

اتجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة وعلاقته بتطوير أداء المؤسسات الإعلامية

(دراسة تطبيقية على المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة)

Attitudes of communicator towards implementing governance and his relationship to developing the performance of media institutions.

(Applied study on government media institutions in the Emirate of Sharjah)

أ.م.د. بسام عطية المكاوي *

Dr.Bassam Attia Elmekawi

أ.د. هشام محمد عباس **

Pof.Hisham Mohammed Abbas

[Doi: org/10.52981/cs.v7i4.2913](https://doi.org/10.52981/cs.v7i4.2913)

مستخلص البحث:

يهدف هذا البحث التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو مبادئ الحوكمة وعلاقته بتطوير الأداء والممارسة المهنية بالمؤسسات الإعلامية. واستندت الدراسة على بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على مدخل تحليل النظم من خلال دراسة مسحية على عينة من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة، وبلغ عدد مفرداتها (50) مفردة، وتم توظيف أداتي، الاستبانة، والملاحظة المباشرة في جمع بياناتها، وتوصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج أهمها: إدراك القائم بالاتصال عينة الدراسة مفاهيم الحوكمة ومبادئها، ووعيه بأهمية تطبيق هذه المبادئ لتحقيق جودة الأداء المؤسسي، وأظهرت النتائج أن مبدأ الشفافية جاء في مقدمة مبادئ الحوكمة المطبقة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة موضع البحث بنسبة بلغت 98.67%، يليه مبدأ المشاركة في

* أستاذ الصحافة المشارك رئيس قسم الاتصال الجماهيري بكلية الاتصال - الجامعة القاسمية بإمارة الشارقة.

**أستاذ الإذاعة والتلفزيون عميد كلية الاتصال - الجامعة القاسمية بإمارة الشارقة.

الترتيب الثاني بنسبة بلغت 94.67%، يليه مبدأ المساءلة في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 93.33%، ثم مبدأ الكفاءة في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 89.33%، ثم مبدأ المسؤولية الاجتماعية في الترتيب الخامس بنسبة بلغت 86.67%، ثم مبدأ النزاهة في الترتيب السادس والأخير بنسبه بلغت 83.33%. كما أظهرت النتائج وجود انعكاسات ايجابية لتطبيق مبادئ الحوكمة على المعايير المهنية وبيئة العمل في المؤسسات الإعلامية عينة البحث. وأوصى البحث ضرورة إشاعة ثقافة الحوكمة بين العاملين والقائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة. وجعل الحوكمة جزءاً من البرنامج التدريبي الخاص بالقيادات الإدارية العليا، والعاملين بتلك المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: مبادئ الحوكمة، الجودة المؤسسية، المعايير المهنية، الحوكمة الإعلامية.

Abstract:

The research aims at identifying the attitudes of communicators towards the principles of governance and its relationship to the development of performance and professional practice in media institution.

The based on constructing its variables and interpretation of its results on the system analysis approach through a survey study on a sample of communicators in government media institutions in Emirate of Sharjah. The number of its respondents reaches 50, questionnaire and direct observation were employed to collect concerned data , the researcher has come out with some results , the most important is awareness of communicator which the study sample tackles, the governance concepts and principles , the targeted communicator should aware the importance of applying these principles to achieve quality institutional performance . The results showed that the principles of transparency came at the forefront of the principles of governance applied in the government media institutions Sharjah , the research topic , with percentage of 98.67% , followed by the principle of participation in the second rank , with a percentage of 94.67% followed by the principle of accountability in the third rank with percentage of 93.33% , then the principle of social responsibility in the fifth rank then the principle of integrity in the six last ranking . The results showed the existence of positive repercussions for the application of principles of governance on professional standards and the work environment in the media institutions , the sample of research.

The researchers recommended the necessity of spreading the culture of governance among employees and communicators in government media institutions in the Emirate of Sharjah and make governance part of

training programs for senior administrative leaders and employees in those institutions.

Keywords: governance principles, institutional quality, professional standards, media governance.

المقدمة:

حظيت دراسات القائم بالاتصال بكثير من الاهتمام خاصة بعد بروز العديد من التحولات الكبرى في مجال الإعلام الرقمي وشبكات التواصل وصحافة الذكاء الاصطناعي والميتافيرس وغيرها من التطورات التكنولوجية التي أحدثت تغييراً كبيراً في مفهوم عملية الاتصال ومكوناتها، فالمتلقي لم يعد سلبياً كما كان في وسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح اليوم نداً للقائم بالاتصال، كما تعاضد دور الوسيلة وأصبحت تقدم رسالة إعلامية تجمع بين طياتها وسائط متعددة بالإضافة إلى روابط تشعبية تتيح للمتلقي مادة صحفية رقمية لا محدودة، غير مقيدة بزمان ولا مكان.

ولم يشمل التحولات السابقة القائم بالاتصال ومكونات العملية الاتصالية فقط، بل تعداها إلى بيئة العمل ومفهوم إدارة المؤسسات الإعلامية، وما واكب ذلك من نشوء الكثير من الظواهر الاتصالية المرتبطة بالممارسة الإعلامية. ونتيجة لذلك ظهرت العديد من التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية التقليدية وتؤثر في وجودها، والتي كان من أبرز مظاهرها تحول العديد من الصحف الورقية إلى الإصدارات الرقمية، الأقل تكلفة، والأسرع تحديثاً، والأوسع انتشاراً، والأمر ذاته في الإعلام المرئي والمسموع، إذ يشير الواقع المحلي، والواقع الإقليمي والعالمي إلى أن هذه الصناعة تعاني من أزمة حقيقية تهدد ليس فقط استمراريتها، وقدرتها على المنافسة، بل تهدد وجودها وبقائها.

مما سبق بات تطبيق مفهوم الحوكمة بالمؤسسات الإعلامية أمراً واجباً؛ إن أرادت هذه المؤسسات زيادة قدرتها التنافسية، وتطوير أدائها رغبة في

الاستمرار والبقاء، خاصة وأن تطبيق مبادئ الحوكمة يساهم في تطوير الأداء المؤسسي، داخل المؤسسة وخارجها، وتحديد الفرص والتحديات السوقية في المستقبل، وخلق ثقافة الشفافية والنزاهة والمشاركة، والمساءلة، والكفاءة، والمسؤولية الاجتماعية، تلك المبادئ التي تؤدي إلى رفع أسهم المؤسسة وتزيد من إنتاجياتها.

جاءت هذه الدراسة لتلبية المطالبات المتزايدة بضرورة الاهتمام بمفهوم حوكمة المؤسسات الإعلامية لما لهذا المفهوم من دور مهم وفعال في ظل التحول والتطور السريع على مستوى الوسيلة، والرسالة الإعلامية، والجمهور وإدارة المؤسسات، مما يؤدي إلى تكوين واقع إعلامي متميز ومختلف، يفيد في تطوير الممارسة الإعلامية، لاسيما وأن الربط بين الحوكمة، وتطوير العمل والممارسة الإعلامية لم يلق الاهتمام الكاف من قبل الباحثين في مجال الاتصال والإعلام.

الدراسات السابقة:

تناول العديد من الباحثين موضوع الحوكمة، وتأثيرها في تطوير الأداء وكفاءة المنظمات والمؤسسات في المجتمعات العربية والأجنبية، وقد تعرض الباحثان بالتحليل لهذه الدراسات من حيث أهدافها، ومجالات تطبيقها، وأهم نتائجها، وكان التركيز هنا على الأبحاث التي تناولت الحوكمة في المؤسسات الإعلامية، وذلك كما يلي:

1- بحث دراسة سامح محروس (2022)⁽¹⁾ والتي جاءت بعنوان: حوكمة

الإدارة في المؤسسات الصحفية القومية، كيفية الاستفادة من «الحوكمة» في التغلب على المشاكل والتحديات الإدارية التي تواجه المؤسسات الصحفية القومية المصرية وتهدد استمراريتها في أداء رسالتها الصحفية، ومن خلال استخدام الدراسة المنهج المسح، وأدوات الملاحظة، والاستبانة، والمقابلات المعمقة في جمع البيانات، توصلت إلى مقترح التحول إلى مؤسسة ذات محتوى متعدد

المنصات، تكون الصحيفة الورقية المطبوعة أحد عناصره. وحذرت الدراسة من اتخاذ أية إجراءات لدمج المؤسسات، وأكدت أن هذا سيزيد من تفاقم مشاكلها، وكشفت النتائج عن أن المحتوى الذي تقدمه الصحف القومية حالياً لا يساعد المؤسسات على النجاح الاقتصادي، وأوصت الدراسة بضرورة دعم وتشجيع النشاط الاستثماري للمؤسسات الصحفية، والالتزام بمعايير الحوكمة في إدارة المؤسسات.

2- وتناولت دراسة جيهان يحيى (2021)⁽²⁾ استخدام مبادئ الحوكمة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية المصرية واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، وبينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال في استخدام مبادئ الحوكمة لتطوير مؤسساتهم الإعلامية وفقاً لطبيعة المؤسسة التي يعمل بها، وكذلك وفقاً لسنوات الخبرة. وقد أوصت الدراسة بضرورة إشاعة ثقافة الحوكمة بين العاملين بالمؤسسات الإعلامية وما يرتبط عملها من تطوير للأداء المؤسسي.

3- استهدفت دراسة فيروز عبد الحميد (2020)⁽³⁾، التعرف على إشراك العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية في صياغة خطط وأهداف المؤسسة وتأثيره على إتباع الأساليب الإدارية الجديدة. استخدمت الدراسة أسلوب المسح. واستبانة الاستقصاء كأداة تم تطبيقها على عينة قوامها (380) مفردة. من مديري إدارات مؤسسة دار أخبار اليوم المصرية للطبع والنشر ورؤساء الأقسام، وأشارت النتائج إلى أن جميع الباحثين في المؤسسات الصحفية محل الدراسة لهم اختصاص واضح ومحدد وعلى علم بالمهام الموكلة إليهم، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام الأساليب الإدارية التي تناسب العمل داخل المؤسسة.

