيح المادة الإعلامية تصحيحا لغويا تجنبنا للركاكة في الصياغة أو البناء اللغوي، خاصة عندما يتعلق الأمر بالصحفيين المبتدئين أو حديثي التوظيف .
3. التأكيد على أهمية الحدث من خلال التوسع فيه وإعطائه مساحة أكبر في المعالجة والتناول.
4. إعادة هيكلة المادة الإعلامية سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل أو التفخيم بما يتلاءم مع قنوات المؤسسة.

ومن جهة أخرى ينتقد عبد الله الغدامي ما يمارسه حراس 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 بدلا عنه في تحديد ما يريدون مشاهدته، حيث يعتمدون في ذلك إلى الإبقاء على مواد معينة ومنع أخرى من خلال سياسة الحجب (الغدامي، 2005، الصفحات 16-17).

حارس البوابة في ظل البيئة الرقمية

ويطرح تواجد حارس البوابة عدة تساؤلات جوهرية حول مدى صموده وبقاء وظيفته في وسائل الإعلام التقليدية في ظل البيئة الرقمية، وما أتاحته من تعدد الوسائط الإلكترونية وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ باتت من الصعوبة بما كان ضبط المحتوى الإعلامي والتحكم في مضمونه، لذلك ظهر اتجاهين في دراسات القائم بالاتصال؛ أحدهما يلغي دور حارس البوابة لانتهاء سبب وجوده خاصة مع تدفق المعلومات وتواتر الأخبار المتسارع فما تحجبه وسيلة إعلامية عن جمهورها تكشفه وسائل التواصل الاجتماعي في حينه ودونما أي تعديلات أو تنقيح، بل إن الجمهور بات طرفا في الرسالة الإعلامية و شاهدا عليها من خلال التوثيق البصري للأخبار ونقلها.

وما يثبت صحة هذا الطرح انتشار البرامج التافهة على أكبر الشاشات التلفزيونية العربية والمحلية التي تعتمد على قياس نسب المشاهدة لا على جودة المحتوى ومنفعته 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 الوسائط والتي باتت تنشط دون رقيب أو حسيب عن جدوى وفائدة هذه المحتويات بالنسبة للجمهور، لنصبح أمام حارس بوابة وحيد يتمثل في المتلقي الذي يملك حرية متابعة هذا البرنامج أو ذاك.

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

وبالتالي فإن التّطورات التكنولوجية والتدفق المعلوماتي قد حدّ من فعالية سلاسل حراس البوابة التقليديين لكنه لم يبلغ دورهم لاتباطهم بفواعل اقتصادية واجتماعية وسياسية تسعى للحفاظ على أدواتها الإعلامية في السيطرة والضبط وحجب المعلومات التي لا يُراد لها النشر(مكيري، 2018).

وبناء على ما سبق يمكننا القول أنه يتوجب على حارس البوابة التقليدي أن يفتح 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 يريده الجمهور من خلال سبر الآراء الالكترونية بغية كسب رضاه بتقديم محتويات وبرامج هادفة لا تخرج عن إطار وظائف الإعلام المسؤول والهادف.

المطلب الثاني: مصادر الأخبار التقليدية

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

وتعد وكالات الأنباء مصدرا مهما للأنباء لمختلف وسائل الإعلام من صحف وإذاعة وتلفزيون، تكمن مهمتها في جمع الاخبار من مختلف مناطق العالم من طرف مراسليها، وتعيد صياغتها ويبيعها 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 بنوعيتها (الصحفية، المصورة)، ثم الوكالات العربية ذات البعد الإقليمي والوطني، وفي الأخير نتناول وكالات الأنباء الإلكترونية.

أولا - أشهر وكالات الأنباء العالمية

تعد وكالات الأنباء العالمية الكبرى، ومعها الوكالات الإخبارية الأخرى التي انبثقت من شبكات التلفزة والفضائيات، مصدرا مهما ورئيسيا للأخبار والمعلومات، وتعد حارس البوابة أيضا، بعد أن تبوأَت هذه المؤسسات مركز الصدارة في تغطية الأحداث الساخنة ومتابعتها عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف أنحاء العالم لتشكيل 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 رويترز:

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

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

- 1/ شبكة أخبار ومعلومات دولية تُعرف بسرعتها ودقتها وحالتها.
- 2/ شبكة اتصال متطورة 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 رويترز 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

مصورة وفيلمية، ويقدر عدد المستفيدين من خدمات رويترز 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 معروفًا عنها فيها تعاونها مع الاحتلال النازي، ولها حاليا مكاتب في 150 دولة، وتبث أخبارها بالعربية والفرنسية والانجليزية والألمانية والإسبانية والبرتغالية(السمان ، 2019، صفحة 65).

وكالة أنباء أسوشيتد 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 أسوشيتد برس في ماي 1948. وتشترك في ملكية هذه الوكالة والسيطرة عليها في الوقت الرهن قرابة 1550 صحيفة(ماكفيل، 2012، صفحة 282).

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

وكالة يونايتد برس انترناشيونال United Press International:

تأسست هذه الوكالة على يد E.W.Scripps في عام 1907 لتغطية الأحداث حول العالم، وفي 1935 أصبحت أول وكالة إخبارية عالمية تزود محطات الراديو بالأخبار. واكتسبت صفتها الدولية في عام 1958، بعدما اتحدت مع خدمات الأخبار الدولية ل راندولف هيرست Randolph Hearst، ليصبح اسمها وكالة يونايتد برس أنترناشيونال.

وفي ثمانينات القرن الماضي كانت الوكالة الأولى من نوعها في مجال صناعة الأخبار التي تتيح للمشارك في خدماتها اختيار الأخبار التي يريد حسب الموضوعات التي يهتم بها بدلا من تقديم أخبار وموضوعات عامة ومتنوعة 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 حاليا (100) مكتب داخل الولايات المتحدة (528) مكتبا في دول العالم الثالث، ومعدل البث اليومي لها (14) مليون كلمة وتبث أخبارها بخمسين لغة وتعمل لمدة 24 ساعة (مراد، 2014، صفحة 324).

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

3/ وكالات الأنباء العالمية المصورة

الوكالة الانجليزية " فيز نيوز " Vis News :

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

وكالة يونيتد برس أنترناسيونال لأخبار التلفزيون (UPITN):

هي أول وكالة أنباء فيلمية في العالم تأسست عام 1952، اتخذت في بداياتها 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

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 بالمشتركين.

ثالثا- 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 المصرية التي يثيرها (الجمال ، 2004، صفحة 91).

ويوجد حاليا اثني 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 أدّى ظهور الوكالات الإلكترونية إلى بروز إشكال مهم هو أن وسيلة الإعلام هذه تعتمد أساسا على بيع المواد الإعلامية "الخام" لجهات عديدة، وبالتالي كيف ستوفق بين ضرورة عرض أحدث ما لديها من مواد إخبارية مجانا 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، فبعد أن يلتقط المواطنون بهواتفهم النقلة أو كاميراتهم الرقمية الصور الثابتة أو المتحركة المرتبطة بحدث معين، تقوم الوكالة بالاتصال بوسائل الإعلام الراغبة في شراء تلك الصور (نجم، 2017، صفحة 279).

ثانيا: 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 الكفيلة بجذب 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 الملاحظة 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 المعقدة 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 (جواد، 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، ويمدها بالأخبار والتفاصيل التي قد تهملها وكالات الأنباء، بل ويتفادى التحيز الذي قد تقع فيه هذه الوكالات (عبد العزيز، 2015، صفحة 67).

وتكمن صعوبة مهنة المراسل الصحفي وأهمية العمل الإعلامي الذي يقوم به في ظروف عمله التي كثيراً ما تكون صعبة للغاية في العديد من المناطق التي تشهد حروباً 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 اغتالها الكيان الصهيوني بتاريخ الحادي عشر من ماي 2022 أمام مرأى كاميرات العالم، وأثناء تأدية مهامها وتغطيتها للاقتحام الاسرائيلي لمخيم جنين.

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

3/ وسائل الإعلام الأجنبية

تمثل وسائل الإعلام الأجنبية بمختلف أشكالها التقليدية (صحف، قنوات إذاعية وتلفزيونية) والجديدة كالصحف الالكترونية والمواقع وغيرها من الوسائط الرقمية مصدرا مهما 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، ويتعاضد دورها في ظل عدم وجود مراسلين خارجيين يمثلون الدولة المستفيدة من الأخبار.

كما تعبر وسائل الإعلام الأجنبية عن مواقف وآراء مختلف القوى والفواعل 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 مثلا.

المطلب الثالث: الإنترنت والمصادر الجديدة للأخبار

تعتبر الانترنت مصدرا مهما من مصادر الأخبار سواء لوسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون، أو للجمهور، بل وصل الأمر إلى حد المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدي مثلا في الإذاعة والتلفزيون ونظيره الإلكتروني من خلال المواقع والمنصات الإلكترونية كالمدونات ومنصات التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن؛ الأمر الذي ساهم في خلق نموذج اتصالي تشاركي جديد يركز على تداول المعلومات بشكل أفقي، حيث بات الجمهور هو الآخر منتجا ومصدرا فاعلا للأخبار، إلا أنه في ذات الوقت مسّ صلب الرسالة الإعلامية القائمة على المصداقية والموثوقية في نقل الخبر والتأكد من مصدره وصحته.

وفي هذا الإطار يلخص عمار ياسر واقع وأفق الإعلام بقوله "أننا أصبحنا إعلاميا أمام هرم مقلوب في ظرف أقل من قرن، فبعد أن كانت الصحافة في سنة 1916 هي وسيلة الاتصال الجماهيري، ثم الإذاعة فالتلفزيون، ها نحن اليوم أمام هرم مقلوب لنجد الصحافة المكتوبة في أسفل الهرم وشبكة الانترنت أعلاه" (ياسر، 2020، صفحة 161).

أولا: 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 تُعرف بأنها فضاء إلكتروني للكتابة، يتناول السير الذاتية للأشخاص والأحداث والرأي على اختلاف توجهات المدونين السياسية أو الذاتية، حيث يُعتبر فضاء منافسا 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).

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

عرفها مركز برج التجارة العالمي بنيويورك في الولايات المتحدة من جهة ومحاوله الوصول إلى المعلومات التي تجلبها عنهم وسائل الإعلام العتيدة من جهة ثانية (العلي ، كافي ، و أحمد، 2016، صفحة 193).

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

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

- مدونات الأخبار والتعليقات: تهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.

- مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.

- مدونات المال والأعمال والمهنية: وتشمل مدونات المديرين ومساعدتهم.

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

ثانيا: منصات التواصل الاجتماعي

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

وقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية تعبئة الرأي العام تجاه 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 غالبا السلطات القائمة(نجم، 2017، صفحة 279).

ثالثا: المواقع الإخبارية

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

رابعا: 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 أوحده للأخبار والمعلومات إلى مركزية الجمهور الذي أصبح ينافس في الكثير من الأحيان مختلف وسائل الإعلام في إنتاج المحتويات الإعلامية وتحقيق سبق الصحفي.

وتتباين 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، أين 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 رأي آخر ارتباطها باعصار تسونامي جنوب آسيا سنة 2005 أين حلت كاميرات وهواتف المواطنين الذكية مكان المراسلات الصحفية ليتولى المواطنون مهمة توثيق هذه الكارثة صوتا وصورة وبثها 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 تخوف مهني من الاعتماد على المواطنين الصحفيين في تغطية هذه الأحداث لتستسلم في الأخير للأمر الواقع خاصة مع تصاعد وتيرة الثورات وطرد العديد من الدول العربية للصحفيين الخارجيين

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

وبناء على ما سبق يمكننا القول أن صحافة المواطن باتت اليوم مصدرا مهما 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 مصداقيتها 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 الاعلام التقليدية في تسليط الضوء عليها والتوسع في معالجتها والأمثلة كثيرة على ذلك.

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

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على جودة الأخبار

تمهيد

تخضع صناعة الخبر إلى مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، وكذا الاجتماعية التي تؤثر على القائم بالاتصال في مجال عمله بما ينعكس على جودة محتوى الخبر أو المادة الإخبارية من ناحية كيفية صياغتها وتوجيهها وتليبيتها لحاجات الجمهور المتلقي، ونكتفي في هذا المبحث بالتطرق إلى بعض العوامل التي يظهر تأثيرها جليا على صناعة الأخبار سواء في المجال المؤسساتي للقائم بالاتصال كالسياسة التحريرية وعلاقته بجماعات العمل أو مختلف العوامل الخارجية التي تعترض هي الأخرى عمل القائم بالاتصال في طريقة انتقائه للأخبار كالعوامل السياسية والقانونية والاقتصادية، ناهيك عن القيم الاجتماعية السائدة في مجتمع ما ومتطلبات الجمهور، والخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال.

المطلب الأول: العوامل الداخلية

أولا: السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية

تشكل السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية عموما محورا رئيسيا في توجيه سلوك القائمين بالاتصال تتعدى التوجيهات المهنية المباشرة إلى تشكيل منظومة قيمية تعبر عن هوية وتوجهات المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها لتتجذر في الوعي المهني للقائمين بالاتصال، لتتجسد في شكل رقابة ذاتية يمارسها على نفسه بشكل دوري وعلى المادة الإعلامية التي هو بصدد إعدادها.

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

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، مؤسساته، قيمه، عاداته، معايير الايديولوجية، 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 مأكويل 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 حروباً ونزاعات أين تصل هذه المخاطر إلى درجة ممارسة الرقابة أو حظر الصحفيين جزئياً أو كلياً أو تهديدهم إلى الحد الذي يلجأ فيه الصحفي أو المراسل إلى ممارسة الرقابة الذاتية على نفسه. (Bidart, 2018- 2019)

ثانيا: محيط العمل وضغوط حجرة الأخبار:

تنشأ مع مرور الوقت وتتطور علاقات العمل بين زملاء المؤسسة الإعلامية الواحدة لتكتسب أبعاد إنسانية واجتماعية تؤثر على طبيعة العمل الإعلامي سواء بالإيجاب أو بالسلب؛ فقد يشجع الجو المريح الذي يسوده التعاون و الزمالة على انتشار روح الإبداع والابتكار نتيجة تبادل الأفكار والآراء، 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 يترتب على ذبوع علاقات المحسوبة والبيروقراطية الكثير من مشاكل وضغوط 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 صحفي تحقيق سبق 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 معايير 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 وبثه بشكل متكامل، فقد يُهمل أو يُشار إليه تحت عنوان خبر عاجل (ميلود، 2022، صفحة 46).

المطلب الثاني العوامل الاجتماعية

أولاً: الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال

تعود الدّراسات الأولى للقائم بالاتصال بمفهومه المتعارف عليه إلى سنة 1937 عندما نشر الباحث روستن دراسته المعنونة بـ " مراسلو واشنطن"، والتي تعرض فيها إلى سيكولوجية 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، روى كارتر Carter، ستارك Stark، وجير Gieber، ووايت White (مراد، 2014، صفحة 274).

والقائم بالاتصال حسب ما يذهب إليه مُجد عبد الحميد هو "كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع" (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 وبثها وإتاحتها للجمهور المتلقي، سواء كانوا مذيعين، صحفيين، محررين، رؤساء تحرير، مخرجين، مراسلين...

أما الخصائص الذاتية للقائم بالاتصال فيُقصد بها السمات الذاتية التي تطبع شخصية القائم بالاتصال من سمات ذاتية كحب المبادرة، الشجاعة، التفاني في العمل، إلى جانب سمات تدل على ميولاته، معتقداته، ومرجعياته 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 قيمة تستند إلى تجاربه ومواقفه وتوقعاته (Derville, 1999).

وحدّد مُحمّد 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 بيرلو (مكاوي و العبد، 2007، صفحة 296) فلخص الشروط الواجب توافرها 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 و المتلقي أيضا.

- تمكن القائم بالاتصال من الموضوع الذي يعالجه ومعرفته الجيدة بالمصدر يسهم في فعاليته.

- مكانة القائم بالاتصال في إطار خلفياته ومرجعياته الثقافية والاجتماعية، وطبيعة الأدوار التي يؤديها ونظرة 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.

ثانيا: الجمهور

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

ويتميز الجمهور بعدم التجانس حيث توجد بينهم اختلافات اقتصادية، اجتماعية، فكرية، دينية، بما يؤدي الى 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 .

ويشبه عبد الرزاق الزاهر علاقة الجمهور بالتلفزيون انطلاقا من خصوصية التلفزيون كأداة علائقية تتأسس اعتمادا على علاقة أسرية، وبالتالي يتزايد ضغط الجمهور على القائم بالاتصال والبرمجة على حد سواء ما جعل هذا الأخير يتجه من التفكير السوسيولوجي المبني على جمع المعارف وخصائص المستهلك إلى المقاربة التسويقية من خلال الاهتمام أكثر بوسائل وأسباب النجاح (الزاهر، الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار، 2011، صفحة 12).

ومع التغيرات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال بظهور الإعلام الرقمي وتعدد منصات التواصل الاجتماعي تجدد القنوات الفضائية نفسها أمام تحديات كبرى نتيجة اشتداد حدة المنافسة بينها وبين هذه الوسائط في جذب جمهور المشاهدين والاحتفاظ بولائهم المعهود لهذه الوسائط ، 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 مساراتها، وترسم آفاقها المهنية، بدءا من النسق السياسي السائد وتأثيراتها البنوية على عمل الصحفي، مروراً بطبيعة المنظومة التشريعية التي تكفل أو تحد من حرية الممارسة الإعلامية، فيما تلقي 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 تعقيدا إذ تتأرجح بين العداء والسيطرة والتكافل، وسوف نتعرض إلى بعض هذه القيود بشيء من التفصيل في العناصر الموالية:

أولاً: طبيعة النظام السياسي

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

تنعكس هذه العلاقة على السياسة التحريرية والخطاب الإعلامي السائد للمؤسسات الإعلامية، وتؤثر 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 وحاجاتهم وتضع السياسات لمستقبلهم ومستقبل الأجيال القادمة، في الجهة المقابلة يوجه الإعلام مضامينه نحو نفس الجمهور سعياً للمصلحة الفعلية للمجتمع وهذه المضامين في الغالب إما مرافقة لسياسات السلطة السياسية القائمة وإما نقدية وتقييمية لبرامجها واستراتيجياتها (بن بلقاسم، برنات، و الطابعي، 2020، صفحة 29).

وبمعنى آخر فإن الجمهور هو النقطة المحورية في العلاقة البينية 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 اللااستقرار ترسمه طبيعة الأنظمة السائدة في هذه الدولة عن تلك، فقد تضغط السلطة في النظم السلطوية والشبه سلطوية على وسائل الإعلام وتحد من حريتها، مما يجعلها في حالة من الخضوع التام للسلطة السياسية بنقلها لتوجهات وإيديولوجية النظام الحاكم، أو قد تنتهج لنفسها خطاً مهادناً يجعلها بمنأى عن هذه الضغوطات، كما قد تنتعش حرية الإعلام إلى الحد الذي يمكنها منها مساءلة الحكومة ومحاکمتها في الأنظمة الديمقراطية وخير مثال تاريخي على ذلك فضيحة ووتر غيت (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 تعريضه للرأي العام الأمريكي، لينتهي الأمر به في الأخير بتراجع نيكسون عن الترشح ثانية.

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

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 مُجد الكر إلى مقارنة 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 تسن قوانين تضمن حرية الإعلام إلى حد المبالغة فيها، فيما تبقى العديد من الدول النامية إعلامها تابعاً لها وخدمة لإيديولوجيتها ولنظامها الحاكم.

أ/ الرقابة:

ينتقد بيار 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 الممنوح لهم في الظهور والمشاركة، وكذا طبيعة الموضوع المعالج وشروط الاتصال والحوار، 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).

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 تمنح الدعم لهذه المؤسسات؛ الأمر الذي يؤدي بالتلفزيون إلى البحث عن نسب مشاهدة عالية وهو ما يطلق عليها الباحث نسبة الاقبال أو "الأوديمات" التي تمارس هيمنتها 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 نظرا للبعد التجاري الذي تكتسيه مثل هذه المواضيع على حساب الأخبار الجادة والموضوعية التي تهم المجتمع.

وعادة ما تنتهي المنافسة ما بين القنوات التلفزيونية إلى استنساخ وإعادة تناول القناة "ب" ذات المواضيع التي تناولتها القناة "أ"، مما يولد ضغطا مضاعفا تفرضه هذه المنافسة على القنوات التلفزيونية وتعصف بالموضوعية والمهنية التي على التلفزيون التحلي بها، وشرح بورديو ذلك بقوله: "هناك أشياء قد تم فرضها على مشاهدي التلفزيون لأنها قد فُرضت بدورها على منتجي البرامج التلفزيونية، ولأنها قد فرضت بسبب المنافسة مع المنتجين الآخرين هذا النوع من الضغط المتقاطع الذي يفرضه الصحفيون الواحد على الآخر، هو ضغط مولّد لسلسلة كاملة من النتائج التي يتم ترجمتها في اختيارات، وفي استبعادات" (بورديو، 2004، الصفحات 64-65).

وتتميز الأخبار عن السلع الأخرى بمسؤوليتها الاجتماعية، اللازمة لبقاء المجتمع الديمقراطي، والسييل الوحيد لبقاء الرباط الديمقراطي بين الحكومة والشعب، هو أن تتوفر للشعب وسيلة يراقب بها الحكومة للتأكد من أنها غير عاجزة أو ظالمة أو فاسدة. ذلك أن المواطن العادي مشغول بحياته الخاصة، ليس لديه الوقت الكافي لتحري الأمور، ويتوقع أن تنوب 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 أداءها لوظائفها لم يعد لها مبرر في عصر الاتصال فما تحجبه السلطة السياسية من معلومات وأخبار عن وسائل الاعلام في الداخل يصل إلى المواطن عن طريق قنوات 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 تواتر المعلومات عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر...) وكذا صحافة المواطن التي أصبحت السبابة لنقل تفاصيل الأحداث والوقائع من قلب الحدث قبل أن تصل إليه أي وسيلة اتصال عديدة.

كما أبانت هذه الوسائط من جهة أخرى على العلاقة الاعتمادية التي أصبحت تميز العلاقة بين المؤسسات الإعلامية التقليدية وهذه الوسائط، حيث أنه في الغالب ما تعتمد هذه المؤسسات إلى الاستفادة من مختلف الخدمات والمزايا التي تتيحها هذه الوسائط بإعادة نشرها والتعليق عليها وتخصيص برنامج قائم مختص في تناول كل ما يشكل تريند على مواقع 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)

ثانيا: 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 للملكي شركاتهم هي الحفاظ على كبر حجم جمهورهم قدر المستطاع وذلك بنسبة 89%، وجاء في المرتبة الثانية ارتفاع المكاسب والأرباح بنسبة 77%، لكن 73% شعروا أيضا بأن صنع صحافة مرتفعة الجودة تفوق

جودتها الجودة المتوسطة كان مهما للملاك أيضا، فيما عبر 32% عن أن ارتفاع الروح المعنوية للموظفين كانت له أهمية بالغة لدى الملاك(لانجتون، 2018، صفحة 140).

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

وعلى نحو آخر يؤكد الباحث عزى عبد الرحمان على النزعة التجارية للقنوات الفضائية فالمؤسسات الإعلامية كغيرها من المؤسسات الاقتصادية والتجارية تصبو إلى تحقيق الربح المادي وما ميز المشهد الإعلامي العربي تحديدا الاتجاه 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 ويبدوا 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، وبرز ذلك في تزايد دور الإعلان، خاصة في تلك القنوات التي تسعى إلى جمهرة برامجها"(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 لدواهم 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 البنى القانونية والأخلاقية التي تؤطر العملية الإعلامية ودخول وسائل الإعلام الجديد الساحة من دون ضوابط شرعية(بوخنوفة ، 2017، صفحة 316).

ويتداخل 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

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 وتايم 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 إخراجا 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 الهدف الأساسي للتلفزيون بالقول "إن هدف التلفزيون ليس إخبار المتفرجين أو تسليتهم، وإنما هو في الحقيقة مجرد محاولة استقطاب الجمهور لصالح المعلنين" (الزاهر ع.، 2011، صفحة 25).

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

رابعا: العلاقة مع المصدر

تطرح 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 أولاها 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

رسائل المصدر فقط في ظل الشروط التي تملئها الضرورات 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 متباينة أحيانا ومتشابهة أحيانا أخرى ، غير أنها لا تخرج عن سياق التأثير والتأثر بين القائم بالاتصال والمصدر بما يسهم في اختلاف مضامين المادة الإعلامية وتوجهاتها، ومدى قربها أو بعدها من اهتمامات الجمهور، وذلك تبعا لطبيعة هذه العلاقة .

علاقة العداء

وتنشأ علاقة العداء أو التعارض إذا كان المصدر والصحفي يهدفان إلى أهداف مختلفة، وإذا كانت استراتيجيتهما الخطائية 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، برنات، و الطابعي، 2020، صفحة 104)، وبمعنى آخر فإن علاقة وسائل الإعلام بالمصادر في ظل هذا الاتجاه يسودها الصراع الدائم بين طرفي المعادلة نظرا لتعنّت المصادر السياسية منها على وجه التحديد عن الكشف عن مختلف الأخبار والمعلومات التي تهم الرأي وتحول دون حصول الصحفيين عليها، وبذلك يتكبد 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 ضررا من أوامر أي فرد أو مجموعة صغيرة من المساهمين؛ وذلك عندما تتحول وسائل الإعلام وتقنياته والعاملين به ومؤسساته إلى "أدوات" أو كجزء من عمليات أوسع نطاقا تتولى فيه ممارسة سلطة المجموعات 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 متحججا في ذلك بفكرة الصالح العام للمجتمع.

ومن ناحية أخرى فإن العلاقة العدائية بين وسائل الإعلام عموما وبين المصدر عادة ما تبرز في شكل آخر ممثلا في لجوء الصحفي إلى تجهيل مصادره وعدم الإفصاح 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 يتسنى 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، فالتطرق مثلا 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 وتتكامل علاقتها مع المصادر في تنبيههم ولفت انتباههم للعديد من المواضيع والقضايا التي تهم الرأي العام الوطني.

ويرى الباحثان جبير وجونسون أن الاعتماد المتبادل بين القائم بالاتصال والمصدر يجعلهما يشتركان 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 وحاجته للمعرفة (عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 2004، صفحة 168).

علاقة السيطرة:

وتعرف علاقة المصدر بالقائم بالاتصال في ظل هذا النموذج سيطرة المصدر على القائم بالاتصال وتبعيته له نظرا للقوة والسلطة التي يتمتع بها والتي غالبا 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 أيضا لرجال الأعمال والشخصيات المشهورة من مختلف المجالات (الرياضة، الفن، الثقافة، الاقتصاد...) ممن يتمتعون بثقل ونفوذ اجتماعي كبير، ففي الكثير من الأحيان تمتنع هذه المصادر عن إمداد القائم بالاتصال بالمعلومات التي يريدونها وقد تتطور إلى علاقة عدائية.

ويتحقق ضغط المصادر على الصحفيين أيضا 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 "التأثير 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).

وينتقد كيلمان Kelman لجوء المصدر إلى القوة كالتهديد لتحقيق إذعان القائم بالاتصال إذ أن الاستخدام المفرط لهذه القوة سيقول من تأثيرها على المدى البعيد، فالتهديد القوي سيؤدي إلى الانفجار الذي ينتج عنه بعث روح التحدي بدلا من الإذعان (المزاهرة، 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 للصحيفتين تم الاستشهاد فيها بآراء أشخاص معارضين لهذا المخطط (سميث، 2018، صفحة 168).

