

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الصحفيون في الإذاعات المحلية الجزائرية

- دراسة سوسيولوجية مهنية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص الإذاعة والتلفزيون

إشراف الأستاذ:

أ.د. رضوان بوجمعة

إعداد الطالب:

محمد لعلامة

لجنة المناقشة:

أ.د. صفوان عصام حسيني رئيسا

أ.د. رضوان بوجمعة مقرا

د. محمد شبري عضوا

د. فيروز لمطاعي عضوا

أ.د. محمد شطوطي عضوا

السنة الجامعية:

2017 - 2018

شكر وامتنان

إن انجاز هذا العمل لم يكن بالأمر الهين، بعد خمس سنوات من البحث في موضوع يتميز بشع المراجع المرتبطة بشكل مباشر ببحثياته، إذا قارناه ببعض المواضيع الأخرى، وبصعوبة جانبه الميداني الذي رآه البعض مستحيلا بالنظر للعراقيل التي تصادف أي باحث في المجال، لاسيما عندما يتعلق الأمر بجوانب مرتبطة بشخصية صحفي يعمل في مؤسسة حكومية.

أعتقد أنه رغم كل الصعوبات والعراقيل تم بلوغ الهدف المنشود ليس فقط بفضل الاجتهادات الفردية وإنما بفضل المساعدة التي تلقيناها من جهات عدة، فليس بوسعي إلا أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام بداية، للمشرف البروفيسور رضوان بوجمعة على الثقة التي وضعها في شخصي وقبول الإشراف وكل توجيهاته القيمة.

تحية لكل أساتذة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر الذين تعاملت معهم وقدموا لي يد المساعدة واستمعوا في العديد من المرات لانشغالاتي من بينهم (يوسف تمار، عزيز لعبان، سعيد لوصيف، علي قسايسية، نصر الدين لعياضي...).

تحية شكر وتقدير للأستاذ محمد قيراط عميد كلية الاتصال بجامعة الشارقة على تواصله معي في العديد من المرات وتزويده لي بعدة مراجع في الموضوع رغم انشغالاته، فتحية له على المساعدة وعلى توجيهاته.

الشكر أيضا لأستاذة بكلية الاتصال بجامعة الشارقة رحيمة عيساني على حسن استماعها لي في العديد من المرات وتواصلها معي فيما يخص العديد من نقاط البحث وتشجيعها المتكرر على مواصلة انجازه والسير نحو إنجازه.

شكر خاص للسيد صالح سعيود مدير أخبار بالإذاعة العمومية ومسؤول بتنسيقية الإذاعات المحلية على كل ما قدمه لي من مساعدة ومن وثائق مرتبطة بالإذاعة وبالباحث المنجز،

وإلى الصحافة والأستاذة أمل إدريس التي سهلت لي الدخول إلى مؤسسة الإذاعة في أكثر من مرة ومساعدتها لي على إجراء بعض المقابلات مع المبحوثين في الإذاعة.

كل الشكر لجميع مديري وعمال الإذاعة وبالأخص صحفيي الإذاعات المحلية في كافة ولايات الوطن على تسميل مهمة توزيع استمارات البحث، وإلى كل زملائي بقناة دزائر نيوز وأصدقائي من الذين ساهموا في انجاز هذا البحث بمساعدتي في العمل الميداني وبالأخص توزيع استمارات البحث.

ولا يفوتني أن أتقدم على روح والداي اللذين غادرا هذا العالم أثناء فترة إجراء هذا البحث، بعد أن كانا دعما وسلاحا لي أواجه به صعوبات وتحديات هذه الحياة.

أسمى عبارات التقدير والاحترام لكل من ساهم في بلوغي هذه الدرجة ولكل من علمني حرفا منذ بداية مسيرتي الدراسية.

محمد علامة

شكر خاص

أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ المشرف البروفيسور "رضوان بوجمعة" الذي شجعني أولاً على اختيار ومعالجة هذا الموضوع الذي يبحث في الهوية الاجتماعية والمهنية للصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية، وثانياً على الثقة التي وضعها في قدرتي على إنجازه وإتمامه، وهي الثقة التي خافعت من مسؤولياتي كي أكون عند حسن الظن.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والاحترام والامتنان للأستاذ المشرف البروفيسور "رضوان بوجمعة" لأنه رافقني بتوجيهاته ونصائحه وانتقاداته المتكررة لي طيلة فترة إنجاز هذا البحث الصعب والشيق في ذات الوقت، وهي النصائح والتوجيهات والانتقادات التي كانت بمثابة الأسلحة التي أواجه بها صعاب وعراقيل هذا البحث والإصرار على تجاوزها وإنهائه.

سأبقى طالبا دوماً عندك وستظل أستاذاً لي في جميع الأوقات.

الطالب: محمد علامة

إهداء

إلى أمي، التي أسأل لها الرحمة والمغفرة.. حلمما الوحيد كان أن تراني في أعلى منزلة

إلى أبي رحمه الله، الذي غادر الحياة وكانت آخر كلماته معي أن أكون رجلاً

إلى جميع إخوتي وأخواتي وكل أفراد عائلاتهم.

إلى كل من يعرف محمد لعلامة من قريب أو بعيد.

محمد لعلامة

ملخص

تتمحور إشكالية البحث حول الهوية الاجتماعية والمهنية للصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية، من خلال بحث ميداني شمل جميع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار الذين لهم علاقة مباشرة بإنتاج وتقديم النشرة الإخبارية المحلية المقدر عددهم بـ 386 صحفياً في جميع الإذاعات المحلية الموزعة على مستوى مختلف أرجاء الوطن (48 إذاعة محلية) في الشرق، الغرب، الوسط والجنوب.

وقد ركز هذا البحث على جوانب عدة من بينها الخصائص السوسيو ديمغرافية، الخلفيات التعليمية والاجتماعية للصحفي في الإذاعة المحلية، أخلاقيات العمل، ظروف المهنة، الحرية والاستقلالية، الأجر والتكوين، الرضا عن العمل، الرضا عن التشريعات والقوانين، مفهوم الصحفي للإعلام المحلي، وامتد إلى البحث في العلاقة مع الزملاء والنظرة إلى الجمهور، والاقتراحات المرتبطة بتحسين عمله ووضعها الاجتماعي والمهني.

وجاء هذا البحث الذي يندرج ضمن مجال دراسة سوسيولوجيا المرسلين لي طرح التساؤل حول جملة من الخصائص والسمات العامة للصحفيين في الإذاعات المحلية، كمحاولة لفهم من هو الصحفي الذي يعمل في الإذاعة المحلية الجزائرية، وما طبيعة وظروف عمله، وهي تساؤلات نراها مهمة وجوهرية في البحوث السوسيو مهنية المرتبطة بالمرسل، كما نعتقد أنها تعد خطوة للإجابة عن بعض الأسئلة المرتبطة بالفراغ المعرفي الكبير الذي يمس منتج الرسالة الإعلامية في الإذاعة المحلية، والعمل على فتح المجال لتراكم معرفي مستقبلي يسمح بإعطاء صورة واضحة عن الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: الصحفي، السمات الشخصية، الوضعية الاجتماعية، الظروف المهنية، الرضا، الإذاعة المحلية، الأخبار.

Résumé

La problématique de la recherche s'axe sur l'identité sociale et professionnelle du journaliste dans la radio locale algérienne et ce à travers un travail de terrain réalisé sur tous les journalistes du service d'information, qui se chargent de la production et- de la présentation des informations locales. Ils sont au nombre de 386 journalistes travaillant dans toutes les radios locales réparties à travers le territoire national, dans l'EST, L'ouest le Nord et le sud.

Le travail de recherche s'est basé sur plusieurs volets, le coté sociodémographique, le coté éducatif et social du journaliste au niveau de la radio locale, la moralisation du métier, les conditions de travail, la liberté d'expression et l'indépendance, les salaires, la formation, la législation et l'approche que fait le journaliste de l'information locale. Le travail s'est étendu jusqu'au relations entre collègues et leur vision du public ainsi que les suggestions proposés pour améliorer le travail et les conditions socioprofessionnelles.

Ce travail de recherche entre dans la cadre d'une étude sociologique qui vise les émetteurs s et toutes les questions relatives aux spécificités des journalistes des radios locales et ce dans le but de savoir qui est le journaliste de la radio locale, ses conditions de travail. Des questions que nous considérons comme importantes dans les recherches socioprofessionnelles propres des émetteurs. Ce travail est aussi un pas très important afin de répondre à quelques questions relatives au grand manque de savoir qui touche le message d'information de la radio locale et l'ouverture d'un espace qui permettrait dans l'avenir de d'acquérir des connaissances afin de donner une image réelle sur le journaliste de la radio locale.

Mots clés : le journaliste, profil, situation sociale, conditions professionnelles, satisfaction, radio locale, informations

Abstract

The problematic of this thesis is about the social and professional identity of the journalist in the Algerian local radios, through an empirical research dealt with top stories workers who have direct relationship with the local news production who reached 386 journalist distributed through local radios on the Algerian territory.

Herein thesis focused on different aspects such as: sociodemographic, education background of the journalist in local radios, work ethics, job conditions, freedom and independence, salary and training, work satisfaction, legislation and laws satisfaction, journalist notion for local media.

It has even gone further to deal with the relations with co-workers and the way they look at the audience, and the suggestions for enhancing and improving their social and professional situations.

This thesis which is included within receivers sociology studies raised many questions marks about many characteristics of journalist in local radios in the hope of getting a better understanding of who the journalist is? And what he is for? And in what conditions is he doing his job?

All these questions are seen as important in any socio professional senders studies. It is even a step towards answering some questions related to the big education void within media message producer in local radios and a way to enhance future knowledge of how local radios journalist ought to be seen.

Key words: journalist, personal characteristics, social situation, professional conditions, satisfaction, local radio, news.

خطة البحث

مقدمة

الباب الأول :المقاربة المنهجية والنظرية للبحث

الفصل الأول :المقاربة المنهجية للبحث

1. إشكالية البحث وحدودها
2. أهمية البحث
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف البحث
5. منهج البحث
6. ميدان البحث، أدواته وحدوده
- 1.6 ميدان البحث
- 2.6 أدوات البحث
- 3.6 حدود البحث
7. مفاهيم البحث
8. الأدبيات السابقة

الفصل الثاني: الصحفي والمقاربات الاجتماعية والمهنية

1. مفهوم القائم بالاتصال أو (المرسل)
2. الصحفي والمفاهيم المرتبطة به
- 1.2 الأداء المهني

2.2 الرقابة

3.2 التأثير

4.2 الضبط الاجتماعي

5.2 الذاتية والموضوعية

3. حقوق القائمين بالاتصال وواجباتهم والشروط الواجب توافرها فيهم

1.3 حقوق وواجبات القائم بالاتصال

1.1.3 حق الممارسة

2.1.3 حدود الممارسة

3.1.3 الجزاءات والعقوبات

4.1.3 الحق في التنظيم المهني

5.1.3 الأخلاقيات المهنية

2.3 الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال

1.2.3 توافر مهارات الاتصال

2.2.3 الاتجاهات الايجابية للقائم بالاتصال نحو نفسه والموضوع والمتلقي

3.2.3 معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه

4.2.3 المكانة السامية للقائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي

4. القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه

1.4 التأثير الهامشي:

1.1.4 الضمير الصحفي

2.1.4 قيم القائم بالاتصال

2.4 التأثير المركزي:

1.2.4 النظام السياسي

2.2.4 النظام الاجتماعي

3.2.4 قاعة التحرير وسياسة المؤسسة

5. نشأة وتطور دراسات المرسل

6. أهمية دراسات سوسيولوجية المرسل

7. البحوث السوسيو مهنية للصحفيين

الفصل الثالث: التوجيه الاجتماعي والمهني للأخبار والعوامل المؤثرة

1. الكادر البشري

2. سياسة المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة

3. تأثير المصادر الصحفية

1.3 مركزية المصادر ومحدوديتها

2.3 احتكار المعلومات في المجتمع

3.3 العلاقة بين الصحفي والمصدر

4.3 صعوبة الوصول إلى المصادر

4. طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة
5. الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع

الفصل الرابع: الإعلام الجوّاري والإذاعات الجوّارية في الجزائر

1. مفهوم الإعلام الجوّاري

1.1 مفهوم الجوّارية

2.1 علاقة المحلي بالإعلام

2. المجتمع المحلي والصحافة الجوّارية

1.2 المجتمع المحلي

2.2 الصحافة الجوّارية

1.2.2 مميزات الصحافة الجوّارية

3.2 الإذاعة المحلية

3. الإعلام الجوّاري في الجزائر

4. الإذاعة المحلية في الجزائر

1.4 لمحة تاريخية عن نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

1.1.4 نشأة الإذاعة المحلية

2.1.4 نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر

2.4 تكاليف وأعباء إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر

3.4 تأسيس الإذاعات المحلية الجزائرية ولغة بثها

1.3.4 تاريخ تأسيس الإذاعات المحلية

2.3.4 أوقات البث ولغة الإذاعة المحلية الجزائرية

3.3.4 هياكل وأقسام الإذاعة المحلية الجزائرية

5. الإطار القانوني للإذاعات المحلية الجزائرية

1.5 القوانين التشريعية الخاصة بالإذاعة

2.5 مرسوم الخدمة العمومية

3.5 دفتر الشروط

6. أهمية الإذاعة المحلية ووظائفها

1.6 أهمية الإذاعة المحلية

2.6 وظائف الإذاعة المحلية

7. خصائص ومميزات الإذاعة المحلية

8. الصحفي المحلي، صفاته مؤهلاته وأسلوب عمله

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

1. مفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي

1.1 مفهوم المادة الإخبارية

2.1 أهمية المادة الإخبارية

3.1 أساليب تحرير الخبر الإذاعي

2. مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومصادره

1.2 مسار الخبر في الإذاعة المحلية

2.2 مصادر الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية

3. مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية وطاقم إعدادها

1.3 مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية

2.3 الطاقم البشري المكلف بإنتاج المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية

4. المبادئ العامة للإذاعة المحلية ومكانة اللهجات بالمادة الإخبارية

1.4 المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية

2.4 مكانة اللهجات في المادة الإخبارية للإذاعات المحلية

5. أصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية

1.5 أصناف البرامج المستخدمة في الإذاعة المحلية

2.5 الأنواع الصحفية في النشرة الإخبارية بالإذاعة المحلية

الباب الثاني: نتائج العمل الميداني

1. التحليل الكمي والكيفي لنتائج البحث

2. الاستنتاجات العامة للبحث

خلاصة

قائمة المراجع

ملاحق البحث

فهرس جداول البحث

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
22	توزيع "مجتمع البحث" الصحفيين بالإذاعات المحلية	01
171	عدد ظهور الإذاعات في كل سنة منذ 1991 حتى 2012	02
175	تواريخ إنشاء الإذاعات المحلية واللغة الناطقة بها	03
226	نسبة الأخبار في الشبكة البرمجية للإذاعات المحلية	04
232	الحجم الساعي اليومي للبحث بالإذاعات المحلية وتوقيت بدايته ونهايته	05
241	توزيع الصحفيين حسب متغير الجنس	06
245	توزيع الصحفيين حسب متغير السن	07
247	توزيع الصحفيين حسب متغير الحالة المدنية	08
248	توزيع الصحفيين بحسب متغير نوعية السكن	09
249	توزيع الصحفيين حسب متغير نوعية الحي	10
251	توزيع الصحفيين حسب السكن الحالي للصحفي	11
253	توزيع الصحفيين حسب مهنة الأب	12
254	توزيع الصحفيين حسب عمل الأم	13

255	توزيع الصحفيين حسب المستوى التعليمي	14
256	توزيع الصحفيين حسب معهد التخرج	15
258	الشهادة المتحصل عليها	16
259	توزيع الصحفيين حسب لغة العمل	17
261	توزيع الصحفيين حسب الأقدمية	18
263	دوافع اختيار المهنة	19
264	طريقة توظيف الصحفيين	20
266	خضوع الصحفيين لفترة تدريبية	21
267	قيمة أجر الصحفيين	22
269	الرضا عن الأجر	23
270	سبب عدم الرضا عن الأجر	24
271	ممارسة نشاط آخر غير مهنة الصحافة	25
273	استفادة الصحفيين من الترقية	26
274	معايير الترقية في الإذاعة المحلية	27
275	توفير مؤسسة الإذاعة لدورات تكوينية	28
276	استفادة الصحفيين من دورات تكوينية في الإذاعة	29
278	امتلاك الصحفيين لبطاقة الصحفي المحترف	30

280	امتلاك الصحفيين لأوقات المطالعة	31
281	حرية الصحفيين في اختيار المواضيع	32
283	تدخل (المسؤول، المؤسسة، الولاية) في عمل الصحفي	33
285	علاقة الصحفي مع زملائه في المؤسسة	34
287	قواعد الأخلاق المهنية	35
288	الاطلاع على نص القانون العضوي 12-05 للإعلام	36
289	تقييم نص القانون العضوي 12-05 للإعلام	37
291	وصول الصحفيين إلى مصادر الخبر	38
294	تصنيف الصحفيين لمعايير الاحترافية	39
295	الاستفادة من التكوين في مجال الإعلام المحلي	40
296	أهم مجالات التكوين	41
298	مفهوم الإعلام المحلي عند الصحفيين	42
298	المواضيع التي تأخذ حيزا كبيرا في النشرة الإخبارية	43
300	مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي	44
301	جوانب مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي	45
302	سبب عدم مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي	46
304	نظرة الصحفيين إلى الجمهور	47
306	اتجاهات جمهور الإذاعة المحلية	48
309	مفهوم الصحفيين للخدمة العمومية	49

312	الانشغالات الأساسية للصحفيين الجزائريين	50
316	الانتقادات الموجهة للإعلام في الجزائر	51
316	درجة رضا الصحفيين على العمل في مجال الإعلام	52
318	سبب عدم الرضا	53
319	مكان العمل بعد 5 سنوات	54
320	الاقتراحات لتحسين الأوضاع الاجتماعية والمهنية	55
321	الاقتراحات لتطوير الإعلام في الجزائر	56
322	علاقة الجنس مع دوافع اختيار المهنة	57
323	علاقة الجنس مع درجة الرضا عن العمل في الإذاعة المحلية	58
324	علاقة مكان الميلاد مع الإذاعة التي يعمل بها	59
325	علاقة الجنس مع العمل بعد خمس سنوات	60
325	يوضح علاقة الأقدمية مع تقييم قانون الإعلام	61

فهرس الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل البياني	رقم الشكل
241	نسب الصحفيين حسب متغير الجنس	01
246	توزيع الصحفيين حسب متغير السن	02
262	توزيع الصحفيين حسب الأقدمية	03
264	توزيع الصحفيين حسب دوافع اختيار المهنة	04

268	توزيع الصحفيين حسب قيمة الأجر	05
270	توزيع الصحفيين حسب رضاهم عن الأجر	06
272	توزيع الصحفيين حسب ممارستهم لنشاط آخر خارج مهنة الصحافة	07
274	توزيع الصحفيين حسب معايير الترقية	08
320	مكان عمل الصحفيين بعد 5 سنوات	09

مقدمة:

يعتبر الصحفي حلقة مهمة في العملية الإعلامية لما يؤديه من دور كبير في تشكيل وصناعة الرسالة الإعلامية، وفق معايير وقواعد مهنية، باعتباره المسؤول الأول عما يصل إلى الجمهور، فالصحفي يؤدي دورا كبيرا في تزويد الفرد بالأخبار والمستجدات اليومية والمعرفة التي تمس اهتمامات المواطن بشكل مباشر، ومن هذا المنطلق يصبح المرسل الذي يشرف على المنتج الإعلامي في مكانة مهمة تسمح له بتكوين وتوجيه الرأي العام.

وفي خضم اتساع مجالات البحوث في حقل علوم الإعلام والاتصال ، يجمع العديد من الباحثين الغربيين على اعتبار المرسل عنصرا مهما في العملية الاتصالية يجب دراسته، بل قد يذهب بعض الباحثين إلى أبعد من ذلك عندما يتعلق بمنتج الرسائل والمضامين في وسائل الإعلام المحلية، هذه الرسائل التي تعاني نوعا من التهميش، فوسائل الإعلام عادة تركز أكثر على ما يحدث في العاصمة على حساب ما يحدث في المناطق العميقة من الوطن.

وتبرز من المنطلق السابق الحاجة العلمية للبحث في العنصر الأول من العملية الاتصالية، الذي يؤدي دورا كبيرا في تشكيل وصناعة الرسالة الإعلامية في الإذاعة المحلية، وفق معايير محددة، ترتبط أساسا بخلفيته وإيديولوجيته من جهة، وإيديولوجية المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها من جهة أخرى.

وفي ظل الغموض الذي يلف رجل الإعلام في الإذاعة المحلية الجزائرية، يأتي هذا البحث لمحاولة فهم وإبراز صورة هذا العنصر وسد النقص الموجود في هذا المجال، ففي خضم الانتشار الذي تعرفه الإذاعات المحلية في الجزائر الموجودة بكامل ولايات الوطن، والأهمية الكبيرة لهذه الوسيلة في المجتمع لما تتميز به من قرب من اهتمامات المواطن

بالمقارنة مع الإذاعة ذات البعد الجغرافي الوطني، تزداد أهمية معرفة المسؤول الأول على إنتاج الرسالة الإعلامية التي تصل إلى المواطن، والإجابة على بعض الأسئلة المرتبطة بهويته السوسيو مهنية.

من المنظور السابق، تبرز الأهمية العلمية لدراسة القائم بالاتصال في مؤسسة إعلامية محلية، خاصة في السياق الجزائري الذي يعتبر مجال دراسات الاتصال فيه على العموم حديثا نسبيا، وضعيفا نوعا ما لاسيما من ناحية الكيف بالمقارنة مع نوعية البحوث في الجامعات ومراكز البحث المنتشرة في فضاء الحياة الغربية.

ومن أجل تشريح إشكالية البحث التي تتمحور حول الهوية الاجتماعية والمهنية للصحفيين العاملين بقسم الأخبار في الإذاعات المحلية الجزائرية، من ناحية السمات الشخصية لهذه الفئة من الصحفيين، وجوانب تكوينهم، ومستويات تعليمهم، وظروف عملهم، ودرجة الرضا لديهم، العلاقات السائدة بينهم ونظرتهم إلى الجمهور وحتى اقتراحاتهم لتحسين وضعيتهم الاجتماعية والمهنية، واستعراض نتائج البحث بشكل علمي ومفهوم، ارتأينا تقسيم هذا العمل إلى بابين، باب يضم المقاربة المنهجية والنظرية ويضم أربعة فصول والباب الثاني خصصناه للعمل الميداني.

الباب الأول، خصصناه للمقاربة المنهجية والمراجعة النظرية للبحث، حيث استعرضنا في الفصل الأول - وقد خصصناه للجانب المنهجي - إشكالية البحث، ميدانه وحدوده وكل الأدوات التي استعملت في البحث، وضبط أهم مفاهيمه، بالإضافة إلى شرح المقاربة المنهجية المتبعة، واستعراض مختلف الدراسات السابقة القريبة من موضوع البحث سواء في الفضاء الجزائري، العربي أو الغربي.

في الفصل الثاني من البحث تعرضنا للنقاش الدائر حول المقاربات الاجتماعية والمهنية للصحفي، وتناولنا مفهوم القائم بالاتصال أو رجل الإعلام أو المرسل كونه المحور

الأساسي الذي يدور حوله البحث، دون إغفال معالجة جميع المفاهيم المرتبطة به المتمثلة في حقوقه وواجباته والأخلاقيات المهنية والاحترافية، وطرح إشكالية الموضوعية في الإعلام، ومفاهيم عدة أخرى نعتقد أنها ضرورية لفهم وتشكيل صورة عن المحيط المهني والاجتماعي للمرسل، التي تؤثر بشكل أو بآخر على المنتج الإعلامي الذي يقدمه للجمهور. كما عالجنا في هذا الفصل أيضا نشأة وتطور دراسات المرسل، والحاجة الماسة إلى سوسيولوجية المرسل، ومختلف الدراسات السوسيو مهنية للصحفيين لإعطاء صورة واضحة عن مكانة القائم بالاتصال في بحوث حقل علوم الإعلام والاتصال، وتوضيح الزوايا التي ركزت عليها هذه البحوث فيما يخص تنقيبها عن الهوية المهنية والاجتماعية للقائم بالاتصال.

أما الفصل الثالث من البحث فيرتبط بإشكال جوهري يخص التوجيه الاجتماعي والمهني للأخبار والعوامل المؤثرة في صناعة الخبر، ويتعلق الأمر هنا بعدة عناصر أبرزها العنصر البشري الذي يعتبر المحور الأساسي في صناعة وتوجيه الخبر الصحفي، والسياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة، إلى جانب التأثير الذي تحدثه المصادر الصحفية على الصحفي وعلى الخبر، وطبيعة النظام السياسي السائد وأيديولوجية الدولة التي تعد بوصلة للخبر الصحفي.

الفصل الرابع في هذا الباب، اهتم بتناول الشق الثاني والأساسي من البحث المرتبط بالإعلام الجوي والإذاعات الجوية في الجزائر، وقد تم تحديد أولا مفهوم الإعلام الجوي، وتعريف الصحافة الجوية وأهم ميزاتهما، ومفهوم المجتمع المحلي، كما تم تخصيص جزء كبير من هذا الفصل للحديث عن الإعلام الجوي في الجزائر، وتجربة الإذاعات المحلية في ثمان وأربعين ولاية، والأعباء التي رافقت إنشاءها، ومحاولة جمع جميع المعلومات المرتبطة بتاريخ انطلاق هذه الإذاعات، وطبيعة عملها لاسيما من

الناحية القانونية، كما تم تناول وظائف ومهام الإذاعة المحلية وخصائصها، إضافة إلى البحث في هوية الصحفي المحلي من ناحية صفاته ومؤهلاته وأسلوب عمله.

في **الفصل الخامس** والأخير من الجانب النظري تم معالجة أحد أهم العناصر في البحث وهو المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية وطريقة إنتاج النشرة الإخبارية في مختلف المحطات الإذاعية المحلية الجزائرية، حيث تعرضنا أولاً لمفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي، ثم رصدنا مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومختلف المصادر التي يعتمد عليها الصحفي للحصول على أخباره، وبما أن الأخبار تحتل مكانة مهمة في الشبكة البرمجية لأي مؤسسة إعلامية، خصصنا جزءاً من هذا الفصل لإبراز مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية بالإذاعة المحلية الجزائرية والطاقم البشري الذي يسهر على إعدادها، وأظهرنا في جزء آخر من هذا الفصل المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية ومكانة اللهجات بالمادة الإخبارية، وقد تم التطرق أيضاً إلى مصادر الخبر الصحفي وأصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية.

أما **الباب الثاني** من هذا البحث، تم تخصيصه لمناقشة نتائج العمل الميداني، واستعراض التحليل الكمي والكيفي لما توصلنا إليه من نتائج، كما طرحنا مجموعة من التساؤلات التي قد تفتح هذا المجال البحثي على أبحاث مستقبلية للاقترب من فهم هوية الصحفي السوسيو مهنية وعلاقتها بالإعلام الجوّاري في الجزائر، وخرجنا بجملة من الاقتراحات والتوصيات.

الباب الأول: المقاربة المنهجية والنظرية للبحث

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للبحث

1. إشكالية البحث وحدودها
2. أهمية البحث
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف البحث
5. منهج البحث
6. ميدان البحث، أدواته وحدوده
7. مفاهيم البحث
8. الأدبيات السابقة

الفصل الثاني: الصحفي والمقاربات الاجتماعية والمهنية

1. مفهوم القائم بالاتصال أو (المرسل)
2. الصحفي وأبرز المفاهيم المهنية والاجتماعية المرتبطة به
3. حقوق القائم بالاتصال وواجباته
4. القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه
5. نشأة وتطور دراسات المرسل
6. أهمية دراسة سوسيولوجية المرسل
7. الدراسات السوسيو مهنية للصحفيين

الفصل الثالث: التوجيه الاجتماعي والمهني للأخبار والعوامل المؤثرة

1. العنصر البشري.
2. سياسة المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة.

3. تأثير المصادر الصحفية.

4. طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة.

5. الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.

الفصل الرابع: الإعلام الجوي والإذاعات الجوية في الجزائر

1. مفهوم الإعلام الجوي

2. المجتمع المحلي والصحافة الجوية

3. الإعلام الجوي في الجزائر

4. الإذاعة المحلية في الجزائر

5. الإطار القانوني للإذاعة الجزائرية

6. أهمية ووظائف الإذاعة المحلية

7. خصائص ومميزات الإذاعة المحلية

8. الصحفي المحلي، صفاته مؤهلاته وأسلوب عمله

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

1. مفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي

2. مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومصادره

3. مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية وطاقم إعدادها

4. المبادئ العامة للإذاعة المحلية ومكانة اللهجات بالمادة الإخبارية

5. أصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للبحث

1. إشكالية البحث وحدودها
2. أهمية البحث
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف البحث
5. منهج البحث
6. ميدان البحث، أدواته وحدوده
7. مفاهيم البحث
8. الأدبيات السابقة

1. إشكالية البحث وحدودها:

يؤكد العديد من الباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال على أن فهم أي ظاهرة إعلامية معينة، لا يتم إلا بوجوب التعرض إلى مختلف أبعادها بالإجابة على الأسئلة الرئيسية التي تشكلها، وتتجسد بالضبط في الأسئلة الكلاسيكية الخمس التي طرحها هارولد لاسويل وهي: من؟ السؤال الأول، ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟

ويشكل السؤال الأول من هذه العملية المتمثل في المرسل الحلقة الأهم في صيرورة العملية الإعلامية، نظرا للدور الذي يؤديه في المجتمع، وذلك بتزويده بمنتجات (أخبار، معلومات..) يعتمد عليها أفراد المجتمع في فهم وتفسير الأحداث التي تدور من حولهم، انطلاقا من الامتيازات التي يتمتع بها، فبالإضافة إلى الوصول والحصول على المعلومات والمعرفة، يشغل موقعا استراتيجيا كحارس بوابة ومراقب، كونه صاحب القرارات المصيرية التي تتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية وشكلها قبل وصولها إلى الجمهور، فالمرسل يؤدي دورا كبيرا في العملية الاتصالية، إذ يترك بصماته على الرسالة الإعلامية ويشكلها ويصنعها وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسسية، إلا أنه في آخر المطاف هو المسؤول عما يصل إلى الجمهور، فنظرا لدور المرسل الذي يتمتع به، فهو يساهم بشكل كبير في تشكيل النقاش الدائر في أوساط فئات المجتمع وصناعة الرأي العام حيال قضايا معينة¹. ويصور بشكل كبير الواقع الاجتماعي الذي نعيشه انطلاقا من قراراته داخل غرف الأخبار بانتقاء أخبار معينة وحذفه أخبار أخرى وفق تفكيره وخلفيته وإيديولوجيته وإيديولوجية المؤسسة التي يعمل بها².

¹ Remy Reiffel. Sociologie des medias et marketing, édition S.A paris, France, 2001, p121.

² محمد قيراط. قضايا إعلامية معاصرة، دط، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2006، ص21

هذه الأخيرة التي تعتبر حسب الباحث "عزي عبد الرحمان" مؤسسة بيروقراطية معقدة يحكمها سلم الهرم الإداري، إذ يكون كل موظف تحت إشراف من هو أعلى منه في المرتبة الوظيفية، لتأخذ العلاقة بين الصحفيين الكثير من الحراك والتجاذب والتفاوض والنزاع¹.

وتتجرد الأخبار التي هي ليست مجرد منتج بريء ومستقل أو بضاعة معلبة من الموضوعية والاستقلالية لتصبح منتج مجموعة من الأشخاص ينتمون إلى بيروقراطية تجميع وتوزيع الأنباء².

ويذهب "سيقال" في الاتجاه نفسه حين يرى أن ما يشكل مخرجات وسائل الاتصال الجماهيرية تحدده اختيارات القائم بالاتصال³، والكثير من الأخبار على هذا النحو هي مصنعة، تنظيمية، مثل "السباقيطي"⁴.

والواقع أن دراسات وأبحاث القائم بالاتصال قد حاولت النظر في هذه الحلقة من حلقات العملية الاتصالية على مر عقود من الزمن، تكلفت بتراكم معرفي، إلا أنه غير كاف لفهم الظاهرة الإعلامية بشكل أوضح، فيبقى حقل علوم الإعلام والاتصال حسب ما يقره العديد من الباحثين بحاجة ماسة إلى التحقيق في البعد الثالث للاتصال أو سوسيولوجية الصحفي، كونه لم يحظ بالاهتمام اللازم على أهميته إذا ما قورن باهتمامات الأبحاث في المجالات الأخرى لعملية الاتصال، وهو ما انتبه له إيرش (Hirsch) منذ

¹ عبد الرحمان عزي. الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المناطق العربية قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2009، ص ص 118-119.

² Gieber, W. News is what Newspaperman Make it', in L.A. Dexter and D. Manning, White, People, Society and Mass Communication. New York : free press, 1964, p75.

³ أنظر: Sigal, leon. reporters and officials, Lexington, Massachusetts D.C. Head and Company, 1973.

⁴ HIRSCH. Occupational, organizational and institutional models in mass media research, 1977, p15

سنة 1973، عندما دعا إلى ضرورة النظر في المستويات المهنية والمستويات التنظيمية والمستويات المؤسساتية لدور المبلغ الجماهيري¹.

وعندما نخص بالذكر حقل البحوث في الجزائر، يقر بعض الباحثين² في هذا المجال أن المجتمع الجزائري بشكل عام لازال يبحث عن سوسيولوجيته كما لازالت رقعة الجهل بالمعرفة الاجتماعية العلمية للمجتمع الجزائري بشكل عام والصحفي بشكل خاص تتسع.

وربما نذهب أبعد من ذلك عندما نخص الصحفي في الإذاعة الجزائرية، هذه الوسيلة (الإذاعة) التي تحظى بانتشار واسع والتي تتميز عن بقية الوسائل الأخرى كونها تستقطب كافة شرائح المجتمع بجميع المستويات، تصل إليهم مخترقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية كما تتفرد بنشرها للأخبار والأحداث على المستمعين فور حدوثها وهذا العنصر "الفورية المطلقة Absolute immediacy" هو المبرر لأهمية نشر الأخبار بالإذاعة، وهنا يقول "شارلز ستينلنبرغ" Charles s. Steinberg "إنه إذا كانت الطباعة قد أعطت للجماهير القراءة والتعليم، فقد أعطت إذاعة الأخبار "الفورية" للملايين³.

وفي الجزائر كما في باقي أنحاء العالم تشغل الإذاعة حيزا كبيرا في حياة أفراد المجتمع بالنظر لميزتيها الأساسيتين المتمثلتين في الفورية وسهولة الانتشار، ويتجسد ذلك عبر الإذاعة المحلية بالأساس التي تتميز عن الإذاعة المركزية من حيث القرب من الجمهور،

¹ انظر "شارلز ويتني"، دراسات المبلغ الجماهيري، التشابه والاختلاف ومستوى التحليل، ترجمة السعيد بومعيزة في المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15، جانفي-جوان 1997، ص281.

² انظر: رضوان بوجمعة. أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل، محاولة تحليل أنثروبولوجي. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، 2006.2007.

³ C.S. Steinberg . The Communicative Arts, N.Y ; Hastings house, 1970, p2

باعتبار أن المستمع يحس في الإذاعة المحلية بخصوصية أكثر ورعاية أكبر أما في المركزية يحس بعمومية أكثر ورعاية أقل¹.