4- واستهدفت دراسة نجم العيساوي (2018)⁽⁴⁾ ، التعرف على تأثير الحوكمة في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية وانعكاساتها المتوقعة على اتجاهات الجمهور نحو تلك المؤسسات، إذ استخدم الباحث أداة الاستبانة والتي تم تطبيقها على عينة من أساتذة الإعلام والعلوم الإدارية في الجامعات العربية بلغ عددها 153 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تطبيق مبادئ الحوكمة كان له العديد من الانعكاسات الإيجابية تمثلت أبرزها في زيادة الثقة في المؤسسة الإعلامية ورسالتها، والتفاعل معها، علاوة على تعميق الدور الاجتماعي لها.

5- ورصدت دراسة عيسي عبد الباقي (2018)⁽⁵⁾ مدى الارتباط بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي، ومكونات الأداء المؤسسي والتي تتمثل في الفاعلية، والكفاءة، والملاءمة، والاستمرارية، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها، وتفسير نتائجها على عدة مداخل نظرية منها: مدخل التخطيط الاستراتيجي، ونموذج "سوات" Swot المطور في المنظمات الإعلامية، ومدخل تحليل النظم من خلال دراسة مسحية تم توظيف أداتي، الاستبانة، والملاحظة المباشرة في جمع بياناتها من القيادات الإدارية العليا لعينة الدراسة، والوسطى بالمؤسسات الصحفية المصرية القومية (الأهرام، أخبار اليوم، دار التحرير للطباعة والنشر) وبلغ عدد مفرداتها (150) مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التخطيط الاستراتيجي لم يترك تأثيرات كبيرة على جودة الأداء بالمؤسسات الصحفية المصرية القومية، الأمر الذي يشير إلى أن هذه المؤسسات لم تستطع أن توظف التخطيط الاستراتيجي بما يتلاءم مع أهميته كأحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي تساعد المؤسسات على التأقلم، والاستجابة السريعة للتغيرات في بيئتها الداخلية والخارجية.

6- وبحثت دراسة محمد إبراهيم (2018)⁽⁶⁾ دور الحوكمة في تحسين كفاءة أداء المؤسسات الصحفية المصرية القومية، بالتطبيق على متغيرات

(اللامركزية، الشفافية، المشاركة، المساواة) واستخدم الباحث منهج المسح، ونموذج القيمة التنافسية كمدخل نظري بجانب المقابلات المقننة مع مجموعة من القيادات الصحفية بهذه المؤسسات، وكشفت نتائج الدراسة أن المؤسسات قيد البحث بعيدة عن تطبيق مبادئ الحوكمة؛ لذا فهي لديها قصور على المستوى الإداري والمالي والتسويقي، تبعه انخفاض في مستوى الأداء، بالإضافة إلى أن هذه المؤسسات يدار معظمها بالمركية الشديدة.

7- ورصدت دراسة Bozena. Mierzejewska، وآخرون (2017)⁽⁷⁾، الجهود الإستراتيجية لصناعة الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية في ظل التهديدات التي تفرضها وسائل الإعلام الجديدة، من خلال دراسة تتبعية للصحافة المطبوعة امتدت نحو عشرين عاماً، ووظفت الدراسة نظرية تطور الوسائل الإعلامية Media evolution theory، كمدخل نظري لها، كما تم توظيف استراتيجيات: التمايز Differentiation، والتنوع Diversification، والمحاكاة Mimicking، لبحث مدى استجابة الصناعات الإعلامية التقليدية للتهديدات من التقنيات الجديدة، وتوصلت نتائج البحث إلى أن صناعة الصحف المطبوعة استجابت لتهديدات المنصات الإعلامية الجديدة عبر تطوير مواقع الويب الخاصة بها، وإحداث تنوع في المحتوى المقدم على الشبكة العنكبوتية، وأن الاستجابة الإستراتيجية الأكثر شيوعاً وفعالية كانت لصالح إستراتيجية التمايز.

8- وركزت دراسة مني عبد المقصود (2017)⁽⁸⁾ على توضيح الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام من خلال رؤية "تحليلية نقدية". لمجموعة البحوث المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، من خلال اتجاهات ثلاثة هي:

أولاً: الاتجاهات الحديثة في تدريس منهج أخلاقيات الإعلام.

ثانياً: الاتجاهات الحديثة في دراسات اتجاهات القائم بالاتصال نحو المعايير الأخلاقية والمهنية.

ثالثاً: الاتجاهات الحديثة في دراسات تقييم أداء المؤسسات الإعلامية أثناء الأزمات، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على تطوير البحث العلمي ودراسة الاتجاهات المستقبلية وتوفير قواعد معرفية، تساهم في تمكين وسائل الإعلام من ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية والثقافية المختلفة.

9- وسعت دراسة خالد الحياصات، وآخرين (2015)⁽⁹⁾، إلى قياس تأثير المسؤولية الاجتماعية الداخلية والخارجية على الأداء المؤسسي في المؤسسات الصحفية الأردنية بالتطبيق على مؤسسة الرأي الصحفية الأردنية (دراسة حالة)، واستخدم الباحثون منهج المسح، وأداة الاستبانة، وتم تطبيقها على عينة عشوائية منتظمة قوامها (63) مفردة من المديرين بالمؤسسة، وانتهت النتائج إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية، والخارجية، وتحسين مستويات الأداء المؤسسي في المؤسسات الصحفية الأردنية، وتبين ذلك في عدة مؤشرات هي: تطوير الممارسات الفاعلة للموارد البشرية، وإيفاد العاملين إلى دورات تدريبية في مجال تخصصاتهم، وخلق علاقة إيجابية مع جميع العاملين في المؤسسة، وتقويم أدائهم، وترقيتهم وفقاً لأسس عادلة.

10- وتناولت دراسة Christofer Rydland (2013)⁽¹⁰⁾، التعاون وحوكمة الشركات في صناعة الصحف الإقليمية السويدية، من أجل تحليل أوضاع صناعة الصحافة الإقليمية في السويد، وبيان مدى قدرتها على تطبيق مبادئ الحوكمة، والإدارة الرشيدة، استخدمت الدراسة منهج المسح، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداة المقابلة، كما وظفت مدخل التسلسل الهرمي، ومدخل الحوكمة، ونظرية الشركة، كإطار نظري لها، وتم التطبيق على مجموعتين من المؤسسات الصحفية، وهما: self-governed group, the Lindesberg Group ،

باعتبارهما من أعرق وأهم المجموعات الصحفية المحلية في السويد، وأوضحت النتائج أن الصحف التي تصدر عن المجموعتين كانت أكثر المجموعات الصحفية القائمة من حيث كفاءة الأداء على مستوى تطوير أساليب الإدارة والتنظيم، وتطوير الخطط والسياسات السوقية، وحرصهما على تحقيق قدر من التعاون والتنسيق بينهما.

11- ورصدت دراسة حياة الحوسني (2013)⁽¹¹⁾، العلاقة بين تنمية الموارد البشرية، وتطوير مهارات العاملين ببعض المؤسسات الإعلامية بأبوظبي، وذلك بالتطبيق على المجلس الوطني للإعلام وشركة أبو ظبي للإعلام، وكشفت النتائج أن للقيادة العليا في المؤسسة الإعلامية دوراً حيوياً في التأثير على العاملين، وتطوير العمل من خلال التوجيه، والاستيعاب، بجانب أهمية البُعد الاجتماعي داخل التنظيم الرسمي لإدارة المؤسسة. وانتهى البحث إلى أن التخطيط الاستراتيجي له أهمية كبرى في تنمية الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية، وأن أساليب وطرق الإدارة التقليدية في المؤسسات الإعلامية، والتي تتسم بالبيروقراطية، تفقد العاملين فيها خاصية الإبداع، والتطوير، وأن التخلي عنها يجعل العاملين يؤدون العمل بالجودة المطلوبة مما يساعد على تحقيق وإنجاز أهداف المؤسسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال ما سبق عرضه من دراسات يمكن استخلاص المؤشرات التالية:

1- تنوع وتعدد الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت برصد العلاقة بين الحوكمة وتطوير أداء المؤسسات الإعلامية، حيث اهتمت الدراسات السابقة بإبراز مفاهيم الحوكمة، وأهمية تطبيق مبادئها كواحدة من العمليات الإدارية الحديثة، ودراسة أثر واقع تطبيقها في المؤسسات، والمنظمات المتنوعة، على المستويين المحلي والدولي.

2- وجود علاقة بين تطبيق مبادئ الحوكمة وتحقيق الضبط الإداري والأداء الاقتصادي الرشيد، وزيادة الثقة في المؤسسة الإعلامية ورسالتها، والتفاعل معها، علاوة على تعميق الدور الاجتماعي لها.

3- هناك توجهاً إيجابياً، وقناعة لدى العاملين في المؤسسات المختلفة بأهمية تطبيق مبادئ الحوكمة.

4- ندرة الدراسات بالوطن العربي التي تعرضت لربط العلاقة بين تطبيق مبادئ الحوكمة بالمؤسسات الإعلامية، وجودة الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال؛ رغم التوجه المتزايد من قبل الباحثين في الوطن العربي لدراسة حوكمة الشركات والمؤسسات في مجالات نوعية بعيدة عن مجال الإعلام، الأمر الذي يعطى هذه الدراسة أهمية نسبية في رصد واقع تطبيق معايير الحوكمة في إدارات الإعلام بالاتصال الحكومي، لاسيما في ظل التطور المستمر في البيئة الرقمية التي تمارس فيها العملية الاتصالية.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحثان من تعرضهما للدراسات السابقة على المستويين المعرفي، والمنهجي، وذلك على النحو التالي:

1- التعرف على واقع تطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسات والمنظمات المختلفة، مما ساعد على تحديد متغيرات الدراسة بدقة.

