



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

أبحاث الأكاديميين نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة
دراسة ميدانية علاج عينه من أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري والتقنيات الجديدة

إعداد الطالب: هشام ميسه
إشراف الأستاذة: د. سعاد محراز
مساعد المشرف: أ.د. العربي بوعمامة

لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة مستغانم	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سليمة بوشفرة
مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر - أ-	د. سعاد محراز
مقررا ثانيا	جامعة مستغانم	أستاذ التعليم العالي	أ.د. العربي بوعمامة
ممتحنا	جامعة وهران 2	أستاذ التعليم العالي	أ.د. حسنية بلحاج
ممتحنا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ.د. الطاهر أجفيم

الموسم الجامعي: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنِيَّةٍ فَسَبُّوا أَرْوَاحَهُمْ
تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾

(الحجرات الآية 6)

صدق الله العظيم

يقول القاضي الفاضل عبد الرحيم البيساني (526هـ - 596هـ):

«إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ مَا كُتِبَ أَحَدُهُمْ فِي يَوْمِهِ كِتَابًا إِلَّا قَالَ فِي غَرِّهِ، لَوْ
غَيَّرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنَ، وَلَوْ زَيَّرَ ذَلِكَ لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ، وَلَوْ قَرَّمَ هَذَا لَكَانَ
أَفْضَلَ، وَلَوْ تَرَكَ ذَلِكَ لَكَانَ أَجْمَلَ وَهَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَهُوَ وَهْلٌ عَلَى
اسْتِيْلَاءِ النَّقْصِ عَلَى جُمْلَةِ الْبَشَرِ»

الإهداء

إلى من كانت أدعيتهم تشقُّ لي طريق النَّجاح... وتذلل الصَّعاب... وتمنحني الصَّبر والعزيمة
والديّ العزيزين أطل الله في عمرهما

إلى التي تقود معي سفينة الحياة، وتقف معي في وجه أمواجها العاتية، وفي أحلك ظروفها وتدفعني
إلى الأمام لتنتسّم عبير النجاح، زوجتي المخلصة

إلى من يزيّنون حياتي، أبنائي: المعتصم بالله، رزان، سيف الإسلام

إلى الأوطان التي تسكن القلب... وثحي الروح... وتحرّك الوجدان حبًّا وعشقًا ووفاء

فلسطين الحبيبة... أرض الإسراء والمعراج

الجزائر... وطني الحبيب بلد الشهداء

ليبيا... أرض المختار والجهاد

إلى من أحبُّهم في الله صدقًا وكانوا سندًا ودعمًا طوال رحلتي العلمية

إليهم جميعا أهدي ثمرة جهدي هذا

هشام

شكر وتقدير

الحمدُ لله الذي منَّ عليَّ بفضلِهِ، وأتمَّ عليَّ بنعمته، وأكرمني من عَطَائِهِ، ومنحني الصبر لإتمام هذا العمل فاللهم لك الحمد حمدًا كثيرًا طيبًا مباركًا فيه، أشكرك ربي على نِعَمِكَ التي لا تُعدُّ ولا تُحصى، وأشكرك أن يسَّرت لي لإتمام هذا البحث.

يقول الله تعالى: ﴿وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ﴾، ويقول تعالى: ﴿هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَنِ إِلَّا الْإِحْسَنُ﴾، ويقول الرسول ﷺ: (مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ لَا يَشْكُرُ اللَّهَ)، ويقول الشاعر الحطبيَّة العبسي: (مَنْ يَفْعَلِ الْخَيْرَ لَا يَعْدَمُ جَوَازِيَهُ... لَا يَذْهَبُ الْعُرْفُ بَيْنَ اللَّهِ وَالنَّاسِ).

وعرفانًا مني بالجميل لأهل الفضل أتقدمُ بجزيل الشكرِ وعظيم التَّقدير والامتنانِ للأستاذين الفاضلين: الدكتورة "سعاد محراز" والبروفيسور "العربي بوعمامة" حفظهما الله وأدام عليهما الصحة والعافية، اللذين أشرفا على هذه الأطروحة وكان لنصائحهما وتوجيهاتهما ودعمهما العلمي والمعنوي المتواصل الفضل في إتمام هذا العمل فلهما الشكر والثناء ومن الله عظيم الأجر والجزاء.

والشكر موصول للأساتذة الفضلاء أعضاء لجنة المناقشة لتفضُّلهم وقبولهم مناقشة هذا العمل العلمي وليثروهم بعلمهم، بفضل ملاحظاتهم وآرائهم العلمية القيِّمة.

أقدمُ أرقى عبارات الشكر إلى الأساتذة الأجلاء الذي حكَّموا استمارة الاستبيان كُملُّ باسمه وصفته ومقامه، ومنحوني من وقتهم الثمين للنقاش والحوار، أساتذتي من ليبيا ومصر وفلسطين، وإلى أستاذتي الدكتورة "فاطمة الزهراء قيطة" التي رافقت هذا العمل واستفدت الكثير من ملاحظاتها وتوجيهاتها، وكذا أختي الدكتورة "البني رحموني" والدكتورة "أمينة علاق" وأختي الدكتور "سعد بلمداني" على دعمهم المتواصل والشكر موصول للأساتذة الذين أجابوا على الاستبيان.

وفي الختام فإن الشكر موصول لكلِّ من قدَّم لي المشورة أو أسدَى لي النصَّح أو ساهم في إبداء الرأي أو تبسَّم بكلمةٍ طيبةٍ تطمئن خاطر حتى استطعت أن أنجز هذا العمل ممن لم يرد ذكرهم، وجزى الله الجميع عني خير الجزاء.

وفي الأخير فإنَّ هذا العمل هو جهد بشري والذي لا يخلو من الأخطاء والهفوات فالكمال لله، وكما قال الشاعر أبي القاسم الحريري البصري:

فَانظُرْ إِلَيْهَا نَظَرَ الْمَسْتَحْسِنِ وَأَحْسِنِ الظَّنَّ بِهَا وَحَسِّنِ
وَإِنْ بَجَّدَ عَيْبًا فَسُدِّ الْحَلَالَ فَجَلَّ مَنْ لَا عَيْبَ فِيهِ وَعَلَا
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ عَلَى مَا أَوْلَى فَنِعَمَ مَا أَوْلَى وَنِعَمَ الْمَوْلَى
ثُمَّ الصَّلَاةُ بَعْدَ حَمْدِ الصَّمَدِ عَلَى النَّبِيِّ الْهَاشِمِيِّ مُحَمَّدٍ

هشام

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns in black and white, framing the central text.

الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الآية القرآنية
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
و	فهرس المحتويات
ط	فهرس الجداول
ك	فهرس الأشكال
ل	فهرس الملاحق
م	ملخص الدراسة باللغة العربية
ن	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية (Abstract)
س	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية (Résumé)
1	مقدمة
الفصل الأول	
الإطار المنهجي للدراسة	
08	1- إشكالية الدراسة
09	2- تساؤلات وفروض الدراسة
11	3- أهمية الدراسة
11	4- أهداف الدراسة
12	5- الدراسات السابقة
25	6- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
27	7- الخلفية النظرية للدراسة
33	8- نوع الدراسة ومنهجها
34	9- مجتمع الدراسة والعينة
36	10- أدوات جمع البيانات
39	11- إجراءات الصدق والثبات
48	12- الأساليب الإحصائية المستخدمة

الفصل الثاني	
الإطار النظري للدراسة	
المبحث الأول: مدخل إلى الاتجاهات النفسية	
53	المطلب الأول: تعريف الاتجاهات
55	المطلب الثاني: خصائص الاتجاهات
56	المطلب الثالث: مكونات الاتجاه
57	المطلب الرابع: أنواع الاتجاه
59	المطلب الخامس: مراحل تكوين الاتجاه
60	المطلب السادس: طرق قياس الاتجاه
المبحث الثاني: الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية	
67	المطلب الأول: تعريف الأداء المهني
68	المطلب الثاني: مكونات الأداء وعناصره
74	المطلب الثالث: خصائص الأداء
75	المطلب الرابع: أهمية دراسة الأداء
76	المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في الأداء المهني
79	المطلب السادس: تقييم الأداء المهني
83	المطلب السابع: قياس الأداء المهني
85	المطلب الثامن: مستوى الأداء المهني المرتبط بأخلاقيات المهنة
المبحث الثالث: القطاع السمعي البصري والقنوات الجزائرية الخاصة	
89	المطلب الأول: نشأة وتطور قطاع السمعي البصري في الجزائر
97	المطلب الثاني: عوامل ظهور القنوات الجزائرية الخاصة
98	المطلب الثالث: سلطة الضبط السمعي البصري
104	المطلب الرابع: إيجابيات القنوات الفضائية الخاصة
105	المطلب الخامس: سلبيات القنوات الفضائية الخاصة
108	المطلب السادس: التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة

الفصل الثالث الإطار الميداني للدراسة	
112	المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
180	المطلب الثاني: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
187	المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة
194	خاتمة
198	مصادر ومراجع الدراسة
213	الملاحق

فهرس الجدول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع الجامعات حسب الندوات الجهوية	35
02	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات محور الاعتماد على القنوات الخاصة مع المجال ككل	40
03	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة	41
04	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة	42
05	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال النشرات القنوات الجزائرية الخاصة	43
06	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال البرامج المقدمة	44
07	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال المذيعين والمذيعات	44
08	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الإخراج	45
09	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الجمهور	46
10	يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الكفاءة الإدارية	46
11	يوضح ثبات محاور الدراسة	47
12	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	112
13	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	113
14	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية	114
15	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة المهنية	115
16	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة النهار الجزائرية	116
17	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة الشروق نيوز الجزائرية	117
18	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة البلاد الجزائرية	118
19	توزيع عينة الدراسة وفقا للحجم الساعي لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	120
20	توزيع عينة الدراسة وفقا للفترة المفضلة للمشاهدة	121
21	توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة	123
22	توزيع عينة الدراسة وفقا للمكان المفضل للمشاهدة	126
23	توزيع عينة الدراسة وفقا للوسيلة المفضلة للمشاهدة	127
24	توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة اعتمادهم على القنوات الجزائرية الخاصة	129
25	توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى الثقة في القنوات الخاصة	134

135	العلاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة والاعتماد عليها	26
137	توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي	27
138	توزيع عينة الدراسة وفقا لنوع تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي	28
140	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة	29
145	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو الجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة	30
154	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو النشرات الاخبارية في القنوات الجزائرية الخاصة	31
160	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو أداء البرامج المقدمة في القنوات الجزائرية الخاصة	32
163	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو المذيعين والمذيعات في القنوات الجزائرية الخاصة	33
166	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو الإخراج في القنوات الجزائرية الخاصة	34
169	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو التفاعل مع الجمهور في القنوات الجزائرية الخاصة	35
171	توزيع عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الجزائرية الخاصة	36
173	توزيع عينة الدراسة وفقا لمقترحات تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة	37
181	نتائج تطبيق اختبار (ت) للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير الجنس	38
182	تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير السن	39
183	تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير الدرجة العلمية	40
184	تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير الخبرة المهنية	41
185	تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير حجم التعرض	42

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
112	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	01
113	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	02
114	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية	03
115	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة المهنية	04
116	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة النهار الجزائرية	05
117	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة الشروق نيوز الجزائرية	06
118	توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة البلاد الجزائرية	07
120	توزيع عينة الدراسة وفقا للحجم الساعي لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	08
122	توزيع عينة الدراسة وفقا للفترة المفضلة للمشاهدة	09
124	توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة	10
126	توزيع عينة الدراسة وفقا للمكان المفضل للمشاهدة	11
128	توزيع عينة الدراسة وفقا للوسيلة المفضلة للمشاهدة	12
129	توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة اعتمادهم على القنوات الجزائرية الخاصة	13
134	توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة	14
138	توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى تأثير مشاهدة القنوات الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي	15
139	توزيع عينة الدراسة وفقا لنوع تأثير مشاهدة القنوات الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي	16
174	توزيع عينة الدراسة وفقا لمقترحات تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة	17

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
214	استبيان الدراسة	01
222	أسماء المحكين	02

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، وتعدُّ من الدراسات الوصفية الكمية بالاعتماد على المنهج المسحي، عن طريق أسلوب المسح لعينة قوامها 214 مفردة من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية، وقد تم استخدام أداة الاستبيان أداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

- 1- أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة.
 - 2- أن دوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة هي دوافع نفعية بالدرجة الأولى، تمثلت في "معرفة ما يجري في الجزائر" و"مشاهدتها بحكم التخصص" و"معرفة واقع الممارسة الإعلامية".
 - 3- كانت درجة الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات في الظروف العادية وخلال الأزمات تتراوح ما بين ضعيفة إلى متوسطة.
 - 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الأساتذة نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير: السن، الرتبة العلمية.
 - 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الأساتذة نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير: النوع، الخبرة المهنية.
 - 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الأساتذة نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير مدى التعرض لها.
- الكلمات المفتاحية:** اتجاهات - أساتذة الإعلام والاتصال - الأداء المهني - القنوات الجزائرية الخاصة

Abstract

This study aimed to identify the attitudes of media and communication professors towards the professional performance of the Algerian private channels. It is considered one of the quantitative descriptive studies based on the survey method, with a sample of 214 individuals drawn from media and communication professors at Algerian universities. The questionnaire was used as a data collection tool.

The study yielded numerous findings, the most significant of which are:

- 1- Most of the respondents watch Algerian private channels (Ennahar, Echorouk News, and Elbilad).
- 2- The reasons for viewing Algerian private channels are primarily utilitarian, as evidenced by the desire to "know what is going on in Algeria," "watch them due to specialization," and "know the reality of media practice."
- 3- The level of dependence on Algerian private channels for information in ordinary and crisis circumstances ranged from low to medium.
- 4- There are no statistically significant differences in teachers' attitudes toward the professional performance of Algerian private channels according to the variable of age and academic rank.
- 5- There are statistically significant differences between the teachers' attitudes towards the professional performance of the Algerian private channels, according to the variables of gender and professional experience.
- 6- According to the variable of exposure to those channels, there are statistically significant differences in professors' attitudes toward the professional performance of Algerian private channels.

Keywords: Attitudes - professors of media and communication - professional performance - Algerian private channels.

Résumé

Cette étude visait à identifier les attitudes des professeurs de médias et de communication vis-à-vis de la performance professionnelle des chaînes privées algériennes. Elle est considérée comme l'une des études descriptives quantitatives basées sur la méthode de sondage, avec un échantillon de 214 personnes issues de professeurs de médias et de communication des universités algériennes. Le questionnaire a été utilisé comme outil de collecte de données.

L'étude a abouti à de nombreux résultats, dont les plus significatifs sont:

1-La plupart des répondants regardent les chaînes privées algériennes (Ennahar, Echorouk News et Elbilad).

2 - Les raisons de regarder les chaînes privées algériennes sont avant tout utilitaires, comme en témoigne la volonté de "savoir ce qui se passe en Algérie", de "les regarder en raison de la spécialisation" et de "connaître la réalité de la pratique médiatique".

3 - Le niveau de dépendance vis-à-vis des chaînes privées algériennes pour l'information dans des circonstances ordinaires et de crise variait de faible à moyen.

4 - Il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans les attitudes des enseignants vis-à-vis de la performance professionnelle des chaînes privées algériennes selon la variable d'âge et de rang académique.

5 - Il existe des différences statistiquement significatives entre les attitudes des enseignants vis-à-vis de la performance professionnelle des chaînes privées algériennes, selon les variables de genre et d'expérience professionnelle.

6-Selon la variable d'exposition à ces chaînes, il existe des différences statistiquement significatives dans les attitudes des professeurs vis-à-vis de la performance professionnelle des chaînes privées algériennes.

Mots clés: Attitudes ; professeurs de médias et de communication ; performance professionnelle ; chaînes privées algériennes

مَقَامَاتُ

مُتَلَمَّة

أحدثت تكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعية ثورةً في مجال الإعلام والبثّ الفضائي فبعد أن كان المتلقي رهين القنوات المحلية (الوطنية) التابعة للدولة، والتي كانت تهدفُ إلى خدمة النظام السياسي وفق الفلسفة السلطوية أو الاشتراكية، أصبح بالإمكان اليوم استقبال الآلاف من القنوات الفضائية ذات المضامين العامة أو المتخصصة، وذات بعد ليبرالي في ملكيتها (خاصة)، وهو ما شكّل أحد مظاهر العولمة الإعلامية التي ألغَتْ الحدود الجغرافية وقربت المسافات، ولتعزيز مفهوم الجمهور النشط والإيجابي الذي يقوم على الانتقائية في اختيار مضامين وسائل الإعلام وفق نظرية الاستخدامات والإشباع.

وعلى عكس الكثير من الدول العربية؛ عرفت الجزائر تأخراً كبيراً في هذا المجال، نظراً لأنّ قطاع السمعي البصري كان تابعاً للدولة، حيث اقتصرت الملكية الخاصة لوسائل الإعلام على الصحافة المكتوبة، وهذا من خلال دستور 1989 الذي فتح المجال للتعددية السياسية، ثم قانون الإعلام 1990، والذي ينصُّ على حرية إنشاء الصحف فقط، وبالتالي فإن التعددية الإعلامية قد اقتصرت على المجال الصحفي، من خلال منح التراخيص لإنشاء العديد من الصحف الوطنية، أما فيما يخصُّ الإذاعة والتلفزيون فقد بقي الحال كما كان عليه في السابق.

وقد عرفت بداية 2011 تظاهرات شعبية في العديد من الدول العربية، والتي عُرفت بما يُسمّى بـ "أحداث الربيع العربي"، حيث ساهمت بعض الفضائيات العربية في التأثير على الرأي العام وإحداث التغيير السياسي، على غرار ما حدث في تونس ومصر وليبيا واليمن، من خلال التغطية الإخبارية المباشرة، وتخصيص زمن كبير في تحليل وقراءة الأحداث، ومنافستها للقنوات الحكومية في تحقيق سبق الإعلامي، الشيء الذي دفع بالسلطة إلى ضرورة التفكير في فتح

القطاع السمعي البصري أمام الخواص لتجسيد التعُدديّة في المشهد الإعلامي، من خلال القانون العضوي للإعلام 05-12، والقانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

فقد أقرّ القانون العضوي للإعلام 05-12 الصادر في 12 يناير 2012 وبصفة رسميّة فتح القطاع السمعي البصري، حيث جاء في المادة الرابعة أن أنشطة الإعلام تضمن عن طريق وسائل الإعلام التي يملكها أو ينشئها أشخاص طبيعيين أو معنويون يخضعون للقانون الجزائري، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويّون يتمتعون بالجنسية الجزائرية¹، ثم أعقبه صدور قانون 04-14 في 24 فبراير 2014 والمتعلق بالنشاط السمعي البصري، والذي قدّم شروطًا وتفاصيلًا للضوابط والآليات الخاصة بممارسة النشاط السمعي البصري.

ولأجل هيكلة وتنظيم قطاع السمعي البصري في الجزائر، تمّ إنشاء سلطة الضبط السمعي البصري على غرار بعض الدول العربية، والتي نصّت عليها المادة 64 من قانون الإعلام 05-12، وحدّد مهامها وصلاحياتها القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري والتي تهدف إلى ضبط ومراقبة الممارسة الإعلامية للقنوات الخاصة، في إطار احترام قواعد وأخلاقيات المهنة.

ومن هنا انطلقت العديد من القنوات الجزائرية الخاصة في البث (2012)، والتي اتخذت من العديد من الدول العربية مقرّات لها (مكان البث)، أما في الجزائر فكانت مجرد مكاتب تابعة لها، وبالتالي فقد صُنّفت على أنها قنوات أجنبية تخضع للقانون الأجنبي، تحصّلت على ترخيص حكومي للعمل في الجزائر هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الكثير من هذه القنوات التلفزيونية كانت عبارة عن مؤسسات صحفية على غرار النهار، الشروق، البلاد... الخ.

¹ القانون العضوي رقم: 05-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 يتعلق بالإعلام، المادة 4، ص2.

وقد عرفت الساحة الإعلامية في ظرف وجيز ارتفاعاً في عدد القنوات الخاصة، والتي حاولت أن تكون البديل عن الإعلام العمومي، بالنظر إلى الصورة النمطية لدى الجمهور أولاً ومحاوله جذبته إلى البرامج الوطنية ثانياً، من خلال التركيز على القضايا المحلية الملامسة لواقع المواطن، بعد أن كان يتعرّض للعديد من القنوات العربية والأجنبية.

وهكذا عرفت القنوات الجزائرية الخاصة تسجيل نسبة مشاهدة، وأصبحت تنافس الإعلام العمومي والفضائيات العربية، من خلال تسليط الضوء على القضايا المحلية، سواء من خلال النشرات الإخبارية أو البرامج الحوارية، وانتقلت من وسيلة تليّ حاجيات المتلقي، إلى وسيلة يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات (وفق منظور الاعتماد على وسائل الإعلام).

ورغم ذلك فقد اصطدمت الرسالة الإعلامية عبر القنوات التلفزيونية الخاصة بعدد من المؤقتات ومنها بالخصوص: ضبابية الرؤية المستقبلية والتخطيط استناداً إلى سير آراء الجمهور المستهدف لمعرفة ما يشدُّ انتباهه، وكانت عديد القنوات الخاصة تركز على تقنيات الإغراء والتأثير المبهر لضمان أعلى نسبة مشاهدة.¹

وقد عرف المشهد الإعلامي تغيرات كبيرة في فترة وجيزة، وانعكس بشكل سلبي على الممارسة الإعلامية، حيث تم غلق بعض القنوات على غرار قناتي الوطن والأطلس من طرف السلطة، وغلق كل من "الخبر Kbc" و"دزاير نيوز" و"البديل" بسبب الأزمة المالية، والتوقيف المؤقت لبعض القنوات في بعض الأحيان، وتم توجيه إنذار لبعض القنوات نتيجة وقوعها في مخالفات جسيمة مسّت بقواعد المهنة وأخلاقها، وأخلّت بمبادئ وقواعد النظام العام، وهو ما طرح العديد من التساؤلات منها مفهوم الحرية في الإعلام، ومدى التزام القنوات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، وكيف يمكن للتشريعات الإعلامية أن تواكب وتؤطر هذا التطور الحاصل في المجال السمعي البصري.

¹ المنصف العياري، الإعلام السمعي البصري: تجذير الممارسة، دار سحر للنشر، تونس، 2014، ص 13.

وقد أثار موضوع الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة العديد من التساؤلات خاصة ما تعلق بعلاقتها بالسلطة ومدى استقلاليتها، وهو ما يتعارض مع المفهوم الليبرالي لوسائل الإعلام، وقد ظهر هذا جلياً في بداية الحراك الشعبي، إذ أثار موقف القنوات الخاصة وطريقة تغطيتها للأحداث العديد من التساؤلات حول تبعية القنوات للسلطة أو لرجال المال، من خلال التوجّه الربحي التجاري.

وإنه من الصعوبة بمكان قياس الأداء المهني للقنوات الخاصة في دراسة واحدة نظراً لكثرتها أولاً، واختلاف تخصصها (إخبارية، رياضية، طبخ، إعلانات...) ثانياً، وكذا أن منها توقفت على البث، وبالتالي فقد تمّ التركيز على ثلاث قنوات هي النهار، والشروق نيوز والبلاد، وهي قنوات ذات طابع إخباري، ومن القنوات الأولى تأسيساً، وتحظى بحجم مشاهدة بناءً على الدراسات التي تمت في هذا المجال، بالإضافة إلى أن هذه القنوات تملك رصيداً إعلامياً، فهي كانت مؤسسات صحفية قبل الانفتاح السمعي البصري، وهي من ضمن القنوات الخمس التي تملك ترخيصاً للعمل في الجزائر، وهذا ما أكدته دراسة "عبد القادر بغداد باي" و"يسري صيشي" إلى أنّ القنوات "النهار" و"الشروق نيوز" و"البلاد" أولى القنوات مشاهدةً من طرف أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية.¹

وانطلاقاً من هذا الواقع جاءت هذه الدراسة لمعرفة اتجاهات الأكاديميين الجزائرية نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، من خلال دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية، وتعتبر هذه الفئة نخبة تلقت تكويناً أكاديمياً ومعرفياً متخصصاً في مجال الإعلام، وبالتالي لها القدرة على قياس ما هو كائن وما ينبغي أن يكون، وأن قياس الاتجاهات يُفيد القنوات الخاصة في تحسين وتطوير أدائها المهني الإعلامي، في ظلّ الإعلام الوافد من جهة، ومن جهة أخرى عدم الاستقرار السياسي في الدول المجاورة والمنطقة العربية.

¹ عبد القادر بغداد باي، يسري صيشي، البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية، مجلة آفاق علمية، جامعة تامنغست، الجزائر، المجلد 12، العدد 02، 2020، ص 65.

ولهذا الغرض تمّ تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول؛ حيث يتضمّن **الفصل الأول** وهو الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة، أهمية وأهداف الدراسة، التساؤلات والفروض، ثم الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع، تحديد المفاهيم والمصطلحات، والخلفية النظرية للدراسة والمتمثلة في نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من خلال مبادئها ومرتكزاتها، والتي ينبغي أن تنعكس في الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، ثم الإجراءات المنهجية التي أتبعها الباحث؛ وهي نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة والعينة، وأدوات جمع البيانات متمثلة في الاستبيان واختبار صدقه وثباته، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية وفي اختبار الفرضيات.

أما **الفصل الثاني** وهو الإطار النظري للدراسة؛ يتناول فيه الباحث لمفاهيم الدراسة وقد تضمّن ثلاث مباحث هي: المبحث الأول الاتجاهات النفسية: تعريفها، خصائصها، مكوناتها أنواعها، مراحل تكوينها وطرق قياسها، أما المبحث الثاني الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية: تعريف الأداء المهني، مكونات الأداء وعناصره، خصائص الأداء، أهمية دراسة الأداء، العوامل المؤثرة في الأداء المهني، تقييم وقياس الأداء المهني ومستوى الأداء المهني المرتبط بأخلاقيات المهنة. أما المبحث الثالث يتضمن قطاع السمعي البصري في الجزائر والقنوات الخاصة: نشأته وتطوره، نشأة القنوات الخاصة، إيجابياتها وسلبياتها، والتحديات التي تواجهها.

أما **الفصل الثالث** وهو الدراسة الميدانية، والذي تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، حيث يتناول المبحث الأول عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني فهو اختبار الفرضيات، وفي المبحث الثالث تم عرض النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

تُعَدُّ القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر تجربة جديدة، مقارنة مع مثيلاتها في الدول العربية، حيث يعود أول بثٍ لقناة جزائرية خاصة إلى سنة 2012، إذ أنَّ الإعلام السمعي البصري بقي ممثلاً في الإعلام العمومي التابع للدولة، وهذا خلاف الكثير من الدول العربية السبّاقة لذلك.

وقد وُجّهت إلى الإعلام الحكومي بشكل عام العديد من الانتقادات، باعتباره يعكس وصاية الحكومة على المواطن باعتباره قاصراً فكرياً¹، ومن جهة أخرى أزالّت الثورة التكنولوجية والبث الفضائي الحواجز، ولم يُعَدَّ بالإمكان منع المضامين الخارجية، خاصة ما تعلّق ببعض القنوات الفضائية العربية، والتي كانت لها أجندها في إحداث التغيير السياسي في أنظمة بعض الدول العربية.

ومن هنا بات من الضروري فتح المجال للقطاع الخاص (وفق النظرية الليبرالية)، ووضع إطار تشريعي لممارستها الإعلامية، حيث انطلقت العديد من القنوات الفضائية الخاصة في البث، وكسرت حاجز الكثير من القضايا الحساسة من خلال برامجها، وكذا تغطيتها لانشغالات المواطن، من خلال تركيزها على القضايا المحلية.

وقد توصلت العديد من الدراسات التي استخدمت تحليل المضمون إلى وجود اختلالات على مستوى الممارسة المهنية لبعض هذه القنوات، حيث توصلت دراسة "فوزية عبو" إلى عدم التزام قناة النهار بمبدأ الحيادية أثناء الحملة الانتخابية (رئاسيات 2014)،² أما دراسة "عبد القادر بغداد باي" و"يسري صيشي" فقد توصلت إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة تمارس

¹ حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة: الفرص والتحديات.. الواقع والطموحات، ط1، إيتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 2010، ص45.

² فوزية عبو، المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014: مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016-2017.

التحيز الإعلامي ودرجة التزامها بمبدأ الحوار في برامجها السياسية ضعيفة جداً،¹ فيما توصلت دراسة "حورية طاهر" إلى أنّ البرامج الاجتماعية تمارسُ المبالغة والتهويل والتعميم على كافة المجتمع الجزائري، والطابع الانفعالي لمقدمي هذه البرامج.²

ولأنّ التجربة الإعلامية حديثة؛ فإنّ الأداء المهني لهذه القنوات لم يتم تقييمه أو تقويمه من خلال دراسات علمية، فقد جاءت فكرة هذه الدراسة لتسليط الضوء عليه، من خلال دراسة الأكاديميين (أساتذة الإعلام والاتصال)، والذين لهم تكوين علمي في مجال الإعلام والاتصال، وبالتالي مقارنة بين التأصيل النظري والواقع العملي.

ومن هنا فإنّ إشكالية الدراسة تكمن في التساؤل الرئيس الآتي:

ما اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية نحو الأداء المهني

للقنوات الجزائرية الخاصة (النهار tv، الشروق نيوز، البلاد)؟

2- تساؤلات وفرضيات الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات كما يلي:

1. ما عادات وأنماط تعرض الأكاديميين (عينة الدراسة) للقنوات الجزائرية الخاصة؟
2. ما مدى اعتماد الأكاديميين (عينة الدراسة) على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات؟

¹ عبد القادر بغداد باي، يسري صيشي، مرجع سابق، ص 66.

² حورية طاهر، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: مقارنة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2018-2019.

3. ما اتجاهات الأكاديميين (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة (من حيث النشرات الإخبارية، البرامج المقدمة، المذيعين والمذيعات، الإخراج، التفاعل مع الجمهور، مستوى الكفاءة الإدارية)؟

4. ما مقترحات الأكاديميين (عينة الدراسة) في تطوير الأداء المهني القنوات الجزائرية الخاصة؟

ب- فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات الأساتذة (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير النوع.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات الأساتذة (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير السن.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات الأساتذة (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير الرتبة العلمية.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات الأساتذة (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير سنوات الخبرة.

الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير حجم التعرض.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنَّها تتناول تجربة إعلامية جديدة في الجزائر، وهي القنوات الفضائية الخاصة باعتبارها حديثة النشأة، خاصة ما تعلق بالممارسة الإعلامية والتشريعات الخاصة بالقطاع السمعي البصري، وكذا علاقاتها بالنظام السياسي.

بالإضافة إلى أنَّ هذه الدراسة تركز على دراسة الأكاديميين (أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية)، والذين يمثلون نخبةً متخصصةً، وبالتالي لهم القدرة على تقييم وتقويم الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

وتأخذ هذه الدراسة أهميتها في أنَّها تفيد مسؤولي القنوات الجزائرية الخاصة في معرفة مستوى الأداء المهني والإعلامي للقنوات التي يملكونها، والذي من شأنه أن يفيد في التخطيط والتقويم واتخاذ القرار.

4- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في معرفة اتجاهات الأكاديميين نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، ويتفرَّع عن ذلك جملة من الأهداف، تتمثل في ما يلي:

1. التعرف على عادات وأنماط تعرض الأكاديميين (عينة الدراسة) للقنوات الجزائرية الخاصة.
2. التعرف على مدى اعتماد الأكاديميين (عينة الدراسة) على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات.
3. التعرف على اتجاهات الأكاديميين (عينة الدراسة) نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة (من حيث النشرات الإخبارية، البرامج المقدمة، المذيعين والمذيعات، الإخراج، التفاعل مع الجمهور، مستوى الكفاءة الإدارية).
4. معرفة مقترحات الأكاديميين (عينة الدراسة) في تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

5- الدراسات السابقة:

تُعتبر عملية رصد الدراسات السابقة ضرورية في عملية البحث العلمي، وإحدى خطواته المنهجية، إذ من خلالها يتعرّف الباحث على ما تمّ بحثه من قبل، وما توصلت إليه تلك الدراسات وأوجه القصور فيها، بالإضافة إلى أنها تساعده في وضع مخطط عام للبحث، وصياغة المشكلة والفروض بشكل علمي ورصين، وعقد مقارنات بين ما توصلت إليه مختلف الدراسات، وكذا تفادي الأخطاء التي وقعت فيها تلك الدراسات، ومن خلال مراجعة الباحث للرصيد العلمي تمّ حصر مجموعة من الدراسات، وقد تمّ تقسيمها إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات المحلية.

المحور الثاني: الدراسات العربية.

المحور الأول: الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: مقارنة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية.¹

تمثّلت مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما مدى التزام مضامين البرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة بمبدأي احترام خصوصية الأفراد، ومبادئ وقيم المجتمع على ضوء أخلاقيات المهنة الصحفية؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل مضمون البرامج الاجتماعية الآتية: ما وراء الجدران (قناة النهار)، الخط الأحمر (قناة الشروق العامة)، والخط البرتقالي (قناة الهقار)، من خلال عينة قصدية قوامها خمس (05) حصص من كل برنامج باستخدام أداة تحليل المضمون.

¹ حورية طاهر، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: مقارنة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2018-2019.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن البرامج الاجتماعية فتحت نافذةً للأفراد للتعبير عن مشاكلهم وهمومهم، وتتميز بطغيان الجانب العاطفي أكثر من التحليلات العقلية.
- المبالغة والتهويل والتعميم على كامل المجتمع الجزائري، مما يبعث القلق في نفوس المشاهدين بالرغم من ذكر بعض الإحصائيات، إلا أن الطابع الانفعالي العاطفي يغلب على مُقدّمي البرامج الاجتماعية كأسلوب للردع، وكذلك عملية تحليل الظواهر لا تتم بعمق.
- أنّها تفتقر إلى دراسات قبلية لأخصائيين اجتماعيين ونفسيين، أي دراسات معمقة للحالات قبل عرضها للمشاهد.

الدراسة الثانية: الاحترافية في القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية لعينة من برامج "الشروق الإخبارية".¹

انطلقت الدراسة من الإشكالية الآتية: ما مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة ممثلة في "الشروق الإخبارية" بمعايير الاحترافية الإعلامية في عرضها للمادة الإعلامية؟ وتعدّ هذه من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت الباحثة على منهج تحليل المضمون، من خلال تحليل مضمون البرامج الآتية: "هنا الجزائر" (09 أعداد)، "الثقافة والناس" (05 أعداد)، "الشروق تحقق" (11 عددا)، "لغز الجريمة" (04 أعداد)، خلال سنة 2015، وهذا باستخدام أدوات تحليل المضمون والمقابلة (بعض صحفيي ورؤساء الأقسام الإعلامية بالقناة) والاستبيان (موجه لصحفيي القناة).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تلتزم قناة "الشروق الإخبارية" بالمعايير المهنية في تقديم وعرض المادة الإعلامية، وهو ما تمّ الوقوف عليه من خلال جملة من المؤشّرات.

¹ أسماء زهري، الاحترافية في القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية لعينة من برامج "الشروق الإخبارية"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2018-2019.

- تعتمد قناة "الشروق الإخبارية" في عرضها للمادة الإعلامية على عدة قوالب فنية صحفية، وهذا دليلٌ على حرصها على التنوع في الشبكة البرمجية للقناة وبقوالب مختلفة متنوعة جديدة وغير مألوفة الطرح.
- تستضيف القناة جملة من الضيوف ذوي الخبرة والكفاءة، ومدة زمنية استطاع الإعلامي ومجدارة تقسيمها وبنجاح على كل الأطراف وجوانب الموضوع.
- التزام المادة الإعلامية بالقواعد المهنية للمادة الإعلامية كالوضوح والبعد عن الغموض، الحياد والموضوعية الشمولية واحترام الخصوصية، وهو ما يدلُّ على احترافية الأداء الإعلامي بالقناة.
- التنوع في المواضيع بين السياسي الاقتصادي الديني التاريخي العلمي الثقافي، وكونها مواضيع الساعة، وهو ما يعطيها أهمية مضاعفة، مع تنوع في الطرح ومجال الاهتمام بين الوطني والدولي، وتهدف إلى الإخبار والتوعية والتثقيف، وكونها خادمة للصالح العام ومخاطبتها جماهير متعددة واحترام خصوصيتها، مع كون الإنتاج ذاتي ومن عمل وإنجاز القناة لوحدها وهذا دليل على احترافيتها.

الدراسة الثالثة: الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال - دراسة مسحية لعينة من الصحفيين.¹

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس الآتي: كيف يستخدم الصحفيون الجزائريون تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ممارسة المهنة الصحفية؟ وما هو أثر ذلك الاستخدام على أدائهم الإعلامي؟

ويُعدّ هذا البحث من الدراسات الوصفية الكمية، وذلك بالاعتماد على المنهجين المسحي والإحصائي، باستخدام أسلوب المسح لعينة غير احتمالية (حصصية) قوامها 300

¹ أحسن حران، الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال - دراسة مسحية لعينة من الصحفيين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.

مفردة من الصحفيين في المؤسسات الإعلامية الجزائرية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة الجزائرية التلفزيون الجزائري، وكالة الأنباء الجزائرية)، وذلك باستخدام أداتي الاستبيان والمقابلة أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- يؤكد معظم الصحفيين المبحوثين على أن تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل الصحفي على الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين كان إيجابياً.
- لا يوجد اختلاف بين الصحفيين حول تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل الصحفي على الأداء الإعلامي، وفقاً للمتغيرات: الجنس (ذكر، أنثى)، القطاع (العمومي والخاص)، لغة العمل (العربية والفرنسية)، طبيعة المؤسسة الإعلامية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة الجزائرية التلفزيون الجزائري، وكالة الأنباء الجزائرية).

المحور الثاني: الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: تقييم أداء القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميات.^{1*}

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات كل من جمهور المرأة العام والإعلاميات، وذلك وفقاً للمفهوم الشامل للأداء الذي ينطوي على عدة أبعاد: أخلاقية واجتماعية وإعلامية واقتصادية، ومن ناحية أخرى التعرف على اتجاهات الإعلاميات ومدى فعالية القنوات الفضائية في التأثير على الجمهور المرأة العام، ورصد وقياس اتجاهات كل من

¹ فوزية عبد الله آل علي، تقييم أداء القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 14، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2015، ص 371-420.

* هذه الدراسة منشورة أيضاً باللغة الإنجليزية كما يلي:

Fawzia Abd Allah Al-Ali, **Improvement of the communicator's performance on the Emirati satellite channels: a comparative study between the public female audience attitudes and the female journalists**2018, global media journal, vol17, no32, 2019.

جمهور المرأة العام والإعلاميات إزاء جدوى وأهمية تجربة القنوات الفضائية في تطوير أداء النظام الإعلامي في الإمارات.

واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، باستخدام أداتي المقابلة المقننة والاستبيان، حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة من جمهور الإعلاميات وجمهور المرأة العام، واعتمدت الدراسة على نموذجي تفسير تشكيل الاتجاهات: توقع القيمة وتأثير الشخص الثالث.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميات وجمهور المرأة العام نحو مدى التزام القنوات الفضائية الإماراتية ببعض الضوابط الأخلاقية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميات وجمهور المرأة العام تجاه الجوانب الإيجابية للقنوات الفضائية الإماراتية.
- أن أبرز سلبيات القنوات الفضائية الإماراتية أنها تهتم بالترفيه والتسلية أكثر من الموضوعات الجادة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميات وجمهور المرأة العام تجاه عوامل تطوير الأداء المهني للقنوات الفضائية الإماراتية.

الدراسة الثانية: الأداء المهني لقناة الأقصى الفضائية في ضوء آراء النخبة الإعلامية الفلسطينية.¹

تناولت مشكلة الدراسة تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإسلامية في فلسطين وتحديد درجة التزامها بتطبيق مبادئ الشريعة الإسلامية، ونظريتي الإعلام الإسلامي والمسؤولية الاجتماعية في أدائها.

¹ محمد حسن اشتبوي، الأداء المهني لقناة الأقصى الفضائية في ضوء آراء النخبة الإعلامية الفلسطينية، المجلة الدولية للبحوث الإسلامية والإنسانية المتقدمة، المجلد 4، العدد 05، 2014، صص 14-36.

ويُعَدُّ هذا البحث من الدراسات الوصفية الكمية، وذلك بالاعتماد على المنهج المسح باستخدام أسلوب المسح لعينة قصدية قوامها 200 مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية العاملين في مجال الإعلام من أكاديميين وصحفيين، وذلك باستخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات، واستندت هذه الدراسة على نظريتي الإعلام الإسلامي والمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن نسبة 63.9% من النخبة الإعلامية يرون أن القضايا المطروحة تتسم بالحدائثة والمعاصرة، وأن نسبة 61.7% يرون أن القضايا المطروحة تتسم بالأهمية والتنوع، وأن نسبة 64.4% يرون أن المعالجة للقضايا تتسم بالعمق.
- يرى أفراد العينة من النخبة الإعلامية أن مستوى الكفاءة الإدارية بالقناة (معد، مقدم، مخرج) جيد وبنسبة 71.1%.
- أن نسبة 78.3% من النخبة الإعلامية يرون أن القناة توظف الصورة التلفزيونية لخدمة قضايا المعالجة، وهذا يدلُّ على درجة الالتزام المهني.
- أن نسبة 67.3% من النخبة الإعلامية يرون أن هناك تكامل بين النصوص المكتوبة والصور المعروضة.

الدراسة الثالثة: تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين.¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات كل من الجمهور العام والإعلاميين، وذلك وفقاً للمفهوم الشامل للأداء الذي ينطوي على عدة أبعاد: أخلاقية واجتماعية وإعلامية واقتصادية، ومن ناحية أخرى التعرف على تصورات الإعلاميين ومدى فعالية القنوات الفضائية

¹ فوزية عبد الله آل علي، تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، أكتوبر 2012، ص 61-204.

في التأثير على الجمهور العام، فضلاً عن رصد وقياس اتجاهات كل من الجمهور العام والإعلاميين.

وتعدّ هذه الدراسة وصفية كمية، استخدمت فيها الباحثة المنهج المسحي، باستخدام أداتي المقابلة المقننة والاستبيان، حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من جمهور الإعلاميين والجمهور العام، واعتمدت الدراسة على نموذجي تفسير تشكيل الاتجاهات: توقع القيمة وتأثير الشخص الثالث. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه الأوصاف التي تنطبق على القنوات الفضائية التالية: ملتزمة بتنمية الهوية الوطنية المحلية، وملتزمة بالتعريف بالتراث والتاريخ الإماراتي، ولا تتمتع بحرية كافية في طرح الموضوعات والآراء، كما أوضحت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه باقي الأوصاف التي تنطبق على القنوات الفضائية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه مدى التزام القنوات الفضائية الإماراتية ببعض الضوابط الأخلاقية: تهتم بمشاركة الجمهور في برامجها، لا تبث إعلانات مخلة، لا تنتهك برامجها الذوق العام والآداب العامة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه مدى التزام القنوات الفضائية الإماراتية ببعض الضوابط الأخلاقية: تلتزم بالضوابط الأخلاقية لمهنة الإعلام، تتمتع بالمصداقية في نقل الأخبار، تلتزم بمبادئ التنافس الإعلامي الشريف مع القنوات الأخرى، لا تنتهك برامجها الذوق العام والآداب العامة، تحترم قيم وأخلاقيات المجتمع المحلي وتقاليده، تهتم بضوابط الحوار والنقاش، تحترم عقلية الجمهور، تحرص على عدم بث مشاهد ولقطات غير لائقة، تتسم أخبارها بالدقة والموضوعية.

• وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه تقييم الجوانب الآتية في أداء القنوات الفضائية: الإعداد الجيد للبرامج، كما خلصت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين والجمهور العام تجاه تقييم الجوانب الآتية في أداء القنوات الفضائية: جودة التصوير، أسلوب التقديم، وتمكن المذيعين والمذيعات المواطنات وتوظيف المؤثرات المرئية والرقمية والمونتاج، وتوظيف الجرافيك والفواصل ما بين البرامج والإخراج والبرمجة.