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

التأثير على الصحفيين، فإن الصحفيين من جهة أخرى يلجؤون إلى أسلوب المجاملة لهذه المصادر للحصول على المعلومات التي يريدونها، وفي خصم هذه العلاقة الاتصالية بين الطرفين (الصحفي، 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 يلي (لازار، 1994، صفحة 167):

- الحافز: 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 كتوسيع شبكة المصادر، الخبرة، العلاقات العامة أو غير أخلاقية كالتهديد، تشويه السمعة نشر الأكاذيب ونستحضر هنا مثالا على علاقة التوتر التي سادت بين صحفيي بعض وسائل الإعلام الوطنية وبين المدرب السابق للمنتخب الوطني لكرة القدم جمال بلماضي والتي أدت في الكثير من الأحيان إلى حدوث مناوشات كلامية أثناء عقد الأخير لمؤتمراته الصحفية.

المبحث الرابع: نشرات الأخبار التلفزيونية

فرضت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحديات جديدة على القائم بالاتصال في مجال الأخبار بشأن الاستفادة من هذه التكنولوجيا وتطويرها 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 والمتلاحقة في طبيعة الوظائف الصحفية بما فيها أدوار الصحفيين والمحررين 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 ، تداع 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 والأحداث، تقدم في فترة زمنية معلومة، بهدف الإعلام والشرح التفسير لما يقع من أحداث ووقائع باستخدام الصورة والكلمة" (ميلود، 2022، صفحة 121).

وتتكون 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).

ويرى فانغ إيرفانغ أن وجه الاستفادة من مشاهدة النشرات الإخبارية يكمن في أن " نشراتنا الإخبارية تأخذنا إلى مواقع الحدث وترينا ما يحدث وحدث مؤخرا". فما نراه على شاشة التلفزيون أثناء نشرة الأخبار يمكن أن يؤثر فينا بشكل أكثر عمقا مما نسمعه أو نقرأه 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 لمواضيع و برامج تمس الرأي العام واثرائها بالتحليل والنقاش باستضافة شخصيات تتبنى آراء واتجاهات متباينة، مما يعطي انطبعا لدى المشاهد أن هذه القناة تنتهج حرية الرأي والتعبير في سياستها ذلك أن "الجريدة المصوّرة مقياس حقيقي للحكم على تفوق قناة تلفزيونية على غيرها، ووجه مشرق ومعيّار 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 مشاهديننا بوضوح بحيث يفهمون الخبر، فهذا يعني أننا نضيع الورق والنفس والحبال الصوتية والأشرطة والأموال ووقت 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 سعيا إلى تجويد التغطية الإعلامية للحقل السياسي (الزاهر ع.، 2011، صفحة 24).

ثانيا: 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، والثقافية، والاقتصادية... إلخ، وعادة ما تبث في أوقات الذروة وفي مواعيد محددة وثابتة، كما هو الشأن بالنسبة لنشرة الأخبار الرئيسة للتلفزيون الجزائري التي تُبث على الساعة الثامنة مساء بتوقيت الجزائر على كل القنوات العمومية الجزائرية.

- **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 مضامينها موجهة إلى فئة معينة من فئات المجتمع كالمراة، 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 بثها 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 يحقق 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 تشكُّل الفضول المعرفي لدى الجمهور للغوص في تفاصيل القصة الإخبارية. ويشترط إيرفينغ (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.

- أن تركز اهتمام المشاهد على جودة المعلومات وأن تصاغ بشكل مختصر حتى لا يحدث تشوش لدى المشاهد من كثرة الكلام .
 - أن تلفت انتباه الجمهور إذا ما كان الخبر يتضمن علاقة مباشرة مع الجمهور.
 - أن تتبع المعلومات المذكورة في المقدمة بشيء من التوسع والتفصيل في جسم الخبر.
- جسم الخبر:

يُعرف جسم الخبر بأنه ذلك "التعبير التفصيلي عن الأحداث التي يتكون منها الخبر، وبما يجب 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 جزءا من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها(الدليمي، 2012، صفحة 48).

ويمكننا القول أن جسم الخبر هو النص الذي يلي المقدمة مباشرة، ويتناول بالتفصيل العناصر المذكورة سابقا في المقدمة من خلال التعمق في الإجابة عن أسئلة الخبر المعروفة (من؟ قال ماذا؟ كيف، لماذا، متى، أين) بأسلوب مشوق وخال من التعقيدات التي قد تشتت انتباه المشاهد، وباختيار قالب مناسب لكتابة الخبر (الهرم المعتدل، الهرم المقلوب، المتدرج...).

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، وعموما فقد ينهي الصحفي الخبر بذكر معلومات أقل أهمية من تلك الواردة في المتن أو قد تكون الخاتمة عبارة استفهامية يستثير فيها الصحفي عقل و عاطفة المتلقي لزيادة فضوله للبحث عن تفاصيل أكثر حول ذات الموضوع، كما قد تتمثل في عبارة لا تتجاوز بضع كلمات مدفوعة بلغة جسد تحمل العديد من الدلالات والمعاني والتأويلات في ذهن المتلقي أو الجمهور.

رابعاً: أشكال المادة الإخبارية المستخدمة في نشرات الأخبار

1/ التقرير الإخباري

هو مجموعة من الوقائع والمجريات تدور حول حدث تقتضي أهميته الاطلاع على المزيد من تفاصيله في الموقع، والتوسع في حيثياته وإيراد ملاحظات حوله لم يشملها الخبر العادي وإضافة معلومات متجددة عنه(الهيثي، 2008، صفحة 40).

ومهمة التقرير الأساسية الإجابة عن الأسئلة الاستفهامية الستة أو على أهمها (ماذا، أين، من، متى، كيف، لماذا). لكنه يختلف عن الخبر في أنه لا يشترط الحدثة فيما ينقله من أخبار ووقائع ولا يتقيد 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).

فالتقرير الإخباري إذن هو خبر موسع يتناول بالتفصيل حيثيات حادث أو خبر ما، من خلال الإلمام بجميع جوانبه.

2/ التعليق الإخباري

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

3/ التحليل الإخباري

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

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

خامسا: فريق عمل نشرات الأخبار

يعتمد إنتاج نشرات الأخبار على فريق عمل متكامل، يضم طاقما إعلاميا مؤلفا من مختلف الإعلاميين، المتخصصين، الفنيين والتقنيين في مجال الأخبار، حيث تتضافر جهود هذا الطاقم كل 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 لابد أن يكون لديه خبرة واسعة بعمليات جمع وصياغة وتحرير وتقديم الأنباء بالمحطة التلفزيونية كذلك لابد أن يتمتع بمهارات إدارية في التعامل مع المندوبين والمحررين ومقدمي النشرات والمنتجين والمخرجين والفنيين والذين يساهمون في إنتاج النشرات، ويقوم مدير الأخبار بتزويد المندوبين بالأفكار التي يمكن معالجتها في النشرات الإخبارية(بوجفجوف، 2016/2015، 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 الرسمي لأفكار وكلمات المحررين، لذا فهو يحتل مكانا هاما بالنسبة لفريق العمل بغرفة الأخبار يجعله يتحمل الكثير من الضغوط لأنه الشخص الذي يواجه الجمهور مباشرة، ويتحمل أخطاء كل من المحررين وطاقم التنفيذ على الهواء ناهيك عن أخطائه الشخصية أيضا(حمدي 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 بسلاسة 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 فنيا ولغويا، في حين أن دور الصحفي لا يقتصر على مجرد الصياغة أو المراجعة، فهو يحصل على الخبر من مصادر متعددة ويقوم بالترجمة والإعداد.

المندوب: وهم الصحفيون المسؤولون على جمع الأخبار وتحريرها، سواء من خلال انتقلهم إلى موقع الحدث وتغطيته بالصوت والصورة، أو عن طريق التقصي عن الخبر من مقر عملهم باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة كالاتصال عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي، وينبغي التنويه إلى عامل الخبرة المكتسبة لدى المندوب وأهميتها في كسب ولاء بعض مصادر الأخبار ونسج علاقات متينة معهم بالشكل الذي تجعلهم يدلون بتصريحاتهم لهذا المندوب على حساب الآخر.

سادسا: 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:

جنيريك البداية:

تنظم أنواع الجنيريك في أشكال متماثلة توجه نظر المتفرج، انطلاقا من حركة سكوية نحو نفق ينتهي بكتابة اسم القناة والجريدة مستعملا أحيانا تقنية الإضاءة بين الحقل وخارج الحقل بين البلاط وبين الاستوديو مقترحة جميعها مقطعا من صور مركبة، تنتقل من الكوني لتستقر في المركز بين صور افتراضية، وأيقونية لواقع الأحداث، وكأنها تسعى لاقتياد المتفرج مباشرة إلى عالم الأحداث (الزاهر، الخطاب التلفزيوني دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار، 2011، صفحة 31).

ويفصح 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.

موضوعات النشرة:

وتتمثل في مجمل الأخبار والتقارير التي توردها النشرة تباعا وبشكل تسلسلي وفقا لأهميتها ولأولويتها 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 الساعة أو أكثر في بعض الأحيان.

كما تدعم النشرة بحضور ضيوف داخل الاستوديو أو من خارج الاستوديو (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.

جينيريك النهاية:

ولا يختلف جينيريك النهاية عن جينيريك البداية، غير أنه غالبا ما يتم الاكتفاء في نهاية النشرة بدمج جزء من الجينيريك مع بلاتو النشرة من خلال بث موسيقاه التصويرية بالتزامن مع إعلان المذيع لنهاية النشرة وصعود قائمة العناصر التيبوغرافية الخاصة بفريق وطاقم النشرة.

المطلب الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تحقيق جودة الصورة التلفزيونية

يلخص بيل غيتس 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 تحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية تليها الصورة المرئية في المرتبة الثانية، فإن الصورة في الخبر التلفزيوني تحتل المرتبة الأولى في الأهمية في حين يحتل الكلام أو التعليق المصاحب لها المرتبة الثانية؛ ذلك أن الصوت أو التعليق ليس سوى عاملا مساعدا في توضيح وشرح وقائع الصورة(أبو زيد، 1998، صفحة 387).

وقد تطورت جودة الصورة الإخبارية تبعا للتطورات التكنولوجية المتتابعة خاصة مع ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي باتت إقحامها في الصناعة الإخبارية أمرا لا مفر منه تلبية لتوقعات الجمهور المتزايدة في عصر الوسائط الرقمية عالية الدقة، ومن بين أبرز تطبيقات الإخبار البصري التي لاقت استخداما واسعا في القنوات الفضائية الكبرى العالمية والعربية ما يلي:

1. شاشات الغرافيكس

وتتمثل في شاشات مثبتة داخل الاستوديو، تظهر خلف المذيع أو في الجهة القابلة له حتى يسهل قراءتها الاستعانة بها، وتحتوي شاشات الغرافيكس معلومات وأشكال غرافيكس (رسوم، أشكال بيانية، خرائط، صور شخصية..). توضيحية، يستعين بها المذيع في عرض المادة الإخبارية، ويهدف استخدام هذه الشاشات إلى تحقيق الأغراض التالية:

- دعم عرض وقراءة التقارير الإخبارية داخل الاستوديو.
- تستخدم كديكور خلفي للمذيع خاصة في حالة اتساع حجم أستوديو البث.
- تحقيق الانبهار البصري بما يجذب انتباه المشاهد ويؤثر فيه.

2. تقنيات الواقع المعزز والافتراضي RealityAugmented و Reality Virtual

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).

ويمكننا تعريف الواقع المعزز RealityAugmented في مجال نشرات الأخبار بأنه تزويد المادة الإخبارية بوسائل إيضاح متعددة افتراضية (رسوم، صور، فيديو، أشكال غرافية، مجسمات ثلاثية الأبعاد...)، بحيث تعمل هذه الوسائط على تعزيز تقديم وعرض المادة الإخبارية وجعلها أكثر جذبا للمشاهد.

أما تقنيات الواقع الافتراضي فيرمز لها بالرمز (VR) وهي تقنيات افتراضية تقوم على محاكاة البيئة الطبيعية في شكل صور وفيديوهات افتراضية باستخدام الحاسوب، واستغلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي .

شاشة فيديو الحائط

تستخدم هذه التقنية في عرض القصص الإخبارية التي تحتوي على بيانات وأشكال غرافية كغطية موضوع حول الانتخابات من خلال إبراز صور المترشحين ونسب التصويت على كل واحد منهم، كما تستخدم في عرض الصور وفيديوهات ذات الموضوعات المطولة والمتراطة، أو في التنقل من موضوع إلى آخر، وتكون هذه الشاشة خلف المذيع مباشرة إذ لا تكلفه إلا الاستدارة قليلا نحوها ومن ثم لمسها باليد للتنقل بين القصص الإخبارية، وتعطي هذه التقنية إحساسا لدى المشاهد بفعالية وآنية 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 ثلاثية 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 ثلاثية 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 وي طرح عليها الأسئلة، رغم أن هذه الشخصية تكون متواجدة في مكان آخر، وتستخدم لتسهيل المقابلات وإعطائها طابعا أكثر قربا 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 الإبحار 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 بتعميق المعالجة الإعلامية للأحداث وإعطاء تفاصيل أكثر عنها.

- تقديم قصص إخبارية ومراسلات صحفية احترافية بشكل افتراضي يحاكي الحقيقة ويقرب الواقع للمشاهد.

- المزج بين تقنيات الإجمار البصري وجودة محتوى المادة الإجمارية 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 المتطورة في سبيل إنتاج محتوى احترافي فائق السرعة كإمكانية البث المباشر عبر المنصات المتعددة إلى جانب خدمات أخرى نوجزها فيما يلي:

أ/ استخدام كاميرا الهواتف المحمولة في تغطية الأخبار

تعتمد الفضائيات التلفزيونية على الكاميرات الشخصية للهواتف المحمولة في تغطية بعض الأحداث والأخبار في المواقع 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 وحديثه مع مذبةة القناة التركية الرسمية لطمأنة الرأي العام التركي، لتتناقل القنوات الفضائية الإقليمية والدولية الفيديو في ظرف ثواني معدودة.

وتزداد أهمية الهواتف المحمولة في نقل وتوثيق الأحداث والأخبار بالصور والفيديو مع النمو المتزايد في استخدامها، حيث أسهم التطور السريع في صناعتها وتوافرها على العديد من التطبيقات في توفير العديد من الخدمات الإعلامية من بينها:

- تصوير وتوثيق الأحداث ذات الطابع الإعلامي عن طريق الأجهزة المتحركة كالهواتف النقالة، والكاميرات الذكية.

- إنتاج المحتويات الإعلامية باستخدام الأجهزة الشخصية الرقمية كالحاسوب الشخصي والهواتف الذكية والاستفادة من مزايا هذه الأجهزة الرقمية في سرعة نشر وتداول المعلومات والأخبار.

- فاعلية المنصات التفاعلية على الواب في تشكيل بيئة ممارسة إعلامية قائمة على دمج أدوات الإنتاج والنشر وتحويل عمليات التحرير إلى سلسلة من العمليات التقنية والرقمية.

ب/ خدمات منصات التواصل الاجتماعي

تتيح منصات التواصل الاجتماعي للمستخدم متابعة القنوات التلفزيونية من خلال تطبيقاتها فمثلا يمكن الفيسبوك مستخدميه من متابعة البرامج التلفزيونية عن طريق خاصية المشاهدة Watch أو الريلز والتفاعل معها من خلال التعليق وإبداء الرأي في مختلف القضايا التي تطرحها هذه القنوات، كما أصبحت القنوات التلفزيونية اليوم تستقطب مستخدمي مواقع التواصل من خلال سير 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 المواضيع التي حققت رواجاً وتداولاً واسعاً على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فالجمهور بات الحاضر الأكبر في مختلف البرامج مهما اختلفت طبيعتها (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية).

ومن جهة أخرى ومع الحركة المتسارعة التي عرفتها تكنولوجيات الاتصال، فقد أصبحت كاميرات الهواتف المحمولة الذكية تنوب عن كاميرات جمع الأخبار الإلكترونية، بفضل ما تتوفر عليه هذه الهواتف من تطبيقات وميزات تتعلق بجودة الصوت والصورة والفيديو والنص والمحمولية؛ 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 نشره الأخبار من موقع الحدث باستخدام الهاتف المحمول.

وبذلك تكون التكنولوجيا الرقمية قد أضفت مرونة وسهولة في العمل الإخباري إلى جانب تقليصها لعاملي الوقت والجهد.

ثانيا: التحديات الأخلاقية والمهنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

على الرغم من المزايا التي أتاحتها تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات الحديثة عموما 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 بشئ من التفصيل وفق المستويات التالية:

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 بالافتصاص منها وتحويل موضوعاتها وفق ما يخدم الوسيلة الإعلامية أو الجهات المسؤولة عن بث هذا الخبر أو ذاك.

كما كان لمنصات التواصل الاجتماعي دورها في انتشار ظاهرة الأخبار المغلوطة (Fake News) والصور المغلوطة أيضا، التي باتت تهدد الأمن المجتمعي وحتى أمن الدول في بث حالة من اللااستقرار واللامن بزيادة المخاوف في الأوساط المجتمعية من مخاطر هذه الوسائل الرقمية التي يظل نشاطها يفتقد إلى قواعد أخلاقية و أطر قانونية تحوي وتؤطر هذا الفضاء الرقمي.

لقد أدركت اليونسكو خطورة الذكاء الاصطناعي على البشرية ككل فكان اجتماعها بتاريخ نوفمبر 2024 بمثابة 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

والدراية الإعلامية والمعلوماتية من خلال عمليات التدريب المشتركة بين الحكومات والمنظمات الدولية الحكومية والمجتمع المدني والقطاع الخاص والوسائط الأكاديمية 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 تسطيحها وإفراغها من محتواها القيمي والعميق مما شجع على الاستهلاك البصري لمختلف الأخبار بفضل تطبيقات الإبحار البصري، وفي هذا الإطار يرى الباحث أنه على الرغم مما أحدثته الثورة الإعلامية الثالثة وثورة الحاسب الآلي والمعلوماتية فإن ذلك لم يحدث نقلة ماثلة 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 تحدٍ جوهري يتعلق بمدى استعداد كفاءاتها البشرية لتبني هذه التكنولوجيات وتطوير كفاءاتهم التقنية بما يتلاءم مع هذه التقنيات الجديدة. ويبقى 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

وكخلاصة 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 الإلمام 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 الإنترنت ظهور مصادر جديدة للأخبار باتت هي الأخرى تنافس مصادر الأخبار التقليدية أو الرسمية، بل وتتفوق عليها في الكثير من الأحيان في نقل الخبر وتحقيق سبق 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 ممثلا في عاملي 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 تركز التقييد المستمر للحريات الاعلامية.

وباعتبار أن النشرة الإخبارية هي المخرج النهائي للصناعة الإخبارية، الذي تتحد فيه مختلف العناصر الشكلية، التقنية والتحريرية (المضمون) لتصب في شكل صورة بصرية متحركة تستهدف اهتمام الجمهور وجذب انتباهه، فإن أولوية تجويدها 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 المتلقي للمحتوى الإخباري المذاع بالاستغلال الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي ساهمت في تغيير المشهد الإخباري في العديد من القنوات الفضائية والعربية الرائدة

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 الجزائر في 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 تنوعت بين المتخصصة والعامة، 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 المتتالية 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 قانوني الإعلام (12-05 و 14-04)، وصولاً 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 إيفيان تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية قبل أن يتم تأميم الإذاعة والتلفزيون بتاريخ 28 أكتوبر 1962 (فني، 2013، صفحة 32).

ويُجمع الباحثون المختصون في السمعي البصري الجزائري على تقسيم مراحل تطور الإعلام من النواحي التنظيمية والمادية والتشريعية إلى خمس مراحل نوجزها فيما يلي:

المرحلة الأولى: 1962-1966:

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 بعدم وجود قانون إعلام واضح ينظم الممارسة الإعلامية في تلك الفترة باستثناء بعض المراسيم التنظيمية التي كانت تتماشى وحدثة النشاط الإعلامي إلى جانب قلة المؤسسات الإعلامية آنذاك والذي كان محصورا في التلفزيون والإذاعة ووكالة الأنباء الجزائرية ومكتب الأحداث المصورة.

المرحلة الثانية 1967-1985:

وعرفت هذه المرحلة صدور الأمر رقم 67-243 المؤرخ في 9 نوفمبر 1967 المتضمن تنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائرية ولم يختلف هذا المرسوم عن المرسوم الفرنسي بخصوص الطابع الصناعي والتجاري للمؤسسة العمومية وتمتعها بالشخصية المعنوية 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 المبحث الموالي.

المرحلة الثالثة 1986-1989:

وتعد هذه الفترة أهم مرحلة في تاريخ الإعلام؛ حيث عرفت إعادة فصل الإذاعة عن التلفزيون بموجب المرسوم رقم 86-147 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 حدّدت المادة الخامسة من هذا المرسوم مهام مؤسسة التلفزيون فيما يلي:

- تربية وتعليم وتكوين المواطنين بهدف رفع المستوى الثقافي والتكويني 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 والفني بتطوير وسائل التسلية والرياضة.

وبالتالي فإن هذا المرسوم حدّد مهام ووظائف الإعلام المعروفة كالتعليم والأخبار والتسلية إلا أنه ربط هذه المهام بأهداف الثورة وأبعادها التنموية تحقيقا 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 للفرد الجزائري.

المرحلة الرابعة 1990-2010:

تضمنت هذه 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 طبقا للأحكام الدستورية والنصوص اللاحقة ومقررات المجلس الأعلى للإعلام وتوصياته.

ليتم إعادة تعيين وزارة الاتصال بناء على المرسوم 94-429 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 بداية 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 الأوروبية والعربية.

ويلخص الباحث عاشور في 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 والتسيير والاستثمار، مما سمح بتطوير قدرات البث خاصة والتجهيزات الخاصة بالتغطية الإخبارية والإنتاج التلفزيوني(فني، 2013، صفحة 52).

المرحلة الخامسة 2011 إلى غاية يومنا هذا:

وتعد هذه المرحلة أبرز المراحل التي عرف فيها المشهد السمعي البصري تغيرات جذرية سواء من خلال قانون الإعلام (05-12) وقانون السمعي البصري (04-14) اللذان صدرا في هذه الفترة أو من خلال فتح السّمعي البصري بتزايد عدد القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية وتبعاتها، وهذا ما سنتطرق له بالتفصيل في المباحث الموالية.

المطلب الثاني: النشاط السمعي البصري في التشريعات الجزائرية الحديثة

أولاً: قانون الإعلام 1982

يعد قانون الإعلام 01-82 المؤرخ في 6 أفريل 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 حدّد شروط ومتطلبات النشاط الإعلامي والسمعي البصري في الجزائر مشكلاً بذلك إضافة قانونية جديدة في مجال التشريع الإعلامي.

وقد بينت المواد الأولى من القانون العضوي المتضمن قانون الإعلام 01-82 الإطار العام لمفهوم وتوجهات 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 وتعميمها، ممارسة الإعلام من خلال نشرات إخبارية عامة، ونشرية متخصصة، ووسائل سمعية بصرية. كما تظطلع القيادة السياسية للبلاد وحدها - حسب مانصت عليه المادة الخامسة - بتوجيه النشرية الإخبارية العامة ووكالة الأنباء والإذاعة والتلفزة والصحافة المصورة. فيما حددت المادة الثامنة أجهزة الإعلام الوطنية باعتبارها مؤسسات ذات طابع اجتماعي وثقافي، يحدد التنظيم شروط وكيفيات تنظيمها وتسييرها.

وحددت المادة 28 خدمة الإذاعة والتلفزة والوطنية في كل نشاط للتبليغ عبر الأثير، توجه حصصه الإذاعية أو التلفزية 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 بمعزل 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 الجزائر الاستقلال، إذ حاول المشرع أن يكون قانون الإعلام متناغما مع توجهات الدولة في حماية المكتسبات التي حققتها الثورة، وفي تحقيق الأهداف الوطنية والوظائف الاجتماعية والثقافية للإعلام، بما يعكس نوعا 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 السّمي البصري لم يرد في هذا القانون إلا من باب التعريف بنشاط السمي البصري وبيان احتكار الدولة لهذا القطاع مثلما أشرنا إليه في المادتين 28 و 29، مما يعزز فكرة اختصاص هذا القانون في تنظيم قطاع الصحافة المكتوبة والمطبوعات عموما.

ثانيا: قانون 1990

جاء قانون الإعلام 90-07 المؤرخ في 3 أفريل 1990 تماشيا مع إقرار الإصلاحات التي أقرتها الدولة بفتح التعددية السياسية والحزبية من خلال دستور 1989، والذي كان حتمية اجتماعية فرضتها التحولات الداخلية التي عرفت بها 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 بضائها بفشل النظام الاشتراكي في العديد من الدول التي كانت تتبع هذا النظام وانتقالها إلى النظام التعددي.

وعلى ذلك فإن قانون الإعلام 90-07 يعد نقطة تحول هامة في تاريخ الإعلام الجزائري، ، فبعد 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، والعناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي، والعناوين والأجهزة التي ينشئها

الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري، ويمارس الحق في الإعلام من خلال أي سند اتصال كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزيوني.

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 ووكالة التصوير الإعلامي، ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقا للمادتين 44، 47 من القانون 88-01 المؤرخ في 12 يناير سنة 1988.

كما استحدثت المادة 59 المجلس الأعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالية ومن بين المهام التي أقرتها هذه المادة مايلي:

- بيان كفاءات تطبيق حقوق التعبير عن مختلف تيارات الآراء.
- ضمان استقلال القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزيوني، وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.
- السهر على تشجيع وتدعيم 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 (مثلما أشارت إليه المادة 14) وبالتالي فإن مضمون هذا القانون لم يشر 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 طويلا فسرعان ما تم حله بمقتضى المرسوم رقم 93-13 المؤرخ بتاريخ 26 أكتوبر 1993، والذي جاء متزامنا 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 المحل بالأغلبية لتدخل البلاد بعدها في دوامة ما عُرف بالعيشية السوداء.

ثالثا: قانون الإعلام 2012 وقانون السمعي البصري 14-04

يعد القانون العضوي الاعلام 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 أملاها تعطش الشارع الجزائري لتنوع إعلامي يكفل حرية الرأي والتعبير أسوة بقنوات إعلامية رائدة في الساحة الدولية والعربية.

كما كان للأزمة الكروية التي عرفت الجزائر مطلع 2010 مع الشقيقة مصر الأثر البالغ في ضرورة التعجيل بفتح مجال السمعي البصري لمجابهة الادعاءات المغرضة من هنا وهناك، ناهيك عن ما سمي بأحداث الربيع العربي التي عصفت بالمنطقة العربية مطلع العام 2011 مستهدفة الإطاحة بأعتى الأنظمة العربية كالنظام الليبي، والتونسي، و المصري 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 وفسح 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 لوقائع 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 جمعيات معتمدة.
 - وسائل الإعلام التي يملكها أو ينشئها أشخاص معنويون يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رأس 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 وجمعيات معتمدة وأشخاص معنويون شريطة أن يخضعوا للقانون الجزائري ويتمتع مالكوها بالجنسية الجزائرية.
- كما خصص القانون العضوي في بابه الرابع كل مايتعلق بالنشاط السمعي البصري حيث عرفته المادة 58 بكل مايوضع 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 حصصا متتابعة ومنتظمة تحتوي على صور أو/وأصوات. على أن يُمارس 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 اكتفى بإدراجه 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 تزايدا متسارعا للقنوات الفضائية الجزائرية التي تنوعت بين القنوات المتخصصة (الشروق نيوز، النهار، نوميديا نيوز، سميرة تي في، الهداف..) والعامّة (الشروق 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 كفاءات وحيثيات الممارسة الإعلامية للسمعي البصري بوضوح؛ مما جعل من توطين القنوات الفضائية أمرا مستحيلا في بدايات صدور القانون حيث باشرت أغلب القنوات بثها من أفطار عربية وأجنبية مجاورة (قناة الشروق مثلا كانت تبث من عمان)، واعتبارها من الناحية القانونية قنوات أجنبية يسري عليها قانون القنوات الأجنبية على الرغم من انتمائها لخواص جزائري الجنسية.