2- التعرف على الجوانب المنهجية المستخدمة في الدراسات السابقة؛ مما مكن الباحثين من بناء استبانة تتضمن مختلف المؤشرات التي تقيس توافر مبادئ الحوكمة، والأداء المؤسسي، تم توظيفها في إطار هذه الدراسة.

3- التعرف على نتائج الدراسات السابقة والاستفادة منها في مناقشة نتائج الدراسة الحالية، مما ساعد في تفسير النتائج، وتقديم المقترحات اللازمة.

4- تعتبر هذه الدراسة هي الأولى التي خضعت لأنموذج الممارسة الإعلامية في إمارة الشارقة في مجال الحوكمة للبحث العلمي.
موقع البحث من الدراسات السابقة:

رغم الاستفادة التي تحققت للباحثين من خلال اطلاعهما على التراث النظري السابق، غير أنهما اختارا مجال تطبيق يختلف عن مجالات التطبيق في الدراسات السابقة، حيث تم التركيز على القائم بالاتصال في قطاع الاتصال الحكومي بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة وذلك لما وجده الباحثان من ندرة في الدراسات التي ربطت بين تطبيق الحوكمة وجودة الأداء في هذا القطاع الحيوي، لذا تختلف الدراسة الحالية عن التراث النظري السابق في تناولها لمبادئ الحوكمة وتأثيرها على جودة الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في إدارات الاتصال الحكومي بإمارة الشارقة.

مشكلة البحث:

يمكن عرض مشكلة البحث من خلال:

أ. الإحساس بالمشكلة:

عمل الباحثان في العديد من المؤسسات الإعلامية وشعرا بضرورة إيجاد ربط فلسفي بين فلسفة الاتصال وحوكمة المؤسسات الاتصالية من خلال الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال

ب. تحديد المشكلة:

في ظل الإعلام الجديد ظهرت الحاجة إلى ضرورة بناء مؤسسات إعلامية منافسة لإعلام المواطن لتعميق المهنية في الممارسة الاتصالية، ولا يمكن أن تنتج هذه المؤسسات رسالة اتصالية موضوعية ما لم تتمثل بسياسات هي أشبه ما تكون بالحوكمة وبالتالي يجي هذا البحث لتعميق مفهوم الحوكمة في

المؤسسات الاتصالية وقياس اتجاهات القائمين بالاتصال نحو هذه المفاهيم وأثرها في الممارسة الإعلامية.

أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من عدة جوانب، هي:

1- يتواكب هذا البحث مع خطة دولة الإمارات العربية المتحدة الرامية إلى

تطوير مؤسسات الدولة بمختلف القطاعات من خلال تطبيق نظم الإدارة

الرشيدة، ورفع كفاءات النظام الإداري المحكوم فيها.

2- يستمد هذا البحث أهميته من نوع الموضوع الذي يتناوله، وهو

الحوكمة، الذي يعد من أهم المفاهيم الإدارية التي لاقت رواجاً في

السنوات الأخيرة لما لها من أهمية في تحسين وجودة أداء المؤسسات

في مختلف القطاعات ومنها المؤسسات الإعلامية والتي أصبحت في

حاجة ماسة إلى تطبيق مبادئ الحوكمة للنهوض بها ومساعدتها على

المنافسة مع وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية الأخرى.

3- بعد استقراء الدراسات السابقة في هذا المجال، يحاول الباحثين سد

النقص في هذه النوعية من البحوث داخل المؤسسات الإعلامية

الإماراتية، إذ إنه حسب علم الباحثين لم تجر دراسة علمية حول هذا

الموضوع في البيئة الإعلامية الإماراتية خاصة في إمارة الشارقة، لذا

تعد هذه الدراسة من الدراسات التأسيسية التي تحاول تحديد العلاقة بين

تطبيق مبادئ الحوكمة، وجودة الممارسة المهنية للقائم بالاتصال.

4- يستمد هذا البحث أهميته من التحديات الكبيرة التي تواجه المؤسسات

الإعلامية في الآونة الأخيرة، والتي أثرت على العديد من وسائل

الإعلام لاسيما الوسائل الجماهيرية التقليدية مقابل الوسائل الإعلامية

الرقمية والاجتماعية على شبكة الانترنت، مما يستلزم ضرورة تحسين، وتطوير أداء هذه المؤسسات والعاملين فيها.

5- تساعد نتائج البحث المسؤولين عن التخطيط الاستراتيجي، وأصحاب القرار في مؤسسات وإدارات الاتصال الحكومي بإمارة الشارقة في الوقوف والتعرف على نقاط الضعف في الخطط الإستراتيجية، والعمل على تجنبها بما ينعكس على فاعلية المؤسسة، ويعزز من قدرتها التنافسية.

أهداف البحث:

يكن الهدف الرئيس لهذا البحث في التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مبادئ الحوكمة وتأثير ذلك في الممارسة الإعلامية بالاتصال الحكومي؟ ومنه تتفرع الأهداف التالية:

1. تعميق فلسفة الاتصال وفقاً للمتغيرات التقنية الجديدة، وإبراز النظريات الاتصالية التقليدية للممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال ووضعها في قالب حديث.
2. وضع مفهوم الحوكمة في المؤسسات الاتصالية على مائدة البحث العلمي.
3. قياس اتجاهات القائمين بالاتصال في إمارة الشارقة تجاه الحوكمة في المؤسسات الإعلامية.
4. الكشف عن العلاقة بين تطبيق مبادئ الحوكمة، وتطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية في إمارة الشارقة.
5. تقديم مؤشرات واضحة، ومحددة لتطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة.

المدخل النظري للبحث:

مدخل تحليل النظم System Analysis Approach:

يقوم تحليل النظم على فكرة عزل العناصر، والمكونات عن بعضها، ومحاولة وصفها وصفاً جزئياً دقيقاً لتحديد أشكال التفاعلات، والعلاقات بين هذه العناصر، ومع بعضها التي تؤدي إلى وجود الظاهرة، أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول، والبدائل المختلفة التي تتماشى وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات⁽¹²⁾. وتعتبر وسائل الإعلام في الفكر التنظيمي، أو إطار المنظومات نظاماً مفتوحاً يتفاعل مع البيئة المحيطة به، يؤثر فيها ويتأثر بها، ولذلك لا تقف حدود توظيف تحليل النظام في دراسة المؤسسات الإعلامية على وصف العناصر، والمكونات فقط، ولكنها تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى، والبيئة الكلية لهذه النظم⁽¹³⁾.

ويتكون النظام في جميع مستوياته من ثلاثة عناصر، أو مكونات أساسية، هي⁽¹⁴⁾:

1- المدخلات Inputs: وهي جميع العناصر، أو المتغيرات التي تسهم في تفعيل آليات النظام وتؤثر في المنتج النهائي، والمتمثلة في هذا البحث في مبادئ الحوكمة وهي: المشاركة، المساءلة، الشفافية، المسؤولية الاجتماعية، الكفاءة والنزاهة.

2- العمليات Processing: وهي الحركة الديناميكية التي يحدثها التفاعل بين مكونات النظام، ويتم فيها التعديل والتشكيل المطلوب لتحقيق أهداف النظام، والمتمثلة في التفاعل الذي يتم بين عناصر النظام المختلفة من ناحية، وبينها وبين المدخلات من ناحية أخرى، بهدف تحويل المدخلات الأساسية إلى مخرجات.

3- المخرجات Outputs: تعتبر المستهدف من نشاط النظام، وهي النتائج التي تخرج من النظام نتيجة التفاعل الذي حدث بين المدخلات إلى البيئة الخارجية، أو النظام الأكبر، أي أن المخرجات هي تأثير النظام في البيئة. ويرى أنصار هذا المدخل، أن المؤسسات الإعلامية، والقائم بالاتصال، والرسائل الإعلامية، والجمهور، يمثلون عناصر فرعية للنظام، وتفرض على الباحثين دراستها، ودراسة العلاقات بينها، وكذلك دراسة النظام مع النظم الأخرى في البيئة الكلية أو السياق العام. وانطلاقاً مما سبق تم توظيف هذا المدخل لدراسة حوكمة المؤسسات الإعلامية والتي تمثل نظاماً مفتوحاً تتفاعل مع بيئتها، وتتأثر بها.

تساؤلات البحث:

يكمن السؤال الرئيس لهذا البحث في معرفة اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مبادئ الحوكمة وتأثير ذلك في الممارسة الإعلامية بالاتصال الحكومي؟ ومنه تتفرع الأسئلة التالية :

1. ما أهم مبادئ الحوكمة لدى القائمين بالاتصال في مؤسسات الاتصال الحكومي عينة البحث؟
2. إلى أي مدى تتوافر مبادئ الحوكمة في مؤسسات الاتصال الحكومي عينة البحث؟
3. ما مدى مشاركة القائمين بالاتصال في الاتصال الحكومي في تفعيل مبادئ الحوكمة بمؤسساتهم؟
4. كيف يؤثر تطبيق مبادئ الحوكمة في بيئة العمل لدى المؤسسات الاتصالية عينة البحث؟
5. كيف يؤثر تطبيق مبادئ الحوكمة في جودة الممارسة الإعلامية لدى القائمين بالاتصال عينة البحث.؟

حدود البحث:

وتتمثل في:

أ- الحدود الموضوعية:

تتمثل الحدود الموضوعية في اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق مبادئ الحوكمة وتأثيره على تطوير الممارسة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة.

ب- الحدود البشرية:

تم تطبيق الدراسة على عينة ممثلة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة، باعتبارهم من يمارسون ويطبّقون مبادئ الحوكمة بتلك المؤسسات.

ج- الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة ممثلة في (هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون- المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة- مدينة الشارقة للإعلام "شمس").