الدراسة الرابعة: تقييم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية: دراسة لآراء عينة من النخبة الإعلامية العراقية لقنوات (الجزيرة، العربية، النيل للأخبار) - دراسة ميدانية.¹

تمثلت مشكلة الدراسة في تناول تقييم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية على مستوى نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمّة بهذه القنوات، وتحديد درجة التزامها بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية في أدائها الإخباري، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في تخطيط وتنظيم وإدارة العمل الإعلامي.

وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الكميّة، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، من خلال مسح لعينة قوامها 100 مفردة من النخبة الإعلامية العراقية (الإذاعة التلفزيون، الصحف، إضافة إلى التدريس الأكاديمي الإعلامي)، وهذا باستخدام أسلوب العينة المتساوي، واستخدمت الدراسة نظريتي المسؤولية الاجتماعية والاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

• تأتي قناة الجزيرة الإخبارية في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث الاتجاه الإيجابي وتفوّقها على القنوات الأخرى.

¹ محمد حسين علوان، تقييم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية: دراسة لآراء عينة من النخبة الإعلامية العراقية لقنوات (الجزيرة، العربية، النيل للأخبار): دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، العدد 98، جامعة بغداد، العراق، 2011، ص 382-410.

- تأتي قناة الجزيرة الإخبارية في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث مستوى الأداء المهني في إعداد وتقديم وإخراج البرامج المختلفة التي تقدمها القناة مقارنة بالقنوات الإخبارية العربية الأخرى.
- وجود تفوق واضح وملحوظ لقناة الجزيرة الإخبارية على قناتي العربية والنيل للأخبار على مستوى الكفاءة الإدارية في أداء القنوات الإخبارية العربية.
- تباين آراء النخبة الإعلامية العراقية بشأن تقييم التوجه العربي في أداء القنوات الإخبارية العربية.

الدراسة الخامسة: اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية.¹

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على أداء وسائل الإعلام الأردنية في عمليات التنمية الشاملة، وقد أستخدم المنهج الوصفي التحليلي، إذ أجريت الدراسة على عينة قوامها (1800) من الجمهور العام بمحافظة الأردن بطريقة العينة العشوائية الطبقية، أما اختيار الأسر فكان عن طريق العينة المنتظمة، وعينة أخرى من جمهور النخبة قوامها 176 مفردة (أعضاء مجلس الأمة، أساتذة الجامعات، قيادات نسوية، محامون وصحفيون وأحزاب ونقابات)، وقد تم استخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.
- ضعف الدور الرقابي (وغيابه أحياناً) لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

¹ عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتي، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 3+4، 2010، ص 589-645.

- كان التزام وسائل الإعلام بالمصداقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة.

الدراسة السادسة: الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة

الأقصى: دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة.¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأداء المهني للصحافي المراسل في الإعلام

الفلسطيني.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، من خلال مسح لعينة قوامها 90 مفردة

من الصحافيين المراسلين للإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة، وهذا بأسلوب العينة التحكومية، وأداة

الاستبيان أداة لجمع البيانات، وكذا المقابلة للقائمين بالاتصال في مؤسسات الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- يرى غالبية أفراد العينة من الصحافيين المراسلين أن الدورات التدريبية قد ساهمت في تطوير

أدائهم المهني.

- أن أسباب تأثير الانتفاضة على الأداء المهني للمراسل راجع إلى ممارسات جنود الاحتلال

الصهيوني مثل: القتل والخوف والخطر في ميدان العمل، والاستهداف المباشر لجنود

الاحتلال لهم كعنصر غير مرغوب في وجوده في الميدان.

- إن أقوى الضغوط المهنية والإدارية التي تواجه الصحافي المراسل أثناء العمل هو الإعلان

ومؤسساته في المرتبة الأولى، ثم زملاء العمل والعلاقة فيما بينهم.

¹ أمين منصور وافي، الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية لمراسلي

الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر،

2005-2006.

الدراسة السابعة: تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية.¹

تناولت مشكلة البحث تقويم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية على مستوى نشرات تحرير وتقديم وإخراج نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمة بهذه القنوات، وتحديد درجة التزامها بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية في أدائها الإخباري، إضافة إلى تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في تخطيط وتنظيم وإدارة العمل الإعلامي.

ويُعدّ هذه البحث من الدراسات الوصفية الكمية، حيث يستهدف تقويم أداء القنوات الإخبارية العربية بالاعتماد على منهج المسح، من خلال مسح لعينة قوامها 200 مفردة من النخبة الإعلامية المصرية (الإذاعة، التلفزيون، الصحف، إضافة إلى التدريس الأكاديمي الإعلامي، هيئة الاستعلامات)، وهذا باستخدام أسلوب العينة المتساوي، واستخدمت الدراسة نظريتي المسؤولية الاجتماعية والاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- تأتي قناة الجزيرة الإخبارية في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث الاتجاه الإيجابي وتفوقها على قناتي العربية والنيل للأخبار.
- تأتي قناة الجزيرة الإخبارية في مقدمة القنوات الإخبارية العربية من حيث مستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار، وفي إعداد وتقديم وإخراج البرامج المختلفة مقارنة بقناتي العربية والنيل للأخبار.

¹ عادل عبد الغفار، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص ص 343-386.

- وجود ارتباط إيجابي بين اتجاهات أفراد العينة من النخبة الإعلامية نحو القنوات الإخبارية العربية، وتقييمهم لمستوى الأداء المهني في نشرات الأخبار والبرامج المقدمة والكفاءة الإدارية في أداء هذه القنوات.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي، والاطلاع على الدراسات السابقة، ومقارنتها بهذه الدراسة يمكن تحديد موقع الدراسة في النقاط الآتية:

1- موضوع الدراسة:

- تبين قلة الدراسات التي تناولت الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، حيث تم دراسة جوانب أخرى سواء الجمهور أو المضمون أو القائم بالاتصال.
- تتشابه هذه الدراسة مع دراسة "مُحَمَّد حسن اشتيوي"، "مُحَمَّد حسين علوان"، "عبد المجيد العزام" و"عادل عبد الغفار" في تناولها لمنغيري الدراسة.

2- منهج الدراسة وأدواتها:

- تلتقي الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج المسحي.
- تلتقي الدراسة الحالية مع الدراسات الأخرى كانت ميدانية تعتمد على الاستبيان أداة لجمع البيانات، فيما اعتمدت دراسة فوزية عبد الله على أداتي الاستبيان والمقابلة المقننة.

3- مجتمع الدراسة:

- تلتقي الدراسة الحالية مع دراسات (مُحَمَّد حسن اشتيوي، مُحَمَّد حسين علوان، عادل عبد الغفار) في اختيار النخبة كعينة للدراسة (الأكاديميين في مجال التدريس الإعلامي)، فيما تشترك تلك الدراسات في اختيارها للإعلاميين والصحفيين كعينة للدراسة.

- تتشابه دراستا عادل عبد الغفار ومُحمَّد حسين علوان إلى حد كبير باختيارهم لنفس العينة من القنوات الفضائية (الجزيرة، العربية والنيل للأخبار)، ونفس الأسلوب في اختيار العينة، مع اختلاف في نوع العينة، إحداهما النخبة المصرية والأخرى النخبة العراقية.

4- من حيث الخلفية النظرية:

- تلتقي هذه الدراسة مع دراسة "مُحمَّد حسن اشتيوي"، "عادل عبد الغفار" و"مُحمَّد حسين علوان" في اعتمادها على نظرية المسؤولية الاجتماعية، في تفسير الممارسة الإعلامية، وتشارك هذه الدراسات في أنها تدرس تقييم الأداء المهني للقنوات الفضائية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- بلورة مشكلة البحث، من خلال معرفة الدراسات التي تناولت القنوات الجزائرية الخاصة وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى استكمال.
- كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تصميم أداة جمع البيانات (استمارة الاستبيان).
- كيفية اختيار مجتمع البحث وتحديد نوع وحجم العينة المناسبة.
- تحديد كيفية المعالجة الإحصائية ونوع المقاييس المستخدمة في الدراسة.
- الاستفادة من نتائج الدراسة، من خلال المقارنة بين نتائج الدراسات السابقة والدراسة الحالية بما يضمن تفسير النتائج بشكل أعمق، ومعرفة أوجه الاختلاف والتشابه في النتائج.

6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

وهي نقطة مهمة، إذ تعتبر من الأسس المنهجية في أي بحث علمي، حيث يتم تحديد المفاهيم وشرح المصطلحات الواردة في مشكلة البحث وفروضها، ويعتبر هذا المفهوم من مستلزمات الدقة في العلم والموضوعية في البحث، مهما بدت هذه المصطلحات بسيطة أو واضحة.¹

وقد وردت في هذه الدراسة العديد من المفاهيم والمصطلحات، هي بحاجة إلى وضع تعريف إجرائي لها، تجنبًا للبس والغموض.

أ- الاتجاهات:

أولاً: **لُغَةً**: يعرف الاتجاه (Attitude) لغويًا بأنه من الفعل وجه، أي وجه فلانا في حاجة أرسله ووجه فلانا: أي جعله يتجه اتجاهها معينًا، ويعرف كذلك اتجه إليه: أقبل بوجهه عليه.²

ثانياً: اصطلاحاً:

يُعرف روجي ميكيلي (Roger Mucchielli) الاتجاه على أنه: "الطريقة المستمرة والدائمة لمعيشة التجربة اليومية والاستجابة (أو رفض الاستجابة) لمثيرات العالم المحيط، فهي إذن إشارة (استجابة) تظهر من خلالها نظرنا لمحيطنا والتي يمكن أن تكون سلبية أو إيجابية".³ ويعرفه وارن (Warren): "الاتجاه استعداد نفسي يتكون بناء على ما يُمَرُّ به الشخص من خبرات يمكن أن تؤدي في نهاية الأمر إلى إحداث تغييرات في مجال الاتجاه".⁴

¹ عابدين الدردير الشريف، المفاهيم والمصطلحات: تعريفها وأهميتها ودورها في البحث الإعلامي (مقاربة منهجية)، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 46، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق، ليبيا، 2009، ص 12.

² ابن منظور، لسان العرب، مج 1، دار المعرفة، القاهرة، 1980، ص 516.

³ نصر الدين جابر، الهاشمي لوكيا، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط 2، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص ص 88-89.

⁴ إبراهيم عيد، علم النفس الاجتماعي، ط 1، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 2000، ص ص 87-88.

ويعرفه "المعايطة" بأنه: "حالة من الاستعداد العقلي والعصي التي تكوّنت خلال التجارب والخبرات السابق التي مرَّ بها الإنسان، والتي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات والموضوعات التي لها علاقة به".¹

ثالثاً: التعريف الإجرائي:

والمقصود بالاتجاه في دراستنا: درجة موافقة أساتذة الإعلام (عينة الدراسة) بالجامعات الجزائرية أو عدم موافقتهم أو حياديتهم نحو مضامين الفقرات التي يحويها الاستبيان، والذي صُمم بهدف معرفة اتجاهاتهم نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، وذلك بوضع إشارة عند ما يراه مناسب من الخيارات التالية: موافق بشدة موافق أو محايد أو معارض أو معارض بشدة.

ب- الأكاديميون: ويقصد بهم في هذه الدراسة أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية عينة الدراسة خلال الموسم الجامعي: 2021-2022.

ج- الأداء المهني:

أولاً: لُغَةً: يقال أَدَّى الشيء أي أَوْصَلَهُ، والاسم الأَدَاءُ، ويقال أَدَّى فُلَانٌ ما عليه أداء وتأدية وتأدَّى إليه الخبرُ أي انتهى.²

والأداء في اللغة اللاتينية performare التي تعني إنجاز العمل أو الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه، وهو نفس المعنى الذي ذهب إليه قاموس Petit Larousse.³

¹ نبيلة عبد الكريم الشرجي، علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة، دار الأيام، عمان، 2015، ص138.

² ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، المجلد 14، ص26.

³ عبد المليك مزهوده، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، المجلد 1، العدد 1، نوفمبر 2001، ص86.

ثانيا: اصطلاحا:

يُعرّف الأداء المهني بأنه: "قيام الفرد بالأنشطة والمهام التي يتكون منها عمله، ويرتبط بالأداء كلمة مهني ويقصد بها المهام والاختصاصات المحددة لكل مهنة من الخريطة التنظيمية".¹ والمقصود به هنا الأداء المهني الإعلامي، أي الطريقة التي يؤدي بها الأفراد مهامهم داخل المؤسسة الإعلامية.

د- القنوات الجزائرية الخاصة: يقصد بها تلك القنوات التي يمتلكها الأفراد أو الجمعيات غير الحكومية أو المؤسسات المدنية، ويسمى البعض "القنوات المستقلة" لكن التسمية الشائعة هي "القنوات الخاصة" غير الحكومية.² وتعرف القنوات الجزائرية الخاصة بأنها تلك القنوات التلفزيونية ذات الملكية الخاصة، تبث من خارج الحدود الجغرافية للجزائر، موجهة بالدرجة الأولى للجمهور المحلي، من خلال مضامين وبرامج متنوعة.

7- الخلفية النظرية للدراسة:

تمثل النظرية محصّلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من مراحل التطور، وضعت في إطار نظري وعملي وتحاول تفسيره، كما أنّ النظريات قامت على كمّ من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، ومن هنا فإن أهم ما يميّز النظرية الإعلامية قدرتها المستمرة على إيجاد تصوراتٍ جديدة بالبحث الإعلامي. وتستفيد هذه الدراسة من الأفكار الأساسية التي طرحتها نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام، حيث اهتمت هذه النظرية بتحديد الوظائف التي ينبغي أن تقدّمها

¹ أحمد صقر عاشور، إدارة القوة العاملة، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1983، ص50.

² لبي رحومني، القطاع السمعي البصري في الجزائر بين الضوابط المهنية والإخلالات الأخلاقية- دراسة تحليلية لعينة من برامج قناتي النهار والشروق TV، التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، تنسيق وتحرير: العربي بوعمامة، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2020، ص317.

وسائل الإعلام لأفراد المجتمع، وتحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامي إضافة إلى القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء واجباتهم الوظيفية.

1- التعريف بالنظرية:

إنَّ نظرية المسؤولية الاجتماعية لم تُقْم على علاقة مباشرة بالنظم السياسية السائدة في المجتمعات على غرار النظريات الأخرى التي صاغها سيبرت (Seibert) وزملاؤه (السلطوية والشيوعية والحرية)، وإنما جاءت على خلفية الحرية المطلقة لوسائل الإعلام التي اهتمت بالحياة الخاصة للأفراد وبأخبار الإثارة والجنس والترفيه والمحتوى الهابط، بعيداً عن الذوق العام والوظائف الجوهرية المنوطة بوسائل الإعلام.

ومن هنا جاء تقرير لجنة هوتشينز (Hutchins 47) سنة 1947 التي اعترفت بفشل السوق الحر في تحقيق الوعد بحرية الصحافة والتوقعات المرتبطة بها لخدمة المجتمع، بالإضافة إلى هبوط معايير الأداء، وعدم قدرة الصحافة على تلبية الاحتياجات المعرفية والاجتماعية والمعنوية وتدعيم السيطرة الطبقية.¹

إنَّ فكرة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية، لا سيَّما بعد أن أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامي مبدئين جديدين يتمثلان في ما يأتي:

✚ الالتزام الذاتي من جانب الصحفي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع.

✚ الالتزام الاجتماعي في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى.²

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 343.

² حمدان خضر سالم، رواء هادي صالح، المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية: دراسة في التوازن الوظيفي لجريدي الزمان والمدة، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، العدد 19، 2013، ص 13.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حقٌ وواجبٌ ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، وبمكثها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل: الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليها.¹

2- مبادئ النظرية:

يلخص دينيس ماكويل (D.McQuail) المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الجوانب الآتية:²

- ☒ إن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تُنفذ التزامات معينة تجاه المجتمع.
- ☒ يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات، مثل: الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- ☒ لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- ☒ إن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أي إهانات إلى الأقليات.
- ☒ إن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- ☒ إن للمجتمع حقاً على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- ☒ إنَّ التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

¹ محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص 224.

² عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2016، ص 112.

إنَّ المبادئ التي قامت عليها المسؤولية الاجتماعية للإعلام تُعزز مفهوم الحرية الإعلامية، لكنها حملت معها فكرة المسؤولية أيضاً، فهي الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة، فهي تحرر وسائل الإعلام من سيطرة فئات بعينها، وتنادي بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، وأن تحافظ على قيم المجتمع وتكون ناقلة لهذه القيم من جيل إلى آخر، مع بقاء هذه الوسائل بعيدة عن سلطان الحكومة.¹

3- العوامل التي هيأت الظروف لنشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:²

أ- **عوامل فكرية:** بدا للباحثين الغربيين فشل الليبرالية في تحقيق ما كانت تسعى لتحقيقه، وأسهمت التطورات العلمية في زعزعة المبادئ الفكرية التي سادت قبل ذلك.

ب- **عوامل اقتصادية:** بدأت الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى تظهر وتستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها أدوات وسائل الإعلام، فبدأ الخلل في النظم الإعلامية لصالح تلك الشركات.

ج- **عوامل تنظيمية:** تلت هذه العوامل في ظهور الاتحادات المهنية التي بدأت العمل في تنظيم مهنة الصحافة، وقامت بإصدار مبادئ الصحافة عام 1923، ثم ميثاق السينما عام 1930، تلاه ميثاق الإذاعيين عام 1937.

د- **عوامل أخلاقية:** راجت في القرن 19 الصحافة الصفراء، وتراجعت الصحافة الرصينة والثقافية، وهو ما دفع لبروز اتجاه أخلاقي في الصحافة يدعو لالتزام الصحف ووسائل الإعلام بالقيم والمبادئ.

¹ حسين خليفة، مُجد شكري أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام بجامعة الأزهر، العدد 54، ج6، 2020، ص4047.

² نوال مجدوب، لخضر عيسى، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لكل من الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام، تحرير وتنسيق: العربي بوعمامة، ط1، منشورات ألفا، قسنطينة، 2020، ص79-80.

وتقوم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام على خمس مسلمات أساسية هي:¹

1- أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد الجمهور المعاصر بالأحداث الصادقة والشاملة والذكية في سياقٍ يجعل لها معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة لا تكذب، وأن تفرّق بين الحقيقة والرأي.

2- أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنبر لتبادل الملاحظات والنقد، بحيث تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وعليها أن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواء التي تتفق معها أو تخالفها.

3- على وسائل الإعلام أن تبرز صورة المجتمع، بحيث تصوّر بموضوعية مكّونات الجماعات المختلفة في المجتمع.

4- أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها للخصال التقليدية في المجتمع.

5- أن تكون مسؤولةً عن تزويد الجمهور بالمعلومات اليومية، لذا فإن الجمهور له الحق في الوصول إلى المعلومات.

وترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية²؛

فالبعد الأول: يتّصل بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، أما **البعد الثاني** فيتّصل بمعايير الأداء الإعلامي، والتي تتمثل في المعايير الأخلاقية للأفراد إضافة إلى معايير الوسائل الإعلامية وموثيقها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة، فالإعلام مطالب بعدم الخروج على قيم المجتمع وأخلاقياته، ومطالب بحماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة، وقبل أن يرتبط هذا الموضوع بالقوانين

¹ حسين خليفة، مُجد شكري أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام بجامعة الأزهر، العدد 54، ج6، 2020، ص4046.

² هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، ص138.

الموضوعية، فهو يرتبط بشكل أساسي بضمير الإعلامي وحدود مسؤوليته الاجتماعية وإحساسه المهني بمدى ما يمثله ذلك من خطرٍ حقيقي على المجتمع.¹

بينما يتصل **البعد الثالث** بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي، ففي ما يخصُّ الأداء الإعلامي فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تهتم بوضع المعايير التي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد، إضافة إلى معايير الوسائل الإعلامية وموثوقيتها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الإعلامية المختلفة، إضافة إلى مجموعة التشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام، وتشكل معايير الأداء الإعلامي في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع ويمكن القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل: الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا.²

وقد حدّدت نظريّة المسؤولية الاجتماعية جملةً من المبادئ الأخلاقية من واجب كل صحفي تبنيها وهي كالتالي:³

- ✚ **المصادقية:** تقديم تقرير صادق وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.
- ✚ **اعتبار الإعلام مجالاً للتعبير الاجتماعي:** أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
- ✚ **التغطية غير الإقصائية:** أن تقدّم صورةً للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- ✚ **تنمي الحياة الديمقراطية:** أن تبرز أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.

¹ فتحي حسين عامر، المسؤولية القانونية والأخلاقية للصحفي، دار العربي، القاهرة، 2014، ص 19.

² محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص 224.

³ العربي بوعمامة، حليلة رقاد، نظرية الواجب الأخلاقي: من الافتراضات النظرية إلى الممارسة المهنية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 5، العدد 04، 2018، ص 41.

✚ حق حصول الجمهور على المعلومات: أن توفر معلومات كاملة عمّا يجري يوميًا.

وفي إطار هذه النظرية هناك ست وظائف للاتصال الجماهيري هي:¹

- 1- خدمة النظام السياسي: بتوفير المعلومات والمناقشات والمناظرات حول المسائل العامة.
 - 2- تنوير الجمهور كي يستطيع أن يحكم نفسه.
 - 3- حراسة حقوق الأفراد: وذلك بأن تعمل وسائل الاتصال كرقيب عمومي على الحكومة.
 - 4- خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الإعلانات.
 - 5- توفير الترفيه.
 - 6- المحافظة تمويليًا على اكتفائها الذاتي، وذلك كي تتحرّر من ضغوط المصالح الخاصة.
- وسيتّم توظيف النظرية في وضع الأسس العلمية التي يمكن على أساسها تقييم درجة المسؤولية الاجتماعية والمهنية في الأداء الإخباري على مستوى تحرير وتقديم وإخراج النشرات والبرامج الإخبارية في القنوات الجزائرية الخاصة محل الدراسة.

8- نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الكمية، والتي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.²

ويعرّف "هويتني" البحوث الوصفية بأنها: «البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأشخاص أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، لقد اتجهت أغلب البحوث الوصفية إلى استخدام الأساليب الكمية في التعبير

¹ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2006، ص98.

² السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومنهجه، ط1، منشورات جامعة قارونوس، بنغازي، ليبيا، 1994، ص210.

عن البيانات والنتائج الخاصة بها، استناداً إلى وحدات قياس يمكن عدّها وجدولتها وتحليلها واستخراج المؤشرات التي تتضمنها»¹.

ويُتّصف الأسلوب الوصفي بأنه يقرب الباحث من الواقع، حيث يدرس الظاهرة كما هي على أرض الواقع ويصفها بشكلٍ دقيقٍ، إمّا بتعبير كمّي حول سمات وخصائص الواقعة أو بأسلوبٍ كفيي².

وضمن البحوث الوصفية تم الاعتماد على منهج المسح، وهو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرّف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكوّنة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك³.

ويستهدف المسح في دراستنا معرفة اتجاهات أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، من خلال الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة.

9- مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة:

إن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين تجمعهم خصائص جديرة باهتمام الباحث، وبالتالي يكونون إشكالية البحث⁴، وهو أيضاً: "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات"⁵، ويتمثل مجتمع الدراسة في الأكاديميين من أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية، وتعدّ هذه الفئة متخصصة لها تكوين أكاديمي في مجال

¹ منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2011، ص106.

² خالد عبد الله أحمد درار، البحث العلمي في مجال الاتصال، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2016، ص 75.

³ أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص286.

⁴ يوسف عبد الأمير طباجة، منهجية البحث: تقنيات ومناهج، ط2، دار الحجة البيضاء، لبنان، 2011، ص196.

⁵ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص298.

الإعلام، وخلفياتها المعرفية حول العمل الإعلامي، وبالتالي يمكن الحكم على الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة وتقييمه ومعرفة مدى التزامه بقواعد العمل الإعلامي.

ويبلغ عدد الجامعات أربعة وخمسون (54) جامعة في الجزائر، يتوزعون على ثلاثة أقاليم حسب التقسيم الوزاري، أو ما يسمى بالندوات الجهوية (الشرق، الوسط، الغرب).¹

جدول رقم (01)

توزيع الجامعات حسب الندوات الجهوية

الناحية	عدد الجامعات
الشرق	22
الوسط	17
الغرب	15
المجموع	54

ب- عينة الدراسة:

تمثل العينة نموذجًا يشمل جانبًا أو جزءًا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.²

ويعتمد الحجم المناسب للعينة على عدد من العوامل، أهمها طبيعة هدف الدراسة ونوع تحليل البيانات والإمكانات المتوفرة للبحث، بما في ذلك عنصر الزمن، وكذلك نسبة أخطاء التعيين التي يقبل بها الباحث.³

¹ موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: <https://www.mesrs.dz/index.php/reseau-universitaire-ar>، يوم: 2022/04/29.

² عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية: أسسه وأساليبه مفاهيمه أدواته، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008، ص145.

³ مصطفى عمر التير، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي، ط3، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، ليبيا، 1995، ص138.

وتتوزع الجامعات عبر كل الولايات تقريبا (التشتت الجغرافي)، إضافة إلى أن تخصص الإعلام والاتصال يختلف في الانتماء إلى التقسيم الإداري حسب كل جامعة، فقد نجده كلية مستقلة في الجامعة (جامعة الجزائر 3 وجامعة قسنطينة 3)، أو قسم مستقل ضمن كليات العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة سكيكدة، جامعة عنابة)، أو شعبة ضمن قسم العلوم الإنسانية (جامعة الوادي، جامعة مستغانم).

ومن هنا فقد اعتمدنا على الأسلوب غير الاحتمالية في اختيار المفردات عن طريق العينة العرضية (الصدفة)، وفي هذا الأسلوب يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع العثور عليهم في مكان ما وفي فترة زمنية محددة، وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة.

10- أدوات جمع البيانات:

يعتبر استخدام أدوات جمع البيانات إحدى الخطوات المهمة في البحث العلمي، بحيث يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث، وترتبط الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة،¹ بحيث يمكن استخدام أكثر من أداة في الدراسة الواحدة، المهم أن يلمّ الباحث بكل جوانب موضوعه، وفي هذه الدراسة تم استخدام استمارة الاستبيان.

أ- استمارة الاستبيان:

يعتبر الاستبيان أسلوبًا يستخدم جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها، دون تدخّل الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.²

¹ مُجّد الصاوي مُجّد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص 35.

² سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 94.

وبما أنّ الدراسات الميدانية تعتبر من أهم الدراسات التي تُجرى في مجال الإعلام والاتصال والرأي العام، فإنّ الاستبيان يمثل ركيزة أساسية أو حجر الزاوية في الدراسات الإعلامية الميدانية.¹

ويُعرّف الاستبيان كذلك بأنه: أداة لفظية بسيطة ومباشرة تهدف إلى التعرّف على ملامح خبرات المفحوصين واتجاهاتهم نحو موضوع معين، ومن خلال توجيه أسئلة قريبة من التقنين في الترتيب والصياغة وما شابه ذلك.²

وقد تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني، وقد تم اللجوء إلى هذا الأسلوب للأسباب الآتية:

- يتميز هذا النوع بسهولة استخدامه، ويتيح للمبحوث ملء الاستبيان وقتما يشاء.
- التشتت الجغرافي للجامعات وبالتالي زيادة التكاليف المادية والوقت.
- طبيعة عينة الدراسة (أساتذة الجامعات) من حيث توفر الانترنت، والاستخدام اليومي للإنترنت بحكم عملهم، ودخول الجامعات مجال تفعيل التواصل الإلكتروني، خاصة في فترة جائحة الكورونا التي دعمت التعليم الإلكتروني.
- وقد تمحورت أسئلة الاستبيان في هذه الدراسة في المحاور الآتية:
 - البيانات الشخصية: النوع، السن، الرتبة، عدد سنوات الخبرة.
 - عادات وأنماط مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة بعينة الدراسة (النهار، الشروق نيوز والبلاد).
 - مدى اعتماد الأكاديميين على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات، في الظروف العادية وخلال الأزمات.
 - اتجاهات الأكاديميين نحو الجوانب الإيجابية والسلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة

¹ خالد عبد الله أحمد درار، البحث العلمي في مجال الاتصال، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2016، ص 149.

² زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010، ص16.

- اتجاهات الأكاديميين نحو أداء القنوات الجزائرية الخاصة (من حيث النشرات الإخبارية، البرامج، أداء المذيعين والمذيعات، الإخراج، التفاعل مع الجمهور، الكفاءة الإدارية).
- مقترحات تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

ب- تصميم استمارة الاستبيان:

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان، في التعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، وقد تمّ اتّباع الخطوات الآتية في تصميم استمارة الاستبيان:

- مراجعة إطار البيانات وتحديد نوعها بالاعتماد على مشكلة البحث وتساؤلات وفروض الدراسة، حيث تمّ تحديد المتغيرات التي ينبغي دراستها، وبالرجوع كذلك إلى الدراسات السابقة.
- تحديد نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المستخدمة، بناء على نوع البيانات التي نريد الوصول إليها، وتحديد نوع الأسئلة المناسبة لموضوع الدراسة.
- إعداد الاستمارة في صورتها الأولية، ووضع الأسئلة في أشكالها المختارة، مع الحرص على أن تكون أغلب الأسئلة مغلقة، مع تضمينها أكبر قدر من البدائل المتوقعة، وإتاحة نهايات مفتوحة للأسئلة التي تتطلب ذلك، تفادياً للاستطراد وتوفيراً للجهد والوقت، وتيسيراً لعملية الإجابة أثناء العمل الميداني، فضلاً عن تيسير التحليل الإحصائي، ومراعاة ترتيب الأسئلة وفق محاور الاستبيان بما يتوافق مع تساؤلات وأهداف الدراسة.
- اختبار صدق استمارة الاستبيان، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من المتخصصين في موضوع الدراسة لمراجعة المادة الواردة بها، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة، ومدى كفايتها للإجابة على تساؤلاتها، وكذلك توزيع الاستبيان على عينة صغيرة لمعرفة الأخطاء وأوجه القصور في الاستمارة والصعوبات التي قد تواجهه عند التوزيع النهائي.

- وفي الأخير تم الإعداد النهائي لاستمارة الاستبيان، بناء على آراء المحكمين وتوجيه من الأستاذ المشرف.
- قام الباحث باختبار قبلي لاستمارة الاستبيان، من خلال توزيعه على عينة محدودة، لمعرفة مدى فهم العينة للأسئلة وطريقتها وأشكالها وترتيبها، والكشف عن الألفاظ الصعبة.

11- إجراءات الصدق والثبات:

أ- الصدق:

تحدّد كفاءة أي مقياس في ضوء مجموعة من المعايير من أهمها صدقه وثباته¹ ويقصد باختبار الصدق مدى قدرة أداة جمع المعلومات على قياس ما تسعى الدراسة لقياسه، بحيث تتطابق المعلومات التي يتمّ جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وبحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية.²

وقصد التحقق من صدق استمارة الاستبيان تم استخدام كلاً من الصدق الظاهري وصدق الاتساق الداخلي كما يلي:

1- اختبار الصدق الظاهري للأداة (صدق المحكمين):

وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أنّ المقياس أو الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله،³ وذلك عن طريق عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الإعلام والاتصال ومناهج البحث العلمي،* للكشف عمّا يمكن أن يكون في تصميم الاستبيان من قصور أو أخطاء علمية، أو منهجية تؤثر في صدق محتواه وبنائه، وبناء على الملاحظات المقدّمة تم القيام بإجراء التعديلات المطلوبة وتوجيه

¹ رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه- أسسه- استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004 ص209.

² منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2011، ص56.

³ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص430.

* عرضت استمارة الاستبيان على الأساتذة المذكورة أسماؤهم في الملحق رقم (02).

من الأستاذة المشرفة، حيث تم تعديل صياغة بعض العبارات، وحذف وإضافة البعض الآخر منها بما يتناسب مع أهداف الدراسة.

2- صدق الاتساق الداخلي:

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل فقرة من فقرات المحاور والدرجات الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (spss)، والجدول التالي يوضح معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور.

جدول رقم 02

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات محور الاعتماد على القنوات الخاصة مع المجال ككل

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.001	**0.697	الظروف العادية
0.001	**0.688	الحراك الشعبي
0.003	**0.623	أزمة الكورونا
0.000	**0.893	قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية
0.001	**0.698	الأزمة الليبية
0.000	**0.771	الأزمة الروسية
0.001	**0.688	القضية الفلسطينية

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور الأول دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.623، فيما كان الحد الأعلى 0.893. وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 03

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.002	**0.660	التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق الإخباري
0.002	**0.651	التعمق في معالجة الأحداث والقضايا
0.006	**0.593	الإمكانيات التقنية المتميزة والإبحار في الإخراج
0.001	**0.680	لديها شبكة ضخمة من المراسلين في أنحاء الوطن وخارجه
0.000	**0.787	تنسم بالموضوعية والحرية والتوازن في الأداء
0.003	**0.624	لديها طاقم متميز من المذيعين وفريق الإعداد
0.045	*0.453	تحرص على مشاركة الجماهير في برامجها
0.000	**0.794	تعالج موضوعات وقضايا متنوعة
0.000	**0.759	تقدم أفلاما تسجيلية وثائقية متميزة
0.001	**0.703	تستضيف شخصيات تلائم ما تطرحه من قضايا
0.000	**0.770	العقلانية والهدوء في إدارة الأزمات
0.000	**0.753	تهتم بالأخبار التي تخدم المصالح المحلية
0.000	**0.715	ربط المواطن بالأحداث الفورية
0.000	**0.746	جودة المعلومات المقدمة
0.000	**0.859	المسؤولية الأخلاقية في نشر الأخبار
0.000	**0.762	تقدم المصدقية على السبق الصحفي
0.000	**0.800	الاعتماد على مصادر إعلامية قوية وموضوعية
0.000	**0.730	تتميز بتنوع وشمولية المحتوى
0.000	**0.815	واقعية وملامسة لحاجات المشاهدين

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية للمحور الثاني دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.453، فيما كان الحد الأعلى 0.859. وعليه فإن جميع فقرات المحور الثاني متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور

جدول رقم 04

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.000	**0.746	الأداء الاستفزازي لبعض المذيعين، وانفعالهم في الأداء
0.001	**0.687	عدم احترام المشاهدين
0.014	*0.540	أجهاها السياسي غير محدد وغامض
0.013	*0.546	تسعى إلى تحقيق سبق الإعلامي على حساب الدقة
0.000	**0.811	غير محايدة في معالجة الأحداث
0.000	**0.814	غياب الإبداع والتجديد
0.000	**0.736	ضعف كفاءة العنصر البشري
0.000	**0.754	سطحية المعالجة
0.000	**0.732	تبني وجهة نظر رسمية في معالجة الأحداث
0.001	**0.692	ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة
0.000	**0.712	عدم مواكبة الأحداث
0.000	**0.762	ضعف شبكة المراسلين
0.000	**0.862	التبعية الإعلامية والإخبارية في المصادر
0.000	**0.933	افتقاد المصدقية
0.000	**0.891	عدم اتباع آداب الحوار
0.000	**0.836	عدم الدقة في الأخبار
0.000	**0.837	البعد عن الموضوعية
0.000	**0.823	عدم احترام الحياة الخاصة للمشاهدين
0.001	**0.680	عدم تقديم الموضوعات المهمة للمجتمع
0.000	**0.861	عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة
0.000	**0.804	ضعف المصادر الإعلامية المعتمد عليها

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الثالث والدرجة الكلية للمحور الثالث دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.540، فيما كان الحد الأعلى 0.933. وعليه فإن جميع فقرات

المحور الثالث متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 05

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال النشرات القنوات الجزائرية الخاصة

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.000	**0.825	تنوع أخبار النشرة من حيث المضمون (سياسي، علمي، اقتصادي)
0.000	**0.795	توازن أخبار النشرة بين المحلي والعربي والدولي
0.000	**0.767	توازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية
0.000	**0.822	الفورية في تغطية الأحداث فور وقوعها
0.001	**0.697	التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة نحو الأحداث
0.000	**0.741	الفصل بين الحقائق والآراء في تقديم الأحداث
0.000	**0.867	إسناد الحقائق إلى وقائعها
0.038	*0.467	تستخدم لغة بسيطة وسليمة وواضحة في صياغة الأخبار
0.29	*0.488	ترتب الأخبار في النشرة وفقا لأهميتها
0.000	**0.809	بتميز الإخراج الفني للنشرة بالجودة الفنية
0.000	**0.843	الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث
0.000	**0.852	الاستعانة بالمواد الأرشيفية لدعم الأخبار
0.000	**0.808	الاستعانة بالرسومات والخرائط
0.000	**0.816	الاستعانة بالصور الثابتة
0.000	**0.848	الاستعانة بتقارير المراسلين في عواصم العالم
0.000	**0.849	الاستعانة بالخبراء العرب لتفسير الأحداث وشرحها
0.000	**0.855	الاستعانة بالخبراء الأجانب لتفسير الأحداث وشرحها
0.039	*0.464	يعالج شريط الأخبار الأحداث الطارئة

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الرابع والدرجة الكلية للمحور الرابع دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.464، فيما كان الحد الأعلى 0.867. وعليه فإن جميع فقرات

المحور الرابع متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 06

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال البرامج المقدمة

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.000	**0.750	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالحدائثة والمعاصرة
0.031	*0.482	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالأهمية والتنوع
0.000	**0.764	أرى أن المعالجة المقدمة للقضايا تتسم بالعمق
0.000	**0.778	ملاءمة تخصص الضيوف للقضايا المطروحة
0.000	**0.899	أرى أن البرامج المقدمة تتسم بالجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة
0.000	**0.848	تغطي البرامج مختلف القضايا المحلية والوطنية
0.000	**0.860	الإعداد الجيد للبرامج

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.01 = \alpha$

*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 = \alpha$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الخامس والدرجة الكلية للمحور الخامس دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.482، فيما كان الحد الأعلى 0.899. وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 07

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال المذيعين والمذيعات

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.000	**0.824	يتميز المذيعون والمذيعات بمهارات تفاعل جيدة مع الجمهور
0.000	**0.747	يتميز المذيعون والمذيعات بالجرأة والحرية في معالجة القضايا
0.000	**0.857	يمتلك المذيعون والمذيعات خلفية ثقافية جيدة حول القضايا المطروحة
0.006	**0.596	يدير المذيعون الحوارات مع الضيوف بشكل جيد
0.000	**0.824	هناك توازن في طرح أبعاد القضايا وتوزيع الوقت بين ضيوف البرنامج

**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.01 = \alpha$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور السادس والدرجة الكلية للمحور السادس دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.596، فيما كان الحد الأعلى 0.857. وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخلياً مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 08

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الإخراج

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.002	**0.640	يتم توظيف الصورة التلفزيونية لخدمة القضايا المعالجة
0.009	**0.569	تستخدم الفواصل لتخفيف الملل
0.000	**0.917	يستخدم الإبحار في الإخراج التلفزيوني
0.000	**0.873	يوجد تكامل بين النص المكتوب وحديث الصورة
0.000	**0.927	توظيف الجرافيك بما يتناسب مع طبيعة البرنامج
0.000	**0.810	توظيف المؤثرات المرئية والرقمية
0.000	**0.786	مونتاج البرامج يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة

** الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.01 = \alpha$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور السابع والدرجة الكلية للمحور السابع دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.569، فيما كان الحد الأعلى 0.927. وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخلياً مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 09

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الجمهور

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.000	**0.881	توجد وسائل اتصال جيدة بجمهور المشاهدين
0.000	**0.823	يعبر المشاركون من الجماهير عن آرائهم بحرية
0.000	**0.922	هناك اهتمام بأسئلة ومدخلات الجمهور
0.000	**0.717	يكون التوقيت مناسباً لتمكين الجمهور من المشاركة
0.000	**0.942	تستخدم القنوات الخاصة البريد الإلكتروني والهواتف في التفاعل مع مشاهديها

**الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الثامن والدرجة الكلية للمحور الثامن دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.717، فيما كان الحد الأعلى 0.942. وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخلياً مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

جدول رقم 10

يوضح معامل ارتباط بيرسون لفقرات مجال الكفاءة الإدارية

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور
0.004	**0.617	يتميز طاقم القنوات الخاصة بكفاءة العنصر البشري (معد مقدم مخرج)
0.000	**0.856	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات التكنولوجية اللازمة
0.000	**0.771	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات المالية الكافية
0.000	**0.821	تعمل على التطوير في الشكل والمضمون
0.002	**0.658	الكفاءة في إدارة الأزمات

**الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.01$

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور التاسع والدرجة الكلية للمحور التاسع دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.617، فيما كان الحد الأعلى 0.856. وعليه فإن جميع فقرات

المحور التاسع متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا المحور.

ب- الثبات:

يشير مفهوم الثبات إلى اتساق أداة القياس أو إمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها في القياس،¹ وهذا يعني أن ثبات الاختبار هو أنه يعطي نفس النتائج باستمرار، إذا ما استخدم الاختبار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة (نفس الظروف).²

وقد تم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach's

Alpha) كما يلي:

جدول رقم 11

يوضح ثبات محاور الدراسة

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
محور الاعتماد	7	0.838
محور الإيجابيات	19	0.947
محور السلبيات	21	0.963
محور النشرات	18	0.956
محور البرامج	7	0.885
محور المذيعين والمذيعات	5	0.863
محور الإخراج	7	0.909
محور الجمهور	5	0.906
محور الكفاءة	5	0.842
الثبات العام للاستبيان	94	0.965

¹ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص154.

² فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية مصر، 2002، ص165.

يتّضح من الجدول رقم (11) أن معامل الثبات العام لمحاور الدراسة مرتفع، حيث بلغ 0.965 لإجمالي فقرات الاستبيان الثلاثين، فيما تراوح ثبات المحاور ما بين 0.838 كحد أدنى وبين 0.963 كحد أعلى، وهذا يدلُّ على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة بحسب مقياس نانلي (Nunnally)¹، والذي اعتمد (0.70) كحدّ أدنى للثبات.

وعليه ومن خلال نتائج الثبات والاتساق الداخلي في الجداول السابقة يتضح لنا ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) بدرجة مرتفعة وصدق اتساقها الداخلي مما يجعلنا نطبقها على كامل العينة.

12- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم مراجعتها للتأكد من الإجابات على الأسئلة، ثم ترميزها وذلك باستبدال الإجابات الوصفية برموز رقمية تسهّل عملية تفرغ البيانات، وتمت معالجتها واستخراج نتائجها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية أو ما يعرف باسم *SPSS (Statistical Package of Social Sciences)*.

وللإجابة على تساؤلات وفروض الدراسة تم استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية

الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية: وذلك في عرض الجداول البسيطة.
- مربع كاي (χ^2): لاختبار مستوى الدلالة بين متغيرين عند درجة حرية محددة.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لقياس ثبات أداة الاستبيان.

¹ Dheeraj Sharma, Understanding Coefficient Alpha: Assumptions and Interpretations, Indian institute of management Ahmedabad, march 2016, p 8.

- المتوسط الحسابي المرجح (Weighted-Mean): لترجيح قيمة المتوسطات الحسابية وقد تم استخدامه في الأسئلة المتعلقة بالاتجاهات، من خلال حساب متوسط إجابات المبحوثين، وكذا في معرفة متوسط الإجابات في الأسئلة المتعلقة بإيجابيات وسلبيات القنوات الجزائرية الخاصة.
- معامل ارتباط بيرسون: هو قياس الارتباط بين متغيرين اثنين.
- اختبار (ت) (Independent Samples T-test): لمعرفة الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين مجموعتين مستقلتين، وقد تم استخدامه في معرفة الفروق بين متوسطات درجات مجموعات العينة على بنود اتجاهاتهم نحو الأداء المهني، وذلك حسب متغير النوع.
- اختبار (F) أو تحليل التباين الأحادي (One Way Anova): لمعرفة الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أكثر من مجموعتين على متغير واحد، وقد تم استخدامه في معرفة الفروق بين متوسطات درجات مجموعات العينة على بنود اتجاهاتهم نحو الأداء المهني، وذلك حسب متغير الرتبة والخبرة المهنية والسّن.
- مقياس ليكرت (Likert) للاتجاهات: وقد تم الاعتماد على المقياس الخماسي الأبعاد كالتالي:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
1	2	3	4	5	إذا كانت إيجابية
5	4	3	2	1	إذا كانت سلبية

وقد تم تقسيم الاتجاهات إلى ثلاث مستويات: (سلي، محايد، إيجابي) كما يلي:

$$1.33 = 3/4 = 1 - 5$$

5 - 3.67	3.66 - 2.34	2.33 - 1	المجال
إيجابي	محايد	سلي	الاتجاه

أما السؤال المتعلق بمدى اعتماد أفراد العينة على القنوات الجزائرية الخاصة فيكون كما

$$\text{يلي: } \text{نحسب عدد الأعمدة} - \text{عدد الصفوف} = 4 = 1 - 5$$

$$\text{مجال الفئة} = 5/4 = 0.8$$

5 - 4.2	4.2 - 3.4	3.4 - 2.6	2.6 - 1.8	1.8 - 1	المجال
عالية جدا	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جدا	درجة الاعتماد

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول

مدخل إلى الاتجاهات النفسية

تمهيد:

يُمثل موضوع الاتجاهات أحد المحاور الرئيسية في علم النفس الاجتماعي، والذي يدرس علاقة الفرد بالأفراد الآخرين وبالبيئة المحيطة به، والتي تُؤثر على أفكاره ومشاعره وانفعالاته وعاداته، وبالتالي فإنّ الإنسان يُكوّن اتجاهات نحو هذه العناصر، سواء كانت أشياء، أشخاص جماعات أو أفكار ومبادئ.