ويُعاب على هذا القانون أن فتح التعددية السمعية البصرية كان ولا يزال خاضعا لإشراف الدولة سواء من الناحية القانونية (مواد قانون الاعلام 12-05) أو من الناحية السياسية، ضف إلى ذلك أنه يتعين على الراغبين في فتح قنوات خاصة التقيد بنص المواد المتضمنة موضوعاتية القناة والتقيد بالحجم الساعي خاصة ما يتعلق بالنشرات الإخبارية والبرامج التحليلية (عبادة، 2018).

وبخصوص قانون السمعي البصري 14 - 04 الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، في عددها 16 بتاريخ 23 مارس 2014 فقد جاء مثنى لمسعى 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 ممثلين في:

- الأشخاص المعنوية 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 وهيئات وأجهزة القطاع العمومي، أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية.

وباختصار يمكننا القول أن مضمون القانون 04-14 جاء مجسدا وموضحا لقانون 05-12 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 مثلاً هي تلك المتخصصة المضامين والمحتوى كأن تكون متخصصة في الرياضة أو الأخبار، أو الاقتصاد، أو المرأة وغيرها، لتوجه إلى جمهور معين بعكس القنوات العامة التي تستهدف برامجها 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:

- تضيق 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 والديناميكية.
- التعارض مع الدستور، حيث تتناقض المادة أعلاه مع مبادئ حرية التعبير التي كفلها الدستور الجزائري، مما يشكل قيда 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 المترشح 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 ممثلة في سلطة الضبط لرخصة إنشاء

خدمة الاتصال السمعي البصري الموضوعاتية بموجب مرسوم العقد وذلك طبقاً لأحكام القانون العضوي رقم 12-05.

كما نصت المادة 22 من ذات القانون على مايلي: " 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 المترشحين المؤهلين لإنشاء خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتي في الشروط التالية:

- **خضوع الشخصية المعنوية للقانون الجزائري:** والمقصود بها امتلاك الهوية القانونية المحلية للقنوات الموضوعاتية، ويعد ذلك بمثابة ضمان أساسية لحماية السيادة الإعلامية وتعزيز المنظومة الاتصالية، خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن جل القنوات الخاصة بدأت ولا يزال العديد منها ينشط كقنوات أجنبية يتم منحها اعتماد من طرف وزارة الاتصال.

- **انتماء 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 الاعلامية.

- **أن لا يكون المساهمون محكوما عليهم من قبل بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام،** وبمعنى آخر أن يخلو السجل القانوني للمساهمين من المخالفات الجسيمة التي تستهدف النزاهة الأخلاقية والقانونية وتؤثر على شفافية ومصادقية المؤسسة الإعلامية المراد انشاؤها.

- **أن يكون رؤسائها الاجتماعي خالصا:** ويحمي هذا الشرط المؤسسة الإعلامية ومالكها 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 المولدون قبل 1942 أنه لم يكن لهم سلوك معادي ضد ثورة نوفمبر 1954، ويعني هذا الشرط ضرورة اتصاف المساهمين بالانتماء والنزاهة التاريخية بالتزام الموقف الايجابي حيال الثورة التحريرية مما يؤكد على أهمية الذاكرة 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 و تأطيرها قانونيا وأخلاقيا، بما يضمن التوازن بين الحرية الصحفية والممارسة المهنية المسؤولة، واستجابة أيضا للتحديات المتزايدة التي تواجهها مهنة الصحافة. واعتبارا لذلك سوف نتناول في هذا المبحث ثلاثة مطالب رئيسية تشكل ركائز التنظيم القانوني والمهني للنشاط والعمل الصحفي حيث سيناقش المطلب الأول تطور مفهوم الصحفي المحترف على ضوء التشريعات الإعلامية الجزائرية بغرض استشفاف مكانة الصحفي المهنية وحقوقه القانونية والضمانات القانونية التي تكفل استقلالية عمله الصحفي.

فيما سيفصل المطلب الثاني في منظومة أخلاقيات المهنة الصحفية بالتركيز على المعايير والضوابط المهنية التي تضمنها قانون الإعلام 05-12 وقانون السمعي البصري 04-14 والخاصة 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 تُعنى 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 المحترف في التشريعات الإعلامية.

ارتبط تطور مفهوم الصحفي في التشريعات الجزائرية تبعا لطبيعة النظام السياسي والإيديولوجي السائد في كل مرحلة من المراحل التاريخية التي عرفت بها البلاد منذ الاستقلال، فالمسار التطوري للتشريعات الإعلامية عرف تحولات جوهرية في مستوى الحريات والممارسة المهنية وفقا لخصوصية كل مرحلة ومتطلباتها، لتحدد معالم الوظيفة الإعلامية ومكانة الصحفي انطلاقا من التشريعات والمواد القانونية التي رسمت وحددت أدواره وطبيعة نشاطه الإعلامي. لذلك سنتطرق في هذا الإطار لبعض مفاهيم الصحفي والصحفي المحترف التي تطرقت لها قوانين الإعلام بالتركيز على قوانين الإعلام التالية:

أولا: 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 للأخبار المكتوبة أو الناطقة أو المصورة، ويكون متفرغا دوما للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها وتنسيقها واستغلالها وعرضها، على أن يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والمنتظمة التي يتقاضى مقابلها أجرا. بالتالي 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 للأخبار المكتوبة أو ناطقة أو مصورة، وقد يكون هذا الأمر بديها بالنظر إلى المرحلة السياسية التي تزامن معها هذا القانون ممثلة في مرحلة الحزب الواحد والتشبع بالأفكار الاشتراكية.
- ممارسة النشاط الإعلامي من جمع وانتقاء و استغلال وعرض الأخبار بما يضمن التفرغ التام لها وعدم المزاجية بينها وبين وظيفة أخرى.
- تقاضي مقابل مادي نظير هذه الوظيفة اعتبارها المهنة الوحيدة للصحفي.

ولا يختلف الأمر بالنسبة لقانون الإعلام 90-07 من حيث تعريفه للصحفي المحترف في مادتيه 29/28 غير أنه في هذه المرة لم يمانع من تقديم الصحفي لإسهامات ظرفيه إلى وسائل إعلام أخرى حسب الشروط التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام.

كما أسندت المادة 30 من ذات القانون مهمة منح بطاقة الصحفي المحترف لهيئة المجلس الأعلى للإعلام وتحديد مدة صلاحيتها 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 وانتقائها ومعالجتها و/ أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو آلة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله، كما يعد صحفيا محترفا كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام طبقا للإجراءات المنصوص عليها في المادة 80 والمتعلقة بتنظيم علاقة العمل بين الهيئة المستخدمة والصحفي.

واستنادا إلى ذلك فقد توسعت 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 الموالية 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 أعوان الإشهار ولم يتم عدهم كصحفيين محترفين، مثله في ذلك مثل قانون الإعلام 90-07 ، الأمر الذي عدّه الباحث أمقران طيبي أنه يفتح المجال أمام للتلاعب بمنح هذه البطاقة لأشخاص دون الآخرين (طيبي، 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 وتعميم بطاقة الصحفي المحترف على الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية، من شأنه أن يسمح للصحفي بمزاولة نشاطه بكل أريحية بعيدا 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 لحاملها المزيد من التسهيلات وتضفي عليه الطابع الرسمي في أداء مهامه، كما أنه من مزايا بطاقة الاحتراف أنها تقطع الطريق أمام "الهواة" أو "صحافة الموطن" التي أصبح انتشارها في تزايد مستمر دونما دراية منهم بأخلاقيات المهنة بل قد ينصرف نشاطهم إلى ممارسات غير أخلاقية تطل مصادر المعلومات كالاتزاز، والتهديد، والتشهير، والتكسب بقضاء مصالح شخصية وغيرها.

وعلى كل حال لا يزال إشكال منح وتعميم توزيع بطاقة الصحفي المحترف قائما إلى حد الساعة لعدة أسباب منها ما أرجعه الباحث أمقران طيبي إلى غموض في عدم تنصيب اللجنة الوطنية المكلفة بتسليم بطاقة الصحفي المحترف (طيبي، 2021).

المطلب الثاني: قراءة في أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل قانون الإعلام 05-12

تُعبّر 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 يتسنى له أداء عمله على أكمل وجه، والجزائر كغيرها من بلدان العالم سعت إلى تقنين العمل الصحفي وضبط أطره الأخلاقية من خلال سلسلة من التشريعات القانونية الخاصة بقانون الإعلام، و التي أفرد فيها المشرع أبوابا خاصة بأداب وأخلاقيات المهنة الإعلامية ناهيك عن المراسيم التنظيمية والنصوص التنظيمية التي أردفتها هذه القوانين بغية تحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للصحفيين.

لذلك سنتطرق في هذا المطلب إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 05-12 و قانون السمعي البصري 14 - 04 .

أولا: أخلاقيات الإعلام في مضمون قانون الإعلام 05-12

أفرد قانون الإعلام 5-12 بابا خاصا بمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة، حيث جاء هذا الباب مقسما إلى فصلين اختص فيه الفصل الأول بمهنة الصحفي والصحفي 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 حدّدت 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 وباقي 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 الأصيلة لحماية النسيج المجتمعي وضمان استقراره ووحدته.

البعد التنظيمي: ويختص بالتوازن بين حرية العمل الإعلامي ومقتضيات النظام العام، فالمشرع الجزائري وضع آليات لممارسة 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 لمهنة الإعلام منوطة باحترام الثوابت الوطنية والتاريخية والدينية، ومسؤوليته اتجاه 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 بالحفاظ 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 تجنب تمجيد الحقبة الاستعمارية. وجاءت قيم المهنية والموضوعية ضمن أولويات المشرع

بغية إعداد محتوى إعلامي متكامل معرفيا يتوخى فيه تقديم الوقائع بكل توازن وحيادية، مع مراعاة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه الأفراد والمجتمع بتجنيبهم الوقوع 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 خلق النزاهة المهنية والفكرية من خلال الامتناع عن استغلال المنصب في تحقيق أغراض شخصية أو مادية، والالتزام بالمصادقية والموثوقية المهنية في نقل الأخبار وتوثيقها، والابتعاد عن كل أشكال السرقة الأدبية، والوشاية، والقذف.

كما ألزم المشرع الصحفي بالمسؤولية التصحيحية بتصويب الأخطاء وتصحيح الأخبار الغير صحيحة، ناهيك عن التزام الحياد الإيجابي بالابتعاد عن الترويج للعنصرية والكراهية 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، يُحول له ممارسة مهامه في ترسيخ 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 أما فجوة بين الجانب النظري التشريعي والذي يبدو مثاليا في

الكثير من المواد التي سَمَت 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 الى تأسيس هذا المجلس أو استحداث هيئة تنظيمية ذات طابع إلزامي مع تزايد نسبة البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة والتي أصبحت تقيس نجاحها بمقياس نسب المشاهدة والتفاعل دون الاحتكام لأخلاقيات المهنة الصحفية في طرق المواضيع المتنافية مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

ثانيا: أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون السمعي البصري 04-14

لم يتعرض قانون السمعي البصري 04-14 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 أحكام المادة الثانية من القانون العضوي 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق ل12 يناير 2012 وأحكام هذا القانون والتشريع المعمول به". فيما أسهبت المادة ال48 في ذكر مجموعة من الالتزامات المتضمنة في دفتر الشروط الخاصة بالأخلاقيات 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، وتتفاوت هذه العقوبات تبعا 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 الموالي.

المطلب الثالث: سلطة ضبط السمعي البصري بين المهام والواقع

يعد قرار استحداث سلطة ضبط السمعي البصري أحد أهم مخرجات قانون 05-12 في إنشاء هيئة رقابية عليا تضطلع بمهام الإشراف والتنظيم ليعقبه قانون السمعي البصري 04-14 المكمل لقانون الإعلام السابق في إطار رؤية إستراتيجية شاملة تهدف إلى الارتقاء بالمشهد السمعي البصري في الجزائر.

لقد أشار قانون الإعلام 05-12 إلى تأسيس سلطة الضبط السمعي البصري بموجب المادة 64 والتي جاء في مضمونها استقلالية الهيئة عن باقي السلطات وتمتعها بالشخصية المعنوية وكذا استقلالها المادي. وتتجاوز الغاية من إنشاء هذه الهيئة من كونها جهاز تنظيمي وتشريعي يختلف عن الأجهزة والسلطات التقليدية المعروفة (التنفيذية، التشريعية، القضائية) إلى توجه جديد يسعى إلى ترسيخ 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 04-14 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 وتمثيل التنوع الثقافي للوطن. كما نصت ذات المادة على ضرورة احترام التعددية الفكرية واختلافات الرأي في البلاد خاصة في البرامج السياسية والعامة، والسهر على احترام الكرامة الإنسانية عموماً، وضمان حماية الأطفال والمراهقين، وكذا الاهتمام بفئة المعاقين سمعياً أو بصرياً بتسهيل وصولهم إلى البرامج المقدمة إلى الجمهور. واهتمت هذه المادة أيضاً بحماية وتنميين 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 ثلاث مجالات رئيسية حددتها مضامين المواد من 54 إلى 56 من قانون 04-14 في ما يلي:

أ- في مجال الضبط

تضطلع سلطة ضبط السمعي البصري في مجال الضبط في دراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري والبت فيه، ومن ثمة إدارة الترددات الموضوعة من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبت 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 البثية وتحقيق التوازن المعلوماتي، كما تتولى سلطة الضبط تطبيق القواعد المتعلقة بمعايير الإنتاج والبرمجة والبث لحصص التعبير المباشر والحرص على التنظيم الاحترافي للتغطية الإعلامية خلال المسارات الانتخابية ولمختلف 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 ومتكاملة على الإنتاج السمعي البصري من خلال:

- احترام مطابقة أي برنامج سمعي بصري كيفما كانت وسيلة بثه للقوانين والتنظيمات سارية المفعول بالتدقيق المستمر في محتوى وشكل البث الإعلامي.
- التكامل التنسيق 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 مجالي الضبط والرقابة تمتد اختصاصات سلطة ضبط السمعي البصري إلى المجالات الاستشارية؛ فهي تتولى مسؤولية إبداء رؤى استشارية 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 بممارسة النشاط السمعي البصري.

د- في مجال تسوية النزاعات

تضطلع سلطة ضبط السمعي في مجال تسوية النزاعات بالتحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذي يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين أو من طرف شخص طبيعي أو معنوي يخطرها بانتهاك 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 الفضاء الرقمي عبر الانترنت.

ثانيا: تشكيل وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري

تكفل قانون الإعلام 04-14 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 بناء 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 تكرر 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 شيتوي زهور وبوحنية قوي (شيتوري و بوحنية ، 2018)، واعتبرا أنه يطعن في مصداقية السلطة وفي أحكامها الخاصة خاصة عندما يتعلق الأمر بتسوية وإدارة النزاعات التي تنشأ بين

الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السّميّ البصري سواء بين القطاعين العام والخاص أو مع المستفيدين النهائيين.

و فصلّت المادّتين 61/60 من قانون 04-14 في عضوية والتزامات أعضاء سلطة السّميّ البصري، فطبقاً لهاتين المادتين تمّ 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 السّميّ 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 ضماناً لحيدة القرار الإعلامي.

وقصد تحقيق الحوكمة الإعلامية قضت المادة 64 بمنع أعضاء سلطة الضبط السّميّ 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 (السّميّ أو السّميّ البصري، صحافة، إشهار) من خلال تعزيز استقلالية القرار التنظيمي عن الضغوط التجارية وضغوط المصالح الخاصة على حساب المصلحة العامة بضمان موضوعية الرقابة على قطاع السّميّ البصري.

وتأتي المادة الموالية من ذات القانون 04-14 لتنص على منع كل عضو في سلطة الضبط من ممارسة نشاط له علاقة بأي نشاط سمعي بصري لفترة تمتد العامين 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 بالسّر المهني إزاء المعلومات والوثائق والأعمال التي يطلعون عليها بحكم أداء مهامهم الوظيفية، وتمتد هذه السرية إلى ما بعد انقضاء عهدتهم 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 السّميّ البصري 04-14.

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 برزت تجربة القنوات الخاصة الجزائرية كنموذج جديد في مسار تعددية السمعي البصري، حيث شكّل التزايد المضطرد للقنوات الخاصة في الجزائر منعطفا استراتيجيا في المشهد الإعلامي المحلي والإقليمي؛ الذي لم يكن انعكاسا 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 05-12 و 04-14 مجرد نصوص تنظيمية بل أسّسا لإعادة هندسة المشهد الإعلامي بانبثاق قنوات فضائية جزائرية المحتوى والهوية مجسدة تحولا نوعيا من منطق الهيمنة إلى منطق التعددية القائمة على تفكيك السردية الأحادية وإعادة إنتاج المعنى في الفضاء العمومي الجزائري فاسحا المجال لفضاء تنافسي غير مسبوق.

وبناء على ما سبق يكتسي هذا المبحث أهميته من تفكيك المسارات المعقدة لميلاد القنوات الجزائرية الخاصة، حيث سيتناول المطلب الأول السياق العربي لنشأة القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر مستكشفاً الديناميكيات الداخلية والخارجية التي ساهمت في إنتاج هذا النموذج الإعلامي، فيما سيتعرض المطلب الثاني إلى المزايا التي أتاحتها القنوات الخاصة على مختلف الأصعدة، بينما يناقش المطلب الثالث مجمل 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، اصطُح 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 البوعزيزي بحرق نفسه في أحد الأسواق الشعبية، احتجاجا 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 نورد منها:

- اتخاذ الحراك من يوم الجمعة يوما رمزيا 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 والمنتسبين 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 وبداياتها الأولى قبل أن يتم قمعها في بعض البلدان.

وإن كان الحراك الشعبي قد حقق العديد من المكاسب السياسية وتكاليف أقل ضررا في العديد من الدول العربية، كتنحي 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 أبعادا

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، وتتدخل أطراف إقليمية ودولية في القتال على الأراضي السورية، لنصبح أمام أزمة دولية معقدة تتشابك فيها المصالح الإقليمية والدولية ويدفع ثمنها المواطن السوري.

وعرفت القنوات الفضائية العربية ومعها البث الفضائي تحولات مواكبة للحراك الشعبي لا تقل أهمية عن التحولات السابقة؛ حيث ازداد عدد القنوات الفضائية العربية، ومن ضمنها القنوات الفضائية الإخبارية، وازدادت معها وتيرة متابعة مجريات الأحداث ونقل كافة حيثياته 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 مجرياته، فالأول مرة في تاريخ الإعلام العربي تصدر شاشات التلفزيون صور ووقائع حية لتظاهرات الشعوب العربية، وليس خطابات الرؤساء ومختلف أنشطتهم البروتوكولية، مبرزة بذلك قدرات هذه القنوات في التأثير على الشعوب وعلى الأنظمة، على الرغم من الطابع الموجه 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 دولها 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 تتوزع بين العامة والمتخصصة، لتوفر هذه القنوات مساحة إعلامية أكبر للتعبير عن الآراء ووجهات النظر المختلفة من خلال التنوع 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:

توسع النطاق الجغرافي للتغطية الصحفية

مكّنت القنوات الفضائية الخاصة من الغوص في أعماق الجزائر واستيعاب مختلف الأخبار المحلية والوطنية ذات الطابع الإنساني والاجتماعي بفضل شبكة المراسلين المتواجدين في مختلف ولايات ومناطق الوطن ساعدها في ذلك التطور التكنولوجي الذي سهّل من عملية نقل ومعالجة الأخبار لحظة وقوعها، وهذا أيضا ما ذهب إليه الباحثان سعيد مراح ومُجد قارش من أن القنوات الخاصة "ساهمت في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن، خاصة في مناطق الجزائر العميقة وإلقاء الضوء على انشغالات الفئات والشرائح الاجتماعية الهشة" (مراح و قارش، 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 بعدما كانت تشتغل في قنوات أخرى عربية أو أجنبية.

دعم الديمقراطية 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 والاجتماعية 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 انتهجته الجزائر منذ دستور 1969 وقانون الإعلام لسنة 1990 ، كما سينهي مركزية التغطية الإعلامية واقتصرها في الغالب على نشاطات المسؤولين إخباريا وتلميع صورتهم (بيوسف، 2014).

خلق سوق تنافسية

إن تعدد القنوات الفضائية الخاصة والعمومية من شأنه أن يسهم في تطوير صناعة الإعلام ويحسن من جودة البرامج والمضامين الإعلامية الهادفة 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 لمضامينها وبرامجها؛ الأمر الذي دفع الباحثان سعيد مراح، مُجد قارش إلى وصف برامج هذه القنوات بمحاولة "استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمونا باستغلال المشاهد وتسطيح 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 "ميديسات1" ثم قناة العربية للتحقق 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 الايجابي لهذه القنوات ويسهم في التنمية الوطنية المستدامة.

المطلب الثالث: تحديات القنوات الخاصة

على الرغم من الإضافة الإيجابية للقنوات الخاصة الجزائرية إلا أن ذلك لا يمحي صفة القصور في الممارسة الإعلامية والمهنية لهذه القنوات والناجمة عن حداثة نشأتها والإطار العام الذي تنشط فيه والمرتبط بطبيعة النظام السياسي والسياق التاريخي والاجتماعي الذي وُجدت فيه هذه القنوات إلى جانب أسباب وعوامل أخرى نلخصها فيما يلي:

عراقيل تنظيمية وقانونية

تعيش القنوات الخاصة في الجزائر حالة من الفوضى التي أصبحت تهدد نشاطها في الساحة الإعلامية؛ حيث تشهد هذه القنوات منذ نشأتها تأرجحا بين الارتفاع في عدد القنوات وبين التراجع والاختفاء تارة أخرى، وذلك راجع إلى غموض الوضعية القانونية لهذه القنوات، فمن بين عشرات القنوات الفضائية التي تبث برامجها على الساحة الإعلامية، لم تحظى سوى بعض القنوات للترخيص 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 والمحكمة القضائية التي مست عددا من الصحفيين ومدراء القنوات مثلما حدث مع قناة الخبر (KBC) التي تم محاكمة مديرها "علي جري" خلال سنة 2016 ليتم غلق القناة نهائيا بعدها لعدة أسباب أبرزها اتهام سلطة ضبط السمعي البصري للقناة بالتعدي على رموز الدولة ومسؤوليها من خلال برنامجي "جورنال القوسطو" و"ألو".

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 ومسيرى القناة بسبب مخالفة الصرف

* أكد وزير الاتصال محمد بوسليماني في لقاءه مع الإذاعة الوطنية (يوم 20/01/2022) عن اعتماد ست قنوات خاصة، و130 موقعا إلكترونيا مصرحا به.

وحركة رؤوس الأموال من وإلى الجزائر من جهة وتبييض 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 القُصر والأحداث؛ وذلك على خلفية بث القناة لصور مكررة تعود للجريمة التي ارتُكبت في حق الشهيد جمال بن سليمان عقب الحرائق التي شهدتها منطقة الأربعاء ناث ايرائن (تيزي وزو).

التمويل وفوضى الإشهار

يشهد ظهور القنوات الخاصة والمنافسة الشرسة بينها اختلالا في سوق الإشهار وآليات 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، ويهدد استمرار القنوات الصغيرة التي تجد نفسها مضطرة لتخفيض أسعارها وتقديم تنازلات نظير بقائها على الساحة الإعلامية.

ومن جهة أخرى تسجل هذه القنوات بين الحين والآخر ما تعتبره سلطة ضبط السمعي البصري تماديا في بث الفواصل 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"، "الهداف" وقد تزامنت هذه الخروقات مع شهر رمضان الموافق لشهر مارس 2024 أين تكثرت 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 باتت 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 والأولوية في بث بعض الأخبار الحساسة، ويخصها الوزراء والمسؤولون السامون في الدولة بأحداث صحفية حصرية، ويسمح لها بفتح مكاتب داخل المحافظات (لعياضي ، برامج تلفزيون الواقع وإرهاصات 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 تشوف" * على قناة الشروق نيوز، وغيرها الكثير من البرامج الاجتماعية والترفيهية على القنوات الخاصة.

ويمكننا القول أن هذه البرامج وغيرها قد تجاوزت حدود المهنة 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 حُملَى التريند (Trend) بزيادة نسبة المشاهدة وتوسيع القاعدة الجماهيرية لهذا البرنامج أو ذاك، وهذا ما جعل الباحث نصر الدين لعباضي يشكك في أهداف وغايات هذه القنوات التي تبحث عن الفرجة من أجل رفع عدد مشاهديها لأهداف تجارية، ودون مراعاة وتفریق لما هو حميمي وخاص، وما هو عمومي (لعباضي ، برامج تلفزيون الواقع وإرهاصات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر، 2017).

ناهيك عن لغة الخطاب الإعلامي الذي تُقدم به هذه البرامج خاصة الترفيهية منها، من حيث مزجها بين اللهجات المحلية المطعمة ببعض الكلمات الفرنسية، مما يؤدي في الأخير إلى تنميط 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 الحجاج الواهية التي يزعمها

* بث برنامج "عيش تشوف" لمقدمه يوسف نكاع بتاريخ 2024/05/19 حصة بعنوان: جوليا العروس المخطوفة وأمام غموض القصة فقد تم ردها بعدد آخر بتاريخ 2024/05/26، وقد بدأت أحداث القصة عائلة العروس جوليا في المطالبة بعودة جوليا إلى البيت وهي التي لم تزر بيت أهلها أبداً بعد زواجها، لتظهر 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، لتتسم لنا صورة عقوق الوالدين في أبشع صوره من جهة ودخلت في مواجهة مباشرة مع عائلتها من خلال المذيع وهي تفند كل ما قالته أمها وتبدلي بتصريحات تمس بخصوصية عائلتها كعلاقة أمها المتوترة مع عائلتها (جدة وأحوال جوليا) كل ذلك يحدث أمام الجمهور وبحضور محامي ومختصة نفسانية في البرنامج، ومن جهة ثانية يُسجل هذا البرنامج سقطة إعلامية لطرقه مثل هذه المواضيع دون التعرف والبحث المسبق في حثيات القضية كأن يوسع المذيع مصادر معلوماته حول عائلة جوليا من العائلتين (الأم و الأب) 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 والهوية الوطنية.

التحديات التّقنية

يمكننا النظر إلى التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في القنوات التلفزيونية من زاويتين؛ ففي حين تلعب دورا مهما ومساعددا 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 استوديوهاتها بآخر 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 بدلا 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 يُكلف هذه القنوات عائدا ماديا باهضا قد لا تستفيد منه مستقبلا نتيجة تخوف مدراء ومسؤولي هذه القنوات من أن تؤول قنواتهم إلى الغلق النهائي، كما حدث مع العديد من القنوات (جرجرة، الأطلس، الوطن..)، خاصة في ظل عدم حيازتهم تصاريح ورخص تسمح لهم بمباشرة النشاط السمعي البصري.