د- الحدود الزمنية:

تم جمع البيانات من العينة التي تم تحديدها خلال الفترة الزمنية الممتدة بين شهري، يوليو، وأغسطس لعام 2022، ثم أعقب ذلك مراجعة البيانات مراجعة دقيقة، وإعدادها للتحليل الإحصائي.

الإجراءات المنهجية للبحث:

نوع البحث:

ينتمي هذا البحث إلى الأبحاث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها، وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تتعداه لتشمل وصف العلاقات، والتأثيرات المتبادلة، والوصول إلى

نتائج تفسر العلاقات السببية، وتأثيراتها، حيث تعنى الدراسة برصد واقع تطبيق مبادئ الحوكمة، وعلاقته بجودة الأداء في المؤسسات الإعلامية الإماراتية الحكومية.

المنهج المستخدم:

استخدم البحث المنهج الوصفي وأسلوب المسح بهدف إبراز دور الحوكمة في جودة الأداء في المؤسسات الإعلامية الإماراتية الحكومية، حيث يستخدم المنهج الوصفي لدراسة أوصاف دقيقة للظواهر التي من خلالها يمكن تحقيق تقدم كبير في حل المشكلات، والذي تم من خلاله وصف، وتقويم واقع تطبيق الحوكمة، وعلاقته بجودة الأداء في المؤسسات قيد البحث بهدف التوصل إلى تعميمات ذات معنى، كما تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية للمقارنة بين عناصر الظاهرة ومؤثراتها، وتصورات القائمين بالاتصال حولها (هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون-المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة-مدينة الشارقة للإعلام "شمس") بما يساعد في تحليل الظاهرة، وتفسير نتائجها.

أدوات البحث:

استخدم البحث عدة أدوات هي:-

أ- أداة الملاحظة:

وهي المشاهدة الدقيقة والمراقبة الحثيثة لسلوكيات وظواهر معينة متعلقة بموضوع الدراسة، لكشف الظروف والأساليب والعلاقات ما بين أطراف الظاهرة، من أجل جمع البيانات والمعلومات المطلوبة، وساعد الباحثين على الاستفادة من هذه الأداة خلال عملهما في العديد من المؤسسات الإعلامية في دول عربية مختلفة.

ب- أداة الاستبانة:

تعد أداة الاستبانة من أكثر أدوات البحث العلمي استخداماً مع المنهج الوصفي، لفعاليتها في جمع المعلومات المطلوبة للإجابة عن تساؤلات البحث، وقد قام الباحثان بتصميم هذه الأداة بالاستناد إلى أهداف البحث وتساؤلاته وحدوده، كما تم توزيع أسئلته على ثلاثة محاور رئيسية، تم عرض نتائج الدراسة وفقاً لها، وهي **المحور الأول: أهمية مبادئ الحوكمة** لدي القائم بالاتصال **والمحور الثاني: مبادئ الحوكمة** في مؤسسات الاتصال الحكومي: **والمحور الثالث: تأثير الحوكمة** في جودة الأداء بالمؤسسات الإعلامية.

اختبار الصدق والثبات:

صدق المقاييس Validity:

يقصد بصدق المقياس مدى قدرته على قياس الشيء المراد قياسه بدقة، ولتقدير صدق المقياس تم عرض أداة الدراسة (الاستبيان) على مجموعة من المحكمين من الخبراء^(*) المتخصصين في مجال موضوع الدراسة، للتأكد من صحة فقرات المقياس > ومدى ملائمتها لفرضيات الدراسة وأهدافها، وتمت الاستجابة لآراء السادة المحكمين، وإجراء ما يلزم من الحذف، والتعديل والإضافة لبعض الأسئلة في ضوء مقترحاتهم.

(*) تم عرض الاستبانة على ثلاث محكمين هما:

- أ.د. عبد الحليم موسي أستاذ الإعلام بجامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية
- د. السر علي سعد أستاذ الإعلام المشارك بجامعة أم القوين بدولة الإمارات العربية المتحدة
- د. عيسى عبد الباقي موسي أستاذ الإعلام المشارك بجامعة طيبة بالمملكة العربية السعودية

الثبات: Reliability:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف، والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائجها، وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، واعتمد الباحثان على معامل ألفا Cronbach's Alpha من خلال برنامج SPSS وتبين أن درجة الاتساق الداخلي بين عبارات المقياس تقع في المدى المقبول حيث بلغ (0.987).

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث:

تحدد مجتمع البحث في مجتمع القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية الحكومية بإمارة الشارقة.

عينة البحث:

أجرى الباحثين الدراسة الميدانية على العينة المتاحة، قوامها (50)، مفردة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة محل الدراسة وهي: هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون - المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة - مدينة الشارقة للإعلام "شمس"، وقد تم تصميم استبانة وزعت لهم إلكترونياً عبر المنصات الإلكترونية، وهذه العينة تعتبر مناسبة قياساً بعدد القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة حيث تم استبعاد القائمين بالاتصال في الصحف والمؤسسات الخاصة، ويوضح الجدول التالي ملامح وخصائص عينة الدراسة:

جدول (1) خصائص العينة

النسبة المئوية		تكرار		خصائص العينة	
النوع	ذكر	38	76%		
	أنثى	12	24%		
المجموع		50	100%		
المؤهل الدراسي	بكالوريوس ليسانس إعلام	18	36%		
	بكالوريوس ليسانس غير متخصص إعلام	32	64%		
المجموع		50	100%		
الخبرة	أعلى من 15 عاماً خبرة	40	80%		
	ما بين 10 - 15 أعوام	8	16%		
	ما بين 5 - 10 أعوام	4	8%		
	أقل من 5 أعوام	-	-		
	المجموع	50	100%		

التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث:

الحوكمة: هي من الأساليب التنظيمية الحديثة والتي في حال تطبيقها تضمن استمرار نمو واستقرار المؤسسات، وذلك في ظل بيئة تتميز بعدم الاستقرار والمخاطرة وتضارب المصالح بين جميع الأطراف الفاعلة في البيئة سواء كانت داخلية أو خارجية؛ كون كل طرف يسعى لتحقيق أهدافه⁽¹⁵⁾.

مبادئ الحوكمة: هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تمارسها الإدارة من خلال الالتزام بالقواعد ومشاركة العاملين المهام والمسؤوليات والإجراءات التي يترتب عليها اتخاذ قرارات متعلقة بالمؤسسة وأهدافها. وهي في هذه الدراسة تتمثل في: الشفافية والنزاهة والمشاركة، والمساءلة، والكفاءة، والمسئولية الاجتماعية.

الحوكمة الإعلامية: يشير مفهوم الحوكمة الإعلامية في مجمله إلى المعايير والقواعد التي تنظم عمل وسائل الإعلام من خلال مفاهيم التنظيم الذاتي أو التنظيم المشترك من جهة والمسئولية المجتمعية من جهة أخرى، أي إلى البيئة

المجاهدات القائم بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة

التنظيمية التي تهدف إلى تنظيم وسائل الإعلام من منظور مؤسسي ومجتمعي⁽¹⁶⁾.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS، حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية من خلال استخدام المعاملات، والاختبارات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات البسيطة، والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- 3- معامل ألفا كرونباخ Coefficient Cronbach's Alpha، لاختبار ثبات فقرات الاستبانة.
- 4- اختبار سبيرمان للارتباط.

نتائج البحث:

أ- نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: مبادئ الحوكمة لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة:

جدول (2) رؤية القائمين بالاتصال عينة البحث لأهمية مبادئ الحوكمة

النسبة	التكرارات					مبادئ الحوكمة
	غير مهم على الإطلاق	غير مهم	محايد	مهم	مهم جداً	
90%	-	-	-	5	45	مبدأ الشفافية
84%	-	-	2	6	42	مبدأ المشاركة
80%	-	-	3	7	40	مبدأ المساءلة
75%	-	-	3	10	37	مبدأ الكفاءة
70%	-	-	3	12	35	مبدأ المسؤولية الاجتماعية
70%	-	-	3	12	35	مبدأ النزاهة

فيما يتعلق بتعرف رؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة لأهمية مبادئ الحوكمة وكما يتضح من جدول (2) كشفت النتائج أن درجة أهمية مبادئ الحوكمة لدى القائمين بالاتصال عينة البحث، تراوحت ما بين (90% إلى 70%)، وجاء مبدأ الشفافية في الترتيب الأول بنسبة بلغت 90% يليه مبدأ المشاركة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 84%، ثم مبدأ المساءلة بنسبة 80%، ثم مبدأ الكفاءة بنسبة 75%، وفي الترتيب الأخير مبدئي المسؤولية الاجتماعية والنزاهة بنسبة 70%. ويرى الباحثين أن تراوح مبادئ الحوكمة من حيث الأهمية - كما كشفت النتائج أعلاه - بين 90% إلى 70%، يشير إلى إدراك القائمين بالاتصال عينة الدراسة لمفاهيم الحوكمة ومبادئها، وأن هناك وعي من قبل العاملين بالمؤسسات الإعلامية بأهمية تطبيق هذه المبادئ لتحقيق جودة الأداء داخل تلك المؤسسات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيهان يحيى (2021) والتي جاء مبدأ الشفافية في مقدمة المعاني الخاصة بمبادئ الحوكمة لدى القائمين بالاتصال تلتها المشاركة فالمساءلة فالكفاءة فالمسؤولية الاجتماعية وفي الأخير الانضباط. كما تتفق مع دراسة⁽¹⁷⁾ (Naidoo 2020) والتي أوضحت أن من أهم المبادئ لدى القائم بالاتصال والتي يتم تطبيقها في المؤسسة الإعلامية هي مبادئ: الشفافية والمحاسبة والمراقبة.

المحور الثاني: مدى توافر مبادئ الحوكمة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة:
أ- مبدأ المشاركة:

جدول (4)

يوضح آراء القائم بالاتصال عينة البحث حول توافر مبدأ المشاركة في مؤسساتهم الإعلامية.