وتتمثل الإذاعة المحلية الجزائرية، في ثمان وأربعين ولاية بمعدل وتصور إذاعة في كل ولاية، بحيث أنشئت بغرض تقريب السلطة من المواطن²، ونقل انشغالاته والتعريف بعاداته وتقاليده ومبادئه وتراثه، الذي يتجسد أساسا في الخصوصية اللغوية والتنوع في اللهجات على اختلاف مناطق كبرى في الوطن (المنطقة الشرقية: تغطي عادات القسنطينيين، المنطقة المركزية أو الوسطى: العاصميين، المنطقة الغربية متعلقة بالوهرانيين، المنطقة الصحراوية) أو بتقسيم آخر مثل منطقة القبائل والأوراس وبني مزاب والتوارق³. والالتزام بالوظيفة التعليمية والإخبارية والتثقيفية والترفيهية كونها مؤسسة عمومية.

وتظهر أهمية الإذاعة المحلية ووظائفها من خلال المواضيع الأساسية التي يعالجها الصحفيون في النشرات الإخبارية⁴، ومن دون شك تشغل النشرة الإخبارية حيزا كبيرا في الشبكة البرمجية التي تبثها هذه الوسيلة يوميا، بالنظر لأهميتها لدى الجمهور، فقد أثبت الباحثون أن الأخبار من المواد الإعلامية الهامة في حياة الإنسان في المجتمع الحديث، فلا شك أن الإنسان يشعر بعدم اطمئنان في غياب الأخبار، فقد أقر أحد الباحثين أن أحدا من الذين أجرى عليهم الأبحاث قال: "إنني أشعر وقد انقطعت عني الأخبار بأنني

¹ الطاهر بن خرف الله. واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، العدد 04، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1990.

² موقع الإذاعة الجزائرية www.RadioAlgerie.dz. تاريخ التصفح: 15 جانفي، 2015، الساعة الرابعة زوالا.

³ انظر: khaoula Taleb Ibrahimi. Les Algériens et leur langue, les Editions El Hikma, Alger, 1995

⁴ محمد شلوش. مدير بالإذاعة الجزائرية ومهتم بالإعلام المحلي. مقابلة أجراها الباحث يوم 15. 03. 2014 في مقر الإذاعة بشارع الشهداء على الساعة الثالثة زوالا.

قد فقدت صديقا عزيزا لدي"¹، كما يجمع الكثير من الباحثين أيضا على أن المهمة الإخبارية للإذاعة تعد مهمة رئيسة وأساسية، إذ يرى "مارشال ماكلوهان Marshall Macluhan" أن التلفزيون قد أخذ على عاتقه المهمة الترفيهية كوظيفة أساسية، وترك للإذاعة المهمة الإخبارية². ومهما كانت الظروف السياسية والاجتماعية التي تعمل في ظلها الإذاعة، فإنها-أي الإذاعة- تعتبر المصدر الرئيس والأول للأخبار، من خلالها يستقي الناس أخبارهم اليومية خاصة في الدول التي تنفّش فيها الأمية، أو تلك التي تقل فيها عدد الصحف أو الدول التي تصبح فيها الصحف تحت سيطرة حكومية، فالإذاعة هي المصدر الوحيد للأخبار للملايين خاصة في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية³.

ومن هذا المنطلق يمكن القول إن النشرة الإخبارية تعتبر من أهم المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية، هذه الجريدة التي يسهر عليها طاقم من الصحفيين يسعون إلى جلب الأخبار من مصادرها، واختيارها وحذفها وإضافة التفسير والصياغة لتقديم ما يمكن أن يقدم إلى المستمع داخل غرف أخبار المؤسسة على النحو الذي يتلاءم مع طبيعة الإذاعة كوسيلة لها سياستها، وسياسة الدولة التي تعمل في ظلها من ناحية، وكذلك من ناحية قيم وتقاليد وخصائص المستمع والمجتمع المحلي المستهدف.

فالصحفي في الإذاعة المحلية يقوم بإنتاج الخبر الجوّاري في جو روتيني تسوده ظروف معينة اجتماعية ومهنية غامضة وضبابية، وفقا لمنظوره ومفهومه للخبر المحلي والظروف التي يتم فيها إنتاجه، نظرا لقلّة الاهتمام من قبل الباحثين بهذه الفئة التي تسهر على إنتاج الخبر الجوّاري الذي كثيرا ما أهمل حسب الباحث زهير احداً بسبب طغيان

¹ Dale Vinyard and Roberta Siegal: Journalism Quarterly, Autumn, 1970, p 486

² Marshall McLuhan. Understanding media the extension of man, N.Y. McGraw-hill, 1964, P318.

³ أنظر : Hohenberg John. The Professional Journalist, 4th Edition, Holt Rinehart Winston, N.Y. 1978

الاهتمام بالخبر المركزي الذي يجري في العاصمة¹، فوسائل الإعلام التقليدية ومن بينها الإذاعة غيّت عن قصد أو غير قصد العديد من الأحداث المحلية، التي لا تحظى في الغالب بالتغطية، إما بشكل عمدي من لدن القائم بالاتصال بفعل ضغوط السلطة، أو بشكل غير عمدي نظرا لعدم وجود مراسلين محليين في الكثير من المناطق².

وهذا الغموض يطرح إشكالات معرفية عدة تتعلق بصورة هذه الشريحة من المجتمع "الصحفيين" وعلاقتها بالصحافة وإنتاج الأخبار ومفهومها للخبر الجوّاري، ومحاولة الاقتراب من فهمها الدقيق للقيم الإخبارية التي توحى دلالتها بوجود بنية معقدة للخبر، على أساس أن أبعاد القيمة متعددة، فهي نظرية أو نفعية، وهي فكرية وإيديولوجية وحتى دينية، ويبقى الفهم الدقيق للقيم الإخبارية في علاقة تلازمية مع عناصر لها علاقة بالقيم والعادات الاجتماعية التي تنتج فيها الأخبار، قيم وإيديولوجية القائم بالاتصال، قيم الجمهور، إضافة إلى إيديولوجية السلطة السياسية، ثم السياق الذي يحرك تلك العناصر³.

لذلك يأتي هذا البحث ليحاول الإجابة عن التساؤل الجوهرى الذي يندرج ضمن اهتمامات علم اجتماع الصحفيين وهو: ما هي الهوية الاجتماعية والمهنية لصحفي الإذاعة المحلية الجزائرية؟

سنحاول من خلال هذا البحث الإجابة عن التساؤلات التالية: من هم الصحفيون في الإذاعات المحلية الجزائرية؟ ما هو جنسهم؟ ما هو معدل أعمارهم؟ من أين يأتون؟ ما هي أصولهم وانتماءاتهم الاجتماعية؟ ما هي خلفياتهم التعليمية؟ هل تلقى هؤلاء الصحفيون تكويناً في مجال الصحافة الإذاعية؟ ما قيمة أجورهم؟ ما مستوى رضاهم عن

¹ رضوان بوجمعة. الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، 2008، ص4.

² إبراهيم بعزیز. دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المثلي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، عدد 3، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 2011، ص51.

³ سمير لعرج. القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15، جانفي-جوان 1997، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص ص 122-123.

العمل في المجال الإعلامي؟ ما هي ظروف عملهم داخل غرف الأخبار؟ هل هم أحرار في اختيار الأخبار التي يغطونها أم مفروضة عليهم؟ هل يصلون إلى مصادر الخبر؟ ما مفهومهم للاحترافية؟ ما مفهومهم للخبر المحلي؟ ما علاقتهم بالإعلام الجوّاري؟ ما هو نظام إنتاج الأخبار في الإذاعة المحلية؟.

2. أهمية البحث:

نلمس أهمية هذا البحث بداية في كونه بحث ميداني بالدرجة الأولى يسعى للإجابة على مجموعة من الانشغالات التي تشكل صلب توجهات البحث في مجال علم اجتماع الصحفيين، وتتأتى أهمية البحث أيضا من خلال تسليط الضوء على عنصر مهم ألا وهو الصحفي، للمكانة التي يحظى بها في خريطة القوى الفاعلة والمؤثرة في المجتمع، وتزيد الدراسة أهمية عندما تخص الصحفي القائم على إنتاج الأخبار المحلية، الذي يعاني ضعفا في حدود علمنا - في الدراسات الخاصة به في السياق الجزائري، وهذا الضعف في المعرفة الاجتماعية المتعلقة بفهم هوية رجل الإعلام في الجزائر، خصوصا لما يتميز به البلد من خصائص جغرافية (شساعة المساحة) وثقافية لغوية (تعدد اللغات واللهجات) يضيف نوعا من الأهمية والثقل على الدور الذي يقوم به الصحفي في الإذاعة المحلية، ويدفع للبحث في هوية هذا العنصر ومحاولة إبراز سماته الشخصية وخلفياته الاجتماعية وظروفه المهنية.

3. أسباب اختيار الموضوع:

من بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا البحث هو ميول الباحث للموضوع، وإحساسه بأهمية هذا المجال المرتبط بالتحقيق في البعد الثالث للاتصال وهو المرسل، وحاجة حقل علوم الإعلام والاتصال الماسة لسوسيولوجية الصحفي حسب ما يؤكدّه العديد من الباحثين الغربيين والمحليين، ورغبة منا في إزالة ولو قليلا من الغموض الذي

يكتنف صورة الصحفي الاجتماعية والمهنية في الجزائر عموما وفي الإذاعة المحلية بالأخص، باعتباره يعاني نوعا من الإهمال من قبل الدارسين -في حدود علمنا- على أهمية هذا الفرد في المجتمع وهذه الوسيلة ومضمون نشراتها، فالصحفي بقسم الأخبار في الإذاعة المحلية يؤدي دورا كبيرا في صناعة وتوجيه الرأي العام في المنطقة التي يعمل بها نظرا لامتيازات التي يتمتع بها ولقربه الدائم من المواطن والمسؤول بتلك المنطقة، لهذه الأسباب وأخرى نعتقد أن البحث في ظروف إنتاج الرسالة الإعلامية من طرف هذا العنصر، وخلفياته الاجتماعية والتعليمية وعلاقته بالصحافة والإعلام الجوّاري ضرورة ملحة تدفعنا لمحاولة فهم الصورة الاجتماعية والمهنية للصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية.

4. أهداف البحث:

تشير البحوث السابقة التي أجريت حول سوسيو مهنية القائم بالاتصال إلى جزئية ومحدودية تناول للأبعاد المختلفة لهذا العنصر، ويهدف هذا البحث الذي يندرج ضمن مجال علم اجتماع الصحفيين بالأساس إلى:

أ. محاولة تعميق المعرفة الاجتماعية والمهنية برجال الإعلام في الجزائر، ومحاولة إحداث تراكم معرفي في مجال علم اجتماع الصحفيين يسمح بتوضيح الرؤية وإزالة الصورة الضبابية التي تكتنف هذه الفئة على أهمية دورها في إنتاج الأخبار وإنتاج المعرفة في المجتمع.

ب. توفير حجم معين من المعلومات حول الصحفي في الإذاعة المحلية فيما يتعلق بالخصائص السوسيو ديموغرافية، والاقتصادية، وخلفياته التعليمية ومفهومه للأخبار ولدوره في المجتمع.

ت. محاولة فهم صيرورة إنتاج الخبر المحلي بالتعرض لبنية نشرة الأخبار المحلية وتصور الصحفيين العاملين على إنتاج مضمونها لمفهوم الخبر المحلي بغية التأسيس للخبر الجوّاري الحقيقي.

ث. محاولة الاقتراب علمياً من طبيعة عمل الصحفي في الإذاعة المحلية من ناحية ظروف الممارسة وعلاقات الصحفي مع مصادر الخبر، الزملاء ونظراته إلى الجمهور.

ج. محاولة التعرف على الصعوبات والمعوقات التي تعترض الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية ومدى تمتعه بالحرية وحصوله على حقوقه المرتبطة بالجانب المادي وحقوقه في التكوين والتدريب لتطوير أدائه المهني.

ح. التعرف على علاقة الصحفي بالنصوص التشريعية وإدراكه لها، ومقترحاته لتحسين وضعه الاجتماعي والمهني ورفع وترقية مستوى المهنة.

خ. الحرص على توفير قاعدة معرفية أساسية في مجال البحوث المرتبطة بسوسيو مهنية الصحفي في الإذاعة المحلية وفتح باب الاجتهاد لإجراء المزيد من البحوث في هذا المجال المعرفي وتناول الكثير من الجوانب التي لا تزال مجهولة.

5. منهج البحث:

انطلاقاً من خصائص البحث فإن المقاربة الأقرب إلى إشكالية الدراسة هي المقاربة التي تركز على المنبع أو الانتماء والخصائص الاجتماعية والمهنية للمرسلين، أي تحليل العوامل التي يفترض أنها تؤثر على فعالية ومضمون عمل الفاعلين في الاتصال¹، إلى جانب التركيز على اتجاه فاعلية الصحفي ودراسة مكانته في خارطة القوى المؤثرة في المجتمع، هل يعمل هذا الصحفي على تثبيت الوضع الراهن وهو بذلك يعد سلبياً ووسيلة

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة. الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الثاني، 2003، ص99.

مستعملة من قبل القوى الفاعلة في المجتمع، أم أنه متغير فاعل إيجابي يسهم في صناعة القرار وتصحيح الأوضاع وتغيير الأمور.

كما نركز على اتجاه مخرجات النظام الإعلامي، بمحاولة معرفة نوعية منتج الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية إذا ما كان إيجابيا هادفا ويعطي أهمية لأفراد المجتمع الذي تنشط فيه الإذاعة، أم هو منتج رديء ويهمش الطبقات العريضة من المجتمع بتحيزه الأعمى للنظام، فمقارنة صورة الصحفي بما ينتجه تعطينا صورة واضحة عن الأداء الفعلي للصحفي. ونراعي في دراستنا هذه متغير الاتجاه المؤسساتي، دراسة النظام الإعلامي من ناحية التنظيم والتسيير والبيروقراطية والتمويل والقانون والتشريع، فضلا عن متغير البيئة والمحيط العام السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي الذي يعمل فيه الصحفي وينتج فيه مخرجات وسائل الإعلام لأنه يعد متغيرا هاما لفهم الصحفي نفسه لأنه منتج هذا المحيط وفهم أدائه ومكانته في المجتمع.

ويندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة، أو الظواهر المبحوثة، سواء كانت ذات صلة بموقف معين، أو مجموعة من الناس، أو بأحداث معينة، أو بأوضاع مختلفة¹. ومن هنا كان منهج المسح والأساليب الكمية لهذا النوع من الأبحاث، هي الأدوات التحليلية الأكثر ملاءمة للاستجابة إلى الحاجة المذكورة لهذا النوع من الأبحاث، لكونها أدوات تعتمد على المسح الدقيق للمعطيات، والتعبير عن النتائج بطرق خاصة، تستند فيها إلى وحدات القياس الكمي، التي يتم فيها تسجيل هذه المعطيات، وعدها في مرحلة أولى، ثم اعتماد الطرق

¹ سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، العدد 3، مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، 1980، ص123.

الإحصائية في تبويبها وجدولتها وتحليلها، لاستخراج المؤشرات التي تحتويها في مرحلة ثانية¹.

والمنهج حسب "غرافيتس" يمثل خطوة فكرية عامة تتسق بين جملة من العمليات التقنية بهدف واسع هو تفسير الظواهر الاجتماعية². ومن أجل بلوغ الأهداف التي رسمناها لهذا البحث، فإن المنهج الأنسب المتبع من أجل الوصول إلى نتائج الدراسة هو **المنهج المسحي**، كونه يستهدف تسجيل وتحليل الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات الكافية واللازمة عنها وعن وضعها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها.

ومنهج المسح الاجتماعي هو الأنسب لبحثنا ويعرف بأنه "محاولة منظمة للحصول على المعلومات من جمهور معين أو عينة منه عن طريق استخدام استمارات البحث أو المقابلة³. كما يعتبر طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين⁴.

وتقسم البحوث من حيث حجم الجمهور أو مجتمع البحث الذي يشمل المسح الاجتماعي إلى مسوح شاملة ومسوح بالعينة، وفي لغة العلوم الإنسانية يعرف مجتمع البحث بأنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات"⁵.

¹ أحمد بن مرسل. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص52.

² Grawitz Madline. Méthode des sciences sociales, paris, Dalloz, 1984, p351

³ محمد علي محمد. مقدمة في البحث الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1983، ص 182.

⁴ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص139.

⁵ Grawitz Madline. Lexique des sciences sociales , 4éd, Paris, Dalloz, 1988, p293.

كما أن الكمال في البحث العلمي هو أن نستعلم لدى كل عناصر مجتمع البحث الذي نهتم بدراسته¹، ويسمى هذا النوع من البحوث بالبحوث الشاملة التي ندرس فيها كل المفردات التي يحتويها البحث دون استثناء². وقد اعتمدنا في هذا البحث على **المسح الشامل** أو **الحصر الشامل** ويتوقف ذلك على أهداف بحثنا وطبيعة مجتمع الدراسة، ومعناه جمع البيانات من جميع مفردات مجتمع البحث، ويفضل الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل إذا كان مجتمع البحث صغيرا مركزا في مكان واحد، أو كان هدف البحث هو جمع البيانات من مجتمع البحث كله، أو عندما تكون النتائج المطلوب التوصل إليها إلى درجة كبيرة من الأهمية مما يقتضي الحصر الشامل³.

كما تم الاستعانة في الجانب الميداني للبحث بالمنهج الإحصائي لمعالجة الجوانب الكمية للدراسة.

ويمكننا الآن الإشارة بدقة إلى أن مجتمع البحث الذي سيكون محل الدراسة هو الصحفيون الذين يشتغلون في القنوات الإذاعية المحلية الجزائرية المتمثلة في ثمان وأربعين إذاعة والذين يقدر عددهم بـ 386 صحفيا.

6. ميدان البحث، أدواته وحدوده:

1.6 ميدان البحث:

يخص ميدان البحث الصحفيين بالإذاعات المحلية الجزائرية، وطبيعة الموضوع تفرض علينا النزول إلى هذا الميدان من أجل جمع أكبر قسط من المعلومات الخاصة بالبحث والمبحوثين، و"مجتمع البحث أو ميدان البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع

¹ مورييس أنجريس. منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دط، دار القصة للنشر، الجزائر، 2013، ص301.

² يوسف تمار. العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، دط، منشورات بغداد، الجزائر، 2010، ص12.

³ مبروكة عمر محيريق. الدليل الشامل في البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2008، ص155.

المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته¹.

ومن هذا المنطلق قمنا باستطلاع أولي من أجل معرفة العدد الإجمالي لمجتمع البحث المتمثل في الصحفيين القائمين بشكل مباشر على إنتاج وتقديم المادة الإخبارية في 48 إذاعة محلية، بإجراء مقابلات مع مدير الأخبار والمسؤول بتنسيقية الإذاعات المحلية، تضمنت أسئلة حول عدد الصحفيين في كل إذاعة محلية والعدد الإجمالي للصحفيين في جميع الإذاعات، وبعد أن تبين لنا عدد هؤلاء الصحفيين تم ضبط مجتمع البحث، ونظرا لمحدوديته والضرورة العلمية اقتضى من الباحث دراسة جميع مفردات البحث المقدرة بـ 386 صحفيا موزعين على 48 إذاعة محلية في 48 ولاية.

وقد سعى الباحث خلال العمل الميداني للوصول إلى جميع مفردات البحث المستهدفة قصد توزيع استمارات البحث والإجابة على الأسئلة المطروحة، إلا أنه واجه بعض العراقيل التي حالت دون الوصول لجميع العدد من الصحفيين محل الدراسة، حيث تم توظيف 200 استمارة صالحة للبحث. ومن بين العراقيل التي واجهها الباحث:

- صعوبة الوصول إلى بعض الصحفيين بالنظر لبرنامج عملهم، فمنهم من كان في عطلة سنوية، أو أسبوعية، ومنهم من كان ملتزما بعمله بالإذاعة (التقديم مثلا، أو تغطية ميدانية..) ولا يملك الوقت الكافي الذي يخصصه للإجابة على جميع أسئلة الاستمارة.
- تحفظ بعض الصحفيين حول الإجابة على بعض أسئلة الاستمارة خاصة تلك المرتبطة بالأجر وظروف العمل، رغم تدخل الباحث في العديد من المرات من

¹ محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 130.

أجل التأكيد للصحفيين على أن الاستمارة مجرد أداة بحث تستعمل لغرض علمي وليس لتحقيق بوليسي !.

- عدم التزام بعض الصحفيين بالإجابة على جميع محاور الاستمارة، وهو ما استدعى إلغاء تلك الاستمارات.
- تحفظ بعض مديري الإذاعات المحلية على السماح لنا بالتواصل مع الصحفيين، وبالتالي كان الباحث يضطر في الكثير من الأحيان إلى تقديم نفسه بصفته صحفياً بقناة دزاير نيوز -علاقة الزمالة- إلى جانب صفته كطالب دكتوراه حتى يكسب ود الصحفيين والمديرين.
- عدم استعداد الصحفيين للتعامل مع الباحث إلكترونياً، لاسيما الصحفيين العاملين بالإذاعات الموجودة بالجنوب الذين تعذر علينا التثقل إليهم، وبالتالي كان لزاما التواصل معهم إلكترونياً، وهو ما تم بواسطة بعض الأصدقاء والزملاء من أبناء تلك الولايات، لكن بمعدل استمارة واحدة أو اثنتين بكل إذاعة.

ورغم كل هذه العراقيل وأخرى لا يسع المقام لذكرها جميعاً، إلا أن الباحث حاول قدر المستطاع تجاوزها وعدم الوقوع في فخ التحجج بمثل هذه الصعوبات، وأصرّ على مواصلة إنجاز البحث والوصول لأكبر عدد ممكن من مفردات المجتمع، وقد تم استرجاع 220 استمارة، تم إلغاء 20 منها بسبب عدم استيفائها لشروط البحث العلمي.

وفيما يلي جدول يوضح مجتمع البحث الذي يتجسد في عدد الصحفيين بكل إذاعة محلية عبر (48) إذاعة وفق إحصاءات رسمية تم الحصول عليها من الإذاعة¹:

الإذاعة	عدد الصحفيين	الإذاعة	عدد الصحفيين
الساورة - بشار	9	سكيدة	6
البهجة - الجزائر	32	الشلف	9

¹ إحصاءات تم الحصول عليها من وثيقة رسمية بتنسيقية الإذاعات المحلية.

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للبحث

7	الظهرة - مستغانم	5	الواحات - ورقلة
7	سيدي بلعباس	6	السهوب - الأغواط
7	سوق اهراس	11	الأهقار - تمنراست
8	غليزان	4	تلمسان
9	جيجل	9	الهضاب - سطيف
9	الجلفة	11	الأوراس - باتنة
7	سعيدة	14	الباهية - وهران
7	أم البواقي	7	قسنطينة
8	عين تموشنت	6	تبسة
6	تيسمسيلت	8	توات - أدرار
7	برج بوعريرج	10	الصومام - بجاية
9	عين الدفلى	6	وداي سوف - الوادي
7	خنشلة	8	عنابة
4	قالمة	9	إليزي
12	البويرة	3	تيارت
6	ميلة	7	تندوف
9	تيبازة	7	الزيبان - بسكرة
6	المدية	6	الميزاب - غرداية
10	البليدة	9	النعامة
7	تيزي وزو	5	بني شقران - معسكر
5	الطارف	9	البيض
7	بومرداس	6	الحضنة - المسيلة
386 صحفيا			المجموع

جدول رقم (01) يوضح توزيع مجتمع البحث "الصحفيين بالإذاعات المحلية"

2.6 أدوات البحث:

فيما يخص الأدوات التي تم توظيفها في هذا البحث التي يعرفها "موريس أنجرس" على أنها "وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع"¹، فقد تم استخدام العديد من الأدوات من أجل الإحاطة بكافة جوانب البحث، منها الأساسية مثل استمارة الاستبيان، وأخرى مساعدة مثل الملاحظة والمقابلة.

أ. **الملاحظة:** تعرف الملاحظة على أنها عملية جمع المعلومات من خلال المراقبة الدقيقة والهادفة لسلوك أو ظاهرة معينة، ومن ثم تسجيل المعلومات عن تلك الظاهرة، إذن فهي عملية مراقبة مقصودة بهدف رصد تغيرات معينة من خلال النظر إلى الشيء الملاحظ بالتدقيق².

وقد وظفنا هذه الأداة المفيدة في جمع البيانات أثناء وجودنا بالمؤسسات الإذاعية المحلية داخل قاعات التحرير، سواء بالمشاركة عن طريق الاحتكاك بالصحفيين ومراقبة طريقة عملهم اليومية أو دون المشاركة بعدم إعلام المبحوثين وذلك بهدف رصد سلوكهم، ومحاولة جمع أكبر قدر من المعلومات تساعدنا في المحاور النظرية للبحث وفي تفسير بعض المعطيات والنتائج التي وصل إليها، لاسيما تلك المرتبطة بظروف العمل (اللغة المستعملة، طريقة إعداد النشرة الإخبارية، حرية الصحفيين في اختيار ومعالجة المواضيع..).

ب. **المقابلة:** وهي أداة البحث التي يعرفها "محمد عبد الحميد" على أنها تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين للحصول على المعلومات والبيانات ذات الصلة بالظاهرة المدروسة³، كما أنها لقاء مباشر يجري بين الباحث والمبحوث

¹ موريس أنجرس. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 107.

² حسن فرحان رمزون. قراءات في أساليب البحث العلمي، دار حنين، عمان، 1995، ص 75.

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

الواحد أو أكثر من ذلك، في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة، أو آراء ومواقف محددة¹. وتعرفها Madeline Grawitz على أنها "أداة تحقيق علمي تستخدم الاتصال الشفهي بغية الحصول على معلومات مرتبطة بهدف محدد"². وتعتبر من الأدوات الرئيسة في جمع البيانات في دراسات الأفراد والجماعات³. و قد اعتمدنا على نوعين من المقابلة:

• **المقابلة الرسمية:** تمت بصفة واضحة بتحضير مجموعة من الأسئلة لمقابلة المبحوثين ليجيبوا عنها في إطار مقابلة، مثل المقابلة التي أجريناها مع "صالح سعيود" مدير الأخبار بتنسيقية الإذاعات المحلية، ومحمد شلوش مدير أخبار بالإذاعة الوطنية ومهتم بالإعلام المحلي، إضافة إلى مقابلة أجريناها مع مسؤول الموارد البشرية بالإذاعة الوطنية، وكان الهدف من إجراء هذه المقابلات هو الحصول على المعلومات حول الإعلام المحلي في الجزائر بشكل عام والإذاعة المحلية بشكل خاص، كما تم توظيفها أيضا بغرض الحصول على بيانات مرتبطة بمجتمع البحث مثل عدد الصحفيين الإجمالي في الإذاعات المحلية الجزائرية وعدد الصحفيين في كل إذاعة، إضافة إلى معلومات تتعلق بالأجور والترقيات والشبكة البرمجية في الإذاعة المحلية.

• **المقابلة غير الرسمية:** أجريناها مع مجموعة من أفراد موضوع البحث داخل قاعات التحرير في شكل نقاشي حر حول مجموعة من المسائل التي لها صلة مباشرة بموضوع الدراسة للاستفادة منها واستغلالها وتوظيفها في الدراسة والتحليل،

¹ أحمد بن مرسل. منهجية البحث العلم في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر العاصمة، 2010، ص 214.

² Madline Grawitz. Méthode des sciences sociales, édition Dalloz, France, 2006, p644.

³ محمد زيان عمر. البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 289.

ونخص بالذكر هنا لا الحصر (الصحفيين، رؤساء التحرير، مديري الأخبار، مديري الإذاعات..).

وتجدر الإشارة إلى أن المقابلة العلمية سمحت لنا بتحصيل كم كبير من المعلومات والبيانات والوثائق التي قمنا بتوظيفها في الجانبين النظري والميداني للبحث، من أجل إزالة الغموض عن العديد من النقاط التي لم نستطع بلوغها باستمارة الاستبيان.

ت. **الاستمارة:** وهي الأداة الرئيسة في البحث، وتعرف على أنها أسلوب لجمع البيانات يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو أفكار أو آراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها¹. وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق².

في بحثنا هذا الخاص بسوسيو مهنية الصحفيين بالقنوات الإذاعية المحلية الجزائرية، قمنا بتوزيع استمارات البحث على مجموعة الصحفيين العاملين بالإذاعات المحلية -386 صحفيا- في 48 ولاية عبر مختلف أرجاء الوطن، وتم استرجاع 220 استمارة، بعد أن تلقينا صعوبات كبيرة في الوصول إلى جميع الصحفيين، بالنظر لعدة أسباب من بينها، بُعد المسافة وانشغالات الصحفيين اليومية نظرا لطبيعة نظام عملهم الأسبوعي، فمن الصعب جدا العثور على جميع الصحفيين العاملين في إذاعة واحدة خلال يوم واحد، فضلا عن العراقيل البيروقراطية، وقد تم إلغاء بعض الاستمارات لعدم استيفائها شروط البحث العلمي المقدر عددها بعشرين (20) استمارة ليستقر البحث على 200 استمارة بحث.

¹ محمد عبد الحميد. دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، دسن، ص133

² عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط7، ديوان لمطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2014، ص 67.

تصميم الاستمارة:

تم تصميم الاستمارة بناء على إشكالية البحث والتساؤلات التي طرحناها والأهداف التي نصبو الوصول إليها بطريقة علمية منهجية، حيث اطلعنا أولاً على العديد من استمارات البحوث المشابهة لموضوع الدراسة، سواء من جانب الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين أو تلك المرتبطة بالإذاعات المحلية، والهدف من هذه الخطوة هو تفادي التكرار من جهة، وعدم إهمال بعض الأسئلة التي قد تكون ضرورية من جهة أخرى، وبالتالي حاولنا الإلمام بمعظم الأسئلة المطروحة في استبيانات البحوث السابقة، تم توظيف جزء منها، كما أضاف الباحث أسئلة أخرى مرتبطة بشكل مباشر بموضوع وأهداف البحث.

وقد تمت هذه العملية عبر ثلاث مراحل:

• المرحلة الأولى: إعداد الأسئلة الأولية للاستمارة:

قمنا في هذه المرحلة بوضع قائمة من المحاور الرئيسة والفرعية بشكل مفصل من أجل الإحاطة بكل الجوانب محل الاستقصاء، استناداً إلى ما تم ضبطه من أهداف وما أثير من قبل على مستوى إشكالية البحث والتساؤلات العامة، وحاولنا جمع جميع البيانات اللازمة للبحث، ثم قمنا بتحويل هذه البيانات إلى أسئلة مع مراعاة تناسب عددها (الأسئلة) مع الكم المعلوماتي الخاص بكل محور، والحرص على استخدام النمط المناسب من الأسئلة.

• المرحلة الثانية: التأكد من صلاحية القائمة الأولية لأسئلة استمارة الاستبيان:

تفادياً لأي خلل أو نقص في استمارة البحث الأولية، قمنا بعرضها على مجموعة من المحكمين المختصين لمعرفة مدى مصداقيتها وملاءمتها لأهداف الدراسة، وتعرف هذه

الخطوة في البحث العلمي بعملية "تحكيم الاستمارة"¹. وقد تم مراعاة وانتقاء المحكمين من الأساتذة الباحثين الذين لهم علاقة مباشرة بجوانب البحث (الجانب المنهجي، النظري والميداني).

كما قمنا بتوزيع استمارات بحث على عينة صغيرة من مجتمع البحث " 7 صحفيين بإذاعة البهجة" من أجل اختبار مدى فهمهم للأسئلة المطروحة، وهو ما يعرف بالاختبار القبلي للاستبيان، وكل هذا يدخل في إطار مرحلة التأكد من صلاحية القائمة الأولية لأسئلة استمارة الاستبيان.

ونعني بهذه المرحلة التأكد من درجة تطابق أسئلة القائمة الأولية لاستمارة الاستبيان مع ما نريده من معلومات على مستوى المجتمع المبحوث في إطار التغطية الكاملة الشاملة للجوانب المبحوثة، من حيث ترتيب الأسئلة وصياغتها وطريقة التعامل معها في تفرغ المعلومات وتفسيرها، إلى جانب معرفة مدى فهم المبحوثين لها، لإجراء التعديلات اللازمة عند الضرورة وفي الوقت المناسب قبل فوات الأوان².

• المرحلة الثالثة: الصياغة النهائية لأسئلة استمارة الاستبيان.

بعد الأخذ بعين الاعتبار ملاحظات الأساتذة المحكمين، وكذا تلك المدونة بعد الدراسة الاستطلاعية الاختبارية على عينة من المبحوثين، قمنا بإجراء التعديلات الضرورية عليها بحذف الأسئلة التي لا فائدة من وجودها وإضافة أخرى مقترحة من قبل الخبراء، وإعادة صياغة تلك التي لم تفهم من قبل المبحوثين وترتيبها بصورة متكاملة ثم طباعة النسخ المطلوبة وتوزيعها.

¹ تم تحكيم الاستمارة من قبل: الأستاذ المشرف أ.د. رضوان بوجمعة، أ.د. علي قسايسية، أ.د. محمد قيراط، أ.د. يوسف تمار.

² أحمد بن مرسل. الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص195.

وصف محاور الاستمارة:

بعد تصميم الاستمارة وفقا لجميع المراحل المذكورة سابقا (إعداد الأسئلة الأولية للاستمارة، التأكد من صلاحية القائمة الأولية لأسئلة استمارة الاستبيان، الصياغة النهائية لأسئلة استمارة الاستبيان) تم ضبط النسخة النهائية للاستمارة التي تضمنت 46 سؤالا مقسمين على ثلاثة محاور:

المحور الأول: الخصائص السوسيو ديموغرافية، الاجتماعية والتعليمية للصحفي في الإذاعة المحلية.

تضمن هذا المحور الخصائص والبيانات السوسيو ديموغرافية ومختلف الخصائص الاجتماعية والتعليمية (الجنس، السن، الحالة العائلية، نوعية السكن، نوع الحي، مهنة الأولياء، المستوى التعليمي، التخصص العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوضع والرتبة المهنية، لغة العمل، الأقدمية). وقد تضمن هذا المحور 14 سؤالا موزعا على الأجزاء التالية (الحالة السوسيو ديموغرافية، الخلفية التعليمية، نوعية السكن، الأقدمية في العمل).

المحور الثاني : الهوية المهنية للصحفي في الإذاعة المحلية.

تناولنا في هذا المحور من الاستمارة الصورة المهنية للصحفي في الإذاعات المحلية الجزائرية، حيث شملت الأسئلة جوانب دوافع اختيار مهنة الصحافة، طريقة التوظيف، مرور الصحفيين بفترات تجريبية، قيمة الأجر، الرضا عن الأجر، ممارسة الصحفيين لنشاط آخر غير مهنة الصحافة، الترقية في العمل، توفير المؤسسة لدورات تكوينية واستفادة الصحفيين منها، امتلاك الصحفي لبطاقة الصحفي المحترف، الحرية والاستقلالية في العمل، اطلاعهم على قانون الإعلام، الوصول إلى مصادر الخبر، مفهومهم للاحترافية، وتضمن هذا المحور 19 سؤالا موزعا على الأجزاء التالية (الأجر والتكوين، مستوى الرضا عن الصحفي، الحرية والاستقلالية في العمل، الاحترافية).