خلاصة الفصل

مما تقدم يمكننا القول أن قطاع السمعي البصري في الجزائر في الوقت الراهن يشهد نهضة إعلامية متقدمة تُترجمها فتح المجال أمام الاستثمار في القطاع الإعلامي بما يضمن التنوع والتنافسية في هذا المجال، وقد كان للتشريعات الإعلامية (12-05 و 14-04) دورها البارز في تنظيم هذا القطاع، والحد من الانتشار الفوضوي للقنوات الخاصة في الجزائر، حيث استطاعت في ظرف وجيز أن تُرسي لمعايير 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 لمهنة الصحافة بتمكين الفاعلين المحليين من الاستثمار في هذا القطاع الحيوي، ويتطلب الأمر تفعيل وإعادة النظر في القوانين المنظمة للمهنة الإعلامية، ومنحهم 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 بالمعايير 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 نُصب أعينها تقديم رسالة إعلامية تتسم بالنزاهة والموضوعية، وتستهدف التمثيل المتوازن لمختلف شرائح المجتمع الجزائري تحقيقا 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

نتطرق في هذا المبحث إلى تشخيص قناتي الدراسة الممثلتين في قناة الجزائرية الثالثة، وقناة الشروق نيوز بالتعمق أكثر في ظروف نشأة القناتين والتوجه الإخباري لهما وكذا الهيكل التنظيمي للقناتين إلى جانب الأهداف المسطرة للقناتين على المدى البعيد.

أولا: 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 المتنوعة 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 (أتلانتيك 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 يكمن في الصحفيين الذين يتوزعون على القنوات العمومية مما يصعب من عملية حصر العدد الإجمالي لكل قناة على حدة، فقد نجد صحفيين مثلا 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، وتتم القناة من خلال مضامينها الإخبارية بالوضع الداخلي للجزائر على وجه التحديد، إلى جانب موقفها الرسمي من مختلف القضايا الوطنية، العربية، الإقليمية، الدولية.

ويعتبر مدير الأخبار بالقناة جيلالي عماري (عماري، 2024) أن التوجه إلى التخصص في الأخبار من خلال قناة الجزائر الثالثة الإخبارية كان خيارا حتميا أملت الظروف الصحية التي عرفت البلاد جراء وباء كورونا وانعكاساته على الجمهور الجزائري الذي وجد نفسه بين ليلة وضحاها حبيس الجدران جراء الحجر الصحي، مما أدى إلى ضرورة التفكير في إنشاء قنوات متخصصة تستجيب لأذواق الجمهور المختلفة، الأمر الذي تجسد 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 التطور التكنولوجي الذي يشهده عالم صناعة الإعلام في مختلف القنوات التلفزيونية الكبرى.

وتختلف قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية عن سابقتها (الجزائرية الثالثة) من حيث تخصص مضامينها في المجال الإخباري، وكذا من خلال أهدافها التي لخصها مدير أخبار القناة جيلالي عماري (عماري، 2024) فيما يلي:

- **على المستوى الوطني:** تسعى القناة إلى تلبية احتياجات وأذواق الجمهور المختلفة، بالتركيز على مرافقة 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 و أخرى متخصصة على مراحل ومن أبرز هذه القنوات نجد:

- **القناة الرابعة الأمازيغية:** وهي القناة الأمازيغية الرابعة تأسست في 18 مارس 2009، تقدم محتوى متنوع.

- قناة القرآن الكريم: وهي قناة دينية تعنى بالقرآن الكريم وعلومه، انطلق بها البث التجريبي في 18 مارس 2009.

- القناة السادسة: وهي سادس قناة عمومية انبثقت عن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، تركز 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 تيمنا بتاريخ اندلاع ثورة التحرير المباركة.

- قناة البرلمانية: تهتم بالشأن البرلماني أنشئت في 2020 تجسيدا لالتزامات رئيس الجمهورية في ترسيخ الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية للمواطنين.

ثانيا: 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، 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.

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.

- قناة الشروق تي في TV: قناة تلفزيونية خاصة شعارها "قناة كل العائلة"، أنشئت بتاريخ 6 مارس 2011، تُبث باللّغة العربية واللّهجة الجزائرية. تمتلك القناة مجموعة من المكاتب موزعة على القطر الوطني ومكاتب عالمية.

- الشروق العربي: مجلة دورية تديرها قناة الشروق، تأسست منذ 11 ماي 1991، توقعها أقلام صحفية وطنية وعربية، توجه محتواها إلى الجمهور الجزائري والعربي بمواضيع متنوعة اجتماعيا وفنيا وسياسيا، 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 مؤشرا دلاليا يعكس جودة الصورة التلفزيونية، إنطلاقا من أن التوظيف الجيد والمدرّوس لفئات الشكل سيُسهم في تعزيز مصداقية الخبر ويمتد 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 الاجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة
- أشكال تقديم المادة الإخبارية.
- توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة.
- نوع القوالب الفنية المستخدمة في قناتي الدراسة.

الجدول رقم 1

يوضح الخصائص الفنية للعينة

الرقم	قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية			قناة الشروق نيوز	
	تاريخ البث	مدة النشرة	التوقيت والافتتاحية	تاريخ البث	مدة النشرة
1	الأربعاء 6 جانفي 2021	49 د : 39 ثا	توقيت البث: 20:00 بتوقيت الجزائر 19:00 GMT	20 مارس 2021	21 د : 11 ثا
2	الخميس 11 فيفري 2021	55 د : 26 ثا		11 أبريل 2019	27 د : 34 ثا
3	الجمعة 19 مارس 2021	37 د : 56 ثا		29 أبريل 2021	33 د : 26 ثا
4	السبت 24 أبريل 2021	30 د : 18 ثا		4 ماي 2019	28 د : 45 ثا
5	الأحد 2 ماي 2021	28 د : 54 ثا		12 ماي 2019	24 د : 55 ثا
6	الاثنين 14 جوان 2021	35 د : 41 ثا	نوع البث: مباشر الافتتاحية : متاح على منصات التواصل الاجتماعي وعلى الموقع الرسمي للقناة	14 ماي 2019	26 د : 14 ثا
7	الثلاثاء 20 جويلية 2021	32 د : 09 ثا		17 أوت 2020	28 د : 30 ثا
8	الأربعاء 25 أوت 2021	1 سا : 11 د : 58 ثا		أوت 2021	21 د : 13 ثا
9	الخميس 2 سبتمبر 2021	1 سا : 00 د : 24 ثا		14 سبتمبر 2021	21 د : 27 ثا
10	الجمعة 8 أكتوبر 2021	36 د : 33 ثا		17 سبتمبر 2021	13 د : 48 ثا
11	السبت 20 نوفمبر 2021	38 د : 55 ثا		8 نوفمبر 2019	21 د : 11 ثا
12	السبت 24 ديسمبر 2021	37 د : 45 ثا		21 مارس 2019	40 د : 01 ثا
المجموع		8 سا : 35 د : 28 ثا		5 ساعات : 9 د : 15 ثا	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه ما يلي:

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) وتتجاوز هذه المدة المعايير الدولية التي توصي بعدم تجاوز مدة النشرة الإخبارية الثلاثين دقيقة وذلك تفاديا للملل والرتابة 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 د قيقة 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 رئيسية.
- 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 المحدد للدراسة.

وأمام هذا الأمر قامت الباحثة باجتهد خاص متمثل في تحديد سنة 2021 كمحدد زمني للدراسة بخصوص قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية وذلك حتى يتسنى 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

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 من الشهر الثالث وهكذا دواليك في كلتا القناتين محل الدراسة.

أما فيما يخص قناة الشروق نيوز فتوجد بعض النشرات الإخبارية فقط على منصة اليوتيوب والتي قام صحفييها 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 والمتفرقة 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 الانترنت:

بخصوص 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 مضايمينها والمشاهدين من جهة أخرى.

فيما تكفي 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 والحصص الإخبارية؛ إذ بإمكان المشاهد أن يمارس فعل المشاهدة عبر الفضاء الرقمي من خلال الوسائل والتطبيقات التي تتيحها الحواسيب والهواتف الذكية بالموازاة مع البث الفضائي الرقمي على شاشات التلفزيون.

الجدول 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 الجدول أعلاه المتضمن المعدل الزمني لعناوين نشرات الأخبار عينة الدراسة أن هناك اختلافا 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 وغالبا ما تعكس هذه العناوين الأخبار الرسمية والبروتوكولية فقط في قناة الدراسة ليطم التوسع في باقي الأخبار بالترتيب الهرمي (الأخبار الوطنية، فالحلية، فالدولية، ثم الرياضية والثقافية) وتتفق 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 تتعدها إلى معالجة مواضيع أخرى في متن النشرة إضافة إلى ما دُكر في العناوين" (بوجفجوف، 2016/2015).

ولا يختلف الأمر بالنسبة لقناة الشروق نيوز والتي توظف ما بين الأربعة والخمس عناوين في كل نشرة، غير أنها تعتمد في الكثير من الأحيان إلى البدء بالعناوين ذات الطابع الاجتماعي أو الصراعي (الإضرابات..) لتليها العناوين الرسمية والبروتوكولية (السياسية، والعسكرية..) ثم الأخبار الاقتصادية والرياضية فالثقافية.

الجدول رقم 3

العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة

القناة	الجزائرية الثالثة الإخبارية	الشروق نيوز
عدد الأخبار	254	168
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 بنظيرتها الخاصة إلى التغطية الشاملة والمفصلة للأخبار الوطنية على وجه التحديد تماشيا مع الخدمة العامة ومبادئ المسؤولية الاجتماعية في الإعلام وحقوق الجمهور في المعرفة بعيدا عن عوامل الجذب والمنافسة.

وترى الباحثة وجود سبب آخر للتفوق الكمي لعدد الأخبار في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية يتعلق بسطوة الأخبار الرسمية والبرتوكولية ذات الطابع السياسي والعسكري والاقتصادي على أجندة القناة من جهة ويفسر امتداد النشرة الإخبارية الرئيسة للقناة (المدة الزمنية للنشرة) التي تتجاوز في بعض الأحيان الساعة (60 دقيقة)*.

*أنظر الجدول رقم 1 الخاص بالخصائص الفنية للعينة.

الجدول رقم 4

أشكال تقديم المادة الإخبارية

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
نوع القالب الفني		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
صور ثابتة		6,29	16	3,57	6
مادة فيلمية حية مسجلة		79,13	201	83,33	140
مادة فيلمية + صور ثابتة أو جرافيك (بيانات، إحصاءات..)		3,14	8	2,38	4
مادة فيلمية حية (بث مباشر)		0,39	1	1,19	2
مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية)		0,39	1	5,95	10
مادة فيلمية + صور أرشيفية		1,57	4	2,38	4
اتصال مباشر (هاتفي، سكايب)		0,39	1	0,59	1
مادة فيلمية + مشاهد تمثيلية		0,39	1	0	0
بدون صور OFF		8,26	21	0,59	1
المجموع		100	254	100	168

نلاحظ من خلال بيانات الجدول 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 المراتب الأخيرة كلا من "مادة فيلمية حية (بث مباشر)" و "مادة فيلمية منقولة عن قنوات أخرى (وطنية، عربية، أجنبية)" و "اتصال مباشر (هاتفي، 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 حلّ في الترتيب الأخير كلا من "مادة فيلمية حية (مباشرة)" و "اتصال هاتفي" بنسب 1,19% 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، رورتاج، 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 (8,26% مقابل 0,59% لقناة الشروق نيوز)؛ ويتعلق الأمر بالأخبار القصيرة والآنية التي يقرأها المذيع من الاستوديو مباشرة دون الاستعانة بالصورة والمواد الفيلمية المرافقة للخبر وذلك للآنية وأهمية الخبر في أجندة القناة من جهة ولعدم توفر المواد المصورة من جهة أخرى ومن أمثلة ذلك الأخبار القصيرة التي تناولتها القناة (OFF) حول الوضع في الصحراء الغربية، أخبار الوفيات والنعي، تلخيص بيانات رسمية مثل بيان الحماية المدنية وموقفها من الإضرابات التي عرفها القطاع.

تلجأ قناتي الدراسة إلى الصور الثابتة في الأخبار السياسية ، من خلال الاستعانة بصور لشخصيات رسمية (رؤساء، وزراء...) أو الاعتماد على الجرافيك لإحصاءات، وخرائط، وبيانات رسمية أمنية واقتصادية وصحية.

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 ببعض الصور الأرشيفية، ويبرز ذلك بشكل أكبر في الأخبار ذات البعد التاريخي والسياسي من باب ربط الماضي بالحاضر حفاظا على الذاكرة الوطنية.

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 Algérie 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 وتحديدًا من قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إضافة إلى قنوات عربية وأجنبية (F24، القرآن الكريم، Euronews، TRT عربي..) وذلك بنسبة 5,95% 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 بنسب 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 والعالمية والتي باتت استخدامها ضروريا في سبيل تعزيز التمثيل البصري بالشرح والتفصيل والجاذبية.

وحلّت في المراتب الأخيرة في قناتي الدراسة كلا من "مادة فيلمية حية (بث مباشر)" و اتصال مباشر (هاتف، 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%.

الجدول رقم 5

يوضح توزيع أشكال المادة الإخبارية في قناتي الدراسة

القناة	الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
خبر قصير	107	42,12	72	42,85
تقرير	85	33,46	92	54,76
رورتاج	56	22,13	1	0,59
بورترية	5	1,96	2	1,19
تحليل	1	0,39	1	0,59
المجموع	254	100	168	100

أظهرت بيانات الجدول 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 البورترية في قناتي الدراسة بنسب (1,96% و 1,19%) 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:

- تقاربت 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 غالبا ما ترد على لسان المذيع متبوعا بصور ثابتة من داخل الاستوديو أو صور متحركة (فيديو) تنقل تصريحات لشخصيات 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.

وتُعزّي الباحثة أيضا اعتماد القناتين على هذا النوع من الأخبار إلى الوضعية الوبائية التي عرفت بها البلاد والعالم ككل؛ أين تم تقليص الطاقم الصحفي حفاظا على الكادر البشري، ولا يعد هذا الإجراء خاصا بالمؤسسات الإعلامية بل يشمل مختلف المؤسسات الصناعية والاقتصادية الكبرى في العالم، بل إن هناك من الشركات العالمية الكبرى من لجأ 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 المواضيع المتناولة بكافة تفاصيل الواقعة الإخبارية وبحث حيثياتها بالشرح والتوسع في مختلف جوانبها، وارتبط استخدام التقارير الإخبارية في قناتي الدراسة بشكل أكبر بمختلف المواضيع السياسية والأمنية، كما هو الحال في موضوعات الانتخابات التشريعية والمحلية، وملف مكافحة الإرهاب، إلى جانب مختلف المواضيع الاقتصادية والاجتماعية وكذا الرياضية التي تستدعي المزيد من التفصيل كموضوع توزيع سكنات البيع العمومي بالإيجار "عدل"، ومتابعة مواضيع المشاريع التنموية وكذا مواكبة مختلف الفعاليات الرياضية الوطنية والدولية (الألعاب الشبه أولمبية 2021).

غير أن الباحثة تتحفظ على مجموعة الأخبار التي أوردتها قناة الشروق نيوز على أنها تقارير، على الرغم من أن خصائصها الفنية والتحريرية تتفق مع خصائص الروبورتاج أو البورتريه وليست تقارير*، وقد يعود ذلك إلى عدم تفريق مديعي القناة بين التقرير والروبورتاج فكثيرا ما يقدمونه على أنها تقارير، كما يتم كتابتها في نهاية المادة الفيلمية المرافقة لها على أنها تقارير وليست روبورتاجات.

- يكشف استخدام الروبورتاج (22,13%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إلى توجه القناة إلى معالجة الأحداث وفق الأسلوب الاستقصائي والنقل الحي للمشاكل التي تعترض المواطنين برفع انشغالهم إلى السلطات العليا ومحاولة إيجاد حلول لها ومن الأمثلة التي تم فيها استخدام الروبورتاج نجد متابعة مختلف المشاريع التنموية والفلاحية إلى جانب المواضيع الاجتماعية ذات الأبعاد الإنسانية كالمواضيع البيئية والتضامنية والترفيهية، أما في قناة الشروق نيوز فنجد أن نسبة اعتماد الروبورتاج كان ضئيلا وذلك بنسبة 0,59%.

- ارتبط استخدام البورتريه في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالمواضيع الإنسانية والسياسية وللأعلام والشخصيات البارزة (السياسية، الفنية..) وما قدمته من تراث مادي وغير مادي ومن أمثلة البورتريهات

* ومن أمثلة ذلك تناول القناة تقرير بعنوان الفنانة نعيمة عابسة في ذمة الله بعد صراع مع المرض غير أن خصائصه الفنية والتحريرية تنطبق مع البورتريه وليس التقرير. وتناول القناة أيضا تقرير بعنوان غرداية: بيع الزيتون المهنة التي تتوارثها عائلة سبتي منذ سنين غير أن خصائصه الفنية والتحريرية تنطبق مع الروبورتاج وليس تقرير.

التي تناولتها القناة مسيرة المناضلة مليكة حموش، مسيرة الفنان رباح درياسة، 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 تهتم 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 يفصح من جهة أخرى على كفاءة الكادر البشري العامل في القناة والمتحكم في فنيات 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

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
نوع القالب الفني		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
قالب الهرم المعتدل		38,97	99	20,23	34
قالب الهرم المقلوب		56,69	144	76,19	128
قالب الهرم المتدرج		4,33	11	3,57	6
المجموع		100	254	100	168

* تم التطرق في أحد مواضيع النشرة الرئيسية (المذاعة بتاريخ: 2021 / 03 / 19) إلى تمكن مصالحي 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 المذيع.

** أنظر الجدول رقم 1 المتعلق بالخصائص الفنية لعينة الدراسة.

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 بنسب 56,69% و 76,19% على التوالي، يليها في الترتيب الثاني قالب الهرم المعتدل بنسبة 38,97% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 20,23% في قناة الشروق نيوز، وحل قالب الهرم المتدرج في الترتيب الأخير بنسبة 4,33% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 3,57% في قناة الشروق نيوز.

واستنادا إلى البيانات السابقة يمكننا إيجاز ما يلي:

- توافق 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 فالأقل أهمية، ويتناسب هذا النوع من القوالب مع طبيعة الأخبار القصيرة والسريعة التي تناولتها قناتي الدراسة خاصة تلك الأخبار التي لم تتمكن فيها من إرسال موفديها أو مراسليها إلى عين المكان في الوقت المناسب أو لاعتبارات أمنية أو صحية لتكتفي المديعة أو المذيع بقراءة الخبر من الاستوديو بالاستعانة بالصور الثابتة والصور المتحركة.

- ارتبط توظيف قالب الهرم المعتدل في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مع المواضيع الاجتماعية والإنسانية والخدماتية التي تبدأ بطرح المشكلة ثم يتم التوسع في تفاصيلها ، مثلما هو الحال في المواضيع التنموية والفلاحية وتهيئة المناطق الصناعية بغرض تسهيل الاستثمار وكذا موضوع التكفل النفسي بالتلاميذ المقبلين على امتحانات شهادة التعليم المتوسط، إلى جانب المواضيع الخدماتية والثقافية والرياضية بشكل عام، وقد تلائم استخدام هذا القالب بشكل أكبر مع المادة الإخبارية المصاغة في شكل تقرير أو رپورتاج.

- اقتصر استخدام قالب الهرم المقلوب المتدرج في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على المواضيع السياسية الأمنية والعسكرية، حيث ارتبط استخدامه بالبيانات السياسية الرئاسية ومحاور الاجتماعات الحكومية والبرلمانية (بغرفتيه) وكذا التقارير العسكرية والأمنية التي تتطلب تقديم أخبار على مراحل مع وجود قاسم

مشارك 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 بثه النشرة الرئيسة بقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتاريخ 11 فيفري 2021 حول زيارة السيد الفريق أول السعيد شنقرجة الوزير المنتدب لدى وزير الدفاع الوطني، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي إلى الناحية العسكرية الخامسة بقسنطينة.

المبحث الثالث: تحليل فئات المضمون في قناتي الدراسة

تتضمن المقاربة التحليلية لهذا المبحث التحليل الكمي والكيفي لنشرات أخبار قناتي الدراسة للكشف عن المضامين الإخبارية التي تتبناها 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 تبعا لموضوع الخبر

- توزيع الأخبار طبقا 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 تبعا لموضوع الخبر

القناة	الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أخبار وطنية	206	81,10	155	92,26
إقليمية	28	11,02	8	4,76
دولية	20	7,87	5	2,97
المجموع	254	100	168	100

تتوزع مضامين أخبار عينة الدراسة وفق بيانات الجدول أعلاه على النحو التالي:

تصدّرت الأخبار الوطنية الترتيب الأول في كلا القناتين محل الدراسة حيث جاءت بنسبة 81,10% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 92,26% في قناة الشروق 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.

وعموما 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 والجغرافي للأحداث الوطنية يليها الأخبار الإقليمية التي تعكس الانتماء المغاربي والعربي والإفريقي للجزائر وعلاقات التعاون التي تسود بينها وبين هذه الدول إلى جانب دورها ومواقفها 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 طبقا لحالية الخبر في قناتي الدراسة

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
حالية الخبر		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أمس		24	9,44	10	5,95
اليوم		151	59,49	116	69,04
غدا		2	0,78	1	0,59
معروف موعده ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..)		28	11,02	33	19,64
غير معروف الحالية		49	19,29	8	4,76
المجموع		254	100	168	100

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

تتوزع الأخبار الواردة في قناتي الدراسة طبقا لعامل حالية الخبر؛ حيث تقاربت 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 والشروق نيوز، وجاءت الأخبار المعروفة موعدها ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..) في الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز و 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 4,76% في قناة الشروق 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

القناة المواضيع	الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
سياسي	67	26,37	51	30,35
عسكري - أمني	35	13,77	18	10,71
اقتصادي	38	14,96	23	13,69
اجتماعي وانساني	30	11,81	31	18,45
صحي	28	11,02	15	8,92
ثقافي (فن، تراث..)	14	5,51	8	4,76
رياضي	10	3,93	15	8,92
ديني - تاريخي	21	8,26	4	2,38
أخرى	11	4,33	3	1,78
المجموع	254	100	168	100

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 فجاءت بنسبة 8,26% يليها الأخبار الثقافية 5,51% ثم الأخبار الرياضية فجاءت 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 كلا من الأخبار الصحية والرياضية بذات النسبة 8,92%، ويأتي في الأخير الأخبار الثقافية والدينية والتاريخية بنسب 4,76% و 2,38% على التوالي وجاءت أخرى بنسبة 1,78%.

ومما 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 26,37% و 30,35% في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروق نيوز على التوالي وذلك لعدة اعتبارات منها:

- أهمية الأخبار السياسية في الجزائر والتي تعد محركا لأخبار وقطاعات أخرى؛ إذ يهتم المشاهد بهذه الأخبار لارتباطها في الكثير من الأحيان بالتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تتم وفق أوامر رئاسية وجرائد رسمية فمثلا منحة البطالة* جاءت بأمر رئاسي لتستفيد 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 والمحلية*، وما يكتسبهما هذان الحدثان من أهمية كونهما جاءا بعد مرحلة انتقالية عرفتها الجزائر على أعقاب ما سمي بالحراك الشعبي ومختلف التحديات الأمنية الداخلية والخارجية التي سعت إلى زعزعة الأمن والاستقرار الوطني، إلى جانب أحداث سياسية أخرى مرتبطة بالنشاط الوزاري، فيما تناولت قناتي الدراسة الأخبار السياسية الدولية والإقليمية بالتركيز على الدور الريادي للجزائر في كل من مالي ونيجيريا إلى جانب علاقات التعاون بين الجزائر ومختلف بلدان العالم.

✓ الأخبار الاقتصادية:

- تأتي الأخبار الاقتصادية التنموية في الترتيب الثاني في أجنحة قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 14,96% مقابل الترتيب الثالث في قناة الشروق نيوز بنسبة 13,69%، باعتبارها أخبارا 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 2019/12/19.

الثالثة الإخبارية. وتجدد الإشارة أنه غالبا ما يتم إكساب هذه المواضيع بالطابع السياسي، حيث أن تغطية معظم المواضيع الاقتصادية تكون بناء على زيارة رسمية لمسؤولين حكوميين (وزراء، وزراء منتدبون..).

✓ الأخبار العسكرية والأمنية

- تحتل الأخبار العسكرية والأمنية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية الترتيب الثالث (13,77%) مقابل الترتيب الرابع (10,71%) في قناة الشروق نيوز، حيث شكلت مواضيع الزيارات العسكرية الرسمية ومواضيع القضاء على الإرهاب، ومروجي المخدرات، وكذا إرهاب الطرقات نقاط التقاء 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 البعد الإنساني والاجتماعي في أجندة قناتي الدراسة لما لهذه المواضيع من أهمية في نقل انشغالاتهم وطرق المواضيع التي تهمهم.

✓ المواضيع الصحية

- تعد المواضيع الصحية سابقة (من حيث النسبة) في أجندة قناتي الدراسة- في حدود اطلاع الباحثة- ويعود ذلك إلى تزامن الدراسة مع تفشي وباء كورونا، حيث خصصت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية خبرا قارا* في كل نشرة إخبارية يتم التطرق فيها إلى تطور الوضعية الوبائية في البلاد إلى جانب بعض الربورتاجات التي تراوحت مواضيعها بين سبل الوقاية من الوباء (وطنيا) وانتشاره في باقي بلدان العالم (دوليا)، كما تناولت قناة الشروق نيوز تطور الوضعية الوبائية في البلاد .

- وحظيت كلا 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 المواضيع للمشاهد التي تجعله يخرج من الطابع الرسمي للأخبار

* تميزت هذه الأخبار بكونها أخبار قصيرة (لم تتجاوز 50 ثانية)؛ حيث تقرأ مذبة أو منبع النشرة مقدمة الخبر ليتم إحالة الكلمة مباشرة إلى الناطق الرسمي للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا ومدير الوقاية وترقية الصحة بوزارة الصحة (الدكتور جمال فورار) لإطلاع المشاهدين على آخر مستجدات تطور الوباء الجزائر، والملاحظ أن هذه الأخبار الطبية لم تؤثر في ترتيب أخبار المراتب الأولى (الأخبار السياسية، الاقتصادية العسكرية والأمنية، الاجتماعية والإنسانية) لقصر مدة بث هذه الأخبار (الصحة) أولا وحالة الانفراج التي كان يعرفها تطور هذا الوباء ثانيا بتقلص عدد الوفيات والتخلي التدريجي عن الخبر، كما أن سنة 2021 تعد السنة الثانية للوباء والتي أعقبها الاختفاء التدريجي للوباء.

إلى لون آخر ذا لمسة 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 والمحلية 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 الخدماتي 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

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
المصادر		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
المصادر الداخلية	الصحفي (مندوب، مراسل محلي..)	75,59	192	126	75
	بيانات رسمية (رئاسية، حكومية..)	14,17	36	22	13,09
	مواقع التواصل الاجتماعي	1,96	5	3	1,78
	وسائل إعلام وطنية عمومية	0,78	2	4	2,38
	مراسل خارجي	1,57	4	0	0
	مواطنون	0,39	1	1	0,59
	اتصال هاتفي	0	0	1	0,59
المصادر الخارجية	بيانات رسمية أجنبية (سياسية، عسكرية..)	1,96	5	0	0
	وسائل إعلام أجنبية	0	0	4	2,38
	وكالات أنباء أجنبية	1,57	4	0	0
	دون ذكر المصدر	1,96	5	7	4,16

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 "مواقع التواصل الاجتماعي" و "مراسل خارجي" وسائل إعلام وطنية" و "مواطنون" بنسب متقاربة وهي 1,96% و 1,57، و 0,78% 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..) أولا 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 "مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 1,78% ويأتي في الترتيب الأخير كلا من "مواطنون" و "اتصال هاتفي" بذات النسبة 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 مصادرها الذاتية في بناء مادتها الإخبارية، حيث جاء ترتيبها كما يلي:

- ركزت قناتي الدراسة على طاقمها الصحفي كمصدر لاستقاء أخبارها من خلال التواجد الدائم لصحفيها 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 انطبعا 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 والأستوديو المركزي باستثناء الخبر الذي تناولته قناة الجزائرية الثالثة حول العثور على جثث المفقودين الإثنين (02) نتيجة الغرق في أحد الأودية بولاية بوسعادة* أين تم الاتصال على المباشر بمبعوث القناة من مكان الحدث، فيما نقلت قناة الشروق نيوز خبر وفاة الفنانة نعيمة عباسية على المباشر من خلال ربط الاتصال مع عائلتها ونقل انطباعاتهم. واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة زهرة بوجنفوف 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 (بوجنفوف، 2015/2016، صفحة 273).