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
مشاركة جميع الإدارات في خطط التطوير بالمؤسسة.	34	14	2	2.66	0.56	موافق
مشاركة العاملين برأيهم في المسائل الخاصة بتطوير العامل بالمؤسسة	34	14	2	2.66	0.56	موافق
التصويت على القرارات ويتم اتخاذ القرار برأي الأغلبية	24	20	6	2.36	0.68	موافق
التواصل المفتوح وتعزيز الحوار والمناقشة بين العاملين في المؤسسة بما يساهم في تحقيق الأهداف	36	10	4	2.64	0.42	موافق
تمثيل العاملين في اللجان المتعلقة بالقضايا التي تشكل اهتمام مباشر لهم	32	12	6	2.52	0.51	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ المشاركة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (4) كشفت النتائج اتفاق القائمين بالاتصال عينة البحث على توافر معايير مبدأ المشاركة في المؤسسة التي يعملون بها بمتوسطات بين (2.36: 2.66)، إذ جاءت عبارة "مشاركة جميع الإدارات في خطط التطوير بالمؤسسة"، "مشاركة العاملين برأيهم في المسائل الخاصة بتطوير العامل بالمؤسسة" في

المرتبة الأولى بمتوسط 2.66 لكلا منهما، تلتها "التواصل المفتوح وتعزيز الحوار والمناقشة بين العاملين في المؤسسة بما يساهم في تحقيق الأهداف" بمتوسط 2.64، ثم "تمثيل العاملين في اللجان المتعلقة بالقضايا التي تشكل اهتمام مباشر لهم" بمتوسط 2.52، وفي الأخير جاءت عبارة "التصويت على القرارات ويتم اتخاذ القرار برأي الأغلبية" بمتوسط 2.36.

ويمكن تفسير اتفاق عينة البحث على توافر مؤشرات مبدأ المشاركة بالمؤسسة التي يعملون بها، في ضوء اهتمام القيادة العليا بالمؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة بتنفيذ إستراتيجية الدولة بأهمية تطبيق مبادئ الحوكمة في جميع القطاعات، ومشاركة جميع العاملين بالمؤسسات في التخطيط الاستراتيجي لها.

كما تأتي هذه النتائج متفقة مع دراسة فيروز عبد الحميد (2020)⁽¹⁸⁾، التي أشارت إلى أن إشراك العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية في صياغة خطط وأهداف المؤسسة يؤثر إيجابياً على إتباع الأساليب الإدارية الجديدة. وما انتهت إليه نتائج دراسة فتح الكجم (2012)⁽¹⁹⁾ من أن عدم إشراك الإدارة العليا بوكالة السودان للأنباء للعاملين بها في عمليات التخطيط الاستراتيجي، أثر سلباً على عدم أداء الوكالة لرسالتها الإعلامية بكفاءة عالية، وما توصلت إليه نتائج دراسة إيمان سيد عبد الواحد (2016)⁽²⁰⁾ من تدني جودة الخدمة الصحفية بالمؤسسات القومية المصرية نتيجة تعمد عدم إشراك الإداريين في عملية اتخاذ القرارات في هذه المؤسسات.

جدول (5)

يوضح آراء القائم بالاتصال عينة البحث حول توافر مبدأ المساءلة في مؤسساتهم الإعلامية

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
توجد قوانين تنظم العمل المؤسسي.	38	10	2	2.73	0.34	موافق
العاملون بالمؤسسة يدركون القواعد المطلوب الالتزام بها.	38	12	0	2.76	0.51	موافق
العاملون يشاركون بفعالية في وضع لوائح المؤسسة.	24	24	2	2.44	0.62	موافق
تستخدم المساءلة لتحسين الأداء للعاملين بالمؤسسة.	32	12	6	2.52	0.39	موافق
يتم تطبيق نظم المساءلة بموضوعية تامة.	28	16	6	2.44	0.35	موافق
تتصف القرارات الإدارية بالمنطقية والموضوعية.	28	16	6	2.44	0.48	موافق
توفر المؤسسة وصفاً واضحاً لواجبات وصلاحيات كل وظيفة.	32	10	8	2.48	0.42	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ المساءلة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (5) كشفت النتائج عن اتفاق القائمين بالاتصال عينة البحث على توافر مبدأ المساءلة في المؤسسة التي يعملون بها، إذ تراوحت المتوسطات لمؤشرات مبدأ المساءلة بين (2.44: 2.76)، واحتلت عبارة "العاملون بالمؤسسة يدركون القواعد المطلوب الالتزام بها" المرتبة الأولى بمتوسط 2.76، تلتها "توجد قوانين تنظم العمل المؤسسي" بمتوسط 2.73، تلتها عبارة "تستخدم المساءلة لتحسين

الأداء للعاملين بالمؤسسة" بمتوسط 2.52، ثم " توفر المؤسسة وصفاً واضحاً لواجبات وصلاحيات كل وظيفة" بمتوسط 2.48، وفي الأخير جاءت عبارات "العاملون يشاركون بفعالية في وضع لوائح المؤسسة" و"يتم تطبيق نظم المساءلة بموضوعية تامة" و"تتصف القرارات الإدارية بالمنطقية والموضوعية" بمتوسط 2.44 لكل منهم.

يتضح من النتائج أعلاه أن المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة تهتم بمبدأ المساءلة والمحاسبة كأحد المبادئ الأساسية المطبقة داخل بيئة العمل في الاتصال الحكومي، لما له من أهمية في تطوير الأداء المؤسسي. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (21) Loit,U. (2020) التي توصلت إلى أن تطبيق مبدأ المحاسبة والمراقبة في المؤسسات الإعلامية بدولة استونيا ساهم في تقويم وتطوير الخدمات الإعلامية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية من خلال الوقوف على الأخطاء ومعالجتها. كما أكدت دراسة **جيهان يحيى (2021)** على أهمية ترسيخ مبدأ المساءلة والمحاسبة لجميع أنشطة وأعمال العاملين في المؤسسات الإعلامية مهما كانت درجتهم الوظيفية؛ وهذا من شأنه تطوير الأداء الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية المصرية.

ت- مبدأ الشفافية:

جدول (6)

يوضح آراء القائم بالاتصال حول توافر مؤشرات مبدأ الشفافية في مؤسساتهم الإعلامية

ن=5

العبارات	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
أسس ومعايير شغل الوظائف بالمؤسسة واضحة وبعيدة عن الوساطة	28	12	10	2.36	0.68	موافق
أسس ومعايير نظام الترقيات في المناصب الإدارية يتسم بالوضوح	24	14	12	2.24	0.71	موافق

الجاهات القائمة بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة

تبادل المعلومات بين العاملين بالمؤسسة يتم بطريقة ميسرة	30	12	8	2.44	0.54	موافق
لدى المؤسسة التي تعمل بها أدوات حديثة لقياس الرأي العام	32	12	6	2.53	0.55	موافق
القوانين واللوائح المعمول بها معلنة لكافة الموظفين من قبل الإدارة.	28	12	10	2.36	0.69	موافق
تحرص المؤسسة على تفعيل التواصل مع الجماهير	30	14	6	2.48	0.67	موافق
تقدم المؤسسة معلومات واضحة ودقيقة عن كل خدماتها	36	10	4	2.64	0.31	موافق
تعمل المؤسسة على إدماج آراء الجماهير في تطوير خططها المستقبلية	26	20	4	2.44	2.50	موافق
توفر المؤسسة قنوات رسمية لتوصيل رأي العاملين إلى الإدارة العليا بالمؤسسة	32	6	12	2.40	2.68	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ الشفافية في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (6) كشفت النتائج اتفاق القائمين بالاتصال عينة البحث على توافر معايير مبدأ الشفافية في المؤسسة التي يعملون بها وتراوحت المتوسطات لهذه المؤشرات بين (2.24: 2.64)، إذ جاءت عبارة " تقدم المؤسسة معلومات واضحة ودقيقة عن كل خدماتها" في المرتبة الأولى بمتوسط 2.64، تلتها "لدى المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها أدوات حديثة لقياس الرأي العام" بمتوسط 2.53، ثم "تحرص المؤسسة في تفعيل التواصل مع الجماهير" بمتوسط 2.48، تلتها عبارتي " تبادل المعلومات بين العاملين بالمؤسسة يتم بطريقة ميسرة" و " تعمل المؤسسة على إدماج آراء الجماهير في تطوير خططها المستقبلية" بمتوسط 2.44، ثم " توفر المؤسسة قنوات رسمية لتوصيل رأي العاملين إلى الإدارة العليا بالمؤسسة" بمتوسط 2.40، تلتها عبارتي "أسس ومعايير شغل الوظائف بالمؤسسة واضحة وبعيدة عن الوساطة" و "القوانين واللوائح المعمول بها معلنة

لكافة الموظفين من قبل الإدارة" بمتوسط 2.36، وفي الأخير جاءت عبارة "أسس ومعايير نظام الترقيات في المناصب الإدارية يتسم بالوضوح" بمتوسط 2.24.

ورغم موافقة جميع أفراد العينة على توافر مبدأ الشفافية في بيئة العمل داخل المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة، من خلال الموافقة المرتفعة للعديد من مؤشرات هذا المبدأ، غير أنه من الملاحظ تدني درجة الموافقة في بعض المؤشرات لاسيما التي تخص القوانين واللوائح الداخلية ومعايير شغل الوظائف وأسس ومعايير نظام الترقيات، والتي جاءت في المؤخرة من حيث متوسطات الموافقة عليها من جانب عينة الدراسة؛ مما يشير إلى أنهم في حاجة إلى مزيد من الشفافية والوضوح.

في هذا الصدد تشير **جيهان يحيى (2021)** إلى أهمية مبدأ الشفافية داخل المؤسسة الإعلامية، من خلال وضوح معايير اختيار العاملين في جميع الوظائف الإدارية بالمؤسسة بعيداً عن الوساطة والمحسوبية والمحاباة والذي يترتب عليه تحقيق نظام المساءلة والمحاسبة لأفراد المؤسسة. كما أكدت دراسة **سامح محروس (2022)**⁽²²⁾ على أهمية معيار الإفصاح والشفافية، إذ جاءت على رأس نموذج الحوكمة المفضل لدى قيادات وخبراء الصحافة المصرية.