المحور الثالث: الصحفي وعلاقته بالإعلام المحلي والجمهور المخاطب:

حاولنا في هذا المحور التعرض لجانب أساسي من هذا البحث وهو علاقة الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية بالإعلام المحلي والجمهور الذي يخاطبه، بطرح أسئلة مرتبطة بتكوين الصحفي في الإعلام المحلي، مفهوم الصحفي للإعلام المحلي، بناء النشرة الإخبارية في الإذاعة المحلية، مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي، نظرة الصحفي إلى جمهوره، الانشغالات الأساسية للصحفيين الجزائريين، رأيهم في الممارسة الإعلامية بالجزائر، مستوى الرضا عن العمل في الإذاعة المحلية، مفهومهم للخدمة العمومية، مستقبلهم المهني، اقتراحاتهم لتحسين أوضاعهم الاجتماعية والمهنية، وقد تضمن هذا المحور 13 سؤالاً، وزع على الأجزاء التالية (علاقة الصحفي بالإعلام المحلي، بناء النشرة الإخبارية المحلية، علاقة الصحفي بزملائه وجمهوره، تطلعات الصحفي في الإذاعة المحلية للمستقبل).

3.6 حدود البحث:

أ - الإطار الزمني: البدايات الأولى لهذا البحث المرتبط بالصورة الاجتماعية والمهنية لصحفي الإذاعات المحلية الجزائرية كانت في 2012 بجمع المعطيات المرتبطة بالموضوع والتشاور مع بعض الأساتذة في الاختصاص حول سيرورة البحث من الناحية المنهجية والميدانية، إلى جانب بعض الزيارات الميدانية إلى مقر تنسيقية الإذاعات المحلية من أجل جمع المعلومات اللازمة حول مجتمع البحث وكذا مؤسسات الإذاعات المحلية والإعلام المحلي في الجزائر بشكل عام وذلك بإجراء العديد من المقابلات.

وقد استغرق ضبط الإشكالية والتساؤلات العامة للبحث أزيد على سنتين بالنظر لبعض العراقيل التي واجهها الباحث في الحصول على معلومات مرتبطة بمجتمع البحث، والتي يتحفظ عليها كثيرون المسؤولون بالإذاعة العمومية لاسيما بتنسيقية الإذاعات المحلية،

لاعتقادهم بأنها من أسرار المؤسسة، على الرغم من إصرار الباحث في العديد من المرات على الحصول على بعضها بطرق مختلفة.

وبعد ضبط إشكالية البحث والتساؤلات العامة وأبرز المحاور شرعنا في إعداد استمارة البحث وضبطها مع الأساتذة المحكمين واختبارها على عينة من الصحفيين قبل عملية توزيعها التي انطلقت شهر جوان 2016 واستغرقت عملية التوزيع والاسترجاع قرابة ستة أشهر، قام الباحث بالتنقل لقرابة ثلاثين إذاعة منتشرة على مختلف نواحي الوطن (شرق، غرب، وسط...) بإمكاناته الخاصة، فيما استعان ببعض الزملاء الصحفيين والطلبة في توزيعها في بعض الولايات المتبقية الأخرى، إضافة إلى إرسالها -الاستمارة- إلكترونيا إلى بعض الصحفيين الذين صعب علينا الوصول إليهم.

ب - الإطار الجغرافي:

يشمل النطاق الجغرافي للبحث جميع الإذاعات المحلية الجزائرية عبر مختلف نواحي الوطن، حيث تنقل الباحث إلى العديد من مقرات الإذاعات المحلية الموزعة على 48 ولاية من أجل إجراء مقابلات مع المبحوثين، والحصول على المعلومات اللازمة، وكذا توزيع استمارات البحث على الصحفيين محل الدراسة، وقد وجدنا تجاوبا وتسهيلات من بعض مديري وصحفي الإذاعات المحلية، كما واجهنا صعوبات في بعضها الآخر.

وبالإضافة إلى مقرات الإذاعات المحلية تم التنقل أيضا إلى مقر الإذاعة المركزية بالجزائر العاصمة، ومقر تنسيقية الإذاعات المحلية من أجل إجراء مقابلات مع مدير الموارد البشرية في الأولى "الإذاعة المركزية" بغرض الحصول على معلومات ووثائق مرتبطة بالعنصر البشري الذي نحن بصدد دراسته من ناحية (العدد، الأجور، الترقية..)، والتزود بالبيانات الضرورية المتعلقة بالإذاعات المحلية والإعلام المحلي في الجزائر بشكل عام من مدير التنسيق في الثانية.

ج- الإطار البشري:

يخص الإطار البشري لهذا البحث جميع الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية المقدر عددهم بـ 386 صحفياً، استطاع الباحث أن يصل إلى 220 صحفياً منهم، فيما انتهى إلى التعامل مع 200 صحفياً (200 استمارة صالحة للبحث العلمي) بعد إلغاء 20 استمارة بسبب عدم الإجابة على بعض أسئلة الاستبيان.

7. مفاهيم البحث:

أ- **الصحفيون:** هم الأشخاص الذين يمتنون بطريقة منتظمة مقابل أجر أعمالاً من إنتاجهم للنشر في صحف يومية أو دورية ووكالات الأنباء، ويضم إلى هذا مؤسسات الإذاعة والتلفزة والسينما التي تبت أو تعرض أخباراً ذات سمة صحفية، فباستثناء الأشخاص المنشغلين في هذا الميدان يقصى الغرياء عن المهنة.

بمعنى أن هذا التعريف يخص بالذكر الصحفي الحرفي الذي نشاطه الرئيس منتظم ومدفوع الأجر، لكن لوحظ امتداد في استعمال مصطلح "الصحفي" وأصبح يخص كذلك الأشخاص المتعاونين. لذلك يمكن أن يدرج الصحفي المتعاقد وهو الصحفي الذي يقدم عملاً مقابل عقد مع مؤسسة إعلامية يتقاضى خلال الفترة الزمنية المتفق عليها أجراً يتوافق وطبيعة العمل المقدم، بالإضافة إلى هذا نجد الصحفي المؤقت الذي يتقاضى أجراً حسب ما يقدمه من عمل بالمقال¹.

وبقدم كرم شلبي تعريفاً شاملاً للصحافي: "هو الذي يمتن الصحافة، أي يتخذها مهنته وعمله الذي يتفرغ له ويكسب منه، وتطلق هذه الصفة على كل من يعمل في جريدة أو مجلة بشرط أن يكون عمله من ذلك النوع الذي يعد ابتكاراً وفناً من فنون المهنة، ومن هنا

¹ أنظر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 02، اليوم 25 جانفي 2012، قانون عضوي 12-05 يتضمن قانون الإعلام.

فإن صفة الصحفي تضاف إلى مندوب الأخبار والمراسل والمحرر في أقسام التحقيقات وأقسام التحرير المختلفة والمترجم والرسام والخطاط والمراجع والمصحح والمصمم والمصور والكاتب بشرط أن يكون الصحفي متفرغا لهذا العمل ويمارسه بشكل دائم ومنتظم في إحدى دور الصحف، كما أن هذا المصطلح أصبح يطلق على المحررين ومعدّي البرامج في الإذاعة والتلفزيون¹.

وبما أن هذا البحث يخص الصحفيين العاملين بقسم الأخبار، فيمكن تحديدهم بالأشخاص الذين ينتجون المادة الإخبارية بالإذاعة المحلية، ويتعلق الأمر بالصحفيين، المراسلين، المحررين والمذيعين باعتبارهم يشتغلون في مهنة الصحافة، ويعتبر الإعلامي قائم بالاتصال وهذا لأدائه للنشاط الاتصالي الإعلامي².

وفي دراستنا هذه نوظف أحيانا مفهوم **القائم بالاتصال** في مكان الصحفي للدلالة على ذلك الموظف بالمؤسسة الإعلامية بصفة دائمة كمحرر أو مراسل أو مندوب، بعبارة أخرى الطاقم البشري الذي يسهر على تحرير الأخبار وكتابة المادة التحريرية في المؤسسة الإعلامية وتقديمها، أو مجموعة الناس الذين يشاركون في جمع ومعالجة الأخبار وتحرير وصناعة الرسالة الإعلامية لمؤسستهم.

والقائم بالاتصال يتجسد إذا في مجموعة من الأشخاص الذين يساهمون في تجميع الأخبار، معالجتها، وصناعة الرسالة الإعلامية، وهذا التعريف بطبيعة الحال يقصي العمال الآخرين مثل المصورين والفنيين والمكتتبين وغيرهم من الذين قد يساعدون القائم بالاتصال في صناعة الرسالة الإعلامية، لكن ليس إشراف مباشر على عملية جمع الرسالة الإعلامية وكتابتها. ويؤدي القائم بالاتصال دورا استراتيجيا في العملية الاتصالية إذ أنه يترك بصماته على الرسالة الإعلامية ويشكلها ويصنعها وفق معايير ومقاييس

¹ كرم شلبي. معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشرق، القاهرة، 1989، ص316.

² إبراهيم إمام. الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص13.

وضغوط مؤسساتية، إلا أنه يكون في آخر المطاف هو المرسل وهو المسؤول عما يصل إلى الجمهور¹.

أما المرسل أو المرسلون، فهي الفئة التي تنتج أو تعيد إنتاج الرسائل الموجهة إلى الجمهور المتلقي. وقد عرف هذا النوع من بحوث الاتصال بدراسات "حراس البوابة" (gatekeepers)، وهو تعبير استعمله في البداية "لوين" إشارة إلى أن هذه الحلقة البشرية التي تملك إمكانية فتح أو غلق الأبواب في التعامل مع الأخبار القادمة².

ويعرف المرسل بأنه الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده (هذه الرموز تكون الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين) فإذا نجح المرسل في اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكرة تعبيراً صحيحاً ودقيقاً وواضحاً، يكون بذلك قد وضع قدمه على الطريق الصحيح، أما إذا عجز هذا المرسل عن صياغة أفكاره في رموز واضحة تعبر عما يقصده، انهارت عملية الاتصال في مراحلها الأولى وتحولت إلى عبث قد يسبب الضرر بدلاً من النفع³.

وتجدر الإشارة إلى أن مسميات: الصحفيون، القائمون بالاتصال، رجال الإعلام، الإعلاميون، المرسلون وممارسو مهنة الصحافة قد استعملت في هذه الدراسة بطريقة أو بأخرى للتعبير عن نفس المعنى.

¹ محمد قيراط. ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال-الدروس المستخلصة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 32، جويلية/ديسمبر 1997، ص ص 146-147.

² عبد الرحمان عزي. علم الاجتماع الإعلامي، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011، ص23.

³ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص44.

ب- الإذاعة المحلية:

• **مؤسسة الإذاعة:** عبارة عن هيئة إدارية توظف وسيلة تدعى الإذاعة أو الراديو يعرفها فضيل دليو بأنها "كل ما يبيث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرو مغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع"¹.

والإذاعة لغة، يقال أذاع، يذيع، إذاعة، أي ينشر. و"إذاعة السر" أي إفشاؤه². أما اصطلاحاً فهي إحدى وسائل الاتصال الجماهيري، تقوم على نقل الأصوات لاسلكياً بعد تحويلها إلى موجات كهربية عن طريق محطات الإذاعة³.

وتعرف الإذاعة كذلك على أنها وسيلة سمعية تنقل الأخبار والمعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم والقدرات التقنية في مساحة وسرعة البث وحتى في جودة الصوت⁴.

ونطلق في واقعنا العربي المعاصر عموماً، وفي الجزائر خصوصاً، تسميات عديدة كالإذاعة المحلية والإذاعة الإقليمية والإذاعة الجهوية للدلالة على مسمى واحد وهو الإذاعات التي تغطي إقليمياً جغرافياً أو منطقة جغرافية داخل بلد من البلدان⁵.

• **المحلية:** إن أصل مصطلح "المحلية" في العربية كلمة المحل والتي تعني المكان حسب "القاموس المحيط"⁶، والمعنى نفسه تقريباً نجده في اللغات الأجنبية حيث

¹ نوال عدوان. البرامج الاجتماعية، مجلة بحوث، العدد 24، 1998، ص 33.

² عبد العزيز شرف. المدخل إلى وسائل الإعلام، ط 2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص 103.

³ أحمد زكي بدوي. مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1985، ص 14.

⁴ حسن عماد مكاوي. الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1989، ص 29.

⁵ الطاهر بن خرف الله. واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 04، خريف 1990، ص 75.

⁶ الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ج 4، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1977، 3، ص 49.

تشير كلمة (Local) إلى مكان صغير منفصل عن كيانات أكبر: جهة، منطقة، إقليم، بلد... .

• الجوارية: الجوارية مصطلح معرب ويعد دخيلا على اللغة العربية ويعني Proximité، وأصلها في العربية: جاور الرجل مجاورة وجوارا: ساكنه.. وتجاوروا بمعنى جاور بعضهم بعضا¹.

وأصبح يستعمل هذا المفهوم حديثا لتجاوز مصطلح "المحلية" المرتبط بالبعد المكاني والجغرافي من جهة، وبالإعلام الجماهيري التقليدي من جهة ثانية، إلى مفهوم أشمل يجمع بين الفضاء الجغرافي الذي توجد فيه الإذاعة والفضاء الاجتماعي-العائقي لجمهورها، أي بين جمهور منطقة معينة وجمهور تجمع مصلح معينة بغض النظر عن مكان تواجده.

يشير مصطلح الجوارية إلى حقلين دلاليين هامين: فقد يشير إلى القرابة من.. أو إلى الشعور بالقرابة من.. أما المعنى المتداول فيربط الجوّاري حصريا بالمعنى الأول الدال على المسافة الجغرافية.

وأما حاليا فيوظف المصطلح للإشارة أيضا إلى العلاقة الخاصة (اللغوية، الثقافية، الدينية، الأيديولوجية، التجارية...) التي نشعر بها ونعيشها. وبالتالي فالعلاقة الجوارية هي تصور تنظيمي يحيل على صلات اجتماعية وعلائقية².

وجاء في معجم المصطلحات الإعلامية بأن « Local Radio » هي إذاعة تختص بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة، وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية

¹ ابن منظور: لسان العرب، بيروت، دار الفكر، ط 6، المجلد 11، 1997، ص 153.

² فضيل دليو. الصحافة الجوارية، من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الاجتماعي، عدد 10 سبتمبر 2010، ص 250.

والإقليمية أو المنطقة التي تغطيها فتعتني بأخبارها وفنونها المحلية والقضايا التي تعنيها وتعمل على تنميتها¹.

والإذاعة المحلية يجب أن تكون على معرفة جيدة بطبيعة المجتمع المحلي الذي تخدمه، من خلال بثها برامج مختلفة لمجتمع يتميز بمحدودية العدد والمساحة والتجانس، تعمل من خلال هذه البرامج على توصيل صوت أفراد المجتمع، وقد يكون هذا المجتمع عبارة عن بلدة أو قرية صغيرة أو مقاطعة أو جزيرة، كما قد يكون أفرادا تجمعهم اهتمامات مشتركة دون أن يقتضي ذلك العيش معا في إقليم جغرافي واحد².

وتعرف **الإذاعة المحلية** بأنها الإذاعة التي تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم والأقاليم الأخرى حاجز أو أكثر من حاجز، اللغة أو الدين، أو الحواجز الجغرافية أو العرقية، بما يجعل كل إقليم مستقلا. والإذاعة المحلية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم وبلغته أو لهجة أبنائه، كما يغطي إرسالها الإقليم بأسره³.

ويعرفها سعد ليبب بأنها "تلك الوسيلة التي تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من النواحي الجغرافية والاجتماعية والثقافية المتميزة، على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة، وإنما هي ترتبط أساسا بمجتمع يضم أفرادا لهم خصائص في المجال الاقتصادي والاجتماعي، وتجمعهم وحدة

¹ كرم شلبي. معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، بيروت، 1989، ص 344.

² لوي تابينخ. كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي، ط1، اليونسكو، 2001، ص 07.

³ عبد المجيد شكري. الإذاعات المحلية لغة العصر، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، عدد 106، القاهرة، أبريل 1989، ص 22.

فكرية تراثية وثقافية خاصة، وتعكس هذه الإذاعة قيمهم وتراثهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية¹.

والإذاعة المحلية هي عبارة عن همزة وصل بين المجتمع المحلي وأصوله الثقافية والعالم الخارجي، وتعتبر سندا إعلاميا لا يمكن الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية المحلية للجمهور وفي المحافظة على الإرث الثقافي.

وطبقا لما سبق ذكره، فإن مفهوم الإذاعة المحلية في الجزائر يبرز المغالطة بين مفهوم الإذاعات المحلية وبين واقعها، وما وجودها في مخطط إذاعة بكل ولاية ووضع مقرها دائما في مركز الولاية إلا دليل على هذه المغالطة.

ولما كان الإعلام يقسم وفق " النظام الإداري " المعمول به، سواء كان مركزيا أو لا مركزيا، فإن الأنماط الإذاعية لا تخرج عما يلي:

- **إذاعات مركزية:** يغطي إرسالها الدولة بأكملها أو جزءا كبيرا منها وقد تمتد خارج حدودها.

- **إذاعات إقليمية:** تغطي رقعة جغرافية معينة، وترتبط في تقديم خدماتها في إطار هذه الرقعة بالإذاعة المركزية أو لا ترتبط، والحدود التي تفصل بين مجالات نشاطات الإذاعات الإقليمية تكون حدودا فنية تقررها العلاقة بين الشكل الجغرافي واتجاه الإرسال وقد تكون حدودا قومية أو لغوية داخل دولة واحدة.

- **إذاعات محلية:** يخدم كل منها جمهورا محليا ومتناسقا من الناحية الجغرافية والاجتماعية، وتقدم له نتيجة لقربها منه برامج تلبي احتياجاته الخاصة المميزة.

¹ سعد لببيب. الإذاعة المحلية ودورها في التغير الثقافي، نظرات في الإذاعة الصوتية بالوطن العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1985، ص124.

- **شبكة إذاعية:** تضم كل منها عددا من الإذاعات المحلية المملوكة للشبكة أو المشاركة فيها أو المتعاونة معها، لتغطي في مجموعها وبارتباطها ودون إرسال مركزي رقعة جغرافية واسعة قد تكون الدولة بأكملها أو جزءا منها¹.

ج- علم الاجتماع الإعلامي:

هو علم يدرس العلاقة القائمة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والمجتمع. وإذا كانت الوسائل، في حد ذاتها، أدوات شبه محايدة ومنتجا من منتجات التطور التكنولوجي، فإن العلاقة المذكورة تتباين وفق هذا المجتمع أو ذاك على الرغم من وجود بعض المبادئ البنيوية التي تتدخل في هذه العلاقة أيا كانت. ويعتبر هذا العلم حديث النشأة نسبيا (فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية بأميركا أساسا) مقارنة بعلم الاجتماع (أواخر القرن 19). وعلم الإعلام والاتصال (مرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى)، ولم يحتل هذا العلم موقعا تخصصيا مستقلا إذ نجده فرعا في علم الاجتماع تارة أو مساقا في علوم الإعلام والاتصال تارة أخرى، كما أن مجالاته تمتد إلى فضاءات أكاديمية أخرى كعلم النفس والاقتصاد واللسانيات بحكم تمازج الظاهرة الإعلامية والعوامل المحيطة كالفعل الاجتماعي والاقتصادي والنفسي واللغوي، الخ².

ونتيجة للتطور العاصف لوسائل الإعلام الجماهيري في القرن العشرين وتوسع جماهيرها وتشعب أنواعها، وبالتالي لتعاظم دورها الاجتماعي وتأثيرها على الأفراد والمجتمع ككل نتيجة لهذا كله ظهر فرع جديد من فروع علم الاجتماع وهو علم الاجتماع الإعلامي أو سوسيولوجية الإعلام³.

¹ طارق سيد أحمد. الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دط، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص78.

² عبد الرحمن عزي. مرجع سبق ذكره، ص ص 21-22.

³ مصطفى يوسف. علم الاجتماع الإعلامي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 51.

وينظر إلى علم اجتماع الإعلام كظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بمختلف الظواهر الاجتماعية الأخرى، وفي الوقت نفسه تنتج الظاهرة الإعلامية عدة ظواهر أخرى بسبب تفاعلها مع المحيط الاجتماعي، ويعنى علم اجتماع الإعلام بدراسة هذه الظواهر خاصة التي لها انعكاسات سلبية على الواقع الاجتماعي والتي تعيق حياة الأفراد والجماعات. وهو العلم الذي يهتم بالظاهرة الإعلامية كمنتج اجتماعي وكيفية فهمها وتركيبها من قبل الأفراد، وكيف يتفاعلون فيما بينهم في أثناء ممارسة العملية الإعلامية، وكيفية تكوينهم للواقعة الإعلامية وكيفية تفاعلهم معها، وما هي أسباب هذه الاختلافات، وكيفية تكون الظاهرة الإعلامية، وكيفية تأثيرها في أفعال الأفراد والجماعات¹.

وعلم اجتماع الإعلام أحد فروع علم الاجتماع العام، يهتم أساسا بدراسة العملية الإعلامية باعتبارها اتصالا يقوم بين الأفراد والجماعات الاجتماعية الذين يمارسون من خلالها العديد من الأفعال الاجتماعية المحددة في إطار التنظيم الاجتماعي القائم².

تتسم العملية الاتصالية والإعلامية، في المجتمعات الحديثة، بكونها إحدى المعطيات الأساسية في الحياة الاجتماعية للأفراد، التي نادرا ما تتم من دون وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة وخارج مؤسسات موجودة في الواقع. كيف يتم تصميم الرسالة في هذه المؤسسة ؟ من يسير هذه المؤسسة ؟ من يسهر على صيانتها ؟ من الذي يغذي العملية الإعلامية والاتصالية بمحتوى إعلامي ؟ ما هي وظائف كل فرد من الأفراد الذين يشاركون في ذلك ؟ انطلاقا من الأجوبة على هذه الأسئلة، ترسم ملامح كل الظواهر التي يكون موضوعا لعلم اجتماع الإعلام³.

¹ ناصر قاسيمي. مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، الجزائر، ص 173.

² مصطفى يوسف. مرجع سبق ذكره، ص 81.

³ انظر: Francis Ball et Jean G. Padioleau. Sociologie de l'information-textes fondamentaux, Librairie Larousse, Paris, 1973.

د - الأخبار:

يؤكد العديد من الباحثين على صعوبة وضع تعريف جامع مانع لمفهوم "الخبر"، وأخذاً بالاعتبار وجود تعاريف متعددة لهذا المفهوم، فإنه، من منظور المادة الإخبارية في وسائل الاتصال الجماهيرية، يمكن تعريف الخبر في وسائل الإعلام بأنه "وصف موجز ودقيق وبسيط لحدث مهم أو مفيد للجمهور، حسب رؤية القائمين على الأخبار في الوسيلة الإعلامية¹.

والأخبار في القطر الواحد تتفاوت درجاتها فهناك الخبر الوطني الذي يصنعه أول مسؤول في السلطة لغاية الوزير، وهناك الخبر الجهوي أو المحلي الذي يصنعه المسؤول الأول في الولاية لغاية رئيس البلدية².

والأخبار في الإذاعة ارتبطت بنشأة واستخدام هذه الوسيلة الإعلامية وبدأت معها وتطورت مع تطورها خلال المراحل التي مرت بها، حتى أصبح يطلق عليها الصحافة المسموعة، وتاريخ الأخبار في الإذاعة هو تاريخ ما يعرف حالياً باسم الصحافة الإذاعية. ولقد أصبحت كلمة "محطة إذاعة" تطلق على ذلك الجهاز الذي يذيع في مواعيد منتظمة معلناً عنها مسبقاً الأخبار والموسيقى والأحداث وهي المواد الخام لما يسمى على التوالي الإعلام والترفيه والتثقيف³.

¹ عبد العزيز بركات. المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013، ص23.

² عبد العالي رزقي. الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص41.

³ أنظر: عبد الحميد الحديدي. الأخبار وتاريخها في الإذاعة، مقال منشور بمجلة الفن الإذاعي، إذاعة القاهرة، العدد

8. الدراسات السابقة:

تحتم القواعد المسلم بها في مجال البحث العلمي، على الباحث أن يتعمق في قراءة كل ما كتب عن موضوع بحثه، لأن ذلك يتيح له تكوين فكرة عامة عن النظريات المتاحة في موضوع البحث الذي يتناوله بالدراسة، وبالتالي يؤدي ذلك إلى إمكانية التعرف على المشكلات وأدواتها بسهولة ويسر.

والباحث الذي يكرس وقته للبحث العلمي في موضوع ما عن طريق حصر الموضوعات والدراسات السابقة على بحثه، يمكنه أن يدرك الحقائق والنظريات والتعميمات والنتائج التي خلصت إليها الدراسات والبحوث السابقة في مجال تخصصه¹.

وسنحاول في هذا الجزء من هذه الدراسة أن نستعرض الدراسات السابقة في مجال بحوث القائمين بالاتصال، ويمكن القول إن هناك دراسات هامة ظهرت في هذا المجال، وإن كانت اهتمت جميعها بدراسة القائمين على الأخبار في مجال الصحافة، وهي دراسات قام بها عدد من الباحثين الأمريكيين².

حرصا منا على تحديد الإضافة المعرفية التي يقدمها هذا البحث في حقل التخصص، وفي ضوء النقاش الجاري حول عناصر العملية الاتصالية، نعثر على مجموعة من البحوث حول المرسل والمقاربة الاجتماعية التي تتحكم في عمله.

¹ Carter V. Good and Douglas E. Scats, Methods of Research Educational, Psychological, Appleton-Century crofts Inc, New York, 1954, p44

² جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص ص273-285.

فحسب البحوث الإعلامية التي تناولت وسائل الإعلام الجزائرية فإن تطوير الممارسة الإعلامية في الجزائر مقرون بالنهوض بالبحث العلمي في ميدان الإعلام.¹

وقد طرح الباحث-نصر الدين لعياضي- سؤالاً جوهرياً هو: هل استطاعت هذه البحوث أن تملك النظرة الشمولية للعناصر المشكلة للعملية الاتصالية (المرسل، الرسالة، القناة، المتلقي..) وأن تغطي كل العناصر؟. فقد قام معهد الإعلام والاتصال بانجاز 284 بحث خلال عشر سنوات "1979-1989"، ولو وزعنا البحوث على العناصر المشكلة للعملية الإعلامية فإننا نجد أن المرسل "رجل الإعلام" الذي له الدور البارز في إنتاج الإعلام والثقافة لم يحصل إلا على أربعة بحوث فقط بالمقابل نجد أن الوسيلة الإعلامية قد نالت 177 بحثاً.² ومن خلال محاولة للاضطلاع على صيرورة البحوث في مجال المرسل بالجزائر لمسنا نوعاً من البطء في وتيرة سير البحوث المتعلقة بالصحفي وبالأخص سوسيولوجية الصحفي، ومن بين هذه البحوث.

دراسة الباحث رضوان بوجمعة حول "المراسلون الصحفيون في الصحافة المكتوبة" وهي دراسة سوسيو مهنية لهذا النوع من الصحفيين في الجزائر، الدراسة عبارة عن تحقيق ميداني الهدف منه هو معرفة الخصائص والسمات العامة لمراسلي الصحف المكتوبة الجزائرية من حيث تحديد فئات السن والجنس والأصول الاجتماعية التي ينحدر منها المراسلون، بالإضافة للوضع الاجتماعي للمراسل، والظروف المعيشية والمهنية. وشمل البحث 273 مراسلاً من مجموع 350 مراسلاً مستجوباً، وخلص بمجموعة من النتائج أهمها:

¹ نصر الدين لعياضي. مؤشرات البحث العلمي الإعلامي، العدد 04، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1990، ص 65.

² نصر الدين لعياضي. المرجع نفسه، ص 66.

المرأة لا تمثل أكثر من 19 بالمائة من مجموع المراسلين، وأكثر من 62 بالمائة من المراسلين لا تتجاوز أعمارهم 35 سنة، أكثر من 25 بالمائة لا يملكون شهادة جامعية، أكثر من 60 بالمائة لم يتلقوا أي تكوين في الصحافة، أكثر من 48 بالمائة لا يحترفون المهنة، أكثر من 58 بالمائة منهم يتقاضون أقل من الأجر الأدنى، كما أن أكثر من 60 بالمائة من المراسلين يفرضون الرقابة الذاتية على كتاباتهم، إضافة إلى أن أكثر من 41 بالمائة عمرهم المهني لا يتجاوز 3 سنوات.

دراسة محمد قيراط: "The Communicators, A Portrait of Algerian Journalists" وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه، نوقشت بمعهد الصحافة لجامعة إنديانا بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1987م، وتمثل دراسة مقارنة بين أربع دول وهي: الجزائر، الولايات المتحدة الأمريكية، نيجيريا والسعودية بعنوان: "القائمون بالاتصال، وصف للصحافيين الجزائريين وعملهم".

حاول الباحث أن يعرف من هم هؤلاء الصحفيين، من أي المناطق هم قادمون ؟ ما هي صفاتهم ومميزاتهم ؟ ما هي ظروف عملهم ؟ ما هي قيمهم الإعلامية ؟ وما هي أخلاقياتهم؟ وهل رجال الإعلام يتوصلون إلى مصادر المعلومات؟ هل هم راضون عن القانون المسير لمهنتهم؟ وهل هم راضون عن الأجور الممنوحة لهم وعن الظروف التي يعيشونها؟ كيف ينظر الصحافيون الجزائريون إلى السياسة الإعلامية، وكيف ينمون قدراتهم المعرفية؟.

هذه التساؤلات حاول الباحث الإجابة عنها في دراسته التي تناولت الجانب الاجتماعي التعليمي والمهني للصحافيين الجزائريين، اعتمد الباحث على المنهج المسحي، وعلى مجموعة من المقابلات مع عينة الصحافيين المبحوثين (75 صحفياً يتوزعون على 12 مؤسسة إعلامية) وخلص إلى أن 80% من الصحفيين الجزائريين متمركزون في

العاصمة، غير أن التوزيع الجغرافي للصحافيين يبين أن أغلبية الصحافيين ينحدرون من المناطق الشرقية للوطن وهذا بنسبة 52% ثم المناطق الوسطى الشمالية في الرتبة الثانية بنسبة 30,17% و 4% من المناطق الغربية للبلاد.

بينت الدراسة أن معدل سن الصحافيين الجزائريين هو 30,49 وأغلبية المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 24-35 سنة، كما أوضحت أن مهنة الصحافة هي مهنة رجالية، حيث لا تمثل نسبة العاملات الصحفيات إلا 24%، و 56% من مجموع المبحوثين عزاب، أما المستوى التعليمي، 77,3% جامعيون و 41,3% من خريجي مدرسة الصحافة.

أما فيما يخص ممارسة المهنة الصحفية، أوضح الصحافيون بنسبة 4/3 من المبحوثين أنه أحيانا يصعب عليهم الوصول إلى مصادر الخبر، و 33,8% من المبحوثين عبروا عن عدم رضاهم عن ظروف عملهم، ويرى أكثر من 50% من الصحافيين المبحوثين أن الصحافي الجزائري يعاني فقدان سياسة اتصالية واضحة وذات مصداقية. وفي الأخير قيد المصحف النظام الإعلامي السائد في البلاد حيث يعتقدون أن قانون الإعلام 82 مجحف في حق الصحفي وأن هناك فرق شاسع بين السياسة الإعلامية نظريا والممارسة في الجزائر.

دراسة "السعيد بومعيزة" حول: عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري نشرة الثامنة-دراسة حالة. تناولت الدراسة في جانبها الميداني مختلف مراحل عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري لعام 1986/1985 على النحو التالي: تنظيم الأخبار، تقسيم العمل داخل قاعات التحرير، قيم وتوجهات الصحافيين، بنية أخبار نشرة الثامنة، جمع الأخبار (المصادر الدولية والمحلية)، الانتقاء (الأخبار المحلية والدولية)، التقديم، القيم الإخبارية، أنماط الرقابة. وبالتالي ركزت الدراسة على معرفة مواقف واتجاهات

الصحافيين بخصوص عملهم وظروف عملهم المهنية والاجتماعية. وحاول الباحث الإجابة على الأسئلة المرتبطة بالمبلغين من حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي، اللغة، العمل السابق، الحراك الاجتماعي، المعهد الذي تخرجوا منه، طريقة توظيفهم، التكوين، الرضا عن العمل في مجال الإعلام.

دراسة **جميلة حميداش حول:** "خصوصيات العمل الصحفي، دراسة سوسيولوجية لعينة من صحافيات وسائل الإعلام السمعية البصرية، السمعية والمكتوبة"، أنجز هذا البحث في 1996/1995 في إطار مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، حيث حاولت فهم خصوصيات العمل الصحفي من نظرة سوسيولوجية لصحافيات وسائل الإعلام السمعية البصرية، السمعية والمكتوبة، وحاولت الإجابة على التساؤل المحوري التالي: لماذا تتجه النساء إلى العمل الصحفي بالمقارنة مع السنوات الماضية (الستينيات والسبعينيات..) ؟

وطرحت مجموعة من التساؤلات لمحاولة فهم خصوصيات العمل الصحفي بالبحث في أسباب توجه النساء إلى ممارسة هذه المهنة ؟ وخلصت إلى مجموعة من النتائج من أبرزها: نظام العمل بالمؤسسة الإعلامية لاسيما العمومية منها الذي يسمح للصحفية بمزاولة مهامها في الأوقات التي يتوجب الحضور فيها فقط، وكذا نمط التوظيف الذي يركز على العلاقات الشخصية.

دراسة **عبد العالي رزافي حول:** دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي-بحث مقدم إلى اتحاد الإذاعات العربية بتونس في 2012، وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج من بينها أن الإذاعات المحلية في الجزائر حملت أسماء مختلفة ارتبطت بالمناطق والأقاليم التي ظهرت فيها، واختلفت المصطلحات التي أطلقت عليها ما بين إذاعة جهوية إلى إذاعية محلية فإذاعة جوارية. وحدث تداخل بين الإذاعات الموضوعاتية أو المتخصصة والإذاعات المحلية، وكانت سنة 1991 بداية

للميلاد الحقيقي لهذه الإذاعات، وشكلت سنة 2008 اهتماما أكثر بها، وكشف البحث عن وجود نقص في التشريع المتعلق بالإعلام المحلي في الجزائر.

كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن التوجه العام لأفراد عينة البحث منقسم بين الاهتمام بالبرامج الإخبارية والدينية، بحيث يبين البحث أن هناك ثلاث ولايات تمثل الأخبار لدى أفراد عينتها المرتبة الأولى من الاهتمام وهي: ولاية وادي سوف (إذاعة وادي سوف) ولاية بجاية (إذاعة محلية) ولاية مستغانم (إذاعة مستغانم). وفسر الباحث ذلك بأن الولايات الأقل كثافة سكانية هي الأكثر اهتماما بالأخبار، في حين أن التي تمثل كثافة أكثر تميل إلى الاهتمام بالبرامج الدينية.

ومن بين أبرز الدراسات السابقة في البيئة العربية نجد دراسة للباحث "عواطف عبد الرحمان" بعنوان القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، والتي حاول الباحث خلالها الكشف عن الهوية الاجتماعية والمهنية للصحفيين المصريين من ناحية العمل وظروف الممارسة، عالجت جوانب التنشئة الاجتماعية ومستويات التعليم والدخل، ومعايير الأداء المهني وعلاقته بالعمل الصحفي، وتوصلت في النتائج إلى التأكيد على أن معايير الأداء المهني يغلب عليها المعايير الذاتية، وعدم وجود ارتباط بين مؤهلات الصحفيين وطبيعة عملهم.