ويُعدُّ عالم الاجتماع والفيلسوف الإنجليزي هربرت سبنسر (Herbert Spenser) أوّل من استخدم مصطلح "الاتجاه النفسي" في كتابه "المبادئ الأولى" عام 1862، حين قال: «إنّ وصولنا إلى أحكامٍ صحيحةٍ في مسائلٍ مُثيرةٍ لكثيرٍ من الجدل، يعتمد إلى حدٍ كبيرٍ على اتجاهنا الذهني، ونحن نصغي إلى هذا الجدل أو نشارك فيه».¹

وفي هذا المبحث سنحاول التعرض لمختلف تعاريف الاتجاه، وخصائصه ومكوّناته وأنواعه، ومراحل عملية تكوين الاتجاه وطرق قياسه.

المطلب الأول: تعريف الاتجاهات:

لقد تعدّدت تعاريف الاتجاهات، ولا يوجد تعريف متفق عليه بين العلماء والباحثين، كما أنّها اختلفت لدى الباحث نفسه من وقت لآخر، فقد قام كلا من "أجزين" و"فيشباين" (Ajzen&Fishbein) بمراجعة التعريفات المختلفة لمفهوم الاتجاه، حيث أمكنهما حصر ما يقارب الخمسمائة (500) تعريف، تبين أنّها متباينة عن بعضها البعض، وفي 70% من 200 دراسة تم تعريف الاتجاه بأكثر من معنى.²

وقد أورد ألبورت (Allport) ستة أو سبعة عشر تعريفاً للاتجاه، ويقترح تلخيصها في التعريف الآتي: «الاتجاه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، تنتظم من خلاله

¹ عامر مصباح، علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010، ص243.

² ربيعة جعفرور، اتجاهات طلاب الجامعة نحو عمل المرأة، مجلة المداد، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 4، العدد 1، 2016، ص109.

خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة».¹

أمّا أحمد عزت راجح فيعرف الاتجاه بأنه: «استعداد وجداني مكتسب، ثابت نسبياً يميل بالفرد إلى موضوعات معينة، فيجعله يُقبل عليها ويحبّها، أو يُرّحب بها ويحبها، أو يميل به عنها فيجعله يعرض عنه أو يرفضها أو يكرهها».²

وقد عرّف الاتجاه في قاموس مصطلحات علم النفس الحديث والتربية بأنه: «الشعور بالتأييد أو المعارضة إزاء موضوع معين، كجماعة معينة أو فكرة أو فلسفة أو قضية، كالاتجاه نحو المرأة أو نحو القومية العربية، ويتكوّن بالخبرة والاكْتساب ويمكن تعديله».³

ويرى بوجاردس (Bogardus) الاتجاه بأنه: «ميل يتّجه بالسلوك قريباً من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها، فيضفي عليها معاني موجبة أو سالبة تبعاً للانجذاب نحوها أو النفور منها».⁴

وقد عرّفه "أبو النيل" بأنه: «استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعياً أو اقتصادياً أو سياسياً، أو حول قيمة من القيم، كالقيمة الدينية أو النظرية أو الاجتماعية، أو حول جماعة من الجماعات، ويعبر هذا الاتجاه تعبيراً لفظياً بالموافقة عليه أو عدم الموافقة».⁵

¹Mahzarin R.Banaji, Lariza Heiphetz, **Attitudes, Handbook of Social Psychology**, 5th Edition, Volume1, Hoboken, N.J.: Wiley, 2010, USA, p351.

² عبد الفتاح مُجدّ دويدار، علم النفس الاجتماعي: أصوله ومبادئه، دار النهضة العربية، بيروت، 1994، ص158.

³ حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 4+3، 2012، ص304.

⁴ عباس محمود عوض، رشاد صالح دمنهوري، علم النفس الاجتماعي: نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص35.

⁵ شاكر محاميد، علم النفس الاجتماعي، مركز يزيد للنشر، الأردن، 2018، ص184.

المطلب الثاني: خصائص الاتجاهات:

تتميز الاتجاهات بعدة خصائص هي:

أ- أن الاتجاهات مكتسبة وليست فطرية متوارثة، وأن الفرد يكتسبها من خلال تجاربه، وما يعيشه من خبرات.

ب- تتسم الاتجاهات بالثبات النسبي، ومن ثم يستحيل تغييرها أو تعديلها بسرعة، وبخاصة الاتجاهات التي تشبع حاجة نفسية لدى الأفراد.

ج- لا تتكون الاتجاهات بغير موضوع للاتجاه، ومن ثم تتضمن العلاقة بين الفرد وموضوع من موضوعات الحياة.

د- أن الاتساق والاتفاق فيما بين استجابات الفرد لمواقف وموضوعات محددة، يسمح بالتنبؤ بنوعية الاستجابة في مواقف غير محددة.¹

هـ- المبادئ التي تحكم تكوين اتجاه الفرد نحو موضوعات فردية أو شخصية، هي نفسها التي تحكم تكوين اتجاهاته نحو موضوعات اجتماعية أو موضوعات عامة.

و- موضوعات الاتجاه ليست لها قيمة في ذاتها، وإنما فيما يضيفه عليها الفرد من خصائص بدرجات من الإيجاب أو السلب، والموافقة أو المعارضة، وهو ما يطلق عليه وجهة الاتجاه.²

ز- تغلب على الاتجاه النفسي الذاتية أكثر من الموضوعية، من حيث محتواه ومضمونه المعرفي.

ح- قد يبقى الاتجاه النفسي قوياً على مرّ الزمن، ويقاوم ظروف التعديل والتغيير، وهذا راجع إلى زيادة درجة وضوح معالمة عند الفرد، أو عندما تكون له قيمة وأهمية كبيرة في تكوين معتقدات الفرد وشخصيته.³

¹ إبراهيم عيد، مرجع سابق، ص ص 88-89.

² معتز سيد عبد الله، الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989، ص 41.

³ أحمد علي حبيب، علم النفس الاجتماعي، ط 1، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2006-2007، ص 97.

المطلب الثالث: مكونات الاتجاه:

للاتجاه أربعة مكونات رئيسية هي:¹

1. المكوّن الإدراكي:

وهو مجموع العناصر التي تساعد الفرد على إدراك المثير الخارجي (الموقف الاجتماعي)، أو بمعنى آخر هو الصيغة الإدراكية التي يحدّد عن طريقها الفرد هذا الموقف الاجتماعي أو ذلك. وقد يكون ذلك الإدراك حسبيًا عندما تتكوّن الاتجاهات نحو المادّيات أو ما هو ملموس منها، وقد يكون الإدراك اجتماعيًا، عندما تكون الاتجاهات نحو المثيرات الاجتماعية والأمور المعنوية الأخرى.

2. المكوّن المعرفي:

وهو عبارة عن مجموعة الخبرات والمعارف والمعلومات التي تتّصل بموضوع الاتجاه، والتي آلت إلى الفرد عن طريق النقل أو التلقين، أو عن طريق الممارسة المباشرة، كما يُضاف إلى ذلك رصيد المعتقدات والتوقعات.

3. المكوّن العاطفي (الانفعالي):

وهو الصفة المميزة للاتجاه، والتي تفرّق بينه وبين الرأي، فشحنة الانفعال المصاحبة للاتجاه هي ذلك اللون الذي بناء على عمقه ودرجة كثافته يتميّز الاتجاه القوي عن الاتجاه الضعيف، كما يتميّز الاتجاه عموماً عن المفاهيم الأخرى مثل: الرأي والرأي العام والعقيدة والميل والاهتمام.

4. المكوّن السلوكي:

وهو مجموع التعبيرات والاستجابات الواضحة التي يقدّمها الفرد في موقف ما نحو مثير معين، ومن الترتيب المنطقي أنّ الإنسان يأتي بسلوك معيّن تعبيراً عن إدراكه لشيء ما ومعرفته

¹ سعد عبد الرحمن، القياس النفسي النظرية والتطبيق، ط5، هبة النيل العربية، جمهورية مصر العربية، 2008، ص ص 376-377.

ومعلوماته عن هذا الشيء وعاطفته وانفعاله نحو هذا الشيء، ولذلك فإن المكوّن السلوكي للاتجاه هو نهاية المطاف، فعندما تتكامل جوانب الإدراك وأبعاده ويُكوّن الفرد بناءً على ذلك رصيّدًا من الخبرة والمعرفة والمعلومات التي تساعد في تكوين العاطفة أو الانفعال، يقوم الفرد بالنزوع أو السلوك أو تقديم الاستجابة التي تتناسب مع هذا الانفعال وهذه الخبرة وهذا الإدراك.

المطلب الرابع: أنواع الاتجاهات:

تعدّدت أنواع الاتجاهات وتصنيفها بعدد المعايير التي اتخذت أساسًا للتصنيف، وهي كما يلي:

1. الاتجاهات العامة والاتجاهات الخاصة (النوعية):

يتناول الاتجاه العام الظاهرة التي تعتبر موضوع الاتجاه من جميع جوانبها، حيث يشملها كلية دون التعرض لجزئياتها ولا البحث في تفصيلاتها، أمّا الاتجاه الخاص (النوعي) فيتناول جزئية واحدة فقط من جزئيات الظاهرة التي تعتبر موضوع الاتجاه، بحيث يركّز عليها وحدها فقط دون التعرض للظاهرة ككل.

فالاتجاهات العامة أكثر ثباتًا واستقرارًا من الاتجاهات الخاصة، كما أن الاتجاهات الخاصة تسلك مسلكًا يخضع في جوهره لإطار الاتجاهات العامة، ولهذا تعتمد الاتجاهات على الاتجاهات العامة وتشتق دوافعها منها.¹

2. الاتجاهات الجماعية والاتجاهات الفردية:

تعتبر الاتجاهات الجماعية فيما تكون مشتركة بين عدد كبير من الناس، فيما يتعلق بموضوع من الموضوعات، فقد يتكوّن اتجاه مشترك لدى عدد كبير من الناس نحو رئيس الدولة أو زعيم من الزعماء... الخ.

¹ شاكر محاميد، مرجع سابق، ص 207.

أما الاتجاهات الفردية فهي ذاتية، تتعلّق بذات الفرد دون سواه فيما يتعلق بظاهرة معينة فالإنسان يكون اتجاهه الفردي من خلال إطاره المرجعي المتضمن أسلوب حياته الخاص والمميز له عن غيره من الناس.¹

3. الاتجاه العلني والاتجاه السري:

تكون الاتجاهات علانية حينما لا يجد الفرد حرجًا من إعلانها والتحدث عنها أمام الناس، فهي ترتبط بما يؤمن به ويتبنّاه من نظام للقيم سائدة في المجتمع، ويكون مقبولًا من عامة الناس، بحيث لا يتعرّض الفرد من خلال إعلانها إلى أيّة ضغوطات تسبّب له الضرر والحرج. أما الاتجاهات السرية فهي التي يشعر الفرد بالحرج والضيق من إعلانها، ويحاول أن يخفيها عن الناس ويحتفظ بها لنفسه، بل إنه قد ينكر حين يسأل عنها، وذلك لأنها مرفوضة من قبل غالبية الناس وتسبب له الخجل.²

4. الاتجاه القوي والاتجاه الضعيف:

يمثل الاتجاه القوي الاتجاه الذي يتضح في السلوك القوي الفعلي الذي يعبر عن العزم والتصميم، والاتجاه القوي أكثر ثباتًا واستمرارًا ويصعب تغييره. أما الاتجاه الضعيف فهو الاتجاه الذي يكمن وراء السلوك المتراخي المتردد، والاتجاه الضعيف سهل التغيير والتعديل.³

5. الاتجاه الموجب والاتجاه السالب:

تكون الاتجاهات إيجابية عند الفرد عندما تنحو به نحو شيء معين، كما ترتبط هذه الاتجاهات بتأييد كل ما يتعلق بها من جميع جوانبها، مما يجعل ذلك ينعكس في سلوك الفرد على شكل دفاع وتصدّد ودعوة لهذا الاتجاه.

¹ شاكر محاميد، مرجع سابق، ص ص 207-208.

² خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط3، دار الفكر، عمان، 2010، ص 159.

³ نصر الدين جابر، الهاشمي لوكيا، مرجع سابق، ص 98.

أما الاتجاهات السلبية فهي التي تبتعد بالفرد عن موضوع معين، مما يجعله يرفض كل ما يتعلق بهذا الموضوع والتشهير به والدعوة لمحاربه.¹

المطلب الخامس: مراحل تكوين الاتجاه:

يمرُّ الاتجاه أثناء تكوينه بالمراحل الآتية:²

1. المرحلة الإدراكية المعرفية:

وفيها يدرك الفرد المثيرات التي تحيط به، ويتعرّف عليها، ومن ثم تتكوّن لديه الخبرات والمعلومات التي تصبح إطارًا معرفيًا لهذه المثيرات والعناصر.

2. المرحلة التقويمية:

وهي مرحلة يقوم فيها الفرد بتقييم حصيلة تفاعله مع هذه المثيرات والعناصر، ويستند في عملية التقييم هذه إلى ذلك الإطار الإدراكي المعرفي بما فيه من متغيرات موضوعية، مثل خصائص الأشياء ومقوماتها، ومن متغيرات ذاتية وأبعاد التطابق والتشابه والتمييز، وهي جميعها تعتمد على ذاتية الفرد وأحاسيسه ومشاعره.

3. المرحلة التقريرية:

وهي مرحلة التقرير أو إصدار الحكم بالنسبة لعلاقة الفرد مع عنصر من عناصر البيئة فإذا كان الحكم موجبًا تكوّن الاتجاه الموجب لدى الفرد، والعكس صحيح.

¹ خليل عبد الرحمن المعاينة، مرجع سابق، ص ص 159-160.

² عادل مجّد العدل، علم النفس الاجتماعي: منظور تربوي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2018، ص ص 391-392.

المطلب السادس: طرق قياس الاتجاهات:

تعتبر عملية قياس الاتجاهات على قدر كبير من الأهمية، فهي تبين مدى تقبل الناس لموضوع معيّن أو رفضهم له، حيث يقول "ستيفنز" Stevens : «إن القياس في معناه الواسع عبارة عن وجود قواعد تحدد وتوضح كيفية تحديد أعداد لما يشاهد من أفعال وأحداث».¹

وتمثل مقاييس الاتجاه إحدى طرق القياس الاجتماعي، وهي عبارة عن مقاييس تتكوّن من عدة أسئلة أو عبارات تُوجّه إلى الأفراد، ويقارن بين استجابات الناس لها، بما تحدد موقع كل فرد بدقة على المقياس، فنجدها بوجه عام تهتم بمدى التغير أو التباين أو الاختلاف أو التشابه بين الأشياء أو الأشخاص في صفة أو خاصية من الصفات أو الخصائص.²

وستعرض لأبرز المقاييس المستخدمة في قياس الاتجاهات في علم النفس الاجتماعي كما يلي:

1. مقياس بوجاردس Bogardus (المسافة الاجتماعية أو البعد الاجتماعي):

قدّم "بوجاردس" سنة 1925 أوّل مقياس لقياس المسافة الاجتماعية Social Distance والذي هدف من خلاله إلى قياس اتجاهات أفراد المجتمع الأمريكي نحو بعض الأقليات (زواج، إنجليز، فرنسيين...) الوافدين إلى هذا المجتمع.

وقد تضمّن المقياس سبع (7) مواقف تعبّر عن درجات مختلفة من تقبل هؤلاء الوافدين، بحيث تعبّر أول عبارة عن أقصى درجات التقبل (اتجاه إيجابي قوي)، بينما تعبّر العبارة الأخيرة عن أقصى درجات الرفض (اتجاه سلبي قوي)، بينما تمثّل العبارات الخمس الأخرى درجات تتناقض تدريجياً من حيث التقبل، وتعبّر في ذات الوقت عن زيادة الرفض، أي أن هناك

¹ طارق كمال، أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005، ص214.

² مُجّد شفيق، علم النفس الاجتماعي: بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص123.

مسافات متساوية بين العبارات، وهنا يمكن وضع هذه العبارات أمام أي فئة من الناس يراد قياس الاتجاه نحوها، وتعدّ بمثابة مسطرة متدرجة لقياس الاتجاهات كمياً حول الموضوع.¹

وقد تضمّن المقياس العبارات الآتية:

- 1- أقبل الزواج من بينهم.
- 2- أقبل عضوية بعضهم في النادي الذي أنتمي إليه ومصادقتهم.
- 3- أوافق على أن يسكن بعضهم في أحد المجاورة لمسكني.
- 4- أوافق على أن يلتحق بعضهم بنفس مكان عملي.
- 5- أوافق على أن ينضم بعضهم إلى مواطنين بلدي.
- 6- أوافق على أن يكونوا مجرد زائرين لبلدي.
- 7- أوافق على استبعادهم من بلدي.

وهذا المقياس وإن كان يبدو سهلاً في تطبيقه، إلا أنه أغفل الاتجاهات المتطرفة مثل: الكراهية الشديدة والاعتداء والتعصب على أفراد هذه القوميات، واكتفى باستبعادهم عن الوطن.²

2. مقياس ثيرستون Thurston (مقياس الفترات متساوية الظهور):

ظهر هذا المقياس عام 1929، وقد أعدّه "ثيرستون" من خلال تقدير أوزان للعبارات، معتمداً في هذا التقدير على المحكّمين والخبراء في الميدان، وكان يطلب منهم أن يصنفوا العبارات حسب الإيجابية والسلبية في إحدى عشر (11) خانة، بحيث أكثر العبارات إيجابية في الخانة رقم (1)، وأكثرها سلبية في الخانة رقم (11)، ثم المتوسطة في الخانة رقم (6) ثم يستبعد

¹ عبد العزيز السيد الشخص، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار القاهرة للكتاب، القاهرة، 2001، ص127.

² خليل ميخائيل معوض، علم النفس الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003، ص266.

العبارات الغامضة وغير الواضحة بذاتها، ومن ثم يتم تخفيض عبارات المقياس من مائة (100) عبارة أو يزيد إلى عدد من 20-50 عبارة.¹

ويلاحظ على هذا المقياس أنه يستغرق وقتًا وجهدًا في إعداده، وأن الأوزان قد تتأثر بالتحيزات الشخصية للمحكّمين خاصة المتطرفين في تحيُّزهم، وقد تكون العبارات المتساوية البعد في نظر الحكام ليست كذلك في الواقع بالنسبة للمفحوصين، وقد يقترّب متوسط التقدير للفرد من متوسط التقدير لفرد آخر مع اختلاف دلالة كل من المتوسطين.²

3. مقياس ليكرت (التقديرات المجملة):

قام ليكرت (1932) بطريقة جديدة مختصرة ومبسّطة لقياس الاتجاهات، تختلف عن طريقة "ثيرستون" التي تتميز بالصعوبة والتعقيد، حيث يتضمّن وضع مجموعة من العبارات تمثل وجهات النظر حول موضوع معيّن، ثم يطلب من الأفراد تحديد درجة موافقتهم أو معارضتهم لكل عبارة، وذلك على تدرّج يتكوّن من ثلاث أو خمس أو سبع نقاط، تمثل الأولى أقصى درجات الموافقة وتعطى أعلى درجة، بينما تمثل الأخيرة أقصى درجات المعارضة وتعطى أقل درجة، أما النقطة الوسيطة (الثانية في المقياس الثلاثي، والثالثة في المقياس الخماسي، والرابعة في المقياس السباعي... الخ) فتمثل الرأي المحايد.³

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
إيجابية	5	4	3	2	1
سلبية	1	2	3	4	5

¹ إبراهيم عيد، مرجع سابق، ص 103.

² باسم مجّد ولي، مجّد جاسم مجّد، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ط 1، مكتبة دار الثقافة، عمان، الأردن، 2004، ص 146.

³ عبد العزيز السيد الشخص، مرجع سابق، ص 129.

ونشير هنا إلى أن إيجابية العبارات أو سلبيتها تعود إلى خلفية المبحوثين وطبيعة وسطهم الثقافي، وعلى الباحث مراعاة ذلك، فمثلاً قد يعتبر البعض عبارة: "ينبغي على المرأة أن تعود إلى مهمتها الطبيعية للاعتناء بالزوج والأولاد في المنزل" عبارة سلبية، ويعتبرها البعض الآخر إيجابية، ولذلك عادة ما يوصى منهجياً بـ "توطين" أو "تأصيل" المقاييس الأجنبية.¹

ويلاحظ على هذا المقياس ما يلي:

- طريقة ليكرت سهلة في وضع المقياس، نظراً لأنها لا تحتاج إلى محكمين خبراء، ولا إلى اتفاقهم.
- تزيد هذه الطريقة من درجة ثبات المقياس، لوجود عدة درجات أمام كل عبارة تتراوح بين الموافقة والمعارضة العامة.
- الفرد أو المفحوص في هذه الطريقة مطالب بأن يعبر عن اتجاهه في كل عبارة من عبارات المقياس، وهكذا فإن كل عبارة تمدنا بمعلومات عن المفحوص.²
- وقد وُجّهت إلى مقياس ليكرت العديد من الانتقادات وهي كما يلي:
- أن نفس الدرجة الكلية على هذا المقياس يمكن أن يحصل عليها أكثر من مفحوص بطرق مختلفة، فقد يكون هناك درجتان كليّتان متساويتان ولكنهما مختلفتان من حيث المعنى والتفسير، ولمعالجة هذا فإن على الأخصائي أن يتفحص نظام الاستجابة قبل أن يعتمد على الدرجة الكلية للمفحوص.
- أن الدرجة 3 (محايد) أي التي تفترض أن المفحوص غير متأكد من استجابته، لا يمكن اعتبارها نقطة محايدة، إذ يمكن تفسيرها على أنها استجابة باهتة نحو الموضوع، أو أنه ليس لدى المفحوص أي سابق خبرة أو معلومة عن الموضوع المطلوب أن يقيس اتجاهه نحوه،

¹ فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010، ص57.

² سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية: أنواعها ومدخل لقياسها، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2010، صص 123-124.

وكثرة الاستجابات من هذا النوع لا بد أن تلفت نظر الأخصائي، وكذلك إذا كانت الاستجابات الموجبة جدا والسالبة جدا تكاد أن تتساوى، وهنا يجب على الأخصائي أن يشك في مقياسه، من حيث أنه يقيس شيئاً واحداً.¹

وهناك عدة يجب شروط يجب توافرها في بناء المقاييس، وهي كالآتي:²

- اختيار عبارات المقياس: إن تركيب العبارة في حد ذاته يعتبر أساساً ضرورياً، وهذا يعني انتقاء عباراته وتركيبها بطريقة صحيحة ملائمة لنوعية الاتجاه المراد قياسه وتقديره.
- تحليل عبارات المقياس: ويعني ذلك الناحية الكيفية للحكم على صلاحية كل عبارة من عبارات المقياس لتقدير الاتجاه المطلوب قياسه، وبتفسير أوضح، لا بد من معرفة مدى اتفاق كل عبارة مع الهدف العام للاختبار.

أما مشكلات قياس الاتجاهات النفسية فتتمثل في ما يأتي:

- مشكلة تنوع الإجابات بتنوع الغرض: في بعض الأحيان لا نستطيع أن نحدد الإجابات على سؤال معين بحسب الغرض، فهناك إجابات تكون لا أو نعم، وهناك إجابات تتطلب إجابات اختيارية أو تعبيرية.
- مشكلة قياس شدة الإجابات: والأمر يتعلق بمقدار الشدة التي يتخذ الناس بها حلولهم والشدة تساعدنا على تحديد نسبة الإجابات الإيجابية أو السلبية.
- مشكلة مضمون السؤال: غالباً لا نستطيع الوصول إلى الصيغة الجيدة التي تساعد على فهم جميع المفحوصين للسؤال بنفس الطريقة.
- صعوبة تحقيق الثبات والصحة في الإجابات.³

¹ عادل مجد العدل، مرجع سابق، ص 409.

² نبيلة عبد الكريم الشرجي، مرجع سابق، ص 170.

³ سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2011، ص 174.

خلاصة المبحث:

مما سبق يتضح أهمية دراسة الاتجاهات لدى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع بشكل كلي لمختلف الموضوعات ذات الارتباط المباشر بمصالحهم، أو تلك التي تدخل ضمن دائرة اهتمامهم، مثل: موضوع الانتخابات أو التعديل الدستوري أو زيادة الأسعار، والذي من شأنه أن يعزز أو يعدل أو يغيّر في قرارات أصحاب القرار.

وتؤدّي وسائل الإعلام ومنها القنوات الفضائية دورًا مهمًا في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ما تعرضه من قضايا وأحداث، من خلال وضعها في إطار معين (وفق نظرية الأطر الإعلامية)، أو من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يُعدُّ تكوين الاتجاه أحد الآثار الوجدانية نتيجة هذا الاعتماد، والتي تمتدُّ من الموافقة إلى درجة المعارضة، ومثال ذلك دور الفضائيات الإخبارية العربية في إحداث التغيير السياسي في بعض الدول العربية خلال أحداث الربيع العربي، دون إهمال دور الاتصال الشخصي من خلال المناقشة داخل الجماعات الاجتماعية وبين الأفراد، ودور قادة الرأي في ذلك.

وفي هذه الدراسة سنحاول معرفة الاتجاهات نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، وهو يمثّل موضوع الاتجاه، وقد تبين أن مقياس ليكرت من أفضل وأسهل مقاييس قياس الاتجاه وأكثرها استخدامًا، وقد تم الأخذ بالشروط التي يجب توافرها في المقياس، وكذا تم الاستفادة من المشكلات التي تعترض قياس الاتجاهات، وهذا لتفاديها خلال عملية تصميم الاستبيان، وسيتم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في هذه الدراسة.

المبحث الثاني

الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية

تمهيد:

يُعتبر الأداء أحد المفاهيم المرتبطة بالمؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها، ومنها المؤسسات الإعلامية، والذي يُعبّر عن مدى تحقيقها لأهدافها بناء على المخرجات، ويعكس الدور المجتمعي الذي ينبغي أن تؤديه، ومن ثم فإن هذه الأخيرة - المؤسسات الإعلامية - تقوم بعملية تقييم للأداء بشكل دوري، لمعرفة مواطن القوة والضعف لمعرفة ما ينبغي فعله، والذي يساعد في تحقيق أهداف المستقبل، وضمان مكانة مناسبة لدى الجمهور في ظل المنافسة بين القنوات الفضائية لجذب الجمهور والمعلنين على حدّ سواء.

وفي هذا المبحث سنحاول التعرّض لتعاريف الأداء المهني، مبادئه، مميزاته والعوامل المؤثرة فيه.

المطلب الأول: تعريف الأداء المهني:

يُعرّف الأداء بأنه: «أيُّ عملٍ أو نشاطٍ يؤديه كل من يعمل بالمؤسسة الصحفية سواء كان محرراً أو رئيس قسم أو مدير تحرير أو رئيس تحرير أو رئيس مجلس إدارة أو أيّ موظف في القطاعات الفرعية للمؤسسة، في إطار المهام والمسؤوليات المسندة إليه، أيّ أنّه العملية التي تُؤدي إلى مخرجات يمكن الحكم عليها وفق مؤشرات تحدّد مدى النجاح في تنفيذ المهام المسندة إلى المكلف بالعمل».¹

ويُعرّف الأداء بأنه: «عملية إدارية يتمُّ من خلالها تحديد كفاءة العاملين ومدى إسهامهم في إنجاز الأعمال المناطة بهم، وكذلك الحكم على سلوك العاملين وتصرفاتهم أثناء العمل، ومدى التقدّم الذي يحرزونه أثناء عملهم».²

¹ خالد زكي أبو الخير، التحليل النقدي لمقاييس تقييم الأداء في دراسات وبحوث الصحافة: نحو بناء دليل مؤشرات قياس كفاءة الأداء الصحفي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23، أكتوبر/ديسمبر، جامعة الأهرام الكندية، مصر، 2018، ص84.

² إبراهيم مُجد الحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2013، ص106.

أما الأداء المهني فيعرّف بأنه: «هو تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة، والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي يحدّد مجال الخبرة المهنية، وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسة الإعلامية».¹

ويُعرّف الأداء المهني أيضا بأنه: «هو قيام الفرد بالأنشطة والمهام التي يتكوّن منها عمله، ويرتبط بالأداء كلمة مهني، ويقصد بها المهام والاختصاصات المحددة لكل مهنة من الخريطة التنظيمية».²

أما الأداء الإعلامي فيُعرّف على أنه: الطريقة التي تنقذ وسائل الإعلام من خلالها مهامها الوظيفية المحددة، أي أنه قضاء المهمة الإعلامية، أما الموسوعات الإعلامية فقد عرّفت الأداء الإعلامي بأنه: قيام المؤسسة الإعلامية أو القائم بالاتصال بكل ما هو مطلوب منه كمهام وظيفية من الحصول على الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها والإرشاد والتوجه.³

ويُعرّف الأداء الإعلامي أيضا على أنه: هو مجموعة الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور، بما يخدم مصلحة الدولة وطنًا ومواطنًا.⁴

المطلب الثاني: مكّونات الأداء وعناصره:

يتكوّن مفهوم الأداء من مُكوّنين أساسيين هما: الكفاءة والفعالية، فالكفاءة تعني توافر القدرة على تحقيق التنظيم للأهداف المطلوبة في أقصر وقتٍ وبأقل تكلفةٍ، أما الفعالية فهي

¹ معتز الجنيدي، التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء المؤسسات الصحفية، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2017، ص95.

² عبد الله مُجّد عبد الله أطيقة، القائم بالاتصال والأداء المهني، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية بالتعاون مع المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بينها، مصر، المجلد 2، العدد4، ج1، يوليو2013، ص383.

³ دهاني سهيلة، معايير قياس الأداء المهني لدى الصحفي الجزائري، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، المجلد1، عدد 10 مخبر علم الاجتماع المنظمات والمناجنت، جامعة الجزائر 2، 2017، ص 124.

⁴ عبد الحميد العزام، هاديا خزنة كاتي، مرجع سابق، ص 615.

مرتبطة بمدى تحقيق الأهداف،¹ فالمنظمة التي تتميز بالأداء فهي تجمع بين الفعالية والكفاءة وسنحاول التطرق إلى هذين المفهومين في ما يلي:

1- الكفاءة:

تُعتبر الكفاءة أحد المصطلحات المتداولة دائماً في المفهوم الإداري، إذ أنّ ما تشترطه المنظمات بمختلف أشكالها وتخصصاتها هي الكفاءة، هذه الأخيرة تُعدُّ عنصراً أساسياً، حيث تنتج عن الخبرة المهنية والممارسة اليومية خلال أداء الوظيفة.

وتُعرّف الكفاءة بأنها: «تركيبية من المعارف والمهارات والخبرة والسلوكيات التي تمارس في إطار محدّد، ويتم ملاحظتها من خلال العمل الميداني والذي يُعطي لها صفة القبول، ومن ثمّ فإنه يرجع للمؤسسة تحديدها وتقويمها وقبولها وتطويرها».²

وتتحقق الكفاءة باكتساب مستوى رفيع من التأهيل العلمي والعملي، وتهدف الكفاءة إلى الوصول إلى مستوى من الفهم والعلم والخبرة، يُمكن الصحفي من أداء العمل بمهارة واقتدار والمحافظة على هذا المستوى.³

ومما يدعّم الكفاءة التكوين الجامعي بمستوياته النظرية والتطبيقية، إذ يدعو معظم الباحثين في مجال الإعلام إلى ضرورة التكامل بين التدريب والتكوين الأكاديمي، حيث يرون أن هذا الأخير يهتم أساساً باكتساب الطلاب المعارف المنظمة بشأن المجالات الإعلامية المختلفة، حيث يطرح النظريات والنماذج العلمية والتجارب الإعلامية، أما التدريب الإعلامي فيُعدُّ نشاطاً أكثر تخصصاً وينبني أساساً على المعارف المسبقة للطلاب، حيث يرصد احتياجاتهم ويضع برامج تُكسبهم مهارات تطور أدائهم المهني والحرفي، وفي هذا الإطار يُعدّ التكامل بين

¹ عبد الله بن مُجّد الرفاعي، الأسس العلمية لتنظيم المؤسسات الصحفية وأثرها على الأداء الصحفي، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2015، ص ص 109-110.

² زواتيني عبد العزيز، حاج الله مصطفى، المورد البشري بين الكفاءة والفعالية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية: بحوث ودراسات جامعة البليدة 2، المجلد 8، العدد 1، 2021، ص 123.

³ مُجّد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين: رؤية تحليلية نقدية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص 104.

التعليم والتدريب من الأمور المهمة في تطوير أنماط الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية المختلفة.¹

إنَّ رفع الكفاءة يعني تزويد العاملين بالمهارة التي تعني القابلية على أداء الواجب أو العمل بالمستويات المطلوبة من الكفاءة، وبأقل ما يمكن من الطاقة والجهد غير الضروري، فمفهوم التدريب هو إكساب المهارة والمعرفة التي تتناسب مع التغييرات التكنولوجية الحديثة.² غير أنَّ الكثير من المؤسسات الأكاديمية الإعلامية اليوم تُواجه مشكلاتاً مُهمَّما يتمثل أساساً في قلة التدريب وفقره في الإمكانيات والوسائل من مختبرات التصوير واستديوهات التلفزيون، وإن كانت موجودةً فهي غير مُشغَّلة في معظم الحالات، وهذا راجعٌ للعجز الشديد في الكفاءات البشرية القادرة على القيام بمهمة التدريب.³

وفي هذا السياق نجد أن قناة الجزيرة الإخبارية مثلاً اعتمدت على الكثير من الصحفيين الذين كانوا يعملون بقناة BBC، وبدرجة أكثر أهميةً إنشاء معهد الجزيرة للإعلام، والذي يعمل على تأهيل الكوادر الإعلامية من خلال الخبراء الذين يعملون فيه، الشيء الذي انعكس على أداء الصحفيين سواء في النشرات الإخبارية أو البرامج الحوارية، أو ما تعلق بمختلف الجوانب الفنية والتقنية.

وقد توصل "جناد إبراهيم" في دراسته حول علاقة الكفاءة المهنية بأخلاقيات المهنة لدى عينة من صحفيي القنوات الجزائرية الخاصة، إلى أن الصحفي الذي لديه كفاءة مهنية لديه التزام أخلاقي تجاه كل من المجتمع والدولة والأفراد.⁴

¹ نادية بن نونة ، العربي بوعمامة، التكوين الجامعي في السمعي البصري: الرهانات الأكاديمية والمهنية، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران1، المجلد5، العدد17، 2016، ص280.

² نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي: مفاهيم-نظريات-تطبيقات، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006، ص134.

³ أسماء ريغي، الكفاءة المهنية والأكاديمية للقائم بالاتصال في السمعي البصري، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد06، العدد02، ديسمبر 2015، ص55.

⁴ إبراهيم جناد، الكفاءة المهنية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر: دراسة ميدانية لدى عينة من صحفيي القنوات الخاصة، مجلة الحوار الثقافي، جامعة مستغانم، المجلد5، العدد01، 2016، ص269.

وهذا ما يؤكده الدكتور "عبد الرحمن عزّي" حين يقول: أن أغلب النقد الموجه إلى الأداء الإعلامي راجع لنقص التكوين الأخلاقي، فكلما كان التكوين ناقصاً أثر ذلك على الممارسة سلباً والعكس صحيح، حيث يرى أن المتكوّن في مجال الإعلام يحتاج إلى المعرفة الإعلامية في ثلاث مجالات: مجال المهارات، المجال المعرفي الخاص بتاريخ التخصص والباحثين الأساسيين والنظريات، أما المجال الثالث فيتعلق بالمعرفة الأخلاقية.¹

ويُضيف "عبد الرحمان عزّي" بقوله: أننا مازلنا بعيدين كل البعد عن التكوين العالمي سواء على الجانب المهني والمعرفي، ويبرز ذلك بعد استخراج المعايير العالمية المتداولة في التكوين ومنها ما يلي:

1- تطوير الموارد البشرية: بتخصيص موارد مادية كبيرة لتطوير معارف الأستاذ وطرق التدريس، وأيضاً الاهتمام بالمناهج البيداغوجية وكذا البحث العلمي، من خلال قياس مخرجات الجامعة.

2- عدد الأبحاث الإعلامية: التي ينشرها الأستاذ في المجالات الإعلامية المتخصصة.

3- ربط البحث العلمي بقضايا الإعلام: من خلال الشراكة مع المؤسسات الإعلامية.²

وفي الأخير وعند الحديث عن الكفاءة لا نتعجب أن لا يكون هناك ترحيب بخريجي كليات الإعلام والاتصال في المؤسسات الإعلامية، ويبقى معظمهم عاطلين عن العمل ومتساويين في فرص العمل الإعلامي مع غيرهم من خريجي العلوم الاجتماعية، كما أنهم لا يملكون مهارات إعلامية مهنية معمّقة، بل لديهم زاد معرفي أكاديمي يمتزج فيه الكثير من القديم

¹ العربي بوعمامة، حنان يحي تنفير، التكوين الأخلاقي في التدريس الإعلامي عند البروفيسور عزّي عبد الرحمن، ضمن ملتقى منشور بعنوان: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2020، ص138.

² حليلة رقاد، نادية بن نونة، استراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر: نظرة تقييمية في ظل التحولات الجديدة في مجال التكوين الإعلامي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، المجلد12، العدد 02، 2020، ص250.

مع القليل من الجديد، ويعتقدون أن الممارسة الجيدة هي الممارسة الخطابية، أي بمعنى أن الإعلامي الناجح هو من يكون خطيبًا مفعوًّا.¹

2- الفعالية:

يُعرف كل من **ولكر وروبرت (Walker&Ruibert)** الفعالية بأنها: «قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية من نموّ المبيعات، وتعظيم حصّتها في السوق مقارنة بالمنافسة».² وقدّم **برنارد (Bernard)** تعريفًا آخر للفعالية وهو أنها: «الدرجة التي تستطيع فيها المنظمة تحقيق أهدافها».³

إن الفعالية يمكن تناولها من زاويتين أساسيتين كما يلي:⁴

أ- تعدد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها، ويمكن تقسيمها إلى:

- أهداف تتعلق بالإنتاج (المخرجات): توفير سلع وخدمات تتماشى وحاجات السوق والزبائن.
- أهداف تتعلق بالمجتمع: الاستجابة لحاجات الجمهور ذات الفائدة العامة.
- أهداف نظامية: العمل على تشغيل المؤسسة بكيفية تسمح لها بتحقيق الأهداف الأساسية كالبحت عن الاستقرار والمراقبة.
- الأهداف المشتقة: التوجّه إلى تحقيق أهدافٍ أخرى غير الإنتاج، والتي تسمح بالتطور (أهداف ثقافية، اجتماعية، سياسية... الخ).

¹ صليحة العابد، التكوين الإعلامي الأكاديمي: دراسة ميدانية في كلية علوم الإعلام والاتصال من خلال مدخل الجودة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017-2018، ص119.

² إبراهيم نجاد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2013، ص109.

³ قوراية بلشير، شعبان فرج، التشخيص التنظيمي ودوره في تحسين الفعالية التنظيمية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد9، العدد1، 2021، ص826.

⁴ مختار عيواج، مالكة أمحمد، الفعالية التنظيمية: دراسة تحليلية مقارنة بين المداخل التقليدية والمداخل المعاصرة، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، جامعة العربي التبسي تبسة، المجلد2، العدد1، 2017، ص272.

ب- الأطراف التي تتعامل معها المؤسسة: إن التعدد في الأهداف يرجع إلى مجموعة الأطراف التي تتعامل معها المؤسسة، بحيث يكون لكل طرفٍ حكمٌ خاص على الفعالية بواسطة معايير تتماشى مع مصالحه، فالمساهم يركّز على مردودية الاستثمار، والعامل يركّز على مستوى الأجر وشروط العمل وما إلى ذلك. وعليه فإنّ الفعالية تكمن في تحقيق ما يأتي:¹

- قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.
 - قدرة المنظمة على التكيف مع البيئة والاستمرار في البقاء عاملةً فيها.
 - قدرة المنظمة على النمو والتطور باستمرار.
 - أي أن الفعالية تتعلق بالسبل الكفيلة باستخدام الموارد البشرية والمادية والمالية والمعلوماتية المتاحة استخدامًا قادرًا على تحقيق الأهداف والتكيف والنمو والتّطور.
- ويُفرّق بعض الخبراء بين الكفاءة والفعالية، حيث يرون أن الفعالية مرتبطة بمدى تحقيق الأهداف، أما الكفاءة فتقاس مدى تحقيق المخرجات بأقل مدخلات ممكنة، كما تقاس العلاقة بين المخرجات والمدخلات، ويتّضح عند دراسة عناصر الحكم على فعالية المنظمة أن الكفاءة تُعدّ عنصرًا من عناصر فعالية المنظمة، بمعنى أن فعالية المنظمة أشمل من كفاءة المنظمة.²

وترتبط الكفاءة بالمدى القصير بينما الفعالية ترتبط بالمدى الطويل، أمّا الأداء فيقدم لنا نظامًا متكاملًا مُدخلاته تتمثل في الكفاءة والفعالية، ومخرجاته تتمثل في تحقيق الأهداف المعلن عنها.³

¹ نور الدين تاويريت، قياس الفعالية التنظيمية من خلال التقييم التنظيمي، أطروحة دكتوراه في علم النفس والعمل، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري قسنطينة، 2006/2005، ص145.

² عبد الله بن مُجّد الرفاعي، الأسس العلمية لتنظيم المؤسسات الصحفية وأثرها على الأداء الصحفي، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2015، ص110.

³ عبد العزيز زواتيني، مصطفى حاج الله، المورد البشري بين الكفاءة والفعالية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية: بحوث ودراسات جامعة البليدة 2، المجلد8، العدد1، 2021، ص137.

أمّا الأداء فهو يتكوّن من عدّة عناصر أو مكونات، والتي من خلالها يمكن تحديد مدى فعالية الأداء، وهي تتمثل في ما يلي:¹

1- كفايات الموظف: وهي تعني ما لدى الموظف من معلومات ومهارات واتجاهات وقيم، وهي تمثل خصائصه الأساسية التي تنتج أداءً فعالاً يقوم به الموظف.

2- متطلبات العمل الوظيفية: وتشمل المسؤوليات أو الأدوار والمهارات والخبرات التي يتطلبها عملٌ من الأعمال أو وظيفةٍ من الوظائف.

3- بيئة التنظيم: وتتضمن العوامل الداخلية التي تؤثر في الأداء الفعال، التنظيم وهيكله وأهدافه وموارده ومركزه الاستراتيجي والإجراءات المستخدمة، والعوامل الخارجية مثل: العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والحضارية والسياسية والقانونية.

المطلب الثالث: خصائص الأداء:

1. الأداء مفهوم واسع: يختلف مفهوم الأداء باختلاف الجماعات أو الأفراد الذين يستخدمونه، بالنسبة "المالكي" المنظمة قد يعني الأرباح، أما بالنسبة للقائد الإداري قد يعني المردودية والقدرة التنافسية، أما بالنسبة للفرد العمل قد يعني الأجور الجيدة أو مناخ العمل الملائم، في حين قد يعني للزبون نوعية الخدمات والمنتجات التي توفرها له المنظمة، لذا يبقى الأداء مسألة إدراك يختلف من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى ومن منظمة لأخرى.²

2. الأداء مفهوم متطور: إن مكونات الأداء تتطور عبر الزمن، إذ أنّ المعايير التي يتحدد الأداء على أساسها، سواء كانت معايير داخلية للمنظمة أو تلك التي تحددها البيئة الخارجية تكون

¹ مصطفى مجّد، الرضا الوظيفي وأثره على تطوير الأداء، ط1، دار ابن النفيس، عمان، الأردن، 2018، ص ص 80-81.