ج- مبدأ الكفاءة:

جدول (7)

يوضح آراء القائم بالاتصال حول توافر مؤشرات مبدأ الكفاءة في مؤسساتهم الإعلامية

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	الدرجة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
الإدارة العليا تضم أعضاء ذوي كفاءة علمية وخبرة في المجال الإعلامي.	36	6	8	128	2.56	0.40	موافق

المجالات القائمة بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة

توجد معايير تحدد عضوية شروط التعيين لمنصب الإدارة العليا في المؤسسة.	24	18	8	124	2.48	0.59	موافق
تقييم أداء الإدارة العليا يتم بناء على ما أنجز من أهداف إستراتيجية للمؤسسة	26	16	8	118	2.36	0.66	موافق
يوجد تقييم دوري لأداء العاملين في ضوء المعايير المعلنة	30	16	4	126	2.56	0.42	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ الكفاءة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (7) كشفت النتائج اتفاق القائمين بالاتصال عينة البحث على توافر مؤشرات مبدأ الكفاءة في المؤسسة التي يعملون بها وتراوحت المتوسطات لهذه المؤشرات بين (2.36: 2.56)، وجاءت عبارتي "الإدارة العليا تضم أعضاء ذوي كفاءة علمية وخبرة في المجال الإعلامي" و"يوجد تقييم دوري لأداء العاملين في ضوء المعايير المعلنة" في المرتبة الأولى بمتوسط 2.56، تلتها عبارة "توجد معايير تحدد عضوية شروط التعيين لمنصب الإدارة العليا في المؤسسة" بمتوسط 2.48، وفي الأخير جاءت عبارة "تقييم أداء الإدارة العليا بناء على ما أنجز من أهداف إستراتيجية للمؤسسة" بمتوسط 2.36.

ويرجع الباحثان اهتمام المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة موضع البحث تطبيق مبدأ الكفاءة في عملية التوظيف والتقييم في ضوء إستراتيجية دولة الإمارات العربية المتحدة التي تنتهجها والتي تقوم على استقطاب واستبقاء الكفاءات العلمية والمهنية من جميع دول العالم ومنحهم أقامات ذهبية تصل مدتها إلى عشر سنوات، مما يجعل الإدارة العليا في ظل تفعيل تلك الإستراتيجية، السعي إلى تعيين الإعلاميين من أصحاب الخبرات والكفاءات من الدول العربية والأجنبية.

تتفق هذه النتائج مع دراسة خالد الحياصات (2007)⁽²³⁾ التي انتهت إلى وجود علاقة إيجابية بين كفاءة وفاعلية استراتيجيات تخطيط الموارد البشرية في المؤسسات الصحفية والتي تتمثل في (تخطيط الموارد البشرية الاختيار، والتعيين، وتقويم أداء العاملين، وتدريب العاملين)، وأدائها المؤسسي. كما انتهت دراسة البلوشي، كناكر AlBalushi & Kanaker (2018)⁽²⁴⁾ إلى وجود خلل في واقع البيئة الإدارية حول وضوح مفهوم التخطيط الاستراتيجي لدى العاملين بأقسام الإعلام في الجهاز الإداري لسلطنة عمان، ناتج عن وجود ضعف في تطبيق وظائفه، والتي تتمثل في: جذب واستقطاب الكفاءات، تقويم الأداء، فاعلية تطبيق نظام الرقابة الاستراتيجي، التعليم، والتدريب المستمر.

د- مبدأ المسؤولية الاجتماعية:

جدول (8)

يوضح آراء القائم بالاتصال حول توافر مؤشرات مبدأ المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم الإعلامية

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	الدرجة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
المؤسسة التي أعمل بها نحثنا على خدمة المجتمع.	42	4	4	138	2.76	0.19	موافق
تحرص المؤسسة على تعميق القيم الأخلاقية المهنية في الممارسة الإعلامية.	34	12	4	130	2.60	0.34	موافق
المؤسسة التي انتمى إليها لديها خطة واضحة للتفاعل الإيجابي مع المجتمع.	32	14	4	128	2.56	0.28	موافق
المؤسسة تحرص على تعميق قيم الصدق في إنتاجها الإعلامي.	34	14	2	132	2.64	0.62	موافق
تحرص المؤسسة على تعزيز الإدراك بالقضايا المجتمعية المهمة بالمجتمع المحلي.	36	10	4	132	2.64	0.53	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (8) كشفت النتائج اتفاق القائمين بالاتصال عينة الدراسة على توافر معايير مبدأ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة التي يعملون بها وتراوحت المتوسطات لهذه المؤشرات بين (2.56: 2.76)، إذ جاءت عبارة "المؤسسة التي أعمل بها تحثنا على خدمة المجتمع" في المرتبة الأولى بمتوسط 2.76، تلتها عبارتي "المؤسسة تحرص على تعميق قيم الصدق في إنتاجها الإعلامي" و"تحرص المؤسسة على تعزيز الإدراك بالقضايا المجتمعية المهمة بالمجتمع المحلي" بمتوسط 2.64 لكل منهما، ثم عبارة "تحرص المؤسسة على تعميق القيم الأخلاقية المهنية في الممارسة الإعلامية" بمتوسط 2.60، وفي الأخير جاءت عبارة "المؤسسة التي انتمي إليها لديها خطة واضحة للتفاعل الإيجابي مع المجتمع" بمتوسط 2.56.

تُظهر هذه النتائج الدور الكبير الذي تقوم به المؤسسات الإعلامية الإماراتية موضع البحث في تطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية، وهو ما انعكس على خدمة المجتمع وتعزيز الإدراك بالقضايا المحلية والقيم الأخلاقية أثناء الممارسة الإعلامية. وتأتي هذه النتائج متفقة مع دراسة خالد الحياصات، وآخرين (2015)⁽²⁵⁾، في وجود تأثير ذي دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية الداخلية، والخارجية، وتحسين مستويات الأداء المؤسسي في المؤسسات الصحفية الأردنية، واتضح ذلك في: تطوير الممارسات الفاعلة للموارد البشرية، وإيفاد العاملين إلى دورات تدريبية في مجال تخصصاتهم، وخلق علاقة إيجابية مع جميع العاملين في المؤسسة، وتقويم أدائهم، وترقيتهم وفقاً لأسس عادلة.

د - مبدأ النزاهة:

جدول (9)

يوضح آراء القائم بالاتصال حول توافر مؤشرات مبدأ النزاهة في مؤسساتهم الإعلامية

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	الدرجة	المتوسط	الانحراف	الاستجابة
المؤسسة تراعي الصالح العام عند اتخاذ القرار.	32	14	4	128	2.56	0.43	موافق
القوانين واللوائح المعمول بها في المؤسسة تطبيق على الجميع دون محاباة.	26	14	10	116	2.32	0.58	موافق
المؤسسة تحرص على توزيع الفرص التدريبية والمزايا الأخرى وفق اللوائح.	30	14	6	128	2.48	0.78	موافق
تحرص المؤسسة على توزيع المهام الوظيفية حسب إمكانيات الأفراد ومهاراتهم.	26	20	4	122	2.44	0.64	موافق
تحرص المؤسسة على تكوين اللجان وفق اللوائح.	24	20	6	118	2.36	0.81	موافق

فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ النزاهة في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة وكما يتضح من بيانات الجدول (9) كشفت النتائج اتفاق القائمين بالاتصال عينة البحث على توافر معايير مبدأ النزاهة في المؤسسة التي يعملون بها بمتوسطات تراوحت بين (2.32: 2.56)، إذ جاءت عبارة "المؤسسة تراعي الصالح العام عند اتخاذ القرار" في المرتبة الأولى بمتوسط 2.56، تلتها عبارة "المؤسسة تحرص على توزيع الفرص التدريبية والمزايا الأخرى وفق اللوائح" بمتوسط 2.48، ثم عبارة "تحرص المؤسسة على توزيع المهام الوظيفية حسب إمكانيات الأفراد ومهاراتهم" بمتوسط 2.44، ثم عبارة "تحرص المؤسسة على تكوين اللجان وفق اللوائح المعتمدة" بمتوسط 2.36،

التجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة

وفي الأخير جاءت عبارة "القوانين واللوائح المعمول بها في المؤسسة تطبيق على الجميع دون محاباة" بمتوسط 2.32.

جدول (10)

يوضح الوزن النسبي والمتوسط الحسابي لمبادئ الحوكمة المطبقة بالمؤسسات الإعلامية قيد البحث

مبادئ الحوكمة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
مبدأ الشفافية	2.75	98.67%
مبدأ المشاركة	2.70	94.67%
مبدأ المساءلة	2.65	93.33%
مبدأ الكفاءة	2.52	89.33%
مبدأ المسؤولية الاجتماعية	2.50	86.67%
مبدأ النزاهة	2.49	83.33%

من خلال استجابة القائم بالاتصال للمؤشرات الخاصة بكل مبدأ من مبادئ الحوكمة ومدى تطبيقها في المؤسسة التي يعمل بها كشفت بيانات الجدول (10)، احتلال مبدأ الشفافية الترتيب الأول من حيث التوافر بالمؤسسات الإعلامية قيد البحث بنسبة بلغت 98.67%، يليه مبدأ المشاركة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 94.67%، يليه مبدأ المساءلة في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 93.33%، ثم مبدأ الكفاءة في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 89.33%، ثم مبدأ المسؤولية الاجتماعية في الترتيب الخامس بنسبة بلغت 86.67%، ثم مبدأ النزاهة في الترتيب السادس والأخير بنسبة بلغت 83.33%. وتتفق هذه النتائج تماماً مع نتائج الجدول (2) من هذا البحث والذي استهدف التعرف على رؤية القائمين بالاتصال عينة البحث لمبادئ الحوكمة، وترتيبها من حيث الأهمية، وقد جاءت النتائج منطبقة تمام الانطباق، مع هذه النتائج.