دراسة "الفت حسن أغا" بعنوان القائمون بالاتصال، دراسة لاتجاهاتهم نحو دور الاتصال الجماهيري في المجتمع، وهي عبارة عن رسالة دكتوراه بقسم الاجتماع بكلية الآداب بجامعة القاهرة، أشرف عليها الباحث محمد الجوهري ، فالباحثة تقول في دراستها هذه إن هؤلاء القائمون بالاتصال باعتبارهم بشر ينتمون إلى مجتمع معين، لهم خلفياتهم الأسرية، ولهم طبيعتهم في التنشئة الاجتماعية ومستوياتهم الاقتصادية الاجتماعية، وانتماءاتهم الطبقية والتزاماتهم الإيديولوجية وتوجهاتهم المهنية ومستوياتهم التعليمية، هذه

العناصر تعتبر الأفكار الأساسية التي تشكل مضمون هذه الرسالة. فالدراسة تركز بالأساس على البنية الاجتماعية والقيمية والمهنية للصحفيين، وتأثير ذلك على موقفهم من بعض قضايا مجتمعهم، فهي تهدف بالأساس إلى الكشف عن تصورات الصحفيين لعملية التنمية المجتمعية الشاملة والمعوقات التي يواجهها، وأساليب مواجهة هذه المعوقات.

وقد خلصت الدراسة إلى نتائج من أبرزها: فيما يتعلق بالخصائص الديموغرافية، من حيث النوع بلغت نسبة الذكور 70,04 بالمائة مقابل نسبة الإناث التي بلغت 29,6 بالمائة، أما من حيث الميلاد والإقامة أظهرت النتائج أن أغلب الصحفيين من أبناء القطاع الحضري و أغلبهم مكثوا في المدينة ما يزيد على 16 سنة فأكثر، كما أوضحت الخصائص التأهيلية أن 97,8 بالمائة من الصحفيين حصلوا على شهادات جامعية، وأما عن الأبعاد المتعلقة باختيار العمل الإعلامي فقد اتضح أن أغلبهم اختاروا عملهم وفق ميولهم ومواهبهم بالإضافة إلى ملاءمته لتخصصاتهم، كما بينت الدراسة أيضا أن 84,7 بالمائة من عينة البحث يتعرضون لضغوط مهنية أثناء تأدية عملهم وأغلبها من السلطة، وهذه الضغوط أظهرت الدراسة أيضا أنها من الأسباب الرئيسة التي دفعت الصحفيين إلى تغيير عملهم في مجال الإعلام إلى مهن أخرى.

دراسة محمد قيراط حول "القائم بالاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة: الخلفية والتوجهات المهنية وظروف العمل". حاول الباحث في هذه الدراسة التعرف على القائمين بالاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث خلفياتهم التعليمية، نوعهم، جنسيتهم، مفهومهم للعمل الصحفي ولدورهم في المجتمع، موقفهم من ظروف عملهم، علاقتهم بمصادر المعلومات، مفهومهم للاحترافية والمهنية وأخلاقيات العمل الإعلامي وكيف يؤدون عملهم في نظام إعلامي ليس بنظامهم وفي مجتمع ليس بمجتمعهم. درس الباحث 160 صحفيا يشتغلون بـ 16 مؤسسة إعلامية منها وكالات الأنباء، المحطات الإذاعية، القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية، الصحف اليومية، وخلص الباحث إلى

أن 70 بالمائة من المبحوثين وافدون، ويأتي معظمهم من الشرق الأوسط وجنوب شرق آسيا، ويمثلون الصحفيون المواطنون 30 بالمائة، وأن متوسط سن الصحفي هو 36 سنة و20 بالمائة من المبحوثين إناث، ثلاثة أرباع المبحوثين متزوجون، أكثر من ثلاثة أرباع الصحفيين العاملين بدولة الإمارات العربية المتحدة يحملون شهادة البكالوريوس أو أكثر، وأكثر من نصفهم تخصص في دراسته الجامعية في الإعلام والاتصال الجماهيري. كما خلصت الدراسة أيضا إلى أن القائم بالاتصال في هذه الدولة يعاني من ضعف التدريب والتعليم المستمر، أما بالنسبة للرضا عن العمل وظروف الممارسة عو أكثر من نصف المبحوثين عن رضاهم عن العمل، كما عبر الصحفيون عن الحرية التي يتمتعون بها في أداء مهامهم اليومية، أما فيما يتعلق بالوصول إلى مصادر الخبر، عو أكثر من نصف المبحوثين على مواجهة بعض الصعوبات، ونفس الشيء بالنسبة لموضوع التحقيق والبحث في المواضيع الحساسة مثل الرشوة.

دراسة يوسف مرزوق حول "العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الإذاعة" دراسة تطبيقية على حراس البوابة. وهي دراسة قدمت للحصول على درجة دكتوراه في الصحافة والإعلام في مصر، وقد حاول الباحث أن يجيب من خلال هذه الدراسة على التساؤل التالي: ما هي العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الإذاعة ؟. والهدف من الدراسة حسب الباحث هو التوصل إلى معرفة العوامل التي قد تؤدي إلى حجب بعض الأخبار، وعدم إذاعتها، أو تلوينها والانحراف بها عن موضوعيتها.

بالنسبة للدراسات السابقة **باللغة الأجنبية**، يمكن القول أن أول دراسة تتناول قطاعا من القائمين بالاتصال، هي دراسة ليو روستن Leo Roston وقد ظهرت هذه الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان مراسلي واشنطن عام 1937، وقد ركزت هذه

الدراسة على سيكولوجية المراسل الصحفي، والعوامل السيكولوجية التي تؤثر وتتحكم في عمله¹.

وفي عام 1941 نشرت مجلة الصحافة ربع السنوية التي تصدر في ولاية "أيووا" الأمريكية دراسة عن العاملين في جريدة "ملواكي" بعنوان: "التركيب الاجتماعي والتدريب لرجال الأخبار في جريدة ملواكي" The Social Composition and training at "the Milwaukee Journal News staff".

يعتبر والتر ليبمان W.LIPPMAN من الرواد الأوائل في الدراسات الإعلامية الأجنبية، حيث تعرض إلى تأثير مضامين وسائل الإعلام والأدوار التي يؤديها القائم بالاتصال "حارس البوابة"، حيث تضمن في كتابه "الرأي العام" الذي صدر سنة 1922 فصلا كاملا عن الرقابة والخصوصية.

يقول ليبمان "إن الصور التي تتكون في أذهان الجماهير تكون عادة بعيدة عن الحقيقة الموضوعية، ويرجع ذلك في نظره إلى عدة عوامل أهمها، الرقابة على المواد الإعلامية، والسرية التي تضرب حولها، والعقبات المادية والاجتماعية التي تحول دون وصول المعلومات إلى الجمهور، وضغط المكونات النفسية، وتأثير المتاعب، وعلى هذا الأساس لا تتكون في عقول الآخرين أفكارا، وإنما تنشأ أوهاما، وهذه هي التي تهيمن على سلوك الآخرين، فمثلا الذي يجعلنا نتخذ موقفا معينا إزاء اليهود ليس دراستنا لليهودية، وإنما تصورنا لنمط اليهودي في ذهننا، وذلك ناتج عن تأثير مضامين وسائل الإعلام وأدوار القائم بالاتصال "حارس البوابة".

¹ Leo Roston. The Washington Correspondent, N.Y. Harcourt, Erace, 1937.

دراسة "ليوين" Lewin عن حارس البوابة:

دراسة لوين كانت عام 1947 عن حارس البوابة (دراسة حالة في انتقاء الأخبار) جاءت بعنوان "Channels of Group Life"، لوين لاحظ أن الأخبار يجب أن تمر خلال قنوات معينة، وأن بعض النقاط في هذه القنوات تقوم بعمل البوابات التي قد تمنع مرور بعض الأخبار، بينما تسمح لبعضها الآخر بالمرور، ولحارس البوابة الحق في تقرير ما إذا كانت إحدى المفردات سوف تنتقل أو يعاد نقلها بنفس الشكل أو بأشكال مختلفة أخرى، وأنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو "بوابات" يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي تصبح فيها سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لذلك فسلطة إدارة هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح لها أهمية كبرى في انتقال المعلومات¹.

وهكذا تطورت الدراسات الإعلامية في مجال الجوانب الأساسية لعملية "حراس البوابة" ودور حراس البوابة في عملية نقل المعلومات وانتقائها، وقد قامت مجموعة من الدراسات التي تدور حول هذا الموضوع، وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين.

دراسة وايت White عن حارس البوابة 1951:

أعطت دراسة White عن حارس البوابة، وكيفية اختيار المادة الخبرية، دفعة قوية لهذا النوع من الدراسات، وقد أشار "وايت" إلى تأثير العوامل الشخصية والفردية

¹ Kurt Lewin. Channels of Group life, Human Relations, 1947, vol 1, pp 143-153

للقائمين بالاتصال وخصائصهم الاجتماعية والمعرفية على المضمون، وأرجع عملية انتقاء الأخبار إلى المعايير الخاصة للقائم بهذه المهمة.

وقد أجريت سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية (حراسة البوابة) دون أن تستخدم المصطلح صراحة، وعالجت هذه الدراسات أساليب السيطرة والتحكم التنظيمي والاجتماعي داخل غرفة الأخبار، ودور العاملين ومركزهم في الوسيلة الإعلامية ومصادر أخبارهم، والعوامل التي تؤثر على اختيار المحررين وعرضهم أو انتقائهم للأخبار، وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال Judd و Gieber، Stark، Carter، Breed .

دراسة بريد Breed عن الضبط الاجتماعي في غرفة الأخبار:

قدمت دراسة بريد التي نشرها عام 1955 تحليلاً للضبط الاجتماعي داخل غرفة الأخبار، فقد درس كيفية تأثير المحررين بسياسة المؤسسة التي يعملون بها حيث قام بإجراء مقابلات مكثفة مع 120 مندوباً صحفياً في صحف متوسطة الحجم، ظهر منها أنه تمت ممارسة ضغوط غير رسمية أدت إلى خضوع هؤلاء الذين لا يتفقون شخصياً مع السياسة التحريرية للصحيفة، ما يؤكد أن ميكانيزم السيطرة يتكون أساساً من أدوات تستحدث وتتضمن:

- استخدام السلطة الرسمية، وتوقيع العقوبات مع إمكان تكليف محررين آمنين بتغطية الموضوعات الخلافية.
- المؤشرات الخاصة بتجنب بعض الموضوعات مثل شطب بعض أجزاء من الموضوعات أثناء عملية المراجعة.
- الالتزام والتقدير تجاه الرؤساء.

- رغبة القائم بالأخبار في الاستمرار في هذه المهنة وعدم الإصرار، بغرض الترقية في العمل.
- الرضا الناتج عن الانتماء إلى المجموعة.
- عدم وجود مجموعة ولاء بديلة يمكنها مساندة الانحراف عن خط المؤسسة.
- إن معالجة الأخبار تبعا لسياسة المؤسسة يصبح قيمة مستقلة في حد ذاتها، وكنتيجة لذلك، فإن المحررين الجدد يتحولون للعمل وفقا لمتطلبات سياسة المؤسسة عوضا عن أي معتقدات شخصية جاء بها إلى العمل أو أي مبادئ أخلاقية¹.

في أواخر الستينيات والسبعينيات بدأت إرهاصات أفكار تيار بحثي جديد، يؤكد على أهمية الضغوط التي تمارسها المؤسسة باعتبارها تحدد إلى مدى بعيد الناتج النهائي في شكل المضمون الذي تقدمه للجمهور، وهي ضغوط تتعلق بالإنتاج وأسلوب إدارة العمل الصحفي، وضغوط قسم الأخبار وغيرها .

وقد اندرجت الدراسات التي تناولت ضغوط المؤسسة تحت نوعين من الدراسات:

- أ- العوامل المؤثرة في تحديد سياسة المؤسسة، وتدخل فيها الضوابط التي يفرضها نظام الملكية من ناحية الضغوط التي تمارسها الجوانب الإدارية المختلفة.
 - ب- الضغوط البيروقراطية النابعة من النشاط الخاص الذي تمارسه المؤسسة، وهو نشاط معروف باختلافه جذريا عن كافة أنواع الأنشطة الاقتصادية الأخرى.
- النوع الأول تم التطرق فيه إلى نموذج الهيمنة والسيطرة الذي طرحه جرامشي، مؤكدا فيه على سيطرة أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وملاك وسائل الإعلام على

¹ Breed. W.Social Control in the newsroom, functional Analysis ,social forces ,vol3, 1955,pp 326-355.

المنتج الإعلامي، وظهرت معه دراسات تهتم بعلاقة المضمون الإعلامي بالأيديولوجية.

وقد انتهى ميردوك Murdock، إلى أن الروابط بين الملكية والعمل اليومي الخاص بجمع المادة الإخبارية ومعالجتها، روابط ملتوية وغير ملتوية مباشرة، حيث يقول على حد تعبيره "صحيح أن الملاك والمديرين يتخذون العديد من القرارات التي تؤثر على مضمون وسيلة الاتصال، ولكننا لا نعرف درجة الدقة والعوامل التي تؤثر على قراراتهم، كما أن هذه القرارات ليست متشابهة تماما دائما.. لكن يمكننا القول إن شخصية صاحب القرار، والضغوط داخل المؤسسة، والضغوط الخارجية كلها على نفس الدرجة من الأهمية في معظم الأحوال"، وتؤدي هذه الضغوط دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور.

أما النوع الثاني من دراسات حراس البوابة، فقد ركز على الضغوط البيروقراطية، والطبيعة الروتينية للممارسات الإعلامية مشيرا إلى أن الروتين الصحفي، يحدد طبيعة المضمون إلى حد كبير بغض النظر عن متطلبات الخلق والإبداع التي يفترض أنها سمات العمل الصحفي.

وقد اهتم علماء الاجتماع بدراسة عملية تحويل العمل الصحفي إلى روتين، خاصة تأثير هذه العمليات على المحتوى، في محاولة للتأكد من الافتراض القائل إن ما يتم نشره أو إذاعته في الحقيقة انعكاس لما يحدث في العالم الخارجي، أو اهتمامات الجمهور، بقدر ما هو نتاج لبناء تنظيمي معين.

وبعني هذا أن هناك ضغوطا يتم ممارستها على الصحفيين لكي يتصرفوا على ضوء ما هو متوقع من أنباء، بحيث يكون التحكم في العمل هو الأساس، ويقل دور

المصادفة إلى أدنى مستوى ممكن، ويعني هذا بدوره إخفاء دور التحيز في ميل رجل الأخبار للتنبؤ والتخطيط بما يقتضيه الروتين القائم في المؤسسة¹.

دراسة الباحثين جازيانو Gaziano وكولسن Coulson حول تأثير الأساليب الإدارية في حجرة الأخبار على الأداء الصحفي. وقد ميزت الدراسة بين نمطين من هذه الأساليب، يخص الأول إعطاء قدر كبير من الحرية للصحفيين أثناء عملهم، فيما يخص الثاني فرض عدد من القيود عليهم. وقد اتضح من نتائج الدراسة اتفاق جميع القائمين بالاتصال تقريبا في الرأي على أن اشتراكهم في صنع القرار عامل مهم لتحسين الأداء، كما أبدوا رغبتهم الشديدة في نيل مزيد من الحرية في ممارسة عملهم وتنظيمه، وذلك ينفي التصور المطلق الذي يقوم على انفراد رئيس التحرير بصياغة القرارات.

وفي عام 1994م عرض "ماكويل" نموذجا تصويريا للقوى التي تؤثر على النشاط التنظيمي لوسائل الإعلام والقائمين بالاتصال، وهي القوى والضغوط الاجتماعية والسياسية، والأحداث والمعلومات والثقافة والضغوط الاقتصادية، منطلقا من التطور المتمركز حول المجتمع ومشيرا إلى أن المستوى الأعلى في المصفوفة له الأسبقية بفعل عامل القوى والتوجه، وليس بفعل الحقيقة أو الواقع. وطبقا لهذا النموذج، فإن وسائل الإعلام تعد تابعة للمجتمع، وأن العلاقة بين القائمين بالاتصال وبيئتهم هي علاقة تفاعلية، وأن وسائل الإعلام تسعى للحفاظ على الأوضاع القائمة.

والملاحظ في الدراسات السابقة أن جلها كان يقتصر على الصحافة والقائمين بالاتصال بها، أما بالنسبة للإذاعة فهناك الدراسة التي نشرها الباحث الأمريكي "شارنلي ميتشل"

¹ سعيد محمد السيد. التشابه الإخباري وأثره في بناء الإجماع الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 52،

1988، ص20.

Charnely mitchell عام 1951م وهذه الدراسة تدور حول حجرات الأخبار الإذاعية والأفراد الذين يعملون بها.

وأهم الدراسات التي تمت حول هذا الموضوع هي التي نشرها الباحث الأمريكي والتر جيبر Walter-Gieber بعنوان "الأخبار هي ما يجعلها الصحفيون أخباراً". وقام في عام 1956م بدراسة عن محرري الأنباء الخارجية في 16 جريدة بويسكونسن، وقد أظهرت هذه الدراسات التي قام بها "جيبر" أنه إذا كان المحرر يختار عينة ممثلة لما يصله من أنباء يمكن القول إنه وفق في أداء عمله، ويقول جيبر "إنه يمكن عن طريق ملاحظة الأسلوب الذي يختار بمقتضاه المحرر أنباءه لفترة لا تزيد عن أيام قليلة أن تتنبأ بما قد يختاره في أي يوم آخر¹.

من خلال هذا الاستعراض لبعض الدراسات التجريبية المرتبطة بالقائم بالاتصال-على سبيل المثال لا الحصر - التي كانت تهدف إلى الكشف عن الغموض المرتبط بالقائم بالاتصال وعمله من الناحية المهنية والاجتماعية في الصحف، تجدر الملاحظة أن دراسات القائمين بالاتصال في الراديو لازالت قاصرة، وأن الدراسات التي استعرضناها رغم نجاحها في تقديم معلومات وبيانات وفيرة إلا أنها عجزت عن تحليل هذه المعطيات والبيانات والذهاب إلى ما وراء العرض الجاف إلى اعتماد التحليل وربط مختلف المتغيرات ببعضها البعض ومحاولة ربط الظروف العامة للدولة (الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية) بالممارسة الصحفية والقيم الإخبارية، ومحاولة بناء صورة الصحفي وفقاً لتأثير هذه المتغيرات على مخرجات المؤسسة الإعلامية، كما أن ما يعاب على الدراسات السابقة كذلك هو غياب إطار نظري يسهل مهمة شرح النتائج واستغلالها على أحسن وجه.

¹ Walter-Gieber. News is What Newspaperman Make it, in Dextu and White (eds). People society and Mass Communication, and W. Gieber, Across the Desk, A study of 16 Telegraph Editors. Journalism Quarterly, 1956, vol 33..

ولكن هذه الدراسات السابقة حول القائمين بالاتصال في الصحف على تعددها وتنوعها، قد أسهمت إلى حد كبير في عملية التراكم المعرفي في عملية الاتصال الجماهيري بصفة خاصة والعلوم الإنسانية بصفة عامة، ومن الممكن أن تكون مرشداً أو حافزاً لإجراء مثل هذه البحوث ميدانياً على القائمين بالاتصال في الإذاعة وبالضبط في الإذاعات المحلية. وربما من الأجدر الإشارة إلى أن الإذاعة تخضع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لإشراف الدولة، فحتى في الدول الغربية وأمريكا تسعى بطريقة ما أن يكون صوتها مسموعاً من خلال هذه الوسيلة.

وعلى ضوء هذه الحقيقة تبرز الحاجة الماسة إلى العديد من الدراسات في مجال القائمين بالاتصال في الإذاعة لإبراز وضعيتهم وهويتهم الاجتماعية والمهنية.

وقد سمحت لنا هذه الدراسات السابقة التي استعرضناها بالتعرف على الخطوات المنهجية والأدوات العلمية المتبعة لدراسة موضوع سوسيو مهنية الصحفي، بحصر العديد من المراجع التي تناولت هذا الموضوع في البيئتين العربية والأجنبية، كما سهل لنا الاضطلاع على الدراسات السابقة مهمة ضبط إشكالية البحث والتساؤلات العامة والأدوات المتبعة لبلوغ الهدف المنشود، وهو الوصول إلى نتائج جديدة نستدرك بها ولو قليلاً من جوانب النقص في الأدبيات السابقة، وتكون الدراسة بذلك مكتملة لما جاءت به الدراسات المشابهة السابقة.

الفصل الثاني: الصحفي والمقاربات الاجتماعية والمهنية

1. مفهوم القائم بالاتصال أو (المرسل)
2. الصحفي وأبرز المفاهيم المهنية والاجتماعية المرتبطة به
3. حقوق القائم بالاتصال وواجباته
4. القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه
5. نشأة و تطور دراسات المرسل
6. أهمية دراسة سوسيولوجية المرسل
7. الدراسات السوسيومهنية للصحفيين

الهدف من هذا الفصل الذي يبحث في الصحفي والمقاربات الاجتماعية والمهنية، هو محاولة أولاً ضبط مفهوم الصحفي والمفاهيم المشابهة لمفهوم الصحفي التي تناولها العديد من الباحثين خلال دراساتهم السوسيو مهنية لاسيما مفاهيم القائم بالاتصال والمرسل والوسيط، إلى جانب المفاهيم المرتبطة بالصحفي الملتصقة التصاقاً وثيقاً بمجال عمله إضافة إلى حقوقه وواجباته.

وللابتعاد عن تكرار ما جاء في البحوث السابقة، وكذا محاولة الإلمام في نفس الوقت بكافة المعارف التي وصلت إليها هذه البحوث، تعرضنا لأكثر قدر ممكن من البحوث المرتبطة بالمرسل منذ نشأتها ومسايرة تطورها، باعتبار أن هذه البحوث تعد منطلقاً يقودنا نحو إضافة معارف أخرى وتشكيل تراكم معرفي يسمح لنا بمعالجة موضوع بحثنا بكم محترم من المعلومات والأفكار.

وخلال الاطلاع على البحوث الخاصة بالمرسل تبرز الحاجة الماسة لدراسة العنصر الأول من عناصر العملية الاتصالية، حيث يجمع العديد من الباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال على ضرورة التركيز على البعد الثالث للعملية الاتصالية بالنظر لأهميته.

سنعرض إلى أبرز البحوث التي تناولت موضوع المرسل من الناحية السوسيو مهنية في البيئة العربية والغربية، وما هي أبرز النقاط التي ركزت عليها هذه البحوث، لاسيما علاقة الخصائص السوسيو مهنية للصحفي بالمنتج الذي يعالجه ويقدمه للجمهور.

1. مفهوم القائم بالاتصال: تختلف التعريفات التي وضعتها المدارس الإعلامية

للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريف القائم بالاتصال من

منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرفته بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء.¹

فيما اتجهت دراسات أخرى إلى تعريف القائم بالاتصال من منظور الدور الذي يؤديه في عملية الاتصال، فعرفته بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وبناء على القدرات والكفاءة التي يتمتع بها في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية.

والقائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية². ويشمل القوى العاملة في المؤسسة الإعلامية أو مجموعة الأشخاص الذين يسهمون في تجميع الأخبار ومعالجتها، وهذا التعريف يقصي العمال الآخرين من الذين قد يساعدون القائم بالاتصال في صناعة الرسالة الإعلامية، لكن ليس لديهم إشراف مباشر على عملية جمع الرسالة الإعلامية وكتابتها وإذاعتها. ومن هنا تبرز مجموعة من الخصائص التي تميز القائم بالاتصال والتي نحددها فيما يلي³:

1. يشرف القائم بالاتصال مباشرة على تجميع الرسالة الإعلامية وصياغتها ووضعها في شكلها النهائي لتقديمها للجمهور.
2. قد يتولى القائم بالاتصال بصفة فردية صناعة الرسالة الإعلامية أو قد يكون عضوا في فريق من القائمين بالاتصال لتأدية المهمة ذاتها.
3. يعد القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسؤولا مسؤولية مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها وتقديمها للجمهور.

¹ Mohamed Kirat. The Communicators, A Portrait of Algerian Journalists and their work, op,cit, p73.

² ألفت أغا. القائمون بالاتصال وقضايا التنمية، أطروحة دكتوراه، القاهرة، 1991، ص41.

³ محمد قيراط. ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال، الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية، العدد 32 جويلية/ديسمبر 1997، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ص 146.

كما تجدر الإشارة هنا إلى استعمال تسميات الصحفي والمحرر ورجل الإعلام والقائم بالاتصال للدلالة على المعنى نفسه، أي الشخص أو فريق العمل المسؤول مباشرة عن إنتاج الرسالة الإعلامية لتقديمها للجمهور. ونلاحظ الظاهرة نفسها في اللغة الإنكليزية التي تستخدم فيها التسميات التالية للإشارة إلى القائم بالاتصال. communicators, journalists, news people, newsmen, media practitioners.

وتقدم المدرسة الفرنسية في الإعلام على سبيل المثال مفهوما آخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو الذي يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى جمهوره، وهو بذلك يؤدي دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور المتلقي.

ويشير مصطلح المرسل إلى كل محترفي وسائل الإعلام، الذين يقومون بالأدوار المرتبطة بتسيير ومراقبة الاتصال الجماهيري.

وحسب وجهة نظر الباحثين الفرنسيين فإن هناك فرق بين (المرسل) و (الصحفي)، فهذا الأخير غالبا ما يستعمل للدلالة على الأفراد العاملين في وسائل الإعلام، ولو أن المرسلين الأوائل للإذاعة والتلفزيون تم توظيفهم في الغالب من بين الصحفيين.

بصفة عامة فإنه نصنف الصحفيين ضمن المرسلين، لأن معظم الدراسات المنجزة في هذا المجال تتم على هذه المجموعة، وقد دخل تعبير "المرسل المحترف" بصفة نهائية في الأدب الأنجلوساكسوني منذ صدور كتاب (the Sociology of mass communication) (سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري)¹.

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المراسلين، ترجمة رضوان بوجمعة في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 97.

وهناك من الباحثين من يرى أن هناك فروق عدة بين القائم بالاتصال وحارس البوابة من بينها:

1- يسهم القائم بالاتصال في صياغة الرسالة الإعلامية وإنتاجها بشكل مباشر إلى حد ما، فيما يبدو دور حارس البوابة غير مباشر من خلال قراره بتمرير الرسالة أو تعديلها أو حتى حذفها.

2- من ناحية المسؤولية، تظهر مسؤولية القائم بالاتصال من خلال إسهامه المباشر في الصياغة وإنتاج الرسالة، في حين تكون مسؤولية حارس البوابة في قراره بحذف مادة معينة أو تمريرها.

وعموما يقصد بالقائم بالاتصال منتج المادة الإعلامية أو الإخبارية، ويشمل بمعنى آخر الكوادر البشرية الإعلامية التي تعمل على إنتاج المادة الإعلامية أو الإخبارية، وهو لا يقل أهمية عن الرسالة التي ينقلها إلى الجمهور.

وتعد دراسة القائم بالاتصال من ركائز أي دراسة علمية، ذلك أن الدراسات العلمية السابقة في هذا المجال أشارت إلى أن عملية انتقاء أو اصطفاء المعلومات ترتبط بقواعد العمل المهنية والتنظيمية أكثر منها ارتباطا بتفضيلات شخصية. ومرتبطة بشبكة معقدة من العلاقات الرقابية، فالصحافة كما يصفها ويكهام ستيد عميد الصحافة البريطانية¹ ليست حرفة كسائر الحرف بل هي أكثر من مهنة وهي ليست صناعة بل طبيعة من طبائع الموهبة والصحافيون متفانون في خدمة الرأي العام.

ولهذا فإن دور القائم بالاتصال لم يعد منحصرًا في رفض أو قبول معلومة ما أو فكرة أو رأي وإنما باتت تحركه عدة دوائر رقابية يجري من خلالها اتخاذ القرارات بدءا

¹ عبد الله الخياط. صحافة الأمس والغد. ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، دسن، ص ص 65-69.

من تكوين الرسالة ومرورا بتشكيلها ونشرها أو بثها وانتهاء بالبرمجة واستبعاد كامل الرسالة أو أجزاء منها.

وخلال عملية الانتقاء فإنه غالبا ما تسود المرجعيات المضمرة الراسخة داخل فريق العمل أو مجموعة الزمالة، إلى جانب نظام المرجعيات المتعلقة بالجمهور الذي أثبتت الدراسات أن الإعلاميين لا يعرفونه بشكل كامل، ولهذا فإن السياقات المهنية التنظيمية البيروقراطية المحيطة بالقائم بالاتصال هي التي تمارس التأثير الحاسم على خياراته، إلى جانب السياقات أو النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية¹.

فالقائم بالاتصال أو الصحفي هو نتاج المجتمع الذي ينتمي إليه باعتباره فردا من أفراد هذا المجتمع، وهذا ما أكدته الباحثة عواطف عبد الرحمان: "إن الإنسان (الفرد) يشغل حجر الزاوية في العملية الاتصالية فهو خالقها إنتاجا واستهلاكا وإبداعا بوعي وبدونه، فالإنسان الذي هو فرد بحكم موقعه في تنظيم اجتماعي يشارك في إنتاج المضمون الاتصالي، محددا أهدافه وآلياته وكذا تعديل آليات مساره بما يتفق مع مصالح وطموحات الفئة الاجتماعية والجماعة البشرية التي ينتمي إليها، ووفقا للسياق الاجتماعي الذي يعيش فيه"².

وبناء على ما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال إجرائيا بأنه أي شخص موجود ضمن مؤسسة إعلامية يعمل ضمن فريق عمل على إنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها وتمريرها بطريقة غير مباشرة وسط ظروف مهنية واجتماعية معقدة.

¹ هالة إسماعيل بغدادي. الصحفيون التلفزيونيون الإخباريون القواعد والقيود، دط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2011، ص 46.

² محمد شطاح. دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص18.

2. الصحفي وأبرز المفاهيم المهنية والاجتماعية المرتبطة به

1.2 الأداء المهني:

يشير مفهوم المهنة profession إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وكذلك التي تقتضي توافر مهارات معينة تكتسب جزئياً من خلال الدورات التدريبية التي تستند إلى أساس نظري، وليس من خلال الممارسة فقط. ويشير المفهوم إلى الوظائف أو المهن ذات المكانة العليا في المجتمع¹.

وتتميل جماعات المهن الفنية العليا إلى رفض رقابة الجمهور، ومع ذلك فهي تتأثر بالجمهور الذي تعمل في خدمته، كما أنها تستجيب لحاجات جماعات المصلحة الأخرى، ومتطلبات التنظيمات المهنية المختلفة.

أما مفهوم المهنية Professionalisation فيشير إلى تلك العملية التي يمكن من خلالها تحديد الوظيفة كمهنة، والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي أو نظرية تحدد مجال الخبرة، ويضاف إلى ذلك نشوء الروابط المهنية، وزيادة الشعور بالهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام تجاه أفراد المجتمع².

وقد تعددت الدراسات التي تناولت مفاهيم المهنة والمهنية، والتوجه المهني، ومقاييسه، ويمكن تعريف الأداء المهني بالممارسة الصحفية بمعنى إنتاج المادة الصحفية منذ أن تكون فكرة وجمع المعلومات والحقائق من مصادرها ومعالجتها في شكل فني معين وعرضها على صفحات الصحيفة أو شاشة التلفزيون أو أمواج الإذاعة أو أي وسيلة إعلامية أخرى في شكل جذاب ومشوق.

¹ أشرف فهمي خوخة. المرجع السابق، ص ص 26-27.

² المرجع نفسه. ص 27

2.2 الرقابة:

لقد جاء في المعنى الاصطلاحي لكلمة رقابة في الموسوعة العربية الميسرة بمعنى الاعتراض أو المنع والرفض والتحریم والتقيد الرسمي، ويعني ذلك منع أو رفض إنتاج أو عرض أو تداول عمل أو مواد غير مرغوب فيها لأسباب سياسية، دينية، أخلاقية.. وهذا العمل يقوم به أفراد من السلطة الحاكمة أو قيادات إعلامية وصحفية.¹

ويعرفها الدكتور كرم شلبي في معجم المصطلحات الإعلامية "بأنه ليس ضروريا أن تكون الجهة التي تقوم بالرقابة جهة خارجية أو شخصا من خارج العمل، بل إن رؤساء التحرير ورؤساء المؤسسات الإعلامية في بعض البلدان يقومون بهذه المهمة ويمارسونها بعد أن يزودوا يوميا بالتعليمات الرسمية من قبل وزارات الإعلام أو الداخلية وبما هو مسموح بنشره، وما يحظر نشره، ويكون هؤلاء مسئولين مسئولية كاملة عن ذلك، فيصبحون بمثابة رقباء وممثلين للسلطة الحاكمة".²

وتعتبر الرقابة وسيلة من وسائل تقييد الرأي وتوجيهه وأداة لتكيم الأفواه، وبذلك تصبح وسائل الإعلام بمثابة أجهزة دعاية للسلطة أكثر منها وسائل للتعبير عن آراء وحاجيات أفراد المجتمع.

3.2 التأثير:

تأثير عملية الرقابة معناه حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، التي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال، أو وظيفة الاتصال، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل، أو القائم بالاتصال، ويتوقع تحقيقه من المستقبل أو المتلقي.

¹ الموسوعة العربية الميسرة. بيروت، دار النهضة، 1987، ص876.

² أشرف فهمي خوخة. الرقابة في المؤسسات الصحفية، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص23.

وقد لخص الباحث محمد عبد الحميد في دراسته عن "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"¹. نتائج تأثير سياسة المؤسسة على الأداء المهني للقائم بالاتصال على النحو التالي:

- يضع القائم بالاتصال انتماءه للمؤسسة الإعلامية في مقدمة اهتماماته، وأولوياته-سواء كان الاتصال بوعي أو دون وعي.
- ترتفع قيمة الانتماء إلى المؤسسة الإعلامية كلما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال من هذا الانتماء، والتي يمكن أن تتبلور في مفهوم الثروة أو السلطة أو النفوذ.
- نتيجة لدعم قيمة الانتماء إلى المؤسسة، تحدث حالة من التوحد بين القائم بالاتصال وهذه المؤسسة، في أهدافها وتنفيذ سياستها في مجالات الإنتاج والنشر والتوزيع.
- يتأثر اقتراب القائم بالاتصال من مصادر المعرفة أو المعلومات، وتعامله معها بمفهوم التوحد ونتائجه، وبالتالي فإن تنفيذ أهداف المؤسسة وسياساتها يتم بشكل آلي ويؤثر هذا بالتالي في ترتيب أجندة النشر (قائمة الاهتمامات) وتوجيه الجمهور أو الرأي العام نحو القضايا أو الأحداث أو الأفكار السائدة.
- تثير هذه الصورة البحث في دور القوى التي تدعم وجود المؤسسات الإعلامية واستمرارها في رسم الأجندة المشتركة للمؤسسة والقائم بالاتصال، وتحديد أولوياتها.

¹ محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص380.

4.2 الضبط الاجتماعي: social control

يشير مفهوم الضبط الاجتماعي إلى أن أسلوب الفرد، وأفعاله محكوم بالجماعات، وبالمجتمع المحلي، والمجتمع الكبير الذي يعد عضوا فيه.

ويعرف "روس" الضبط الاجتماعي بالسيطرة الاجتماعية المقصودة التي تؤدي وظيفة معينة في المجتمع". ويرجع الضبط الاجتماعي إلى أصليين:

الأول: إلزامي خلقي مثل القيمة الأخلاقية، والاجتماعية، والعقيدة، والعرف والدين¹.