- تقاربت 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 تشهد المنطقة العربية.

- تركيز القناة على الأخبار الوطنية والمحلية بالدرجة الأولى.

- جاء اعتماد قناة الجزائرية الثالثة على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ضئيل وانتقائي، حيث ركزت القناة على موقع اكس (X) تويتر سابقا باعتبارها أشهر المنصات التي يغرد عليها كبار الشخصيات المشهورة من فنانيين ورجال أعمال، ومن خلاله نقلت القناة التغريدات الرسمية الخاصة بتهنئة شخص رئيس الجمهورية للشعب الجزائري والتي تراوحت بين تهنئة المناسبات والأعياد الوطنية والدينية وتهنئة

* أنظر نشرة الأخبار الرئيسية بالقناة ليوم: 2021/9/2.

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 ضئيلا وانتقائيا حيث اعتمدت القناة على كل من القناة الثانية الناطقة بالفرنسية (Canal Algerie) وفوروم 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 غطاها صحفيو القناة وذلك بغرض تعزيز المادة الإخبارية بالشواهد الحية وظهر ذلك بشكل أكثر من خلال الربورتاجات.

- وبخصوص المصادر الخارجية لقناتي الدراسة فقد اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على المصادر الرسمية الخارجية كالبيانات الرسمية السياسة والعسكرية لدول أجنبية إلى جانب كل من وكالات الأنباء الأجنبية والهيئات والمنظمات الدولية (أوبيك، 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 عُلم ..).

جدول رقم 11

يوضح مدى الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
المسؤولية الاجتماعية		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تغطي القناة القصص الإنسانية والاجتماعية المهمة		7,87	20	3,57	6
تهتم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية		18,89	48	7,14	12
تقدم القناة معلومات توعوية حيال الأزمات والكوارث تجنباً لإثارة الخوف والذعر		15,74	40	7,73	13
تهتم النشرة بمواضيع تخص المرأة والطفل		4,33	11	3,57	6
تغطية القناة لمختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن		9,44	24	4,76	8
تهتم النشرة بأخبار تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة		1,57	4	1,19	2
تحرص النشرة على تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد		2,36	6	4,76	8
مكافحة الفساد والبيروقراطية		1,18	3	9,52	16
مكافحة الإرهاب		1,96	5	1,78	3
المواضيع البيئية		2,75	7	1,19	2

تشير بيانات الجدول أعلاه الخاصة بمدى التزام قناتي الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية إلى ما يلي:

قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية

حلّ في الترتيب الأول عبارة " تهتم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية" بنسبة 18,89% يليها في الترتيب الثاني عبارة "تقدم القناة معلومات توعوية حيال الأزمات والكوارث تجنباً لإثارة الخوف والذعر" بنسبة 15,74%، ويأتي في الترتيب الثالث " تغطية القناة لمختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن" بنسبة 9,44% يليها "تغطي القناة القصص الإنسانية والاجتماعية المهمة" بنسبة 7,87%، وجاء في الترتيب الموالي عبارة "تهتم النشرة بمواضيع تخص المرأة والطفل" بنسبة 4,33%، وحل كلا من "المواضيع البيئية" و "تحرص النشرة على تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" في الترتيبين السادس والسابع وبنسب 2,75% و 2,36% على التوالي، وبنسبة أقل جاءت المواضيع التي تخص

مكافحة الإرهاب بنسبة 1,96%، واهتمت النشرة بمواضيع بأخبار تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 1,57%، يليه في الأخير مواضيع تخص مكافحة الفساد بنسبة 1,18%.

الشروق نيوز:

اهتمت قناة الشروق نيوز ب"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 تهتم القناة بقضايا التنمية والمبادرات المجتمعية" بنسبة 7,14%، يليها كلا من عبارتي "تغطية القناة لمختلف 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 "تهتم النشرة بمواضيع 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 "تهتم 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 7,14% 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 "بمكافحة الفساد والبيروقراطية" وذلك بنسب 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 التثقيف 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 توسع وشمولية التغطية الصحفية

للإعلام العمومي بفضل الترسانة الإعلامية التي تتوفر عليها القناة وانتشار مراسليها في مختلف بلديات وولايات الوطن.

- أظهرت قناتي الدراسة اهتماما متقاربا بالقضايا الاجتماعية حيث وردت قضايا المرأة والطفل بنسبة 4,33% في قناة الجزائرية الثالثة، يليها الأخبار التي تهتم 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.

- تقاربت 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*.

وعلى صعيد آخر فإن واقع الممارسة الإعلامية في ظل الانفتاح الإعلامي قد يُنظر إليه بالكثير من الإيجابية في شقه التكاملي كمنظومة إعلامية متنوعة تغطي مختلف جوانب المجتمع وتتطلع 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

القناة	الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
القيم الإخبارية				
المحلية و القرب	33,85	86	22,02	37
الصراع	11,41	29	21,42	36
الحداثة والآنية	57,08	145	49,40	83
الضخامة والأهمية	31,49	80	29,76	50
التنمية الوطنية	19,29	49	9,52	16
التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية	23,62	60	13,69	23
السيادة والوحدة الوطنية	18,89	48	10,11	17
الشهرة	14,69	38	13,09	22
الإيجابية	21,65	55	22,02	37
السلبية	8,26	21	11,30	19

أسفر تحليل مضامين 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 و الأهمية بنسبة 31,49% يليها قيمتي التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية بنسبة 23,62% وحلت في الترتيب الخامس قيمة الإيجابية بنسبة 21,65% تليها كلا من قيمتي "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

حلت قيمة الحداثة والآنية في الترتيب الأول في قناة الشروق نيوز وذلك بنسبة 49,40%، يليها قيمة الضخامة والأهمية بنسبة 29,76%، وتأتي قيمتي المحلية و القرب والإيجابية في الترتيب الثالث بذات النسبة

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 تُجمع قناتي الدراسة على توظيف مجموعة من القيم الإخبارية الأكثر استخداماً في صناعة الأخبار التلفزيونية نفصلها في الآتي؛

قيمة الجودة والآنية

تأتي قيمة الجودة والآنية ضمن أولويات بث أو نشر الخبر في قناتي الدراسة خاصة في ظل المنافسة الإعلامية والسعي 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 فخير 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 لمثل هذه الكوارث بغية تجنبها.

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 الجزائرية

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 كنتغطيتها 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 الانسانية وتجعل المواطن من صلب اهتماماتها (بن عودة ، 2018/2017).

وبذلك نوه 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 تهويل الأرقام أو تضخيم الأحداث يضفي أهمية للخبر ويكسبه أكبر قدر من المواطنين فالقول بتزويد مستشفى وهران بوحدين لإنتاج الأكسجين يلقي 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*، والتي تعكس أهميته هاتين القيمتين في أجندة قناتي الدراسة لما لهما من دور في كسب التعاطف الشعبي وتأثره بمختلف الأحداث الاجتماعية ذات الأبعاد الإنسانية ترجمها في ذلك مظاهر التكافل والتضامن الاجتماعي التي ما هي في حقيقة الأمر إلا استجابة لمتطلبات الجمهور الذي يرى نفسه من خلال هذه القيم والتي أعادت وسائل الإعلام إنتاجها وفق قوالب خبرية تحاكي خصوصية المجتمع الجزائري الذي ذكر بن خلدون (الميلي، د س ن، صفحة 97) صفاتها بقوله: " فمن خلقهم عز الجوار وحماية النزيل ورعاية الذمة والوفاء بالعهد وبر الكبير ورحمة المسكين وحمل الكل وكسب المعدوم ".

* أنظر الجدول رقم 10 الخاص بتوزيع الأخبار.

قيمة الإيجابية

اهتمت قناتي الدراسة بقيمة الإيجابية بنسب متقاربة حيث وردت بنسبة 21,65% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 22,02% في قناة الشروق نيوز، حيث تتوافق مع طبيعة المواضيع الاجتماعية والتنمية وكذا الرياضية والدينية، ويبرز دور هذه القيمة في جذب المشاهدين من جهة ورفع معنوياتهم على الصعيدين النفسي والعاطفي من جهة ثانية فبث خبر 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

اختلفت قناتي الدراسة في نسب قيمة "التنمية الوطنية" فجاءت بنسبة 19,29% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 9,52% 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 المواضيع الاجتماعية والتنمية المتناولة، فقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بحكم أنها قناة عمومية، تلتزم بأجندة وطنية تضع التنمية الوطنية والمصلحة العامة ضمن أولوياتها بتسليط الضوء على المشاريع التنموية والإنجازات الوطنية.

ومن جهة أخرى يحظى موضوع التنمية الوطنية بخصوصية نابعة من خصوصية الاقتصاد الوطني القائم على الربح مما يحتم على الدولة الاهتمام بشكل أكبر بالمشاريع التنموية على اختلافها (فلاحة، صناعة، استثمار...) ودعمها، ويفرض على قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية تغطية مثل هذه المواضيع التي تصب في نفس السياق والتوجه الرسمي للدولة، بينما تميل قناة الشروق نيوز إلى المواضيع الأكثر نقدية وأقل التزاما بالأجندة الرسمية للدولة بالتركيز على المواضيع الأكثر جذبا للمشاهدين والتي تنقل من خلالها انشغالات المواطنين ومعاناتهم بغية إيصالها إلى المسؤولين، وبذلك تقلص من المواضيع 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 الجيوبوليتيكي 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 الخيرية الهامة في أنظمة الدول النامية المستندة إلى النظرية الإعلامية الاشتراكية، فإننا نجد أنها متجذرة كقيمة عليا في النظام السياسي والاجتماعي الجزائري وكأحد مبادئ السياسة الخارجية الجزائرية القائمة على حق الشعوب في تقرير مصيرها مما يترجم 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

اختلف 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 تباين توزيع قيمة الصراع في قناتي الدراسة؛ حيث لم تهتم قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بهذه القيمة إلا في إطار نقل مجريات تطورات الحروب وأعمال العنف كالقصف الصهيوني 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 توزيع قيمة الصراع من خلال طرقها للعديد من المواضيع الوطنية الداخلية كالحراك الشعبي 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*، ناهيك عن تغطية

* تناولت قناة الشروق نيوز في نشرتها الرئيسة ليوم: 5ماي 2019 موضوع: ايداع سعيد بوتفليقة، عثمان طرطاق، ومحمد مدين الحبس المؤقت في تهمة المساس بسلطة الجيش والمؤامرة ضد سلطة الدولة.

الاحتجاجات الشعبية كإضرابات عمال البريد وانعكاساتها على مصالح المواطنين؛** 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

تتقارب 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 بعكس 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 والتكفل بها، دون أن تغفل 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 كوفيد19.

وما يمكننا استخلاصه مما سبق أن تحليل مضامين القيم الإخبارية في القناتين محل الدراسة كشف عن توجه هاتين القناتين إلى المزاوجة في استخدام وتوظيف كلا من القيم الليبرالية (الضخامة، القرب، الأهمية، الجدة والحدثة..) 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،

** تناولت قناة الشروق نيوز في نشرتها الرئيسية ليوم: 29 أبريل 2021 موضوعا اجتماعيا بعنوان: رغم تطمينات المؤسسة: موظفو البريد يواصلون شل مراكز البريد.

وكذا التحديات الأمنية الداخلية (الحراك الشعبي) والخارجية (الوضع في مالي، قضية الصحراء الغربية..). التي تواجه الجزائر وتحتّم 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 رعية اقتصادها والتوجه إلى خيار التنمية الوطنية.

ويطرح الباحث موسى بن عودة سببا آخر على تشابه مصفوفة القيم الإخبارية في كل من الإعلام العمومي والخاص والذي مرّده التزام القنوات الخاصة بالمحاذير نالتي تفرضها عليهم وزارة الاتصال وسلطة ضبط السمعي البصري تفاديا لتعرضها لعقوبات قانونية وغرامات مادية (بن عودة ، 2018/2017).

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 و35 دقيقة و28 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 إجمالاً 5 ساعات و 9 د و 15 ثا، وقد بلغت أطول مدة نشرة إخبارية 40 د دقيقة و01 ثانية وذلك بتاريخ 21 مارس 2019، فيما تراوحت باقي النشرات الرئيسية ما بين 21 دقيقة و34 دقيقة والمقدّر عددهم بعشر أعداد (عشر حلقات).

- تعتمد 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 مضامينها 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.

- 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 خبراً في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 168 خبراً في قناة الشروق نيوز.

- بخصوص عدد عناوين نشرات الأخبار محل الدراسة فتترواح العناوين الإخبارية في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ما بين الخمس وست عناوين لكل نشرة فيما توظف قناة الشروق نيوز ما بين الأربعة 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 (الحية) ممثلة في أشكالها الإخبارية المعروفة (خبر، تقرير، روبرتاج، بورترية) بنسبة 79,13% مقابل 83,33% 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 6,29% عنها في قناة الشروق نيوز 3,57%. فيما تقاربت 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 بتطعيم موادها الإخبارية ببعض 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 Algérie 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 وتحديدًا من قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية إضافة إلى قنوات عربية وأجنبية (F24، القرآن الكريم، Euronews، TRT عربي..)، وذلك بنسبة 5,95% 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، أرقام، احصاءات..)، وذلك بنسب 3,14% و 2,38% لقناتي الجزائرية الثالثة 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 والعالمية. وحلت في المراتب الأخيرة في قناتي الدراسة كلا 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%.

- تباينت قناتي الدراسة طبقا لعامل حالة الخبر؛ حيث اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على الأخبار التي تحدث خلال اليوم بث النشرة (اليوم)، وذلك بنسبة 59,49% مقابل 69,04% 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 4,76% في قناة الشروق 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%.

- 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 بنسب (1,96% و 1,19%) في كل من قناة الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي، فيما اعتمدت قناة الجزائرية الثالثة على التحليل بنسبة ضئيلة مقدرة ب 0,39% مقابل 0,59% في قناة الشروق نيوز.

- تنوعت 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 بنسب 56,69% و 76,19% على التوالي، يليها في الترتيب الثاني قلب الهرم المعتدل بنسبة 38,97% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 20,23% في قناة الشروق نيوز، وحل قالب الهرم المتدرج في الترتيب الأخير بنسبة 4,33% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 3,57% في قناة الشروق نيوز.

- وفيما يتعلق بتوزيع الخبر تبعا لجغرافيته؛ 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 الشروق

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 ووجود 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% قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية أي الترتيب الثالث مقابل الترتيب الرابع بنسبة 10,71% في قناة الشروق نيوز ثم الأخبار الاجتماعية والإنسانية في الترتيب الثاني في قناة الشروق نيوز بنسبة 18,45% مقابل الترتيب الرابع في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بنسبة 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 بنسب متفاوتة حيث بلغت نسبتها 8,26% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 2,38% في قناة الشروق نيوز، في حين جاءت الأخبار الثقافية والرياضية بنسب 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 لصحفيها 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" بنسب 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

إعلام وطنية عمومية" بنسبة 2,38% يليها "مواقع 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 ضعيفة 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، والايجابية وذلك بنسب 57,08%، 33,85%، 31,49%، 21,65% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي مقابل 49,40%، 29,76%، 22,02%، 22,02% في قناة الشروق نيوز على التوالي.

- تقاربت قناتي الدراسة في تناول قيمة الشهرة (14,69% قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، 13,09% قناة 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 بديلة سواء للقطاع الخاص أو العمومي.

- اختلف اهتمام قناتي الدراسة بمجموعة من القيم الإخبارية وفي مقدمتها قيمتي الصراع والسلبية التي اهتمت بهما قناة الشروق نيوز بنسبة 21,42% و 11,30% وذلك راجع لطبيعة المواضيع التي تركز عليها القناة من أخبار اجتماعية ذات طابع صراعي (إضرابات، احتجاجات، غلاء معيشي) وأخرى سياسية (نزاعات وحروب دولية وإقليمية..) وبنسبة أقل 21,42% و 8,26% اهتمت قناة الجزائرية الثالثة بمحيتين القيمتين من خلال الأخبار السياسية والأمنية الصراعية (حروب ، نزاعات..) والأخبار السلبية (أخبار كورونا، وفيات..).

- ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على قيم التكافل الاجتماعي والاهتمامات الانسانية، والتنمية الوطنية، والسيادة والوحدة الوطنية بنسب (23,62% و 19,29%، 18,89%)، ويعكس هذا التوزيع القيمي الرؤية الاستراتيجية للقناة في تعزيز التماسك الاجتماعي والقيم الوطنية وتحقيق التنمية المستدامة، في المقابل تعكس النسب الضئيلة لذات القيم 13,69% و 9,52%، 10,11% في قناة الشروق نيوز على التوالي إلى توجه تحريري يحاول الموازنة 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 ومختلف الفعاليات التنموية والثقافية المحلية من مختلف ربوع الوطن وذلك بنسب 18,89% ، و 9,44% مقابل 7,14%، و 4,76% في قناة الشروق نيوز.

- تميل قناة الشروق نيوز إلى معالجة مواضيع حول آليات الرصد والرقابة السياسية من خلال " تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد" و مواضيع تُعنى "بمكافحة الفساد والبيروقراطية" وذلك بنسب 4,76% و 9,52% على التوالي مقابل 2,36% و 1,18% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على التوالي، وبنسب 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 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.

- اهتمت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بقضايا التوعية حيال الأزمات والكوارث وكذا المواضيع البيئية بشكل أكبر وذلك بنسبة 15,74% و 2,75% فيما احتلت نسبة ضئيلة في قناة الشروق نيوز 7,73%، و 1,19%.

الفصل السادس:

التحليل الكمي والكيفي لاستمارة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة

المبحث الأول: تشخيص خصائص عينة القوائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة.

المبحث الثاني: مدى تطبيق قناتي الدراسة لمبادئ ومتطلبات الجودة.

المبحث الثالث: التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية وتطبيقها 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 لاستمارة الدراسة الاستطلاعية في قناتي الدراسة ليختص بقراءة وتحليل محاور الاستبيان التي جرى تقسيمها وفق ستة مباحث رئيسية بدءا من تشخيص خصائص القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بغرض التعرف على سماتهم ومعلوماتهم الذاتية، لنتقل في المبحث الثاني إلى مقارنة 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 محددًا آخر لجودة الصورة التلفزيونية فقد أختص المبحث الثالث من هذا الفصل بدور التكنولوجيات الرقمية الحديثة في تطوير عملية صناعة وإنتاج نشرات الأخبار، مع التركيز في المبحث الموالي على العوامل المتحكممة في جودة صناعة الأخبار كالعوامل الداخلية والذاتية والخارجية، أما المبحث الخامس فسنقدم من خلاله تشخيصا شاملا لواقع الإعلام الإخباري في الجزائر من وجهة نظر القائمين بالاتصال في ظل تعددية السّمعّي البصري، بالتركيز على إيجابيات 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 عموما 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 والشروق 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 الديمغرافية:** وتتمثل في العدد الاجمالي للقائمين بالاتصال في كل قناة على حدى، وكذا خصائص الجنس والسن للمبحوثين.

- **الخصائص التعليمية :** وتخص المستوى والمؤهل العلمي لعينة المبحوثين.

- **الخبرة المهنية:** وتتمثل 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.

الجدول رقم 13: يبين خصائص المبحوثين

القناة	قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة	قناة الشروق نيوز
مجتمع البحث	341	100
عدد الصحفيين العاملين بقسم الأخبار		

توضح بيانات الجدول أعلاه المتضمن خصائص المبحوثين في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز؛ حيث تتفوق قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة في عدد الصحفيين العاملين بها في قسم الأخبار والبالغ 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 تجعل من قناة الشروق نيوز حذرة في اعتمادكم معتبر من الصحفيين لاعتبارات تتعلق بالخبرة والكفاءة المهنية.

الجدول رقم 14

توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ذكر	45	50,56	17	53,12
أنثى	44	49,43	15	46,87
المجموع	89	100	32	100

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 بنسب 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

السن	القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
أقل من 30 سنة			8,98	08	37,5	12
39-30			30,33	27	43,75	14
49-40			47,19	42	15,62	5
50 سنة فما فوق			13,48	12	3,12	1
المجموع			100	89	100	32

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 و 39 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 و 39 سنة بنسبة 43,75%، تليها الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة 37,5 % ثم الفئة العمرية ما بين 40 و 49 سنة بنسبة 15,62% وفي الأخير تأتي الفئة 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 المتجددة.

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 الفنية لقناة الشروق نيوز في مجال الإعلام السمعي البصري واعتمادها بشكل أكبر على الفئات الشابة.

الجدول رقم 16

توزيع المبحوثين حسب متغير الأقدمية في العمل

السن	القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
أقل من 5 سنوات		12,35	11	37,5	12
من 5 إلى 10 سنوات		10,11	9	25	8
أكثر من 10 سنوات		77,52	69	37,5	12
المجموع		100	89	100	32

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 ما بين 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 ممن تتراوح خبراتهم ما بين 5 و 10 سنوات.

وبالتالي ترتفع نسبة المبحوثين ممن 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 ممن 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 ممن 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:

- حادثة 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 التنويع في طاقمها الصحفي تضمن تواصل الأجيال واستفادة الطاقم الصحفي من بعضهم البعض من خلال الاستشارات والاحتكاك الدائم بينهم، كما تضمن التداول على المناصب وعدم اقتصرها على شريحة عمرية معينة مما يساهم 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 يشترك فيه في النهاية طاقم إخباري يتنوع بين التقنيين والفنيين والصحفيين ومن مختلف الشرائح العمرية.

الجدول رقم 17

توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى العلمي

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ثانوي	01	1,12	0	0
ليسانس	36	40,44	9	28,12
ماستر	34	38,20	20	62,5
ماجستير ، دكتوراة	18	20,22	3	9,37
المجموع	89	100	32	100

تبين بيانات الجدول أعلاه المتضمن المستوى العلمي لأفراد عينة المبحوثين في القناتين محل الدراسة؛ أن نسبة الصحفيين في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة المتحصلين على شهادة ليسانس بلغت نسبتها 40,44%، يليها حملة الماستر بنسبة 38,20% ثم حملة الماجستير والدكتوراة بنسبة 20,22% وفي الأخير نجد المتحصلين على مستوى تعليمي ثانوي بنسبة 1,12%.

أما في قناة الشروق نيوز، فبلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهاة الماستر 62,5% يليها حملة الليسانس بنسبة 28,12% ثم حملة الماجستير والدكتوراة بنسبة 9,37%.

وتفسيرا لذلك نقول أن حملة الماستر في قناة الشروق نيوز ترتفع بنسبة 62,5% مقابل 38,20% لقناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، وترتفع نسبة حملة شهادة ليسانس ب 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 ب 20,22% مقابل 9,37%، أما الصحفيين ذو المستوى التعليمي الثانوي فتعتمد قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بشكل أقل بنسبة 1,12% فيما لا تعتمد قناة الشروق نيوز.

جدول رقم 18

نوع المهمة في قسم الأخبار

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
نوع المسؤولية		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
مدير أخبار		1,12%	1	0%	0
منتج أخبار		1,12%	1	3,12%	1
رئيس تحرير		22,47%	20	15,62%	5
نائب رئيس تحرير		4,49%	4	0%	0
مذيع أخبار		7,86%	7	21,87%	7
صحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...)		34,83%	31	31,25%	10
يجمع بين أكثر من مهمة		28,08%	25	28,12%	9
المجموع		100	89	100	32

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 لغوي...) الترتيب الأول في قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، وذلك بنسبة 34,83% يليها يجمع أكثر من مهمة بنسبة 28,08% فـرئيس تحرير بنسبة 22,47% ثم مذيع أخبار بنسبة 7,86% و نائب رئيس تحرير بنسبة 4,49% وفي الأخير نجد كلا من "مدير الأخبار" و "منتج أخبار" بذات النسبة المتمثلة في 1,12%.

أما في قناة الشروق نيوز فجاء صحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...) في الترتيب الأول بنسبة 31,25% يليها "يجمع بين أكثر من مهمة" بنسبة 28,12% ثم مذيع الأخبار 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 الفئتين مما يحول دون تمكنهم 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

ثقافة ومفهوم الجودة		القناة		الشروق نيوز	
النسبة	اتجاه العينة	النسبة	اتجاه العينة	النسبة	اتجاه العينة
79,10 %	موافق	67,5	محايد	تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتحسين عمل القناة ككل	
73,03	موافق	87,5	موافق بشدة	تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار	
75,51	موافق	81,25	موافق	تهتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته	
82,02	موافق	87,5	موافق بشدة	تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بها	
84,21	موافق بشدة	80,63	موافق	يهتم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها	
71,91	موافق	78,13	موافق	تقتضي الجودة توفير كافة الوسائل التقنية و المادية والبشرية	
84,94	موافق بشدة	81,88	موافق	يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسية بين القنوات الفضائية	
62,70	محايد	75	موافق	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:

الجزائرية الثالثة الإخبارية

جاء في الترتيب الأول عبارة "يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسية بين القنوات الفضائية" حيث أجاب نسبة 84,94% من صحفيي قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بأنهم موافقون بشدة يليها عبارة

"يهتم 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 وتحجود عمل القناة ككل" بنسبة 79,10% وجاءت عبارة "تتم 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 بالحياد حيال عبارة "تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية".

قناة الشروق نيوز:

حل في الترتيب الأول عبارتي "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 "تتم 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 80,63% من إجمالي المبحوثين بأنهم موافقون اتجاه عبارة " يهتم 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% بالحياد اتجاه عبارة "" تُسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتحجود عمل القناة ككل".

الجدول رقم 20

يبين علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين في قناتي الدراسة

القناة		الجزائرية		الإخبارية		الشروق نيوز	
		الثالثة					
		النسبة		الاتجاه		النسبة	
		الاتجاه					
علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين		73,03	موافق	69,38	موافق		
يسهم القائمون بالاتصال بصنع القرار في مؤسساتهم		79,10	موافق	83,13	موافق		
يسود في القناة نمط العمل الجماعي		68,09	موافق	69,38	موافق		
يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم		71,01	موافق	78,75	موافق		
تسود لغة الحوار والتفاهم بين العاملين في القناة		60,22	محايد	58,13	محايد		
لا يسعى القائم بالاتصال إلى حل المشكلات التي تعترض العاملين 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 بالحياد 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 غمط 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 مؤسساتهم" و "يقوم المسؤولون في القناة باستشارة الإعلاميين العاملين والأخذ بآرائهم" بذات النسبة 69,38%، بينما أجاب نسبة 58,13% من صحفيي القناة بالحياد حيال عبارة " لا يسعى القائم بالاتصال إلى حل المشكلات التي تعترض العاملين بالمؤسسة".

الجدول رقم 21

يبين التحسين المستمر

القناة		الجزائرية الاخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
التحسين المستمر		النسبة	الاتجاه	النسبة	الاتجاه
تتبنى القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض تجويد برامجها الإخبارية		68,54	موافق	75	موافق
تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)		53,71	محايد	48,13	محايد
يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تسهم في تجويد الخدمة الإخبارية		69,21	موافق	73,13	موافق
يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي		82,70	موافق	73,13	موافق
يخضع القائم بالاتصال لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك		62,70	محايد	61,88	محايد

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 الجزائرية 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 تساهم في تجويد الخدمة الإخبارية"، فيما يوافق نسبة 68,54% من المبحوثين على عبارة "تبنى القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض 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 ممن فضلوا الحياد بشأن عبارة "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)".