المحور الثالث: تأثير الحوكمة في تطوير الأداء في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة:

جدول (11)

تأثير تطبيق مبادئ الحوكمة في تطوير المعايير المهنية للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بالشارقة

ن = 50

العبارة	موافق	محايد	معارض	الدرجة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
ساهمت في استخدام الوسائل النزيهة والمشروعة للحصول على الأنباء والصور والوثائق.	36	12	2	134	2.68	0.23	موافق
الالتزام بتصحيح أية معلومات تم نشرها وتبين فيما بعد عدم صحتها.	34	16	0	134	2.68	0.24	موافق
احترام القائمين بالاتصال للحياة الشخصية للأفراد.	40	8	2	138	2.76	0.19	موافق
تجنب إثارة غرائز الجمهور بأي وسيلة والتصوير غير الآمن للوقائع.	16	14	20	96	1.92	0.97	محايد
تجنب نشر صور المتهمين في الجرائم أثناء المحاكمات.	30	14	6	124	2.48	0.46	موافق
ألا تكون المضامين الإعلامية متأثرة بأي مصالح خاصة.	36	14	0	132	2.64	0.33	موافق
التوازن في بناء علاقات شخصية مع مصادر الأخبار.	32	12	6	126	2.52	0.47	موافق

فيما يتعلق بتأثير تطبيق مبادئ الحوكمة على الممارسة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة، وكما يتضح من بيانات جدول (11)، جاء "احترام القائمين بالاتصال للحياة الشخصية للأفراد" في المرتبة الأولى بمتوسط 2.76، تلتها عبارتي "ساهمت في استخدام الوسائل النزيهة والمشروعة للحصول على الأنباء والصور والوثائق" و "الالتزام بتصحيح أية

الجاهات القائم بالاتصال نحو تطبيق الحوكمة

معلومات تم نشرها وتبين فيما بعد عدم صحتها" بمتوسط 2.68 ثم عبارة " ألا تكون المضامين الإعلامية متأثرة بأي مصالح خاصة" بمتوسط 2.64، ثم عبارة " التوازن في بناء علاقات شخصية مع مصادر الأخبار" بمتوسط 2.52، تلتها " تجنب نشر صور المتهمين في الجرائم أثناء المحاكمات" بمتوسط 2.48، وفي الأخير جاءت عبارة " إثارة غرائز الجمهور بأي وسيلة والتصوير غير الأمين للوقائع" بمتوسط 1.92.

وبشكل عام كشفت نتائج الجدول السابق اتفاق جميع أفراد العينة على وجود انعكاسات ايجابية لتطبيق مبادئ الحوكمة على الممارسة الإعلامية في مؤسساتهم التي يعملون بها وتأتي هذه النتائج متوافقة مع دراسة **جيهان يحيى (2021)** ودراسة سامح محروس 2022 واللتان توصلتا إلى أن إشاعة ثقافة الحوكمة بين العاملين بالمؤسسات الإعلامية يؤدي إلى تطوير الأداء المؤسسي.

جدول (12):

تأثير تطبيق مبادئ الحوكمة على تطوير بيئة العمل في المؤسسات الإعلامية الحكومية
بإمارة الشارقة

ن = 50

العبارات	موافق	محايد	معارض	الدرجة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاستجابة
يزيد من مستويات الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال بالمؤسسة.	38	8	4	134	2.68	0.42	موافق
يقلل من الضغوط التي يتعرض لها القائمين بالاتصال.	32	18	0	132	2.64	0.35	موافق
تجنب المؤسسة المخاطر التي تتعرض لها.	38	10	2	136	2.72	0.29	موافق
تجعل العاملين يشعرون بالثقة ويزيد من ضمان حقوقهم.	42	4	4	138	2.76	0.55	موافق
تحسن من العلاقات بين زملاء	28	10	2	106	2.12	0.67	موافق

العمل.							
زيادة ثقة المتعاملين مع المؤسسة.	42	6	2	140	2.80	0.48	موافق
يجعل القائم بالاتصال يعرف بشكل واضح حقوقه وواجباته.	34	14	2	132	2.64	0.64	موافق
تطوير مؤشرات الأداء.	44	4	2	142	2.84	0.51	موافق
يجعل المؤسسة أكثر تنافسية.	38	10	2	136	2.72	0.22	موافق
تزيد من معدل الإنجاز في العمل.	36	10	4	132	2.64	0.31	موافق
ليس لتطبيق مبادئ الحوكمة أي تأثير يذكر على أي من الجوانب السابقة.	8	6	36	72	1.44	0.26	معارض

فيما يتعلق بتأثير تطبيق مبادئ الحوكمة على تطوير بيئة العمل لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة، وكما يتضح من بيانات جدول (12) جاء " تطوير مؤشرات الأداء " في المرتبة الأولى بدرجة موافقة 142 ومتوسط حسابي 2.84، تلتها " زيادة ثقة المتعاملين مع المؤسسة " بدرجة 140 ومتوسط 2.80، ثم تجعل العاملين يشعرون بالثقة ويزيد من ضمان حقوقهم بدرجة 138 ومتوسط 2.76، تلتها كلا من "تجنب المؤسسة المخاطر التي تتعرض لها" و" تؤثر على جودة المضمون الإعلامي" و" يجعل المؤسسة أكثر تنافسية" بدرجة 136 ومتوسط 2.72 لكل منهم، ثم "يزيد من مستويات الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال بالمؤسسة" بدرجة 134 ومتوسط 2.68، تلتها كل من : " يقلل من الضغوط التي يتعرض لها القائمين بالاتصال " و"يجعل القائم بالاتصال يعرف بشكل واضح حقوقه وواجباته" و" تزيد من معدل الإنجاز في العمل " و"يزيد من مهارات العمل الإعلامي للقائم بالاتصال" بمتوسط 2.32، وجاءت في الأخير " ليس لتطبيق مبادئ الحوكمة أي تأثير يذكر على أي من الجوانب السابقة " بمتوسط 1.44. وبوجه عام كشفت النتائج اتفاق جميع القائمين بالاتصال عينة البحث على وجود تأثير ايجابي لتطبيق مبادئ الحوكمة على الممارسة الإعلامية في

مؤسساتهم التي يعملون بها، وتأتي هذه النتائج متوافقة مع دراسة نجم العيساوي (2018)، التي توصلت إلى زيادة الثقة في المؤسسة الإعلامية ورسالتها، والتفاعل معها، علاوة على تعميق الدور الاجتماعي لها، نتيجة تطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسة الإعلامية.

ب- النتائج العامة والتوصيات:

استهدفت الدراسة تعرف اتجاهات القائم بالاتصال نحو الحوكمة وتأثيرها على جودة الأداء في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة، ورصد مدى الارتباط بين تطبيق مبادئ الحوكمة، وتطوير الأداء المؤسسي وتمثل معايير الحوكمة في مبادئ: الشفافية، المشاركة، المساءلة، الكفاءة، المسؤولية الاجتماعية والنزاهة، من خلال دراسة مسحية على عينة من القائمين بالاتصال بمؤسسات الاتصال الحكومي بإمارة الشارقة ممثلة في (هيئة الشارقة للإذاعة والتلفزيون-المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة-مدينة الشارقة للإعلام "شمس"). بلغ عدد مفرداتها (50) مفردة، وتم توظيف أداتي، الاستبانة، والملاحظة المباشرة في جمع بياناتها، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن عرضها على النحو التالي:

1- أظهرت نتائج البحث إدراك القائمين بالاتصال عينة الدراسة مفاهيم الحوكمة ومبادئها، وأن هناك وعياً من قبل العاملين بمؤسسات الاتصال الحكومي بإمارة الشارقة بأهمية تطبيق هذه المبادئ لتحقيق جودة الأداء المؤسسي. كما كشفت النتائج أن مبدأ الشفافية جاء في مقدمة المعاني الخاصة بمبادئ الحوكمة لدى القائمين بالاتصال عينة البحث، يليه مبدأ المشاركة، ثم مبدأ المساءلة، ثم مبدأ الكفاءة، وفي الترتيب الأخير مبدأي المسؤولية الاجتماعية والنزاهة.

2- أوضحت النتائج أن مؤشرات الحوكمة التي جاءت في المراتب الأولى في موافقة القائمين بالاتصال عينة البحث عليها هي: مشاركة جميع الإدارات في خطط التطوير بالمؤسسة"، " مشاركة العاملين برأيهم في المسائل الخاصة بتطوير العامل بالمؤسسة" "العاملون بالمؤسسة يدركون القواعد المطلوب الالتزام بها" تقدم المؤسسة معلومات واضحة ودقيقة عن كل خدماتها"الإدارة العليا تضم أعضاء ذوي كفاءة علمية وخبرة في المجال الإعلامي "و" يوجد تقييم دوري لأداء العاملين في ضوء المعايير المعلنة"المؤسسة التي أعمل بها تحتنا على خدمة المجتمع" "المؤسسة تراعي الصالح العام عند اتخاذ القرار".

3- أظهرت النتائج أن مؤشرات الحوكمة التي جاءت في المراتب الأخيرة في موافقة القائمين بالاتصال عينة البحث عليها هي:المشاركة في التصويت على القرارات ويتم اتخاذ القرار برأي الأغلبية"، " العاملون يشاركون بفعالية في وضع لوائح المؤسسة" و"يتم تطبيق نظم المساءلة بموضوعية تامة"، أسس ومعايير نظام الترقيات في المناصب الإدارية يتسم بالوضوح، تقييم أداء الإدارة العليا بناء على ما أنجز من أهداف إستراتيجية للمؤسسة"المؤسسة التي انتمى إليها لديها خطة واضحة للتفاعل الإيجابي مع المجتمع، القوانين واللوائح المعمول بها في المؤسسة تطبق على الجميع دون محاباة". ويرى الباحثين أن هذه المؤشرات تحتاج إلى مزيد من الاهتمام من قبل المؤسسات الإعلامية موضع البحث.