والثاني: وضعي سياسي مثل القانون والتشريع.

وقسم "كارل مانهايم" الضوابط الاجتماعية حسب مصادرها إلى مجموعتين:

الأولى: مجموعة الضوابط ذات الأثر المباشر في السلوك كالأسرة والجماعات الأولية.

الثانية: مجموعة الضوابط ذات الأثر غير المباشر في السلوك كالبينة الاجتماعية، والبيئة الثقافية.

ويشير مفهوم الضبط الاجتماعي إلى مختلف العمليات التي تهدف إلى جعل سلوك الأفراد متوافقا مع ثقافة المجتمع وإلى أن يسلكوا وفقا لأنماط السلوك المتعارف عليها حفاظا على استقرار النظام وتأمينا للمجتمع ضد ما يهدد أمنه وسلامته، ويشمل هذا المفهوم مختلف القواعد القانونية، والمبادئ الأخلاقية والقيم والمعايير والتقاليد والعادات والأعراف، وكل ما من شأنه العمل على تحقيق امتثال الفرد لقواعد المجتمع.

¹ سامية محمد جابر. الضوابط الاجتماعية والقيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1982، ص25.

5.2 الذاتية والموضوعية:

إن الحديث عن الذات والموضوع تكتفه صعوبات جمة، ويرى بعض الباحثين أنه لا يمكن تصور الذات بمعزل عن الموضوع، وفي هذا الإطار صاغ (ت.س إليوت) T.S. Eliot، نظريته في النقد الأدبي المسماة، المعادل الموضوعي، وجوهر هذه النظرية هو.. أن الطريقة الوحيدة للتعبير عن الانفعال (الذات) في شكل فن تنحصر في إيجاد معادل موضوعي..¹، ومن تلك النظرية يمكن القول إن حاجة الإنسان إلى الأخبار تتحدد بناء على وجود الصحافة، أو وسائل الإعلام كمعادل موضوعي لتلك الحاجات.

إن الحديث عن الموضوعية، مرتبط بوجود الذات والموضوع، فوجود الصحفي (الذات)، ووجود المادة الإخبارية (الموضوع)، يستدعيان الحديث عن الموضوعية في نشر الأخبار، فقد كانت الموضوعية أمراً ضرورياً وجوهرياً، بعد وكالات الأنباء، وغيرها من الجهود التعاونية لنشر الأخبار، ولما كان عملاء وكالات الأنباء يعتقدون معتقدات سياسية ودينية مختلفة فإن الأخبار التي يجري تحريفها لصالح أحد العملاء قد تسيء إلى عميل أو لآخر، ومن ثم فإن التزام الموضوعية بالنسبة للأخبار التي تذاغ عبر الخدمة البرقية أصبح ضرورة اقتصادية...).

وقد انقسم الباحثون فيما يخص الموضوعية، فقد ذهب البعض في الاتجاه الذي يقول بعدم تحقق الموضوعية، فيما ذهب البعض الآخر إلى التأكيد على إمكانية تحقق الموضوعية، فوجد فورين، ميلز، هاربرت غانس يذهبون للقول إن الموضوعية ممكنة، فمثلاً فورين ذكر جملة ما بين مزدوجين بالضبط كما كانت، عند النطق.. وحكاية حادث

¹ حسام الخطيب. محاضرات في تطور الأدب الأوروبي، مطبعة طربين، د.ت، ص 467.

كما جرى، والاعتماد على الشواهد وتأكيدا بالأرقام... هذه الأمور تجعل الصحفي في نظر "فورين" موضوعيا¹.

كما يعتبر "ميلز" أن الموضوعية قد تعني فقط أن الفرد وصف إجراءاته وطريقته في الكتابة بوضوح، بحيث إنه إذا استعمل الآخرون نفس الإجراءات والطريقة في معالجة نفس المسألة، فسيصلون إلى نفس النتيجة². ويرى "هاربرت غانس" أن الموضوعية تعني استقلالية اختيار الأخبار، مقابل تخلي الصحفيين عن قيمهم الخاصة³.

فيما يذهب النوع الثاني أمثال هالوران Halloran للقول إن الموضوعية والحياد عبارة عن ألفاظ جوفاء عند استعمالها فيما يتعلق بأخبار وسائل الاتصال الجماهيرية...⁴. وبالتالي فالمحررون يضمنون قيمهم وإيديولوجياتهم أثناء عملية التحرير، ومن هنا فالحديث عن الموضوعية (الخالصة) أمر لا يحدث، ويرى محمد حسنين هيكل أنه لا يوجد شيء يسمى الموضوعية في الأخبار⁵، فالموضوعية أكذوبة كبرى لاسيما في الإعلام الدولي، إذ تحاول كل دولة أن توظف أسلحة الإعلام لصالح أهدافها الخفية والظاهرة⁶.

¹ رولان كايروول. الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ترجمة محمد مرشلي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون ص715.

² عبد الرحمن عزي. الصحافة وعلم المعاني، دراسات إعلامية، مركز الطباعة، الجزائر، 1992، ص117.

³ Herbert. J. GANS. deciding what's News. A study of CBS evening News. NBS Nightly News. News Week and time. Wintage Books. 1979, p183.

⁴ حلمي خضر ساري. صورة العرب في الصحافة البريطانية، ترجمة عطا عبد الوهاب، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1988، ص188.

⁵ جون مارتين وأنجو جروفر. نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991، ص99.

⁶ نبيل راغب. العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان -، 1999، ص352.

وفيما يتعلق بعملية إعداد الأخبار والموضوعية، عادة ما تتم عملية معالجة الأخبار في إطار المؤسسة الصحفية، حيث يجد الصحفيون أنفسهم أمام آليات رسمية وغير رسمية، توجه عملية انتقاء ونشر الأخبار فيخضعون لما تمليه عليهم المؤسسة وبفعل اللوائح والقوانين التي يصطدم بها المحررون، أو حتى طبيعة ملكية وسيلة الإعلام خاصة أو عامة، أو السلطة السياسية، أو موجهات القيم الخيرية. وهنا يكون الصحفي مضطرا لأن يختار حدثا من بين العديد من الأحداث، استنادا إلى تصوره الخاص، ومرجعياته الفكرية.

وبعد أن تتم عملية اختيار الحدث، يستعمل الصحفي موارثه اللغوي لبناء الأخبار، وما يمكن ملاحظته هنا، هو أن الحادث في الواقع الخارجي ثابت، أما اللغة فهي مختلفة ومتفاوتة من صحفي لآخر، ومن هنا فإن وصف أو نقل الحدث يكون وفق ما اكتسبه الصحفي من ألفاظ ومعاني، ومن خلال ما سبق يمكن طرح قضية عدم الموضوعية في نقل الحادث من خلال عدم قدرة تلك الألفاظ والمعاني على استيعاب الحادث الخارجي.

كذلك تأثير نوعية الوسيلة والنصوص القانونية المرتبطة بها على حيادية الخبر والصحفي الذي يعالجه، فالنصوص والمواد القانونية التي تدل على وجود قطاع عام وخدمة عامة، لكن الممارسة الميدانية لا تعكس محتوى تلك النصوص والقوانين، والنقطة الأخرى في هذا المستوى، هي استغلال السلطة السياسية لوجود صحافة القطاع العام، لتمير مصلحتها الذاتية فقط، وفي هذا المجال يرى (دجاني)، أن صحافة البلدان العربية المدروسة ليست موجهة نحو الخدمة العامة¹.

وبناء على ما سبق فإن الأخبار ليست مجرد حقائق يعاد صياغتها بأسلوب لفظي، وإنما هي إعادة تشكيل تلك الحقائق من خلال البنية القيمية للقائم بالاتصال، والنظام

¹ Nabil H. Dajani. Analyse de la presse dans quatre pays arabes, la presse en éveil : étude des cas, France, N=103, 1990, p96.

الاجتماعي والسياسي السائد في كل بلد، ومنه فإن ما يسمى بالموضوعية، أمر صعب المنال، لا يمكن تحقيقه، مما جعل بعض الباحثين يتحدث عن النزاهة والدقة والعدالة وتقليل التحيز.

3. حقوق القائمين بالاتصال وواجباتهم والشروط الواجب توافرها فيهم:

1.3 حقوق وواجبات القائم بالاتصال:

تضبط السياسات الاتصالية الجزائرية حقوق القائمين بالاتصال، وواجباتهم، ومجال حركتهم وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية، لكن العبرة دائماً بالممارسة وليس بالنصوص المدونة.

1.1.3 حق الممارسة: تختلف الأساليب المنظمة لحق مزولة العمل الصحفي في

النظم الاتصالية والإعلامية تبعاً لاختلاف الإيديولوجيات القائمة، فهناك نظم تطلق حق ممارسة العمل الصحفي للمواطنين جميعاً، دون أي قيود أو شروط مسبقة، في حين تشترط تسعة أنظمة عربية ضرورة الحصول على ترخيص مسبق من الحكومة من أجل ممارسة العمل الصحفي، وعادة ما تتسم هذه النظم بمركزية إدارة نظام الاتصال والإعلام¹.

يعاني الإعلاميون العرب، وخاصة الصحفيون منهم، ممارسات شتى، تتوافر في أنحاء الوطن العربي، على الرغم من الضمانات الدستورية والقانونية المنصوص عنها في بعض الأقطار العربية، وعلى الرغم من التنظيمات المهنية وما تتضمنه من حقوق و ضمانات للصحفيين.

¹ فاروق أبو زيد. الأنظمة الصحفية في الوطن العربي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص 34.

2.1.3 حدود الممارسة: تحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية حدود الممارسة الصحفية، ما هو مسموح وما هو محظور حفاظا على تماسك النظام وإيديولوجيته ومكوناته، وتختلف المحظورات اتساعا وضيقا من دولة إلى أخرى، فقد تقتصر على منع تناول ما يناهز أمن الدولة ونظامها العام، أو الدعوة إلى المبادئ الهدامة أو زعزعة الطمأنينة العامة، أو بث الفرقة بين المواطنين، وقد تتجاوز هذه المحظورات إلى حظر النشر، أو تناول ما من شأنه أن يؤدي إلى بلبلة الأفكار عن الوضع الاقتصادي، ويرتبط بحدود الممارسة حق نقد رئيس الدولة ذاته، وهو حق مباح في بعض الدول ومحظور في دول أخرى¹.

3.1.3 الجزاءات والعقوبات: هناك ثلاثة أنواع من الجزاءات والعقوبات المرتبطة بالصحفي:

أولا: تلك التي تسود الأنظمة الاتصالية ذات البناء أو التوجه اللبرالي، وتتولى فيها السلطة القضائية وحدها حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية، وثانيها: الجزاءات والعقوبات الإدارية، وهي التي تسود النظام السلطوي والنظام الاشتراكي، حيث يحق للسلطات الإدارية (الحكومة أو من يمثلها) حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية، وثالثها: الجزاءات والعقوبات القضائية والإدارية وهي توجد أيضا في كل من النظامين السلطوي والاشتراكي، حيث تخول السلطات القضائية والإدارية معا حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية.

وتجمع الجزائر إلى جانب ستة أنظمة اتصالية عربية أخرى بين الجزاءات والعقوبات القضائية. وتجيز قوانين المطبوعات في بعض هذه الأقطار للسلطات الإدارية معاقبة

¹ فاروق أبو زيد. المرجع السابق، ص ص 55-60.

الصحيفة سواء بالمصادرة أو بالإيقاف، في حين تخول للقضاء وحده معاقبة الصحفي، أو قد تعطي السلطات الإدارية والقضائية حق تعطيل الصحف¹.

4.1.3 الحق في التنظيم المهني: تعتبر التنظيمات المهنية في مجالات الاتصال والإعلام أحد الأجهزة المشاركة في وضع السياسات الاتصالية والإعلامية في جوانبها المهنية والعملية، وتعنى هذه التنظيمات أساسا بتنظيم حقوق القائمين بالاتصال وحمايتهم، وتحديد التزاماتهم المهنية ومسؤولياتهم وواجباتهم حيال المهنة والمجتمع، أما في الجزائر فبالرغم من المحاولات التي بذلت من جانب الصحفيين لإنشاء نقابات واتحادات مهنية تضمهم إلا أن هذه المحاولات ظلت متعثرة.

ويعتبر هذا الحق من بين أهم الحقوق الدستورية التي لها تأثير مباشر على حرية عمل الصحفيين وعلى المطالبة بحقوقهم جراء تعسف أرباب المؤسسات الصحفية.

وتبعا لهذا الإقرار الدستوري لم يعد الأمر يقتصر على نقابة واحدة بل أجاز المشرع إلى جانب التعددية السياسية الحزبية التعددية النقابية المنظمة بموجب قانون 90-11 وأهم نقابتين تتشطان على مستوى الجزائر هما النقابة الوطنية للصحفيين SNJ التي تأسست سنة 1998، إلى جانب نقابة الصحفيين الجزائريين SJA التي تأسست سنة 2004².

5.1.3 الأخلاقيات المهنية: تعد مواثيق الشرف أو مواثيق الأخلاق المهنية مكملة للحقوق والضمانات المكفولة للقائمين بالاتصال، وتبلور هذه المواثيق المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية لرجال الإعلام حيال المجتمع الذي يعملون فيه، وحيال المجتمع العربي والدولي ككل، وتبنى على أساس أن الإعلام وإن كان حقا للفرد، فهو أيضا حقا للمجتمع، وينبغي حماية حق المجتمع في الوقت الذي تحمي فيه حقوق الأفراد.

¹ المرجع السابق. ص ص 39-47.

² جمال بوشاقور. واقع مهنة المراسل الصحفي المحلي في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 41.

إن الصحفيين الذين يلتزمون بالمعايير الأخلاقية المهنية، والذين يكافحون من أجل تقديم تقارير إخبارية دقيقة بأسلوب أخلاقي يبالغون، دون شك، ذلك الشعور بالرضا عن أدائهم وعن مهنتهم. بالإضافة إلى ذلك، فهم يجنون إحساس قرائهم ومستمعهم ومشاهديهم بالثقة والمصداقية، وأيضاً يمنحون مؤسساتهم الإخبارية ذلك الصيت بأنها مؤسسات جديرة بالاحترام والمتابعة، إذا ألزم الصحفيون أنفسهم بمعايير أخلاقية عالية، فعلى الأرجح أن يكون لذلك أثره على الرقابة الحكومية التي ستفرض بدرجة أقل معايير أخلاقية على وسائل الإعلام¹.

لابد أن تتبع أخلاقيات وسائل الإعلام من داخل أولئك الذين يكتبون ويحررون الأخبار، ومن داخل الناشرين ومالكي المحطات، بل تتبع أيضاً من العاملين الذين يبيعون الإعلانات واشتراكات الصحف ليدعموا استمرار الأعمال التجارية.

إن تطوير المعايير الأخلاقية هي عملية لا يمكن اعتبارها فقط ممارسة شخصية بل هي أيضاً ترتبط بالممارسة الجماعية، إلا أن المعايير الأخلاقية ذات المغزى والتأثير لا يمكن على الإطلاق أن يتم فرضها من مصدر خارجي، إنها لا بد أن تتبع، إلى حد كبير من الداخل وتتمو نمواً طبيعياً في داخل الذين يمارسونها بشكل يومي.

إن مصداقية الصحافة مرتبطة ارتباطاً قوياً بالالتزام بالحقيقة وبالسعي وراء الدقة، وبالعدالة والموضوعية والتمييز الواضح بين الأخبار والإعلان، ومن الجدير بالذكر أن الوصول إلى هذه الأهداف واحترام القيم الأخلاقية والمهنية لا يتم فرضها بأي شكل من الأشكال، إنها مسؤولية مقصورة على الصحفي وعلى وسائل الإعلام.

وهناك من قسم حقوق الصحفيين إلى مجموعتين تقليدية وحديثة²:

¹ باتريك بوتلر وآخرون. أخلاقيات الصحافة الجدل العالمي، مركز الصحفيين الدولي، واشنطن، 2003، ص 05.

² انظر: عواطف عبد الرحمان وآخرون. القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، 1996، ص ص 75-77.

أولاً: الحقوق التقليدية:

- حرية بحث واستقبال ونقل المعلومات.
- المعاملة المتساوية بين كافة الصحفيين دون تفرقة.
- الحق في حرية الفكر والشعور.
- ضمانات ضد تحريف وتشويه الآراء والتعليقات.
- حق الصحفيين في التكتل والاتحاد.

ثانياً: الحقوق الحديثة:

- حرية الوصول إلى كافة مصادر الأخبار والحق في تغطية كافة الأحداث المؤثرة في الحياة العامة.
- الحق في رفض التبعية لما يخالف السياسة العامة للتنظيم النقابي.
- لا يمكن إجبار الصحفي على أداء عمل أو إبداء رأي يخالف معتقداته وضميره.
- وجود عقد عمل يضمن حمايته أثناء تأدية عمله.
- للصحفي الحق في التعبير بما يلائم نزاهة المهنة وضميره.
- الحماية في حالة حدوث صراع مسلح سواء كان محلياً أو دولياً أو في حال حدوث مظاهرات واضطرابات محلية يجب تزويد الصحفيين بالحماية والتسهيلات التي تمكنهم من أداء مهامهم.

ثالثاً: المسؤوليات التقليدية:

- الدقة.
- التأكد من صدق المعلومات.
- تبني اتجاهات الجمهور.
- العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.

- تجنب انتحال أفكار الغير.
- الحفاظ على نزاهة وكرامة المهنة.
- احترام الحياة الخاصة للمواطنين.
- احترام سر المهنة.

رابعاً: المسؤوليات الحديثة :

- التغيير الاجتماعي، يجب على الصحفي أن يقوم بدوره في عملية التغيير الاجتماعي.
- حق الجمهور في المعلومات الصحيحة.
- حق الجمهور في المشاركة.
- الدفاع عن حقوق الإنسان.
- احترام الثقافات الخاصة والدفاع عن الاستقلال الثقافي والحفاظ على الهوية الثقافية.

ويترتب على انعقاد علاقة العمل بين العمال والمؤسسة المستخدمة مجموعة من الحقوق والالتزامات تستند إلى مصادر مختلفة ومتنوعة كالدستور، التشريع، التنظيم، والاتفاقيات الجماعية، النظام الداخلي عقد العمل مع احترام تدرجها من حيث القوة القانونية في حالة اختلافها أو تعارض أحكامها¹.

ويمكن تجميع هذه الحقوق في الحق في التنظيم في إطار اتفاقيات جماعية، الحق في الاسترجاع في حالة تقديم خدمة تخرج عن نطاق الحجم الساعي للعمل، الحق في العطل والراحة، الحق في التأمين والضمان الاجتماعي، الحق في الأجر، الحق في الحصول على البطاقة المهنية، السر المهني، بند الضمير.

¹ محمد الصغير بعلي. تشريع العمل في الجزائر، مطبعة قالمة، الجزائر، 1995، ص 52.

2.3 الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:

إن أبسط تصوير لواقع الصحفي العربي أنه فاقد لحريته في التعبير عن رأيه أمام رئيس التحرير، وإذا ما أصر على رأيه فسيعني ذلك تعرضه للفصل أو النقل، وهو فاقد لمدافع حقيقي عنه إذا ما فصل من عمله أو تعرض للاعتقال، وحتى النقابات الموجودة في بعض الأقطار العربية عاجزة في أكثر الأحوال عن تقديم أي عون حقيقي له¹. وبناء على هذا يرى الكثير من الباحثين أنه على القائم بالاتصال أن تتوفر فيه العديد من الشروط، حددها "دييد برلو" في:

1.2.3 توافر مهارات الاتصال، وهي خمس: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.

2.2.3 الاتجاهات الايجابية للقائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي: وتؤثر بشكل مباشر على العملية الاتصالية، فإذا كان اتجاه المصدر نحو نفسه سلبيا، يحتمل أن يؤثر هذا التقييم للذات على نوع الرسالة التي يصنعها، وعلى تأثيرها من ناحية أخرى، ويؤثر اتجاه الفرد نحو ذاته على الطريقة التي يتصل بها، فالثقة بالنفس عند المصدر تولد عند المتعاملين معه ثقة فيما يقوله أو يفعله، وإذا كان اتجاه الفرد نحو الموضوع إيجابيا سيكون الاتصال فعالا، أما إذا لم يؤمن المصدر بصدق ما يقوله ويقتنع به، يصبح من الصعب عليه أن يقنع الآخرين بجوانب الموضوع، كذلك يؤثر اتجاه المصدر نحو المتلقي في نجاح الاتصال، فحين يدرك المتلقي أن المصدر يحترمه ويتعاطف معه، يصبح أقل انتقادا لرسائله، ويزداد احتمال تفهمه واستيعابه للأفكار المقدمة.

¹ راسم محمد الجمال. الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004، ص70.

3.2.3 معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه:

من الواضح أن قدر المعرفة لدى المصدر عن الموضوع يؤثر في رسالته ويزيد من فاعليته، فنحن لا نستطيع أن نقول ما لا نعرفه، ولا نستطيع أن ننقل بفعالية مضمونا لا نفهمه، من ناحية أخرى إذا كان المصدر متخصصا أكثر من اللازم فقد لا ينجح في نقل المعاني المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط، واستخدامه مصطلحات قد لا يستطيع المتلقي أن يفهمها.

4.2.3 المكانة السامية للقائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي:

إن مركز القائم بالاتصال في النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها، والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال، فلكي نحدد تأثير الاتصال، علينا أن نعرف أنواع النظم الاجتماعية التي يعمل في إطارها القائم بالاتصال، ومكانته في النظام الاجتماعي، والأدوار التي يؤديها، والمهام التي يجب أن يقوم بها، والوضع الذي يراه الناس فيه، كما أننا في حاجة إلى معرفة الإطار الثقافي الذي يعايشه، والمعتقدات والقيم المسيطرة عليه، وأنواع السلوك المقبولة وغير المقبولة، وتطلعاته، وتوقعاته وتوقعات الآخرين عنه، معنى هذا أن مركز المصدر في النظام الاجتماعي والثقافي سيؤثر على سلوكه الشخصي بشكل عام¹.

كما حدد "ألكسن تان" العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور في ثلاثة عوامل هي:

- 1- المصداقية
- 2- الجاذبية
- 3- السلطة (النفوذ).

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص ص 45-46.

4. القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه:

إن بنية السلطة السياسية تستدعي الهيمنة على وسائل الإعلام وبالتالي الهيمنة على المؤسسة الإعلامية، وتعد المؤسسة الإعلامية عنصراً أساسياً من العناصر المساعدة والمحددة لتجليات القيم الإخبارية، إضافة إلى كونها معبرة عن إيديولوجية السلطة¹، ويعتبر القائم بالاتصال العنصر الفاعل والفعال في عملية إنتاج المعلومات وانتقائها، وانطلاقاً من (السلطة=المؤسسة الإعلامية) فإن القائم بالاتصال - في أغلب الأحيان - يعمل بمنظار سلطته، خضوعه للوائح السياسة الإعلامية، خضوعه لمسؤوليه.

ومن هنا فإن هناك مجموعة من العوامل المتمثلة في القيم والعادات الاجتماعية، قيم وإيديولوجية القائم بالاتصال، قيم الجمهور، إيديولوجية السلطة السياسية، إضافة إلى السياق الذي تتحرك فيه مجمل هذه العناصر، تفرض نفسها على القائم بالاتصال، مما يؤدي في الأخير إلى تبعية لإيديولوجية السلطة، وتصبح بذلك القيم الإخبارية (موجهة) تعنى بشخص السلطة السياسية أكثر من اعتنائها بالجمهور.

وفي الواقع فإن العمليات السابقة لا تحدث اعتباطاً، بل بموجب قوى سيكولوجية واجتماعية وسياسية تحكمها، فمن الوهلة الأولى التي يبدأ بها القائم بالاتصال في عملية جمع وانتقاء الأخبار والمعلومات، يكون قد تعرض لنوعين من التأثير، الأول: تأثير هامشي، والثاني تأثير مركزي.

1.4 التأثير الهامشي: ونقصد به تلك القوى التي تمارس تأثيرها على القائم

بالاتصال، وتحتل مكانة هامة على مستوى وعيه، دون أن تمارس سيطرتها، على مضمون الرسالة الإعلامية، ويدخل تحت هذا التأثير:

¹ سمير لعرج. القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، مرجع سابق، ص 133.

1.1.4 الضمير الصحفي: كثيرا ما يمارس القائم بالاتصال-في إطار مؤسسته- تحريف أو تشويه الحقيقة أو المعلومات، وهذا ما يجعله يشعر بالذنب، ووخزات الضمير، فيحاول بعد ذلك إراحة ضميره مستعملا، أسلوب الكتابة بدون توقيع¹.

2.1.4 قيم القائم بالاتصال: تتعارض في بعض الأحيان قيم القائم بالاتصال مع القيم التي تحتويها الرسالة الإعلامية، أو مع قيم المؤسسة الصحفية، وفي هذا المجال يشير دارسو سلوك المنظمات إلى ظاهرة تماثل القيم، حيث يستبدل العاملون أولوياتهم الخاصة بأولويات المؤسسة².

2.4 التأثير المركزي:

نعني به تلك القوى التي تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال وعلى مضمون الرسالة الإعلامية، ويدخل تحت هذا التأثير:

1.2.4 النظام السياسي: يحرص القائم بالاتصال - في إطار مؤسسته - أن يكون ممثلا لإيديولوجية النظام السياسي، من خلال تطبيق القوانين واللوائح المسطرة سلفا.

2.2.4 النظام الاجتماعي: يعتبر النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائم بالاتصال، فأى نظام اجتماعي يحتوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، وفي أغلب الأحيان يكون النظام السياسي تابعا للنظام الاجتماعي، وفي هذه الحالة

¹ عبد اللطيف حمزة. أزمة الضمير الصحفي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1960، ص36.

² سعيد محمد السيد. إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص47.

يمارس هذا الأخير ضغطه، وتأثيره على القائم بالاتصال ليكيف مضمون الرسالة الإعلامية (كقيم إخبارية) حسب الهيكل العام للمخيل الاجتماعي¹.

ويرى الباحث "وارين بريد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو إنه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية.

فقد تضحى وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الرأسمالية، الولاء للوطن، احترام رجال الدين والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوقير كبار السن والقادة والأمهات، ورجال القوات المسلحة، وغالبا ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع².

3.2.4 قاعة التحرير وسياسة المؤسسة: يلعب الجو الداخلي لحجرة الأخبار

دورا كبيرا في تحديد نوعية المضامين الإعلامية إذ يحرص القائم بالاتصال على تطبيق الأهداف التي سطرته مؤسسته الإعلامية³. والسياسة التحريرية هي مجموعة المبادئ والقواعد التي يلتزم بها الجهاز التحريري في نقل

¹ * المفهوم مقتبس من محمد عابد الجابري، ومعناه... جملة من التصورات والرموز والدلالات والمعايير والقيم التي تعطى للإيديولوجيا السياسية، في فترة تاريخية ما، ولدى جماعة اجتماعية منظمة، بنيتها اللاشعورية. أنظر: محمد عابد الجابري. العقل السياسي العربي محدداته وتجلياته، ط2، المركز الثقافي العربي، 1991، ص16.

² حسن عماد مكاي. نظريات الإعلام، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 79.

³ عبد الرحمان عزي. الإعلام والتسيير في تجربة الجزائر، العدد 74، مجلة الدراسات الإعلامية، جانفي-مارس 1994، ص51.

الأحداث والوقائع المختلفة وفي التعبير عن وجهات النظر حول القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع وطريقة عرض الأحداث وهي مجموعة مبادئ عامة وخطوط عريضة يلتزم بها المحررون في نقل الأحداث وفي الأسلوب والطريقة التي يقدم بها المضمون.

إذا فالتأثير المركزي - الذي يتعرض له القائم بالاتصال - هو الذي يحدد طبيعة تجليات القيم الإخبارية (كمضمون إعلامي)، في إطار المؤسسة الإعلامية، ويتضح أن الجهة المبادرة في إحداث أو إنتاج المنتج الإعلامي، تحدد نوعية هذا المنتج ومساره في تحقيق الأهداف المسطرة¹.

فمن بين العوامل المؤثرة إذن في القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية جملة القيم المهنية وقيم المجتمع المدني الذي يعمل في إطارها ومدى تأثير هذه القيم على المنتج الإعلامي، وكذلك لا يمكن إغفال تأثيرات الانتماءات المرجعية سياسية كانت أو ثقافية أو فكرية للقائم بالاتصال. فالجماعات المرجعية ذات المصلحة interest groups² تميل إلى رؤية كل الأحداث وتفسيرها في إطار مفهومها الضمني ويؤدي تمسك القائم بالاتصال بالمعايير الاجتماعية والثقافية إلى اتخاذها إطارا مرجعيا له في التفسير والسلوك والإدراك.

وتتشابك كل العوامل السابقة مجتمعة مع مستويات رضا القائم بالاتصال عن نفسه وعن عمله وعن القناة التي يعمل بها وعن السياسة التحريرية لهذه القناة وهامش الحرية الممنوح له، كما تؤثر على القائم بالاتصال عوامله الديموغرافية لاسيما إن

¹ عبد الرحمان عزي. المرجع السابق، ص53.

² محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحافية، النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص36.

كانت هذه العوامل كالنوع والسن والمستوى التعليمي والاقتصادي والحالة الاجتماعية ذات تأثير على وضعيته الوظيفية.

وإضافة إلى المعطيات المعرفية كالثقافة السياسية والمرجعية المذهبية، وروتين العمل وسلسلة تدفق المعلومات والقيم الإخبارية التي يعمل بمقتضاها القائم بالاتصال، يأتي نسق القيم الأخلاقية أو أخلاقيات العمل الإعلامي وإحساس القائم بالاتصال بمسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع الذي يعمل به، ومدى وجود ميثاق شرف المؤسسة التي في إطارها يتعين عليه الالتزام به. ومن كل هذه العوامل مجتمعة، يتعلم القائم بالاتصال كيفية انتقاء أخباره والمعلومات التي يقدمها إلى الجمهور.

5. نشأة و تطور دراسات المرسل:

سوف نسلط الضوء في هذا المبحث على نشأة وبدايات دراسات المرسل وتطورها، ففي الدول المتطورة مثلا الحاجة إلى بحوث مرسلي وسائل الإعلام جد مهمة لأسباب كثيرة، أولا لأن أغلبية هذه الدول مشغلة في مخططات التطور في مجال المنظومات التربوية والبنائات الدولية التي تتطلب قوة اتصالية، وفي الوقت نفسه تتطلب قائمين بالاتصال مؤهلين وأكفاء ويتحملون أدوارا حساسة و جد مهمة، إنهم مدرسين، محركين، محللين سياسيين، هم الذين يحدثون التغيير إلى الأمام أو إلى الخلف¹. لذلك سوف نتعرض إلى النشأة والتطور فيما يخص هذا العنصر الحساس من حيث الدراسات المختلفة التي شملته.

شهد النصف الثاني من القرن العشرين بداية اهتمام واسعة بدراسات المرسل في المدرسة الأمريكية، وقد ارتبط هذا الاهتمام بالنمو المتزايد للصناعة الصحفية، وبروز دور الصحافة و تأثيرها في المجتمع الأمريكي.

نستطيع أن نرصد البدايات التاريخية لدراسات المرسل بدراسة "ليو روستن" التي ظهرت عام 1937م تحت عنوان "مراسلي واشنطن"². وفي عام 1941م نشرت مجلة الصحافة التي تصدر في ولاية أيوا دراسة عن العاملين بجريدة ملواكي³.

توقفت دراسات المرسل حتى عام 1950م، عندما نشر الباحث "ديفيد مانج رايت" دراسة "حارس البوابة وانتقاء الأخبار"¹ وقد أثر اتجاه حارس البوابة بشكل مباشر أو غير

¹ Mohamed kirat. The Communicators ,a Portrait of Algerian journalistes and Their Work, office des Publication Universitaire, Alger, 1993, p09.

² Plee Rosten. The Washington correspondent, N.Y.Horcont , brace, 1937

³ أنظر : Fw. Pragger. The social composition and training on of Milwaukee journal news staff, journalism Quarterly , vol, 1941.

مباشر على صيرورة البحوث في هذا المجال ومنها دراسات "وارين بريد Breed"، روي كانطور Cantor، روبرت جاد Judd، جيبر Gieber، ستارك Stark، وايت White، كن مكروري Macrorie وغيرهم.

قدمت تلك الدراسات تحليلا وظيفيا لأساليب السيطرة في حجرة الأخبار، ودور العاملين ووضعهم في الصحيفة ومصادر أخبارهم والعوامل التي تؤثر على اختياراتهم وعرضهم للأخبار.

كما حاز التاريخ للشخصيات الصحفية المؤثرة في الإعلام الأمريكي جانبا من اهتمام عدد من الباحثين نذكر منهم فرانك لوتر موت و آرنولد ملوير، وعلى العموم الدراسات الأمريكية اعتمد تناولها للمرسل على الدور الجماعي للصحفيين في العملية الاتصالية وهو ما اتجهت إليه المدرسة العربية فيما بعد.

و يمكن أن نرصد عدة اتجاهات أو مسارات غلبت على معالجة هذه الدراسات للمرسل، وذلك من خلال الموضوعات الآتية:

- الجوانب المهنية لعمل المرسل.
- الضغوط المهنية والإدارية على المرسل.
- تأهيل وتدريب المرسل.
- حقوق والتزامات المرسل.
- الخصائص والاتجاهات المختلفة للمرسل.

¹ عواطف عبد الرحمان وآخرون. القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، القاهرة، د.س.ن،

أما الدراسات الفرنسية فقد أغفلت الاهتمام بالمرسل وذلك حتى سنوات قريبة ماضية¹، في الوقت الذي كانت فيه الدراسات الأمريكية في هذا المجال تجري بشكل واسع ومكثف ومنذ الخمسينيات، من أجل الكشف عن كافة الجوانب المتعلقة بعمل القائم بالاتصال، والأدوار التي يقوم بها والعوامل المؤثرة سواء كانت مساعدة أو معوقة لأداء هذه الأدوار.

وترجع قلة اهتمام الدراسات الفرنسية بالمرسل إلى عدة أسباب من أهمها:

- اختلاف النظام الإعلامي في فرنسا عنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ناحية النشأة والتطور، فبينما نشأ النظام الإعلامي الأمريكي في ظل الإعلان والمؤسسات التجارية، ارتبط النظام الإعلامي الفرنسي منذ بداياته ولفترة طويلة بالدولة ومؤسساتها، فالاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية ظل لفترة طويلة يتناول الاتصال كشكل من أشكال ممارسة السلطة في المجتمع.
- اختلاف نشأة دراسات الاتصال ذاتها، فقد ارتبطت في المدرسة الأمريكية بالاتجاه الإمبريقي منذ هوفلاند Hovland ولازرسفيلد Lazarsfeld، بينما نشأ الاهتمام بالاتصال وعلومه في أوروبا في إطار علم الاجتماع واتخذ طابعا نظريا، واتسمت العلاقة بين المدرستين الأمريكية الإمبريكية من ناحية والأوروبية النظرية من ناحية أخرى بالقطيعة الإستمولوجية².

وفي السبعينيات ظهرت محاولات للقاء بين المدرستين وهو ما أفرز طرح مشكلات بحثية جديدة من بينها اهتمام الدراسات التطبيقية الفرنسية بالمرسل.

¹ Remy Rieffel. Sociologie des media et marketing, Edition, S.A, paris, France, 2001, p121

² عواطف عبد الرحمان. مرجع سبق ذكره، ص84

تتبنى المدرسة الفرنسية لفظ الوسيط Médiateur بدلا من القائم بالاتصال أو المرسل Communicator.