قناة الشروق نيوز:

يوافق نسبة 75% من القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز على عبارة "تبنى القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض تجويد برامجها الإخبارية"، بينما تساوت في الترتيب كلا من العبارتين "يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تساهم 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)".

واتفقت الدراسة في فقراتها "تبنى القناة مختلف التقنيات الحديثة بغرض تجويد برامجها الإخبارية" و "يسعى العاملون في القناة إلى تقديم حلول وطرق ابتكارية جديدة تساهم في تجويد الخدمة الإخبارية" و "يسعى العاملون في القناة إلى تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي" من خلال الاتجاه الموافق 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 الهادفة لتحسين مستوى تسيير المؤسسة الإعلامية والخدمة الإعلامية.

فيما اختلفت دراستنا عن ذات الدراسة من خلال عبارتيها: "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 تشوبه بعض النقائص والصعوبات التي تجعل 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

القناة		الجزائرية الثالثة		الإخبارية		الشروق نيوز	
الرضا الوظيفي		نسبة %	الاتجاه	نسبة %	الاتجاه	نسبة %	الاتجاه
يشعر القائمون بالاتصال بالفخر والتميز كونهم أحد أطقم هذه القناة		77,53	موافق	75	موافق		
لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة		62,25	محايد	62,5	محايد		
يتمتع العاملون بتقدير المسؤولين في القناة		69,66	موافق	68,75	موافق		
يتقاضى العاملون في القناة راتبا ماديا محترما نظير عملهم في المؤسسة		63,82	محايد	62,5	محايد		
تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت		57,53	محايد	59,38	محايد		
تتفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال		69,89	موافق	66,25	محايد		

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 "تتفق 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 بالحياد اتجاه عبارة "يتقاضى العاملون في القناة راتبا ماديا محترما نظير عملهم في المؤسسة"، كما التزم القائمون بالاتصال بالحياد اتجاه العبارتين: "لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة" و"تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت" بنسب 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" والترم نسبة 66,25% من المبحوثين بالحياد اتجاه عبارة "تتفق 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 تقارباً في إجابات المبحوثين واتجاهاتهم نحو بعض العبارات التي جسد من خلالها القائمون بالاتصال رضاهم الوظيفي باتجاه موافق مما يوحي لنا بتشابه بيئي 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% لصحفيي قناة الشروق نيوز، ويعود ذلك إلى تقدير المسؤولين لهم مما يعني أن المسؤولين في القناة يدركون قيمة العمل الإعلامي ويقدرّون 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. واختلفت نتيجة ونسب هاتين العبارتين مع ما توصلت إليه الباحثة ليلي فقيري في المحور الخاص بعنصر التحفيز ومكافأة الأداء الإعلامي والذي جاءت متوسطاته الحسايبية مرتفعة (ما بين 4,55 و 3,83) حيث أكدت أن إدارة قناة نسمة الفضائية تمنح مكافآت مادية للإعلاميين الذين يشبتون تميزاً في أعمالهم الإعلامية وفق توزيع عادل

لهذه المكافآت، كما أن إعلاميي نسمة يحظون باستمرار بتقدير وثناء مسؤوليهم في العمل عندما يقومون بعمل جيد ينعكس على جودة الخدمة الإعلامية (فقيري، 2015، صفحة 433).

وبخصوص عبارة " لا يرغب القائمون بالاتصال بمغادرة القناة" فقد التزم القائمون بالاتصال في كلا القناتين بالحياد وبنسب 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 تهدد 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 غالبا بالحياد كأسلوب هروبي من الأسئلة والمواضيع الحساسة أو التي يُخشى من تبعاتها، لذلك يلجأ القائمون بالاتصال إلى هذا الأسلوب بدلا من التعبير عن رأيهم الحقيقي سواء بالموافقة أو المعارضة.

واختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول عبارة "تتفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال" التي التزم فيها القائمون بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بالموافقة بنسبة 69,89% فيما عبّر نسبة 66,25% من القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز بالحياد تجاه ذات العبارة، ويعكس هذا التباين اختلاف السياسة التحريرية لقناتي الدراسة؛ فالأتجاه الموافق يدل على انسجام القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مع توجهات ورؤية القناة من جهة، وعلى الحرية والمرونة التي يتمتعون بها من جهة ثانية، في المقابل يدل حياد القائمين بالاتصال في قناة الشروق نيوز على تنوع آرائهم وتششتها حيال توافق آرائهم وقناعاتهم الشخصية مع السياسة التحريرية، مما يؤثر سلبا على رضاهم الوظيفي في القناة بانخفاض 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 حريتهم 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 ماستتطرق إليه من خلال العناصر التالية:

- مدى مواكبة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال
- أكثر مراحل صناعة الخبر استخداما للتكنولوجيات الحديثة في قناتي لدراسة
- مدى دراية القائمين بالاتصال بامتلاك القناتين محل الدراسة لمنصات مواقع تواصل اجتماعي خاصة بها
- أهم المواقع 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 يعتمد عليها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار.

الجدول رقم 23

مدى مواكبة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
مدى مواكبة القناتين محل الدراسة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
دائما		23,59%	21	37,5%	12
إلى حد ما		64,04%	57	56,25%	18
لا تواكب		12,35%	11	6,25%	2
المجموع		100%	89	100%	32

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.

وعبر صحفيي قناة الشروق نيوز أن قناتهم تواكب إلى حد ما التكنولوجيات الرقمية بنسبة 56,25%، بينما أجاب 37,5% بخيار 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 لدراسة

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
أكثر مراحل صناعة الخبر استخداما للتكنولوجيات		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
مرحلة جمع وإعداد الأخبار		41,13%	40	44,11%	15
مرحلة تحرير الأخبار		21,64%	21	14,70%	5
مرحلة عرض وتقديم الأخبار		37,11%	36	41,17%	14
المجموع		100%	97	100%	34

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 الثالثة الإخبارية الثالثة، وفي الأخير نجد مرحلة تحرير الأخبار بنسبة 21,64% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 14,17% لقناة الشروق نيوز.

وتفسيرا لذلك نقول أن كلا القناتين تستخدمان التكنولوجيات الحديثة في مراحل صناعة الخبر.

الجدول رقم 25

يوضح مدى دراية القائمين بالاتصال بامتلاك القناتين محل الدراسة لمنصات تواصل اجتماعي خاصة بها

القناة		الجزائرية الاخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
امتلاك قناتي الدراسة لمنصات تواصل اجتماعي		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		100%	89	100%	32
لا		0%	0	0%	0
المجموع		100%	89	100%	26

يُجمع 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.

مما 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 الجدول الموالي.

الجدول رقم 26

يوضح أهم المنصات التي تستخدمها القناتين محل الدراسة حسب القائمين بالاتصال

القناة		الجزائرية		الإخبارية		الشروق نيوز	
أهم المنصات التي تستخدمها القناتين محل الدراسة		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
البث الحي للقناة		83	23,64%	19	18,81%		
فيسبوك		89	25,35%	31	30,69%		
اكس (X)		86	24,50%	11	10,89%		
يوتيوب		60	17,09%	27	26,73%		
أنستغرام		30	8,54%	6	5,94%		
أخرى		03	0,85%	7	6,93%		
المجموع		351	100%	101	100%		

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 الشروق 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 يعتمد عليها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الحاسوب المزود بالانترنت	25,43%	44	33,33%	23
الهاتف المحمول	23,69%	41	27,35%	19
الكاميرات الرقمية المتنقلة	15,60%	27	10,14%	7
تطبيقات الذكاء الاصطناعي	6,93%	12	2,89%	2
الكاميرات الرقمية 360° و 3D	13,87%	24	7,24%	5
مواقع التواصل الاجتماعي	13,29%	23	17,39%	12
أخرى	1,15%	2	1,44%	1
المجموع	100	173	100	69

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 الشروق 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 الشروق 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 لأهمية الهواتف الذكية في التقاط الصور والفيديوهات وإجراء المقابلات الصحفية وإرسال التقارير مباشرة من موقع الحدث، وتختلف قناتي الدراسة في نسب استخدام الكاميرات الرقمية المتنقلة 15,60% لقناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 10,14% في قناة الشروق نيوز، وتباينت 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 تباينا في قناتي الدراسة من ناحية استغلال التكنولوجيات الحديثة في مجال صناعة الأخبار؛ حيث تميز 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 ضعيفا، 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.

القناة		الجزائرية الثالثة		الإخبارية		الشروق نيوز	
الخدمات التي يقوم به على منصات التواصل الاجتماعي		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور		17	9,49	5	8,92		
الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين		17	9,49	6	10,71		
بث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة		80	44,69	27	48,21		
إعداد أرشيف إلكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة		38	21,22	11	19,64		
تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي العام		27	15,08	5	8,92		
المجموع		179	100	56	100		

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 خيار "متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور" و "الرد على تعليقات واستفسارات المشاهدين والمقدرة ب 9,49%.

أما القائمون بالاتصال من أفراد عينة قناة الشروق 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 كلا من خدمتي "متابعة تعليقات وانتقادات الجمهور" و "تكذيب الأخبار الزائفة وتنوير الرأي العام" بذات النسبة والمقدرة ب 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 بالكفاءات المتخصصة في المجال الرقمي وإسناد هذا الدور لها.

ومن جهة ثانية يمكننا القول أنه وبعبارة كان الإعلام الرقمي بوسائله المتعددة ينافس الإعلام التقليدي في محاولته الاستحواذ على الجمهور، استطاع اليوم الإعلام التقليدي والقنوات التلفزيونية على وجه التحديد تدارك الأمر بتطويع هذه التكنولوجيات لصالحه، والاستفادة منها للقيام بعدة وظائف ومهام كبث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة، وإعداد 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.

الجدول رقم 29

يوضح أوجه استفادة القائم بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
يعتمدها القائم بالاتصال كمصدر للأخبار	42	47,19	13	40,62%
أداة هامة لسبر آراء الجمهور	42	47,19	18	56,25
تسهل عملية التعرف على احتياجات الجمهور	44	49,43	11	34,37
دعم البث الساتلي للقناة	47	52,80	14	43,75
المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية	46	51,68	14	43,75
المجموع	221	100	70	100

يوضح الجدول أعلاه أوجه استفادة أفراد عينة قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري؛ حيث يعتمدها القائم بالاتصال كدعم للبث الساتلي للقناة بنسبة 52,80%، يليها المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية بنسبة 51,68%، فيما ترى نسبة

49,43% من المبحوثين أن منصات ومواقع 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 "المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية" بذات النسبة والمتمثلة في 43,75%، فيما يعتمدها 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 متنوعاً 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 المواقع في دعم البث الساتلي للقناة، مما يعكس تبني قناتي الدراسة لاستراتيجية إعلامية متكاملة تُوازن بين الإعلام الرقمي والتقليدي.

كما يعكس من جهة أخرى إرادة وسعي قناتي الدراسة للمحافظة على تواجدتهما في الساحة الإعلامية ضمن استراتيجية شاملة تهدف إلى استيعاب مختلف متطلبات وتحديات 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

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز
		النسبة %	التكرار	النسبة %
قليلة التكاليف المادية		38,20	34	31,25
سهولة تخزين واسترجاع المعلومات		61,79	55	46,87
تعزز جودة الأداء لدى المذيع		34,83	31	15,62
تحقق الإبحار البصري		34,83	31	28,12
سرعة التحقق من صدقية وصحة المصادر		30,33	27	25
تعالج الخلل الذي قد يقع قبل أو أثناء تقديم النشرة		29,21	26	18,75
التنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية		43,82	39	34,37
تعمل على جذب أكبر قدر من الجمهور		58,42	52	37,5
تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقية		8,98	8	12,5
المجموع		100	303	100

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 تعمل 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 الإبحار البصري" (لكل خيار على حدا)، وحصلت كلا من "سرعة التحقق من صدقية وصحة المصادر" و "تعالج الخلل الذي قد يقع قبل أو أثناء تقديم النشرة" على نسب متقاربة (30,33% و 29,21%) على التوالي، وبنسبة ضئيلة مقدرة ب 8,98% أجاب أفراد عينة المبحوثين بخيار تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقية.

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 الإبحار البصري" يليها "سرعة التحقق 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 والمشاهد الحقيقية" بنسب: 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:** وتتمثل 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، وتجمع هذه التقنيات بين قلة التكاليف المادية ومرونة الاستخدام مما يزيد من سهولة تقبلها وتطبيقها 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 تجويد الصورة من خلال التنوع في أشكال عرض وتقديم المادة الإخبارية وتحقيق الإبحار البصري بالاستعانة بالجرافيك 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 التحقق من مصادر الأخبار قبل نشرها من خلال الاستعانة بالبرمجيات والمنصات الخاصة بكشف الأخبار الكاذبة وتتبع مصدرها مما يساهم 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 إمكانياتها 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 بمحدودية أن تنوب تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي عن التقارير والمشاهد الحقيقية (12,5% قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، 8,98% قناة الشروق نيوز)؛ وذلك راجع في تقديرنا إلى الأسباب التالية:

- يميل القائمون بالاتصال إلى التغطية الحية في عرض وتقديم برامجهم الإخبارية.
- عدم الدراية 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 أيضا الجزء التحليلي من الدراسة الخاص بأشكال تقديم المادة الإخبارية، أنظر الجدول رقم 4 .

الجدول رقم 31

يوضح سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية

القناة	الجزائرية		الإخبارية		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة	29	18,70	13	24,52	13	24,52
يمكنها أن تكون بديلا عن المذيع في المستقبل	28	18,06	13	24,52	13	24,52
تقتل روح الإبداع لدى القائم بالاتصال	51	32,90	14	26,41	14	26,41
إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث	34	21,93	10	18,86	10	18,86
زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال	13	8,38	3	5,66	3	5,66
صعوبة التأقلم مع هذه التكنولوجيات	155	100	53	100	53	100
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 ب "إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث" يليها "زرع روح الاتكالية لدى القائم بالاتصال" بنسبة 21,93%، ويأتي نسبة 18,70% تخوفهم من أن تكون هذه التكنولوجيات بديلا 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 ب "إمكانية التعرض لمشاكل تقنية أثناء البث" يليها كلا من "يمكنها أن تكون بديلا 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 وتطبيقها في مجال صناعة الأخبار إلا أن القائمين بالاتصال يُجمعون 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 ينجح إليها الصحفيون وحتى كبرى القنوات الإخبارية لتداولها دون عناء التواجد في وقت ومكان الحدث، أو حتى دون التأكد من صحة الخبر.

كما يتخوف صحفيو قناة الشروق نيوز بنسبة 24,52% مقابل 18,70% من نظرائهم في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية من أن تكون هذه التكنولوجيات بديلا عن المذيع في المستقبل، خاصة مع التطور الرهيب في تكنولوجيات عرض وتقديم الأخبار بالذكاء الاصطناعي وانتشار "الروبوت المذيع" الذي تم تجريبه في العديد من القنوات الفضائية من ضمنها القنوات العربية* وما يمكن أن يشكله من منافسة للمذيع البشري ولمستقبل 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، المونتاج، الفوتوشوب.. وغيرها) في جهاز واحد كالحاسوب المزود بالنات أو الهاتف الذكي.

* تعد قناة الجزيرة أولى القنوات العربية التي خاضت تجربة المذيع الروبوت من خلال المذبةعة "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 عموما والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القناتين محل الدراسة

الجدول رقم 32

العوامل المؤثرة على جودة الأداء المهني للقائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة ن=89		الشروق نيوز ن=32		إجمالي ن=121	
	تك	نسبة	تك	نسبة %	تك	%
الضغوط السياسية	56	62,92	17	53,12	73	60,33
قيم وعادات المجتمع	39	43,82	8	25	47	38,84
ضغط الإشهار	15	16,85	16	50	31	25,61
تعتت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث	39	43,82	11	34,37	50	41,32
ضغط المنافسة	20	22,47	5	15,62	25	20,66
ضغط الوقت	25	28,08	15	46,87	40	33,03
احتياجات وأذواق الجمهور	27	30,33	11	34,37	38	31,40
ملكية الوسيلة	13	14,60	5	15,62	18	14,87
ضغوط السياسة التحريرية	38	42,69	12	37,5	50	41,32
علاقات العمل داخل المؤسسة	22	24,71	3	9,37	25	20,66

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 "تعتت المصدر في إعطاء 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% فعلاقات العمل داخل المؤسسة بنسبة 24,71%، ويأتي ضغط المنافسة بنسبة 22,47%، وجاء كلا من "ضغط الإشهار" و"ملكية الوسيلة" بنسب ضئيلة نوعا ما مقدرة ب 16,85% و 14,60% على التوالي.

أما صحفيو قناة الشروق نيوز فرتّبوا العوامل والضغوطات المؤثرة على جودة أدائهم المهني وفق مايلي:

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"تعتت 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%.

وتفسيرا 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 ونسب متفاوتة قليلا؛ وذلك بنسبة 62,92% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 53,12% بالنسبة لقناة الشروق نيوز، وتُمارس ضغوط السلطة من خلال الرقابة المباشرة على المحتوى الإعلامي أو تلك الضغوط التي تمر عبر السياسة التحريرية، وغالبا ما تنعكس أشكال الرقابة هذه في الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحفي على نفسه خوفا من المساءلة أو التعرض لمختلف العقوبات (طرد، سجن..)، وتعود هذه النسب المرتفعة إلى طبيعة النظام السياسي للدولة الذي تخضع له القناتين بغض النظر عن ملكيتهما إن كانت خاصة أو عمومية.

كما يحيلنا استنتاج هذه النسب والأرقام المترجمة لضغوط 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 ومقدرته على أداء دوره في معالجة قضايا المجتمع.

وفي نفس الإطار ترى الباحثة فوزية عكاك أن ضغوط السلطة على القائمين بالاتصال تنبع من قدرتهم على تشكيل وعي الجماهير، إذا ما سنحت لهم الفرصة والحريات المناسبة في أعمالهم فإنهم بالضرورة يثيرون 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 أيضا في ضغوط السياسة التحريرية بنسب (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 تنعكس في صرامة تطبيق السياسة التحريرية ومن ثمة في توجيه العمل الصحفي.

وتلتقي هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة فوزية عكاك (عكاك، 2012، صفحة 428) من أن السياسة التحريرية من الضغوط التي تمارس تأثيرا قويا على القائمين بالاتصال سواء كانت مدونة وواضحة 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.

وتباينت نسب ضغوط قيم وعادات المجتمع (43,82% و 25%) في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز على التوالي، ونوعز هذه النتائج إلى اختلاف السياسة التحريرية لقناتي الدراسة، حيث تبدو قناة الجزائرية الثالثة أكثر حرصا على تجسيد واحترام القيم المجتمعية السائدة على عكس القنوات الخاصة التي تسعى في الكثير من الأحيان إلى تحقيق سبق الصحفي أو الشو (Show) الإعلامي من خلال تناول مواضيع تستقطب أكبر قدر من المشاهدين.

وتقاربت نسب احتياجات وأذواق الجمهور (30,33% و 34,37%) لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز على التوالي، ويعود ذلك إلى طبيعة الجمهور الجزائري ومدى إدراك القائم بالاتصال في القناتين محل الدراسة لطبيعة الجمهور الذي توجه له الرسالة الإعلامية ممثلا في الجمهور الجزائري وخصائصه الشخصية والثقافية التي تترجمها مجموعة من القيم والعادات والتقاليد والثوابت التي تطبع المجتمع الجزائري.

كما تباينت 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 الشروق 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 تحفظا.

وفيما ركز صحيفيو قناة الشروق 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 الوسيطتين 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 مضامين ومواصفات الخبر الجيد.

وعبر صحفيو قناة الشروق نيوز عن ضغط الوقت بنسبة 46,87% ، وتُبرز 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 سبق الصحفي، في المقابل نجد أن القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية تهتم بضغط الوقت بنسبة أقل 28,08%، والذي قد نبره في الطابع الرسمي للأخبار وحرص القناة على تواجد موفديها ومراسليها لتغطية مختلف الفعاليات الوطنية والمحلية.

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 بالجدّة 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 المشاهدات 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 بالسعي 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 ببرز المنصات الإخبارية وتعدد المصادر الإعلامية وسهولة الوصول إلى المعلومات من خلال سعي القنوات العمومية والخاصة على حد سواء إلى المحافظة 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 والشرق نيوز في محدودية ضغط ملكية الوسيلة وذلك بنسب (14,60% و 15.62%) على التوالي.

الجدول رقم 33

يوضح الجوانب الإيجابية لفتح السمع البصري وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
الجوانب الإيجابية لفتح السمع البصري		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الجرأة في تناول المواضيع الإخبارية (التابوهات..)		40	20,61%	14	20%
معالجة مختلف المواضيع التي غفل عنها الإعلام العمومي		45	23,19%	14	20%
خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها		55	28,35%	22	31,42%
خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية والقنوات الفضائية العربية والدولية		30	15,46%	8	11,42%
إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية		24	12,37%	12	17,14%
المجموع		194	100%	70	100%

رتب صحيفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز الجوانب الإيجابية التي أتاحها تعددية قطاع السمع البصري في الجزائر وفق التالي:

جاء خيار خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها في الترتيب الأول لكلا القناتين (الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز)، وذلك بنسبة (28,35%، و 31,42%) على التوالي، يليها "معالجة مختلف المواضيع التي غفل عنها الإعلام العمومي" في الترتيب الثاني لكلا القناتين بنسبة (23,19%، و 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 الشروق 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 الشروق نيوز، وجاء خيار "إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية" بنسبة (12,37%، و 17,14%) في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية و الشروق نيوز على التوالي.

الجدول رقم 34

سلبيات فتح السمعى البصرى وتعددية القنوات الفضائية في الجزائر

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
سلبيات فتح السمعى البصرى وتعددية القنوات الفضائية		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
سوء استخدام حرية التعبير		38,16%	50	25%	9
التعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده		20,61%	27	25%	8
إضافة كمية للساحة الإعلامية الجزائرية		19,84%	26	29,16%	9
تجربة فنية لم تنضج بعد		19,08%	25	20,83%	6
تعدد ظاهري للمشهد الإعلامي فقط		2,29%	3	0%	0
المجموع		100%	131	100%	24

تكشف بيانات الجدول أعلاه عن أكثر الجوانب السلبية التي يراها صحفيو قناتي الدراسة من فتح تعددية السمعى البصرى في الجزائر، ممثلة في "سوء استخدام حرية التعبير" بنسبة 38,16% حسب ما أجاب به صحفيو الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 25% بالنسبة لصحفي قناة الشروق نيوز ويعكس هذا التباين وجهة النظر النقدية لصحفي 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 نسبي 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؛ فمثلا أحدث برنامج "خليها على ربي" لمقدمته عائشة بوزمارن¹ - الذي يُبث على قناة النهار- ضجة وحالة استنكار شعبية واسعة عقب بثه في أحد حلقاته موضوعا حول ما اعتبره الجمهور اتهام الإعلامية للإمام بسرقة جزء من مبلغ مالي كان موجهها لحالة إنسانية لتشهد مواقع

¹ 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 سجلا واسعا اضطر الإعلامية إلى الاعتذار من الإمام ومن الشعب الجزائري، والبكاء على المباشر في أحد برامج القناة.

وتأتي هذه الحادثة لتدل على مكانة الإمام والرموز الدينية في المجتمع الجزائري وتميز الثقافة الجزائرية بمجموعة من الخصائص القيمة والاجتماعية والثقافية والتي على القائمين بالاتصال مراعاتها أثناء إنتاج مختلف برامجهم.

كما تابنت 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 لصحفي القطاع الخاص من أن زيادة القنوات الخاصة لم يترافق معها تحسين وتجويد المحتوى الإعلامي.

وبخصوص عبارة " تجربة فتيية لم تنضج بعد" فجاءت بنسب متقاربة (20,83% صحفيي قناة الشروق نيوز، 19,08% صحفيي الجزائرية الثالثة الإخبارية)؛ مما يشير إلى أن تجربة الانفتاح الإعلامي وظهر القنوات الخاصة في الجزائر لا يزال فتييا 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 قلتها) على جرأة صحفيي هذه القناة مقارنة بصحفيي قناة الشروق نيوز رغم انتمائهم إلى القطاع العام وهذا يُفصح عن وجود رأي لا يؤمن بوجود تعددية إعلامية فعلية ويعتبرها مجرد تعددية سطحية أو صورية رغم كثرة القنوات القنوات الخاصة وتنوعها.

وإجمالا نقول أن القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة يتفقون حول العديد من النقاط الإيجابية التي جاءت بها التعددية الإعلامية كتنوع المشهد 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، والناجمة عن حداثة تجربة التعددية في الجزائر باعتبارها لازالت في مراحله الأولى وتتطلب المزيد من النضج وتوجيه الجهود نحو وضع إطار تنظيمي وأخلاقي يضمن تعددية إعلامية تعمل على تقديم محتوى إعلامي يتسم بالجودة والتنوع.

واتفقت هذه النقطة مع ما توصلت إليه دراسة الباحث بن عودة موسى إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة تعمل على جذب الجمهور بأي طريقة ما جعلها تميل إلى الإثارة والتسرع في بث الأخبار دون التحقق منها والخوض في مواضيع تعتبر تابوهات في المجتمع الجزائري، مما أفقد هذه القنوات مهنتها ومصداقيتها واحترافيتها(بن عودة ، 2018/2017، صفحة 457).

الجدول رقم 35

تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي يعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية الرائدة في مجال الأخبار

القناة	الجزائرية الإخبارية الثالثة		الشروق نيوز	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية				
عالية	15	16,85	5	15,62
في تحسن مستمر	45	50,56	19	59,37
متوسطة	18	20,22	5	15,62
ضعيفة	11	12,35	3	9,37
المجموع	89	100	32	100

تشير بيانات الجدول 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 الشروق نيوز بالقول أنال 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 الشروق 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 الشروق 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 عموما والنشرة الإخبارية على وجه التحديد من وجهة نظر القائمين بالاتصال

في القناتين محل الدراسة

القناة		الجزائرية الإخبارية الثالثة ن=89		الشروق نيوز ن=32		إجمالي ن=121	
		النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار
مواكبة وإدماج التكنولوجيا الجديدة في مراحل صناعة وعرض الأخبار		35,95	32	28,12	9	33,88	41
الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي		24,71	22	25%	8	24,79	30
فسح المجال لحرية العمل الاعلامي		15,73	14	18,75	6	16,52	20
التكوين الدائم والمتواصل للصحفيين		16,85	15	31,25	10	20,66	25
منح الفرصة للكفاءات المهنية المحترفة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتقنية		19,10	17	25%	8	20,66	25
الاهتمام باحتياجات الجمهور		12,35	11	9,37	3	11,57	14
تحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم		10,11	9	9,37	3	9,91	12
تنظيم عمل فرق تحضير النشرة		8,98	8	0	0	6,61	8
توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم		3,37	3	0	0	2,47	3
توسيع شبكة المراسلين داخل الوطن		0	0	3,12	1	0,82	1
الاهتمام بالسبق الصحفي		0	0	6,25	2	1,65	2

يوضح الجدول أعلاه المتعلق بسبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموما 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 المقترحات التي من شأنها الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية والنشرة الإخبارية تحديدا في القناتين محل الدراسة وذلك بنسبة 33,88 % يليها الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبة 24,79 % ف"التكوين الدائم والمتواصل للصحفيين" و"منح الفرصة للكفاءات المهنية المحترفة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتقنية" بذات النسبة 20,66 % ثم فصح المجال حرية 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 كلا من "توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم" و"الاهتمام بالسبق الصحفي" و"توسيع شبكة المراسلين داخل الوطن" بنسب (2,47 % و 1,65 % و 0,82 %) على التوالي.