² حمران أحسن، مرجع سابق، ص 192.

متغيرة، فالعوامل التي تتحكم في نجاح المنظمة في المرحلة الأولى لدخول السوق (الانطلاق) يمكن أن تكون غير ملائمة للحكم على أداء منظمة تمرُّ بمرحلة النمو والنضج.¹

3. الأداء مفهوم شامل: إن دراسة الأداء يتطلب مجموعة من المؤشرات المتكاملة لقياسه، ذلك أن المعايير المالية وحدها غير كافية وغير كاملة للتعبير عن أداء المنظمة، لذلك على القادة الإداريين أن يستخدموا إلى جانبها معايير أخرى، وخاصة المعايير البشرية والاجتماعية لتكتملتها، وهي تُشكِّل أساس النجاح في المستقبل لكونها توفر نظرةً شاملةً وضرورة عن الأداء في مجالات متعددة.

4. الأداء ذو أثر رجعي في المنظمة: يؤثر الأداء في المنظمة على سلوكيات القادة الإداريين، فإذا كانت النتائج المحققة بعيدة عن الأهداف المسطرة، فإنه يتوجب عليهم إعادة النظر في البرامج والخطط وحتى في الخيارات الاستراتيجية، لذلك فمعرفة مستوى الأداء عن طريق قياسه وتقييمه يهدف إلى اتخاذ الإجراءات التصحيحية لبلوغ الأداء المستهدف.²

المطلب الرابع: أهمية دراسة الأداء المهني:

ترجع أهمية دراسة الأداء المهني إلى عدّة أسبابٍ أهمّها:³

- 1- التحقق من مدى نجاح الخطط الإعلامية وكفاءة الممارسات المهنية، والكشف عن أوجه القصور وعوامل الضعف والخلل.
- 2- يُؤمّن المؤسسة الإعلامية لمعرفة أيّ خطأ أو إهمال أو تجاوز بأصول العمل الإخباري النظيف وأخلاقياته المتعارف عليها.

¹ جميلة قادم، الأداء الإعلامي في الجزائر بين الحرية والمسؤولية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية من 1990-2015 - الصحافة الخاصة نموذجاً-: دراسة وصفية تحليلية للأطر النظرية والتطبيقية للأداء الإعلامي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2016-2017، ص116.

² أحسن حرمان، مرجع سابق، ص 192-193.

³ عادل عبد الرزاق، ماهر نُجْد علي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني لمحربي نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 11، العدد 44-45، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، 2019، ص254.

- 3- يزود القائمين بالاتصال بالبيانات والمعلومات اللازمة لإحداث أيّ تغييرات أو تعديلات في السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية، وفي وضع واعتماد الخطط المستقبلية.
- 4- قياس النتائج والآثار التي حققتها الجهود الإعلامية المبذولة على الجوانب المعرفية والثقافية والاجتماعية والتربوية والسياسية في المجتمع.
- 5- البقاء في مجال المنافسة من خلال دراسة مدى كفاءة وجودة المنتج النهائي، ومقارنته بما هو موجود في الوسائل الأخرى.

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في الأداء المهني:

تعتبر علاقة وسائل الإعلام بالأنظمة الاجتماعية تبادلية، وبالتالي فهي ليست بمعزل عن المؤثرات المحيطة بها كالنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي، هذا من ناحية البيئة الخارجية، أما من ناحية البيئة الداخلية فهي تمثل مكونات المؤسسة الإعلامية سواء الإمكانيات المادية أو البشرية أو التكنولوجية.

إن النظام الإعلامي يقوم بشكل عام على خمسة أبعاد أساسية هي:¹

- الفلسفة الإعلامية **Communication Philosophy**: التي يقوم عليها النظام الإعلامي، وهي مجموعة المبادئ والأسس الفكرية التي تحكم عمل النظام.
- السياسات الإعلامية **Communication Policies**: التي توضع لتوجيه نظم الاتصال، وهي البرامج التطبيقية للفلسفة الإعلامية.
- الإطار القانوني **Lawful Frame**: الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية.
- البنية الاتصالية **Communication Infrastructure**: وتشمل مستوى تكنولوجيا الاتصال والكوادر البشرية المتاحة والإمكانيات المادية وغيرها.

¹ أمل مجّد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية والمصرية، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، دص.

• الممارسات الإعلامية: والتي يتم تطبيقها في الواقع العملي.

وقد حدّد دونيتي (Dunette) مجموعة من المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في الأداء المهني وهي:¹

1- متغيرات تتعلق بالبيئة المادية للعمل (البيئة الداخلية): وما تشمله من ظروف مثل: الإضاءة، التهوية، الضوضاء والمعدّات المستخدمة والآلات.

2- متغيرات تتعلق بالأفراد الذين يكوّنون البيئة الاجتماعية للعمل: مثل المشرفين والرؤساء والأفراد الذين يتعامل معهم الفرد وجماعات العمل، ويدخل تحت هذه الخصائص هؤلاء الأفراد والجماعات وطبيعة تأثيرهم ونفوذهم على شاغلي العمل ونمط علاقاتهم وتفاعله معه.

3- متغيرات تاريخية: مثل تلك التي تتعلّق بمصدر التغيرات التي تعرّض لها العمل في الماضي، وحالات النجاح أو الفشل السابقة في الأداء.

4- متغيرات كيفية: مثل تلك التي تتعلّق بتكوين أنشطة العمل في الأزمنة المختلفة وطبيعة ضغوط العمل.

وترى "هالة كمال أحمد نوفل" أنّ هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال، وهي تعتبر في نفس الوقت ضغوطاً مهنية، ويتم تحديدها في العناصر الآتية:²

❖ الاتجاهات والقيم الشخصية للقائمين بالاتصال: وخلفياتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتصوراتهم لأدوارهم المهنية الإعلامية والاجتماعية.

¹ عبد الله محمد عبد الله أطبيقة، القائم بالاتصال والأداء المهني، مرجع سابق، ص ص 393-394.

² عبد الله محمد أطبيقة، العوامل المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال الإذاعي، ط1، دار أجد، عمان، الأردن، 2018، ص194.

- ❖ العوامل والضغوط التنظيمية وتأثيرها على طبيعة المنتج والمضمون الإعلامي، سواء من حيث علاقات العمل بين الزملاء أو الرؤساء، أو وسائل الإعلام وبعضها البعض أو الجهات الرسمية والأمنية داخل أو خارج البلاد.
- ❖ العوامل والضغوط المؤسسية التي تقع خارج المؤسسات الإعلامية وتمارس تأثيراتها عليهم.
- ❖ الضغوط والعوامل الروتينية وتأثيرها على طبيعة المنتج الإعلامي، سواء من حيث ضغوط الوقت أو الاجتماعات، أو مواعيد النشر أو البث أو أساليب الكتابة والإذاعة.
- ❖ الضغوط المجتمعية والمؤثرات الأيديولوجية والثقافية السائدة، كقيم المجتمع وتقاليدته وأيديولوجية النخبة الحاكمة.

وتقول الدكتورة "عواطف عبد الرحمن" أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على

الأداء المهني للصحفيين، يمكن إيجازها على النحو الآتي:¹

- مستوى التأهيل والتدريب الذي يتمتع به الصحفي.
- علاقة الصحفي بمصادره.
- علاقة الصحفي برؤسائه في العمل.
- علاقة الصحفي بزملائه.
- علاقة الصحفي بالنقابات والاتحادات الصحفية.
- علاقة الصحفي بقراءه.
- الحقوق الاقتصادية للصحفي.
- ضمانات ممارسة المهنة في ظروف الحرب والنزاعات المسلحة.
- مدى استيعاب وفهم الصحفي للقوانين المنظمة للعمل الصحفي.
- مستوى أعمار الصحفيين والأمراض الناجمة عن المهنة.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2014، دص.

المطلب السادس: تقييم الأداء المهني:

يُعرّف تقييم الأداء بأنه: «محاولة لتحليل أداء الفرد لكل ما يتعلق به من صفات نفسية وبدنية أو مهارات فنية أو فكرية أو سلوكية، وذلك بهدف تحديد نقاط القوة والضعف، ومحاولة تعزيز الأولى ومواجهة الثانية، وذلك كضمان أساسي لتحقيق فاعلية المنظمة الآن وفي المستقبل».¹

ويُعرّف كذلك بأنه: «عبارة عن عملية إصدار الحكم على أداء وسلوك العاملين في العمل، للتمكن من اتخاذ القرار في عملية الاحتفاظ بالعاملين أو ترقيتهم أو نقلهم إلى مواقع وظيفية أخرى، أو التغيير على مستوى العوائد المالية للعاملين أو تدريبهم وتميئتهم أو تأديبهم أو فصلهم والاستغناء عنهم».²

إن عملية تقييم الأداء لا تقتصر فقط على تقييم أداء الفرد أو العامل في المنظمة، وإنما يتم التقييم لجوانب مختلفة ومتعددة، يمكن إنجازها في الآتي:³

1- تقييم الأداء الفردي: وهو التقييم الذي يركّز على كشف مستوى أداء وإنجاز كل موظف يعمل في المنظمة، بغض النظر عن موقعه أو مستواه الوظيفي.

2- تقييم الأداء التنظيمي أو الجماعي: وهو التقييم الذي يركّز على كشف أداء وإنجاز فريق أو مجموعة من العاملين يعملون سوياً في مديريةٍ أو وحدةٍ أو قسمٍ في المنظمة، من حيث الكفاءات والمهارة والسلوك وغيرها من الضوابط المستهدف قياسها.

3- تقييم الأداء المؤسسي: وهو التقييم الذي يركّز على كشف مستوى منظمة معينة في كافة أقسامها وتنظيماتها، من حيث إنجازها وتميزها في جوانب معينة بالمقارنة مع غيرها من المنظمات المماثلة.

¹ حسين حريم، إدارة الموارد البشرية (إطار متكامل)، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2018، ص 247.

² عاكف لطفي الخصاونة وآخرون، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار زهران، عمان، الأردن، 2017، ص 240.

³ عاكف لطفي الخصاونة وآخرون، المرجع نفسه، ص 241.

4- تقييم الأداء المجتمعي: وهو التقييم الذي يركّز على كشف مستوى وواقع مجتمع أو شعب كامل مع غيره من الشعوب أو المجتمعات، من حيث مستوى التنمية في المجالات المختلفة كالإقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية وغيرها، استناداً على معايير أو مقاييس دولية معينة.

ولتقييم أداء وسائل الإعلام أصبحت الرقابة/ الإشراف على المعلومات مهمة، مع اتساع وتعقيد المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام، ولذا فإنّ تقييمها يتمّ من حيث الصدق والشمولية والمتابعة الذكية للأحداث، وبينما يعتبر الصدق والدقة معيارين عاليين جداً لتقييم وظائف وسائل الإعلام، إلا أن أداء وسائل الإعلام لا يخلو من التحيز والخداع.¹

وأما من حيث الشمولية؛ فإن تعدّد مصادر المعلومات وسرعة الاتصالات أصبحت تُوفّر فرصاً لتحقيق أكبر قدرٍ ممكن من تغطية الموضوعات المطروحة للنقاش، ولكن تظلّ الشمولية رهينة ببعض العوامل المهنية والخارجية التي تحدّ من التغطية الشاملة لموضوع ما.

وفيما يتعلق بالتغطية الذكية للأحداث ذات المعنى؛ فإننا نتوقع كجمهور قارئ أو مستمع أو مشاهد أن نتعرّض لرسائل ذات نوعية جيدة من حيث مضمونها، يعدّها لنا إعلاميون محترفون ذوو خبرة وثقافة، وفي الغالب تكون المعالجة العميقة للأخبار ومضمون المعلومات في وسائل الإعلام المطبوعة أكثر عمقاً من وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة.

إنّ الأمر لا يتوقف عند عملية التقييم فحسب، بل تأتي مرحلة التقويم والتي تتلخص في اقتراح حلول أو بدائل لمعالجة جوانب الضعف والنقص في الأداء المهني، ومن ثم الرقي بالمؤسسة الإعلامية وتطوير أدائها، والذي ينعكس إيجاباً على جذب الجمهور، وبالتالي جلب المزيد من الإعلانات والمعلنين، والذي من شأنه تحقيق النجاح التجاري للمؤسسة الإعلامية.

¹ صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص ص 90-91.

أما عملية التقييم في المؤسسة الإعلامية فتمرُّ على ثلاث خطوات:¹

- 1- تحديد مُعدّل معياري للأداء: يمكن اعتماده للحكم على الأداء الفعلي لكل موظف أو مجموعة موظفين في قسمٍ معيّن، ولذلك ينبغي تحديد هذا المعيار قبل التقييم، على أن يكون معلومًا ويعرفه العاملون مسبقًا، وينبغي أيضا أن تكون أهداف هذا المقياس واضحة ومحددة وقابلة للقياس الكمي.
- 2- قياس الأداء الفعلي: تتطلب هذه المرحلة جمع معلومات دقيقة ومفصلة عن معدلات الأداء الفعلية تغطي مرحلة التقييم.
- 3- مقارنة الأداء الفعلي للعاملين بمعدل قياس الأداء: وتحديد حجم الانحراف عن المعدّل وأهميته وأسبابه وسبل معالجته.

وترجع أهمية تقييم الأداء المهني الإعلامي ودراسته إلى عدة أسباب أهمّها:²

- 1- التحقق من مدى نجاح الخطة الإعلامية وكفاءة الممارسات المهنية الصحفية، فضلاً عن الكشف عن أوجه القصور وعوامل الضعف والخلل، وكذلك عوامل القوة فيما يتعلّق بأوضاع المؤسسة الصحفية، بهدف تلافي السلبيات ودعم الإيجابيات.
- 2- يؤهل الصحفية لمعرفة أي خطأ أو إهمال أو تجاوز بأصول العمل الصحفي وأخلاقياته المتعارف عليها، لأن إهمال ذلك ينعكس بالتأكيد على سمعة الصحيفة وتوزيعها، ويصيب الحياة الصحفية والمصادقية في المجتمع بأضرارٍ خطيرة.

¹ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص99.

² مكيري مالبية، استخدام الصحفيين للإعلام الإلكتروني وأثره على الأداء المهني: دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحفيين العاملين بالصحافة المكتوبة بالجزائر العاصمة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2017-2018، ص312.

3- يزود القائمين على الصحيفة بالبيانات والمعلومات اللازمة لإحداث أي تغييرات أو تعديلات في سياستها العامة إن تطلّب الأمر ذلك، كما تُساعد في وضع واعتماد الخطط المستقبلية.

4- قياس النتائج والآثار التي حققتها الجهود الإعلامية المبذولة على البنى المعرفية والثقافية والاجتماعية والتربوية، وكذا السياسية في المجتمع.

5- البقاء في مجال المنافسة من خلال دراسة مدى كفاءة وجودة المنتج النهائي للصحيفة ومقارنته بما هو موجود في صحف أخرى، وإيجاد الاختلاف فيما بينها بهدف تحديد العناصر التي يمكن الاستعانة بها، من أجل رفع معايير الجودة إلى أعلى مستوى ممكن.

6- دراسة الأداء الصحفي تسمح بعملية تقييمه وتحديد مدى كفاءة أداء العاملين لمهامهم المنوطة بهم، كما تسمح بالحكم على مدى نجاحهم ومستوى كفاءتهم في القيام بالأعمال الحالية وتطويره في المستقبل، وأيضا الحكم على إمكانيات النمو والتقدم للفرد، وتحمّله لمسؤوليات أكبر مستقبلا أو ترقيته لوظيفة أو لرتبة أعلى من وظيفته الحالية.

إن عامل الإعلام له خصائص وصفات تشمل مثلاً: صلاحيته للعمل وبواعثه، درجة ثقافته ومعرفته، وقدرته على إجادة اللغات ورغبته وميله للعمل واتجاهه... الخ، وكل هذه الصفات تؤدي إلى سلوك معيّن يؤثر في أداءه، مما يمكّننا من قياس وتقويم السلوك من ملاحظة بعض الصفات والسلوكيات الشخصية التي لها علاقة بالعمل، كالتفاني في العمل والرغبة والتعاون مع الآخرين والمبادأة والالتزام بأخلاقيات ومهام العمل والتقيّد بمواعيد الحضور والانصراف وتحمل المسؤولية.¹

ويبقى تصميم نظم تقويم أداء العاملين أحد وظائف التخطيط في المؤسسات الإعلامية، إذ هي خطوة تغيب عن كثيرٍ من المؤسسات ولعلّها أهم خطوات الإدارة، وغالبًا ما يتم التقويم

¹ نبهة صالح السامرائي، مرجع سابق، ص 184-185.

بطريقة كيفية وتحكمه نزعات شخصية، وعلى المؤسسة تحديد كيفية التقويم وتوقيته ونتائجه وربطه بالحوافز والدرجة الوظيفية والمسؤوليات المستقبلية.¹

المطلب السابع: قياس الأداء المهني:

تُعتبر عملية قياس الأداء المهني حلقةً أساسيةً في العملية الإدارية في المؤسسات الإعلامية، ويمكن إجمال الأهداف المبتغاة من عملية قياس الأداء المهني كما يلي:²

1- متابعة تنفيذ الأهداف: ويعني مدى تحقيق الأهداف المرسومة، ومدى الالتزام بالسياسات والقوانين المقررة في جميع مجالات النشاط.

2- التأكد من كفاءة الأداء: والقصد من ذلك هو التأكد من ممارسة الأنشطة، وتنفيذ أهدافها بأعلى درجة من الكفاءة.

3- تقييم الكفاءة: بمعنى تقييم كفاءة وفعالية الأيدي العاملة والمواد والموارد المالية وكفاءة العمليات داخل النشاط، وفحص المعايير والسيطرة على البيانات الواردة.

4- تقييم النتائج وتحديد مراكز المسؤولية: ويعني التقييم العام للنتائج الفعلية في ضوء الأهداف والمعايير المحددة وتحليل أسبابها، وعلى ضوء هذا التحليل تحدد المراكز المسؤولة عن الانحرافات لاتخاذ ما يلزم من قراراتٍ تصحيحيةٍ، والاسترشاد بنتائج التحليل في وضع الخطط المستقبلية.

5- تحديد مواطن الضعف والخلل: فالتقييم يمكن العمال من معرفة نقاط ضعفهم وقوتهم في أداء أعمالهم، والعمل على تفاديها والتخلص من جوانب القصور والضعف، وتشخيص مستلزمات التغلب عليها، وكذلك الكشف عن نواحي الضعف في الأنظمة والإجراءات والقوانين وأساليب العمل والمعايير المتبعة ومدى صلاحيتها.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 86.

² نيفين حسن أحمد معمر، فاعلية بيئة العمل الداخلية في تطوير الأداء المهني بالصحف الفلسطينية اليومية: دراسة على القائم بالاتصال، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2017، ص 97.

وهناك عدة وسائل متاحة التي يتبعها المسؤولون في التعرف على مستوى الأداء، والمتمثلة

في ما يلي:¹

✓ المتابعة الشخصية للفرد.

✓ كتابة التقارير.

✓ كمية العمل وجودته.

✓ المقارنة مع أداء موظفين آخرين.

وقد رأت لجنة حرية الصحافة الأمريكية بأنّ هناك خمس متطلبات أساسية هي عبارة عن

معايير لقياس أداء وسائل الإعلام، وهي كما يلي:²

1- أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع المعاصر بالأحداث الصادقة والشاملة والذكية، في سياقٍ يجعل لها معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرّق بين الحقيقة والرأي.

2- أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنبرٍ لتبادل الملاحظات والنقد، وهذا يعني أن مؤسسات الاتصال الجماهيري يجب أن تعتبر نفسها وسائط عامة لنقل النقاش العام، وهذا يعني بأنّها يجب أن تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وعليها أن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواء التي تتفق مع الناشر أو تخالفه.

3- على وسائل الإعلام أن تبرز صورةً ممثلة للعناصر المكوّنة للمجتمع، بحيث تصوّر الجماعات المختلفة في المجتمع بموضوعية.

4- وهي مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها وتصوير الخصال التقليدية للمجتمع.

¹ عبد الله بن محمد الرفاعي، الأسس العلمية لتنظيم المؤسسات الصحفية وأثرها على الأداء الصحفي، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2015، ص 116.

² صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2006، ص 98.

5- وهي مسؤولة عن تزويد المجتمع بالمعلومات اليومية، ولهذا فإنَّ للجمهور الحق في الوصول إلى المعلومات، وله الحق في أن يعلم، وأن وسائل الإعلام هي التي تقوم بتنظيم الحواجز لتدفق الأخبار والمعلومات إلى الجمهور.

لهذا يتعيَّن على الإعلاميين أداء أعمالهم بالطريقة التي تحافظ على مصلحة المجتمع، واحترام ثقته، وإظهار التزامهم بالإطار المهني، ومن أبرز العلامات المميزة للمهنة قبول المسؤولية تجاه المجتمع، ويتعيَّن على كل من يُقبل عضوًا في المؤسسات الإعلامية أن يلزم نفسه باحترام ثقة المجتمع، وأن يسعى بصفةٍ مستمرةٍ لإظهار تفانيه في تقديم أفضل أداء مهني، حفاظًا على ثقة المجتمع في المهنة.¹

المطلب الثامن: مستوى الأداء المهني المرتبط بأخلاقيات المهنة:

ويُقصد به مدى التزام المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال بأخلاقيات المهنة التي اتفقت عليها معظم موانيق الشرف الصحفي التي وضعتها الهيئات الصحفية مثل: مجالس الصحافة ونقابات واتحادات وجمعيات وروابط الصحفيين في العالم ومنها:²

1. عدم الاستغلال غير الأخلاقي لتكنولوجيا الصحافة، مثل: التزييف الإلكتروني للمواد الصحفية المصورة، سواء كانت صورًا فوتوغرافية أو رسومًا باستخدام الحاسبات الإلكترونية.

2. عدم استخدام وثائق مجهولة المصدر، سواء كانت وثائق مطبوعة أو إلكترونية مثل: أقراص وأسطوانات الكمبيوتر إلا بعد التحقق من صحتها.

3. حماية سرية المصادر وعدم الكشف عنها إلا كبديل أخير.

¹ محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين: رؤية تحليلية نقدية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص101.

² أمل محمد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية والمصرية، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، دص.

4. عدم الابتزاز أو الملاحقة أو المطاردة أو التصوير في أماكن خاصة دون الحصول على موافقة أصحابها، إلا في ضوء بعض الظروف الخاصة، وكذلك عدم الإلحاح في الاتصال التلفوني.
5. احترام خصوصية الأفراد وعدم الخوض في جوانب حياتهم الشخصية، أو استهداف أخبار أسرهم وممتلكاتهم، إلا إذا دعت المصلحة العامة لذلك.
6. مراعاة بعض المعايير والالتزامات الأخلاقية فيما يتعلق بتغطية شؤون الأطفال أو شؤون الحوادث والمصابين في المستشفيات أو أخبار القضايا والجرائم، وتجنب توضيح هوية أقارب أو أصدقاء كل من يُدان أو يتم اتهامه بجرمٍ أثناء سير التحقيقات.
7. تجنب التمييز العنصري: من خلال تعمد إهمال تقديم تغطية صحفية لبعض الجامعات أو الأقليات السياسية أو الدينية أو الطبقية أو تعمد تقديم صور نمطية جامدة لهم.
8. الفصل بين التحرير والإعلان وعدم توقيع مواد إعلانية.
9. الفصل بين الخبر وبين الرأي والتعليق.
10. الاعتراف بالأخطاء وعدم التردد في تصحيحها وعدم الإصرار على التشبث بآراء أو مواقف صحفية شخصية، بل التشبث بخدمة الصالح العام، وإعطاء الأفراد فرصة للرد على ما قد يرونه غير صحيح أو غير دقيق كلما كان ذلك مقبولاً.

خلاصة المبحث:

بعد هذا العرض يمكن القول أن دراسة الأداء المهني للمؤسسات الإعلامية غاية في الأهمية (تقييماً وتقويماً) وبمدخلاته ومخرجاته، من خلال معرفة اتجاهات الجمهور نحوه، والذي من خلاله يتحدّد موقع الوسيلة الإعلامية في خضم المنافسة والانفتاح الإعلامي الفضائي من جهة، ويعكس مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى، وبالتالي سرعة قبولها لدى الجمهور واستمرار هذا القبول، إضافة إلى كونه يحدّد قيمة الوسيلة الإعلامية وأهمية دورها في مجتمعات اليوم.

لقد اتجهت كبريات القنوات الفضائية الخاصة إلى تأسيس مراكز بحوث للرأي العام ومراكز تدريب (لرفع من كفاءة العاملين) على مستوى المؤسسة الإعلامية، مما أدّى إلى زيادة فعالية الأداء المهني للقائمين بالاتصال، بالإضافة إلى دراسات الجمهور التي أعطت رجع صدى للمستوى المهني، وهذا ما نتج عنه أن بعض القنوات الفضائية بقت في صدارة القنوات مشاهدةً وتأثيراً.

ويكتسي موضوع الأداء المهني هنا باعتباره يدرس موضوع الاتجاهات بمختلف مكوناته الإدراكية والمعرفية والسلوكية، وكذا دراسة أحد أنواع الجمهور وهو النخب الأكاديمية متمثلة في أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية، وبالتالي يمكن المقارنة بين المقاربة النظرية (ما ينبغي أن يكون) والواقع (ما هو كائن)، وبالتالي يمكن الوصول إلى نتائج تفيد القائمين على المؤسسات الإعلامية في تطوير الأداء المهني.

المبحث الثالث

القطاع السمعي البصري
والقنوات الجزائرية الخاصة

تمهيد:

تُعتبر العلاقة بين النُظم السياسية والإعلام في دول العالم علاقةً جدليّة، وارتبطت هذه العلاقة فيما يسمّى بالنظريات الفلسفية للإعلام، حيث انعكس نمط النظام السياسي على النظام الإعلامي، سواء من ناحية نمط الملكية أو الممارسة الإعلامية. إنّ الإعلام في الجزائر ليس بمنأى عن هذه الرؤية، فالمراحل التي مرّ بها الإعلام ذات صلةٍ مباشرةٍ بالتغيّرات السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة، سواء في المرحلة الاستعمارية أو عهد الحزب الواحد، أو التعددية الإعلامية (أحداث 05 أكتوبر 1988، وأحداث الربيع العربي 2010).

وفي هذا المبحث سنتعرض إلى نشأة وتطور قطاع السمعى البصري في الجزائر، وكذا التشريعات والقوانين في مجال الإعلام، والقنوات الفضائية الخاصة من حيث عوامل ظهورها، إيجابيّاتها وسلبيّاتها، والتحديات التي تُواجهها.

المطلب الأول: نشأة وتطور قطاع السمعى البصري في الجزائر:

إن الحديث عن تطور قطاع السمعى البصري يتطلب مراعاة العديد من الجوانب الآتية:¹

1- إنّ إقامة إعلام وطني كان لا بد أن يمرّ عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية التي كانت تسيّر القطاع السمعى البصري، وقد كشفت بصراحة غداة الاستقلال عن تناقضها مع طبيعة المرحلة، ومع تطلّعات المجتمع الجزائري الجديد والدولة الجزائرية الجديدة.

2- ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفةٍ عامة والقطاع السمعى البصري بصفةٍ خاصة، وتدعيم مختلف البنى القاعدية، والتوسّع فيها بالشكل الذي يُساعد على خدمة أهداف الأمة، وفي مُقدّماتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية.

¹ مُجّد شطاح، التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر: دراسة في فلسفة التدريس ومنظومة الإصلاحات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 8، ماي 2012، ص 128.

3- إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في الجهود الوطني، وتحقيق أهداف المجتمع في إعلامٍ وطني مستقل يعبر عن اهتماماته ورغباته الإعلامية.

4- تكييف القطاع الإعلامي -السمعي البصري- مع ما يشهده الوطن والعالم من تطورات سواء على مستوى النصوص التشريعية أو البنى القاعدية، أو على مستوى الخدمة المقدمة من قبل وسائل الإعلام.

أما نشأة وتطور قطاع السمعي البصري في الجزائر فتُوردها في السياق التاريخي الآتي:

☒ المرحلة الأولى: 1962-1965:

يعود ظهور التلفزيون في الجزائر إلى المرحلة الاستعمارية في 24 ديسمبر 1956، والتي كانت فرعاً مكملاً للإذاعة والتلفزيون الفرنسية RTF،¹ ثم أنشئت محطات جهوية بقسنطينة ووهران، وعلى غرار إنشاء الصحف والإذاعة فقد كان الهدف خدمة الأهداف الاستعمارية والسيطرة الكاملة على الجزائر، ومحاولة طمس الهوية الثقافية والحضارية للمجتمع الجزائري، كما أنه تم الأخذ بعين الاعتبار تلبية الحاجات الإعلامية للمعمّرين.

ولم يمر الوقت كثيراً حتى تم استرجاع السيادة على مبنى الإذاعة والتلفزيون في: 28 أكتوبر 1962، فبعد أن كانت بنود اتفاقية ايفيان تقضي ببقاء مؤسسة التلفزيون تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال لكنها ظلّت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية، إلى أن صدر مرسوم في أكتوبر عام 1962 تحت رقم 67-234 وبموجبه تحوّلت المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني، ثم إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.²

¹ رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، جسر للنشر، الجزائر، 2014، ص175.

² مُجدّ صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال: دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012، ص257.

وقد أدّى انسحاب الطاقمين التقني والإداري الفرنسيين المساوم على السيادة الوطنية إلى عدّة مشاكل تقنية وإدارية أعاقت تطوُّره طيلة السنوات الثلاث الأولى للاستقلال التي استمر البث فيها بفضل جهود بعض التقنيين العسكريين والعمال الجزائريين. وقد انعكست هذه المشاكل على تحلُّف التلفزيون الجزائري في عدّة مجالات تم حصرها في ميادين ثلاث هي:¹

- استمرار تمركز النشاط التلفزيوني في العاصمة، قسنطينة ووهران فقط.
- سوء تسيير المؤسسة وثقلها البيروقراطي.
- الاستمرار في تطبيق القانون الأساسي الفرنسي (1959/02/04) المتعلق بتنظيم الإذاعة والتلفزيون الفرنسي بعد نقله حرفياً في مرسومي جوان وأغسطس 1963.

وهنا لا بدّ من الإشارة إلى ظرفين كان لهما الأثر البالغ في توجيه السياسة الجزائرية في ميدان الإعلام السمعي البصري وهما:²

- 1- صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي، فأصبح الاهتمام بهذه الوسيلة من الضروريات التي لا بدّ من الاهتمام بها، وكان ذلك ما فعلته السلطات الجزائرية.
- 2- الواقع الجزائري الموروث والمتميز بوجود نسبة كبيرة من الأميّة تقارب 90%، وهذا يعني أنّ هذه النسبة الكبيرة من السُّكان لا تُحسِّن القراءة ولا تستطيع مطالعة الصحف، ولا يمكن حينئذٍ للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية (الإذاعة والتلفزيون) ريثما يتيسَّر التغلُّب على الأمية.

وقد تمّ وضع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية تحت سلطة وزارة الإعلام من خلال المرسوم الصادر في أوت 1963 والخاص بتأسيس وتنظيم الإذاعة والتلفزة الجزائرية، حيث

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال في الجزائر، ص 176-177.

² فاطمة الزهراء تنيو، قطاع السمعي البصري في الجزائر: بين متطلبات التطوير وقيود التشريع، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 12، العدد 1، جانفي 2020، ص 155.

يعتبرها مؤسسة عمومية تابعة للدولة لها طابع تجاري وصناعي تتمتع بصلاحيحة النشر الراديو غرافي والمتلفز.¹

☒ المرحلة الثانية: 1965-1976:

وقد تميّزت هذه المرحلة بإصدار مراسم جديدة في مجال الإعلام، وتم إلغاء القوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية.

وفي عام 1967 تم إلغاء سيران النصوص الفرنسية في مجل الإعلام التي مُدِّد سريان مفعولها بموجب القانون 62-157 الصادر في ديسمبر، وإلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية.

☒ المرحلة الثالثة: 1976-1990:

تتميز هذه المرحلة بصدور أول قانون للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة سنة 1982، والذي تضمن 128 مادة مقسمة على خمسة (5) فصول، محددًا بذلك شكل الإعلام في المرحلة الموالية، حيث نصّت المادة الأولى على أن الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، وأنه يعرّ بقيادة جبهة التحرير الوطني وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق الوطني عن إرادة الثورة.²

وبناء على المرسوم 86-147 المؤرخ في 01 جويليه 1986 تم إعادة هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وقسمت إلى أربع مؤسسات عمومية هي:³

- المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري (ENTV).
- المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (ENRS).

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص 105.

² قانون الإعلام 1982، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 06، 1982، ص 242.

³ رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 181.

- المؤسسة الوطنية للبث التلفزيوني (ENTD).
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (ENPA).

☒ المرحلة الرابعة: 1990-2012:

عرفت الجزائر نهاية الثمانينيات إصلاحات سياسية عقب أحداث 05 أكتوبر 1988، حيث صدر دستور جديد في فيفري 1989، والذي نقل الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي طبقاً للمادة 40. وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الاعلام عام 1990 نتيجة لتلك التحولات السياسية والاجتماعية، والذي أشار في مادته الثانية (02) أن هذا القانون يعرِّب عما جاء في المواد 6، 35، 36، 39، 40 من الدستور خاصة فيما يتعلق بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي.¹

وقد نصّت المادة 59 من القانون 90-07 استحداث هذا القانون المجلس الأعلى للإعلام، والذي يُعدّ سلطة ضبط تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وقد تمّ التعرّض لمختلف الجوانب المتعلقة بالمجلس في 18 مادة (من 59 حتى 76)، أما مهامه فتتمثل في النقاط الآتية:²

- يبين بدقة كفاءات تطبيق حقوق التعبير عن مختلف تيارات الآراء.
- يضمن استقلال أجهزة القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي، وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.
- يسهر على تشجيع وتدعيم النشر والبث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.
- يسهر على إتقان التبليغ، والدفاع عن الثقافة الوطنية بمختلف أشكالها وپروجها، لاسيما في مجال الإنتاج، ونشر المؤلفات الوطنية.

¹ سعيداني سلامي، ليلي فقيري، التلفزيون الجزائري: وقائع وتحديات تكنولوجية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2019، ص 37.

² القانون 90-07، المادة 59.

- يسهر على شفافية القواعد الاقتصادية في سير أنشطة الإعلام.
- يتقي بقراراته تمركز عناوين والأجهزة تحت التأثير المالي والسياسي أو الأيديولوجي لمالك واحد.
- يحدد بقراراته شروط إعداد النصوص والحصص المتعلقة بالحملات الانتخابية، وإصدارها، وإنتاجها، وبرمجتها ونشرها.
- يبدي الرأي في النزاعات المتعلقة بحرية التعبير والتفكير التي تقع بين مديري الأجهزة الإعلامية ومساعدتهم قصد التحكيم فيها بالتراضي.
- يمارس صلاحيات المصالحة بطلب من المعنيين في حالات النزاع المتعلقة بحرية التعبير، وحق المواطنين في الإعلام، وذلك قبل قيام أحد الطرفين المتنازعين بأي إجراء أمام الجهات القضائية المختصة.
- يحدد قواعد الإعانات المحتملة، والمساعدات التي تمنحها الدولة للأجهزة الإعلامية التي تخولها صلاحيات الخدمة العمومية، والسهر على توزيعها العادل.
- يسهر على احترام مقاييس الأشهار التجاري، ويراقب هدف الإعلام الاشهاري الذي تبثه و تنشره الأجهزة الإعلامية، ومحتواه و كفيات برمجته.
- يسهر على نشر الإعلام المكتوب والمنطوق والمتلفز، عبر مختلف جهات البلاد، وعلى توزيعه.
- يجمع كل المعلومات الضرورية من الإدارات والأجهزة المكلفة بالخدمة العمومية في الاعلام، أو من جهاز إعلامي أو مؤسسة صحافية لتأكيد احترام التزامات كل منها، ولا يمكن أن تستعمل المعلومات التي يجمعها المجلس بهذه الطريقة في أغراض أخرى غير أداء المهام التي يسندها إليه هذا القانون.

وقد شهدت الجزائر أزمةً سياسية مما عجل في صدور قانون الطوارئ في فيفري 1992 بسبب التدهور الأمني، جعل من الصعوبة الحديث عن الاحتكام للتشريعات المنظمة لقطاع الإعلام، بل تم حل المجلس سنة 1993 بموجب المرسوم التشريعي رقم: 93-13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993.¹

• القناة الجزائرية الثانية: تم افتتاحها سنة 1994، وقد تغير اسمها الى Canal Algérie سنة 2002 وهي موجهة للمقيمين في أوروبا

• ظلت الجزائر تملك قناة تلفزيونية واحدة حتى عام 1994، وهو التاريخ الذي أطلق فيه قناة CANAL ALGERIE الناطقة باللغة الفرنسية، لتكون أداة وصل بين الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج وبالتحديد في أوروبا، كما ساهم في الحوار والتبادل بين الثقافات والحضارات.²

• قناة الجزائرية الثالثة: انطلقت في 05 جويليه 2001، التي تبث برامجها للجالية الجزائرية المقيمة في الدول العربية، وأطلقت في 2009/03/18 قناتين أخريين: قناة ناطقة باللغة الأمازيغية وقناة القران الكريم لحماية المشاهد الجزائري من التطرف الديني الذي كان يروجه بعض الفضائيات الأجنبية.

وبعد سنوات تدعّمت القنوات العمومية بقنوات تلفزيونية أخرى، القناة السادسة في 2020/03/26، والقناة السابعة (قناة المعرفة) في: 2020/05/19، ثم القناة الثامنة (قناة الذاكرة) في: 2020/11/01، والقناة التاسعة (البرلمانية) في: 2022/05/26.

¹ جهيد سحوت، عن فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر أمام المنافسة الحرة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 01، أبريل 2019، ص 1707.

² جمال العيفة، مؤسسات الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 135.

☒ المرحلة الخامسة: 2012- إلى يومنا هذا:

تعدّ تجربة تلفزيون "الخليفة" أول محاولة تلفزيونية خاصة، والتي بدأت تبث من باريس في 02 ديسمبر 2002، قبل أن تفتح مكتباً لها في الجزائر مطلع 2003، لكن هذه التجربة لم تعمّر طويلاً، حيث تم توقيف بثها من باريس بأمر قضائي في أوت 2003.¹ فخلال ثلاث سنوات ارتفع عدد هذه القنوات ذات الوضع القانوني الهجين ليلعب 45 قناة، وقد شرعت في البث بطريقة شبه سرية في عام 2012، وفي عام 2013 منحت السلطات الجزائرية رخصاً لخمسة قنوات تلفزيونية فقط لمدة سنة قابلة للتجديد وهي: قناة النهار والشروق والجزائرية 1 والهقار، واعتبرتها مكاتب لقنوات أجنبية ولم تعتمد عليها كقنوات جزائرية، وعصّت السلطات الطرف عن نشاط بقية القنوات التلفزيونية الأخرى التي تبث من الخارج، لكنها تلجأ إلى مصادرة أجهزتها ومنعها من النشاط إذا عارضت النظام السياسي، بحجة أنها لا تملك رخصة قانونية للبث، كما فعلت مع قناتي الأطلس في عام 2014، والوطن في عام 2015.²

إن أهم ما يميز المشهد الإعلامي الجزائري من 2011 هو الفوضى وعدم الشفافية من ناحية التسيير المالي والإداري، حيث ظهرت عدة قنوات قارب عددها 60 قناة عام 2016، وهي في الأصل مكاتب أجنبية، لكن ليس هناك أية إحصائيات رسمية حول نوعية نشاطها، مصادر تمويلها وملاكها والكيفيات والطرق التي تعتمد عليها القنوات في دفع مستحقات البث الفضائي بالعملة الصعبة.³

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال في الجزائر، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2022، ص186.

² نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام في الجزائر، نظم وسائل الإعلام العربية، تحرير: كارولا ريشتر، كلاوديا كوزمان، ترجمة: دعاء نبيل سيد إمبابي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2022، ص331.

³ رشيد خضير، فوزية بن شرودة، الإعلاميون الجزائريون واتجاهاتهم نحو أداء سلطة السمع البصري في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من القطاع العام والخاص، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي تبسة، المجلد 05، العدد 03، أكتوبر 2020، ص43.

لكن يبدو في المدة الأخيرة (2020) أن تحسن أداء بعض القنوات الجزائرية أدى إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الجزائريين للقنوات الجزائرية بحيث تحتل المراتب الخمس الأولى - قبل قنوات "MBC" السعودية - وهي على التوالي: النهار، الشروق (العامة والإخبارية) وسميرة والبلاد.¹

المطلب الثاني: عوامل ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

عرفت بداية 2012 انطلاق بث بعض القنوات الخاصة وبالتتابع، وتزايدت في ظرفٍ وجيز، وقد تهيأت لذلك عدة ظروف وعوامل ساهمت في انطلاق القنوات الجزائرية الخاصة، وهي:²

- 1- الأزمة الاقتصادية العالمية التي مسّت قمر النايل سات، ففتح الباب أمام القنوات بتسهيل الحصول على الترددات بأسعار منخفضة، حيث كانت هنا وساطة بين جزائريين ومنتجين بالأردن وعمان والبحرين ساعدت في ظهور هذه القنوات على أرض الواقع.
- 2- وجد المستثمرون أن الأزمة التي مسّت النيل سات هي فرصة جديدة لتوسيع نطاق استثمارهم، خاصة مالكي الجرائد وأصحاب الخبرة الطويلة الذين قرّروا توسيع نشاطهم بالانفتاح على السمي البصري.

وتثير القنوات التلفزيونية الخاصة أمرين مهمين:³

- أولهما: يتعلق بتأكيد دور القطاع الخاص في المجتمع والاستثمار في مجال الإعلام، والتحدّي الأول لتلك القنوات هو التحدّي القانوني أو التشريعي، فالدول الآن يتنازعها اتجاهان:

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال في الجزائر، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2022، ص186.

² لبنى رحموني، القطاع السمي البصري في الجزائر بين الضوابط المهنية والإخالات الأخلاقية- دراسة تحليلية لعينة من برامج قناتي النهار والشروق TV، ضمن ملتقى منشور بعنوان: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2020، ص ص318-319.

³ ميني عاطف، التظيم الإداري للقنوات الفضائية، ط1، أطلس للنشر، الجيزة، القاهرة، 2013، ص106.

الأول نحو حرية التعبير وحق التعبير، والثاني وضع ضوابط لهذه الحرية من خلال التنظيم القانوني.

كما يواجه القطاع الخاص ما يمكن أن نطلق عليه التحدي الاقتصادي في ضوء تزايد القنوات الفضائية، فقد برز جلياً فراغ في الإنتاج يتعدّر عليه تغطية المساحة الزمنية للبث.

■ **ثانيهما:** ويتعلّق بحجم الحرية الممنوحة، ومدى إتاحة خطاب إعلامي حر صادر عن تلك القنوات وهو التحدي الثقافي، حيث يعتقد البعض أن القنوات الفضائية هي غزو ثقافي يجب مواجهته، وأنه يستهدف وعي وثقافة المشاهد العربي ويؤدي إلى اغترابه ثقافياً.

المطلب الثالث: سلطة السمع البصري:

تمّ تأسيس سلطة الضبط السمع البصري بموجب القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام، كما نصّت على ذلك المادة (64)، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي،¹ وقد أشار هذا القانون إلى الهيئة في ثلاث مواد فقط (64.65.66)، دون الإشارة إلى تشكيلتها وصلاحيّاتها، ليأتي القانون 14-04 والمتعلق بالنشاط السمع البصري ليخصّص الباب الثالث لسلطة الضبط السمع البصري، والذي قُسم إلى فصلين؛ حيث تناول الفصل الأول المهام والصلاحيات، فيما تطرّق الفصل الثاني إلى تشكيل وتنظيم وسير سلطة الضبط السمع البصري.²

وفي تونس نجد أنه قد تم استحداث الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمع والبصري سنة

2011.³

¹ القانون العضوي 12-05، المؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق 12 يناير سنة 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد2، الصادر يوم الأحد 21 صفر 1433هـ، الموافق لـ15 يناير 2012.