نوهت بعض الدراسات إلى إشكالية تحديد من هو القائم بالاتصال الفعلي في ظل تقسيم العمل الذي يتسم به الأداء الصحفي في الصحافة المكتوبة أو في الإعلام المسموع والمرئي، هل هو المندوب الذي يحصل على الخبر أم هو سكرتير التحرير أو هو معد البرنامج الإذاعي أو التلفزيوني أو هو مخرجه أو مذيعة.

طرح "مولز Abraham moles" مفهوم الوسيط في كتاباته عن الثقافة الجماهيرية عام 1967م، وذلك من خلال نموذج على شكل مثلث يوضح أطراف العملية الاتصالية في شكل المبدع والجمهور المتلقي وبينهما الوسيط.

وقام شيفر Schaeffer بتطوير نموذج Moles حيث رأى أن إسهام "مولز" اقتصر على الجانب الظاهر من العملية الاتصالية وأن هناك مثلثا آخر يمثل الجانب غير المرئي في العملية الاتصالية مكون من السلطة الاقتصادية والسياسية وصانعي القرار من جانب والمهنيين والمسؤولين عن النشر والتوزيع من جانب آخر، وهم الذين أطلق عليهم "ماكينات الاتصال" وبينهما الصحفي الوسيط¹.

ومن خلال تلاقي المثلثين معا، قَدَّمَ شيفر نموذجا يسمح بالأخذ في الاعتبار -وفقا لرؤيته- مختلف أبعاد العملية الاتصالية الظاهر منها والباطن، وتكون محصلة تلاقي المثلثين احتلال الصحفي الوسيط مكانة هامة في الهيمنة على النظام وإدارة العملية الاتصالية بما يسمح بالتوفيق بين مصالح وتطلعات الأطراف المؤثرة في العملية الاتصالية².

¹ المرجع السابق، ص 49

² جوديت لازار. مرجع سبق ذكره، ص 142.

أما الموضوعات المدروسة أو المطروحة في بحوث المرسل في المدرسة الفرنسية، فقد اهتمت العديد منها بطرح مشكلة التكوين الاجتماعي والإيديولوجي والمهني للصحفيين، وتناولت بعض الدراسات التطبيقية في مجال المرسل ظاهرة "الصحفي النجم" للتعرف على آليات خلق النجومية الصحفية ومن ثم تأثير ذلك على العملية الاتصالية، وأشارت عدة دراسات إلى إشكالية العلاقة بين الصحفي وبين الحقل الإبداعي عندما يتحول الصحفي من وسيط وناقل للمعلومات إلى منتج لها و"مفكر مستقل بذاته".

أما البيئة العربية فلم يبدأ الاهتمام الأكاديمي ببحوث المرسل فيها إلا في بداية السبعينيات، ويرجع إهمال الدراسات للمرسلين إلى طغيان البحوث التي تتناول التأريخ للصحف التي كانت لا تغفل بالضرورة التأريخ للمرسلين في هذه الصحف، فقد حرص القائمون على هذه الصحف على عرض سيرة أو تاريخ الصحفي أو مجموعة الصحفيين المؤثرين في الصحيفة المؤرخ لها، الأمر الذي قلل من وجهة نظرهم لأهمية وضع بحوث مستقلة للمرسل.

بدأت المدرسة المصرية الأكاديمية إسهامها الأول في مجال بحوث المرسل عام 1970م بالدراسة التي قدمت لنيل درجة الماجستير في فن الدعاية والإعلام عند مصطفى كامل¹، وقد أرخت الرسالة لدور مصطفى كامل الصحفي واتجاهاته السياسية والاجتماعية وتعرضت لأساليبه الإعلامية.

شهدت سنوات السبعينيات والثمانينيات بحوثاً تؤرخ لعدد من القائمين بالاتصال، وتناولت هذه الدراسات التأريخ لكل من محمد حسنين هيكل وعباس محمود العقاد وعبد الرحمن الكواكبي وغيرهم.

¹ عواطف عبد الرحمن. مرجع سبق ذكره، ص51

شهدت الفترة المعاصرة تطورا ملحوظا في دراسات المرسل في البيئة العربية، وبدأت تخرج من إطار دراسة المضمون إلى اهتمام حقيقي يبحث كافة المجالات المتعلقة بالمرسل، أما النقطة السوداء تبقى في إهمال الباحثين للدراسات المسحية الميدانية في مجال المرسل الصحفي على الرغم من أهميتها في تحديد رؤية المرسل واتجاهاته وتأثير الظروف السياسية والاقتصادية والصحفية على أدائه الصحفي.

الملاحظ أن الدراسات الإعلامية والاتصالية في الجزائر تبقى ضعيفة كماً ونوعاً بالمقارنة مع الحركية التي تعرفها هذه الدراسات في المجتمعات الغربية، ومن هذا لا نضيف شيئا إذا ما قلنا أن الدراسات في المجتمعات العربية تبقى ضعيفة بالنسبة للصحفيين¹.

بدأ عدد من الباحثين الانتباه إلى أهمية مثل هذه الدراسات لما تحمله من قيمة، ولذلك بدأت المكتبة الإعلامية الأكاديمية العربية تضم بعض الدراسات التي استخدمت الوسائل الميدانية لدراسة القائم بالاتصال، منها البحث الذي أجراه محمد قيراط حول "القائمون بالاتصال، وصف للصحافيين الجزائريين وعملهم". وتمثل الدراسة مقارنة بين أربع دول وهي الجزائر، الولايات المتحدة الأمريكية، نيجيريا والسعودية، وكذلك دراسة الباحث "رضوان بوجمعة" حول الصحفي في الجزائر من خلال الخطابات والمواثيق الرسمية. أما في مصر، فنجد البحث الذي أجري عن صحافة المرأة، حيث اهتمت الدراسة بتحديد مدى وعي المرسل بقضايا المرأة المثارة واهتمامه بمعالجة تلك القضايا، وتأثير السياسة التحريرية من وجهة نظره على هذه المعالجة، بالإضافة إلى تحديد السمات الشخصية للقائم بالاتصال في صحافة المرأة.

¹ من بين هذه الدراسات: قيراط محمد

The Communicator. A Portrait Algerian and their work, OPU, Alger, 1993

ورضوان بوجمعة. هوية الصحفي في الجزائر من خلال الخطابات والمواثيق الرسمية، 1962-1998 في المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 17، جانفي-جوان 1998.

تطورت البحوث في هذا الجانب أو العنصر وأصبحت تمس الجانب الاجتماعي والمهني للصحفيين، ولو أن دراسات المرسل تبقى تعاني الإهمال والنقص، وهذا ما أكد عليه العديد من الباحثين الغربيين¹.

6. أهمية دراسة سوسيولوجية المرسل:

يرى العديد من الباحثين أن النظر في سوسيولوجية الصحفي تقتضيها عدة اعتبارات هامة وعدة أسباب، بالنظر للامتيازات التي يتمتع بها للوصول والحصول على المعلومات والمعرفة، ونظرا إلى الدور الذي يقوم به باعتباره حارس بوابة ومراقب، ونظرته إلى جمهوره، والظروف التي يعمل فيها داخل المؤسسة الإعلامية، وتأثير الخلفية الاجتماعية والقيم الشخصية، والقيم المهنية والأخلاقية في عملية اختيار الأخبار.

إن الحاجة إلى البحث في سوسيولوجية رجال الإعلام يبررها عدم إمكانية علماء الاختصاص والباحثين في وسائل الإعلام على اختلافها الاستغناء عن بعد مهم من أبعاد العملية الاتصالية، هذا البعد الذي يكمن في مرسل الرسالة الإعلامية أي "من" وهو السؤال الأول من الأسئلة الكلاسيكية الخمسة التي قدمها هارولد لاسويل.

إن رجال الإعلام يعيشون في محيطين، محيط ذاتي يتجسد في أفكار مسبقة، قيم، أحكام، وتحيزات ومحيط آخر اجتماعي يعيشون فيه ويمارسون فيه مهنتهم، زيادة على ذلك، يعمل الصحفيون في ظل مجموعة من الضغوط والقيود المهنية والاجتماعية التي يجب أن تحظى بالدراسة والبحث العلمي كذلك، إنه الأمر الذي ينادي به "هالوران" فيما يتعلق بالحاجة إلى الدراسات والبحوث الإعلامية المتعلقة برجال الإعلام عندما يقول: "الأسئلة الكبيرة والعويصة نادرا ما تطرح، هناك محاولات منظمة قليلة لدراسة رجل

¹ أنظر Remy Rieffel. Op.cit

الإعلام كواحد من الذين يحتلون منصبا حساسا في الشبكة الاجتماعية، يرفض ويختار المعلومات تجاوبا مع عدة ضغوط كلها توجد في إطار نظام اجتماعي معين¹.

يرى كاري أن البعد الثالث للعملية الاتصالية المتمثل في بروز دور الصحفي المحترف لم يبحث بعد². كما ينادي جيبير هو الآخر على سبيل المثال بسوسيولوجية الصحفي وذلك لفهم بطريقة أوضح سلوكيات وتصرفات محترفي وسائل الإعلام بأنواعها³، ويعتبر العديد من الباحثين موضوع سوسيولوجيا الصحفيين موضوع معقد الدراسة، لأن الصحفي يحتل مكانا مهما في التحكم في تدفق المعرفة والأخبار من جهة، ومن جهة ثانية لأن الصحفي حبيس أفكاره المسبقة وانحيازه وضحية استعماله من طرف رجال الدعاية الذين يهدفون إلى توجيه فهمه للأحداث⁴. يقول جرينر في هذا السياق:

إن كل قرار لتمرير شيء إلى الجمهور يعتبر في نفس الوقت قرار لحذف شيء آخر، لأن ما يقدم ما هو إلا نتاج ضغوط وتنافس حاد مهني واجتماعي يخلق نوعا من العوائق والحواجز النفسية لدى الصحفي.

على نفس النهج، وبعد دراستهم لواقع أبحاث الإعلام والاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية، يؤكد كل من "ويفر" و "قري" أن بعد المرسل لم يأخذ نصيبه من الأبحاث الإعلامية ولم يعط الأهمية التي يستحقها من قبل الباحثين، يقول الباحثان:

¹ أنظر: Halloran James D. the Communicator in mass communication research, sociological review Monograph,ed paul halmos,1969

² Cary James. The communications revolution and the professional the communicator sociological review monograph,1969,p23 : Kirat Mohamed. Algerian news man and their world,1998,p12

³ Gieber walter. News is what newspapermen make it, people, society and mass communication, the free press of Glencoe ,London, 1964, p173

⁴ محمد قيراط. سوسيولوجية القائم بالاتصال -القائم بالاتصال في الإمارات العربية المتحدة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، 2006، ص28.

على الرغم من أن استفسارات عديدة طرحت حول دور الصحافة في النظام الديمقراطي والتي جلبت اهتمام المشرعين، ورغم الاستعمالات العديدة التي أنتجها الصحفيون عبر التاريخ فيما يتعلق بالطرق الإمبريقية للتحقيق والتي كانت جد رئيسة بالنسبة للبحث العلمي الحديث، لم يحظ الصحفيون باهتمام الأوساط الأكاديمية التقليدية¹.

هذا ما أكدّه أيضا "ويفر" و"ويلهويت" فيما ما ذهب إليه زميلهما "ورايت" في خلاصة كتابهم The American Journaliste في 1986²، لكن ما يمكن قوله رغم كل ما تقدم فإنه في السنوات الأخيرة جلب الصحفيون اهتمام باحثي الإعلام والاتصال الشيء الذي أفرز عددا لا يستهان به من الأبحاث خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا الغربية.

إن بعض الدراسات نظرت إلى الصحفي من زاوية الخلفية المهنية، ودراسات أخرى ركزت على الجانب التنظيمي للمهنة محللة بذلك الأدوار المختلفة للصحفي، القيم المهنية والتنظيمية، ظروف الصحفي وانعكاساتها على إبداعه، والتي تؤثر بشكل أو بآخر على المحتوى النهائي للصحيفة أو الراديو أو التلفزيون. فرغم اختلافها وتباينها فإن الأبحاث الإعلامية التي درست رجال الإعلام لم تنظر إلى كل الزوايا التي تشكل عالم الصحفيين³.

يمكن أن نقول أن هناك أكثر من سبب للتحقيق والبحث في البعد الثالث للاتصال أو سوسيولوجية الصحفي، يرى **ماكويل** في هذا الصدد أنه يجب على علماء الاجتماع دراسة رجال الإعلام للأسباب التالية:

¹ weaver and gray. Journalism and mass communication research in the united state, vol1, Beverly hills, A, sage publications, p124

² جوديت لازار. مرجع سبق ذكره، ص ص 109-111

³ محمد قيراط. سوسيولوجية القائم بالاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 29

- لمعرفة من هم رجال الإعلام نظرا للامتيازات التي يتمتعون بها للوصول والحصول على المعلومات والمعرفة استنادا للدور الذي يلعبونه كحراسة البوابة وكمراقبين.
 - النظر في طريقة فهمهم لدورهم وفي كيفية نظرهم لجمهورهم.
 - البحث في تأثير المؤسسة الإعلامية والإطار البيروقراطي الذي تعمل فيه، على المنتج النهائي-الرسائل -.
 - تقييم تأثير الخلفية الاجتماعية، القيم الشخصية، القوانين المهنية والأخلاقية على عملية الاختيار والمراقبة التي يقوم بهما الصحفي¹.
- كذلك يشير "وبفر" و "قري" إلى علماء الاتصال أن ينظروا في تأثير المناخ السوسيولوجي والفكري على القيم الإخبارية، السلوكيات والأداء، يرى الباحثان أن هناك حاجة ملحة للنظر في:
- تأثير عوامل عدة كالخلفية العائلية، الشخصيات، التكوين الصحفي، ظروف العمل داخل قاعة التحرير، حجم المؤسسة الإعلامية وأمور أخرى على السلوكيات والقيم المهنية للصحفيين، مستوى الرضا في عملهم، كيف يفهمون دورهم في المجتمع وكيف يؤدون أعمالهم².
- في نفس السياق يطالب "ورايت" ببحث بعد الصحفي في عملية الاتصال، حيث ينادي بسوسيولوجية الصحفي، أي ضرورة تقديم شروح دقيقة، وتحقيقات سوسيو ديموغرافية وتحليلات سوسيولوجية في كيفية تأثير دور الصحفي على محتوى وسائل

¹ McQuail, Denis. Toward a Sociology of Mass Communications, collier-Macmillan, London, 1969, p173.

² weaver and gray. Op.cit, Loc. Cit

الإعلام، يصر ورايت ويؤكد على أهمية مثل هذه الدراسات بالنسبة لعلوم الإعلام والاتصال كما يلي:

من خلال مثل هذه البحوث السوسيولوجية يعرف الكثير عن كيفية تأثير الأدوار الرئيسة في المؤسسات الإعلامية المعقدة على المنتج النهائي، والظروف التي تقوى هذه التأثيرات في ظلها أو تضعف والعمليات التي تنفذ بموجبها، التغيرات في دور الأداء الحقيقي، بعض العوامل المسؤولة عن الأشكال المعتادة في تغيير الأدوار، وانعكاس عملية التغيير على المنتج الإعلامي، مثل هذا البحث يسقط تلك النظرة البسيطة للصحفي كفرد مستقل، ويعالج الاتصال الجماهيري كعملية اجتماعية¹.

7. البحوث السوسيو مهنية للصحفيين:

إن الدراسات الأولى التي تركز على المرسلين، حول انتماءاتهم وخصائصهم الاجتماعية، والعوامل المفترض تأثيرها على إنتاجهم في الاتصال الجماهيري، تعتبر من الدراسات الكلاسيكية الخاصة بعلم اجتماع العام، ومنها كان القبول عموماً بأن إنتاج الاتصال الجماهيري هو نشاط جماعة منظمه وليس نتيجة مجهود فردي. فيجب على الدراسات المهمة بالمرسلين أن تأخذ بعين الاعتبار البنية الاجتماعية التي يتحرك فيها هؤلاء الأفراد، حيث توجد اليوم العديد من الدراسات التي تعالج هذه الإشكالية².

على الرغم من أن الصحافة الكبرى ولدت في فرنسا، إلا أن شروط العمل وحياة القائمين عليها (الصحفيين) بقيت سيئة لمدة طويلة، وإذا كان صحيحاً أن الصحافة جاءت

¹ Wright Charles. Mass Communication :A sociological perspective 3rd ed. New York :random house,1986, p84

² جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 99

إلى العالم من فرنسا، فإنه لا يوجد أدنى شك في أن تطورها كان في الولايات المتحدة الأمريكية، ولم تغفل تداعياتها المنطقة العربية.

الشيء الذي يجب أن نشير إليه هنا هو أن علم الاجتماع الخاص بالمرسلين أو الصحفيين يمثل حقلًا مهملاً نسبياً في علم الاجتماع الاتصالي¹. وسنحاول التعرض لأهم الدراسات السوسيو مهنية للصحفيين في كل من المدرسة الأمريكية وكذا الفرنسية دون إغفال العربية.

تكشف قراءة بعض هذه البحوث أنها ركزت على الصحفيين من حيث خلفياتهم، مميزاتهم الاجتماعية، تدريباتهم، أنماط وظائفهم وبعض العوامل السوسيولوجية الأخرى التي تؤثر في أسلوب أدائهم لأدوارهم.

ففي دراسة بعنوان "المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة" وهي دراسة سوسيو مهنية لمراسلي الصحف في الجزائر أجراها الباحث "رضوان بوجمعة"، ينطلق هذا البحث من تحقيقات ميدانية تمت طوال سنتين كاملتين، سعت للإجابة عن مجموعة من الانشغالات التي تشكل صلب توجه البحث في مجال علم اجتماع المرسلين، وكان الهدف من هذه البحث يرمي إلى معرفة الخصائص والسمات العامة لمراسلي الصحف المكتوبة الجزائرية، من حيث فئات السن والجنس والأصول الاجتماعية التي ينحدر منها المراسلون، بالإضافة للوضع الاجتماعي للمراسل والظروف المعيشية والمهنية.

شمل هذا البحث دراسة مراسلي كل الصحف الجزائرية التي كانت لازالت تصدر إلى غاية منتصف سنة 2004 في سبع ولايات من الشرق والغرب والوسط، وهي ولايات

¹ أنظر. جوديت لازار، علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء السادس، دار هومة، الجزائر 2003.

البويرة، بجاية، وهران، الشلف، تيبازة، تيزي وزو، بومرداس وشمل البحث 273 مراسلا صحفيا من مجموع 350 مراسلا مستجوبا. وخلص بنتائج أهمها¹:

المرأة لا تمثل أكثر من 19 بالمائة من مجموع المراسلين، وأكثر من 62 بالمائة من المراسلين لا تتجاوز أعمارهم 35 سنة، أكثر من 25 بالمائة لا يملكون شهادة جامعية، أكثر من 60 بالمائة لم يتلقوا أي تكوين في الصحافة، أكثر من 48 بالمائة لا يحترفون المهنة، وأن أكثر من 58 بالمائة يتقاضون أقل من الأجر الأدنى، أكثر من 57 بالمائة من المراسلين غير مصرح بهم لدى الضمان الاجتماعي، أكثر من 60 بالمائة من المراسلين يفرضون الرقابة الذاتية على كتاباتهم وأكثر من 60 بالمائة منهم كذلك يرسلون الصحف المحلية، أكثر من 87 بالمائة منهم يعملون للصحف الخاصة، وأفضت الدراسة كذلك إلى أن أكثر من 41 بالمائة من المراسلين عينة الدراسة لا يتجاوز عمرهم المهني 3 سنوات.

من بين الدراسات السوسيو مهنية نجد أيضا دراسة "السعيد بومعيزة" تناولت الدراسة علم الاجتماع الخاص بالمرسلين، صورة الصحفيين بالارتكاز على أعدادهم المتواجدة بالمرئي والمسموع والمكتوب وشهاداتهم وجنسهم ومستواهم الاجتماعي والمهني، وظهر اتجاهاتهم السياسية والعقائدية والثقافية في أساليبهم وألوانهم الصحفية وكذا رضاهم وعدم رضاهم عن العمل، وقد تعرضت لدراسة القيم والعلاقات التي تربط الصحفيين ببعضهم البعض كقوة اجتماعية تربطها علاقات عمل وزمالة ارتبطت بمعايير وظيفية أكثر منها بالمعايير الاجتماعية².

¹ رضوان بومعيزة. الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر، طاكسيج كوم، الجزائر، 2008، ص09.

² السعيد بومعيزة. دراسة عملية إنتاج الأخبار بوكالة الأنباء الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال، السنة1994، العدد4، ص108.

وتبرز كذلك دراسات "محمد قيراط" حول رجل الإعلام في الجزائر والإمارات العربية حيث تعتبر دراساته من أهم الدراسات الإمبريقية، لاسيما تلك التي خص بها رجل الإعلام في الجزائر، حيث تولت جانبا مهما في طرحها لدراسة العلاقات بين الزملاء والرضا عن العمل¹، أكثر من ذلك أهمية هذا العنصر في تحديد المستوى الذي يتمتع به الفريق العامل بالصحافة، وهي المهنة التي تعتمد أساسا على سعة الثقافة والمعلومات المتجددة بشكل مستمر ودائم من خلال الاحتكاك والاضطلاع، وهذا يأتي أكثر بالعلاقات الطيبة مع الزملاء، وبالتالي ركزت هذه الدراسة على الجوانب الاجتماعية والمهنية للمرسل أو الصحفي.

دراسة أخرى لـ "عواطف عبد الرحمان" بعنوان القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، وهي دراسة هدفت إلى التعرف على الخريطة الاجتماعية والمهنية للصحفيين المصريين من خلال محاور العمل وظروف الممارسة، اهتمت برصد جوانب التنشئة الاجتماعية ومستويات التعليم والدخل، وكذلك معايير الأداء المهني وعلاقته بالعمل الصحفي، وخلصت إلى التأكيد على أن معايير الأداء المهني يغلب عليها المعايير الذاتية، وعدم وجود ارتباط بين مؤهلات الصحفيين وطبيعة عملهم.

دراسة "الفت حسن أغا" وهي عبارة عن رسالة دكتوراه بقسم الاجتماع بكلية الآداب بالقاهرة (جامعة القاهرة) من إشراف الدكتور الأستاذ محمد الجوهري سنة 1990م، موسومة بعنوان القائمون بالاتصال، دراسة لاتجاهاتهم نحو دور الاتصال الجماهيري في المجتمع، فالباحثة تقول في دراستها هذه إن القائمين بالاتصال باعتبارهم بشر ينتمون إلى مجتمع معين، لهم خلفياتهم الأسرية، ولهم طبيعتهم في التنشئة الاجتماعية ولهم مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، ولهم أيضا انتماءاتهم الطبقية والتزاماتهم الإيديولوجية

¹ أنظر: محمد قيراط. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام، مقارنة صحفيين جزائريين وصحفيين من دول أخرى، سنة 1985.

وتوجهاتهم المهنية ومستوياتهم التعليمية، هذه العناصر تعتبر الأفكار الأساسية التي تشكل مضمون هذه الرسالة. فالدراسة تركز بالأساس على البنية الاجتماعية والقيمية والمهنية للصحفيين، وتأثير ذلك على موقفهم من بعض قضايا مجتمعهم، فهي تهدف بالأساس إلى الكشف عن تصورات الصحفيين لعملية التنمية المجتمعية الشاملة والمعوقات التي تعترضهم وأساليب مواجهة هذه المعوقات.

وقد خلصت الدراسة إلى نتائج من أبرزها فيما يتعلق بالخصائص الديموغرافية من حيث النوع بلغت نسبة الذكور 70,04 بالمائة مقابل نسبة الإناث التي بلغت 29,6 بالمائة، أما من حيث الميلاد والإقامة أظهرت النتائج أن أغلب الصحفيين من أبناء القطاع الحضري وأغلبهم مكثوا في المدينة ما يزيد على 16 سنة فأكثر، كما توضح الخصائص التأهيلية أن 97,8 بالمائة من الصحفيين حصلوا على شهادات جامعية أو ما بعدها. أما فيما يخص الأبعاد المتعلقة باختيار العمل الإعلامي فقد اتضح أن أغلبهم اختاروا عملهم وفق ميولهم ومواهبهم بالإضافة إلى ملاءمته لتخصصاتهم، كما بينت الدراسة أيضا أن 84,7 بالمائة من عينة البحث يتعرضون لضغوط مهنية أثناء تأدية عملهم وأغلبها من السلطة، وهذه الضغوط أظهرت الدراسة أيضا أنها من الأسباب الرئيسية التي دفعت الصحفيين إلى تغيير عملهم في مجال الإعلام إلى مهن أخرى.

دراسة قام بها "وارين بريد Warren Breed" ونشرها سنة 1955م، إحدى الدراسات الكلاسيكية في هذا المجال، حيث قدم تحليلا للضبط الاجتماعي داخل غرفة الأخبار، فقد درس كيف يتأثر المحررون بسياسة الجريدة التي يعملون فيها، وقد أجرى بريد مقابلات مع 120 محررا واكتشف أن المحررين الجدد لم يبلغوا رسميا بسياسة الجريدة، ولكنهم عملوا بها من خلال عملية التنشئة التي تتم داخل غرفة الأخبار¹.

¹ محمد الجوهري. علم الاجتماع الإعلامي، دار القاهرة، القاهرة، 2001، ص191.

أما الدراسات و الأبحاث في مدخل التوجهات المهنية للمرسل نجد منها دراسة "جاك ماكلويد Jack Macleod" بمعاونة "سيرل هولي Searl Hawley" وذلك في مركز أبحاث الاتصال الجماهيري بجامعة ويسكونسن¹. ففي إستراتيجيتها النظرية، قدم الباحثان نهجا جديدا و بديلا ذا طبيعة مقارنة وذلك بقصد تحديد المقياس الأساسي للتوجهات المهنية، أما عن البعد المنهجي فقد قسم "ماكلويد" و "هولي" المقياس الأساسي للتوجهات المهنية إلى قائمة مكونة من 24 عنصرا لقياس اتجاه المستجوبين وفقا للأبعاد النظرية للدراسة.

دراسة أخرى تدلنا على معرفة وإبراز الصورة الحقيقية الخفية لأكبر الصحفيين تأثيرا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويتعلق الأمر هنا بتحقيق "ليشتر Lichter" و"روثمان Rothman" الذي تم انجازه على 238 صحفيا يعملون في أكبر الصحف شهرة The New York Times، واشنطن بوسط، و وول ستريت جورنال Wall Street journal و Cbs، World Press، U.s. news، News week، The time و pbc وخلص إلى أن الصحفيين الأمريكيين في أغليبيتهم شباب، 80 بالمائة يقل عمرهم عن 50 سنة في حين تتراوح أعمار نخبة الصحفيين بين 30 و 40 سنة، وهي أرقام تعكس الاتجاه الواضح نحو تشييب المهنة، كما يعتبر سن الذين يعملون في السمعي البصري أقل، "متوسط السن هو 31 سنة"، وأن أغلبية الصحفيين هم من الرجال، غير أنه منذ 1971م عرف عدد النساء ارتفاعا ملحوظا (من 20,3 بالمائة إلى 33,8 بالمائة).

تحقيق "ليشتر" و"روثمان" يدل على أن 31 بالمائة من الصحفيين المنتمين لنخبة الصحفيين هم من الطائفة اليهودية، كما أظهر التحقيق كذلك أن الصحفي الأمريكي ينحدر من وسط تطبعه الرفاهية فضلا عن مستواه الدراسي المرتفع جدا.

¹ المرجع السابق، ص192.

هذا ويتقاضى أعضاء نخبة الصحفيين رواتب عجيبة، إذ أن صحفيي "الواشنطن بوست Washington post" يتقاضون بين 55 و 60 ألف دولار.

ما يمكننا قوله أن الصحفي الأمريكي هو شخص شاب، من بشرة بيضاء، ينحدر من "عائلة طيبة"، تلقى تكويناً جامعياً، يحمل حساسية سياسية وسطى، ذو راتب متوسط ويرغب في استقلالية أكثر أثناء تأدية عمله¹.

ومن أمثلة هذه الدراسات أيضاً المؤلف الذي أعده "ويفر Weaver" و"ويلهوت Wilhoit" الذي يهدف إلى الكشف عن الأسلوب الذي تبدلت فيه أدوار الصحفيين في أمريكا عبر مراحل التطور التاريخي منذ نشأة الصحافة ونموها في تلك البلاد²، وقدم في الفصل الأول من الدراسة مراجعة تاريخية لدور الصحفيين وأوضاعهم منذ الأزمنة الاستعمارية إلى غاية الوقت الحاضر، وخص الفصل الثاني الخصائص الديموغرافية للصحفيين، أما الفصل الثالث فقد عالج العمليات التعليمية والتدريبية للصحفي، ثم انتقل الباحثان بعدها في الفصل الرابع إلى مسح الظروف المهنية المحيطة بالعمل الصحفي ودرجات الرضا الوظيفي عند الصحفيين الممثلين للعينة، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج أبرزها قلة ما يتقاضاه الصحفيون الأمريكيون كأجور حقيقية بالمقارنة مع ما كانوا عليه منذ عقد مضى، واختلال أو عدم الرضا الوظيفي خاصة بين كبار السن. فضلا عن هذه النتائج خلصت هذه الدراسة إلى انخفاض في عدد الصحفيين البالغين 45 عاماً ومن يتجاوزون هذا السن، وأن نسبة الصحفيات قد زادت، وغالبية الصحفيين يعملون في نفس المنطقة الجغرافية التي سبق أن تلقوا فيها تعليمهم الجامعي، وأن

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة، الجزء السادس، مرجع سبق ذكره، ص 115.

² Weaver David and G.cleveland wilhoit, the American journalist :portrait of u.s news people and their work, Bloomington, indian university press, 1986, p160

مستواهم الدراسي مرتفع جدا، إذ أن 86 بالمائة منهم تابعوا دراسات عليا وثلاثة من أصل خمسة صحفيين لهم شهادة ليسانس أو ما يعادلها.

وفي ورقة بحثية قدمها "بروس ملوسون" و"ميشيل سالوين"، تم فيها معالجة الأوضاع المهنية للصحفيين الرياضيين في الولايات المتحدة الأمريكية وما تلعبه هذه الأوضاع من دور في تشكيل اتجاهاتهم ورؤاهم حيال عديد من الموضوعات المتعلقة بالعمل الصحفي، وتمثل الورقة محصلة مسح لمائتي وأربعين عضوا من أعضاء رابطة محرري الصحافة الرياضية، وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها التأكيد على ما يعتقده صحفيو الرياضة في الولايات المتحدة الأمريكية في كونهم متخصصين متميزين بالمقارنة مع زملائهم المعنيين بصياغة الأخبار الجادة أو الهزلية في شتى الموضوعات. فالصحفيون الرياضيون يرون أنهم يمتلكون أفضل السمات والمميزات المهنية التي قد لا يمتلكها زملاؤهم من محرري الأخبار، بل إنهم يعتقدون بامتلاكهم سمات حرفية لا يمتلكها نظراؤهم من محرري الأخبار، وهم بهذه النظرة يحاولون دحض الصورة الذهنية التي رسمت في عقول كثيرين ممن اعتبروا الصحافة الرياضية طفلا غير شرعي في حقل النشاطات والخبرات الصحفية.

دراسة "ريمي ريفل Remy Rieffel" حول مفهوم "الحقل الصحفي le champ journalistique"، تقوم على أن عمل الصحفي ورؤيته وإدراكه لدوره لا يتحدد فقط من خلال التكوين الاجتماعي والإيديولوجي وسماته الخاصة، ولكنه يتحدد أيضا من خلال انتظامه في منظومة (علاقات) تنعكس بالضرورة على ممارسته بعد أن أصبح جزءا من هذا الحقل الصحفي، كما تساعد على تشكيل علاقاته بكل من مصدر المعلومة ومستقبلها. كما أن سمات الحقل الصحفي تحدث تغييرات في تكوين الصحفي على مستوى عمله.

رصدت الدراسة الوسائل التي يلجأ إليها القائم بالاتصال لمواجهة القيود التي تفرض عليه من الحقل الصحفي ومن أهمها:

- الخروج عن المؤسسة الصحفية التي يعمل بها.
- الاحتجاج.
- الولاء.

يلاحظ أن دراسة "ريفل" ركزت بشكل أساسي على تأثير الحقل الصحفي أو الأوضاع الصحفية على النخبة العاملة في مجال الصحافة أي على مجال ضيق من العاملين في الصحف، ومن ثم فإن النتائج التي توصل إليها يصعب تطبيقها على نطاق أوسع أي على الصحفيين الذين يمارسون عملهم دون أن يصلوا بعد إلى الوظائف العالية التي تجعل منهم لجنة صحفية.

الدراسات السوسيولوجية لمختلف مهنيي الصحافة والسمعي البصري لم تجلب اهتمام الباحثين قبل 1980م في فرنسا، حقيقة المعرفة بالصحفيين كما يقول Remy Rieffel والمنتجين الذين ينتجون الحصص التلفزيونية، ومقدمي البرامج الإذاعية أو التلفزيونية نادرة منذ سنوات عديدة، ومعظم البحوث الميدانية التي وجدت ركزت على سلوك الصحفيين في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والأفكار التي يقدمونها، وكذلك تقييم دورهم حسب اختلاف المؤسسة الإعلامية، وهذا الموضوع جلب اهتمام الباحثين في السنوات الأخيرة¹، نظرا لأن مهنيي وسائل الإعلام هم أبطال المشهد الأول في التأثير الحقيقي الذي يظهر في الوظيفة التي تربط الصحفي أو المذيع بجمهوره ووسائل الإعلام، لكونهم

Remy rieffel. Op cit, Loc. Cit¹

قادرين على توجيه النقاش الشعبي حول قضايا معينة وكذا اهتمامات الجمهور في الحياة السياسية¹.

وقد قام "ديمركاي Demercay Chalvon" و"باسكي Dominique Pasquier" بانجاز دراسة كاملة حول مجتمع المنشطين في التلفزة الفرنسية سنة 1985م²، تم إحصاء 144 منشطا، وبهذه العملية الإحصائية تبين للباحثين أن هناك انخفاض لعدد المنشطين التلفزيونيين في فرنسا منذ 20 سنة، إذ تم إحصاء 121 منشطا سنة 1965.

تبين أنه أغلبية المنشطين في التلفزة الفرنسية هم من فئة الرجال، الذين تبلغ أعمارهم أكثر من أربعين سنة وينحدرون من الضواحي، وقد ظهر أن التنشيط التلفزيوني هو مهنة الذكور، فالنساء يمثلن ربع مجتمع المنشطين سنة 1985، وأن النساء المنشطات ينحدرن أكثر من أوساط متواضعة، ولهن شهادات أقل من الزملاء الذكور.

ومن خلال مقارنة أجراها الباحث للأصل الاجتماعي والمستوى التعليمي للمنشطين، يظهر أن الفارق بين الأصول الاجتماعية هو قليل الأهمية (فالصحفيون أكثر بقليل من المنشطين من حيث انتمائهم للفئات الاجتماعية العليا)، وأن الصحفيين أكثر عدد ثلاث مرات من المنشطين من حيث حصولهم على شهادة التعليم العالي.

وفي الأخير يمكن أن نخرج بمجموعة من النتائج العامة الخاصة بدراسات المرسل، يلخصها عزى عبد الرحمن فيما يلي³:

¹ Idem. Loc. Cit

² جوديت لازار. مرجع سبق ذكره، ص 135.

³ عزى عبد الرحمن. علم الاجتماع الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 39-40.