وبشكل أكثر تفصيلا 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.

وتقاربت إجابات القائمين بالاتصال في قناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز بخصوص مقترح الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي بنسب 24,71 % و 25 % على التوالي، وذلك باعتباره عنصرا رئيسيا لتحقيق جودة الأداء الإعلامي بضمان مصداقية موادهم الإخبارية وتعزيز ثقة الجمهور بها.

واهتم صحفيو قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة بضرورة فصح المجال حرية 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 المقترح والذي يصب في خانة رفع مستوى الأداء والجودة في الصناعة الإخبارية عموما 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 والتقنية فيما عبر صحفيو قناة الشروق نيوز عن ذات الفئة بنسبة 25 %، مما يعني تطلع صحفيي قناتي الدراسة إلى ضرورة اعتماد عامل الخبرة والتخصص كمعيار أساسي 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، 2011/2010، صفحة 168).

ونفس الأمر ينطبق على القنوات الإخبارية الخاصة التي أثبت إعلاميوها التميز في تقديم الخدمة الإخبارية من خلال افتكاكهم للعديد من الجوائز والتكريمات الوطنية والعالمية كفوز برنامج "الشروق تحقق" بالمرتبة الرابعة عالميا 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 المقترح بناء على أن الجمهور هو المقصود بالرسالة الإعلامية وتلبية احتياجاته يعد أمرا ضروريا خاصة في ظل المزايا التي بات يتيحها العصر الرقمي بمختلف مزاياه وتطبيقاته التي تعمل على تلبية مختلف أذواق الجمهور وتطلعاته.

وجاءت فئة تحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم بنسب متقاربة في القناتين محل الدراسة، حيث بلغت نسبتها في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية 10,11% مقابل 9,37% في قناة الشروق نيوز؛ ذلك أن تحسين الظروف المادية والمهنية للصحفيين في قناتي الدراسة يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة للصحفيين بما يزيد في إنتاجيتهم وأدائهم، كما يُجنب الصحفيين البحث عن مصادر دخل أخرى أو اللجوء

إلى أساليب قدرة لتنويع 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 يلجؤون إلى مصادر غير شريفة لدخلهم من خلال نسج علاقات قوية مع رجال الأعمال وأصحاب المؤسسات الصناعية والإنتاجية الخاصة مقابل القيام بتغطية نشاطاتهم بثمنينها واعتبارها رافدا من روافد التنمية الوطنية وفي المقابل يتقاضون مقابلا ماديًا عن التقارير والريورتاجات التي ينجزونها علاوة على الراتب الشهري الذي يتقاضونه من المؤسسة الإعلامية التي يشتغلون لصالحها.

واختلف القائمون بالاتصال في القناتين محل الدراسة في التركيز على بعض مقترحات وسبل تجويد الخدمة الإخبارية والنشرة الإخبارية دون الأخرى ؛ حيث اهتم صحيفيو قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بتنظيم عمل فرق تحضير النشرة يليها "توسيع شبكة المراسلين في مختلف أقطار العالم" بنسب 8,98% و 3,37% على التوالي، وتشير هذه البيانات إلى رغبة القائمين بالاتصال في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية في تحسين الكفاءة التشغيلية بتنظيم فرق العمل والتنسيق بين مختلف أقسام غرفة الأخبار، إلى جانب سعيهم إلى توسيع نطاق تغطياتهم الإخبارية الدولية من خلال الحرص على تواجد مراسلي القناة عبر مختلف عواصم العالم، بينما ركز صحيفيو قناة الشروق نيوز على الاهتمام بتوسيع شبكة المراسلين داخل الوطن بنسبة 3,12%، 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 سبق الصحفي وذلك بنسبة الوطن بنسب 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 صحفية وحراك إعلامي يسعى لإثراء المشهد الإعلامي والسير نحو تجويد الممارسة الإعلامية.

المبحث الخامس: نتائج الدراسة الميدانية

أظهرت استطلاعات آراء القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة عدة نتائج جوهرية ارتأينا 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 تجربتها الإعلامية عكس قناة الشروق نيوز حديثة النشأة.

- تتقارب 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 بنسب 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

الجزائرية الإخبارية الثالثة مقابل 28,12 % ونسبة ضئيلة 1,12% اعتمدت قناة 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 (1,12%)، ونائب رئيس تحرير (4,49%)، ورئيس التحرير (22,47%)، ومذيع أخبار (7,86%)، و صحفي(معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...) (34,83%)، وجميع بين أكثر من مهمة (28,08%)، فيما تمثلت نسب الرتب المهنية المتفاعلة مع الموضوع في قناة الشروق نيوز بما يلي: منتج أخبار (3,12%)، رئيس تحرير (15,62%)، ومذيع أخبار (21,87%)، وصحفي (معد التقارير، محرر، مدقق لغوي...) (31,25%)، و يجمع 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 " تسخير 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 المادية 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 محايدة نحو ذات العبارة بنسبة 67,5% وهذا ما يفسر الإمكانات المادية والتقنية للقناة غير أنها لا ترقى لمستوى إمكانات قناة الجزائرية الثالثة باعتبارها قناة عمومية ممولة من القطاع العام مباشرة، في حين تعتمد قناة الشروق نيوز على التمويل الخاص

والإشهار كمصدر رئيسي لاستمراريتها، إلى جانب العراقيل ذات الطابع الإداري والقانوني التي تعانيها القنوات الخاصة عموماً.

واتفق القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على عبارة "تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار" وذلك بنسب (73,03% و 87,5%) وباتجاه (موافق وموافق بشدة) لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز على التوالي، وتعكس هذه النتيجة الطموح المشروع للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بالنظر إلى الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية (على تفاوتها) للقناتين، غير أن هذا الطموح لا بد وأن يترجم في بناء استراتيجيات متكاملة تهدف إلى تطوير أساليب صناعة وتجويد نشرات الأخبار المحتوى بالتركيز على جملة من الاستراتيجيات:

أ- الاستفادة الفعلية من التكنولوجيات الحديثة في سبيل تعزيز البث المباشر والتحليل الإخباري لمختلف القضايا الراهنة التي تهم وتجذب المشاهدين.

ب- توسيع شبكة المندوبين والمراسلين داخل وخارج الوطن لضمان النقل الفوري للأحداث الداخلية والدولية.

ت- 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.

- تقاربت اتجاهات القائمين بالاتصال (موافق، موافق بشدة) في قناتي الجزائرية الإخبارية الثالثة وقناة الشروق نيوز على التوالي اتجاه عبارة "يهتم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها" مما يعني ارتفاع درجة الوعي لدى القائمين بالاتصال بأهمية سمعة وصورة المؤسسة وهي ثقافة تنظيمية إيجابية من شأنها تعزيز روح الانتماء لديهم وتدفعهم للتميز والتنافس الإعلامي على تقديم محتوى إخباري يتسم بالجودة.

- 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.

- تباينت 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 "تهتم 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 لبعد علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين فتتمتع قناتي الدراسة ببيئة عمل إيجابية تتسم بمساهمة العاملين في القناة في صنع القرار في مؤسساتهم واستشارتهم والأخذ بأرائهم؛ مما يعكس سيادة العمل الجماعي ولغة 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 وتسعى للاستفادة من الخبرات المهنية، مما يؤدي إلى زيادة شعور القائمين بالاتصال بالملكية والمسؤولية اتجاه عملهم واتجاه المؤسسة ككل، وينعكس على جودة الأداء والمحتوى الإعلامي للقناتين.

- تهتم قناتي الدراسة بالتحسين المستمر بالتركيز على تبني مختلف التكنولوجيات الحديثة (68,54%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، و75% في قناة الشروق نيوز؛ مما يعكس وعي القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بأهمية التحول الرقمي وضرورة استغلاله ومواكبته في صناعة وتجويد الأخبار، و "يعتمد القائمون بالاتصال على تطوير أنفسهم بأنفسهم بشكل فردي" (82,70%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، و73,13% في قناة الشروق نيوز، مما يعني امتلاك الصحفيين العاملين بقناتي الدراسة إلى ملكة التحسين و 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 تساهم في تجويد الخدمة الإخبارية (69,21%) في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية و73,13% في قناة الشروق نيوز) والتي تستوجب ضرورة وجود تسهيلات وضمانات فعالة لطرح وتقديم هذه الطرق الابتكارية.

- التزم القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة بالحياد اتجاه عبارتي "تشجع القناة المشاريع الابتكارية والمبادرات الفردية بما يتلاءم مع متطلبات وخصوصية المستهلك (الجمهور)" و"يخضع القائم بالاتصال

لدورات تدريبية كلما دعت الحاجة لذلك" بنسب (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 بتكثيف 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 بنسب 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 "يتقاضى العاملون في القناة راتبا ماديا محترما 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 يُفسر بعدم رضا القائمين بالاتصال بشكل أكبر على العمل في قناتي الدراسة وكذا عدم كفاية الراتب الذي يتقاضونه.

- اختلف القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة حول العبارة الأخيرة (رقم 21)، والقائلة ب " 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 الممنوحة للقائمين بالاتصال في قناتي الدراسة والتي من شأنها أن تحد من الحرية المهنية والإعلامية للصحفيين بما يؤثر سلبا على جودة المحتوى والأداء الإعلامي.

- توابك كلا قناتي الدراسة التكنولوجيات الحديثة وتستخدمها في مختلف مراحل صناعة الخبر بدءا 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 جهدا شخصيا 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 الفيسبوك، 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، والبت الحي للقناة على الانترنت، موقع اكس ثم انستغرام، مما يدل على وعي المسؤولين والقائمين بالاتصال بأهمية ضرورة 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 كبث مقاطع فيديو لمختلف البرامج والأخبار التي يتم بثها في القناة، و إعداد 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.

- أكد القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة على استفادتهم من منصات التواصل الاجتماعي في العديد من المزايا والخدمات التي باتت تتيحها هذه المواقع 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 (47,19 و 40,62% لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز على التوالي) وأيضاً كأداة لسير 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، والعمل على جذب أكبر قدر من الجمهور بالتنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية وتحقيق الإبحار البصري وتجويد الصورة، ساعداً في ذلك قلة التكاليف المادية، كما تتيح هذه التكنولوجيات الحديثة للصحفيين سرعة التحقق 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 ما قبل الأخير (15,62%) في قناة الشروق نيوز، وجاءت عبارة تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقية 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 كزجر التكاليف وقتل روح الإبداع لديهم وكذا إمكانية أن تكون هذه التكنولوجيات بديلا 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 تتنوع بين الحاسوب المزود بالانترنت والهاتف المحمول الذكي ومواقع 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 مستقبلا خاصة في مجال عرض وتقديم الأخبار خدمة لجودة الصورة والمحتوى معا.

- 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 (الشروق نيوز)، وغالبا ما تُترجم هذه الضغوط في شكل توجهات وأهداف السياسة التحريرية؛ الأمر الذي يُفسر محدودية حرية القائمين بالاتصال في اختيار مواضيع دون أخرى يرون أنها جديرة بالتناول مما يؤثر على توازن وموضوعية 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 والشروق 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 "تعتت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث"، حيث نجد أنها بلغت نسبة 43,82% في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية مقابل 34,37% في قناة الشروق نيوز، مما يطرح إشكالية التعقيم عن الحقيقة من طرف المصادر التي غالبا 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 والشرق نيوز على التوالي)، وهذا ما يقودنا إلى اختلاف طبيعة الوسيطتين 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 مضامين ومواصفات الخبر الجيد.

- اهتم القائمون بالاتصال في قناة الشرق نيوز بضغط الوقت (46,87%) مقابل (28,08%) من نظرائهم في قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية.

- اختلفت "ضغوط 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 الشرق 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 والشرق نيوز على التوالي.

- حدد القائمون بالاتصال في قناتي الدراسة إيجابيات تعددية قطاع السمعي البصري في الجزائر 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 تبعا 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 الشرق 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 والغير المعتمدة) التي باتت تنشط في الساحة الإعلامية الجزائرية دون ضوابط قانونية أو تنظيمية مما يطرح تساؤلات حول أجنداث 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 ركز 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 حرية التعبير ولقيم وعادات المجتمع الجزائري باعتبارها تجربة فنية لم تنضج بعد، وتكشف هذه السلبات 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 كلا القناتين في القول أنها في تحسن مستمر (50,56% قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، 59,37% قناة الشروق نيوز)، واعتبر نسبة 16,85% قناة الجزائرية الإخبارية الثالثة، 15,62% قناة الشروق نيوز أنها ذات مستوى جودة عالية، فيما اختار نسبة (20,22% من قناة الجزائرية الإخبارية 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 الإخبارية الثالثة على التوالي) و (28,12% و 25% قناة الشروق نيوز على التوالي)، وأولى صحفيو 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 لكسب 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 السمع البصري وقلة خبرة طاقمها الذي يتكون من 81,25% من الفئات الشابة.

وتقاربت اقتراحات القائمين بالاتصال في قناتي الدراسة بخصوص منح الفرصة للكفاءات المهنية المحترفة والمتخصصة في كل المجالات الصحفية والتقنية وتحسين ظروف عمل الصحفيين وزيادة رواتبهم، وكذا 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 سبق الصحفي في تغطياتهم الإخبارية، وذلك في سبيل تحسين تغطيتها المحلية وشموليتها لمختلف مناطق الوطن وكسب المزيد من المصدقية كمصدر إخباري موثوق.

وعموما فقد أبانت مقترحات القائمين بالاتصال الخاصة بسبل تطوير جودة الخدمة الإخبارية في قناتي الدراسة عن وجود تقاربات وتقاطعات بين قناتي الدراسة؛ حيث ركزت قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية على ضرورة تحقيق التوازن 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 والسعي إلى كسب المزيد من الحرية في الممارسة الإعلامية.

خاتمة

خاتمة

في ختام دراستنا يمكننا القول أن الانفتاح السمعي البصري في الجزائر أنتج لنا تنوعا في المشهد السمعي البصري بتعدد القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة ومن ضمنها الإخبارية مما دفعنا للبحث في الوظيفة الإخبارية لهذه القنوات وبالتعمق أكثر في واقع إنتاج الأخبار المقدمة للجمهور الجزائري ومدى جودة صناعتها بالتطبيق على نشرات الأخبار الرئيسية لقناتي الجزائرية الثالثة الإخبارية والشروق نيوز، فواقع الممارسة الإعلامية في قناتي الدراسة عكس حالة من التطور المستمر في المشهد الإعلامي من خلال سعي كل قناة على حدى إلى تطوير أدائها وتحسين أدائها في ظل المنافسة المتزايدة والتحديات التقنية والمهنية المتسارعة، مع الحفاظ على هويتها وخصوصيتها في تقديم المادة الإخبارية.

فقد كشف التحليل المعمق عن تداخل وتقاطع العديد من العوامل المتحركة 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 (الشروق نيوز) في أشكال تقديم المادة الإخبارية والذي نوعه إلى التطور التقني والبنية التحتية المتطورة التي تتمتع بها قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية بفضل التمويل الحكومي لها إلى جانب الإرث التاريخي والممارسة المهنية (الخبرة) للقناة ممثلا في أقدمية نشأتها باعتبارها امتدادا 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 واشباع رغباته في إعلام هادف وملتزم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، غير أن المسؤولية الاجتماعية هنا تكون مضاعفة؛ إذا يجد الصحفيون أنفسهم أما نوعين من المسؤولية؛ مسؤولية اجتماعية تجاه الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية؛ ومسؤولية تجاه حارس البوابة الأمر الذي يحول دون قدرتهم على تقديم معالجات أكثر عمقا للقضايا الحساسة والمسكوت عنها، مما يؤثر سلبا على جودة المنتج الإخباري رغم الإمكانيات والموارد المتاحة.

ويُعاب على القطاع الخاص ممثلا في قناة الشروق 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 متشابهة الموضوع والتوجه في الكثير من الأحيان، كما يطرح لدينا التساؤل حول إمكانية وجود مصادر بديلة يعتمد عليها القارئ بالاتصال، أم أن الأمر يرتبط بوجود ضوابط قانونية ورقابية على المضامين الإعلامية لا تنفصل عن ضغوط حارس البوابة بدءا من السياسة التحريرية، إلى القواعد التنظيمية التي تضبط سلوك العمل الإعلامي المتسم بالتعاون

الجماعي وصولاً 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؛ تمثلت هذه القيم في الحداثة والآنية، الضخامة، الشهرة، القرب والمحلية؛ وهي القيم الناتجة عن المعالجة و التغطية اليومية للأخبار والوطنية والمحلية 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 المعيشي، والاحتجاجات الشعبية، والإضرابات إلى جانب المواضيع السياسية والأمنية كمواضيع الحروب والنزاعات الإقليمية والدولية.

إن عملية صناعة وإنتاج الأخبار التلفزيونية في قناتي الدراسة تمثل نموذجاً متكاملًا للعمل الإعلامي الذي تتشابه 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 الشريفة بين القنوات الفضائية ومدى استعدادهم للتميز والابتكار في المجال الإخباري خاصة في ظل توفر بيئة عمل إيجابية تتسم بمساهمة العاملين في القناة في صنع القرار في مؤسساتهم واستشارتهم والأخذ بآرائهم.

إن أحد أبرز التحديات التي تواجهها قناتي الدراسة في عصر التحول الرقمي الرهيب تتمثل 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 أثبتا 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 لسير 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 تنويع القصص الإخبارية بتعزيز تقنيات الإبحار البصري وتجويد المادة الإخبارية ككل والعمل على جذب الجمهور المشتت بين مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة ومشاهدة المحتويات الهابطة.

غير أن الارتقاء بجودة الصورة التلفزيونية خاصة في جوانبها التقنية وتعدد أشكال تقديم المادة الإخبارية يجب أن يستتبعه تعزيز وتجويد المضامين الإخبارية على عدة مستويات وأصعدة من خلال بناء محتوى إعلامي متوازن يعكس تنوع المجتمع وقيمه المختلفة، ويمنح المادة الإخبارية عمقا تحليليا أكثر التصاقا باحتياجات ومتطلبات المجتمع الجزائري، ويتبنى قيم إخبارية تتماشى ومبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية للوسيلة الإعلامية اتجاه الجمهور

ولا يتأتى 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، ويتطلب الأمر بناء أطر مؤسسية وتشريعية تساهم في حماية واستقلالية الممارسة الإعلامية في القنوات العمومية والخاصة في الجزائر وتضمن تقديم محتوى إعلامي موضوعي ونزيه يرتقي بجودة الممارسة الإعلامية، ويساهم في تعزيز الوعي المجتمعي وبناء رأي عام مستنير يمتلك أدوات المشاركة الفعالة في صنع القرار.

هذا وتطلع الدراسة إلى أن تكون قد أسست لمقاربات بحثية مستقبلية في حقل الإعلام السمعي البصري للتعمق أكثر في دراسة الظواهر الإعلامية المتجددة 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، متلقي) بالتركيز على جوانب ومواضيع محددة من قبيل؛ دور التكنولوجيا في تحسين جودة الأداء المهني للقائمين بالاتصال، والعلاقة الجدلية بين الملكية الإعلامية واتجاهات المضمون وتكشف 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، وللتحولات 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 مُجد 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 للوسائط 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 مرسل. (2007). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال* (المجلد 3). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
10. إدوين إمري ، 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 ستيوارت. (2007). *ثقافة الأخبار* (المجلد 1). (هدى فؤاد، المترجمون) القاهرة: مجموعة النيل العربية.
13. أمقران طيبي. (1 ديسمبر، 2021). *المركز القانوني للصحفي المحترف في القانون الجزائري*. مجلة معارف ، الصفحات 1-23.

14. إيمان محمود أحمد. (2021). *تقييم الأداء الاعلامي للفضائيات الاخبارية العربية ط1*. القاهرة: دار العلاء للنشر والتوزيع.
15. بركات عبد العزيز. (2015). *المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون (المجلد 2)*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
16. بول لونغ، و تيم وول. (د ت ن). *سلطة الاعلام*. (هدى عمر عبد الرحمان، و نرمين عادل عبد الرحمان ، المترجمون) القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
17. بيار بورديو. (2004). *التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول ط1*. (درويش الحلوجي، المترجمون) دمشق: دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الاعلامية.
18. تامر جواد الشريف. (2010). *تقويم 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 ديسلر. (2012). *إدارة الموارد البشرية*. (مُحَمَّد سيد عبد المتعال، المترجمون) الرياض: دار المريخ.
21. جرن أندرياس 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 19-97). القاهرة، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان.
22. جمال الزرن. (27 03, 2017). *الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته*. 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 1)*. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
24. جوديت لازار. (1994). *سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري*. (علي وطفة، و هيثم سطايجي، المترجمون) دمشق: دار الينايع، للطباعة والنشر والتوزيع.

25. جون كورنل. (1999). التلفزيون والمجتمع - الخصائص، التأثير، النوعية، الاعلانات-. (أديب خضور، المترجمون) دمشق، سوريا: المكتبة الاعلامية.
26. جون كورنل. (1999). التلفزيون والمجتمع - الخصائص، 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. (3 4, 2024). جودة انتاج الأخبار في القنوات العمومية (مقابلة شخصية). (حليمة قمورة، المحاور) مقرر 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 دكتوراة). كلية الدراسات العليا، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
30. حبيب بن بلقاسم، هالة بن علي برنات، و فاتن بن لاغة الطابعي. (2020). أخلاقيات الاعلام في الزمن الرقمي. الرياض: د د ن.
31. حسن عماد مكاي، 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 المواقع (المجلد 2، الصفحات 125-136). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
33. حسينة زباني رحال . (1 جوان , 2017). قراءة في قانوني الاعلام لسنتي 1990 و 2012. مجلة المعيار، الصفحات 416-442.
34. حليمة قمورة ، و نورة شلوش . (1 مارس, 2024). انعكاسات توظيف تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي على جودة المعالجة الاعلامية 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- (الاصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للتدريب 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 كنوز.

38. راسم مُجّد 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 وتفاعلا*. تأليف نُهوند القادري عيسى (المحرر)، ضمن أعمال المؤتمر الذي نظّمته كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية حول الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات (الصفحات 269-294). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
40. رشدي 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 والفضائي*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
42. رون إف سميث. (2018). *أخلاقيات الصحافة*. (مُجّد حامد درويش ، المترجمون) المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي آي سي.
43. الزهرة بوجفجوف. (2016/2015). *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 بوحنية . (1 جوان , 2018). *التنظيم القانوني لسلطة ضبط السمي 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 مُجّد 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 مُجّد حسين . (2006). *بحوث الاعلام*. القاهرة: عالم الكتب.
49. صباح ياسين . (2013). *الإعلام الفضائي في الوطن العربي - تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام-*، (الاصدار 1). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
50. طارق عبد الرؤوف، ، و ايهاب عيسى المصري. (2014). *الجودة الشاملة والاعتماد الأكاديمي في التعليم اتجاهات معاصرة* (الاصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للنشر والتوزيع.

51. عبد العزيز بركات ، و محمد معوض. (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. عاشور فني. (2013). *اقتصاد وسائل الاعلام المرئية والمسموعة في الجزائر. الجزائر: المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار.*
54. عباس مصطفى صادق. (2018). *الاعلام والواقع الافتراضي. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.*
55. عبد الجواد سعيد ربيع. (2005). *فن الخبر الصحفي* (المجلد 1). القاهرة: دار الفجر.
56. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، و زينب شكري نديم. (2007). *إدارة الجودة الشاملة والموعية والتقنيات الحديثة في تطبيقها واستدامتها* (المجلد 1). عمان: دار الشروق.
57. عبد الرحمان عزي . (2013). *الرأسمال الرمزي الجديد. تأليف مجموعة باحثين ، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع* (الصفحات 89-123). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
58. عبد الرحمان عزي. (2013). *دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز* (الاصدار 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 للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة-* (الاصدار 2). عمان: دار مجدلاوي.
63. عبد الصمد مطيع. (2016). *الجودة في القنوات التلفزيونية العمومية الأوربية - المحددات والأسس -*. مجلة *الاذاعات العربية*، الصفحات 29-39.
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 الغدامي. (2005). الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي ط2. المغرب: المركز الثقافي العربي.
66. عبد النبي خزعل. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والتقنوات الإذاعية،. بيروت: دار النهضة العربية.
67. عبد الوهاب بوخنوفة. (2017). الثقافة الصحفية العربية دراسة في تصورات الصحفيين العرب. تأليف نؤند القادري عيسى (المحرر)، مقدمة ضمن أعمال المؤتمر الذي نظّمته 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 (الاصدار 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
69. علي كنعان. (2015). إدارة المؤسسات الاعلامية والصحفية (الاصدار 1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
70. عمار أحمد ياسر. (2020). التقنيات الاتصالية للصحافة (الاصدار 1). 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-، (الاصدار 2). عمان: دار وائل.
73. عواطف ابراهيم الحداد. (2009). إدارة الجودة الشاملة. (الاصدار 1). عمان: دار الفكر.
74. فاروق أبو زيد. (1998). فن الخبر الصحفي (الاصدار 2). القاهرة: عالم الكتب.
75. فانغ ايرفينغ. (2009). الأخبار الإذاعية والتلفزيونية. (أديب خضور، المترجمون) دمشق: المكتبة الإعلامية.
76. فوزية عكاك. (2012). القيم الخبيرة 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. (مُجدّ عرب صاصيلا، المترجمون) بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

78. كارولينا ديانا لويس . (1993). *التغطية الإخبارية للتلفزيون*. (مُحَمَّد 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 هنداي سي آي سي.
81. ليلي فقيري. (2016/2015). *إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الاعلامية - دراسة حالة قناة نسمة الفضائية* (أطروحة دكتوراه علوم). كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية،، عناية : جامعة باجي مختار.
82. ليندة بيوسف. (15 جوان , 2014). رهانات قطاع السمعى 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 الدراكة . (2015). *إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء* (الاصدار 2). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
85. مبارك بن مُحَمَّد الملي. (د س ن). *تاريخ الجزائر في القديم والحديث*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
86. مبارك علوي لزيم. (2020). *إدارة الجودة اشاملة واستراتيجية المنظومة الأمنية* (الاصدار 1). اليمن: مطابع الهاشمية.
87. محسن المهدي سعيد، و حسن حسين الببلاوي. (2006). *أسس المعايير والجودة الشاملة*. تأليف رشدي أحمد طعيمة ، *الجودة الشاملة في التعليم بين مؤشرات التميز ومعايير الاعتماد* (الاصدار 1، الصفحات 23-31). عمان، الأردن : دار المسيرة.
88. مُحَمَّد فنطارة. (2016). *الجودة والحوكمة: أية مفاهيم ؟ أي واقع؟ مجلة الاذاعات العربية، 2016*، الصفحات 9-16.
89. مُحَمَّد الصيرفي. (2006). *إدارة الجودة الشاملة TQM* (الاصدار 1). القاهرة: دار حورس الدولية للنشر والتوزيع.
90. مُحَمَّد صادق. (2014). *إدارة الجودة الشاملة في التعليم* (الاصدار 1). القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

91. مُجّد عبد الوهاب العزاوي. (2005). إدارة الجودة الشاملة (الاصدار 1). الأردن: دار اليازوري.
92. مُجّد فلاق. (2018). إدارة الجودة الشاملة - مفاهيم وتطبيقات - (الاصدار 1). تلمسان، الجزائر: النشر الجامعي الجديد.
93. مُجّد الفاتح حمدي ، و عبد القادر عراضة . (2013). إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية. عمان: دار أسامة.
94. مُجّد الكر. (19 12, 2011). الإعلام والسياسة في العالم غزو فكري أم نضج سياسي. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، 3، الصفحات 387-396.
95. مُجّد جمال الدين ابن منظور. (د س ن). لسان العرب. القاهرة : دار المعارف.
96. مُجّد عبد الحميد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . القاهرة: عالم الكتب.
97. مُجّد عبد الحميد. (2010). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
98. مدحت أبو النصر . (2015). إدارة الجودة الشاملة - استراتيجية كايزن اليابانية في تطوير المنتجات - (الاصدار 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 تساعد الاستعانة بمحتوى الانترنت 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 ماجستير). كلية العلوم السياسية والاعلام، الجزائر: جامعة الجزائر 03.
102. مصطفى يوسف كافي. (2015). اقتصاديات صناعة الإعلام (الاصدار 1). عمان: دار الحامد.
103. مصطفى حميد الطائي، و خير ميلاد أبو بكر . (2007). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (المجلد 1). القاهرة: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
104. منال هلال المزاخرة . (2012). نظريات الاتصال. عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
105. منال هلال المزاخرة. (2014). مناهج البحث الإعلامي (الاصدار 1). عمان: دار المسيرة.