² مرسوم عدد 116 لسنة 2011 مؤرخ في 2 نوفمبر 2011 يتعلق بجزية الاتصال سمعي البصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمع البصري.

1- مجالات صلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري:

لقد حدّد القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري المجالات التي تدخل ضمنها صلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري كما يلي:

أ- في مجال الضبط: حسب المادة 55 من القانون 04-14 فإن سلطة الضبط السمعي البصري تقوم بما يلي:

- تدرس طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري وتبتُّ فيها.
- تخصّص الترددات الموضوعة تحت تصرّفها من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبث الإذاعي والتلفزي، من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي، في إطار الإجراءات المحدّدة في هذا القانون.
- تطبيق القواعد المتعلقة بشروط الإنتاج والبرمجة وبث حصص التعبير المباشر، بالإضافة إلى حصص الوسائط السمعية البصرية خلال الحملات الانتخابية، طبقاً للتشريع والتنظيم الساريين المفعول.
- تطبّق كفاءات بث البرامج المخصصة للتشكيلات السياسية والمنظمات الوطنية النقابية والمهنية المعتمدة.
- تحدّد الشروط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الإشهار المقنع للمنتوجات أو بث حصص الاقتناء عبر التلفزيون.
- تحدّد القواعد المتعلقة ببث البيانات ذات المنفعة العامة الصادرة عن السلطات العمومية.
- تُعدُّ وتصادق على نظامها الداخلي.¹

¹ قانون 04-14 ، ص ص 14-15.

ب- في مجال المراقبة:

- تسهر على احترام مطابقة أي برنامج سمعي بصري كيفما كانت وسيلة بثه للقوانين والتنظيمات سارية المفعول.
- تراقب بالتنسيق مع الهيئة العمومية المكلفة بتسيير طيف الترددات الراديوية، ومع الهيئة المكلفة بالبث الإذاعي والتلفزي، استخدام ترددات البث الإذاعي بغرض اتخاذ الإجراءات الضرورية لضمان استقبال جيّد للإشارات.
- تتأكد من احترام الحصص الدنيا المخصصة للإنتاج السمعي البصري الوطني والتعبير باللغتين الوطنيتين.
- تمارس الرقابة بكل الوسائل المناسبة على موضوع ومضمون وكيفيات برمجة الحصص الإشهارية.
- تسهر على احترام المبادئ والقواعد المطبّقة على النشاط السمعي البصري، وكذا تطبيق دفاتر الشروط.
- تطلب عند الضرورة من ناشري وموزعي خدمات الاتصال السمعي البصري أيّة معلومة مفيدة لأداء مهامها.
- تجمع كل المعلومات الضرورية من الإدارات والهيئات والمؤسسات دون الخضوع لأيّة حدود، غير تلك المنصوص عليها في التشريع والتنظيم ساري المفعول، وذلك من أجل إعداد آرائها وقراراتها.¹

ج- في المجال الاستشاري:

- تبدي رأيها في الاستراتيجية الوطنية لتنمية النشاط السمعي البصري.
- تبدي رأيها في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي يتعلق بالنشاط السمعي البصري.

¹ قانون 14-04، ص 15.

- تقدّم توصيات من أجل ترقية المنافسة في مجال الأنشطة السمعية البصرية.
- تشارك في إطار الاستشارات الوطنية في تحديد موقف الجزائر في المفاوضات الدولية حول خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني المتعلقة خاصة بالقواعد العامة لمنح الترددات.
- تتعاون مع السلطات أو الهيئات الوطنية أو الأجنبية التي تنشط في نفس المجال.
- تبدي آراء أو تقدّم اقتراحات حول تحديد إتوات استخدام الترددات الراديوية في الحزمات الممنوحة لخدمة البث الإذاعي.
- تبدي رأيها بطلب من أيّة جهة قضائية في كل نزاع يتعلق بممارسة النشاط السمعي البصري.¹

د- في مجال تسوية النزاعات:

- التحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين.
- تحقّق في الشكاوى الصادرة عن الأحزاب السياسية والتنظيمات النقابية و/أو الجمعيات، وكل شخص طبيعي أو معنوي آخر يخطر بها انتهاك القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة للاتصال السمعي البصري.²

2- مهام وصلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري:

لقد أولى القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري اهتمامًا بالغًا بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام، من خلال المادة 54 المتضمنة مهام وصلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري كما يلي:

- السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ضمن الشروط المحددة في هذا القانون والتشريع والتنظيم ساري المفعول.

¹ قانون 04-14 ، ص 15.

² قانون 04-14 ، ص 15.

- السهر على عدم تمييز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام.
- السهر على ضمان الموضوعية والشفافية.
- السهر على ترقية اللغتين الوطنيتين والثقافة الوطنية ودعمها.
- السهر على احترام التعبير الترددي لتيارات الفكر والرأي بكل الوسائل الملائمة في برامج خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني، لا سيما خلال حصص الإعلام السياسي والعام.
- السهر على أن تعكس أصناف البرامج التي يقدمها ناشرو خدمات الاتصال السمعي البصري التنوع الثقافي الوطني.
- السهر على احترام الكرامة الإنسانية.
- السهر على حماية الطفل والمراهق.
- تسهيل وصول الأشخاص ذوي العاهات البصرية و/أو العاهات السمعية إلى البرامج الموجهة للجمهور من طرف كل شخص معنوي يستغل خدمة اتصال سمعي بصري.
- السهر الدائم على تثمين حماية البيئة وترقية الثقافة البيئية والمحافظة على صحة السكان.
- السهر على ألا يؤدي البث الحصري للأحداث الوطنية ذات الأهمية القصوى المحددة عن طريق التنظيم إلى حرمان جزء معتبر من الجمهور من إمكانية متابعتها على المباشر أو غير المباشر عن طريق خدمة تلفزيونية مجانية.¹

3- تشكيل سلطة الضبط السمعي البصري:

تتشكل سلطة الضبط السمعي البصري من تسعة (9) أعضاء، يتم اختيارهم بناء على كفاءتهم وخبرتهم واهتمامهم بالنشاط السمعي البصري،² كما نصّت على ذلك المادة 57 من القانون 04-14، والذين يعيّنون بمرسوم رئاسي على النحو التالي:

¹ قانون 04-14 المادة 54، ص14.

² قانون 14-04 المادة 59، ص15.

- خمسة (5) أعضاء من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية.
 - عضوان (2) غير برلمانيين يقترحهما رئيس مجلس الأمة.
 - عضوان (2) غير برلمانيين يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني.¹
- والملاحظ أن كل أعضاء السلطة يعيّنون من طرف السلطة الأمر الذي يثير الاستفهام، على الرغم من أن المادة 59 من قانون 2014 تنص على أن اختيار أعضاء سلطة الضبط يكون بناء على الكفاءة والخبرة والاهتمام بالنشاط السمعي البصري². من جهة أخرى نجد مثلا أن سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والمتكونة من أربعة عشر عضواً (14) بها سبعة (7) أعضاء ينتخبون بالأغلبية المطلقة من بين الصحفيين المحترفين الذين يثبتون خمسة عشر (15) سنة على الأقل من الخبرة في المهنة.³
- إلا أنه تأخر تنصيب أعضاء هذه السلطة إلى غاية 19 جوان 2016، وخلال هذه الفترة تولّت الوزارة الوصية كافة السلطات الضابطة والصلاحيات المهمة التي خصّها بها القانون في مجال تنظيم وتأطير سوق السمعي البصري في انتظار تنصيبها،⁴ كما نصّت على ذلك أحكام المادة 112 من القانون: «تسند مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري في انتظار تنصيبها إلى الوزير المكلف بالاتصال».⁵

ولتنظيم القطاع السمعي البصري فقد صدرت مراسيم تنفيذية هي:

- **مرسوم تنفيذي رقم 16-220:** والذي يحدد شروط وكيفيات تنفيذ الإعلان عن الترشح لمنح رخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتي،⁶ وقد جاء هذا المرسوم في 28

¹ القانون 14-04، المادة 57، ص15.

² قانون 2014، المادة 59.

³ القانون 12-05، المادة 50.

⁴ فضيل دليو، مرجع سابق، ص196.

⁵ الجريدة الرسمية، العدد 16، قانون 14-04 ص19.

⁶ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 48، ص3.

مادة، حيث يمكن لأي شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري سحب قائمة الوثائق المكونة لملف الترشح (المادة 6)، ويتم إيداع ملف الترشح إلى سلطة ضبط السمعي البصري (المادة 8)، والتي تبت بعد الاستماع العلني في الترشيحات المقبولة، إلا أنه يمكن للوزير المكلف بالاتصال اتخاذ قرار إيقاف عملية منح الرخصة في أي لحظة (المادة 22)، وهذا ما يؤكد أن سلطة الضبط شكلية فقط.

- مرسوم تنفيذي رقم 16-221: والذي يحدد مبلغ وكيفيات دفع المقابل المالي المرتبط برخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري موضوعاتي.¹ وقد جاء هذا المرسوم في 16 مادة.
- مرسوم تنفيذي رقم: 16-222: يتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو البث الإذاعي.² وقد جاء هذا المرسوم في 89 مادة.

المطلب الرابع: إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة:

تُعدُّ القنوات الجزائرية الخاصة تجربة جديدة في مجال البث الفضائي، بعد حوالي خمس عقود من الأحادية الإعلامية والإعلام الحكومي، ورغم حداثة التجربة فقد سجّلت مجموعة من الإيجابيات وهي كما يلي:

- 1- أنها فتحت المجال لخبرجي الجامعات للعمل في هذا القطاع الهام، خاصة مع ارتفاع عدد الخريجين، وزيادة فتح تخصص الإعلام والاتصال في الكثير من الجامعات.
- 2- لعبت القنوات الخاصة أحد أهم جوانب الإعلام، ألا وهو الإعلام التنموي من خلال تركيزها على القضايا المحلية.
- 3- أدّت القنوات الخاصة دورًا تكامليًا إلى جانب القنوات العمومية، ذلك أنه من الصعوبة بمكان تغطية كل الأحداث وبنها في حيز زمني محدود.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 48، ص 6.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 48، ص 7.

المطلب الخامس: سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة:

لقد ولجت القنوات الخاصة إلى بيوت الجزائريين وسجّلت نسب مشاهدة مرتفعة، وأصبحت منافسة للقنوات العمومية، وللكتير من القنوات العربية والغربية، وفضاء لاجتماع أفراد الأسرة خاصة، من خلال تسلطها الضوء على القضايا التي تهّم المواطن وتلامس حياته الاجتماعية والاقتصادية بشكل مباشر، وتوجهها نحو الإعلام التنموي، ولكن هذا لا ينفي تسجيل العديد من السلبيات على مستوى الممارسة الإعلامية، وهي كما يلي:

1. استخدامها العامية على حساب اللغة العربية الفصحى في كثير من برامجها، بل إنّ بعض البرامج تغطي عليها العامية بدرجة كبيرة جداً وخاصة منها البرامج الشبابية، وبعض القنوات تلجأ لاستعمال العامية من أجل تقديم الإثارة أكثر، وتقريب المعنى المقصود من الجمهور.

2. بعض البرامج التلفزيونية تعتبر محاكاة لبرامج أجنبية عربية وأخرى غربية وبعضها مستنسخ من برامج قنوات جزائرية أخرى منافسة لها، وبقدر ما قد تلقى هذه البرامج من نجاح بقدر ما تعكس من ناحية أخرى ضعف إنتاج وإعداد البرامج المتميزة لبعض القنوات الفضائية.

3. تمادي بعض البرامج التلفزيونية في السب والشتم والقذف تحت مسمى حرية التعبير خاصة في البرامج الترفيهية، في حين تحطت برامج أخرى كل الأعراف والقيم والأخلاقيات المجتمعية ببثها أحيانا مضامين تُخلُّ بالذوق العام للمجتمع.*

4. الشعبوية في الخطاب الديني الذي تبثه بعض القنوات من خلال بعض البرامج الدينية، وذلك باستضافة بعض أشباه المشايخ والدعاة الذين ميّعوا الدعوة الإسلامية بكلامهم خارج النص والمألوف بطريقة تهكمية وتهريجية أحياناً لإيصال المعنى، حتى أصبحت متنفساً للضحك والترفيه لدى بعض الجمهور.

* استضاف برنامج في إحدى القنوات الخاصة امرأة تدعي أن عندنا علاج للكورونا متمثلاً في "الشمة" وهي من أنواع التبغ، والذي أحدث استهجاناً كبيراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5. قيام العديد من القنوات الخاصة بانتهاكات خصوصية الأفراد من خلال البرامج الترفيهية خاصة في شهر رمضان (برنامج الكاميرا المخفية)، أو من خلال بعض البرامج الاجتماعية، والتي أدت إلى حالة استهجان واسعة.
6. عدم احترام بعض القنوات الخاصة قواعد السمعى البصرى، فى بعض برامجها (الاستديو) بالخروج عن آداب الحوار وقواعد الأخلاق.¹
7. باتت الإثارة والموضوعات السلبية المطروحة فى القنوات التلفزيونية الخاصة أحد عناصر الجذب للجماهير، وذلك على حساب المستوى المهني الإعلامى، وهذا ناتج عن ازدياد حدة المنافسة بين هذه القنوات.
8. ظهور شخصية المذيع الزعيم فى البرامج الحوارية المعروضة الذى لا يلتزم بالقواعد المهنية، ويقوم بإدارة الحوار وفق توجهاته السياسية، ويشارك بالإجابة عن الأسئلة المطروحة وغيرها، أدى إلى فقدان هذه البرامج للموضوعية والحيادية التى كانت تتصف بها هذه البرامج التى كان يتم عرضها فى السابق.
9. دخول أشخاص غير مؤهلين إلى مجال العمل الإعلامى ويفتقرون إلى دراسة تخصص الإعلام، وينقصهم التدريب اللازم للممارسة المهنية، مما أسهم فى هبوط مستوى المادة الإعلامية المقدمة على القنوات التلفزيونية الخاصة.²

¹ نورين عشاش، خديجة ربيغى، الفضائيات الجزائرية الخاصة: ملاحظات نقدية للأداء الإعلامى، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد6، العدد2، جامعة سيدي بلعباس، ديسمبر 2015، ص20.

² شادي أبو راشد، أثر أنماط الملكية على المحتوى الإعلامى فى القنوات التلفزيونية الأردنية الخاصة من وجهة نظر القائمين بالاتصال (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير فى الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019، ص ص48-49.

ورغم أن الانفتاح السمعي البصري يمثل خطوةً إيجابيةً، ويفتح المجال لحرية الرأي والتعبير، إلا أن ذلك شكّل مجموعةً من الانعكاسات السلبية التي كانت نتيجة لخصخصة القنوات التلفزيونية وهي:¹

1. تركيز الملكية وإدارة القنوات في يد فئةٍ قليلةٍ من المستثمرين ورجال الأعمال، ممّا أدّى إلى طغيان طابع الاستحواذ والانتفاع، من خلال إدارة هذه القنوات وفق مصالح خاصة لهذه الفئة.

2. من أجل ملئ وقت الإرسال أصبحت القنوات الخاصة تُظفي الحوارات والنقاشات التلفزيونية على حساب الإنتاج الاعلامي لتكلفة هذا الأخير.

3. الاعتماد على البرامج الأجنبية للمليء أوقات الإرسال رغم تهديدها للأمن الثقافي والاجتماعي للمجتمع.

4. الضائقة المالية التي تعاني منها الكثير من القنوات ووقوعها على حافة الإفلاس.

5. ضعف التمويل اللازم لإعادة هيكلة المحطات التلفزيونية ماليًا وفنيًا.

6. رغم الانفاق الضخم على هذه القنوات، إلا أنها لم تستطع كسر النفوذ الغربي من خلال القنوات والبرامج الغربية، فالإعلام العربي أصبح غير قادر على المواجهة، كما أنه لم ينجح بعد في تصحيح صورة العرب في الخارج، لأنه موجه نحو الداخل أكثر من الخارج.

¹ عزوز نش، عبد الجليل حسناوي ، أخلاقيات المهنة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: دراسة وصفية تحليلية من خلال صحفيي قناة النهار TV، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد8، العدد2، 2015، ص1000.

المطلب السادس: التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية الخاصة:

أصبح الإعلام اليوم يُواجه العديد من التحديات التي تُعيق مسيرته، وتنعكس سلباً بشكلٍ أو بآخر على مضمون ما يقدمه خاصةً في الفضائيات الخاصة، حيث تُواجه هذه الأخيرة العديد من التحديات من أهمها ما يلي:¹

1- التحديات المهنية: وتتمثل في ما يلي:

- تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة والجزائري خاصة، حيث يركّز على الأخبار الرسمية والمعالجة الجزئية للأحداث، من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التدفق السريع للمعلومات.
- أزمة الإعلاميين الذين يتعرّضون لشتى أنواع الضغوط والرقابة والتصفية الجسدية والأدبية فضلاً عن قصور برامج التأهيل والتدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفر ضمانات ممارسة المهنة.
- سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، ولا تلبي الاحتياجات الإعلامية للجماهير.
- سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام، مما أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته، وبالتالي حدّ من قدرته على الوصول والتأثير وجعله موضعاً للمساءلة: ما الوعي الذي ينشره؟

2- التحديات التكنولوجية: وتتمثل أبرزها في ظهور شبكة الانترنت كمصدرٍ عالمي

للمعلومات، ممّا طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية، من أهمها تكريس الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها، وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة)، فضلاً عن الخلل التقني المتكرّر سواء انقطاع الصوت أو الصورة وغيرها من المشاكل التقنية التي تواجهها، زيادةً على هذا مشاكل

¹ سعيد مراح، مُجد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، المجلد 15، العدد 39، 2016، ص 357-358.

التمويل والبث وتكاليف الصناعة الإعلامية وعدم وجود الاستديوهات، خاصة وأن الكثير من القنوات تبث انطلاقاً من شقق متواضعة.

خلاصة المبحث

وفي الأخير نقول أن القنوات الجزائرية الخاصة تُعدُّ تجربةً جديدةً في الفضاء الإعلامي الجزائري والعربي، وتمثّل إضافةً للمشهد الإعلامي في الجزائر، وهي نتيجة حتمية للتطور الحاصل في مجال البث الفضائي والكم الهائل من القنوات العربية الخاصة، والتي أصبح لها تأثيراً تجاوز حدود الدولة الوطنية، سواء ما تعلّق بالغزو الثقافي من خلال البرامج أو الدراما، أو من خلال التأثير على أنظمة الحكم من خلال القنوات الإخبارية، أو تلك التي تتنافى وقيمنا الاجتماعية وهويتنا الثقافية.

إنّ أولى التحديات التي تُواجه القنوات الجزائرية الخاصة هي تصنيفها على أنها قنوات أجنبية، الأمر الذي قد يؤثر على الممارسة الإعلامية، والشيء الثاني أنّ من يراقب هذه القنوات والممثل في سلطة الضبط السمعي البصري بعيدة عن طموحات فتح هذا القطاع، والتي أغلبها أشخاص معيّنين من السلطة ولا تتضمن أشخاص منتخبين من الصحفيين.

إن التمويل (السوق الإعلانية) يمثل عنصراً هاماً في بقاء القنوات الخاصة في الساحة الإعلامية، فقد توقفت العديد من القنوات عن البث نظراً لإمكاناتها المحدودة، وإذا تحقق هذا العنصر - التمويل - فإن القنوات بحاجة إلى برامج هادفة تخدم القيم والأهداف المجتمعية، وتؤدي الوظائف المنوطة بها، لا الاعتماد على برامج مستوردة وأحياناً برامج تتنافى وقيم ومعتقدات المجتمع، والذي أدّى إلى توقيف بعض البرامج وأحياناً أخرى توقيف القنوات نفسها، دون أن ننسى الدور الكبير الذي لعبته القنوات الخاصة في جذب الجمهور الجزائري وإشباع حاجياته، وأصبح يعتمد عليها في الكثير من القضايا، وهذا ما يحتم عليها مستويات أداء عليا.

الفصل الثالث

الإطار الميداني للدراسة

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، من خلال معرفة عادات وأنماط تعرّضهم للقنوات (النهار، الشروق نيوز والبلاد)، ومدى اعتمادهم عليها في الظروف العادية وخلال الأزمات، ومعرفة اتجاههم نحو الجوانب الإيجابية والسلبية، النشرات الإخبارية، البرامج المقدمة، المذيعين والمذيعات، التفاعل مع الجمهور، الكفاءة الإدارية، الإخراج، ومعرفة مقترحات تطوير الأداء المهني بالقنوات الخاصة.

ولهذا الغرض فقد تمّ إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 214 مفردة من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية، للتعرف على اتجاهاتهم نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة (النهار، الشروق نيوز والبلاد)، وهذا باستخدام الاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات، خلال الفترة من: 2022/06/20 إلى غاية: 2022/09/20.

وقد تمّ مراجعة الردود إلكترونياً، لمعرفة مدى صلاحيتها والتأكد من الإجابة الكاملة للأسئلة للمبحوثين، واستبعاد تلك التي لا تلتزم بالجدية في إجاباتها، ثم تمّ ترميزها ومعالجتها إحصائياً عن طريق البرنامج الإحصائي (spss v20)، وقد تم عرض البيانات في جداول بما يتوافق مع تساؤلات وفرضيات وأهداف الدراسة وفق المباحث الآتية:

المبحث الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة.

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات:

أولاً: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

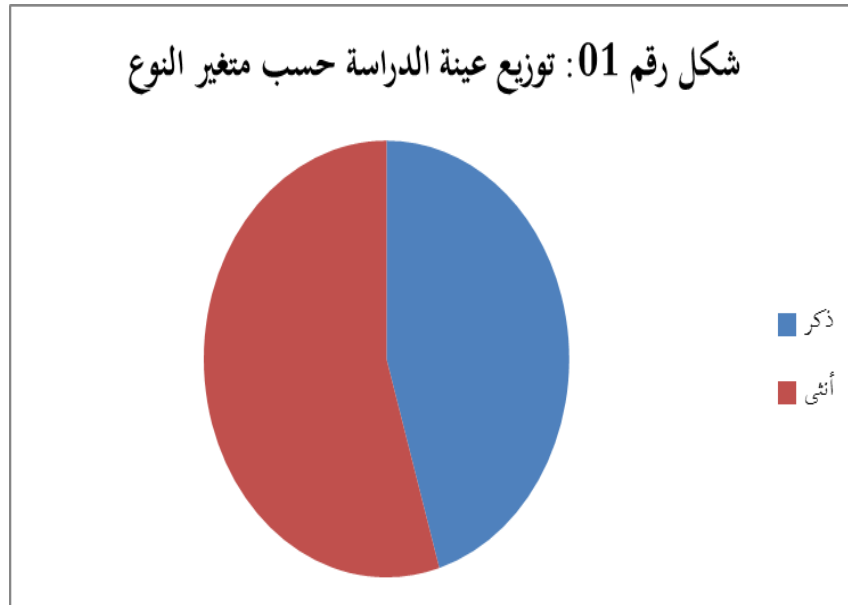
نعرض في ما يلي خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث النوع، السن، الرتبة العلمية والخبرة المهنية.

1. توزيع عينة الدراسة حسب النوع:

جدول رقم (12)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

النسبة %	التكرار (ك)	النوع
45.3	97	ذكر
54.7	117	أنثى
100	214	المجموع



يوضح الجدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع، حيث جاءت بالنسب

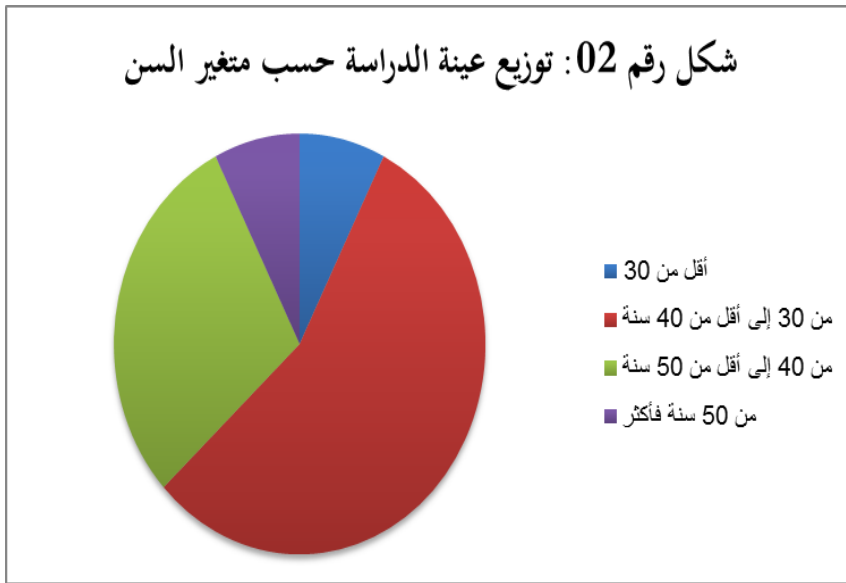
الآتية: 54.7% إناث، و45.3% ذكور.

2. توزيع عينة الدراسة حسب السن:

جدول رقم (13)

توزيع عينة الدراسة حسب السن

السن	ك	%
أقل من 30	16	7.5
من 30 إلى أقل من 40 سنة	119	55.6
من 40 إلى أقل من 50 سنة	63	29.4
من 50 سنة فأكثر	16	7.5
المجموع	214	100



يوضح الجدول رقم (13) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن (العمر)، حيث جاءت بالنسب الآتية: الفئة العمرية "من 30 إلى أقل من 40 سنة" بنسبة 55.6%، ثم الفئة "من 40 إلى أقل من 50 سنة" بنسبة 29.4%، وينسب متساوية كلاً من فئتي "من 50 سنة فأكثر" و"أقل من 30 سنة" 7.5%.

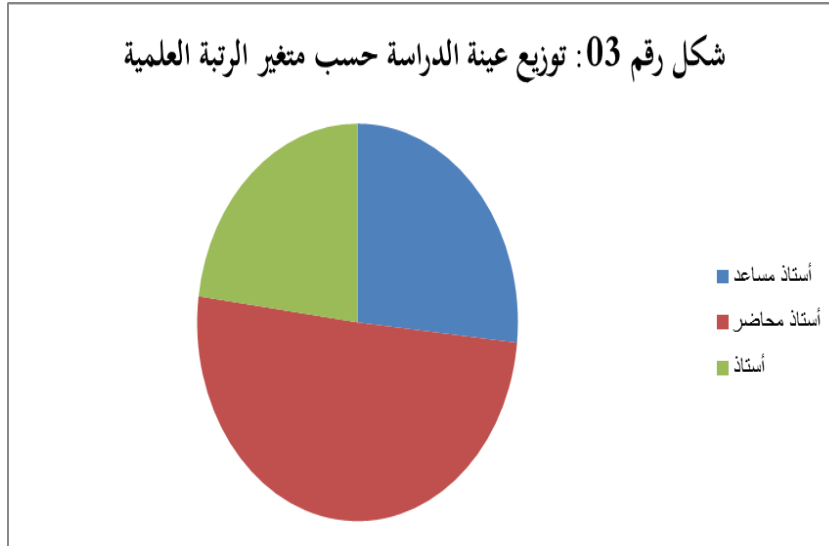
3. توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة العلمية:

جدول رقم (14)

توزيع عينة الدراسة حسب الرتبة العلمية

الرتبة العلمية	ك	%
أستاذ مساعد	57	26.6
أستاذ محاضر	108	50.5
أستاذ	49	22.9
المجموع	214	100

شكل رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية



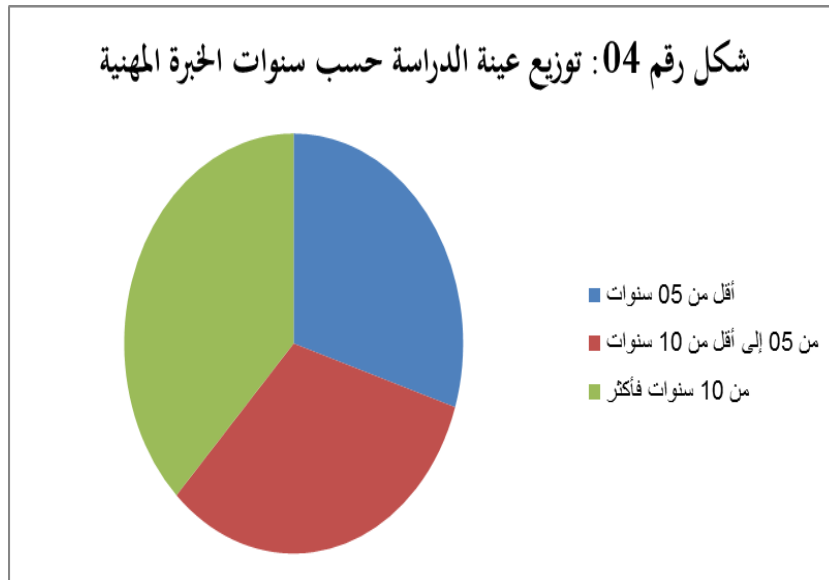
يوضح الجدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية، حيث جاءت بالنسب الآتية: فئة المحاضرين (أ-ب) أولاً بنسبة 50.5%، ثم فئة الأساتذة المساعدين (أ-ب) بنسبة 26.6%، وفي الأخير فئة أساتذة التعليم العالي بنسبة 22.9%.

4. توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية:

جدول رقم (15)

توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة المهنية

سنوات الخبرة المهنية	ك	%
أقل من 05 سنوات	64	29.9
من 05 إلى أقل من 10 سنوات	69	32.2
من 10 سنوات فأكثر	81	37.9
المجموع	214	100



يوضح الجدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية، حيث جاءت بالنسب الآتية: "من 10 سنوات فأكثر" بنسبة 37.9%، ثم فئة من خبرتهم "من 05 إلى أقل من 10 سنوات" بنسبة 32.2%، ثم الفئة "أقل من خمس سنوات" بنسبة 29.9%.

ثانيا: عادات وأنماط التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة:

5. مشاهدة عينة الدراسة لقناة النهار الجزائرية:

جدول رقم (16)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة النهار الجزائرية

مدى المشاهدة	ك	%
دائما	32	15
أحيانا	103	48.1
نادرا	73	34.1
أبدا	6	2.8
المجموع	214	100

شكل رقم 5: توزيع عينة الدراسة وفقا لمشاهدتهم قناة النهار الجزائرية



يوضح الجدول رقم (16) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم لقناة النهار الجزائرية، حيث جاءت في المرتبة الأولى من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة 48.1%، ثم من يشاهدون "نادراً" بنسبة 34.1%، فيما تأتي بصفة "دائماً" في المرتبة الثالثة بنسبة 15%، والملاحظ أن أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة النهار (دائماً، أحياناً، نادراً) وهذا بنسبة 97.2%.

وبحساب معامل كاي تربيع (كا²) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مشاهدة قناة النهار تعزى لمتغيرات النوع، الدرجة العلمية والخبرة المهنية، فيما كانت هناك علاقة بين مدى مشاهدة قناة النهار ومتغير السن.

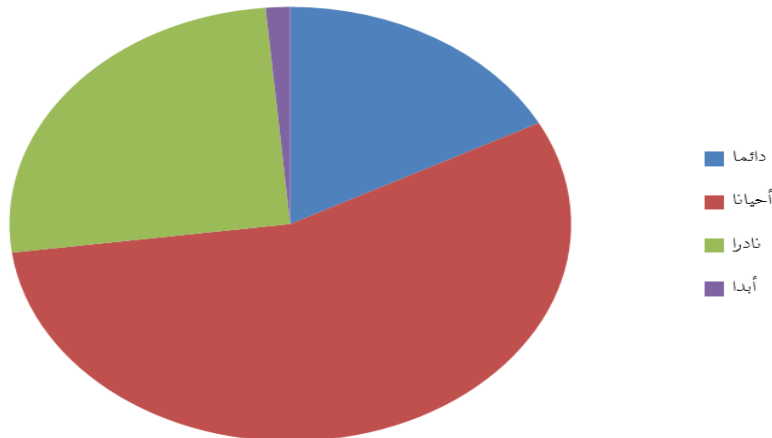
6. مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق نيوز الجزائرية:

جدول رقم (17)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم قناة الشروق نيوز الجزائرية

مدى المشاهدة	ك	%
دائماً	37	17.3
أحياناً	119	55.6
نادراً	55	25.7
أبداً	3	1.4
المجموع	214	100

شكل رقم 6: توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم قناة الشروق نيوز



يوضح الجدول رقم (17) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم لقناة الشروق نيوز الجزائرية، حيث جاءت في المرتبة الأولى من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحيانا) بنسبة 55.6%، ثم من يشاهدونها "نادرا" بنسبة 25.7%، فيما تأتي بصفة "دائما" في المرتبة الثالثة وبنسبة 17.3%، والملاحظ أن أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق نيوز (دائما، أحيانا، نادراً) وهذا بنسبة 98.6%.

وبحساب معامل كاي تربيع (كا²) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مشاهدة قناة الشروق نيوز تعزى لمتغيرات النوع، السن، الدرجة العلمية والخبرة المهنية.

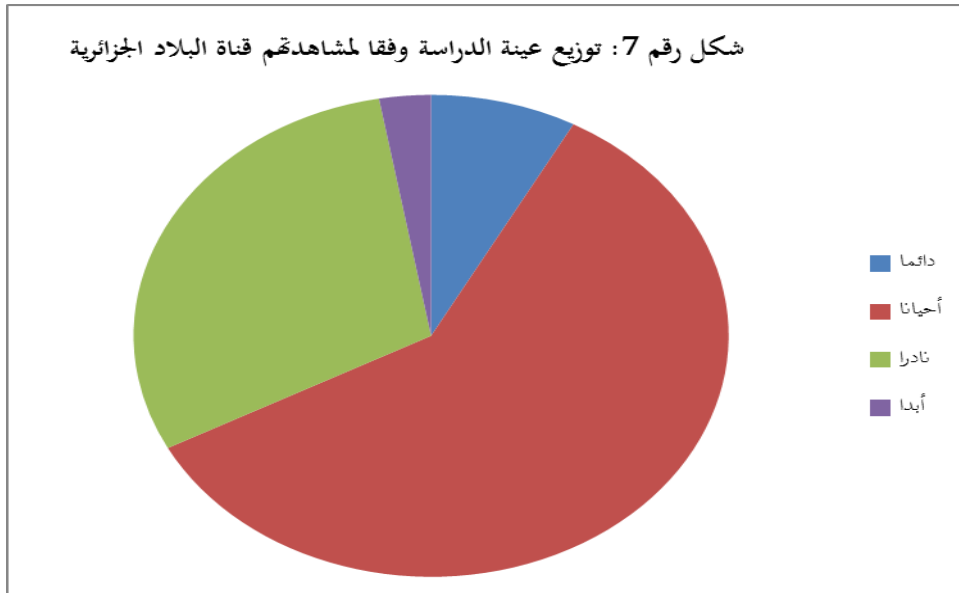
7. مشاهدة عينة الدراسة لقناة البلاد الجزائرية:

جدول رقم (18)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم قناة البلاد الجزائرية

مدى المشاهدة	ك	%
دائما	17	7.95
أحيانا	127	59.35
نادرا	64	29.90
أبدا	6	2.80
المجموع	214	100

شكل رقم 7: توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم قناة البلاد الجزائرية



يوضح الجدول رقم (18) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدتهم لقناة البلاد الجزائرية، حيث جاءت في المرتبة الأولى من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة 59.3%، ثم من يشاهدونها "نادراً" بنسبة 29.9%، فيما تأتي بصفة "دائماً" في المرتبة الثالثة وبنسبة 7.9%، والملاحظ أن أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة البلاد (دائماً، أحياناً، نادراً) وهذا بنسبة 97.2%.

وبحساب معامل كاي تربيع (كا²) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مشاهدة قناة البلاد تعزى لمتغيرات النوع، السن، الدرجة العلمية، فيما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ بين مشاهدة قناة البلاد تبعاً لمتغير الخبرة المهنية.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة "نور العابدين قوجيل" و"جمال الدين مدفوني" إلى أن غالبية أفراد العينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال يتابعون الفضائيات الجزائرية الخاصة بشكل غير منتظم (أحياناً) بنسبة (66.66%)¹.

وقد توصلت أيضاً دراسة "إبراهيم حيزطي" إلى أن قناتي "النهار" و"الشروق نيوز" أولى القنوات مشاهدةً لدى طلاب جامعة الجزائر.²

¹ نور العابدين قوجيل، جمال الدين مدفوني، برامج التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة: دراسة استطلاعية لآراء عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 7، العدد 3، ماي 2022، ص 404.

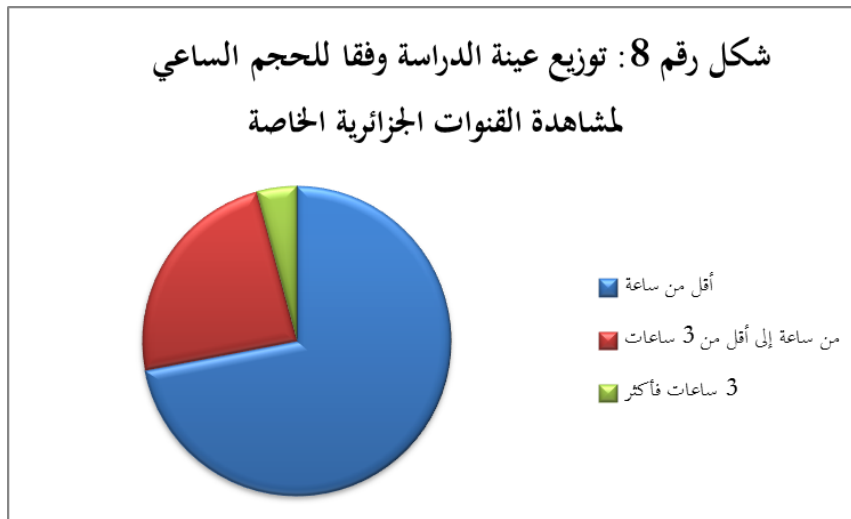
² إبراهيم حيزطي، استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الأول، يوليو 2018، ص 240.

8. حجم المشاهدة اليومي للقنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (19)

توزيع عينة الدراسة وفقا للحجم الساعي لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة

الحجم الساعي	ك	%
أقل من ساعة	154	72
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	51	23.8
3 ساعات فأكثر	9	4.2
المجموع	214	100



يوضح الجدول رقم (19) توزيع عينة الدراسة وفقاً لحجم الوقت اليومي المخصص لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، حيث جاء في المرتبة الأولى التعرض المنخفض (أقل من ساعة) بنسبة 72%، وفي المرتبة الثانية من يتعرضون بصفة متوسطة (من ساعة إلى أقل من 3 ساعات) بنسبة 23.8%، فيما كانت نسبة من يتعرضون بشكل مرتفع (أكثر من 3 ساعات) ضعيفة جدا 4.2%، ويرجع اختصار وقت المشاهدة إلى "أقل من ساعة" إلى طبيعة عمل المبحوثين في مجال التدريس الجامعي، والذي يشغل معظم الوقت خلال اليوم، بالإضافة إلى وجود مصادر أخرى يستقي منها المعلومات.

وقد توصلت دراسة "نور العابدين قوجيل" و"جمال الدين مدفوني" إلى نفس النتيجة، حيث أن غالبية أفراد العينة من أساتذة الإعلام والاتصال يقضون "أقل من ساعة" في متابعة الفضائيات الجزائرية الخاصة بنسبة (66.66%)¹.

وبحساب معامل كاي تربيع (χ^2) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في حجم المشاهدة اليومية يعزى لمتغيرات النوع، السن، الدرجة العلمية والخبرة المهنية، بينما كانت هناك علاقة بين مدى مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة (النهار، الشروق نيوز والبلاد) وحجم المشاهدة اليومي عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$).

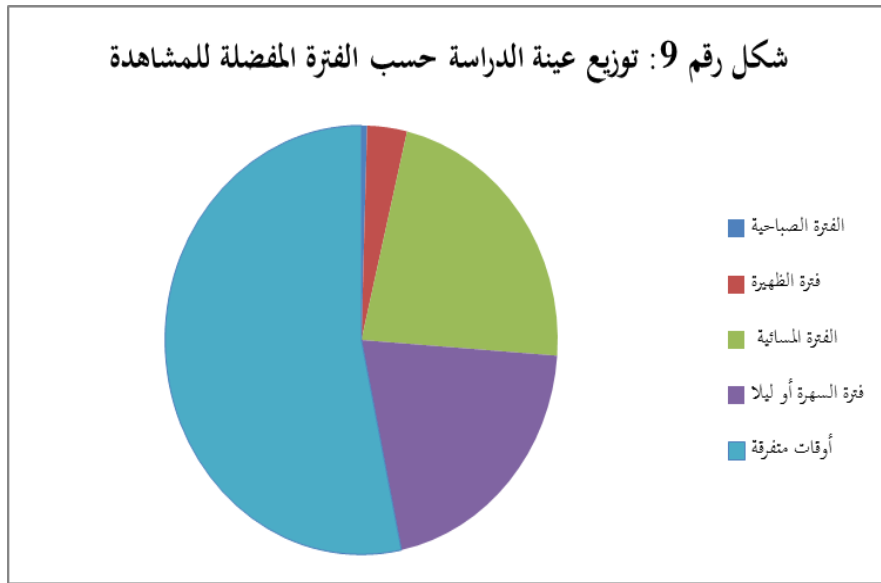
9. الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة

جدول رقم (20)

توزيع عينة الدراسة وفقا للفترة المفضلة للمشاهدة

فترات المشاهدة	ك	%
الفترة الصباحية	1	0.5
فترة الظهيرة	7	3.3
الفترة المسائية	48	22.4
فترة السهرة أو ليلا	44	20.6
أوقات متفرقة	114	53.3
المجموع	214	100

¹ نور العابدين قوجيل، جمال الدين مدفوني، مرجع سابق، ص 404.



يوضح الجدول رقم (20) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، حيث جاءت في المرتبة الأولى "أوقات متفرقة" بنسبة 53.3%، ثم فترة "المسائية" بنسبة 22.4%، ثم الفترة "السهرة" في المرتبة الثالثة بنسبة 20.6%، بينما لم تحظى فترة الظهيرة باهتمام كبير 3.3%، أما الفترة الصباحية فتكاد تنعدم فيها المشاهدة.

ويستنتج من ذلك أن أفراد العينة يفضلون فترتي المساء والسهرة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، وذلك بحكم أن هذه الفترات من فترات الذروة للمشاهدة، كما أن هاتين الفترتين تعتبران من الفترات الأكثر استرخاء بعد عناء العمل اليومي، إضافة إلى أنهما تحظيان بأهم البرامج مثل: النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية، حتى أن المعلنين يختارون هاتين الفترتين لبث إعلاناتهم.

أما عدم المشاهدة خلال فترتي "الصباح" و"الظهيرة" فهي تعود إلى ارتباط الأستاذ بالتدريس الجامعي، والتزاماته البيداغوجية والعلمية، أمّا الأوقات المتفرقة للمشاهدة فتعكس عدم الانتظام في المشاهدة (أحيانا، نادرا).

وقد توصلت دراسة "بدر الدين زواقة" و"سارة مرازقة" إلى أن أساتذة الإعلام والاتصال يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية خلال فترتي الليل والمساء بنسب (51.8%)،

48.19%) على التوالي،¹ وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة "طبيب شريفة" و"قلاعة كريمة"، وهي أن فترتي المساء والسهرة هي الفترات المفضلة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.²

وبحساب معامل كاي تربيع (كا²) تبين عدم وجود فروق فردية في الفترة المفضلة للمشاهدة تعزى لمتغيرات النوع، السن، الدرجة العلمية والخبرة المهنية.

10. دوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (21)

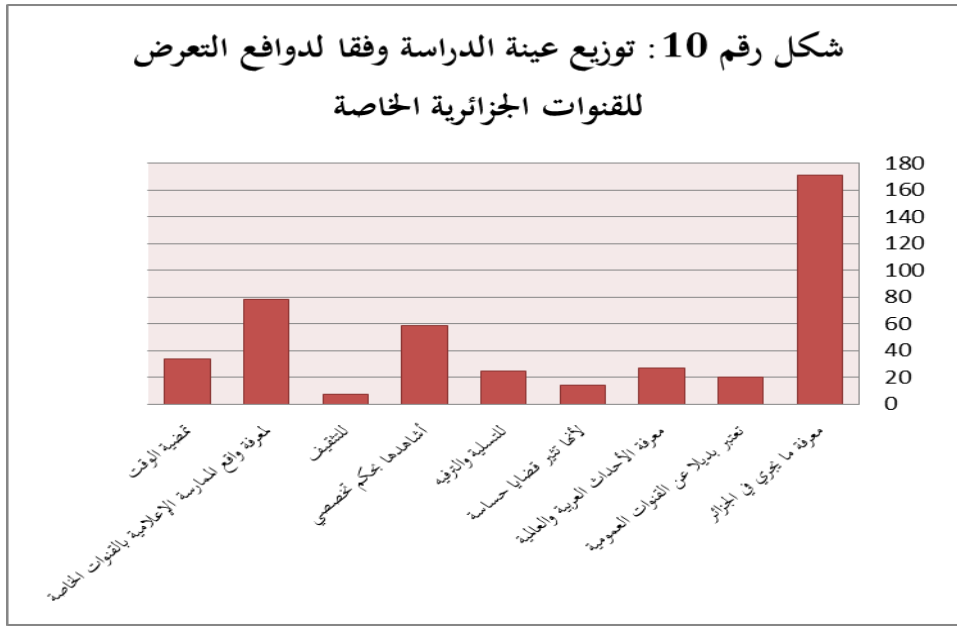
توزيع عينة الدراسة وفقا لدوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة

دوافع التعرض	ك	%
معرفة ما يجري في الجزائر	171	79.9
تعتبر بديلا عن القنوات العمومية	20	9.3
معرفة الأحداث العربية والعالمية	27	12.6
لأنها تثير قضايا حساسة	14	6.5
للتسلية والترفيه	25	11.7
أشاهدها بحكم تخصصي	59	27.6
للتثقيف	7	3.3
لمعرفة واقع الممارسة الإعلامية بالقنوات الخاصة	78	36.4
تمضية الوقت	34	15.9
أخرى تذكر	9	4.2
مجموع من سئلوا	214*	

*سمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة

¹ بدر الدين زواقة، سارة مرازقة، اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد 08، ج 02، 2017، ص 697.

² شريفة طبيب، كريمة قلاعة، اتجاهات الشباب الجزائري نحو القنوات الجزائرية الخاصة في ظل الإعلام الإلكتروني: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة3، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران1، المجلد 5، العدد17، 2016، ص262.



يوضح الجدول رقم (21) توزيع عينة الدراسة وفقاً لدوافع تعرّضهم للقنوات الجزائرية الخاصة، حيث أكّدت أغلبية الباحثين أهمّ يشاهدونها لغرض " معرفة ما يجري في الجزائر" بنسبة 79.9%، ثم "المعرفة واقع الممارسة الإعلامية بالقنوات الجزائرية الخاصة" بنسبة 36.4%، ثم "أشاهدها بحكم تخصصي" بنسبة 27.6%.

والملاحظ أن الأساتذة يشاهدون قنوات الدراسة نظراً لطبيعتها الإخبارية، والتي تُعدُّ أهمّ وظائف وسائل الإعلام، إضافة إلى ما تعرضه هذه القنوات تمثل قضايا ملموسة، بالنسبة للأساتذة (والجمهور بشكل عام)، والتي تتركز على الأخبار الوطنية والمحلية، وتؤكد هذه النتيجة أن الفترات المفضلة للمشاهدة هي فترة المساء والسهرة، والتي تتزامن مع النشرات الإخبارية، والبرامج السياسية ومناقشة قضايا الساعة، ومن خلالها أيضاً يمكن للمبحوث إدراك واقع الممارسة الإعلامية.

وقد توصلت كذلك دراسة "إيمان فوال" إلى أن طلاب الجامعة يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة لمعرفة الأخبار في الوطن بالدرجة الأولى.¹

¹ إيمان فوال، علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة جيجل، المجلد 1، العدد 2، 2018، ص 238.

أما معرفة واقع الممارسة الإعلامية في الجزائر فتعدُّ حتمية علمية، فتجربة القنوات الخاصة تُعدُّ جديدةً بحاجةٍ إلى دراسةٍ باعتبارها ظاهرة، ينبغي إخضاعها للدراسة ومقارنتها بالمعارف النظرية التي تدرّس في الجامعات، خاصة ما تعلق بعلاقتها بالبيئة السياسية والتشريعات الإعلامية السائدة.

وحسب نظرية الاستخدامات والإشباعات فإنّ دوافع التعرّض هنا هي "نفعية" بالدرجة الأولى، تهدف إلى تحقيق "إشباعات توجيهية" تتمثل في: مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وهذا يعود إلى طبيعة العينة، مع أن التخصص يحتم على أفراد العينة مشاهدة القنوات الخاصة، لانتمائهم إلى فرق بحثية تهتم بهذه المواضيع، أو من أجل مذكرات الطلبة أو الأيام الدراسية والمؤتمرات العلمية والفرق البحثية.

أما الدوافع الطقوسية والمتمثلة في "تمضية الوقت" و"التسلية والترفيه" فكانت في المرتبة الرابعة والسادسة بنسب (15.9%، 11.7%) على التوالي، والتي قد يحقّقها المبحوث من مصادر أخرى (خاصة الأسرة) اجتماعياً، وكذلك عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تكنولوجياً.

أما "معرفة الأحداث العربية والعالمية" فجاءت بنسبة 12.6% في المرتبة السابعة، وهذا بسبب التركيز على القضايا المحلية بالدرجة الأولى، وضعف شبكة المراسلين الخارجيين، وكذلك وجود قنوات فضائية إخبارية عربية وغربية متخصصة وذات تأثير على الجمهور (مثل ذلك: قنوات الجزيرة، العربية، روسيا اليوم، BBC... الخ)، إضافة إلى التغطية الفورية والمعمّقة وتركيز تلك القنوات على الأحداث والموضوعات العالمية والإقليمية، التي لها أبعادها الخاصة وتعتبر فاعلةً في الأحداث والأزمات العالمية وتعبر عن الأنظمة التي تنتمي إليها.

وهناك دوافع أخرى ذكرها المبحوثون في سؤال مفتوح وكانت بنسبة 4.2%، وقد تمثّلت

في الدوافع الآتية:

- تظهر لديّ في مقترحات اليوتوب أحيانا لما أبحث عن مواضيع.

- متابعة الأخبار الرياضية.
- بحكم تشغيلها في البيت.
- الإلمام بالممارسات حتى تكون لدي فكرة في حالة نقاش مثلا، عند حدوث حدث مهم.
- فقط لمعرفة حيثيات الحدث.
- أتصادف معها أثناء مشاهدة التلفاز.
- في حالة وجود فضيحة.

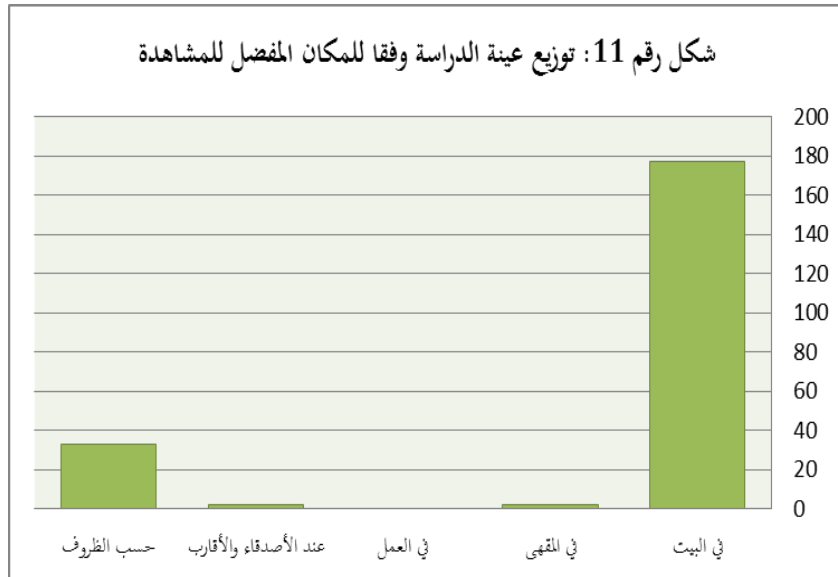
11. المكان المفضل لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (22)

توزيع عينة الدراسة وفقا للمكان المفضل للمشاهدة

مكان المشاهدة	ك	%
في البيت	177	82.7
في المقهى	2	0.9
في العمل	0	0
عند الأصدقاء والأقارب	2	0.9
حسب الظروف	33	15.4
المجموع	214	100

شكل رقم 11: توزيع عينة الدراسة وفقا للمكان المفضل للمشاهدة



يوضح الجدول رقم (22) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمكان المفضل لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، حيث أن أغلبية المبحوثين يشاهدونها "في البيت" بنسبة 82.7%، باعتباره البيئة المكانية المناسبة للمشاهدة، وفي المرتبة الثانية "حسب الظروف" بنسبة 15.4%، فيما جاءت "في المقهى" و"عند الأصدقاء والأقارب" شبه منعدمة 0.9%، فيما كانت نسبة المشاهدة في "العمل" منعدمة، إذ لا تتلاءم المشاهدة في العمل، بحكم تواجد الأستاذ الجامعي في الجامعة للتدريس ولممارسة مختلف الأنشطة العلمية والبيداغوجية. وقد توصلت كذلك دراسة "إيمان فوال" إلى أن 96% من المبحوثين (طلاب الجامعة) يشاهدون القنوات الخاصة في البيت.¹

وتتوافق هذه النتيجة في أن أكثر فترات المشاهدة (في المساء وفي السهرة)، والتي تعكس تواجد الأستاذ في بيته، حيث أن قيمة كاي تربيع (كا²) المحسوبة أكبر من قيمة كاي تربيع (كا²) الجدولية وبمستوى دلالة (0.03=α)، ومنه توجد علاقة بين المكان والفترة المفضلة للمشاهدة.

12. الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة

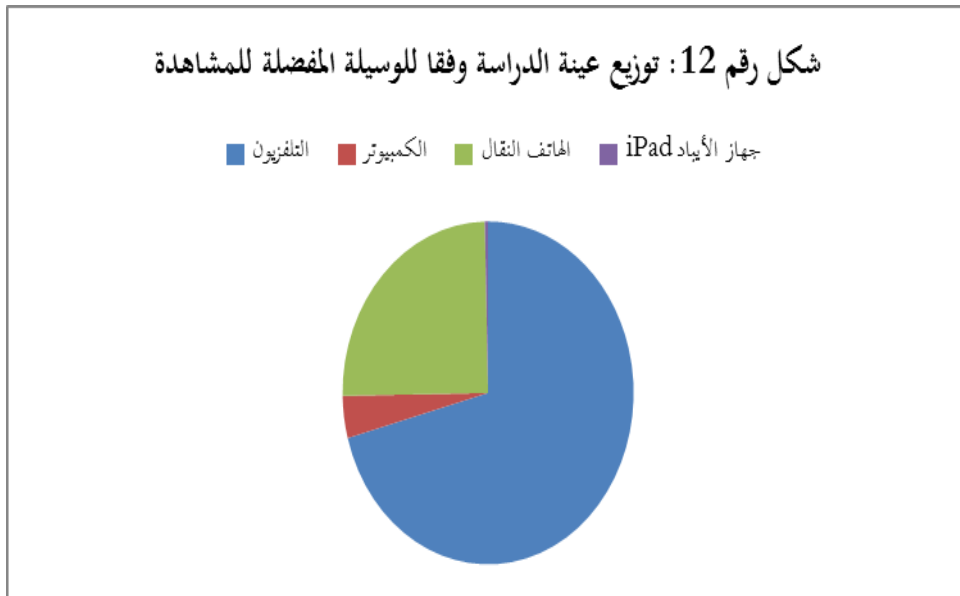
جدول رقم (23)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للوسيلة المفضلة للمشاهدة

الوسيلة المفضلة	ك	%
التلفزيون	196	91.6
الكمبيوتر	11	5.1
الهاتف النقال	69	32.2
جهاز الأيباد iPad	1	0.5
مجموع من سئلوا	214*	

* سمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة

¹ إيمان فوال، مرجع سابق، ص 238.



يوضح الجدول رقم (23) توزيع عينة الدراسة وفقاً للوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، حيث أنّ أغلبية المبحوثين يفضلون المشاهدة عن طريق "التلفزيون" ونسبة 91.6%، وفي المرتبة الثانية "الهاتف النقال" بنسبة 32.2%، فيما لم يحظى الكمبيوتر وجهاز الأيباد بتفضيل المبحوثين في الاستخدام وهذا بنسب ضعيفة جدا 5.1%، 0.5% على التوالي.

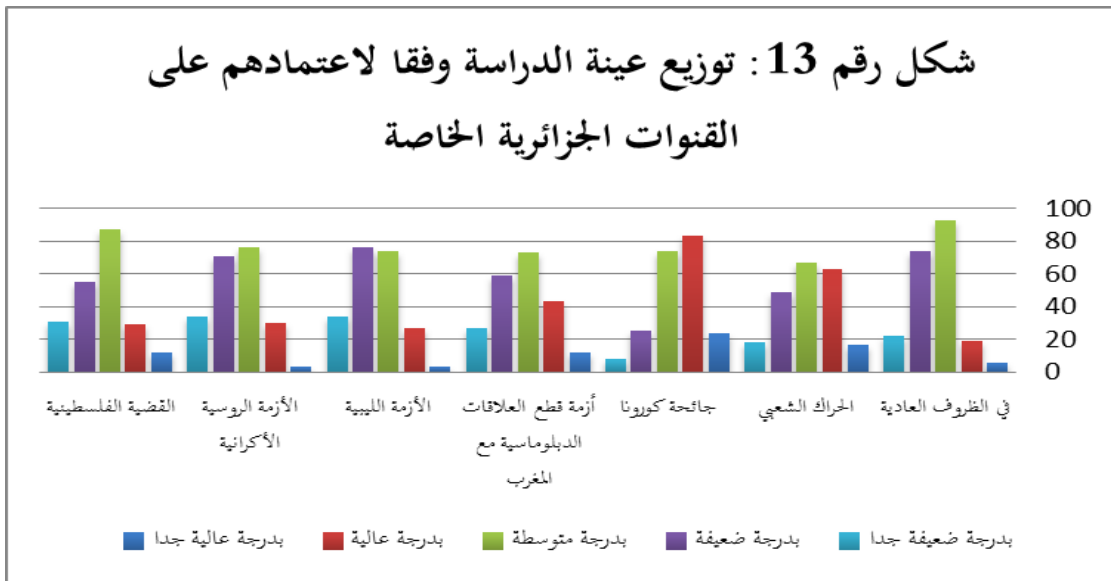
وهذا ما يتوافق مع نتائج الجدول السابق حيث أنّ المشاهدة عن طريق التلفزيون غالباً ما تكون في البيت، ويعود ذلك إلى خصائص التلفزيون والذي يخاطب حاستي السمع والبصر إضافة إلى الاعتبارات الصحية نتيجة استخدام الهاتف النقال.

13. درجة اعتماد عينة الدراسة على القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (24)

توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة اعتمادهم على القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	درجة ضعيفة جدا		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة عالية		درجة عالية جدا		الظروف / الأزمات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.59	10.3	22	34.6	74	43.5	93	8.9	19	2.8	6	في الظروف العادية
3.06	8.4	18	22.9	49	31.3	67	29.4	63	7.9	17	خلال الحراك الشعبي
3.42	3.7	8	11.7	25	34.6	74	38.8	83	11.2	24	أثناء جائحة كورونا
2.79	12.6	27	27.6	59	34.1	73	20.1	43	5.6	12	أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب
2.48	15.9	34	35.5	76	34.6	74	12.6	27	1.4	3	الأزمة الليبية
2.52	15.9	34	33.2	71	35.5	76	14	30	1.4	3	الأزمة الروسية الأوكرانية
2.70	14.5	31	25.7	55	40.7	87	13.6	29	5.6	12	القضية الفلسطينية
2.79	المتوسط المرجح										



يوضح الجدول رقم (24) توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اعتمادهم على القنوات الجزائرية الخاصة، في الظروف الطبيعية (العادية) وخلال الأزمات سواء الداخلية أو الخارجية والتي جاءت على النحو الآتي:

1- في الظروف العادية: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة متوسطة بنسبة 43.5%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 34.6%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة جداً فكانت بنسبة 10.3%، أما درجة الاعتماد العالية فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 8.9%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد العالية جداً بنسبة 2.8%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "ضعيفة" حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.59.

وتعكس هذه النتائج مدى التعرض غير المنتظم للقنوات الجزائرية الخاصة (أحياناً)، وإلى حجم التعرض اليومي (أقل من ساعة)، ويؤكد عدم أهمية القنوات الخاصة بالنسبة للمبحوثين، وبالتالي تكون درجة الاعتماد ضعيفة، فحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإن درجة الاعتماد على وسائل الإعلام يعكس مدى أهميتها لدى الجمهور، ويتضح الاختلاف بين مفهومي الاستخدام والاعتماد.

2- الحراك الشعبي: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة متوسطة بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة عالية بنسبة 29.4%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة فكانت بنسبة 22.9%، أما درجة الاعتماد العالية جداً والضعيفة جداً فكانتا بنسب (7.9%، 8.4%) على التوالي، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "متوسطة" حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.06.

3- أثناء جائحة كورونا: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة عالية بنسبة 38.8%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة متوسطة بنسبة 34.6%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة فكانت بنسبة 11.7%، أما درجة الاعتماد العالية جدا فكانت بنسب 11.2% وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد الضعيفة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "عالية"، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.42.

ويمكن تفسير ذلك بما توصلت دراسة "نور العابدين قوجيل" و"جمال الدين مدفوني" إلى أن 65.83% من أفراد العينة (أساتذة الإعلام والاتصال) يرون بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة لم تتبنى خطاب وتغطية إعلامية متزنة فيما يخص موضوع الجائحة والأزمة الصحية، وأكدت كذلك أن 83.33% من أفراد العينة زادت نسبة مشاهدتهم لبرامج القنوات الخاصة مع تفشي فيروس كورونا،¹ خاصة وأن هذه القضية ملموسة لدى المبحوثين وذات أهمية.

4- أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة متوسطة بنسبة 34.1%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 27.6%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة عالية فكانت بنسبة 20.1%، أما درجة الاعتماد ضعيفة جدا فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 12.6%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد العالية جدا بنسبة 5.6%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "متوسطة" حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.79، وهنا سلكت بعض القنوات الأسلوب العاطفي في تناول القضية وزيادة تأجيج الوضع وكأَنَّها طرفٌ في القضية، ويمكن هنا قد نجد المبحوثين توجهوا إلى التلفزيون الرسمي لمتابعة أخبار الأزمة، ومعرفة الموقف الرسمي للدولة.

¹ نور العابدين قوجيل، جمال الدين مدفوني، مرجع سابق، ص 406.

5- الأزمة الليبية: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة ضعيفة بنسبة 35.5%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة متوسطة بنسبة 34.6%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة جدا فكانت بنسبة 15.9%، أما درجة الاعتماد العالية فجاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة 12.6%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد العالية جدا بنسبة تكاد تكون منعدمة 1.4%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "ضعيفة"، حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.48، ويعتمد المبحوثون على مصادر أخرى للمعلومات، لعدم اهتمام هذه القنوات بالقضايا الخارجية وسطحية المعالجة، إضافة إلى أن الأزمة الليبية أصبحت قضية مستمرة (منذ 2010)، مع روتينية الأخبار.

6- الأزمة الروسية الأوكرانية: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة متوسطة بنسبة 35.5%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 33.2%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة جدا فكانت بنسبة 15.9%، أما درجة الاعتماد العالية فجاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة 14%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت درجة الاعتماد العالية جدا بنسبة 1.4%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "ضعيفة" حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.52، وهنا لا يمكن للقنوات الخاصة منافسة وسائل الإعلام العالمية في نقل الأحداث، خاصة وأنها تنقل من ساحة الحرب.

7- القضية الفلسطينية: جاءت في المرتبة الأولى من يعتمدون على القنوات الخاصة بدرجة متوسطة بنسبة 40.7%، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 25.7%، ثم من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة جدا فكانت بنسبة 14.5%، أما درجة الاعتماد العالية فجاءت في المرتبة الرابعة وبنسبة 13.6%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت

درجة الاعتماد العالية جدًا بنسبة 5.6%، أما الاتجاه العام للمبحوثين فهم يعتمدون عليها بدرجة "متوسطة" حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.70.

ومما تقدم من نتائج نرى أنها تتوافق مع الفرضيات التي قامت عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الآتية:¹

1. أنه كلما زادت التغيرات والأزمات في مجتمع ما، كلما زادت حاجة الجمهور إلى المعلومات والتوجيه، وبالتالي تزيد درجة الاعتماد وما تقدمه من معلومات في هذا المجتمع.
2. يقلُّ اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرية، كلما كانت لديه بدائل ومصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.
3. يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام، فجمهور الصفوة من المفترض أن يكون لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات، تجعله يتفاوت في درجة اعتماده على وسائل الإعلام

وبالنظر إلى الفرضية الأولى للنظرية فنلاحظ أن درجة الاعتماد أثناء الأزمات (الحراك الشعبي، أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب) قد زادت أي أصبحت متوسطة، وبدرجة عالية بالنسبة لجائحة كورونا، بعد أن كانت ضعيفة في الظروف العادية.

وبالنظر إلى الفرضية الثانية للنظرية فإن المبحوثين كان اعتمادهم ضعيفًا بالنسبة للأزمة الليبية والأزمة الروسية الأوكرانية لوجود مصادر أخرى تمثل في كبريات القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت نقل الحدث مباشرة دون وجود حارس البوابة الإعلامية. وبالنظر إلى هذه النتائج فإن المبحوثين (أساتذة الإعلام والاتصال) تتفاوت درجة اعتمادهم على القنوات الجزائرية الخاصة لوجود مصادر أخرى متعددة، وهذا ما يتوافق مع الفرضية الثالثة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

¹ سوزان يوسف أحمد القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص 190.

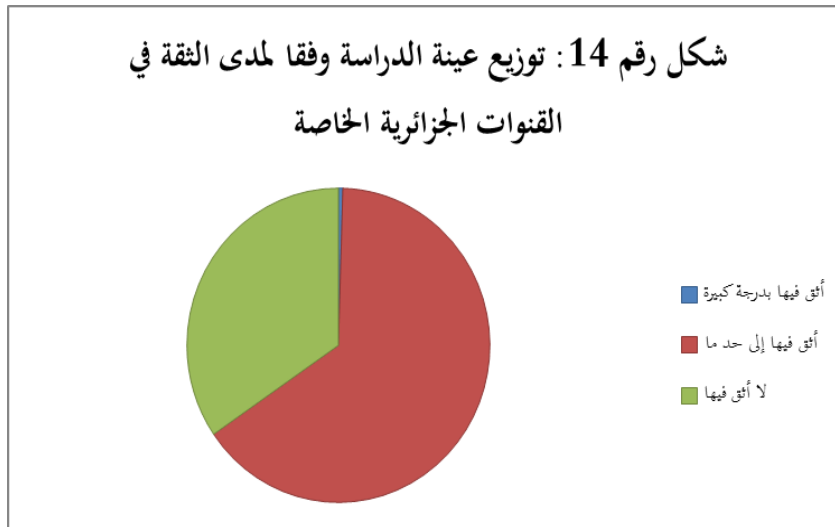
إضافة إلى ذلك فإن درجة الثقة في القنوات الخاصة كانت عاملاً مؤثراً في درجة اعتماد المبحوثين عليها.

14. درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (25)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة

درجة الثقة	ك	%
أثق فيها بدرجة كبيرة	1	0.4
أثق فيها إلى حد ما	139	65
لا أثق فيها	74	34.6
المجموع	214	100



يوضح الجدول رقم (25) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى ثقتهم في القنوات الجزائرية الخاصة، حيث أن أغلب أفراد العينة يثقون فيها "إلى حد ما" بنسبة 65%، ثم من لا يثقون فيها تماماً بنسبة 34.6%، أما الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة بدرجة "كبيرة" فتكاد تكون منعدمة 0.4%، وهذا ما يعكس درجة الاعتماد المتوسطة والضعيفة على القنوات الجزائرية الخاصة سواء في الظروف العادية أو خلال الأزمات.

إن مسألة الثقة لها علاقة باتجاهات المتلقي إزاء المصدر أو الوسيلة، ومثال ذلك حين يستقبل المتلقي رسالةً دقيقةً وصحيحةً من وسيلة يعتقد أنَّها غير آمنة أو مشكوك في صدقيتها فإنها بهذه الحالة تعدُّ رسالة غير دقيقة من وجهة نظر المتلقي والعكس صحيح أيضاً.¹

ومما يؤدي إلى انخفاض مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور وافتقار موضوعيته يعود إلى إدراكهم أن الصحفيين يعتدون على الحياة الخاصة للأفراد، ولذلك فإن احترام الخصوصية مبدأ رئيسي في الممارسة الإعلامية.²

ومما أثر في الثقة في القنوات الخاصة اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمصادر المجهولة، ووجود اختلالات على مستوى الممارسة المهنية.³

15. العلاقة بين درجة الثقة والاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم: 26

العلاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة والاعتماد عليها

ك ² الجدولية	درجة الحرية	مستوى المعنوية	ك ² المحسوبة	العلاقة بين درجة الثقة * الاعتماد
15.507	8	0.05	22.119	في الظروف العادية * درجة الثقة
15.507	8	0.003	30.423	خلال الحراك الشعبي * درجة الثقة
15.507	8	0.004	23.155	أثناء جائحة كورونا * درجة الثقة
15.507	8	0.006	21.586	أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب * درجة الثقة
15.507	8	0.089	13.743	الأزمة الليبية * درجة الثقة
15.507	8	0.000	32.555	الأزمة الروسية الأوكرانية * درجة الثقة
15.507	8	0.006	21.433	القضية الفلسطينية * درجة الثقة

¹ رواء هادي الدهان، وسائل الإعلام ومستويات الثقة، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2013، ص54.

² محمد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين: رؤية نقدية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص268.

³ ينظر دراستي لبني رحومني، وسوفي شهر زاد.

يوضح الجدول رقم (26) العلاقة بين درجة الثقة والاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة، وبناء على مخرجات spss نفصلها كما يلي:

● في الظروف العادية: نلاحظ أن قيمة مربع كاي تربيع (χ^2) المحسوبة (22.119) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● خلال الحراك الشعبي: نلاحظ أيضا أن قيمة مربع كاي تربيع (χ^2) المحسوبة (30.423) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● خلال جائحة كورونا: بما أن قيمة مربع كاي تربيع (χ^2) المحسوبة (23.155) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● خلال الأزمة الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب: بما أن قيمة مربع كاي تربيع (χ^2) المحسوبة (21.586) أكبر من قيمة χ^2 الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● الأزمة الليبية: بما أن قيمة مربع كاي تربيع (χ^2) المحسوبة (13.743) أقل من قيمة χ^2 الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أكبر من ($0.05 \leq \alpha$)، وبالتالي لا توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● الأزمة الروسية الأوكرانية: بما أن قيمة مربع كاي تربيع (كا²) المحسوبة (32.555) أكبر من قيمة كا² الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

● القضية الفلسطينية: بما أن قيمة مربع كاي تربيع (كا²) المحسوبة (21.433) أكبر من قيمة كا² الجدولية (15.507) عند درجة حرية (8) ومستوى المعنوية أقل من ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد علاقة بين درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة ودرجة الاعتماد عليها.

ومن خلال ما سبق يمكن القول أنه كلما نقصت درجة الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة، قلَّ الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

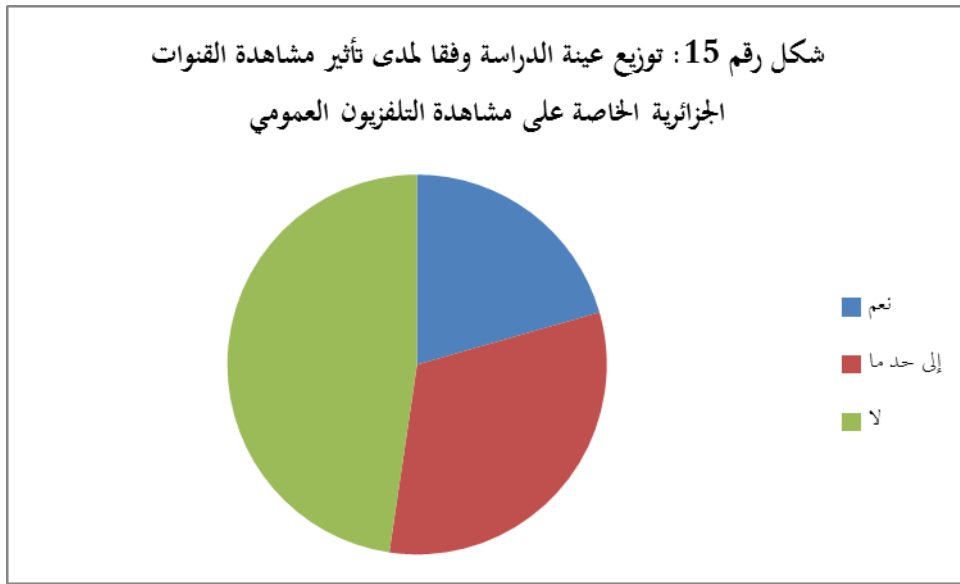
16. تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي:

جدول رقم (27)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة

على مشاهدة التلفزيون العمومي

مدى التأثير	ك	%
نعم	44	20.6
إلى حد ما	68	31.7
لا	102	47.7
المجموع	214	100



يوضح الجدول رقم (27) توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي، حيث جاءت في المرتبة الأولى "لا" (عدم التأثير)، بنسبة 31.7%، وفي المرتبة الثانية "إلى حد ما" بنسبة 47.7%، فيما جاءت نسبة من يرون أن هناك تأثير 20.6%، حيث لم تقدم القنوات الخاصة ما كان منتظرا منها، وتفتقد إلى ثقة الجمهور.

17. نوع تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي:

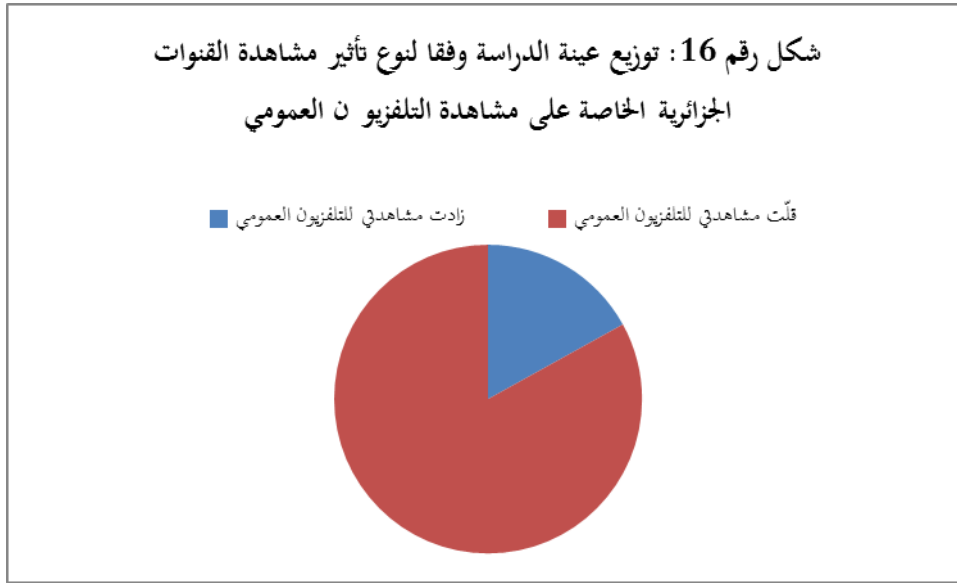
جدول رقم (28)

توزيع عينة الدراسة وفقا لنوع تأثير مشاهدة القنوات الخاصة

على مشاهدة التلفزيون العمومي

مدى التأثير	ك	%
زادت مشاهدتي للتلفزيون العمومي	19	16.95
قلّت مشاهدتي للتلفزيون العمومي	93	83.05
المجموع	*112	100

*المبحوثون الذين أجابوا بـ (نعم، إلى حد ما)



يوضح الجدول رقم (28) توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي، حيث جاءت نسبة الذين قلت مشاهدة التلفزيون العمومي في المرتبة الأولى 83.05%، في حين كانت نسبة من زادت مشاهدة التلفزيون العمومي 16.95%، هذا ويشهد التلفزيون العمومي عزوفاً من طرف الجمهور الجزائري للصورة النمطية السلبية، وتتوقف اهتماماته على الأخبار الرسمية، أما الذين زادت مشاهدة التلفزيون العمومي فيمكن إرجاعه إلى سطحية المعالجة بالقنوات الخاصة وعدم الثقة فيها، ونشير هنا أن الممارسة الإعلامية واحترام أخلاقيات المهنة بالتلفزيون العمومي أفضل منه عن القنوات الخاصة.

وبما أن قيمة مربع كاي تربيع (كا²) المحسوبة (224.119) أكبر من قيمة كا² الجدولية (12.59) عند درجة حرية (4) ومستوى المعنوية أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبالتالي توجد علاقة بين مدى تأثير مشاهدة القنوات الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي ونوع هذا التأثير.

18. الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (29)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الجوانب الإيجابية

في أداء القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الجوانب الايجابية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.22	4.7	10	16.8	36	38.8	83	31.3	67	8.4	18	التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق الإخباري
2.73	10.3	22	29.9	64	39.3	84	17.8	38	2.8	6	التعمق في معالجة الأحداث والقضايا
2.62	12.6	27	35	75	32.2	69	17.8	38	2.3	5	الإمكانيات التقنية المتميزة والإبحار في الإخراج
2.67	11.7	25	32.7	70	34.6	74	18.7	40	2.3	5	لديها شبكة ضخمة من المرسلين في أنحاء الوطن وخارجه
2.36	16.4	35	40.7	87	34.1	73	8.9	19	0	0	تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن في الأداء
2.49	13.1	28	40.7	87	31.3	67	14.5	31	0.5	1	لديها طاقم متميز من المذيعين وفريق الإعداد
2.91	7	15	25.7	55	39.3	84	25.2	54	2.8	6	تحرص على مشاركة الجماهير في برامجها
3.17	7.9	17	17.8	38	28.5	61	41.1	88	4.7	10	تعالج موضوعات وقضايا متنوعة
2.57	12.1	26	33.6	72	39.3	84	14.5	31	0.5	1	تقدم أفلاما تسجيلية وثائقية متميزة
2.81	8.9	19	28.5	61	37.4	80	23.4	50	1.9	4	تستضيف شخصيات تلائم ما تطرحه من قضايا
2.52	12.6	27	36.4	78	36.9	79	14	30	0	0	العقلانية والهدوء في إدارة الأزمات
3.13	7	15	20.1	43	31.3	67	36	77	5.6	12	تتم بالأنباء التي تخدم المصالح المحلية
3.29	7.9	17	15	32	27.1	58	40.7	87	9.3	20	ربط المواطن بالأحداث الفورية
2.59	13.6	29	29	62	43.9	94	12.1	26	1.4	3	جودة المعلومات المقدمة
2.43	16.4	35	34.6	74	38.3	82	10.7	23	0	0	المسؤولية الأخلاقية في نشر الأخبار
2.38	15.9	34	37.9	81	38.3	82	7.9	17	0	0	تقدم المصادقية على السبق الصحفي
2.55	12.1	26	35	75	38.8	83	14	30	0	0	الاعتماد على مصادر إعلامية قوية وموضوعية
2.77	12.1	26	26.2	56	36.4	78	23.4	50	1.9	4	تتميز بتنوع وشمولية المحتوى
2.78	10.7	23	26.2	56	38.8	83	23.4	50	0.9	2	واقعية وملائمة لحاجات المشاهدين
2.70	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (29) توزيع عينة الدراسة وفقاً لاتجاهاتهم نحو الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة، والتي نوردتها كما يأتي:

- التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق الإخباري: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.8%، ثم موافق بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 16.8%، وفي المرتبة الرابعة موافق بشدة بنسبة 8.4%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 4.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.22).

- التعمق في معالجة الأحداث والقضايا: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، ثم معارض بنسبة 29.9%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 17.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.3%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 2.8%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.73).

- الإمكانيات التقنية المتميزة والإبهار في الإخراج: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 32.2%، ثم معارض بنسبة 35%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 17.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 12.6%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.62).

- لديها شبكة ضخمة من المراسلين في أنحاء الوطن وخارجه: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 34.6%، ثم معارض بنسبة 32.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 18.7%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 11.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.67).

- تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن في الأداء: جاءت في المرتبة الأولى درجة معارض بنسبة 40.7%، ثم محايد بنسبة 34.1%، وفي المرتبة الثالثة معارض بشدة بنسبة 16.4%، وفي المرتبة الرابعة موافق بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة معدومة (0%)، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.36).

- لديها طاقم متميز من المذيعين وفريق الإعداد: جاءت في المرتبة الأولى درجة معارض بشدة بنسبة 40.7%، ثم محايد بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 14.5%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 13.1%، فيما كانت نسبة موافق بشدة شبه معدومة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.49).

- تحرص على مشاركة الجماهير في برامجها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، ثم معارض بنسبة 25.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 25.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 2.8%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.91).

- تعالج موضوعات وقضايا متنوعة: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 41.1%، ثم محايد بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 17.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 4.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.17).

- تقدم أفلاما تسجيلية وثائقية متميزة: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، ثم معارض بنسبة 33.6%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 14.5%، وفي

المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 12.1%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.57).

- تستضيف شخصيات تلائم ما تطرحه من قضايا: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.4%، ثم معارض بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 23.4%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.81).

- العقلانية والهدوء في إدارة الأزمات: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36.9%، ثم معارض بنسبة 36.4%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 14%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 12.6%، فيما كانت نسبة موافق بشدة منعدمة تماما (0%)، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.52).

- تهتم بالأخبار التي تخدم المصالح المحلية: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 36%، ثم محايد بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 20.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 5.6%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.13).

- ربط المواطن بالأحداث الفورية: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 40.7%، ثم محايد بنسبة 27.1%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 15%، وفي المرتبة الرابعة موافق بشدة بنسبة 9.3%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 7.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.29).

- جودة المعلومات المقدمة: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 43.9%، ثم معارض بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة معارض بشدة بنسبة 13.6%، وفي المرتبة الرابعة موافق

بنسبة 12.1%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.59).

- المسؤولية الأخلاقية في نشر الأخبار: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.3%، ثم معارض بنسبة 34.6%، وفي المرتبة الثالثة معارض بشدة بنسبة 16.4%، وفي المرتبة الرابعة موافق بنسبة 10.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة معدومة (0%)، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.43).

- تقدم المصادقية على السبق الصحفي: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.3%، ثم معارض بنسبة 37.9%، وفي المرتبة الثالثة معارض بشدة بنسبة 15.9%، وفي المرتبة الرابعة موافق بنسبة 7.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة معدومة (0%)، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.38).

- الاعتماد على مصادر إعلامية قوية وموضوعية: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.8%، ثم معارض بنسبة 35%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 14%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 12.1%، فيما كانت نسبة موافق بشدة معدومة (0%)، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.55).

- تتميز بتنوع وشمولية المحتوى: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36.4%، ثم معارض بنسبة 26.2%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 23.4%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 12.1%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.77).

- واقعية وملائمة لحاجات المشاهدين: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.8%، ثم معارض بنسبة 26.2%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 23.4%، وفي

المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 0.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.78).

19. الجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (30)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الجوانب السلبية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.17	0.5	1	6.1	13	28.5	61	40.2	86	24.8	53	الأداء الاستفزازي لبعض المذيعين، وانفعالهم في الأداء
2.44	1.4	3	11.7	25	34.1	73	35	75	17.8	38	عدم احترام المشاهدين
2.29	0.9	2	13.1	28	20.6	44	45.3	97	20.1	43	اتجاهها السياسي غير محدد وغامض
2.03	0.5	1	6.5	14	17.3	37	46.7	100	29	62	تسعى إلى تحقيق سبق الإعلام على حساب الدقة
2.02	0.5	1	4.7	10	19.2	41	47.7	102	28	60	غير محايدة في معالجة الأحداث
2.02	0.5	1	6.1	13	16.8	36	48.1	103	28.5	61	غياب الإبداع والتجديد
2.18	0.5	1	8.4	18	23.8	51	43	92	24.3	52	ضعف كفاءة العنصر البشري
0.08	0.5	1	3.7	8	25.2	54	44.4	95	26.2	56	سطحية المعالجة
2.15	0.5	1	6.1	13	27.1	58	41.1	88	25.2	54	تبني وجهة نظر رسمية في معالجة الأحداث
2.31	0.5	1	9.8	21	29	62	41.6	89	19.2	41	ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة
2.81	3.3	7	23.4	50	37.9	81	22.4	48	13.1	28	عدم مواكبة الأحداث
2.42	1.9	4	9.3	20	36.9	79	32.7	70	19.2	41	ضعف شبكة المرسلين
2.09	1.4	3	2.3	5	22.9	49	50.9	109	22.4	48	التبعية الإعلامية والإخبارية في المصادر
2.25	1.4	3	6.1	13	31.3	67	38.3	82	22.9	49	افتقاد المصداقية
2.40	1.9	4	8.9	19	34.6	74	36.4	78	18.2	39	عدم اتباع آداب الحوار
2.29	1.4	3	8.9	19	29	62	38.8	83	22	47	عدم الدقة في الأخبار
2.27	0.5	1	7.9	17	29	62	43.5	93	19.2	41	البعد عن الموضوعية
2.27	1.9	4	10.3	22	29	62	30.4	65	28.5	61	عدم احترام الحياة الخاصة للمشاهدين
2.32	1.9	4	8.4	18	32.7	70	34.1	73	22.9	49	عدم تقديم الموضوعات المهمة للمجتمع
2.31	1.9	4	5.1	11	36	77	36.4	78	20.6	44	عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة
2.33	1.9	4	6.1	13	34.1	73	39.3	84	18.7	40	ضعف المصادر الإعلامية المعتمد عليها
2.28	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (30) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو الجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت على النحو الآتي:

1- الأداء الاستفزازي لبعض المذيعين، وانفعالهم في الأداء: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 40.2%، ثم محايد بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 24.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة تكاد تكون منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.17)، وهو ما توصلت إليه دراسة "حورية طاهر" في أن الطابع الانفعالي العاطفي يغلب على مقدمي البرامج الاجتماعية كأسلوب للردع.¹

2- عدم احترام المشاهدين: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 35%، ثم محايد بنسبة 34.1%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 17.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 11.7%، فيما كانت نسبة معارض بشدة ضعيفة جدا 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.44).

3- اتجاهها السياسي غير محدد وغامض: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 45.3%، ثم محايد بنسبة 20.6%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 20.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 13.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 0.9%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.29).

4- تسعى إلى تحقيق السبق الإعلامي على حساب الدقة: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 46.7%، ثم موافق بشدة بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة محايد 17.3%،

¹ حورية طاهر، انظر الدراسات السابقة.

وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.5%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.03).

5- غير محايدة في معالجة الأحداث: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 47.7%، ثم موافق بشدة بنسبة 28%، وفي المرتبة الثالثة محايد 19.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 4.7%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.02)، حيث أن الكثير من القنوات الخاصة لا تتخذ من الحيادية مبدأ في معالجة القضايا والموضوعات، وتميل إلى أسلوب المحاسبة في الكثير من الأحيان.

6- غياب الإبداع والتجديد: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 48.1%، ثم موافق بشدة بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة محايد 16.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.02)، حيث أن القنوات الخاصة وكأنها مستنسخة عن بعضها إضافة إلى أن برامجها تقليدية.

7- ضعف كفاءة العنصر البشري: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 43%، ثم موافق بشدة بنسبة 24.3%، وفي المرتبة الثالثة محايد بنسبة 23.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 8.4%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.18)، حيث أن بعض القنوات توظف الصحفيين بناء على العلاقات الشخصية، إضافة إلى ضعف مخرجات الجامعات في جانب الممارسة الإعلامية، وكذا قلة أو انعدام التدريب على مستوى المؤسسات الإعلامية.

8- **سطحية المعالجة:** جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 44.4%، ثم موافق بشدة بنسبة 26.2%، وفي المرتبة الثالثة محايد 25.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 3.7%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.08)، إذ يرى أغلب المبحوثين أن القنوات الجزائرية الخاصة تعالج القضايا والمواضيع بسطحية، وهو ما توصلت إليه أيضا دراسة "حورية طاهر" وهو أن عملية تحليل الظواهر لا تتم بعمق.¹

9- **تبني وجهة نظر رسمية في معالجة الأحداث:** جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 41.1%، ثم محايد بنسبة 27.1%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 25.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.15).