- إن المرسل (الصحفي) يمثل حلقة في شبكة مؤسساتية من الأدوار والمهام وأن مكانته الامتيازية تكمن في أنه يحتل الحلقة الأخيرة قبل تسويق البضاعة الإعلامية إلى الجمهور الواسع.
- أن دور المرسل يختلف من مجتمع إلى آخر، ففي النظرة الأنجلوساكسونية مثلا يتمثل هذا الدور أساسا في الإعلام والتركيز على الحدث ذاته، وفي النظرة الأوروبية، يتمحور في الإعلام والتحليل (أي التعليق على الأحداث)، وفي نظرة البلدان المسماة بالنامية يتعلق الأمر بالمشاريع التنموية وفي النظرة ذات الطبيعة الإسلامية تخص الدعوة وتمكين الرسالة والقيم في الواقع، الخ.
- أن هناك عادة صراعا بين القيم الذاتية والاجتماعية التي يحملها الصحفي وقيم المؤسسة الإعلامية وكثيرا ما يضحي المرسل بالأولى من أجل المحافظة على المهنة.
- أن المرسلين يتباينون في نظرتهم للمهنة الصحفية وفق متغير الخبرة أو مدة ممارسة العمل الصحفي، وفي دراستنا، اتضح أن المحررين ذوي الخبرة، مقارنة بالجدد، أكثر ميلا إلى نقد السياسة الإخبارية في مؤسساتهم، وكلما كانت خبرة المرسل أكثر، ازداد نقده للمؤسسة الإعلامية.
- أن المرسل عادة ما يكون شابا ذا شهادة جامعية ومن وسط اجتماعي متواضع، ويعاني من مشاكل اجتماعية. وسياسيا تتباين التوجهات وفق طبيعة هذا المجتمع أو ذلك. ففي أميركا مثلا، فإن المرسل عادة ما يكون لبراليا (في حين تكون المؤسسة الإعلامية في الغالب محافظة). وفي بلدان أخرى تكون المؤسسة الإعلامية وخاصة الوسائل السمعية البصرية عمومية، ومن ثم فإن تعدد الانتماءات محدودة في حين تسمح الوسائل

الإعلامية المكتوبة ببعض التعدد مع تباين التطور السياسي من مجتمع لآخر.

- أن المرسل يواجه ضغوطاً من أطراف عدة منها السلطة، مصادر الخبر، الجمهور، الخ. ويتوقف التعامل مع هذه الأخيرة على ثقافة المرسل وشخصيته.
- أن الجو السائد في أوساط المرسلين يسوده عدم الرضا على الرغم من العلاقات التضامنية التي تنشأ عادة في وسط مهني غير مستقر وكثير المتطلبات.
- أن التعويض النفسي والاجتماعي الذي يتلقاه المرسل يتأتى أيضاً من رضا الجمهور ومسؤوليه على الإنتاج الذي يقدمه إلى الجمهور الواسع.
- أن المرأة تمثل نسبة معتبرة من المرسلين الصحفيين.

الفصل الثالث: التوجيه الاجتماعي والمهني للأخبار والعوامل المؤثرة

1. تأثير العنصر البشري على توجيه الأخبار.
2. سياسة المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة.
3. تأثير المصادر الصحفية.
4. طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة.
5. الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.

إن الحديث عن الموضوعية الكاملة في العمل الصحفي أمر مبالغ فيه وغير وارد، وأن التزام الصحفي بقضايا التنمية والتحرر في مجتمعه هو المعنى المرادف أو الذي ينبغي أن نفهم في إطاره الموضوعية في الممارسة الصحفية، لكن الحديث عن الالتزام بهذه الصورة، لم يحل المشكلة ولا يخرج في التحليل النهائي عن المثالية، إذ كيف نتحدث عن الالتزام دون أن نوضح حدود ومعايير هذا الالتزام ؟ وما هي القضايا التي يلتزم بها الصحفي والأخرى التي لا يلتزم بها ؟ وإذا قلنا هنا المعيار هو صالح المجتمع، فأأي مجتمع ؟ مجتمع طبقة محددة ؟ أو مصلحة حزب معين أو طبقة حاكمة ؟ ثم من هو الذي يحدد تلك المصلحة ؟ وكيف تحدد مصلحة عامة وسط تضارب مصالح الجماعات الاجتماعية التي يضمها المجتمع الواحد؟.

وأمام هذا الطرح يجد الصحفي والطاخم التحريري عامة في المؤسسة الصحفية نفسه أمام سيل من التساؤلات والإجابات المرتبطة بالمفيد وغير المفيد، الصالح وغير الصالح من الأخبار للمجتمع، وعلى ضوء ذلك يحسم الأمر وفقا للقناعات الذاتية للعاملين بالمؤسسة الإعلامية، ومدى فهمهم للواقع الحضاري والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمون إليه¹. وواضح أن هذه القناعة وهذا الفهم لا يتأتى من فراغ، وإنما هو وليد سياق اجتماعي وثقافي ومؤسسي معين يحدد رؤى العاملين بكل مؤسسة إعلامية، ويوجه عملية انتقاء ونشر الأخبار، بحيث تأتي في النهاية تعبيراً عن هذا السياق وإفرازاً له.

وقد ظهرت عدة محاولات سعت للتعرف على المؤثرات التي تحدد نشاط الصحفي في انتقاء وعرض الأخبار، وانطلقت جميعها من فكرة "حارس البوابة" Gate Keeper وهو المصطلح الذي استحدثه لوين عام 1947م، حينما لاحظ أن الأخبار وهي في طريقها إلى النشر تمر عبر قنوات خاصة، وأن هناك مواقع معينة داخل هذه

¹ سامي ذبيان. الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة، بيروت، 1979، ص 13.

القنوات، يعمل القائمون بها كحراس يتولون فحص المادة الإخبارية، ثم يقرر "حارس البوابة" في النهاية الموضوعات التي تنشر مباشرة أو التي ينبغي إعادة صياغتها بصورة معينة أو تلك التي ينبغي إهمالها تماما.

ويرى العديد من الباحثين محدودية الأفق التصوري لهذه المحاولات، وتركز اهتمامها في شخص "حارس البوابة" حيث عادة ما تدور التساؤلات: كيف يتخذ هذا الصحفي القرار؟ كيف يقيم هذا الاختيار؟ كيف يقدر أهمية القصة؟ كيف يتم تحويل القصص وتكييفها، وما هي الضغوط التي يتعرض لها داخل قاعة التحرير؟¹، دون طرح القضية في سياق أكبر يراعى فيه تعدد شخوص حراس البوابات في المؤسسة الإعلامية، والطريقة التي يتم بها أصلا تشكيل الأخبار وتدفقها للوسيلة الإعلامية، والضغوط المؤسسية والمجتمعية التي يعمل عادة في إطارها حراس البوابات، وبالذات فيما يتعلق بعلاقاتهم بالقوى المسيطرة خارج المؤسسة، أو المصادر التي يعتمدون عليها في إمدادهم بالمعلومات².

في هذا الفصل، نناقش مختلف العوامل التي تعيق العرض المتوازن للأخبار عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، وتوجه اختيارات الصحفيين بكل وسيلة، كمعالجة أخبار معينة وإهمال أخرى، وتعدد هذه العوامل، وتتراوح بين العوامل الذاتية والشخصية للصحافيين والضغوط المؤسسية والمجتمعية التي يعملون في إطارها، باختصار سيتناول الفصل مناقشة دور العوامل التالية في نشر الأخبار (الكادر البشري) (القائم بالاتصال)، سياسة المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة، تأثير المصادر الصحفية،

¹ أنظر: Gene Gilmore & Robert Roat. Modern Newspaper Editing, Boyd and Fraser Publishing Company, San Francisco, 1976.

² Denis McQuail. Towards A sociology of Mass Communication, Collier Macmillan, London, 1980, p64.

طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة، الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع).

1. تأثير العنصر البشري على توجيه الأخبار:

يقصد بالكادر البشري هنا، جماعة الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية، ومن المؤكد أن شخصية هؤلاء الأفراد وخلفيتهم الاجتماعية، وكذا كفاءتهم المهنية، تقوم بدور يصعب تجاهله في عملية توجيه ونشر الأخبار.

بل أن كافة المصادر الأخرى التي تؤثر في هذه العملية، تمارس تأثيرها من خلال هذا الطرف الذي يتولى مهام تحريك العملية برمتها من جمع الأخبار وصياغتها إلى تقديمها ونشرها، وعلى ضوء ثقافة وفهم هؤلاء المحررين وكفاءتهم في ممارسة هذه العمليات يتحدد مصير جانب غير قليل من القصص الإخبارية.

ففي دراسة أجراها "وايت" "White" على سبيل المثال حول كيفية تحرير الأخبار التي ترسلها وكالات الأنباء لإحدى الصحف الأمريكية الصباحية، وجد أن (عشر) اختيارات المحررين لهذه الأخبار يعتمد على الاحتكام إلى القيم الموضوعية العليا التي ترتبط بخبراتهم الخاصة واتجاهاتهم وميولهم الاجتماعية¹.

كما أوضح "ماكويل" McQuail أن أحد أساليب تغلب الصحفيين على عدم وجود معلومات كافية لديهم عن الجمهور الذي يكتبون إليه هو اللجوء إلى التخيل في إطار يشبه الوسط الاجتماعي الذي ينتمي إليه الصحفي، وبالتالي فإن المضمون الذي سيسعى إلى طرحه سوف يتحدد إلى حد كبير على ضوء هذا الإطار².

¹ D, White, The gate keeper : A Cass study in The selection of News, Journalism Quarterly, 1950, p 90.

² Denis McQuail, Op. Cit, p65.

ويتضح تأثير الكفاءة المهنية وثقافة المحررين في توجيه عملية نشر وإذاعة الأخبار بصورة أكبر، إذا تتبعنا عمليات التقييم العديدة والمستمرة التي يتعرض لها الخبر في مساره حتى النشر أو بعد النشر، فالصحفي الذي يجلب الخبر أو يتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بأول عملية تقييم يتعرض لها الخبر.

ومع أول عملية تقييم ميدانية يقوم بها الصحفي أثناء جلب الخبر يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث عن المزيد من التفاصيل أو يهملها، وعندما يقوم الصحفي بصياغة وقائع الخبر، فإنه قد يهمل أحدها في حين يهتم بالآخرى، وقد يبرز عناصر معينة ويضعها في صدر الخبر ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر.

وعندما تتراكم أخبار كثيرة أمام رئيس قسم الأخبار، فإن عملية التقييم تبدأ من جديد، وقد تنتهي إلى استبعاد أخبار كثيرة وتقديم أخبار بذاتها على أخبار أخرى، ثم يعاد تقديم كل خبر على حدة، وتكرر عملية التقييم من جديد عندما يعاد صياغة تلك الأخبار، فقد يبدأ المحرر أو المراجع للخبر بالفقرة التي وصفها في نهاية خبره أو العكس، وعندما يتم وضع مقدمة الخبر أو العنوان، فإن ذلك يعني أيضا عملية تقييم، ويقوم رئيس التحرير أو نائبه بعملية تقييم للأخبار، بعد أن يتم إعدادها للإيداع أو النشر، فيختار منها ما يضعها في المقدمة ويحدد ما يضعه في الوسط وفي الختام، بينما نجده يستبعد أجزاء أخرى من الأخبار.

وقد أوضح "جليمور" و "روت" في دراستهما للعوامل التي تتداخل في تقييم وعرض المحرر للأخبار، أن الحدث قد يحرف أو يوجه جراء ثلاثة أنواع شائعة من الضغوط، وهي الضغوط الاقتصادية، وضغط التقاليد، والعامل الشخصي¹. وتأتي الضغوط

¹ أنظر: Gene Gilmore & Robert Roat. Modern Newspaper Editing, Boyd and Fraser Publishing Company, San Francisco, 1976, P 120-125

الاقتصادية تحت تأثير الحاجة إلى الكسب المادي والرغبة في التعايش، التي توجد في ذهن المحررين، وتحت ضغط هذه الحاجة قد يبيع الصحفي ضعيف الشخصية ولاءه لصاحب المال أو الحاكم، أو المنحرف، مقابل الحصول على عائد نقدي أو على خدمة مجانية، أو حتى الحفاظ على وظيفته..الخ. وفي هذا الإطار يقوم الصحفي بطلب مباشر أو حتى طوعية بفتح المجال أو إغلاق الباب في وجه مضامين معينة.

في المقابل وفي بعض الأحيان فإن الحاجة مثلا إلى بيع الصحيفة، ورفع معدلات توزيعها سواء للحصول على النقود من خلال التوزيع والإعلان أو المنافسة في السوق ولحداث تأثير اجتماعي، تفرض على المحرر نشر ما يتصور أنه يحظى باهتمام وإقبال الجمهور، وفي هذا الإطار قد يتم التركيز على مضامين خبرية معينة كالرياضة، والجرائم والجنس والقصص الإنسانية...الخ، وإهمال المضامين الأخرى الأكثر جدية كالمضامين الثقافية والتعليمية وهكذا.

ويتمثل ضغط التقاليد فيما درجت عليه المؤسسة الصحفية في تغطيتها الخبرية للأحداث، فبعض المؤسسات الصحفية تميل إلى الأخبار الرسمية، وتلتزم بالمحافظة والالتزان في عرض الأخبار، والبعض الآخر، قد يميل إلى الموضوعات الشعبية وخفيفة الظل، ويفضل الإبراز والإثارة في العرض، وقد تميل صحف أخرى إلى مضامين تستهدف مساعدة القارئ على تدبير شؤون حياته اليومية، وعلى ضوء هذه التقاليد يتم الاهتمام بتقديم تغطية مكثفة لأنواع معينة من الأخبار بصرف النظر عن القيم الإخبارية لها، أو درجة أهميتها أو تفاهتها.

والمحرر هنا يعمل بوعي أو بدونه تحت إلحاح مقولة أن هذا هو المعتاد أن نفعله، كذلك فإن أسلوب المعالجة والتقييم الإخباري للمحرر والجهاز التحريري عامة

بالمؤسسة الصحفية يتأثر إلى حد كبير بالمواسم والأعياد الدينية والسياسية في المجتمع، فالعديد من المناسبات وجه لها الصحفيون لتغطيتها.

أما الضغط الشخصي الذي يتعرض له المحرر في معالجته للأحداث فيتمثل في تأثره عادة برؤساء العمل أو زملاء المهنة، فعندما يبدي رئيس القسم أو رئيس التحرير مثلاً رأياً فيما ينبغي أن يكون وما لا ينبغي أن يكون، سرعان ما يبادر بعض المحررين إلى تحويل هذا الرأي إلى مبدأ، وعندما يشعر هؤلاء المحررون أن هذا الرئيس أو ذاك المدير له خصومه السياسيون، فإن البوابات سرعان ما تغلق أمام أخبارهم الطيبة وتفتح لما دون ذلك.

وفي دراسة أجراها أحد الباحثين على المحررين بالصحف اليومية المصرية، تبين أن التوجه الأساسي لهؤلاء الأفراد عند تحرير وصياغة المواد الصحفية المختلفة، يتجه ناحية رؤساء العمل أو زملاء المهنة في الجرائد المنافسة أو المسؤولين في الأجهزة التنفيذية، الذين يعتبرون عند عدد كبير من الصحفيين، الجمهور الأساسي، ويحرصون دائماً على الرجوع إليهم لمعرفة انطباعاتهم وآرائهم فيما نشر من مضامين مختلفة، فالمهم هنا ليس احتياجات أو صالح الجمهور، وإنما النشر بالطريقة التي ترضي الرؤساء، وتتفرد عن الزملاء، وتلمعه بينهم، وتحقق الرضا عن النفس بالنجاح، وهي كلها أمور تؤثر على المعالجة المتزنة للأحداث، وتدفع بها في اتجاهات معينة¹.

ومن الواضح أن الضغوط السابقة تتفاوت حدتها وترتيب أولوياتها من مجتمع إلى آخر، ومن مؤسسة إلى أخرى داخل المجتمع الواحد، بيد أن اللافت للنظر هنا أن بعضها له طابع أخلاقي يتصل بشخصية الصحفي والبعض الآخر له طابع مهني

¹ عبد الفتاح عبد النبي. دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987، ص 387.

مرتبط بتكوين الصحفي واستعداده المهني، وبالتالي فيمكن للصحفي مقاومة هذه الضغوط أو على الأقل تفاديها في حال ما تحلى بالصفات التالية:

أ- **الأمانة:** وتعني المحافظة على أسرار الناس وأعراضهم وأموال الدولة، ومصالح الجماهير التي يعبر عنها، وهذه الأمانة واجبة للصحفي في اليد والقلب واللسان، وبدون هذه الأمانة، يمكن أن يرتشي أو ينافق أو يجامل إلى غيرها من الموبقات التي تضر بنزاهته وحياديته، فضلا عن افتقاده لثقة الناس واحترامهم.

ب- **الذكاء:** وهي من الصفات الضرورية، التي تساعد على سرعة الفهم وحسن التصرف وقوة الملاحظة، وهي مؤهلات لتوليد الحاسة الخبرية لدى الصحفي، وهذه الحاسة لا تأتي من فراغ ولكنها تتولد بالتدريب المستمر في ملاحظة الأشياء وأفعال الناس والمخلوقات ملاحظة دقيقة ثم استرجاع الملاحظات كلها في الذاكرة بعد ذلك ومحاولة إصدار أحكام صائبة عليها والقراءة المستمرة، والاستفادة الكاملة من الخبرات الإنسانية، ومعايشة الصحفي المستمرة لقضايا الجماهير، كلها أمور تساهم في تنمية ذكاء الصحفي وتجعله أقدر في التعامل مع المصادر ومحاورتها، وتقادي العقبات التي تقف أمام تأديته لرسالته.

ت- **معايشة الجماهير:** قوة شخصية الصحفي، وقدرته على الاتصال والنجاح في تأدية رسالته باعتدال وواقعية تكمن في معايشته لواقع جماهير بلده على اختلاف مستوياتهم والنزول المستمر إليهم والاحتكاك بهم، لمعرفة دائما ما تعانيه هذه الجماهير وما تطمح إليه، وبالتالي يكون أكثر قدرة على التعبير عن قضاياهم ومشاكلهم وآمالهم الحقيقية نحو حياة أفضل.

ث- **التثقيف المستمر:** الصحفي المثقف والواعي والمؤهل جيدا، لن تقف أمامه أي عقبات أو ضغوط، وسيفرض نفسه وقناعاته، ويكون موضعاً للتقدير والاحترام سواء من جانب المصادر التي يتعامل معها أو من جانب رؤسائه وزملاء المهنة.

والتثقيف المستمر لن يتأتى إلا من خلال توافر حب الاضطلاع والقراءة المستمرة والمتنوعة في المجالات المختلفة التي تعمق من إدراك الصحفي وتدعم قدراته على الفهم وتحليل المشكلات والتعبير عنها بوجهة نظر منطقية وعلمية.

ج- **اللغة:** جانب كبير من ضعف شخصية الصحفي يكمن في افتقاده إلى أداة التعبير والكتابة، وهي اللغة، فإتقان اللغة وإجادة قواعد الصرف والنحو تمكن الصحفي من إجادة التعبير وتحرير مادته الصحفية، كما أنها تمكنه من تحقيق اتصال فعال مع مصادره التي يستقي منها المعلومات، وتحد من تدخلات رؤسائه في صياغته للمضامين الصحفية، وبالإضافة إلى أهمية إتقان الصحفي للغة بلده، فإن عليه إتقان لغة أجنبية أخرى على الأقل، فقد تتطلب ظروف عمله الاتصال بمصادر أجنبية أو الاحتكاك بها، ومن لم يكن على دراية بإحدى اللغات الأجنبية فسيواجه مشكلات كبيرة تعيقه أثناء تأدية عمله.

ح- **القدرة على التكيف:** وهي من أهم صفات الصحفي، فرجل الإعلام لديه القدرة على التكيف مع المصادر المختلفة والمتعددة الأشكال والأمزجة والظروف المتغيرة الصعبة منها والسهلة، فقد يقابل مصادر عصبية، أو قد تفرض عليه الظروف معاشية فئات استثنائية وغريبة، وما لم يكن الصحفي قادر على التكيف مع هذه الظروف، فإنه سيستسلم لها ويفشل في عمله.

ومن المؤكد أن توافر مثل هذه الصفات لدى الصحفي، وإجادة تدريبه، وإلمامه بفنون علم التحرير الإعلامي والاتصال بال جماهير، ينمي لديه الحاسة الخبرية، وبالتالي تتزايد قدراته الذاتية على تحديد أهمية الخبر، واكتشافه، والربط بين الأحداث المختلفة، وبالتالي إصدار الأحكام الصائبة في تقييم وعرض الأخبار، مهما يكن حجم الضغوط التي يتعرض لها.

2. سياسة تحرير المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة:

أوضحنا في معرض حديثنا عن الضغوط التي يتعرض لها الصحفي في انتقاء وعرض الأحداث المختلفة، أن التقاليد المتبعة أو ما يعرف بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، تؤثر على الطريقة التي يتبعها الصحفي أثناء معالجته الخبرية للأحداث، وكل وسيلة إعلامية لها سياسة تحريرية، وأسلوب معين في الأداء يميزها عن غيرها، ويقصد بالسياسة التحريرية هنا مجموعة المبادئ والقواعد التي يلتزم بها الجهاز التحريري في نقله للأحداث والوقائع المختلفة وفي التعبير عن وجهات النظر حول القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع، وطريقة عرضها للأحداث على صفحات الجريدة، ومدى ميلها في ذلك إلى الإثارة والمحافظة¹. ويجد الصحفي نفسه مطالبا دائما أثناء ممارسته الصحفية ومعالجته للأحداث بالالتزام بمجموعة من المبادئ والقواعد والتقاليد التي تسيّر عليها الوسيلة الإعلامية ولا تعرض للعقاب المادي أو المعنوي.

في دراسة وارين بريد "Warren Breed" التي استهدفت الكشف عن الطريقة التي يدرك بها الكتاب والمحرون سياسة تحرير الجريدة التي يعملون فيها ويقومون بتنفيذها، على الرغم من عدم وجود توجيهات صريحة أو تعليمات مباشرة وأدوات واضحة لفرض هذه التعليمات، أوضح "بريد" قائلا:

"إن عضو هيئة التحرير، ينبغي أن يُنظر إليه من خلال مكانته وتطلعاته، ووضع المؤسسة الصحفية في المجتمع الأكبر الذي يعمل فيه، وأن مالك الصحيفة ينفذ سياسته عن طريق أقلية المحررين الجدد على معايير هذه السياسة واتجاهات رؤساء التحرير وإذا ظهر انحراف فيما بعد عن هذه السياسة من جانب، أي من هؤلاء المحررين تتم معالجتهم عن طريق مجموعة من الأساليب منها: استخدام السلطة في توقيع العقوبات وإثارة

¹ توماس بييري. الصحافة اليوم، ترجمة مروان الجابري، دار بدران للطباعة والنشر، بيروت، د.ت، ص 258.

الشعور بالالتزام واحترام الرؤساء، والاستفادة من رغبة الصحفيين في تحقيق النجاح في عملهم، ووضع الحد أمام أي جماعة أخرى مستعدة لدعم الانحراف عن سياسة الجريدة، وتقديم الإغراءات والمكافآت لضمان الانطواء داخل الجماعة، وأخيرا جعل معالجة الأخبار والمضامين الصحفية وفقا لسياسة المؤسسة الإعلامية قيمة في حد ذاتها يحرص عليها كافة العاملين، ونتيجة لذلك، فإن المحرر الجديد يخضع لمعايير سياسة المؤسسة أكثر من أي معتقدات أو مبادئ شخصية قد يحملها معه عند بدء عمله بالوسيلة الإعلامية¹.

وفي كثير من الأحيان لا يكون التقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي، وإنما تعتبر آراء صاحب العمل هي المؤشر الأساسي، فالمحررون يشعرون بأنهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، وتملك كل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة، وقد تظهر هذه السياسة في تحريف بعض الموضوعات الإخبارية، أو في إهمالها لقصاص إخبارية معينة. ويتعلم الصحفيون عادة عند بدايات عملهم بالمؤسسة الإعلامية السياسة التحريرية عبر مجموعة من الوسائل تجعلهم يستوعبونها تدريجيا وبدون تعليمات مباشرة، ويمكن إيجاز هذه الأساليب فيما يلي:

- يقوم الصحفي يوميا بقراءة جريدته أو مشاهدة قنواته التلفزيونية أو الاستماع للإذاعة التي يعمل بها وهي من أسهل الوسائل للتعرف على خصائص الوسيلة الإعلامية واكتشاف سياستها التحريرية.
- يتعرف الصحفي الجديد على السياسة التحريرية من خلال الأحاديث التي تدور بينه وبين زملائه الصحفيين، أو التي تدور بين الزملاء في أروقة المؤسسة.

¹ Warren Breed, Social Control in The Newsroom, Social Farces,33, 1995, p35.

■ يحتك الصحفي الجديد مع العاملين لفترة طويلة بالمؤسسة ومن خلال ملاحظاتهم ونصائحهم اليومية يستوعب مع مرور الوقت السياسة التحريرية.

وهكذا فإن المحرر أو المخبر، يتمكن بعد مرور وقت قصير من العمل في المؤسسة الإعلامية أن يفهم ويستوعب طابع سياستها التحريرية، وبالممارسة والتجريب يكتشف نوعية المعالجات الصحفية الأكثر رواجاً بها، حتى تصبح سياسة المؤسسة قيمة إخبارية لدى الصحفي يلتزم بها بوعي وبدون وعي في انتقاء وعرض الأخبار وتوجيهها وجهة معينة.

ولا يحتاج الأمر بعد ذلك إلى رقابة مباشرة أو تسليط عقوبات، كما أشار "بريد" من قبل، حيث يجري العمل بصورة سلسة وتلقائية، فسياسة رئيس التحرير أو مدير الأخبار المسؤول الأول بكل مؤسسة، تصبح واضحة للجميع، ويصبح الصحفي يعالج المواضيع التي تلقى قبولا من قبل رؤساء التحرير.

ويرى العديد من الباحثين أن هناك مجموعة من الأسباب تجعل العاملين بالمؤسسة الإعلامية يخضعون لسياستها من بينها:

■ يتوقع مالك القناة من وجهة النظر التجارية البحتة - أن يطيعه من يعملون عنده، فمالك القناة له سلطة عقاب الصحفي أو فصله، وذلك بتقليص سلطاته أو تعديل منصبه عن طريق تكليفه بمهام أقل من مستواه، فالخوف من العقاب وليس توقيعه هو الذي يسبب الخضوع.

■ شعور الصحفي بالالتزام نحو الوسيلة الإعلامية لأنها هي التي وفرت له عملاً، وقد يشعر بالاحترام والعرفان لبعض المحررين لتعليمهم إياه.

■ تطلعات الصحفيين، حيث يعتبر الصحفيون عملهم الصحفي مجرد جسر يؤدي بهم إلى أعمال أخرى يحققون منها أرباحاً أكثر في مجالات أخرى مثل العلاقات

العامة أو الإعلان أو العمل كنفاد مستقلين يرسلون إنتاجهم إلى العديد من الصحف.

- عدم وجود تكتل لمعارضة السياسة التحريرية السائدة في الوسيلة الإعلامية.
- طبيعة العمل الإعلامي الذي يتسم بالود والتعاون وتبادل المناقشات والأفكار.
- التركيز على الأخبار كقيمة أساسية، فبدلاً من أن يسعى الصحفيون لتحقيق الحياد بالنسبة للسياسة الإعلامية كمقياس لحسن الأداء، فإنهم يبذلون جهودهم للحصول على مزيد من الأخبار، ويعمل التنافس الصحفي والرغبة في تحقيق سبق على التركيز على جمع الأخبار¹.

وفي العادة، يتم تقرير سياسة المؤسسة عند تأسيسها، ثم يتم الحفاظ على هذه السياسة أو تغييرها بمرور السنون، نتيجة لتغير الظروف الاجتماعية والحياة السياسية التي تعد المؤسسة الإعلامية جزءاً منها، أو من خلال الاجتماعات اليومية التي يعقدها الجهاز التحريري مع رئيس التحرير، والتي يتم فيها مناقشة خطة المؤسسة في تغطية الأحداث المختلفة والموقف الملائم الذي يجب أن تتخذه المؤسسة وتعتبر عنه حيال القضايا المطروحة على الساحة، ووسائل معالجة أوجه النقص التي ظهرت في النشرات أو المواد الإعلامية السابقة، ثم يتولى رؤساء الأقسام بعد ذلك توجيه محرريهم على ضوء مقررات هذه الاجتماعات.

تخضع صياغة السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية إلى مؤثرات عدة من المفيد تناولها بشيء من التفاصيل لما لها علاقة مباشرة بقضية صناعة وتوجيه الأخبار:

- **التمويل والأحوال المالية:** فالمؤسسة الإعلامية شأنها شأن كل مشروع تجاري إما أن تخسر أو تريح أو تتسحب من الميدان، وهي دائماً في حاجة إلى التمويل

¹ جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظرية الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 333-340.

للإنفاق على عملياتها، وسواء كان الممول حكومة أو حزباً أو أياً كان فإن السياسة التحريرية للمؤسسة يتم تطويعها لخدمة أهداف ومصالح واهتمامات هذا الممول.

- **مسؤوليات المؤسسة الإعلامية اتجاه المجتمع والأفراد والنظام السياسي:** تتباين المؤسسة الإعلامية عن غيرها في مفهومها لما يجب أن ينشر وللکیفیه التي ينشر بها وذلك وفق مفهومها لتلك المسؤوليات، فإنها تكون مؤثراً رئيساً من المؤثرات التي تحدد سياسة تحريرها، إذ على ضوءها تحدد المؤسسة ممثلة في شخص رئيس التحرير، الصالح وغير الصالح، المفيد وغير المفيد، الذي يدعم وحدة المجتمع وتماسك الأفراد أو يؤدي إلى تفكك المجتمع وتهديد أمنه واستقراره. فعندما يخلى لمؤسسة أن لها ما يبرر انتقادها للنظام السياسي والحكومة، فإن مؤسسة أخرى، قد تعترض على نشر خبر لأنه في رأي رئيس تحريرها يمس هبة وأمن الدولة، أو يضر بالنظام السياسي القائم، ويقدم هنا "توماس هوبكنسون" مثلاً على ذلك فيذكر: "أنه أثناء مقابلته لمساعد رئيس تحرير صحيفة سوفيتية هامة، وهي صحيفة "أزفستيا" سأله عن نوعية التغطية التي قامت بها الصحيفة لرسالة بعث بها الرئيس الأمريكي "كارتر" لشخصية أدبية مشهورة، وقد أجاب أنه لم يكن هناك أي تغطية على الإطلاق، وعندما سأله ألا تكون رسالة موجهة من رئيس الولايات المتحدة لمواطن سوفيتي عال الشأن خبراً، فأجاب أنها ليست حدثاً¹، وهكذا تنتقى الأخبار أو ترفض وتحجب، أو تبرز وفق أحكام الذين يوجهون الصحيفة انطلاقاً مما يتصورونه أن ذلك الأمر يدخل ضمن مسؤوليتهم المهنية اتجاه المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

¹ توماس هوبكنسون. معايير عالمية لوسائل الإعلام، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الغربي والعرب، وزارة الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، 1979، ص 40.

- **المواكبة:** كثيرا ما يتقرر نشر أخبار معينة وتفضيلها على غيرها لا لشيء سوى أن مضمونها يأتي متوافق أو مواكب لأحداث معينة حدثت أو قضية مثارة أو موضوع يشغل اهتمام الرأي العام، أو مناسبة معينة، وعادة ما تصدر التوجيهات من قبل القائمين على شؤون المؤسسة الإعلامية للصحفيين بالاهتمام بهذا الموضوع أو تلك القضية أو تغطية هذه المناسبة...الخ. فإذا كان الموضوع المثار لدى الرأي العام مثلا هو شركات توظيف الأموال، فإن أي أخبار تتعلق بهذا الموضوع بصرف النظر عن قيمها الإخبارية سوف تحظى بالاهتمام، كذلك فإن تقريراً صحفياً يتعلق مثلاً بالأداء العسكري المتميز للقوات المسلحة خلال ثورة أول نوفمبر، سوف يحظى بمساحة زمنية واسعة، ويفضل عن غيره من الموضوعات، لا لشيء سوى لأنه يأتي مواكبا للذكرى الستين لاندلاع الثورة التحريرية، وهكذا.
- **الطابع المميز للمؤسسة الإعلامية:** لكل مؤسسة صحفية طابعها الصحفي المميز في تناول الأحداث والقضايا، هذا الطابع يترسخ في ذهن الجمهور وتسمى المؤسسة دائما إلى المحافظة عليه، فهذه مؤسسة محافظة، وهذه مؤسسة رسمية، وتلك مؤسسة موالية وأخرى معارضة وهكذا. ويتحدد الطابع التحريري للمؤسسة من نوع الأخبار التي تنشرها وطريقتها في عرض هذه الأخبار وطريقة معالجتها للمواضيع ونوع تركيبها، والمهم هنا هو أن رغبة المؤسسة المستمرة في المحافظة على الطابع الصحفي المميز لها لدى الجمهور، يعد مكونا آخر لا يقل أهمية في تشكيل معالم السياسة التحريرية للمؤسسة، وعلى ضوءه يتحدد ما يمرر وما لا يمرر، والطريقة التي يمرر بها.
- **عادة عدم الخروج عن الأغلبية:** من الدروس المكررة في حياتنا العامة هو أنه من الأكثر أمنا أن نتبع ما ذهب إليه الغالبية ولا نتفرد بذاتك، وتبرز هذه الخاصية أثناء إعداد الأخبار، حيث كثيرا ما تأتي تغطية الأخبار على ضوء ما

يغطي من أخبار في وسائل أخرى، وكثيرا ما تصنف الأخبار الصالحة للنشر في المؤسسة على أساس أنه جرى أو يجري تغطيتها إخباريا في وسائل الإعلام الأخرى، ومن النصائح التي توجه عادة إلى الصحفي في بداية يومه أن يطلع على وسائل الإعلام الأخرى لكي يبدأ طرح برنامج عمله اليومي.

• **احتياجات الجمهور:** جانب كبير من سياسة تحرير المؤسسة الإعلامية يتحدد على ضوء ما يتصور أنه يمثل احتياجات الأفراد في المجتمع، وتهتم الصحيفة بتلبية هذه الاهتمامات، باعتبار أن المتلقي هنا هو مستهلك أو المعني بالتأثير، وما لم تلبي الوسيلة الإعلامية هذه الاهتمامات، فإن النتيجة هي انصراف الجمهور عن المؤسسة، وبالتالي انخفاض متابعتها وفقدان الثقة فيها أو في أهميتها في حياتهم، مما يعني انتهاءها صحفيا، ويتم التعرف على احتياجات واهتمامات الجمهور بوسائل عدة من بينها المسوح الميدانية، وتحليل رسائل الجمهور، والنزول المستمر إلى الجماهير في مواقعها المختلفة... الخ. والمهم هنا أن هذه الاهتمامات تؤخذ في الاعتبار بصورة أو بأخرى في تقييم المضامين الإعلامية المختلفة والطريقة التي يتم بها معالجة الأحداث.

• **الضغوط الاجتماعية:** المؤسسة الإعلامية لا تعمل في فراغ وإنما تعمل في إطار مجتمع يتألف من جماعات اجتماعية متباينة في مستوياتها الاقتصادية والثقافية والتعليمية والعمرية، ويفرض هذا التباين تباينا في الاهتمامات والمصالح والأهداف التي تسعى كل جماعة إلى تحقيقها.