106. منى سعيد الحديدي، و شريف درويش اللبان. (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص (الاصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
107. موريس، أنجوس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية - (الاصدار 2). (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، و سعيد سبعون ، المترجمون) الجزائر: دار القصة.
108. موسى بن عودة . (2018/2017). القيم الاخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة ودزاير 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 (الاصدار 1). بيروت: دار النهضة العربية.
110. ميلفن مينتشر. (2008). تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون (الاصدار 2). (أديب خضور، المترجمون) دمشق: المكتبة الإعلامية.
111. نصر الدين لعياضي. (2015). عتبات التأويل. الشارقة : دائرة الثقافة والإعلام .
112. نصر الدين لعياضي . (2016). صعوبات التفكير في تلفزيون الجودة بالمنطقة العربية. مجلة الاذاعات العربية، الصفحات 17-28.
113. نصر الدين لعياضي . (2017). برامج تلفزيون الواقع وإرهاصات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر. مقدمة ضمن أعمال المؤتمر الذي نظّمته كلية الاعلام في الجامعة اللبنانية حول الاعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات (الصفحات 83-100). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
114. نور الهدى عبادة. (20 جوان , 2018). قانون الاعلام في الجزائر من 1982-2012 بين الثابت والمتغير. المجلة الافريقية للدراسات القانونية والسياسية، الصفحات 147-167.
115. هيثي الهيثي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات (الاصدار 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 أبريل, 2018، من الإمارات اليوم: <https://www.emaratalyoun.com/life/life-style/2013-01-21-1.542708>
120. يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (الاصدار 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 متكامل – (الاصدار 1). عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.

مراجع باللغة الأجنبية:

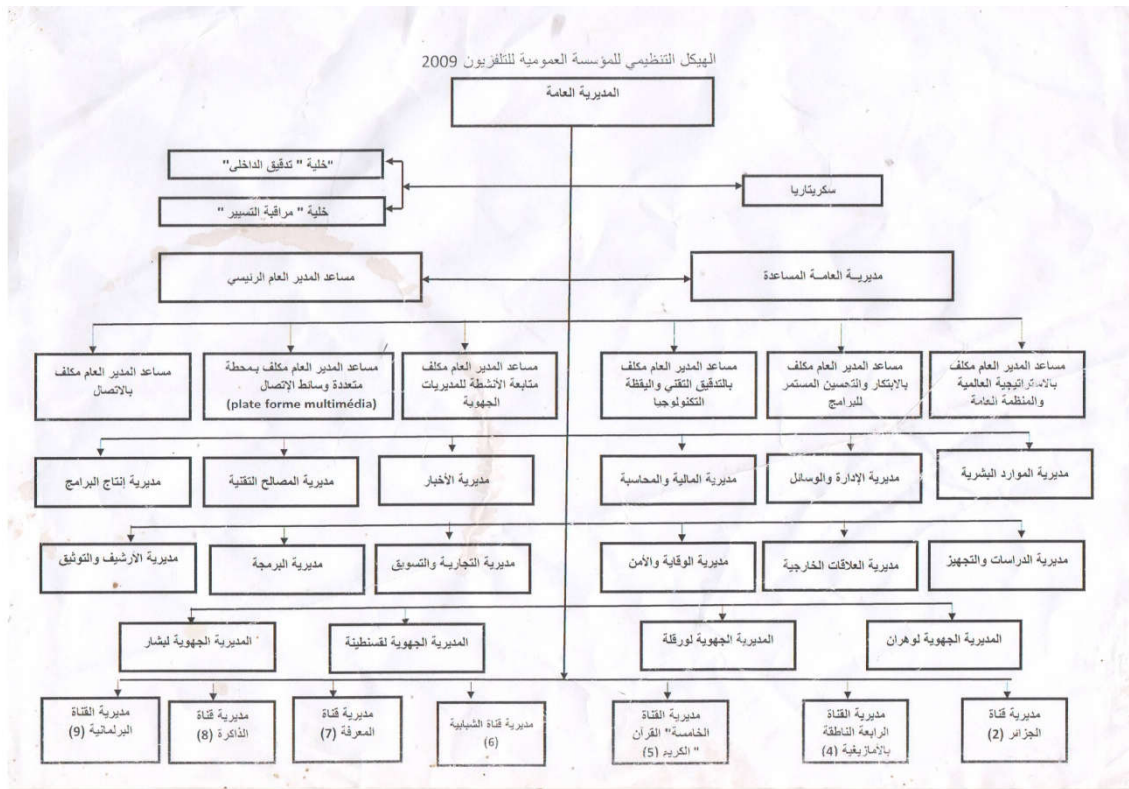
122. Bidart, S. A. (2018-2019). How International News Constructed: The Case of Arab Spring (Thèse de Doctorat) . École Doctorale Montaigne Humanités, France: Université Bordeaux Montaigne.
123. Derville, G. (1999, Octobre O). Le journaliste et ses contraintes. *revue Les cahier Du Journalisme*(6), pp. 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 I*(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://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 05-12، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، الصادر بتاريخ: 12 جانفي 2012.
5. قانون الإعلام 2014، رقم 05-12، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، الصادر بتاريخ 23 مارس 2014.

قائمة الأشكال والملاحق

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 المحكم	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 - الجلقة-
4	مريم ضربان	دكتوراه علوم الإعلام والاتصال	أستاذ مساعد "أ"	جامعة تيبازة

الملحق رقم (2) : يتضمن استمارة تحليل المضمون

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استمارة 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 والشروق نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018-

لذا نرجو من سيادتكم المساهمة في إنجاح هذه الدراسة بالاطلاع على دليل الاستمارة الخاص بتحليل المضمون الذي قمنا فيه باختيار عدة وحدات وفئات التحليل التي رأينا أنها تتماشى مع طبيعة دراستنا، لذلك يُرجى منكم الإشراف على تحكيم هذه الاستمارة بكتابة كافة الملاحظات والتصويبات والتعديلات التي ترونها مناسبة.

نشكركم مسبقا على حسن تعاونكم معنا .

إشراف:

إعداد الطالبة:

أ.د: نورة شلوش

حليمة قمورة

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون.

أولاً: معلومات خاصة بالقناتين محل الدراسة

1/ الخصائص الفنية لعينة الدراسة

تاريخ البث ☐ مدة النشرة ☐

الإتاحة ☐ التوقيت ☐

ثانياً: تحليل فئات الشكل

2/ معدل زمن وعدد عناوين النشرة الإخبارية في قناتي الدراسة

قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ☐ قناة الشروق نيوز ☐

3/ العدد الإجمالي للأخبار المتناولة في قناتي الدراسة

قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية ☐ قناة الشروق نيوز ☐

4/ أشكال تقديم المادة الإخبارية

القناة		الجزائرية الثالثة الإخبارية		الشروق نيوز	
نوع القالب الفني		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
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					
بدون صور OFF					

5/ توزيع أشكال المادة الإخبارية في قنوات الدراسة

<input type="checkbox"/>	خبر قصير	<input type="checkbox"/>	تقرير
<input type="checkbox"/>	ريبورتاج	<input type="checkbox"/>	بورتريه
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	تحليل

6/ نوع القوالب الفنية المستخدمة في قنوات الدراسة

<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المتدرج	<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المعتدل	<input type="checkbox"/>	قالب الهرم المقلوب
--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

ثالثا: تحليل فئات المضمون

7/ التوزيع الجغرافي تبعا لموضوع الخبر

<input type="checkbox"/>	أخبار وطنية	<input type="checkbox"/>	أخبار إقليمية	<input type="checkbox"/>	أخبار دولية
--------------------------	-------------	--------------------------	---------------	--------------------------	-------------

8/ توزيع الأخبار طبقا لحالية الخبر في قنوات الدراسة

<input type="checkbox"/>	أمس	<input type="checkbox"/>	اليوم	<input type="checkbox"/>	غدا
<input type="checkbox"/>	معروف موعده ضمن سياق الحدث (مستقبلا، تحديد زمني..)	<input type="checkbox"/>	غير معروف الحالية	<input type="checkbox"/>	

9/ توزيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة وفق فئة الموضوع

<input type="checkbox"/>	سياسي	<input type="checkbox"/>	عسكري وأمني	<input type="checkbox"/>	اقتصادي
<input type="checkbox"/>	اجتماعي وإنساني	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	صحي
<input type="checkbox"/>	ثقافي (فن، تراث..)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	رياضي
<input type="checkbox"/>	ديني - تاريخي	<input type="checkbox"/>	أخرى	<input type="checkbox"/>	

10/ مصادر استقاء المادة الإخبارية المستخدمة في قنوات الدراسة

أ- المصادر الداخلية

<input type="checkbox"/>	الصحفي (مندوب، مراسل محلي..)	<input type="checkbox"/>	بيانات رسمية (رئاسية، حكومية ..)
<input type="checkbox"/>	منصات التواصل الاجتماعي	<input type="checkbox"/>	وسائل إعلام وطنية عمومية
<input type="checkbox"/>	مراسل خارجي	<input type="checkbox"/>	مواطنون
<input type="checkbox"/>	اتصال هاتفي	<input type="checkbox"/>	

ب- المصادر الخارجية

11

11

7

11

11/ مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في قناتي الدراسة

11

9

11

5

10

11

12/ القيم الإخبارية في قناتي الدراسة

11

10

11

7

7

9

1

11

الملحق رقم (03): دليل التعريفات الإجرائية

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استمارة تحكيم أداة تحليل المضمون

تحية طيبة وبعد:

يشرفني أن أضع بين أيديكم التعريفات الإجرائية الخاصة بفئات تحليل مضمون نشرات أخبار قناتي الدراسة الخاصة بأطروحة الدكتوراه الموسومة ب:

جودة صناعة الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية

1. دراسة تحليلية استطلاعية لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018-

نلتمس من حضرتكم قراءة استمارة دليل التعريفات الإجرائية بتمعن مع تدوين النقائص والملاحظات اللازمة.

ملاحظة: يُرجى منكم وضع العلامات التالية:

* وضع حرف (A) أمام التعريف الذي ترون أنه يتناسب مع معناه في مضمون الدراسة.

* وضع حرف (B) أما التعريف الذي تقترحون إعادة تعديله.

* وضع حرف (Z) أمام التعريف الخاطئ.

إشراف الأستاذة الدكتورة

إعداد الطالبة:

أ.د نورة 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 إلقاءه الخبر ، وقد تكون خلف المذيع أو بجانبه، كما يمكن أن تغطي كامل الشاشة مع استمرار المذيع في قراءة الخبر، وتنوب هذه الصور عن المادة الفيلمية الحية لعدم توفرها .
3. **مادة فيلمية حية:** وهي عبارة عن فيديوهات قصيرة المدة الزمنية يوفدها الصحفيون (موفدون، مراسلون..) من مكان الحدث لتغطياتهم الإخبارية وفق شكل في مناسب (تقرير، بورترية، روبرتاج...).
4. **صور أرشيفية:** وقد تكون صور ثابتة أو فيديوهات قديمة يتم بها تطعيم 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 الست المعروفة أو أقل، يتميز بالمباشرة والجمل القصيرة.
- **التقرير:** هو خبر مفصل، يجيب عن كل أسئلة الخبر بالتعمق في ذكر التفاصيل بالشرح والوصف الدقيق، وهو أكثر الأنواع توظيفاً في النشرات الإخبارية.
- **الروبرتاج:** نوع صحفي أشبه بالرحلة الميدانية يمتزج فيها الوصف الدقيق للخبر بتفاصيله وزواياه مع شهادات حية ونسب وأرقام حول الواقعة الإخبارية.
- **البورترية:** أسلوب فني يعتمد على سرد سير شخصيات بارزة أو الإضاءة على شخصيات غير بارزة، وعادة ما يتناول البورترية سير فنانيين و مشاهير في مختلف المجالات (السياسة، الفن، الدين، الإعلام...) بالتعرض إلى جوانب بارزة في حياتهم ومختلف إنجازاتهم ومواقفهم.

- **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 سياقات سياسية أو اجتماعية أو تاريخية أو اقتصادية تُمكن القارئ أو المستمع من مقارنة الحادثة وفهمها فهما يتجاوز فضول معرفة حثيات الخبر إلى تكوين الوعي والموقف اتجاه الموضوع المتناول.

ج/ نوع القوالب الفنية المستخدمة

- **قالب الهرم المقلوب:** يعتبر من أكثر القوالب استخداماً في تحرير الأخبار، حيث يتم فيه تحرير الأخبار وفق قاعدة الأهم فالمهم فالأقل 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 الموازنة في عرض المعلومات والإلمام بمختلف تفاصيلها بالتدرج، ويتلاءم هذا النوع مع الأخبار التحليلية والقصصية.

- قالب الهرم المقلوب المتدرج: يجمع بين مزايا القالبين السابقين، ويتناسب مع الأخبار الطويلة وذات المواضيع الثانوية المتعددة، حيث يقوم الصحفي بتحرير كل خبر على حدا وفق الهرم المقلوب ليتم تركيب هذه الأخبار بالترتيب في خبر رئيسي واحد.

ثانيا: تحليل فئات المضمون

أ/ فئة الموضوع: وتم تصنيف هذه الفئة إلى فئات فرعية تتمثل في ما يلي:

- **المواضيع السياسية:** وتُعنى بالأمور السياسية سواء داخل البلاد من خلال معالجة القضايا والأنشطة المتصلة بالحكم والسلطة وإدارة الشأن العام عموماً أو خارج البلاد من خلال مواقف السياسة الخارجية للبلاد من خلال تفاعلاتها مع المجتمع الدولي.

- **المواضيع العسكرية والأمنية:** تتعلق بمسائل الأمن والاستقرار الوطني، وتشمل تغطية الأنشطة العسكرية والأمن الداخلي، ومكافحة الجريمة بأنواعها، والتهديدات الأمنية التقليدية والسيبرانية، كما تشمل العلاقات الدولية في بعدها الصراع من خلال تغطية يؤر 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 للبلاد، إلى جانب تناول مواضيع الاقتصاد العالمي في إطار التكتلات الاقتصادية الإقليمية والدولية، والمنافسة والنمو الاقتصادي والإنتاجية.

- **المواضيع الاجتماعية والإنسانية:** وتتناول المواضيع المرتبطة بالبنية المجتمعية بالتطرق إلى كل ما يهم المجتمع من تعليم، وصحة، وتربية، وقضايا المرأة و الأسرة 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:** وتعني بمعالجة المواضيع والأنشطة الرياضية البدنية والتنافسية والترفيهية.

- **المواضيع الدينية:** وتشمل معالجة مواضيع الأنشطة والشعائر الدينية، وكل ماله علاقة بالأبعاد الروحية والأخلاقية في الحياة العامة.

- **المواضيع التاريخية:** وتتمثل في كل ما له علاقة بالذاكرة الوطنية، ومعالجة المواضيع والأنشطة المخددة للهوية والوحدة الوطنية.

- **مواضيع أخرى:** وتتمثل في كل المواضيع التي لا تندرج ضمن المواضيع أعلاه كمواضيع الوفيات، وأحوال الطقس.

ب/ فئة المصادر: تم تقسيم فئة المصادر إلى:

- المصادر الداخلية: وتتمثل في كل المصادر التي تعتمد قناتي الدراسة من داخل الوطن ممثلة في الصحفيين، والبيانات الرسمية (رئاسية، حكومية ..)، ومواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الوطنية، والمواطنون والاتصالات الهاتفية بين المذيع مصدر الخبر (مسؤول، مواطنون..).

- المصادر الخارجية: وتمثلت 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، والهدف من ذلك زرع روح الأمل وتحفيز المجتمع.

- القضايا التنموية والمبادرات المجتمعية: وتشمل معالجة المشاريع والبرامج التنموية والمبادرات التطوعية.

- معلومات توعوية حول الأزمات والكوارث: وتتمثل في معالجة مواضيع حول تقديم إرشادات توعوية وحقائق موثوقة أوقات الأزمات والكوارث.

- مكافحة الفساد والبيروقراطية: وتختص بمعالجة مواضيع كشف الفساد وسبل التخفيف من التعقيدات الإدارية المعيقة للخدمات العامة.

- أخبار تهم كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة: بتسليط الضوء على قضاياهم وحقوقهم واحتياجاتهم، والتركيز إدماجهم في المجتمع وتسليط الضوء على إنجازاتهم.

- مكافحة الإرهاب: وتُعنى بمواضيع مكافحة الإرهاب بتسليط الضوء على جهود المصالح الأمنية والعسكرية ودورها في استتباب الأمن الوطني.

- تغطية أنشطة الأحزاب السياسية في البلاد: وتعنى بتغطية ومعالجة الشؤون الحزبية في البلاد، من خلال رصد نشاطاتها، ومؤتمراتها ومواقف قادتها من مختلف القضايا الوطنية والدولية والإقليمية.

- المواضيع البيئية: وهي القضايا التي تخص حماية البيئة، وقضايا التلوث، والتغير المناخي.. وغيرها.

- مواضيع تخص المرأة والطفل: وتخص كل المواضيع المهمة بالأم والطفل وصحتهم، وحقوقهم والبرامج الموجهة لهم.

د/ القيم الإخبارية:

- المحلية و القرب: وهي الأخبار التي تتميز بالقرب الجغرافي أو النفسي أو العاطفي للجمهور المتلقي، فالأحداث القريبة أو المحلية تجذب انتباه الجمهور وتثير تفاعلهم وتعاطفهم.

- الحداثة والآنية: وهي الأخبار التي تتميز بالجدية والمستجدات اللحظية.

- الضخامة والأهمية: وتتعلق هذه القيمة بالأخبار الكبرى 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 أبعادا تنموية ونهضة اقتصادية من شأنها تحسين أوضاع المجتمع المعيشية، وتسهم في نهضة وتقديم البلاد من الناحية الاقتصادية.
- التكافل الاجتماعي والاهتمامات الإنسانية: وتتمثل في القصص الإخبارية التي تبرز التضامن وتستثير الجوانب الإنسانية في الفرد بما يعزز قيم التماسك والتآزر المجتمعي.
- السيادة والوحدة الوطنية: وتتمثل في المواضيع التي تُعنى 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 بحكم تأثيرها واستحوادها 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: وتتعلق بأخبار الكوارث، والفضائح والجرائم، غلاء معيشي، وتستهدف جمهورا واسعا لوقعها النفسي والعملي على المتلقي.

الملحق رقم (04): دليل استمارة الاستبيان

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

استمارة 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 لقناتي الجزائرية الثالثة والشروق نيوز ديسمبر 2017 جانفي 2018-

لذا نرجو من سيادتكم المساهمة في إنجاح هذه الدراسة بالتكرم بالإجابة على كافة أسئلة هذه الاستمارة، وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، مع العلم أن المعلومات التي تقدم سٌستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكركم مسبقا على حسن تعاونكم معنا.

إشراف:

إعداد الطالبة:

أ.د: نورة شلوش

حليمة قمورة

تخصص: دراسات الإذاعة والتلفزيون.

المحور الأول : محور المعلومات الشخصية

1/ الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2/ السن:

☐ أقل من 30 سنة ☐ 39-30 ☐ 49-40 ☐ 50 سنة فما فوق ☐

3/ الأقدمية في العمل:

☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات ☐

4/ المستوى العلمي:

ليسانس ☐ ماستر ☐ ما بعد التدرج (ماجستير، دكتوراه...) ☐

أخرى أذكرها:.....

5/ نوع المنصب في قسم الأخبار

مدير الأخبار ☐ رئيس تحرير ☐ نائب رئيس تحرير ☐ معد النشرة ☐ مديع النشرة ☐

منتج أخبار ☐ صحفي (معد التقارير والتغطيات) ☐ محرر ☐

صحفي (قارئ التقارير) ☐ مدقق لغوي ☐ أكثر من مهمة ☐

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

الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
العبارة					
تسخر إدارة القناة ميزانية معتبرة لتطوير وتجويد عمل القناة ككل					
تسعى القناة إلى تحقيق الريادة في مجال الأخبار					
تهتم القناة بكسب رضا الجمهور وتلبية رغباته					
تقع مسؤولية تطبيق مبادئ الجودة في القناة على كل العاملين بها					
يهتم القائم بالاتصال بسمعة المؤسسة باعتباره أحد أفرادها					
تقتضي الجودة توفير كافة الوسائل التقنية والمادية والبشرية					
يدرك القائم بالاتصال حجم المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية					
تحرص القناة على توظيف الكفاءات الإعلامية					

8- علاقة القائم بالاتصال بالمسؤولين

العبارات	الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
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 تعترض العاملين بالمؤسسة						

9/ التحسين المستمر

العبارات	الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
تتبنى 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

العبارات	الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
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 راتبا ماديا محترما نظير عملهم في المؤسسة						
تطغى المحسوبية والبيروقراطية في توزيع المكافآت						
تتفق السياسة التحريرية للقناة مع توجهات وقناعات القائمين بالاتصال						

المحور الثالث التكيف الرقمي لقناتي الدراسة مع المستجدات التكنولوجية وتطبيقها في صناعة وإنتاج نشرات الأخبار.

11/ مدى مواكبة القناة للتكنولوجيات الرقمية الحديثة واستخدامها في مراحل إنتاج نشرات الأخبار

☐ دائما ☐ إلى حد ما ☐ لا تواكب

إذا كانت إجابتك محصورة بين "دائما وإلى حد ما" ماهي أكثر مراحل صناعة الخبر التي تستخدم فيها التكنولوجيات الحديثة؟

مرحلة جمع وإعداد الأخبار ☐ مرحلة تحرير الأخبار ☐ مرحلة عرض وتقديم النشرة ☐

12/ امتلاك قناتي الدراسة لمنصات ومواقع إلكترونية خاصة بها

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت إجابتك ب "نعم" ما هي أهم المنصات التي يستخدمها القائمون بالاتصال

موقع الكتروني رسمي ☐ فيسبوك ☐ تويتر ☐ يوتيوب ☐

مواقع 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 بثها في القناة ☐

إعداد أرشيف الكتروني خاص بالبرامج التي تبثها القناة ☐ تكذيب الأخبار الزائفة ☐

أخرى أذكرها.....

14/ أوجه استفادة القائمين بالاتصال من منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإخباري

يعتمدها القائم بالاتصال كمصدر للأخبار ☐ أداة هامة لسير آراء الجمهور إزاء البرامج والأخبار التي تبثها القناة ☐

تسهيل عملية التعرف على احتياجات وتطلعات الجمهور ☐ دعم البث الساتلي للقناة ☐

المحافظة على مكانة القناة ضمن الساحة الإعلامية في العالم الافتراضي ☐ أخرى أذكرها.....

15/ إيجابيات استخدام التكنولوجيات الحديثة في صناعة وإنتاج النشرة الإخبارية (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

قليلة التكاليف المادية ☐ سهولة تخزين واسترجاع المعلومات ☐

تعزز جودة الأداء لدى المذيع ☐ تحقق الإبهار البصري ☐

سرعة التحقق من صدقية وصحة المصادر ☐

- ☐ تعالج الخلل الذي قد يقع أثناء تقديم النشرة ☐ التنوع في أشكال عرض المادة الإخبارية
- ☐ تعمل على جذب أكبر قدر من المشاهدين ☐ تنوب عن التقارير والمشاهد الحقيقية

16/ سلبيات استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيات الحديثة في المجال الإخباري (يمكنك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ يمكنها أن تكون بديلا 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 مواقع التواصل الاجتماعي
- ☐ لا يوجد لها سلبيات

17/ التكنولوجيات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال بكثرة في مختلف مراحل إعداد وتحرير وإنتاج نشرات الأخبار؟ (يمكنك اختيار أكثر من احتمال)

- ☐ الحاسوب المزود بالانترنت ☐ الهاتف المحمول
- ☐ الكاميرات الرقمية المتنقلة ☐ تطبيقات الذكاء الاصطناعي
- ☐ مواقع التواصل الاجتماعي ☐ كاميرا 360° و كاميرا 3D

أخرى تذكر.....

المحور الرابع: تقييم القائم بالاتصال لواقع الإعلام الإخباري الجزائري في ظل تعددية السمعى البصري والعوامل المؤثرة على جودته.

18/ العوامل المؤثرة بشكل أكبر على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القناة (بإمكانك اختيار أكثر من خيار)

- ☐ الضغوط السياسية ☐ قيم وعادات المجتمع ☐ ضغط الإشهار
- ☐ تعنت المصدر في إعطاء كافة تفاصيل الحدث ☐ ضغط المنافسة ☐ ضغط الوقت
- ☐ احتياجات وأذواق الجمهور ☐ ملكية الوسيلة ☐ ضغوط السياسة التحريرية
- ☐ علاقات العمل داخل المؤسسة

19/ الإضافة التي أتاحها التعددية الإعلامية وفتح قطاع السمعى البصري على الساحة الإعلامية

- ☐ الجرأة في تناول المواضيع الإخبارية (التابوهات، التحقيقات..)
- ☐ سوء استخدام حرية التعبير
- ☐ معالجة مختلف المواضيع والثغرات التي غفل عنها الإعلام العمومي
- ☐ خلق منافسة فيما بين القنوات الفضائية الجزائرية مع بعضها

☐ خلق منافسة بين القنوات الفضائية الجزائرية و القنوات العربية والدولية

☐ التعرض لمواضيع تتنافى وقيم المجتمع الجزائري وتقاليده

☐ إضافة نوعية للساحة الإعلامية الجزائرية ☐ إضافة كمية للقنوات الفضائية فقط

تجربة فنية لم تنضج بعد ☐ أخرى أذكرها:.....

20/ تقييم القائمين بالاتصال لمستوى جودة النشرات الإخبارية في القناة التي تعملون بها مقارنة بالقنوات الفضائية العالمية
الرائدة في مجال الأخبار

☐ عالية ☐ في تحسن مستمر

☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐ لا أدري

إذا كانت إجابتك تنحصر بين "متوسطة" و "ضعيفة" فما هي العراقيل التي تحول دون بلوغ مستوى الجودة الإخبارية؟

.....
.....

21/ سبل الارتقاء بجودة الخدمة الإخبارية عموما والنشرة الإخبارية على وجه التحديد في القناة التي تعملون بها

.....
.....