10- **ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة:** جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 41.6%، ثم محايد بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 19.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 9.8%، فيما كانت نسبة معارض بشدة منعدمة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.31)، وهذا من شأنه أن يؤثر سلبًا على الأداء المهني، حيث توصلت دراسة "أحسن حمران" إلى أن تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل الصحفي على الأداء الإعلامي كان إيجابيًا.²

11- **عدم مواكبة الأحداث:** جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.9%، ثم معارض بنسبة 23.4%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 22.4%، وفي المرتبة الرابعة موافق

¹ حورية طاهر، انظر الدراسات السابقة، ص12.

² أحسن حمران، انظر الدراسات السابقة، ص14.

بشدة بنسبة 13.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 3.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.81).

12- ضعف شبكة المراسلين: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36.9%، ثم موافق بنسبة 32.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 19.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 9.3%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.42).

13- التبعية الإعلامية والإخبارية في المصادر: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 50.9%، ثم محايد بنسبة 22.9%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 22.4%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 2.3%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "سلبى" بمتوسط حسابي يساوي (2.09)، أي أن القنوات الخاصة تعاني التبعية الإعلامية والإخبارية في المصادر، وهو ما يدعمه ضعف المصادر الإعلامية المعتمد عليها من خلال اعتمادها على الميديا الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي.

14- افتقاد المصداقية: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 38.3%، ثم محايد بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 22.9%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة ضعيفة جدا 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "سلبى" بمتوسط حسابي يساوي (2.25)، أي أن المبحوثين يرون أن القنوات الخاصة تفتقد للمصداقية، وقد توصلت دراسة "ذهبية آيت قاسي" إلى أنّ قناة النهار تعتمد على مواضيع مستقاة من بعض الشبكات الاجتماعية توقعها في إشكالية المصداقية، لأنها لا

تتحرى مصدرها الحقيقي وظروف نشرها وعرضها مما أدى بها في الكثير من المرات إلى سحب الموضوع أو الاعتذار عنه.¹

15- عدم اتباع آداب الحوار: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 36.4%، ثم محايد بنسبة 34.6%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 18.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.40).

وفي هذا السياق تشير بعض الدراسات إلى أن بعض البرامج بالقنوات الخاصة لا تلتزم بآداب الحوار، حيث يتم أحياناً استضافة شخصيات متناقضة إضافة إلى الأسلوب الاستفزازي في إدارة الحوار، وهو ما توصلت إليه أيضاً دراسة "يسري صيشي" في أنّ درجة التزام الفضائيات الجزائرية الخاصة بثقافة الحوار في برامجها السياسية هي درجة ضعيفة جداً من الالتزام.²

أمّا مقدم برنامج "هنا الجزائر" على قناة "الشروق نيوز" يستخدم لغة ذات لهجة شعبية بصوت مرتفع غابت فيها الانتقائية وضبط النفس في التفاعل مع الأطراف وتعاليقه الساخرة افتقرت للباقة غير المبررة متناسيا وجوده في منبر إعلامي، زيادة على ذلك هستيريا ضحكه بطريقة عشوائية وتدخلاته المبالغ فيها فارقاً نفسه كطرف رئيس مع الضيوف استحوذ على ما نسبته 40 من الوقت الاجمالي لتمرير مواقفه وآرائه وتوجهاته والمشادات الكلامية التي تعود عليها البرنامج.³

¹ ذهبية آيت قاسي، توظيف القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر للتكنولوجيات الحديثة للاتصال، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد 1، 2018، ص 37

² عبد القادر بغداد باي، يسري صيشي، مرجع سابق، ص 66.

³ حسيني وليد، البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة بين برنامج "حوار الساعة" بالقناة الثالثة و"هنا الجزائر" بالشروق نيوز، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 3، يونيو 2018، ص ص 291-292.

16- عدم الدقة في الأخبار: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 38.8%، ثم محايد بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 22%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة معارض بشدة شبه معدومة 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.29)، فالقنوات الخاصة تسعى إلى تحقيق السبق الإعلامي على حساب الدقة، وقد توصلت دراسة "لبنى رحموني" إلى وجود إخلالات على مستوى المصادر الصحفية التي تعتمد قناتي "النهار" و"الشروق نيوز" من خلال الاعتماد على المصادر المجهولة غير المعلومة للمشاهدين،¹ الأمر الذي لا يمكنها من التأكد من صحة الأخبار.

17- البعد عن الموضوعية: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 43.5%، ثم محايد بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 19.2%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 7.9%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 0.5%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.27)، أي أن القنوات الخاصة لا تلتزم بالموضوعية، وهذا ما أكدته دراسة "إيدير شيباني" إلى أن معظم القنوات الخاصة لم تلتزم في طرحها الإعلامي بالموضوعية والحياد اللازم خلال الانتخابات الرئاسية 2014.²

18- عدم احترام الحياة الخاصة للمشاهدين: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 3.4%، ثم محايد بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 28.5%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 10.3%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.9%، أما الاتجاه

¹ لبنى رحموني، مرجع سابق، ص 331.

² إيدير شيباني، رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أبريل 2014، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 5، العدد 10، جوان 2017، ص 60.

العام فكان "سلي" بمتوسط حسابي يساوي (2.27)، أي أن القنوات الخاصة لا تحترم الحياة الخاصة بالمشاهدين.*

19- عدم تقديم الموضوعات المهمة للمجتمع: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 34.1%، ثم محايد بنسبة 32.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 22.9%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 8.4%، فيما كانت نسبة معارض بشدة منعدمة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "سلي" بمتوسط حسابي يساوي (2.32)، فالقنوات الخاصة لا تراعي معيار الجمهور في تناولها للقضايا، ولكنها تركز على قيم الإثارة والشهرة والصراع.*

20- عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 36.4%، ثم محايد بنسبة 36%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 20.6%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 5.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "سلي" بمتوسط حسابي يساوي (2.31)، أي أن القنوات الخاصة لا تلتزم بأخلاقيات المهنة. وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة "بوخاري مليكة" إلى أن قناتي الشروق والنهار تجاوزتا حدود أخلاقيات المهنة في التحقيقات الصحفية،¹ وتوصلت أيضا دراسة "لبنى رحموني" إلى وجود إخلالات أخلاقية في مضامين قناتي "النهار" و"الشروق TV" متمثلة في نشر الصور الدعائية والصور غير الحقيقية (الأرشيفية) والصور غير اللائقة.²

* مثال ذلك: جعلت القنوات الخاصة من زواج رشيد السكيكدي بامرأتين قضية رأي عام تناقش في الاستديوهات واستطلاعات للرأي العام وما أفرزته من معارضين وسوء الأدب لدى الجمهور ونعته بصفات غير محترمة وخلقوا منها قضية رأي عام.
* لم يشكل خروج الأستاذة التي اتهمت بتسريب أسئلة الامتحانات من السجن، في حين أن خروج "نوميديا لزول" من السجن حدثاً هاماً وتغطية كبيرة للكثير من القنوات الخاصة، وغيرها من مثل هذه الموضوعات.

¹ بوخاري مليكة، التحقيقات الصحفية في القنوات الخاصة بين العمل الاحترافي وصحافة الإثارة: نموذجي الدراسة من قناة الشروق TV والنهار TV، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2015، ص 15.

² لبنى رحموني، مرجع سابق، ص 329.

21- ضعف المصادر الإعلامية المعتمد عليها: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 39.3%، ثم محايد بنسبة 34.1%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة 18.7%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.1%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "سليبي" بمتوسط حسابي يساوي (2.33)، أي أن المبحوثين يرون أن هناك ضعفاً في المصادر الإعلامية المعتمد عليها.

وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة "لبنى رحموني" إلى أن قناة "النهار" و"الشروق TV" تعتمد على الميديا الجديدة كمصدر للأخبار دون التأكد من قوة المصادر ومدى موثوقيتها، والاعتماد على المصادر المجهولة غير المعلومة للمشاهدين.¹

وقد توصلت دراسة "شهر زاد سوفي" أيضاً إلى أن قناة "النهار" تستند إلى الكثير من الأخبار المتداولة عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما قد يشكك في مصداقية أخبار القناة.²

¹ لبنى رحموني، مرجع سابق، ص 331.

² شهر زاد سوفي، الأداء الإعلامي في الفضائيات الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية لأداء الخدمة الإخبارية بقناة النهار الجزائرية المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2015، ص 117.

20. اتجاهات الأكاديميين نحو النشرات الاخبارية:

جدول رقم (31)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو النشرات الاخبارية
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.56	3.3	7	11.7	25	20.1	43	56.1	120	8.9	19	تنوع أخبار النشرة من حيث المضمون (سياسي، علمي، اقتصادي)
3.13	3.3	7	25.7	55	31.8	68	33.6	72	5.6	12	توازن أخبار النشرة بين المحلي والعربي والدولي
3.06	5.6	12	21	45	40.7	87	27.1	58	5.6	12	توازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية
3.14	6.5	14	17.8	38	36	77	35	75	4.7	10	الفورية في تغطية الأحداث فور وقوعها
2.72	8.9	19	32.7	70	38.3	82	17.3	37	2.8	6	التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة نحو الأحداث
2.66	7	15	36.9	79	40.7	87	13.6	29	1.9	4	الفصل بين الحقائق والآراء في تقديم الأحداث
2.77	7.9	17	25.7	55	50.5	108	13.6	29	2.3	5	إسناد الحقائق إلى وقائعها
2.73	7.5	16	34.1	73	39.3	84	15.9	34	3.3	7	استخدام لغة متوازنة غير متحيزة في عرض الأحداث
3.17	7.5	16	17.3	37	30.4	65	40.2	86	4.7	10	تستخدم لغة بسيطة وسليمة وواضحة في صياغة الأخبار
2.53	16.8	36	33.2	71	31.3	67	17.3	37	1.4	3	يخلو تقديم الأخبار من الأخطاء اللغوية الشائعة
2.59	14.5	31	29	62	40.7	87	15	32	0.9	2	تقدم الأخبار بشكل ينطوي على الجاذبية والحيوية
2.91	10.7	23	20.6	44	38.3	82	28	60	2.3	5	ترتب الأخبار في النشرة وفقا لأهميتها
2.70	10.7	23	27.6	59	43.9	94	16.8	36	0.9	2	يتميز الإخراج الفني للنشرة بالجودة الفنية
2.99	8.4	18	20.1	43	37.9	81	31.3	67	2.3	5	الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث
3.18	7.5	16	12.1	26	39.3	84	37.4	80	3.7	8	الاستعانة بالمواد الأرشيفية لدعم الأخبار
3.07	7.9	17	14.5	31	42.1	90	33.6	72	1.9	4	الاستعانة بالرسومات والخرائط
3.35	6.5	14	7.9	17	33.6	72	48.1	103	3.7	8	الاستعانة بالصور الثابتة
2.92	10.7	23	20.6	44	37.9	81	27.6	59	3.3	7	الاستعانة بتقارير المراسلين في عواصم العالم
2.91	10.3	22	21.5	46	37.4	80	28.5	61	2.3	5	الاستعانة بالخبراء العرب لتفسير الأحداث وشرحها
2.81	11.2	24	21	45	45.3	97	20.1	43	2.3	5	الاستعانة بالخبراء الأجانب لتفسير الأحداث وشرحها
3.57	5.6	12	6.5	14	26.6	57	48.1	103	13.1	28	يعالج شريط الأخبار الأحداث الطارئة
2.97	المجموع										

يوضح الجدول رقم (31) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو أداء النشرات الإخبارية بالقنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت كما يلي:

1- تنوع أخبار النشرة من حيث المضمون (سياسي، علمي، اقتصادي): جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 56.1%، ثم محايد بنسبة 20.1%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 11.7%، وفي المرتبة الرابعة موافق بشدة بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 3.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.56).

2- تتوازن أخبار النشرة بين المحلي والعربي والدولي: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 33.6%، ثم محايد بنسبة 31.8%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 25.7%، وفي المرتبة الرابعة موافق بشدة بنسبة 5.6%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 3.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.13).

3- تتوازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 40.7%، ثم موافق بنسبة 27.1%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 21%، وبنسب متساوية جاءت كل من موافق بشدة ومعارض بشدة 5.6%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.06).

4- الفورية في تغطية الأحداث فور وقوعها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36%، ثم موافق بنسبة 35%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 17.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 6.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 4.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.14).

5- التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة نحو الأحداث: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.3%، ثم معارض بنسبة 32.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة

17.3%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 8.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.8%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.72).

6- الفصل بين الحقائق والآراء في تقديم الأحداث: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 40.7%، ثم معارض بنسبة 36.9%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 13.6%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.66).

7- إسناد الحقائق إلى وقائعها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 50.5%، ثم معارض بنسبة 25.7%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 13.6%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.77).

8- استخدام لغة متوازنة غير متحيزة في عرض الأحداث: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، ثم معارض بنسبة 34.1%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 15.9%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 3.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.73).

9- تستخدم لغة بسيطة وسليمة وواضحة في صياغة الأخبار: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 40.2%، ثم محايد بنسبة 30.4%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 17.3%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 4.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.17).

10- يخلو تقديم الأخبار من الأخطاء اللغوية الشائعة: جاءت في المرتبة الأولى معارض بنسبة 33.2%، ثم درجة محايد بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة

17.3%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 16.8%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 1.4%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.53).

11- تقدم الأخبار بشكل ينطوي على الجاذبية والحيوية: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 40.7%، ثم معارض بنسبة 29%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 15%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 14.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 0.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.59).

12- ترتب الأخبار في النشرة وفقا لأهميتها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.3%، ثم موافق بنسبة 28%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 20.6%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.91).

13- يتميز الإخراج الفني للنشرة بالجودة الفنية: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 43.9%، ثم معارض بنسبة 27.6%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 16.8%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة ضعيفة جدا 0.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.70).

14- الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.9%، ثم موافق بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 20.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 8.4%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.99).

15- الاستعانة بالمواد الأرشيفية لدعم الأخبار: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، ثم موافق بنسبة 37.4%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 12.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 3.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.18).

16- الاستعانة بالرسومات والخرائط: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 42.1%، ثم موافق بنسبة 33.6%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 14.5%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 7.9%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 1.9%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.07).

17- الاستعانة بالصور الثابتة: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 48.1%، ثم محايد بنسبة 33.6%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 7.9%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 6.5%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 3.7%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.35).

18- الاستعانة بتقارير المراسلين في عواصم العالم: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.9%، ثم موافق بنسبة 27.6%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 20.6%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.7%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 3.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.92).

19- الاستعانة بالخبراء العرب لتفسير الأحداث وشرحها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.4%، ثم موافق بنسبة 28.5%، وفي المرتبة الثالثة معارض بنسبة 21.5%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 10.3%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.91).

20- الاستعانة بالخبراء الأجانب لتفسير الأحداث وشرحها: جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 45.3%، ثم معارض بنسبة 21%، وفي المرتبة الثالثة موافق بنسبة 20.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بشدة بنسبة 11.2%، فيما كانت نسبة موافق بشدة 2.3%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (2.81).

21- يعالج شريط الأخبار الأحداث الطارئة: جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 48.1%، ثم محايد بنسبة 26.6%، وفي المرتبة الثالثة موافق بشدة بنسبة 13.1%، وفي المرتبة الرابعة معارض بنسبة 6.5%، فيما كانت نسبة معارض بشدة 5.6%، أما الاتجاه العام فكان "محايد" بمتوسط حسابي يساوي (3.57).

22- اتجاهات الأكاديميين نحو أداء البرامج المقدمة:

جدول رقم (32)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو أداء البرامج المقدمة
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.25	1.9	4	19.2	41	36	77	37.9	81	5.1	11	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالحدائثة والمعاصرة
3.17	1.4	3	22.9	49	36.4	78	35.5	76	3.7	8	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالأهمية والتنوع
2.64	5.1	11	41.6	89	39.7	85	10.7	23	2.8	6	أرى أن المعالجة المقدمة للقضايا تتسم بالعمق
3.04	6.1	13	22	47	36	77	33.6	72	2.3	5	ملاءمة تخصص الضيوف للقضايا المطروحة
2.82	5.6	12	34.6	74	36	77	20.1	43	3.7	8	أرى أن البرامج المقدمة تتسم بالجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة
3.19	3.3	7	24.3	52	26.6	57	41.6	89	4.2	9	تغطي البرامج مختلف القضايا المحلية والوطنية
2.69	7.5	16	30.8	66	47.7	102	13.1	28	0.9	2	الإعداد الجيد للبرامج
2.97	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (32) توزيع عينة الدراسة وفقا لآتجاههم نحو أداء البرامج المقدمة بالقنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت كما يلي:

- العبارة: "أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالحدائثة والمعاصرة": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 37.9%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 36%، ثم درجة معارض بنسبة 19.2%، أما درجتا التطرف "موافق بشدة" و "معارض بشدة" فكانت بنسب ضعيفة 5.1% و 1.9% على التوالي، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.25.

- العبارة: "أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالأهمية والتنوع": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36.4%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 35.5%، ثم درجة معارض بنسبة 22.9%، أما درجتا التطرف موافق بشدة ومعارض بشدة فكانت بنسب ضعيفة 3.7% و 1.4% على التوالي، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.17.

- العبارة: "أرى أن المعالجة المقدمة للقضايا تتسم بالعمق": جاءت في المرتبة الأولى درجة معارض بنسبة 41.6%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 39.7%، ثم درجة موافق بنسبة 10.7%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 5.1% وفي المرتبة الأخيرة من يوافقون بشدة على عمق القضايا بنسبة 2.8%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.64.

- العبارة: "ملاءمة تخصص الضيوف للقضايا المطروحة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 33.6%، ثم درجة معارض بنسبة 22%، أما درجتا التطرف معارض بشدة وموافق بشدة فكانت بالنسب الآتية

6.1% و 2.3% على التوالي، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.04.

– العبارة: "أرى أن البرامج المقدمة تتسم بالجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 34.6%، ثم درجة موافق بنسبة 20.1%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسب 5.6% وفي المرتبة الأخيرة من يوافقون بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.82.

– العبارة: "تغطي البرامج مختلف القضايا المحلية والوطنية": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 41.6%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 26.6%، ثم درجة معارض بنسبة 24.3%، أما درجتا التطرف "موافق بشدة" و "معارض بشدة" فكانت بنسب ضعيفة 4.2% و 3.3% على التوالي، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.19.

– العبارة: "الإعداد الجيد للبرامج": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 47.7%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 30.8%، ثم درجة موافق بنسبة 13.1%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 7.5% وفي المرتبة الأخيرة من يوافقون بشدة بنسبة ضعيفة 0.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.69.

21. اتجاهات عينة الدراسة نحو المذيعين والمذيعات:

جدول رقم (33)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو المذيعين والمذيعات
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		جوانب الاداء
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.68	6.5	14	27.1	58	42.1	90	22.4	48	1.9	4	يتميز المذيعون والمذيعات بمهارات تفاعل جيدة مع الجمهور
2.72	8.9	19	32.2	69	39.3	84	17.3	37	2.3	5	يتميز المذيعون والمذيعات بالجرأة والحرية في معالجة القضايا
2.48	14	30	36	77	39.7	85	8.9	19	1.4	3	يتمتع المذيعون والمذيعات بخلفية ثقافية جيدة حول القضايا المطروحة
2.68	10.7	23	33.6	72	34.6	74	19.2	41	1.9	4	يدير المذيعون الحوارات مع الضيوف بشكل جيد
2.68	10.3	22	31.3	67	39.7	85	17.8	38	0.9	2	هناك توازن في طرح أبعاد القضايا وتوزيع الوقت بين ضيوف البرنامج
2.85	7.5	16	20.6	44	30.8	66	31.3	67	9.8	21	عدم تمكن المذيعين والمذيعات من اللغة العربية ويقدمون برامجهم بأسلوب جيد
2.69	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو المذيعين والمذيعات

بالقنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت كما يلي:

- العبارة: "يتميز المذيعون والمذيعات بمهارات تفاعل جيدة مع الجمهور": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 42.1%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 27.1%، ثم درجة موافق بنسبة 22.4%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 6.5%، وفي

المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 1.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.68.

● العبارة: "يتميز المذيعون والمذيعات بالجرأة والحرية في معالجة القضايا": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.3%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 32.2%، ثم درجة موافق بنسبة 17.3%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 8.9%، وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 2.3%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.72.

● العبارة: "يملك المذيعون والمذيعات خلفية ثقافية جيدة حول القضايا المطروحة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.7%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 36%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 14%، ثم درجة موافق بنسبة 8.9%، وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 1.4%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.48.

● العبارة: "يدير المذيعون الحوارات مع الضيوف بشكل جيد": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 34.6%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 33.6%، ثم درجة موافق بنسبة 19.2%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 10.7%، وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 1.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.68.

● العبارة: "هناك توازن في طرح أبعاد القضايا وتوزيع الوقت بين ضيوف البرنامج": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.7%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 31.3%، ثم درجة موافق بنسبة 17.8%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة

10.3%، وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة ضعيفة جدا 0.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.68.

- العبارة: "عدم تمكن المذيعين والمذيعات من اللغة العربية ويقدمون برامجهم بأسلوب جيد": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 30.8%، ثم درجة معارض بنسبة 20.6%، ثم درجة موافق بنسبة 9.8%، وفي المرتبة الأخيرة معارض بشدة بنسبة 7.5%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.85.

22. اتجاهات عينة الدراسة نحو الإخراج:

جدول رقم (34)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الإخراج
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.39	0.9	2	12.1	26	37.4	80	45.8	98	3.7	8	يتم توظيف الصورة التلفزيونية لخدمة القضايا المعالجة
3.12	5.6	12	21.5	46	31.8	68	37.9	81	3.3	7	تستخدم الفواصل لتخفيف الملل
2.63	11.2	24	33.2	71	41.6	89	9.8	21	4.2	9	يستخدم الإيمار في الإخراج التلفزيوني
2.97	7	15	19.6	42	45.8	98	24.8	53	2.8	6	يوجد تكامل بين النص المكتوب وحديث الصورة
2.85	4.2	9	22.9	49	36.4	78	26.6	57	9.8	21	تفتقد إلى جودة التصوير
2.92	6.5	14	22.4	48	47.7	102	19.6	42	3.7	8	توظف الجرافيك بما يتناسب مع طبيعة البرنامج
2.93	8.9	19	21.5	46	40.7	87	25.2	54	3.7	8	توظيف المؤثرات المرئية والرقمية
2.82	9.3	20	28.5	61	37.4	80	20.6	44	4.2	9	مونتاج البرامج يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة
2.95	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (32) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو الإخراج بالقنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت كما يلي:

● العبارة: "يتم توظيف الصورة التلفزيونية لخدمة القضايا المعالجة": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 45.8%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 37.4%، ثم درجة معارض بنسبة 12.1%، أما درجة موافق بشدة فكانت بنسب ضعيفة 3.7% وفي المرتبة الأخيرة معارض بشدة على عمق القضايا بنسبة تكاد تكون منعدمة 0.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.39.

● العبارة: "تستخدم الفواصل لتخفيف الملل": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 37.9%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 31.8%، ثم درجة معارض بنسبة 21.5%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 5.6% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 3.3%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.12.

● العبارة: "يستخدم الإيجاز في الإخراج التلفزيوني": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 41.6%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 33.2%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 11.2%، ثم درجة موافق بنسبة 9.8% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 4.2%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.63.

● العبارة: "يوجد تكامل بين النص المكتوب وحديث الصورة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 45.8%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 24.8%، ثم درجة معارض بنسبة 19.6%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 7% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 2.8%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.97.

- العبارة: "تفتقد إلى جودة التصوير": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 36.4%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 26.6%، ثم درجة معارض بنسبة 22.9%، ثم درجة موافق بشدة بنسبة 9.8% وفي المرتبة الأخيرة معارض بشدة بنسبة 4.2%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.85.
- العبارة: "توظيف الجرافيك بما يتناسب مع طبيعة البرنامج": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 47.7%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 22.4%، ثم درجة موافق بنسبة 16.9%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 6.5% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.92.
- العبارة: "توظيف المؤثرات المرئية والرقمية": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 40.7%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 25.2%، ثم درجة معارض بنسبة 21.5%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 8.9% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.93.
- العبارة: "مونتاج البرامج يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 37.4%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 28.5%، ثم درجة موافق بنسبة 20.6%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 9.3% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة 4.2%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.82.

23. اتجاهات عينة الدراسة نحو التفاعل مع الجمهور:

جدول رقم (35)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو التفاعل مع الجمهور
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.12	4.7	10	19.6	42	38.3	82	33.6	72	3.7	8	توجد وسائل اتصال جيدة بجمهور المشاهدين
2.92	7.9	17	25.2	54	39.7	85	21	45	6.1	13	يعبر المشاركون من الجماهير عن آرائهم بحرية
2.88	7	15	24.8	53	45.3	97	19.2	41	3.7	8	هناك اهتمام بأسئلة ومداخلات الجمهور
2.93	8.4	18	18.2	39	49.5	106	20.1	43	3.7	8	يكون التوقيت مناسباً لتمكين الجمهور من المشاركة
3.31	7	15	10.7	23	34.6	74	39.7	85	7.9	17	تستخدم القنوات الخاصة البريد الالكتروني والهواتف في التفاعل مع مشاهديها
3.03	المتوسط المرجح										

يوضح يوضح الجدول رقم (35) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو التفاعل مع الجمهور بالقنوات الجزائرية الخاصة، والتي جاءت كما يلي:

- العبارة: "توجد وسائل اتصال جيدة بجمهور المشاهدين": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 38.3%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 33.6%، ثم درجة معارض بنسبة 19.6%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 4.7% ثم موافق بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.12.
- العبارة: "يعبر المشاركون من الجماهير عن آرائهم بحرية": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 39.7%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 25.2%، ثم درجة موافق بنسبة 21%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 7.9% ثم موافق بشدة بنسبة 6.1%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.92.
- العبارة: "هناك اهتمام بأسئلة ومدخلات الجمهور": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 45.3%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 24.8%، ثم درجة موافق بنسبة 19.2%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 7% ثم موافق بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.88.
- العبارة: "يكون التوقيت مناسباً لتمكين الجمهور من المشاركة": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 49.5%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 20.1%، ثم درجة معارض بنسبة 18.2%، أما درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 8.4% ثم موافق بشدة بنسبة 3.7%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.93.

- العبارة: "تستخدم القنوات الخاصة البريد الالكتروني والهواتف في التفاعل مع مشاهديها": جاءت في المرتبة الأولى درجة موافق بنسبة 39.7%، وفي المرتبة الثانية درجة محايد بنسبة 34.6%، ثم درجة معارض بنسبة 10.7%، أما درجة موافق بشدة ومعارض بشدة فكانت بنسب متقاربة 7.9% و 7% على التوالي، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 3.31.

24. اتجاهات عينة الدراسة نحو مستوى الكفاءة الإدارية:

جدول رقم (36)

توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاههم نحو مستوى الكفاءة الإدارية
في القنوات الجزائرية الخاصة

المتوسط الحسابي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		مستوى الكفاءة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.78	10.3	22	22	47	49.5	106	16.4	35	1.9	4	يتميز طاقم القنوات الخاصة بكفاءة العنصر البشري (معد مقدم مخرج)
2.81	4.7	10	32.2	69	41.6	89	20.1	43	1.4	3	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات التكنولوجية اللازمة
2.76	9.3	20	26.2	56	46.3	99	15.9	34	2.3	5	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات المالية الكافية
2.97	5.6	12	20.6	44	47.2	101	24.3	52	2.3	5	تعمل على التطوير في الشكل والمضمون
2.57	11.2	24	33.2	71	44.9	96	9.3	20	1.4	3	الكفاءة في إدارة الأزمات
2.77	المتوسط المرجح										

يوضح الجدول رقم (36) توزيع عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو الكفاءة الإدارية بالقنوات الجزائرية الخاصة والتي جاءت كما يلي:

• العبارة: "يتميز طاقم القنوات الخاصة بكفاءة العنصر البشري (معد، مقدم، مخرج)":
جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 49.5%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 22%، ثم درجة موافق بنسبة 16.4%، ثم درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 10.3% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة وبنسبة ضعيفة 1.9%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.78.

• العبارة: "تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات التكنولوجية اللازمة":
جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 41.6%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 32.2%، ثم درجة موافق بنسبة 20.1%، ثم درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 4.7% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة وبنسبة ضعيفة 1.4%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.81.

• العبارة: "تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات المالية الكافية":
جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 46.3%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 26.2%، ثم درجة موافق بنسبة 15.9%، ثم درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 9.3% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة وبنسبة ضعيفة 2.3%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.76.

• العبارة: "تعمل على التطوير في الشكل والمضمون":
جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 47.2%، وفي المرتبة الثانية درجة موافق بنسبة 24.3%، ثم درجة معارض بنسبة 20.6%، ثم درجة معارض بشدة فكانت بنسبة 5.6% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة

وبنسبة ضعيفة 2.3%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.97.

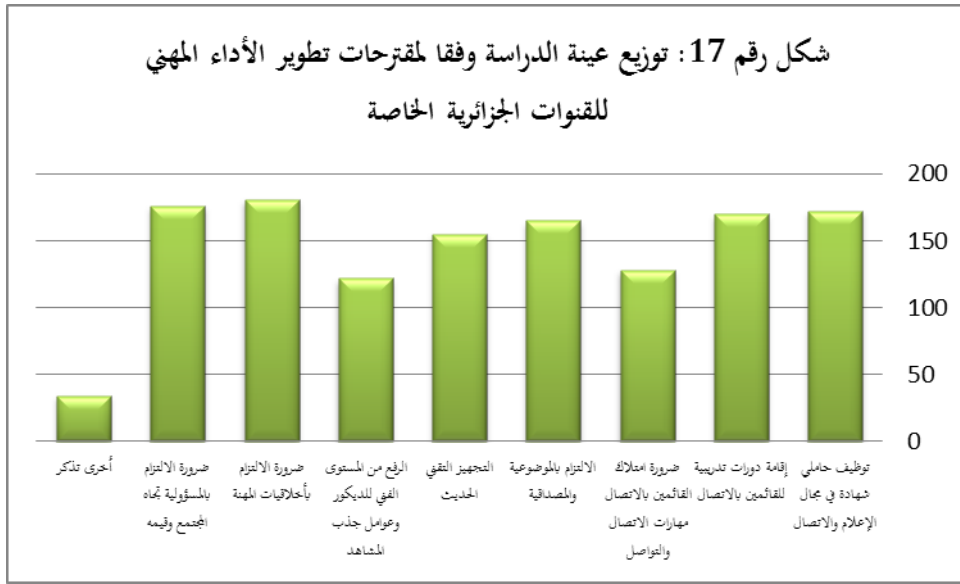
- العبارة: "الكفاءة في إدارة الأزمات": جاءت في المرتبة الأولى درجة محايد بنسبة 44.9%، وفي المرتبة الثانية درجة معارض بنسبة 33.2%، ثم درجة معارض بشدة بنسبة 11.2%، ثم درجة موافق فكانت بنسبة 9.3% وفي المرتبة الأخيرة موافق بشدة بنسبة ضعيفة 1.4%، أما الاتجاه العام للعبارة فهو "محايد" حيث أن المتوسط الحسابي يساوي 2.57.

25. مقترحات تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة جدول رقم (37)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمقترحات تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة

المقترحات	ك	%
توظيف حاملي شهادة في مجال الإعلام والاتصال	172	80.4
إقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال	170	79.4
ضرورة امتلاك القائمين بالاتصال مهارات الاتصال والتواصل	128	59.8
الالتزام بالموضوعية والمصادقية	165	77.1
التجهيز التقني الحديث	155	72.4
الرفع من المستوى الفني للديكور وعوامل جذب المشاهد	122	57
ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة	181	84.6
ضرورة الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع وقيمه	176	82.2
أخرى تذكر	34	15.9
مجموع من سئلوا	214*	

* سمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة



يوضح الجدول رقم (37) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمقترحاتهم في تطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة، حيث نلاحظ أنّ أغلب المبحوثين أكدوا على أهمية تلك المقترحات بالنظر إلى النسب المئوية الواردة في الجدول (أغلبها كانت أكبر من 70%)، وهذا ما يدلّ على وجود نقائص على مستوى مختلف الجوانب التي تشكل الأداء المهني سواء من جانب الشكل أو المضمون، وهو ما تعكسه النتائج المتعلقة بالجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة.

حيث جاءت في المرتبة الأولى "ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة" بنسبة 84.6%، وفي المرتبة الثانية جاء مقترح "ضرورة الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع وقيمه" بنسبة 82.2%، أما في المرتبة الثالثة فجاءت عبارة "توظيف حاملي شهادة في مجال الإعلام والاتصال" بنسبة 80.4%، ثم "إقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال" بنسبة 79.4%، ثم "الالتزام بالموضوعية والمصداقية" بنسبة 77.1%.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما طرحته مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في أنّ وسائل الإعلام يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة تجاه المجتمع، وتمثّل قيم المجتمع وتقاليد إحدى العوامل المؤثرة في أداء القوائم بالاتصال (وفق نظرية حارس البوابة)، وأيضا من العوامل المؤثرة

على الأداء المهني، وينبغي أن تحافظ على قيمه وتكون ناقلة لهذه القيم من جيل إلى آخر،¹ وفي هذا السياق فقد قررت سلطة الضبط السمعي البصري التوقيف النهائي لبث قناة الأجواء والذي جاء بعد بث محتوى محل الحياء يتنافى مع قيم المجتمع الجزائري وديننا الإسلامي الحنيف²، كذلك تشكّل "ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة" البعد الثالث الذي تركز عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية، والذي يتّصل بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي.³

أما بالنسبة لمقترح "إقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال" فهو يدعم أحد مكونات الأداء المهني وهو عنصر الكفاءة، إذ يعدُّ التكامل بين التعليم والتدريب من الأمور المهمّة في تطوير أنماط الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية، وهذا ما أكّده دراسة "ريغي أسماء".⁴ وتقول الدكتورة "عواطف عبد الرحمن" إلى أن مستوى التأهيل والتدريب الذي يتمتع به الصحفي من العوامل المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين،⁵ حيث أن القنوات الفضائية الكبرى لديها مراكز تدريب مثل قناة الجزيرة الإخبارية، كما أن خريجي كليات الإعلام لا يملكون مهارات مهنية معتمّة.⁶

ونشير هنا إلى أن دراسة "ليليا عين سوية" قد توصّلت إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تهتم بنشاط التدريب، وأن أسلوب اختيار المتدربين غير فعّال بدرجة كافية، حيث لا توجد معايير واضحة لاختيار المتدربين، كما أن للوساطة والآراء الشخصية دور في اختيار المتدربين.⁷

¹ انظر الخلفية النظرية للدراسة في الإطار المنهجي، ص32.

² موقع البلاد: elbilad.net/national/110386، يوم 2022/11/14 على الساعة 23.11.

³ انظر الخلفية النظرية للدراسة، الإطار المنهجي، ص33.

⁴ انظر الاطار النظري ص 64.

⁵ انظر إلى الإطار النظري، ص75.

⁶ انظر الإطار النظري، ص64

⁷ ليليا عين سوية، إسهامات التدريب في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة ميدانية، مجلة الإنسان والمجال، المركز الجامعي البيض، المجلد1، العدد 02، أكتوبر 2015، صص148-149.

وقد توصل "مُحَمَّد أمزيان برغل" في دراسة أجراها على عينة من الصحفيين بالقنوات الجزائرية الخاصة إلى أنّ 83% من المبحوثين لم يستفيدوا من دورات تكوينية أو تدريبية،¹ فيما توصلت دراسة "أمين منصور وافي" إلى أنّ الدورات التدريبية قد ساهمت في تطوير الأداء المهني للصحفيين المرسلين في الإعلام الفلسطيني.²

وقد توصلت كذلك دراسة "عبد الله سمير زقوت" إلى أنّ زيادة مستوى الحصول على التدريب، والزيادة في عدد الدورات التدريبية يزيد من الأداء المهني.³

ونجد أنّ العديد من الجامعات الجزائرية التي بها أقسام الإعلام والاتصال لا تتوفر على استديوهات، إضافة إلى ضعف التربصات الميدانية بوسائل الإعلام، وانعدامها في بعضها الأخرى، ونقص التأطير البيداغوجي في بعض الجامعات، وفي ظل هذا الواقع انتشرت حديثاً الإعلانات عن دورات في مجال الصحافة والإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وافتتاح الكثير من مدارس التكوين الخاصة في مجال الصحافة والإعلام، ولكنّ الكثير منها يغلب عليها الطابع التجاري.

وقد تم طرح سؤال مقترحات تطوير الأداء المهني من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بشكل مفتوح، لما قد يحمله من مقترحات لتطوير الأداء المهني، خاصة وأنّ أحد أهم دوافع تعرض أفراد العينة لمعرفة واقع الممارسة الإعلامية بالقنوات الجزائرية الخاصة (الجدول 21)، وقد وردت هذه المقترحات كما يلي:

1- تقديم المصداقية على السبق في نشر الخبر.

¹ مُحَمَّد أمزيان برغل، القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر: ظروف الأداء الإعلامي وعلاقتها بالموضوعية واحترام أخلاقيات المهنة، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015، ص 189.

² أمين منصور وافي، مرجع سابق، انظر الإطار المنهجي، ص 21.

³ عبد الله سمير زقوت، واقع التدريب الصحفي في محافظات غزة وانعكاسه على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2018، ص 159-160.

- 2- إعداد مسابقات وفق شروط خاصة بتعيين الإعلاميين وتفادي الانتقاء العشوائي.
 - 3- ليس بالضرورة أن كل من حمل شهادة في مجال الإعلام والاتصال يمتلك الكفاءة في الأداء المهني، فكثيرا من أعلام الصحافة والتلفزيون ليسوا بخريجي الإعلام والاتصال ومع ذلك أبدعوا وتركوا بصماتهم في هذا المجال.
- وهنا نذكر أنه في العادة هناك ثلاثة أساليب للتوظيف في هذا المجال وهي:¹
- * توظيف الصحفيين الجدد الذين تلقوا تعليماً أكاديمياً، ويفترض فيهم معرفة مبادئ الصحافة وفلسفتها وتقنيات التحرير، بالإضافة إلى الثقافة العامة.
 - * توظيف صحفيين جدد الذين تلقوا تعليماً في الفروع المعرفية الأخرى كالاقتصاد وعلم الاجتماع وعلم النفس والقانون والعلوم... الخ، ولكن تتوفر فيهم المهبة اللازمة للعمل الإعلامي، ثم يتعلمون تقنيات التحرير الصحفي في ميدان العمل.
 - * توظيف الصحفيين الذين لهم تجربة سواء في الصحافة الجهوية (وهو تقليد معمول به في بريطانيا مثلاً)، أو في عناوين منافسة (نظراً لكفاءتهم أو بجمهورهم).
- 4- البحث عن الكفاءات والمواهب التي تضيف عنصر الإبداع والتميز في القنوات التي تبدو وكأنها صور طبق الأصل ولا روح لها، والابتعاد عن التقليد.
 - 5- تكوين الإعلاميين في مجال اكتساب اللغة السليمة والجيدة، خاصة ونحن نعلم أن خريجي الإعلام والاتصال لا يدرسون اللغة العربية الجيدة.
 - 6- التركيز على توظيف إعلاميين ذوي كفاءة ثقافية ولغوية عالية مع اطلاع واسع على الأحداث بتفاصيلها.
 - 7- الاستفادة من تجارب القنوات التلفزيونية البارزة ذات الخبرة والجودة في الأداء.
 - 8- التأكيد على تفعيل حرية الصحافة المسؤولة من خلال التشريعات الإعلامية.

¹ نورين عشاش، خديجة ربيعي، مرجع سابق، ص 20

- 9- التركيز على توظيف إعلاميين ذوي كفاءة ثقافية ولغوية عالية مع اطلاق واسع على الأحداث بتفاصيلها.
- 10- الالتزام بالموضوعية في تناول القضايا ذات البعد السياسي والاقتصادي.
- 11- وضع خارطة طريق واضحة المعالم لسياسة الاعلامية للقناة التلفزيونية.
- 12- الخروج من الدائرة السلطوية في تناول ومعالجة القضايا الوطنية.
- 13- تحفيز وتنمية قدرات العنصر البشري والسماح لهم بإبراز قدراتهم في الميدان والتحرر من الرقابة الذاتية.
- 14- ضرورة وجود مشروع مجتمع.
- 15- الاستثمار في مجال الاعلام واختيار الكفاءات المناسبة.
- 16- نقل الحقيقة كما هي في الواقع وعدم الخضوع للضغوطات في معالجة الأخبار.
- 17- الاستفادة من خبرات الإعلاميين في القنوات العربية.
- 18- الاستعانة بالدراسات الأكاديمية في تحسين المنتج الاعلامي.
- 19- التكوين الدوري للصحفيين.
- 20- الاقتداء بنماذج أجنبية حول أساليب العرض والتفاعل.
- 21- اختيار المواضيع التي تخدم المجتمع.
- 22- إعادة النظر في جميع الجوانب الفنية والبشرية.

ومما سبق ومن خلال المقترحات التي قدمها أساتذة الإعلام، وبالنظر إلى نتائج الجداول السابقة (خاصة الجوانب السلبية في الأداء)، نستنتج أن هناك نقصاً وخللاً في الممارسة الإعلامية وضعفاً في الأداء المهني، والذي انعكس سلباً سواء مشاهدةً أو اعتماداً أو ثقةً، لذا على القنوات الخاصة أخذ هذه المقترحات بعين الاعتبار، والتي من شأنها تحسين وتطوير الأداء المهني الإعلامي، والانتقال من مستوى المشاهدة والتأثير من البعد الوطني المحلي إلى البعد العربي خاصة وأن بعض الدراسات السابقة (فوزية عبد الله، محمد حسين علوان) على سبيل المثال

توصلت إلى أن القنوات المدروسة ذات أداء مهني جيد في جوانبه المختلفة، وهذا ما يفيد القائمين على القنوات الخاصة في الاقتداء بها.

المبحث الثاني
اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة:

1- اختبار الفرضية الأولى:

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(\alpha \geq 0.05)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير النوع (ذكر - أنثى).

وللتحقق من هذه الفرضية قمنا بإجراء اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Sample T-test)، وبعد التأكد من فرضيات الاختبار وشروطه كانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (38)

نتائج تطبيق اختبار (ت) للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير النوع

المتغير	المؤشر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	Sig	الدلالة
الاتجاهات	ذكر	95	2.73	0.47	-2.504	0.013	دالة إحصائية
	أنثى	119	2.90	0.55			

يتضح من بيانات الجدول رقم (38) أن متوسط الاتجاهات لدى الإناث بلغ قيمة (2.90) بانحراف معياري (0.55)، وهو أعلى من متوسط الاتجاهات لدى الذكور البالغ (2.73) بانحراف معياري (0.47)، كما جاءت نتيجة اختبار ت (-2.504) بقيمة احتمالية (0.013) أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل بالفرض البديل وهو أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ بين متوسط الاتجاه العام لدى الذكور ومتوسط الاتجاه العام لدى الإناث لصالح الإناث الأعلى في المتوسطات

2- اختبار الفرضية الثانية:

H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(\alpha \geq 0.05)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير السن.

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) وجاءت نتيجة تحليل التباين في الجدول التالي:

جدول رقم (39)

تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير السن

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	الدلالة
بين المجموعات	1.935	3	0.645	2.384	0.070	غير دالة إحصائياً
داخل المجموعات	56.811	210	0.271			
المجموع	58.745	213				

يوضح الجدول رقم (39) تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير السن، حيث تبين النتائج أن القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.070 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير السن، وبالتالي نقبل بالفرضية الصفرية. وتبين هذه النتيجة أن متغير السن لا يشكل farkاً في اتجاهاتهم نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

3- اختبار الفرضية الثالثة:

H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(\alpha \geq 0.05)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير الدرجة العلمية.

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، وجاءت نتيجة تحليل التباين في الجدول التالي:

جدول رقم (40)

تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير الدرجة العلمية

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	الدلالة
بين المجموعات	0.148	2	0.074	0.266	0.766	غير دالة إحصائياً
داخل المجموعات	58.597	211	0.278			
المجموع	58.745	213				

تشير النتائج في الجدول رقم (40) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين متوسطات اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعًا لمتغير الدرجة العلمية، استنادًا إلى قيمة (F) المحسوبة (0.249)، وبمستوى دلالة (0.780)، أي أنها غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبالتالي نقبل بالفرضية الصفرية.