4- أظهرت النتائج أن مبدأ الشفافية جاء في مقدمة مبادئ الحوكمة المطبقة في المؤسسات الإعلامية الحكومية موضع البحث بنسبة بلغت 98.67%، يليه مبدأ المشاركة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 94.67%، يليه مبدأ المساءلة في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 93.33%، ثم مبدأ الكفاءة في الترتيب الرابع

بنسبة بلغت 89.33 %، ثم مبدأ المسؤولية الاجتماعية في الترتيب الخامس بنسبة بلغت 86.67 %، ثم مبدأ النزاهة في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 83.33 %.

5- كشفت نتائج البحث اتفاق جميع أفراد العينة على وجود انعكاسات ايجابية لتطبيق مبادئ الحوكمة على المعايير المهنية في مؤسساتهم التي يعملون بها، إذ جاء "احترام القائم بالاتصال للحياة الشخصية للأفراد" في المرتبة الأولى تلتها عبارتا " ساهمت في استخدام الوسائل النزيهة والمشروعة للحصول على الأنباء والصور والوثائق" و " الالتزام بتصحيح أية معلومات تم نشرها وتبين فيما بعد عدم صحتها" ثم عبارة " ألا تكون المضامين الإعلامية متأثرة بأي مصالح خاصة"، ثم عبارة " التوازن في بناء علاقات شخصية مع مصادر الأخبار" تلتها " تجنب نشر صور المتهمين في الجرائم أثناء المحاكمات".

6- كشفت النتائج اتفاق جميع القائمين بالاتصال عينة البحث على وجود تأثير ايجابي لتطبيق مبادئ الحوكمة على بيئة العمل في مؤسساتهم التي يعملون بها، إذ جاء " تطوير مؤشرات الأداء" في المرتبة الأولى، تلتها " زيادة ثقة المتعاملين مع المؤسسة"، ثم تجعل العاملين يشعرون بالثقة ويزيد من ضمان حقوقهم، تلتها كلا من "تجنب المؤسسة المخاطر التي تتعرض لها" و" تؤثر على جودة المضمون الإعلامي" و" يجعل المؤسسة أكثر تنافسية"، ثم "يزيد من مستويات الرضا الوظيفي لدي القائم بالاتصال بالمؤسسة، تلتها كل من: " يقلل من الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال" و"يجعل القائم بالاتصال يعرف بشكل واضح حقوقه وواجباته" و" تزيد من معدل الإنجاز في العمل" و"يزيد من مهارات العمل الإعلامي للقائم بالاتصال".

وفي ضوء النتائج السابقة يوصي الباحثان بما يلي:

- أ. ضرورة التوجه نحو زيادة وعي القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الحكومية بإمارة الشارقة، من القيادات الإدارية العليا بأهمية توظيف الحوكمة، وترسيخ مبادئها، وتطبيقها بجميع إدارات ووحدات المؤسسة لما لها من مردود في تطوير الإنتاج الإعلامي المتميز.
- ب. الاهتمام بالعناصر البشرية، وتدريبها وتنمية مهاراتها واستثمارها ومشاركتها في اتخاذ القرارات الإدارية، بجانب وجود أنظمة تحفيزية لمكافأة العاملين الذين يستوفون أهداف الحوكمة في مؤسساتهم.
- ج. جعل الحوكمة جزءاً من البرنامج التدريبي الخاص بالقيادات الإدارية العليا، في المؤسسات الإعلامية التابعة لحكومة إمارة الشارقة وإشاعة ثقافة الحوكمة بين العاملين والقائمين بالاتصال في تلك المؤسسات.
- د. تشجيع الباحثين مستقبلاً لدراسة المؤسسات الإعلامية الإماراتية كنظم إدارية، واقتصادية من خلال تبني وتوظيف أطر ومداخل نظرية جديدة، تتلاءم وتحديات الحاضر، والبيئة الاتصالية الجديدة.
- هـ. تحديث وتطوير الأنظمة والقوانين واللوائح التي من شأنها إعاقة تطبيق الحوكمة بالمؤسسات الإعلامية الحكومية. والعمل على إنشاء لجان وإدارات مستقلة داخل المؤسسات تكون مهمتها تطبيق مبادئ الحوكمة.
- و. أن تدخل مبادئ الحوكمة في رسالة ورؤية وأهداف المؤسسات الإعلامية بصورة واضحة واستيعابها في الاستراتيجيات والخطط لتلك المؤسسات.

المصادر والمراجع:

- 1- سامح سامي محروس، ونجوى كامل (2022). حوكمة الإدارة في المؤسسات الصحفية القومية: دراسة تطبيقية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام، القاهرة، ع60، ج1، 530 - 574.

- 2- جيهان سيد أحمد يحيى. (2021). استخدام مبادئ الحوكمة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ع22، 69-121.*
- 3- فيروز عبد الحميد (2020). تأثير إشراك العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية في صياغة خطط وأهداف المؤسسة على اتباع الأساليب الإدارية الجديدة، *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، كلية الآداب، جمهورية مصر العربية، ع56، ج2، 582.535.*
- 4- نجم العيساوي (2018): تأثير الحوكمة في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية وانعكاساتها المتوقعة على اتجاهات الجمهور، مؤتمر *حوكمة الإعلام في الوطن العربي، الإعلام ما بين التشريع والتعليم والمهنية، مجلس حوكمة الجامعات العربية بالتعاون مع جامعة الشرق الأوسط - كلية الإعلام - وهيئة الإعلام في الأردن - عمان الفترة من 7-8 مايو 2018*
- 5- عيسى عبد الباقي موسي. (2018). التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بجودة الأداء في المؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية القومية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، القاهرة ع15، 59-125.*
- 6- محمد حسن إبراهيم (2018): دور الحوكمة في تحسين كفاءة المؤسسات الصحفية القومية بالتطبيق على مؤسسة أخبار اليوم، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، جمهورية مصر العربية، ص ص166-170.
- 7- Bozena I. Mierzejewska, Dobin Yim (2017): Evaluating Strategic Approaches to Competitive Displacement: The Case

of the U.S. Newspaper Industry, **Journal of Media Economics**, Vol, 30, no, 1, pp.19 –30.

8- منى مجدي فرج عبدالمقصود (2017): الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام: رؤية تحليلية نقدية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، جمهورية مصر العربية، ع16، 114 - 133.

9- خالد الحياصات (2015): المسؤولية الاجتماعية الداخلية والخارجية وتأثيرهما على الأداء المؤسسي: دراسة حالة على المؤسسة الصحفية الأردنية (الرأي)، **المجلة العربية للإدارة**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، جمهورية مصر العربية مجلد 35، ال عدد 1، ص ص 205-220.

10- Christoffer Rydland, (2013): Aspects of Cooperation and Corporate Governance in the Swedish Regional Newspaper Industry, **Dissertation Doctorate Degree**, Stockholm School of Economics, PP.201-205.

11- حياة حسن الحوسني (2013): تنمية الموارد البشرية وتأثيرها على تطوير مهارات العاملين ببعض المؤسسات الإعلامية بأبوظبي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الآداب، جمهورية مصر العربية، ص ص 201 - 264.

12- توفيق عبد المحسن (2002): **تقييم الأداء، مداخل جديدة لعالم جديد** (القاهرة: دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع)، ص 79.

13- محمد عبد الحميد (2004): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2 (القاهرة: عالم الكتب)، ص ص 172 - 173.

14- Jeffrey A. Hoffer, Joy F. George & others (2005), **Modern System Analysis and Design**, Fourth Edition (New Jersey: Pearson, 5), p: 569.

15- حبيبة بن زغده (2019)، دور الحوكمة المؤسسية في تعزيز واستدامة نمو المؤسسات - دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية من ولاية جيجل، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة سطيف، -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر).

16- ثريا أحمد البدوي، (2013). المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر: دراسة تحليلية لخطابات النخبة نحو الآخر الديني خلال الانتخابات البرلمانية في ضوء تصوراتهم لقيم الإعلام الرشيد، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة - كلية الاعلام، القاهرة، ع43، 433 - 522.

17- Naidoo, I. A. (2020). The Role of the Communicator in Implementing Governance Principles to Promote Media Institutions Performance in South Africa: A Case Study, **PhD Thesis**, University of Witwatersrand, Johannesburg.

18- فيروز عبد الحميد (2020)، مرجع سابق، ص ص 535-582 .

19- فتح الرحمن أحمد الكجم (2012): التخطيط الاستراتيجي ودوره في إدارة المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على وكالة السودان للأنباء، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، جامعة أم درمان الإسلامية، ص 90.

20- إيمان سيد عبد الواحد حسن (2016): قياس مدى فاعلية نظم المعلومات الإدارية وأثرها على جودة الخدمة الصحفية، بالتطبيق على الصحف القومية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة بنها، ص ص 162 - 167.

21- Loit, U. (2020). Implementation of Governance in Media Institutions Development, **PhD Thesis**, University of Jyväskylä: Lithuania

- 22- سامح سامي محروس، نجوى كامل، (2022)، مرجع سابق ص ص 530 - 574.
- 23- خالد محمد الحياصات (2007)، مرجع سابق، ص ص 205-220.
- 24- بدار بن أحمد البلوشي، أسامة كناكر (2018): التخطيط الاستراتيجي ودوره في تنمية وتطوير رأس المال البشري في أقسام الإعلام بالجهاز الإداري لسلطنة عمان: دراسة ميدانية، مجلة الثقافة الإسلامية والإنسانية، مجلد 14، ص ص 295-311.
- 25- خالد الحياصات (2015)، مرجع سابق، ص ص 205-220.