وتبين هذه النتيجة أن متغير الدرجة العلمية لا يشكل فرقًا في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

4- اختبار الفرضية الرابعة:

H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(\alpha \geq 0.05)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير الدرجة العلمية.

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، وجاءت نتيجة تحليل التباين في الجدول التالي:

جدول رقم (41)

تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير الخبرة المهنية

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	الدلالة
بين المجموعات	2.610	2	1.305	4.905	0.008	دالة إحصائية
داخل المجموعات	56.136	211	0.266			
المجموع	58.745	213				

تشير النتائج في الجدول رقم (41) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ بين متوسطات اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير الخبرة المهنية، استناداً إلى قيمة (F) المحسوبة (4.905)، وبمستوى دلالة (0.008)، أي أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل بالفرض البديل أي أن متغير الخبرة المهنية يشكل فرقاً في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.

وحسب اختبار توكاي (Tukey) فإن الفروق موجودة بين فئة "أقل من 05 سنوات" ذات المتوسط الحسابي (2.97) والفئة "من 10 سنوات فأكثر" ذات المتوسط الحسابي (2.81)، لصالح الفئة الأولى ذات المتوسط الحسابي الأعلى.

5- اختبار الفرضية الخامسة:

H0: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير حجم التعرض.

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)،

وجاءت نتيجة تحليل التباين في الجدول التالي:

جدول رقم (42)

تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال

نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير حجم التعرض

القناة	المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	الدلالة
النهار	بين المجموعات	6.375	3	2.125	8.521	0.00	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	52.370	210	0.249			
الشروق نيوز	بين المجموعات	7.792	3	2.597	10.705	0.00	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	50.953	210	0.243			
البلاد	بين المجموعات	2.632	3	0.877	3.283	0.022	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	56.114	210	0.267			
المجموع		58.745	213				

تشير النتائج في الجدول رقم (42) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ بين متوسطات اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير حجم التعرض، استناداً إلى قيمة (F) المحسوبة (8.521، 10.705، 3.283) على التوالي، وبمستوى دلالة (0.00، 0.00، 0.022) على التوالي، أي أنها ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية.

وتبين هذه النتيجة أن متغير حجم التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة يشكّل فرقاً في اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني لتلك القنوات.

النتائج العامة للدراسة

المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة:

توصّل الباحث إلى العديد من النتائج في ما يخص الدراسة الميدانية واختبار فرضيات الدراسة، والتي أُجريت على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية، نوردناها كما يأتي:

أولا: نتائج الدراسة الميدانية:

☒ الإجابة على التساؤل الأول: ما عادات وأنماط تعرض الأكاديميين (عينة الدراسة)

للقنوات الجزائرية الخاصة؟

1- **التعرّض لقناة "النهار"**: أظهرت الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يشاهدون قناة "النهار" بشكل عام (دائما، أحيانا، نادرا) بنسبة 97.2% ولكن بنسب مختلفة، حيث بلغت من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحيانا، نادرا) بنسب 48.1% و 34.1% على التوالي، أمّا الذين يشاهدونها "دائما" فبلغت نسبتهم 15%.

2- **التعرّض لقناة "الشروق نيوز"**: بيّنت الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يشاهدون قناة "الشروق نيوز" بشكل عام (دائما، أحيانا، نادرا) بنسبة 98.6% ولكن بنسب مختلفة، حيث بلغت من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحيانا، نادرا) بنسب 55.6% و 25.7% على التوالي، أمّا الذين يشاهدونها "دائما" فبلغت نسبتهم 17.3%.

3- **التعرّض لقناة "البلاد"**: توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب المبحوثين يشاهدون قناة "البلاد" بشكل عام (دائما، أحيانا، نادرا) بنسبة 97.2% ولكن بنسب مختلفة، حيث بلغت من يشاهدونها بصفة غير منتظمة (أحيانا، نادرا) بنسب 59.3% و 29.9% على التوالي، أمّا الذين يشاهدونها "دائما" فبلغت نسبتهم 7.9%.

4- الوقت اليومي المخصص لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة: أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة "أقل من ساعة" يوميا بنسبة 72%، ثم الذين يشاهدونها من "ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات" بنسبة 23.8%، فيما كانت نسبة من يشاهدونها "أكثر من ثلاث ساعات" ضعيفة 4.2%، وهذا يعني أن التعرض كان بشكل منخفض.

5- الفترة المفضلة للمشاهدة: أغلب أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد (أوقات متفرقة) لمشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة بنسبة 53.3%، فيما يفضل المبحوثون فترتي المساء والسهرة كفترات محددة للمشاهدة بنسب (22.4%، 20.6%) على التوالي.

6- دوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة: أغلب المبحوثين يشاهدونها لدوافع نفعية تتمثل في: معرفة ما يجري في الجزائر بالدرجة الأولى بنسبة 79.9%، ولمعرفة واقع الممارسة الإعلامية بنسبة 36.4%، ثم المشاهدة بحكم التخصص بنسبة 27.6%، أما الدوافع الطقوسية فتمثلت في تمضية الوقت بنسبة 15.9%، والتسلية والترفيه بنسبة 11.7%.

7- المكان المفضل للمشاهدة: يفضل أغلب أفراد العينة مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة في البيت بنسبة 82.7%، وبدرجة ضعيفة حسب الظروف بنسبة 15.4%، وتكاد تنعدم المشاهدة في المقهى وعند الأصدقاء والأقارب، فيما تنعدم المشاهدة في مكان العمل.

8- الوسيلة المفضلة للمشاهدة: أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة عبر جهاز التلفزيون بنسبة 91.6%، وبدرجة أقل عن طريق الهاتف بنسبة 32.2%، فيما كانت المشاهدة بواسطة الكمبيوتر وجهاز الأيباد iPad ضعيفة جدا.

☒ الإجابة على التساؤل الثاني: ما مدى اعتماد الأكاديميين (عينة الدراسة) على القنوات

الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات؟

9- درجة الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات: توصلت الدراسة

إلى أن أساتذة الإعلام والاتصال يعتمدون على القنوات الخاصة في الظروف العادية

بدرجة "ضعيفة"، أما خلال الأزمات الداخلية فكانت "متوسطة" خلال الحراك الشعبي

فيما كانت درجة الاعتماد عالية خلال جائحة كورونا.

10- درجة ثقة المبحوثين بالقنوات الجزائرية الخاصة: أكد أغلب أفراد العينة أنهم يثقون في

القنوات الجزائرية الخاصة "إلى حد ما" بنسبة 65%، ثم من لا يثقون فيها بنسبة

34.6%، فيما كانت نسبة من يثقون فيها بدرجة كبيرة شبه معدومة (0.5%).

11- تأثير مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدة التلفزيون العمومي: أجاب

47.7% من المبحوثين أن مشاهدتهم للقنوات الجزائرية الخاصة لم تؤثر على مشاهدة

التلفزيون العمومي، فيما كانت نسبة من تأثرت مشاهدتهم "إلى حد ما" 31.8%، ومن

تأثروا بها (نعم) 20.6%.

وقد أكد أغلب المبحوثين ممن تأثرت مشاهدتهم للقنوات الخاصة على مشاهدة التلفزيون

العمومي (نعم، إلى حد ما) أن مشاهدتهم للتلفزيون العمومي قلّت وهذا بنسبة 83.05%،

فيما كانت نسبة من زادت مشاهدتهم للتلفزيون العمومي 16.95%.

☒ الإجابة على التساؤل الثالث: ما اتجاهات الأكاديميين (عينة الدراسة) نحو الأداء

المهني للقنوات الجزائرية الخاصة (من حيث النشرات الإخبارية، البرامج المقدمة،

القائمين بالاتصال، الإخراج، التفاعل مع الجمهور، مستوى الكفاءة الإدارية)؟

12- اتجاهات أفراد العينة نحو الجوانب الإيجابية في القنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو الجوانب الإيجابية بالقنوات الخاصة.

13- اتجاهات أفراد العينة نحو الجوانب السلبية في القنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين سلبي نحو الجوانب السلبية بالقنوات الخاصة.

14- اتجاهات الأكاديميين نحو الأداء المهني للنشرات الإخبارية بالقنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو النشرات الإخبارية بالقنوات الخاصة.

15- اتجاهات الأكاديميين نحو الأداء المهني للبرامج المقدمة بالقنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو البرامج المقدمة بالقنوات الخاصة.

16- اتجاهات الأكاديميين نحو المذيعين والمذيعات بالقنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو البرامج المقدمة بالقنوات الخاصة.

17- اتجاهات الأكاديميين نحو الإخراج بالقنوات الجزائرية الخاصة: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو الإخراج بالقنوات الخاصة.

18- اتجاهات الأكاديميين نحو التفاعل مع الجمهور: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو التفاعل مع الجمهور بالقنوات الخاصة.

19- اتجاهات الأكاديميين نحو مستوى الكفاءة الإدارية: كان اتجاه المبحوثين محايدا نحو الكفاءة الإدارية بالقنوات الخاصة.

☒ الإجابة على التساؤل الرابع: ما مقترحات الأكاديميين (عينة الدراسة) في تطوير الأداء

المهني القنوات الجزائرية الخاصة؟

20- مقترحات تطوير الأداء المهني بالقنوات الجزائرية الخاصة: أكد أغلب المبحوثين على مقترحات تطوير الأداء المهني التي وردت في الاستبيان، حيث جاءت في المرتبة الأولى ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة بنسبة 84.6%، ثم ضرورة الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع وقيمه بنسبة 82.2%، توظيف حاملي شهادات في مجال الإعلام والاتصال بنسبة 80.4%، وإقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال في تلك القنوات بنسبة 79.4%، والالتزام بالموضوعية والمصادقية بنسبة 77.1%.

ثانيا: نتائج اختبار فروض الدراسة:

بعد القيام باختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير النوع.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير السن.
- 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير الدرجة العلمية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(0.05 \geq \alpha)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعا لمتغير الخبرة المهنية.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من $(\alpha \geq 0.05)$ بين اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة تبعاً لمتغير حجم التعرض.

خاتمة

إنّ دراسة الأداء المهني للمؤسسات الإعلامية غاية في الأهمية، فهو يُمثّل مخرجاتها، والتي من خلالها يحكم الجمهور على الرسالة والوسيلة الإعلامية، ومن ثمّ تتحدّد أهميتها لديه ومكانتها في السوق الإعلامية ومنه إلى السوق الإعلانية، التي تمثّل المورد المادي الأهم في ظل السوق الحرة، لذا فإنّ ذلك يحتاج إلى دراساتٍ معمّقة في مختلف المستويات في المؤسسة الإعلامية، دون إغفال مدخلات الأداء والمتمثلة في الكفاءة والفعالية.

وتُعدُّ نظرية المسؤولية الاجتماعية إحدى النظريات المهمّة في فهم الإطار العام الذي تعمل فيه وسائل الإعلام، وتعتبر مرجعاً في فهم آلية عملها وتقييمها، ومن ثمّ تصحيح مسارها، لذا ينبغي أن يكون عمل وسائل الإعلام ضمن هذا الإطار، وعدم الانسياق وراء حرية الرأي والتعبير، وإنما ينبغي أن تكون ملتزمة بالمجتمع وقيمه وتقاليده، وبالمسؤولية الأخلاقية والمهنية.

ولهذا الغرض كانت دراستنا للتعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة (النهار، الشروق نيوز، والبلاد)، من خلال دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية في الفترة من 2022/06/20 إلى 2022/09/20، باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، والاختبارات الإحصائية في اختبار فرضيات الدراسة.

وانطلاقاً من نتائج الدراسة الميدانية، واختبار فرضيات الدراسة نوصي بما يلي:

- 1- على مسؤولي القنوات الخاصة أن يدركوا بأن إنشاء قناة خاصة ليس بالأمر الصعب، ولكن أن تكون مؤسسة إعلامية بمفهومها الحديث ليس بالأمر السهل، فهي تحتاج إلى استراتيجية وتخطيط، وأن يكون تنظيم القناة وفق المعايير العالمية، لا أن تكون وسيلة ضغط في يد رجال المال.
- 2- إن إنشاء قناة فضائية يقتضي برامج تشغل الحيز الزمني اليومي، وأن تتسم بالتجديد والإبداع، والابتعاد عن البرامج المستنسخة والمستوردة، وأن تكون الرسالة الإعلامية تتوافق مع المجتمع وقيمه الاجتماعية والثقافية ونقل الثقافة عبر الأجيال.
- 3- على القنوات الجزائرية الخاصة عقد اتفاقيات مع الجامعات الجزائرية قصد إجراء دورات تكوينية للصحفيين (التدريب) لمختلف المستويات التنظيمية والفنية، خاصة في ظل انفتاح الجامعات على محيطها الاقتصادي والاجتماعي، وبالتالي مواكبة التحولات الرقمية خاصة في ظل الإعلام الجديد.
- 4- عقد اتفاقيات مع كليات الإعلام قصد التوظيف المباشر للطلبة المميزين في مجال الإعلام، وبالتالي ضمان عنصر الكفاءة.
- 5- تطوير المساقات الدراسية بما يضمن مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في ظل الممارسة الإعلامية والاتصالية في البيئة الرقمية، خاصة ما تعلق باستخدام التكنولوجيا في العمل الإعلامي.
- 6- ينبغي على المؤسسات الإعلامية -القنوات الخاصة- الاستفادة من الرسائل والأطروحات الجامعية المتعلقة بها، والأخذ بنتائجها ومقترحاتها، وضمن ذلك إنشاء مكتبة وأرشيف خاص بذلك.
- 7- الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية وموائق الشرف المهني.

8- وعلى مستوى النظام السياسي ضرورة تكييف التشريعات الإعلامية بما يجسد التعددية الإعلامية الحقيقية في إطار حرية الرأي والتعبير، وأن تكون الفضائيات ذات طابع وطني، وأن يتخرط الإعلام العمومي والخاص في إطار خدمة المجتمع والإعلام التنموي.

9- وعلى مستوى المقاييس التي تدرّس بأقسام الإعلام والاتصال أن تواكب التطورات التكنولوجية، في ظل الإعلام الجديد، سواء على مستوى التقنية أو على مستوى الممارسة، وضرورة تكوين الصحفيين في مختلف المجالات (الاقتصادي، السياسي، الثقافي الرياضي... الخ) في ظل الإعلام المتخصص ووسائل الإعلام المتخصصة.

أما في مجال الدراسات الميدانية وبالنظر إلى صعوبات دراستنا، فإن هناك إشكاليات تواجهها مثل هذه الدراسات والتي تتمثل في ما يلي:

- 1- عزوف الجمهور على التفاعل مع الاستبيان وضعف الردود حتى على مستوى النخب ومنها النخب الأكاديمية (أساتذة الجامعات)، وهو ما وضع البحث في محك الإقصاء.
- 2- يقترن الاستبيان بالجديّة في الإجابة، لأن الجانب التطبيقي هو الإجابة عن إشكالية الدراسة، والذي تتوقف عليه النتائج، وقد لمسنا عدم الجدية في إجابات بعض المبحوثين.
- 3- من خلال ما سبق نوصي بالتوجّه إلى دراسات تحليل المضمون أو تحليل الخطاب الإعلامي، أو القيام بالدراسات التي تتضمن استخدام أكثر من أداة، أو التي تجمع بين الدراسات التحليلية والميدانية.

• أهم ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

تعتبر العملية البحثية تراكمية، فكل نهاية دراسة تمثل في الوقت نفسه نقطة انطلاق لدراسات أخرى، كما أن نتائج أي دراسة يمكن أن تثير العديد من التساؤلات، وبالتالي فهي تمثل إحدى مصادر الحصول على مشكلة بحثية جديدة قابلة للبحث.

وبعد القيام بهذه الدراسة وما توصلت إليه من نتائج في جوانبها المختلفة، فإنها تشير

موضوعات لبحوث مستقبلية منها:

- تأثير السياسة الإعلامية على الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة.
- العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في القنوات الجزائرية الخاصة.
- تأثير الملكية على الممارسة الإعلامية.
- التكوين الإعلامي الجامعي وعلاقته بممارسة المهنة في القنوات الجزائرية الخاصة.

تم بحمد الله

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns in black and white, framing the central text.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

- القرآن الكريم

- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، المجلد 14، ص 26.

المراجع:

أ - الكتب:

1. إبراهيم عيد، علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 2000.
2. إبراهيم مُجد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2013.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
4. أحمد عبد الله اللحج، مصطفى محمود أبو بكر، البحث العلمي: تعريفه خطواته مناهجه المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001-2002.
5. أحمد علي حبيب، علم النفس الاجتماعي، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2006-2007.
6. باسم مُجد ولي، مُجد جاسم مُجد، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة، عمان، الأردن، 2004.
7. جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط2، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006.
8. جودة بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004.
9. حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة: الفرص والتحديات.. الواقع والطموحات، ط1، إيتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 2010.
10. حسين حريم، إدارة الموارد البشرية (إطار متكامل)، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2018.

11. خالد عبد الله أحمد درار، البحث العلمي في مجال الاتصال، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2016.
12. خليل عبد الرحمن المعاينة، علم النفس الاجتماعي، ط3، دار الفكر، عمان، 2010.
13. خليل ميخائيل معوض، علم النفس الاجتماعي، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003.
14. رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه - أسسه - استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
15. رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، جسور للنشر، الجزائر، 2014.
16. رواء هادي الدهان، وسائل الإعلام ومستويات الثقة، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2013.
17. زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010.
18. سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2011.
19. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
20. سعد عبد الرحمن، القياس النفسي النظرية والتطبيق، ط5، هبة النيل العربية، جمهورية مصر العربية، 2008.
21. سناء حسن عماشة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية: أنواعها ومدخل لقياسها، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2010.
22. سوزان يوسف أحمد القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.

23. السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ليبيا، 1994.
24. شاكر محاميد، علم النفس الاجتماعي، مركز يزيد للنشر، الأردن، 2018.
25. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2006.
26. طارق كمال، أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005.
27. عادل مُجد العدل، علم النفس الاجتماعي: منظور تربوي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2018.
28. عاكف لطفي الخصاصونة وآخرون، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار زهران، عمان، الأردن، 2017.
29. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية: أسسه وأساليبه مفاهيمه أدواته، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008.
30. عامر مصباح، علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010.
31. عباس محمود عوض، رشاد صالح دمنهوري، علم النفس الاجتماعي: نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
32. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2016.
33. عبد العزيز السيد الشخص، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار القاهرة للكتاب، القاهرة، 2001.
34. عبد الفتاح مُجد دويدار، علم النفس الاجتماعي: أصوله ومبادئه، دار النهضة العربية، بيروت، 1994.
35. عبد الله بن مُجد الرفاعي، الأسس العلمية لتنظيم المؤسسات الصحفية وأثرها على الأداء الصحفي، ط1، دار جرير، عمان، الأردن، 2015.

36. عبد الله مُجَّد أبطيقة، العوامل المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال الإذاعي، ط1، دار أمجد، عمان، 2018.
37. علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2014.
38. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002.
39. فتحي حسين عامر، المسؤولية القانونية والأخلاقية للصحفي، دار العربي، القاهرة، 2014.
40. فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال في الجزائر، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2022.
41. فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010.
42. مُجَّد الصاوي مُجَّد مبارك، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.
43. مُجَّد شفيق، علم النفس الاجتماعي: بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
44. مُجَّد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال: دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012.
45. مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
46. مُجَّد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
47. مُجَّد عبيدات، مُجَّد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999.
48. مُجَّد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، دار الفجر، القاهرة، 2003.
49. مُجَّد منير حجاب، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين: رؤية تحليلية نقدية، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010.

50. مُجّد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010.
51. مصطفى عمر التير، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي، ط3، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، ليبيا، 1995.
52. مصطفى مُجّد، الرضا الوظيفي وأثره على تطوير الأداء، ط1، دار ابن النفيس، عمان، الأردن، 2018.
53. مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.
54. معتز الجنيدي، التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء المؤسسات الصحفية، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2017.
55. معتز سيد عبد الله، الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989.
56. منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2011.
57. المنصف العياري، الإعلام السمعي البصري: تجذير الممارسة، دار سحر للنشر، تونس، 2014.
58. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر، 2004.
59. نبيلة عبد الكريم الشرجي، علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة، دار الأيام، عمان، 2015.
60. نصر الدين لعباضي، وسائل الإعلام في الجزائر، نظم وسائل الإعلام العربية، تحرير: كارولا ريشتر، كلاوديا كوزمان، ترجمة: دعاء نبيل سيد إمباي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2022.
61. نوال مجدوب، لخضر عيسى، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لكل من الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام، تحرير وتنسيق: العربي بوعمامة، ط1، منشورات ألفا، قسنطينة، 2020.

62. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
63. يعنى عاطف، التنظيم الإداري للقنوات الفضائية، ط1، أطلس للنشر، الجيزة، القاهرة، 2013.
64. يوسف عبد الأمير طباجة، منهجية البحث: تقنيات ومناهج، ط2، دار المحجة البيضاء، لبنان، 2011.
- ب- رسائل الماجستير والدكتوراه:**
65. أحسن حمران، الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال - دراسة مسحية لعينة من الصحفيين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.
66. أسماء زهري، الاحترافية في القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية لعينة من برامج "الشروق الإخبارية"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.
67. أمل مُجد خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية والمصرية، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
68. أمين منصور وافي، الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006.
69. بغداد بن ديدة، أخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي الفضائي الخاص في الجزائر: دراسة حالة لقناة الشروق TV، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2018-2019.
70. جميلة قادم، الأداء الإعلامي في الجزائر بين الحرية والمسؤولية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية من 1990-2015 - الصحافة الخاصة نموذجاً-: دراسة وصفية تحليلية للأطر النظرية والتطبيقية للأداء الإعلامي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2016-2017.

71. حورية طاهر، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: مقارنة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2018-2019.
72. شادي أبو راشد، أثر أنماط الملكية على المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية الخاصة من وجهة نظر القائمين بالاتصال (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019.
73. صليحة العابد، التكوين الإعلامي الأكاديمي: دراسة ميدانية في كلية علوم الإعلام والاتصال من خلال مدخل الجودة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017-2018.
74. عبد الله سمير زقوت، واقع التدريب الصحفي في محافظات غزة وانعكاسه على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2018.
75. فوزية عبو، المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014: مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016-2017.
76. ليندة بوسيف، رهانات قطاع السمعي البصري الجزائري في ظل التعددية الإعلامية: دراسة مسحية وصفية للتشريع الجزائري ما بين سنة 2011 إلى غاية 2016، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016/2017.
77. مالية مكيري، استخدام الصحفيين للإعلام الإلكتروني وأثره على الأداء المهني: دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحفيين العاملين بالصحافة المكتوبة بالجزائر العاصمة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2017-2018.
78. موسى بن عودة، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة، دزاير تي. في وقناة الخبر)، أطروحة لنيل شهادة

الدكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2017-2018.

79. نور الدين تاويريت، قياس الفعالية التنظيمية من خلال التقييم التنظيمي، أطروحة دكتوراه في علم النفس والعمل، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري قسنطينة، 2006/2005.

80. نيفين حسن أحمد معمر، فاعلية بيئة العمل الداخلية في تطوير الأداء المهني بالصحف الفلسطينية اليومية: دراسة على القائم بالاتصال، رسالة ماجستير في الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2017.

ج- المجلات والدوريات:

81. إبراهيم جناد، الكفاءة المهنية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر: دراسة ميدانية لدى عينة من صحفيي القنوات الخاصة، مجلة الحوار الثقافي، جامعة مستغانم، المجلد 5، العدد 1، 2016.

82. إبراهيم حبزطي، استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد الأول، يوليو 2018.

83. أسماء ريغي، الكفاءة المهنية والأكاديمية للقائم بالاتصال في السمي البصري، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015.

84. إيدير شيباني، رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أفريل 2014، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 5، العدد 10، جوان 2017.

85. إيمان فوال، علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة جيجل، المجلد 1، العدد 2، 2018.

86. بدر الدين زواقة، سارة مرازقة، اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد 08، ج02، 2017.
87. حسين خليفة، محمد شكري أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحري في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام بجامعة الأزهر، العدد 54، ج6، 2020.
88. حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3+4، 2012.
89. حليلة رقاد، نادية بن نونة، استراتيجية التكوين الإعلامي في الجزائر: نظرة تقييمية في ظل التحولات الجديدة في مجال التكوين الإعلامي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، المجلد 12، العدد 02، 2020.
90. حمدان خضر سالم، رواء هادي صالح، المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية: دراسة في التوازن الوظيفي لجريديتي الزمان والمدي، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، العدد 19، 2013.
91. خالد زكي أبو الخير، التحليل النقدي لمقاييس تقييم الأداء في دراسات وبحوث الصحافة: نحو بناء دليل مؤشرات قياس كفاءة الأداء الصحفي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23، أكتوبر/ديسمبر، جامعة الأهرام الكندية، مصر، 2018.
92. ذهبية آيت قاسي، توظيف القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر للتكنولوجيات الحديثة للاتصال، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7، العدد 1، 2018.
93. ربيعة جعفرور، اتجاهات طلاب الجامعة نحو عمل المرأة، مجلة المداد، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 4، العدد 1، 2016.
94. سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، المجلد 15، العدد 39، 2016.

95. سهيلة دهماني، معايير قياس الأداء المهني لدى الصحفي الجزائري، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، المجلد 1، العدد 10، مخبر علم الاجتماع المنظمات والمناجمت، جامعة الجزائر 2، 2017.
96. شريفة طيب، كريمة قلاعة، اتجاهات الشباب الجزائري نحو القنوات الجزائرية الخاصة في ظل الإعلام الإلكتروني: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة 3، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1، المجلد 5، العدد 17، 2016.
97. شهر زاد سوي، الأداء الإعلامي في الفضائيات الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية لأداء الخدمة الإخبارية بقناة النهار الجزائرية، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 6، العدد 2، جامعة سيدي بلعباس، ديسمبر 2015.
98. عابدين الدردير الشريف، المفاهيم والمصطلحات: تعريفها وأهميتها ودورها في البحث الإعلامي (مقاربة منهجية)، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 46، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق، ليبيا، 2009.
99. عادل عبد الرزاق، ماهر محمد علي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني لمخبري نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 11، العدد 44-45، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، 2019.
100. عادل عبد الغفار، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
101. عبد العزيز زواتيني، حاج الله مصطفى، المورد البشري بين الكفاءة والفعالية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية: بحوث ودراسات، جامعة البليدة 2، المجلد 8، العدد 1، 2021.
102. عبد القادر بغداد باي، يسري صيشي، البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية، مجلة آفاق علمية، جامعة تامنغست، الجزائر، المجلد 12، العدد 02، 2020.

103. عبد الله محمد عبد الله أبطيقة، القائم بالاتصال والأداء المهني، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية بالتعاون مع المعهد العالمي للخدمة الاجتماعية بينها، المجلد 2، العدد 4، ج 1، يوليو 2013.
104. عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتبي، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 3+4، 2010.
105. عبد الملوك مزهوده، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، المجلد 1، العدد 1، نوفمبر 2001.
106. العربي بوعمامة، حليلة رقاد، نظرية الواجب الأخلاقي: من الافتراضات النظرية إلى الممارسة المهنية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 5، العدد 04، 2018.
107. عزوز نش، عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر: دراسة وصفية تحليلية من خلال صحفيي قناة النهار TV، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 8، العدد 2، 2015.
108. فاطمة الزهراء تنيو، قطاع السمعي البصري في الجزائر: بين متطلبات التطوير وقيود التشريع، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 12، العدد 1، جانفي 2020.
109. فوزية عبد الله آل علي، تقويم أداء القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 14، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2015.
110. فوزية عبد الله آل علي، تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإماراتية - دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، أكتوبر 2012.
111. قوراية بلشير، شعبان فرج، التشخيص التنظيمي ودوره في تحسين الفعالية التنظيمية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، المجلد 9، العدد 1، 2021.

112. ليليا عين سوية، إسهامات التدريب في تطور القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة ميدانية، مجلة الإنسان والمجال، المركز الجامعي البيض، المجلد1، العدد 02، أكتوبر 2015.
113. مُجدّ أمزيان برغل، القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر: ظروف الأداء الإعلامي وعلاقتها بالموضوعية واحترام أخلاقيات المهنة، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015.
114. مُجدّ حسن اشتوي، الأداء المهني لقناة الأقصى الفضائية في ضوء آراء النخبة الإعلامية الفلسطينية، المجلة الدولية للبحوث الإسلامية والإنسانية المتقدمة، المجلد4، العدد 05، 2014.
115. مُجدّ حسين علوان، تقويم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية: دراسة لآراء عينة من النخبة الإعلامية العراقية لقنوات (الجزيرة، العربية، النيل للأخبار): دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، العدد 98، جامعة بغداد، العراق، 2011.
116. مُجدّ شطاح، التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر: دراسة في فلسفة التدريس ومنظومة الإصلاحات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد8، ماي 2012.
117. مختار عيواج، مالكة أمحيدة، الفعالية التنظيمية: دراسة تحليلية مقارنة بين المداخل التقليدية والمداخل المعاصرة، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، جامعة العربي التبسي تبسة، المجلد2، العدد1، 2017.
118. مليكة بوخاري، التحقيقات الصحفية في القنوات الخاصة بين العمل الاحترافي وصحافة الإثارة: نموذجي الدراسة من قناة الشروق TV والنهار TV، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 6، العدد2، ديسمبر 2015.
119. نادية بن نونة، العربي بوعمامة، التكوين الجامعي في السمع البصري: الرهانات الأكاديمية والمهنية، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1، المجلد5، العدد17، 2016.
120. نور العابدين قوجيل، جمال الدين مدفوني، برامج التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة: دراسة استطلاعية لآراء عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، مجلة

الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 7، العدد3، ماي 2022.

121. نورين عشاش، خديجة ريغي، الفضائيات الجزائرية الخاصة: ملاحظات نقدية للأداء الإعلامي، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد6، العدد2، جامعة سيدي بلعباس، ديسمبر 2015.

122. وليد حسيني، البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة بين برنامج "حوار الساعة" بالقناة الثالثة و"هنا الجزائر" بالشروق نيوز، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 3، يونيو 2018.

د- المحاضرات:

123. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر.

ه- الملتقيات العلمية:

124. العربي بوعمامة، يحي تنفير حنان، التكوين الأخلاقي في التدريس الإعلامي عند البروفيسور عزي عبد الرحمن، ضمن ملتقى منشور بعنوان: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2020.

125. لبي رحومي، القطاع السمعي البصري في الجزائر بين الضوابط المهنية والإخلالات الأخلاقية- دراسة تحليلية لعينة من برامج قنواتي النهار والشروق TV، ضمن ملتقى منشور بعنوان: التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وممارسي الاتصال، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2020.

و- القوانين:

* القانون العضوي 05-12، المؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق 12 يناير سنة 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد2، الصادر يوم الأحد 21 صفر 1433هـ، الموافق لـ15 يناير 2012.

* مرسوم عدد 116 لسنة 2011 مؤرخ في 2 نوفمبر 2011 يتعلق بجرية الاتصال سمعي البصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي البصري.

الكتب الأجنبية:

126. Mahzarin R.Banaji, Lariza Heiphetz, **Attitudes, Handbook of Social Psychology**, 5th Edition, Volume1, Hoboken, N.J.: Wiley, 2010, USA.
127. Dheeraj Sharma, **Understanding Coefficient Alpha: Assumptions and Interpretations**, Indian institute of management Ahmedabad, march 2016.

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns in black and white, framing the central text.

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (01)

استبيان دراسة بعنوان:

اتجاهات الأكاديميين نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة
دراسة ميدانية على عينات من أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية

الأستاذ الفاضل / الأستاذة الفاضلة:

تحية طيبة وبعد،،،

يقوم الطالب بدراسة حول: "اتجاهات الأكاديميين نحو الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة" للحصول على درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري والتكنولوجيات الجديدة. ولتحقيق أهداف الدراسة يرجى الإجابة على الأسئلة المتضمنة في هذه الاستمارة بدقة، وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية، ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي وشكرا مسبقا لتعاونكم.

مع خالص الشكر والتقدير

الطالب:

هشام ميسه

من فضلك أجب عن الأسئلة التالية بوضع علامة (x) على الإجابة التي تنطبق عليك

المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

1- النوع:

1. ذكر

2. أنثى

2- السن:

1. أقل من 30 سنة

2. من 30 إلى أقل من 40 سنة

3. من 40 إلى أقل من 50 سنة

4. من 50 سنة فأكثر

3- الدرجة العلمية:

1. أستاذ

2. أستاذ محاضر (أ-ب)

3. أستاذ مساعد (أ-ب)

4- الخبرة المهنية:

1- أقل من 05 سنوات

2- من 05 إلى أقل من 10 سنوات

3- أكثر من 10 سنوات

المحور الثاني: عادات وأنماط التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة:

5- ما مدى تعرضك للقنوات الجزائرية الخاصة الآتية:

1- النهار: دائما أحيانا نادراً أبداً

2- الشروق نيوز: دائما أحيانا نادراً أبداً

3- البلاد: دائما أحيانا نادراً أبداً

6- كم الوقت الذي تقضيه في مشاهدة للقنوات الجزائرية الخاصة يومياً؟

1. أقل من ساعة

2. من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات

3. ثلاث ساعات فأكثر

7- ما هي الفترة المفضلة لمتابعة القنوات الجزائرية الخاصة؟

1. الفترة الصباحية

2. فترة الظهيرة

3. الفترة المسائية

4. فترة السهرة أو ليلاً

5. أوقات متفرقة

8- ما دوافع التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة؟

1. معرفة ما يجري في الجزائر
2. تعتبر بديلا عن القنوات العمومية
3. معرفة الأحداث العربية والعالمية
4. لأنها تثير قضايا حساسة
5. للتسلية والترفيه
6. أشاهدها بحكم تخصصي
7. للتحقيق
8. لمعرفة واقع الممارسة الإعلامية بالقنوات الخاصة
9. تمضية الوقت
10. أخرى تذكر:

9- ما هو المكان الذي تشاهد فيه للقنوات الجزائرية الخاصة؟

1. في البيت
2. في المقهى
3. في العمل
4. عند الأصدقاء والأقارب
5. حسب الظروف

10- ما هي الوسيلة التي تشاهد من خلالها القنوات الجزائرية الخاصة؟

- 1- عن طريق التلفزيون
- 2- عن طريق الكمبيوتر
- 3- عن طريق الهاتف النقال
- 4- جهاز الأيباد iPad

11- ما درجة اعتمادك على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للحصول على المعلومات في الحالات الآتية:

درجة ضعيفة جدا	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة عالية	درجة عالية جدا	
					في الظروف العادية
					الحراك الشعبي
					جائحة كورونا
					قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب
					الأزمة الليبية
					الأزمة الروسية - الأوكرانية
					القضية الفلسطينية

12- ما مدى ثقتك بالقنوات الجزائرية الخاصة؟

1. أثق فيها بشكل كبير
2. أثق فيها إلى حد ما
3. لا أثق فيها

13- هل أثرت مشاهدتك للقنوات الجزائرية الخاصة على مشاهدتك للتلفزيون الجزائري العمومي؟

- 1- نعم 2- إلى حد ما 3- لا

إذا كانت إجابتك "نعم" أو "إلى حد ما" هل:

- 1- زادت مشاهدتي للتلفزيون العمومي
- 2- قلت مشاهدتي للتلفزيون العمومي

14- اتجاهات الأكاديميين نحو الجوانب الإيجابية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة:

الرقم	العبارة	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
01	التغطية الفورية للأحداث وتحقيق السبق الإخباري				
02	التعمق في معالجة الأحداث والقضايا				
03	الإمكانيات التقنية المتميزة والإبهار في الإخراج				
04	لديها شبكة ضخمة من المرسلين في أنحاء الوطن وخارجه				
05	تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن في الأداء				
06	لديها طاقم متميز من المذيعين وفريق الإعداد				
07	تحرص على مشاركة الجماهير في برامجها				
08	تعالج موضوعات وقضايا متنوعة				
09	تقدم أفلاما تسجيلية وثائقية متميزة				
10	تستضيف شخصيات تلائم ما تطرحه من قضايا				
11	العقلانية والهدوء في إدارة الأزمات				
12	تهتم بالأخبار التي تخدم المصالح المحلية				
13	ربط المواطن بالأحداث الفورية				
14	جودة المعلومات المقدمة				
15	المسؤولية الأخلاقية في نشر الأخبار				
16	تقدم المصدقية على السبق الصحفي				
17	الاعتماد على مصادر إعلامية قوية وموضوعية				
18	تتميز بتنوع وشمولية المحتوى				
19	واقعية وملازمة لحاجات المشاهدين				

15- اتجاهات الأكاديميين نحو الجوانب السلبية في أداء القنوات الجزائرية الخاصة:

الرقم	العبارة	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
01	الأداء الاستفزازي لبعض المذيعين، وانفعالهم في الأداء				
02	عدم احترام المشاهدين				
03	اتجاهها السياسي غير محدد وغامض				
04	تسعى إلى تحقيق السبق الإعلامي على حساب الدقة				
05	غير محايدة في معالجة الأحداث				
06	غياب الإبداع والتجديد				
07	ضعف كفاءة العنصر البشري				
08	سطحية المعالجة				
09	تبني وجهة نظر رسمية في معالجة الأحداث				
10	ضعف مستوى التكنولوجيا المستخدمة				
11	عدم مواكبة الأحداث				
12	ضعف شبكة المراسلين				
13	التبعية الإعلامية والإخبارية في المصادر				
14	افتقاد المصداقية				
15	عدم اتباع آداب الحوار				
16	عدم الدقة في الأخبار				
17	البعد عن الموضوعية				
18	عدم احترام الحياة الخاصة للمشاهدين				
19	عدم تقديم الموضوعات المهمة للمجتمع				
20	عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة				
21	ضعف المصادر الإعلامية المعتمد عليها				

16- اتجاهات الأكاديميين نحو أداء القنوات الجزائرية الخاصة: (النشرات الإخبارية)

الرقم	العبارة	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
01	تنوع أخبار النشرة من حيث المضمون (سياسي، علمي، اقتصادي)				
02	توازن أخبار النشرة بين المحلي والعربي والدولي				
03	توازن أخبار النشرة بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية				
04	الفورية في تغطية الأحداث فور وقوعها				
05	التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة نحو الأحداث				
06	الفصل بين الحقائق والآراء في تقديم الأحداث				
07	إسناد الحقائق إلى وقائعها				
08	استخدام لغة متوازنة غير متحيزة في عرض الأحداث				
09	تستخدم لغة بسيطة وسليمة وواضحة في صياغة الأخبار				
10	يخلو تقديم الأخبار من الأخطاء اللغوية الشائعة				
11	تقدم الأخبار بشكل ينطوي على الجاذبية والحيوية				
12	ترتب الأخبار في النشرة وفقا لأهميتها				
13	يتميز الإخراج الفني للنشرة بالجودة الفنية				
14	الاستعانة بالأفلام الحية من مواقع الأحداث				
15	الاستعانة بالمواد الأرشيفية لدعم الأخبار				
16	الاستعانة بالرسومات والخرائط				
17	الاستعانة بالصور الثابتة				
18	الاستعانة بتقارير المراسلين في عواصم العالم				
19	الاستعانة بالخبراء العرب لتفسير الأحداث وشرحها				
20	الاستعانة بالخبراء الأجانب لتفسير الأحداث وشرحها				
21	يعالج شريط الأخبار الأحداث الطارئة				

17- اتجاهات الأكاديميين نحو أداء القنوات الجزائرية الخاصة: (البرامج المقدمة):

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالحدائثة والمعاصرة					
02	أرى أن القضايا المطروحة تتسم بالأهمية والتنوع					
03	أرى أن المعالجة المقدمة للقضايا تتسم بالعمق					
04	ملاءمة تخصص الضيوف للقضايا المطروحة					
05	أرى أن البرامج المقدمة تتسم بالجرأة في طرح كافة أبعاد القضايا المعالجة					
06	تغطي البرامج مختلف القضايا المحلية والوطنية					
07	الإعداد الجيد للبرامج					

18- اتجاهات الأكاديميين نحو المذيعين والمذيعات:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يتميز المذيعون والمذيعات بمهارات تفاعل جيدة مع الجمهور					
02	يتميز المذيعون والمذيعات بالجرأة والحرية في معالجة القضايا					
03	يملك المذيعون والمذيعات خلفية ثقافية جيدة حول القضايا المطروحة					
04	يدير المذيعون الحوارات مع الضيوف بشكل جيد					
05	هناك توازن في طرح أبعاد القضايا وتوزيع الوقت بين ضيوف البرنامج					
06	عدم تمكن المذيعين والمذيعات من اللغة العربي ويقدمون برامجهم بأسلوب جيد					

19- اتجاهات الأكاديميين نحو الإخراج:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يتم توظيف الصورة التلفزيونية لخدمة القضايا المعالجة					
02	تستخدم الفواصل لتخفيف الملل					
03	يستخدم الإيجاز في الإخراج التلفزيوني					
04	يوجد تكامل بين النص المكتوب وحديث الصورة					
05	تتميز بجودة التصوير					
06	توظيف الجرافيك بما يتناسب مع طبيعة البرنامج					
07	توظيف المؤثرات المرئية والرقمية					
08	مونتاج البرامج يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة					

20- اتجاهات الأكاديميين نحو التفاعل مع الجمهور:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	توجد وسائل اتصال جيدة بجمهور المشاهدين					
02	يعبر المشاركون من الجماهير عن آرائهم بحرية					
03	هناك اهتمام بأسئلة ومدخلات الجمهور					
04	يكون التوقيت مناسباً لتمكين الجمهور من المشاركة					
05	تستخدم القنوات الخاصة البريد الإلكتروني والهواتف في التفاعل مع مشاهديها					

21- اتجاهات الأكاديميين نحو أداء القنوات الجزائرية الخاصة (مستوى الكفاءة الإدارية):

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
01	يتميز طاقم القنوات الخاصة بكفاءة العنصر البشري (معد مقدم مخرج)					
02	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات التكنولوجية اللازمة					
03	تمتلك القنوات الخاصة الامكانيات المالية الكافية					
04	تعمل على التطوير في الشكل والمضمون					
05	الكفاءة في إدارة الأزمات					

22- ما هي مقترحاتك لتطوير الأداء المهني للقنوات الجزائرية الخاصة؟

- 1- توظيف حاملي شهادة في مجال الإعلام والاتصال
- 2- إقامة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال
- 3- ضرورة امتلاك القائمين بالاتصال مهارات الاتصال والتواصل
- 4- الالتزام بالموضوعية والمصداقية
- 5- التجهيز التقني الحديث
- 6- الرفع من المستوى الفني للديكور وعوامل جذب المشاهد
- 7- ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة
- 8- الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع وقيمه
- 9- أخرى تذكر:

شكراً على حسن تعاونكم

الملحق رقم (02)

قائمة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الرقم	المحكم	الصفة
1	أ.د. أمين منصور وافي	قسم الصحافة والإعلام - كلية الآداب - الجامعة الإسلامية - غزة
2	أ.د. رشيد خضير	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الوادي
3	أ.د. ماجي الحلواني	كلية الإعلام - جامعة القاهرة - مصر
4	أ.د. محرز حسين غالي	كلية الإعلام - جامعة القاهرة - مصر
5	أ.د. مُجَّد علي الأصفر	كلية الفنون والإعلام - جامعة الزيتونة - ليبيا
6	أ.د. مُجَّد عبد البديع السيد	قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
7	أ.د. فضيل دليو	كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة 3
8	أ.د. عابدين الدردير الشريف	كلية الفنون والإعلام جامعة طرابلس - ليبيا
9	أ.د. عبد الجواد سعيد ربيع	عميد كلية الإعلام - جامعة المنوفية - مصر
10	د. أمل مُجَّد أمين خطاب	قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
11	د. أمينة علاق	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة أم البواقي
12	د. سعد بلمداني	قسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الأغواط
13	د. علي سالم عاشور	الجامعة الإسلامية الأسمرية زليتن - ليبيا
14	د. فاطمة الزهراء قيطة	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الوادي
15	د. فوزية آل علي	كلية الاتصال - جامعة الشارقة - الإمارات العربية المتحدة
16	د. لبني رحموني	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة أم البواقي