هذا الصراع الدائر والمستمر في المجتمع، يشكل ضغطا قويا على المؤسسة عند رسم سياستها التحريرية، إذ تجد نفسها مضطرة عند معالجة القضايا والمشكلات المختلفة وتحديد ما ينشر وما لا ينشر تأخذ موقفا مؤيدا أو معارضا لفئة معينة، من البديهي أن هذا الموقف سيتحدد إلى حد كبير على ضوء ما يتوفر لكل جماعة من

نفوذ سياسي واقتصادي يمكنها دون غيرها من الوصول للوسيلة الإعلامية وتوجيهها بما يخدم مصالحها، يحدث هذا في الأنظمة الرأسمالية من قبل جماعات الضغط المتمثلة في جماعة رجال الأعمال، وأصحاب الشركات والاحتكارات الكبرى والذين يؤلفون طبقة واحدة في النظام الرأسمالي، كما يحدث في الأنظمة الشمولية من خلال الصفوة السياسية التي تتحكم في مقاليد الحكم والإدارة في البلاد.

• **شخصية رؤساء التحرير:** ليست رؤى وأهواء واهتمامات وثقافة رؤساء تحرير الوسائل الإعلامية بذات شأن مستضعف في تقرير سياسة تحرير الوسيلة، ونلمس هذا التأثير بوضوح بمقارنة مدى رواج أو نفوذ المؤسسة في عهد رئيس تحرير معين، والواقع أنه مع قوة الضغوط السابقة المشار إليها آنفاً، إلا أن جانباً كبيراً من الممارسة يعود إلى الأحكام الخاصة والرؤى الذاتية لشخص رئيس التحرير المسئول الأول بكل مؤسسة، فأحكامه تعلو على أحكام مرؤوسيه، وبالتالي لا بد أن تنعكس هذه الأحكام على طبيعة المعالجة الصحفية، فقد يفضل رئيس تحرير الأخبار الجادة والمتزنة أو المحافظة، وقد يفضل آخر الأخبار الشعبية خفيفة الظل، بينما قد يفضل ثالث قصص الرعب والإثارة والفضائح وهكذا، فإن المخبر أو المحرر الذي يجتهد دائماً في إرضاء رئيس التحرير، يسعى إلى الأخبار والمواضيع التي يفضلها رئيسه وتحظى بالقبول لديه.

وكذلك لا يخفى أيضاً الدور المهيمن الذي يؤديه رئيس التحرير في شكل الأخبار والبرامج المختلفة واختيار المواضيع، وبالتالي فإن ما يكره وما يحب سيكون له أثره الكبير في كل وجه من وجوه المحطات الإخبارية المختلفة.

• **المجالات والمواضيع المحظورة:** تضع بعض المؤسسات الإعلامية، ربما بدافع من المسؤولية الاجتماعية أو الحساسية الفائقة أو المحافظة على التقاليد، قائمة بالمجالات التي لا يسمح بالاقتراب منها أو تناولها، ومن ذلك على سبيل المثال،

الأسرار العسكرية والأمنية، والمواضيع المثيرة للفتن الطائفية أو الخارجة عن الدين والتقاليد، كأعمال الشعوذة والإلحاد والدعارة والجنس... الخ.

- **القيود التشريعية والقانونية:** تتأثر سياسة تحرير المؤسسة الإعلامية بما يفرضه المجتمع الذي تعمل في إطاره وتخاطبه من تشريعات وقوانين منظمة، وعلى ضوء هذه التشريعات تتحدد الطريقة التي يتم من خلالها إدارة النشاط الصحفي، فهذا إجراء يعاقب عليه القانون، وذاك قد يجلب المصادرة للوسيلة، وذلك لا تسمح القوانين بنشره في المرحلة الحالية إلى غيرها من القواعد التي يضعها المجتمع لتنظيم ممارسة النشاط الصحفي وتلتزم به المؤسسة الإعلامية في صياغة سياستها التحريرية.

- **النزعة الوطنية:** كل مؤسسة إعلامية تحرص دائما أن توصف بالوطنية، ومن أجل ذلك تتجه للاهتمام بأخبار المناسبات والاحتفالات القومية والدينية كالاحتفالات بذكرى اندلاع الثورة التحريرية، وتولي الرئيس لمقاليده الحكم، ورؤية هلال رمضان. وتتفاوت سياسة تحرير الوسيلة الإعلامية في تأثرها بهذا العامل، فبعضها يسلك مسلك الوقار والالتزان في التعبير عن الولاء الوطني، والبعض الآخر يندفع في هذا التعبير بصورة عارمة، وفي جميع الأحوال، فإن المؤسسة أيا كان مسلكها تمتنع تلقائيا عن نشر أي خبر أو واقعة تفتقر إلى الولاء الوطني والإخلاص له.

- **الخدمات الشخصية أو الجماعية:** كثيرا ما يصير نشر أخبار في وسيلة إعلامية لا لشيء سوى لأن أحد الأفراد عادة ما يكون شخصية معروفة أو صاحب مقام محترم، أو جماعة معينة كالنقابات أو الجمعيات الخيرية والتطوعية، تطلب من المؤسسة مساعدتها في نشر خبر معين، أو إثارة موضوع ما، وتؤدي هنا الصداقات الشخصية والمجاملات الاجتماعية دورها في تحديد درجة قبول

المؤسسة لمثل هذه الأخبار، ويزداد تأثير هذا العامل بالذات في المؤسسات المحلية أو تلك التي تسير على قواعد مؤسسية ثابتة.

- **الحملات الإعلامية:** عندما تقوم المؤسسة الإعلامية القيام بحملة إعلامية معينة في موضوع معين كتعاطي المخدرات أو التدخين، فإن سياستها التحريرية عادة ما تتأثر بذلك إلى حد كبير، حيث يخصص أفضل الأوقات للأخبار المتعلقة بموضوع الحملة، كما يفرد للأخبار المؤيدة أو الموالية للموضوع، في حين تهمل أخباراً أخرى قد تكون ذات قيمة إخبارية لا شيء إلا لأنها لا تفيد موضوع الحملة وهكذا.

وأياً كانت العناصر والمتغيرات التي تتداخل في تشكيل ملامح سياسة تحرير المؤسسة الإعلامية، ودرجة تأثير كل عنصر، من الواضح أن هذه السياسة في مجملها تتداخل في تحديد نوعية الأخبار المنشورة على صفحات الجريدة، وتوجيهها نحو وجهة معينة.

3. تأثير المصادر الصحفية:

يجدر قبل أن نتعرض لكيفية توجيه الأخبار من خلال المصادر الصحفية، أن نتعرض بداية لماهية هذه المصادر وأنواعها فقد تلاحظ وجود تفاوت في رؤى الباحثين عند تناولهم لهذا الموضوع¹، بينما يركز البعض في تحديده للمصادر الصحفية على الأداة التي يتم من خلالها نقل الأخبار للمؤسسة الإعلامية، والحديث هنا عن نوعيات المندوب الصحفي، المراسلين ووكالات الأنباء والإذاعات الخارجية والصحف الأجنبية... الخ كمصادر صحفية، نجد البعض الآخر، يحصر المصادر الصحفية في الأشخاص أو الجهات التي تمد المندوب الصحفي أو الوكالات والمراسلين بالأخبار.

¹ كرم شلبي. الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ط1، المطبعة الفنية، القاهرة، 1984، ص69.

والمصادر الصحفية في الأساس هي الجهات أو الأشخاص الذين ساهموا في إنتاج المادة المقدمة إلى المؤسسة الإعلامية، أو التي انبثقت منهم هذه المادة، وتنقسم هذه المصادر إلى قسمين أساسيين: مصادر حية، ومصادر إلكترونية ومطبوعة، وينقسم كل قسم من هذه المصادر إلى مصادر خارجية وأخرى داخلية وفقاً لتقسيم البعض. والمصادر الحية الخارجية، هي المصادر التي تأتي الأخبار على لسانها وتوجد في أماكن عملها، ويقصدها المخبر الصحفي لاستقاء الأنباء منها، أما المصادر الحية الداخلية، فهم مندوبو المؤسسة ومراسلوها داخل البلاد وخارجها، والمصادر الخارجية والداخلية ينقسم كل منها إلى مصادر دائمة أو ثابتة يتردد عليها المندوب الصحفي، وهم عادة المسئولون في الوزارات والهيئات والأجهزة الحكومية، ومصادر متحركة أو مؤقتة، وهم أفراد الجمهور العادي الذي يستعين بهم الصحفي في تحرير مادته الصحفية ويتغيرون وفقاً لموضوع القضية.

وفي ممارسة العمل الصحفي يوكل لكل صحفي تحرير جزء من مواده الصحفية، وتغطية الأحداث في هذا الجانب، فهناك صحفي مختص في الشؤون السياسية، وآخر في الثقافية والفنية، والرياضية وغيرها من جوانب الحياة المختلفة، ولكل جانب من هذه الجوانب مسئولين عن إدارته، فوزارة الرياضة مثلاً لها وزير مختص ثم الذين ينوبون عنه في التخصص وهم رؤساء الهيئات الرياضية والمؤسسات العامة (الاتحادات الرياضية المختلفة، الرابطات، خلية الاتصال..) هؤلاء جميعاً يشاركون في تسيير دفة الأمور في المجال الرياضي، ويقصدهم المندوب الصحفي باعتبارهم مصادر صحفية ثابتة، يملكون معلومات متجددة عن شؤون وزارة الرياضة، وهكذا الحال في جميع الوزارات والهيئات الحكومية.

أما المصادر الحية الخارجية المؤقتة فهم كل المتعاملين مع وزارة الرياضة، الذين يلجأ إليهم الصحفي عندما يكون بصدد إجراء تحقيق أو ريبورتاج عن موضوع معين، وبالطبع

تتغير هذه المصادر بتغير الموضوع الذي يغطيه الصحفي، ومن هنا جاءت تسميتها بالمصادر المتغيرة أو المؤقتة.

أما المصادر الحية الداخلية أو الخاصة، فهم المندوبون والمراسلون والمحرون الذين يقومون بتغطية المنطقة المختلفة إعلامياً¹. ويتفق تقسيم المندوبين الصحفيين مع التقسيم المختلف للأخبار، ففي الأخبار الداخلية يوجد:

- مندوب المدينة أو الدولة: حيث يوجد بكل وسيلة إعلامية عدد من المندوبين يوزعون على الأماكن المختلفة لتغطية أخبارها مثل: وزارة العمل، الصحة، التعليم... الخ، وهؤلاء معروف برنامجهم اليومي.
- مندوب الأحداث الهامة: وهو المندوب الإخباري المكلف بتغطية الأماكن الإخبارية الحساسة، وهذا يجب أن يكون لديه مهارات وقدرات إخبارية وتجربة متميزة عن المندوب السابق، وبالطبع تختلف الأماكن والجهات التي يتوجه إليها هذا المندوب طبقاً لتطورات الأحداث وسخونتها في النطاق المحلي.
- المندوب الإخباري في الأقاليم: حيث تخصص كل مؤسسة إعلامية مندوب لها أو مراسل يقيم في كل منطقة للحصول على الأنباء وتغطية أهم الأحداث بها، فإذا انتقل أحد الوزراء مثلاً إلى الإقليم لبحث أمور وزارته، فإن مندوب الإقليم يتولى تغطية الحدث، فإذا حدثت اضطرابات أو أزمات في هذا الإقليم وتفاقت الأحداث، فإن المؤسسة لا تكتفي بتغطية مندوب الإقليم لهذه الأحداث، وإنما قد ترسل مندوب الأحداث الهامة إلى هناك، ومندوب الإقليم يمكن أن يكون ثابتاً أو متحرك من إقليم لآخر، ويمكن أن يكون موفداً أو مرسلاً من المؤسسة أو أبناء الإقليم.

¹ توماس بييري. الصحافة اليوم، مرجع سبق ذكره، ص 90.

ووفقا للأخبار الخارجية يوجد:

• المراسل أو المندوب الخارجي: وهو الذي يكلف بتغطية أحداث خارج نطاق البلد الذي تتواجد به المؤسسة، ويستطيع أن يتجول في أكثر من عاصمة لتغطية الأحداث في العواصم المختلفة وهو ما يطلق عليه اسم المراسل المتجول وعليه فهناك نوعين من المراسلين الخارجيين:

- أ. المراسل الخارجي الثابت: حيث تحرص كل وسيلة إعلامية أن يكون لها مراسل ثابت في العواصم الهامة المليئة بالأحداث المستمرة، مثل باريس ونيويورك وموسكو وغيرها من العواصم التي تعتبر مركزا للأحداث العالمية.
- ب. المراسل المتجول: وهو الذي ينتقل من مكان لآخر وفقا لتطورات الأحداث ومدى أهميتها.

وفضلا عن المصادر الحية الخارجية أو الداخلية هذه، فإن المؤسسة الصحفية تعتمد على المصادر الإلكترونية والمطبوعة في إمدادها بالمعلومات، وفي مقدمة هذه المصادر وكالات الأنباء العالمية والإذاعات والصحف الأجنبية، وهذه يطلق عليها مصادر إلكترونية ومطبوعة خارجية، كما يوجد بكل مؤسسة قسم الاستماع والمشاهدة لالتقاط الإذاعات والقنوات التلفزيونية العالمية.

ويبدو واضحا من هذا العرض، أن إنتاج الأخبار الصحفية يأتي من مصدرين أساسيين: الأول: الصحفيون أنفسهم بمستوياتهم المختلفة، الذين يلاحظون أو يشاركون في صنع الخبر ويتولون رواية الأحداث أو انتقائها، وقد أشرنا من قبل إلى أثر شخصية هؤلاء الأفراد وتكوينهم المهني وخلفيتهم الاجتماعية والثقافية في توجيه هذه العملية.

أما المصدر الثاني: وهو الذي يعنينا هنا فهو الجهة أو الشخص الذي يقصده المندوب أو المراسل الصحفي للحصول على المعلومات وتأتي على لسانه المادة الخبرية، وهذا

المصدر له تأثيرات بالغة في توجيه عملية انتقاء الأخبار ونشرها من خلال الجوانب التالية:

1.3 مركزية المصادر ومحدوديتها:

فجانب كبير من توجيه الأخبار يأتي من خلال التركيز على مصادر بعينها وانحصار هذه المصادر في نطاق دائرة ضيقة من صانعي القرار، وأول مهمة يقوم بها الصحفي، عندما يتولى ممارسة مهامه ومسؤولياته الصحفية في مجال معين، هو القيام بعملية تكوين مصادره الخاصة في هذا المجال، فيدون أسماء وعناوين هذه المصادر، ويسعى لإيجاد صداقات مباشرة معها، هذا التكوين يستغرق جهدا ووقتا كبيرا من الصحفي، كما يحكمه اعتبارات عديدة منها، توجهات هذه المصادر ومواقفها الفكرية والإيديولوجية، ومدى توافق ذلك مع سياسة المؤسسة التي يعمل بها الصحفي، وكذا مراكزها الوظيفية، وإمكانية الوصول إليها وقدرتها على الاتصال وإعطاء المعلومات... الخ. وعند القيام بتغطية أخبار هذه الجهة أو أي موضوع ما، فإنه لا يتجه سوى لهذه المصادر لكي يحصل منها على المعلومات، وهكذا يظهر في كل مجال شخوص معينة تسود وجهات نظرها وآرائها دون غيرهم من الخبراء والمتخصصين العاملين في نفس المجال الذين قد يكون لديهم آراء أو وجهات نظر مخالفة، هذا التمحور حول أشخاص معينين كمصادر للمعلومات يعد ضربا من ضروب توجيه المعلومات بالطبع بما يتفق وسياسة تحرير المؤسسة.

ولما كان غالبية هؤلاء الأفراد (المصادر) من ذوي النفوذ والمناصب الإدارية العليا في الدولة، فإنهم عادة ما يقدمون مضامين أكثر التزاما بوجهة النظر الرسمية وأيديولوجية الدولة باعتبارهم أعضاء من جهازها، والمشكل هنا أن هؤلاء الأفراد حفاظا على مراكزهم ومناصبهم الخاصة وتبريرا لشرعية وجودهم في هذه المناصب، فإنهم يحرصون على إعطاء صورة براقة ومواتية دائما في لغة عامة غير محددة المعنى تتحدث عن إنجازات

ونجاحات، دون أن يكون لها أثرا ملموسا على أرض الواقع، والنتيجة ليس فقط توجيه المعلومات في اتجاهات معينة ولكن - وهذا هو الأخطر لعلاقته بالتأثير والمصدقية - روتينية المعلومات ورتابتها وإعاقة سريان الأخبار، أو توليد أفكار جديدة.

وإذا كانت مركزية المصادر على المستوى المحلي تلعب هذا الدور في توجيه الأخبار وتحديد المعلومات، فإن نفس الشيء يحدث على المستوى الخارجي، حيث تتركز مصادر المعلومات حول الأنباء العالمية في وكالات الأنباء الدولية الكبرى، والتي تتولى إمداد المؤسسات الصحفية بالأنباء التي تحصل عليها عن طريق مكاتبها ومراسليها في مختلف عواصم ومراكز العالم، وفي إطار غياب مصادر بديلة أمام هذه المؤسسات وبالذات في مجتمعات العالم الثالث¹، فإن الوكالات الكبرى: الأسوشيتد برس، واليونايتد برس الأمريكيتين، ورويترز البريطانية، وتاس السوفييتية، ووكالة الأنباء الفرنسية، تصبح هي المسيطر الفعلي على مجريات العملية الإخبارية في العالم، ويذكر أحد الباحثين أنه لو نفترض أن حدثا دوليا، لم تقم الوكالات العالمية المشار إليها بتغطيته وتوزيعه، فإنه لن يكون أمام هذا الحدث فرصة للظهور على صفحات الجرائد أو على أثر الراديو أو شاشات التلفزيون، ولن يكون بإمكان الصحافة وبالذات في دول العالم الثالث تغطيته بقدراتها الذاتية ومواردها المالية إلا في الحالات النادرة جدا².

والمهم هنا، ليس في الاعتماد الكامل لوسائل الإعلام في مجتمعات العالم الثالث على وكالات الأنباء الدولية في الحصول على الأنباء الخارجية فقط، ولكن في تكوين وتوجيه القصص الإخبارية التي تقدمها أحيانا هذه الوكالات لخدمة أغراض سياسية معينة، حيث يخضع نوع التغطية الإخبارية التي يقوم بها مراسلو وكالات الأنباء العالمية لسياسات

¹ عبد الرحمان عواطف. قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة، الكويت، جوان 1984، ص 83.

² محمد أنيس المحيشي. الصحافة ووكالات الأنباء، مجلة الدراسات الإعلامية، مارس 1988، ص 30.

مدروسة وتعليمات لا يمكن أن يحيد عنها المراسل في تحديد الأوليات سواء في اختيار الأحداث أو تحريرها أو نشرها.

هذا التكوين أو التوجيه الذي تتعرض له الأخبار من جانب وكالات الأنباء الدولية، لا ينبغي التقليل من شأنه بحجة أن هذه الأخبار يعاد فحصها من قبل القائمين بالاتصال في المجتمعات المحلية قبل أن تأخذ طريقها إلى النشر، وذلك في إطار روتينية العمل، والسرعة في النشر، وضعف القدرات الفنية للعديد من القائمين بالاتصال في المجتمعات المتخلفة، فضلا عن الخبرة والبراعة في تغليف أخبار هذه الوكالات بثوب الموضوعية والحياد التي يصعب لغير المتخصصين اكتشاف شكليتها وزيفها في أحيان كثيرة.

2.3 احتكار المعلومات في المجتمع:

لا يقتصر توجيه الأخبار على الارتباط بمصادر معينة وإهمال أخرى، ولكن أيضا عن طريق احتكار وتركز المعلومات أساسا ذات المغزى نتيجة لتركز السلطة في المجتمع وتمحورها في يد شخص أو عدة أشخاص وبالذات في الأنظمة الشمولية، ففي هذه الأنظمة، نجد أن شخص رئيس الدولة، وعدد محدود من كبار معاونيه أو مستشاريه هم الذين تتوفر لديهم معلومات أساسية حول جوهر ما يجري من أحداث في المجتمع، في حين أن بقية رؤساء الهيئات وأجهزة الدولة بما فيهم أحيانا رئيس الوزراء والوزراء أنفسهم، قد لا يعلمون شيئا حول حقيقة ما يجري، والنتيجة هي إخفاء أو تشويه المعلومات من خلال إظهار المواتي منها وحجب الأخرى، وصعوبة وصول الصحفي للأخبار ذات المغزى لا لنقص في كفاءته المهنية، ولكن بسبب استحالة اختراق سياج المعلومات الناجم عن تركز السلطة في المجتمع.

3.3 العلاقة بين الصحفي والمصدر:

تشكل العلاقة بين الصحفي والمصدر عاملا آخر من عوامل توجيه الأخبار، فهذه العلاقة تقوم أساسا بين طرفين متناقضين، أحدهما وهو المصدر صاحب القرار أو المعلومة، يريد الاحتفاظ أحيانا بسرية المعلومات أو توصيلها إلى الناس بشكل معين، والطرف الثاني، وهو الصحفي يريد الوصول إلى الحقيقة، وأن ينشرها كما هي، ومع هذا التناقض يجد الصحفي نفسه في وضع محير، فالنصيحة التي يتلقاها عندما يبدأ حياته العملية هي أن يكون على علاقة وثيقة بمصادر أخباره لأن الصحفي ما هو إلا مجموعة مصادر، فإذا فقد مصادره، تجمد مهنيًا، وفي نفس الوقت نجد أن الاقتراب الشديد من المصدر ومحاولة إيجاد علاقة وثيقة للحصول على المعرفة، تجعله يفقد قدرا كبيرا من الحياد المطلوب، والامتثال لأهواء المصدر ومحاولة إيجاد علاقة متوازنة معه صعبة، بسبب التناقض المشار إليه آنفا، وبالتالي فإما علاقة وثيقة وتابعة تمكن المخبر الصحفي من الحصول على المعرفة بالسرعة المطلوبة، ولما علاقة استقلال وعداء مستتر، وفي كلا الحالتين قد يحدث التوجيه وتحريف الأخبار الذي نحن بصدد بحثه.

ففي الحالة الأولى عندما تتوثق العلاقة بين الصحفي ومصدره أكثر من اللازم، وعندما تتحول رغبة الصحفي في الاقتراب من المصدر صاحب القرار والسلطة للحصول على المعلومات، إلى علاقة شخصية يقدم فيها المصدر خدمات معينة للصحفي، ويقدم له الصحفي في مقابل ذلك خدمات أخرى، فإن الصحفي يفقد بذلك حياده المطلوب وبالتالي قد يفقد مصداقيته عند الكتابة أو النقل عن هذا المصدر، نفس الشيء يحدث إذا توترت العلاقة بين الصحفي وبين المصدر، وتحولت إلى عداء مستتر، وهذا يحدث أحيانا، وفي هذه الحالة، إذا استثنيا حرمان الصحفي من الحصول على المعلومة في التوقيت المناسب، فإنه يتعذر على الصحفي أن ينقل بأمانة المعلومات التي يحصل عليها من

مصدره لأنه بشر له ما للبشر من مشاعر وأحاسيس حيث سيميل إلى إبراز كل ما هو سيء، وفاشل في الجهة التي يغطيها على حساب ما يكون قد تم فعلا من إنجازات.

والنقطة المهمة التي ينبغي أن يدركها الصحفي جيدا هنا في إدراكه للفرق بين الخبر والرأي والمقال، فالخبر يتطلب ذكر الحقيقة ولا يتحمل أكثر من هذا، وعلى الصحفي أيا كانت طبيعة علاقته بالمصدر أن يحرص على تقديم الحقيقة بقدر المستطاع للمتلقي، أما الرأي والمقال فإنه شيء آخر تماما أن يعبر عن رأي صاحبه في بعض الأمور المعروفة وغير المعروفة للمتلقي، وله أن يقتنع بهذا الرأي أو يرفضه، وكما أن للصحفي أن يمجّد الشخصية الذي يتحدث عنها كما يحلو له أو يهاجمها وينقد تصرفاتها، ولكن ما يحدث أن بعض الصحفيين يتجاهلون هذه البديهية مثلما يتجاهلون حق المتلقي في معرفة الحقيقة، ويكتبون دائما في اتجاهات معينة.

وهكذا يؤدي توجه الصحفي نحو المصدر دوره في توجيه الأخبار، وقد لفت "باس" Bass في دراسته لتدفق الأخبار الداخلية الانتباه إلى أهمية التمييز عند الحديث عن تأثير هذا التوجه بين مرحلتين¹.

الأولى: تجميع الأخبار، والثانية: معالجة الأخبار، في المرحلة الأولى يكون التوجه الذي يحمله جامع الأخبار نحو المصدر قويا ومؤثرا عند قيامهم بتجميع المادة الإخبارية الخام، في حين أن هذا التأثير يتلاشى لدى معالجي الأخبار من محررين ومصححين ومترجمين، وفي تقدير "باس" فإن النشاط الأكثر أهمية يحدث داخل المؤسسة الإعلامية عندما يعاد فرز وصياغة المادة الخبرية من جديد، وهو تقدير يصعب قبوله ويتطلب المزيد من الدراسة، لأن الفصل بين كلا النشاطين جامع الأخبار ومعالج هذه الأخبار على النحو الذي يصوره "باس" غير محقق في الواقع الفعلي، الذي يكشف دائما عن

¹ Bass, A.Z, Refining The Gatekeeper Concept. Journalism Quarterly, 46, 1969, pp 69-71.

علاقات تنسيق وتفاعل بل ومجاملة أحيانا بين كلا النشاطين، كما أن إعادة فرز وصياغة المادة الخبرية من جديد داخل المؤسسة الصحفية ليس من الصرامة والدقة التي يتصورها "باس"، وإنما تحكمه متغيرات عديدة من بينها روتينية العمل، والحاجة إلى النشر السريع وملء فراغات الجريدة أو أوقات البث في التلفزة والإذاعة والوفاء بسياسة تحرير المؤسسة.. الخ. وفي سياق ذلك، يظل تأثير توجه الصحفي نحو مصدر الخبر فاعلا وممتدا حتى النهاية.

تبقى نقطة هامة لها تأثيرها في علاقة الصحفي بمصدره، وتتعلق بشخصية الصحفي وكفاءته المهنية إذ أن المصدر وهو يجيب عن تساؤلات الصحفي، لا يجيب عنها من منطلق مصلحته الشخصية فحسب، ولكن أيضا من منطلق إدراكه لشخصية الصحفي، انتمائه الفكري، رغباته، مواقفه، فالصحفي الذي يبدي تعاطفا مثلا مع المصدر الذي يتعامل معه، يحصل على إجابات مختلفة عن تلك التي تعطي لصحفي آخر، يبدي سلبية بالنسبة للمشكلة المطروحة¹. وهكذا، نجد أن شخصية الصحفي، والطريقة التي يراه بها المصدر، وقدرة الصحفي على الحوار وطرح التساؤلات الصائبة، تعد عوامل فاعلة في تحديد توجهات المعلومة (الخبر) الذي سيصل في النهاية إلى الجمهور.

وكلما ضعفت شخصية الصحفي، وقلت كفاءته المهنية زادت احتمالات خضوعه لرغبات وأهواء المصدر وبالتالي اتسع مجال تحريف وتوجيه الأخبار، ففي ظل هذا الضعف وعدم القدرة على الاتصال، يشعر الصحفي بالدونية في تعامله مع المصدر ويكتفي في هذه الحالة بنقل أقواله وتصريحاته بلا مناقشة أو محاورة، بل وفي أحيان كثيرة يقبل تلقي المادة مصاغة وجاهزة من المصدر ليقوم بنقلها إلى المؤسسة الإعلامية، كما قد يؤدي فقدان الحماس المهني، وضعف شخصية الصحفي إلى الخضوع لمغريات

¹ هيربرت سترنز. المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 27.

وضغوط المصدر كتلقي الهدايا ودعوات السفر والإقامة المجانية إلى غيرها من الامتيازات التي يقابلها بالطبع المجاملة في المعالجة الصحفية على حساب الحقيقة والواقع.

4.3 صعوبة الوصول إلى المصادر:

تواجه الصحفي أثناء عملية تجميع الأخبار والحصول عليها مصاعب جمة من أهمها صعوبة الانتقال إلى المصادر وتحديد مقابلات معها، ففي أحيان كثيرة يكون المصدر بعيدا يتطلب الانتقال إليه جهدا كبيرا، أو مشغولا، أو يرفض تحديد مقابلة أو تحديد وقت غير مناسب، ومع ضغط السرعة، وعامل الزمن الذي يعمل عادة في إطاره الصحفي، فإنه قد يكتفي بما تقدمه له إدارات العلاقات العامة بالهيئات والمؤسسات المختلفة في الدولة، والتي لا تخلو نشاطاتها من طابع دعائي أو إعلاني، ومع ذلك قد يتقبلها الصحفي كحقائق مسلم بها، وهي بعيدة كل البعد عن الحقيقة الكاملة، أو قد يلجأ الصحفي إلى النقل من المصادر غير المباشرة كالكتب والمذكرات أو الأبحاث وينسبها إلى المصادر الحية، أو فبركة مقابلة مع مصادر وهمية أو خيالية، كالقول بأن من قابلتهم من الخبراء يقولون، أو صرحت المصادر العلمية أو المطلعة أو غيرها من الأسباب والتعبيرات التي قد يلجأ إليها الصحفي لتغطية تقصيره أو عجزه عن الوصول إلى المصادر الحقيقية، وغني عن القول أنها أساليب فضلا على أنها غير أخلاقية أو أمينة، تضر بالحقيقة وبواقعية المعلومات المقدمة.

4. طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة:

لكل مجتمع من المجتمعات نظامه السياسي وأهدافه العامة التي يسعى إلى تحقيقها وتترجم هذه الأهداف إلى مجموعة من السياسات والإجراءات التنفيذية التي تستهدف

معالجة ما يواجه المجتمع من تحديات، والمؤسسة الصحفية باعتبارها جزء من الحياة السياسية في المجتمع تجد نفسها تلقائياً تعمل في إطار هذه التوجهات.

فمن ناحية، يحدد النظام السياسي نمط ملكية المؤسسة الإعلامية، وأساليب إدارتها، ويفرض الأيديولوجية التي تعمل الصحافة في إطارها، ويحدد لها الوظائف والمهام التي تؤديها في المجتمع، ومن ناحية أخرى يمثل البناء الاجتماعي السياسي مصدراً من مصادر المعلومات التي تستقي منه الصحافة الوقائع والأحداث، وهو بالتالي يؤثر على نوعية ما يطرح وما لا يطرح من مضامين إعلامية.

ففي إطار النظام السياسي الأمريكي القائم على التعددية السياسية والمفاهيم الرأسمالية في الإدارة والحكم، تتحدد طبيعة المضمون الصحفي وتوجهاته العامة، وقد أوضح "ديفلير M,L, Defleur" أن الجزء الأكبر من مخرجات هذا المضمون يتسم بالابتذال أو الذوق الهابط الذي يتمثل في التركيز على أحداث الجريمة، وصور الفضائح والمسلسلات اليومية... الخ، ومع كثرة ما يوجه إلى هذه المضامين من نقد لما قد تحمله من تأثيرات اجتماعية ومعنوية ضارة وهبوط في الذوق العام، إلا أن الملاحظ هو استمرارية هذا المضمون واستحالة تغييره، بسبب أن هذه الاستمرارية، تعد شرطاً ضرورياً وإفرازاً سياسياً لطبيعة النظام الأمريكي، الذي يتميز بالثبات والاستقرار، وقد أكد "ديفلير Defleur" أن أي تغيير في ميزان القوى السياسية والاقتصادية في المجتمع الأمريكي هو الذي يمكن أن يحدث فقط هذا التغيير¹.

وقد قام "ديفلير" بوصف العناصر الأساسية الفاعلة في النظام الإعلامي الأمريكي على ضوء طبيعة النظام السياسي الأمريكي على النحو التالي:

أولاً: الجمهور، وهو عنصر متباين الأذواق والمستويات الاجتماعية والثقافية.

¹ M,L, Defleur. Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1966.

ثانياً: المؤسسات المالية التجارية التي توفر رأس المال لإنتاج المضمون الإعلامي من خلال شراء وقت أو مساحات الإعلان، وأيضا الحصول على عائد مادي لها من خلال الاستثمار في الأنشطة الخاصة بهذا المجال، هذه المؤسسات تستخدم باستمرار المسوح وبحوث التسويق للكشف عن عادات واهتمامات الجمهور، والهدف هنا توفير رجع صدى Feed Back قوي حول تفضيل وميول الجمهور للمؤسسات الإعلامية باعتبارها مؤسسات خاصة، هدفها الأساسي هو الربح.

ثالثاً: مؤسسات الإنتاج والنشر والتوزيع الإعلامي وهي كما أوضحنا تعمل أساساً كمشروع خاص يهدف إلى الربح المادي.

أما العنصر الرابع: فيتعلق بالنظام العام وأجهزة الضبط الحكومية والخيرية التي تمارس كما أوضح "ديفلير" ضغوطاً بأنواع مختلفة على نشاطات أجهزة الإعلام، فهذه الأجهزة تتلقى مداخلات وردود فعل من الجمهور وأحيانا من خلال النسق السياسي، وتقوم بالتالي بالتأثير على نشاطات المؤسسة الإعلامية، إما من خلال وضع القواعد والتشريعات الخاصة التي تحكم الممارسة الإعلامية، أو من خلال القيود المالية أو الفنية المفروضة في مجال العمل العام كالاختكارات، واستخدام الفضاء.

هذا العامل الأخير، يقوم بدور مقابل من حيث التأثير لعامل الاهتمام التجاري البحت الذي يحكم النظام الأمريكي، ومع أن "ديفلير" لم يوضح لنا كيف يتوازن الجانبان في مقابل بعضهما البعض، إلا أننا نفترض من خلال مناقشة "ديفلير" نفسها أن الجانب التجاري وعامل الربح هو الأكثر تأثيراً على توجيهات المضامين الإعلامية في المجتمع الأمريكي، ذلك أن عمليات الإنتاج والنشر والتوزيع في هذا النظام تدخل جميعاً في إطار المشروع الخاص وأن الجانبين (الاهتمام المادي والضغط الحكومي) يعملان في إطار من

الأيدولوجية الليبرالية، والتي وفقا لها، فإن الحكومة بأجهزتها المختلفة لا تؤثر بصورة مباشرة على حرية التعبير عبر أجهزة الإعلام.

ومن وجهة نظر "ديفلير" فإن إنتاج المضمون "الهابط" الذي تقدمه أجهزة الإعلام الأمريكية، يعد المدخل الرئيس لتغذية المطلب المادي لعمل هذه الأجهزة، وأن هذا يعد استجابة تلقائية للمطلب الأكبر الذي يقوم عليه المجتمع الأمريكي، وينتهي "ديفلير" إلى أن ممكن التوجيه الرئيس هنا يتحدد في تفضيل وأذواق الجمهور التي تعد المصدر الأقوى في تحديد نمط ما ينشر وما لا ينشر من مضامين إعلامية.

وإن كانت الأنظمة السياسية في أوروبا الغربية تتوزع فيها السلطات وتعمل هي الأخرى في إطار العقيدة الليبرالية كما هو الحال في النظام الأمريكي، إلا أن غالبية هذه الأنظمة تميل إلى الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية للإعلام والحد من تأثير العنصر المادي في هذا المجال من خلال فرض ترتيبات معينة، تضمن انضباط الممارسة الإعلامية وتقديمها مضامين تعليمية وثقافية تساعد على رفع الذوق العام للجمهور، ويأتي التوجيه الأساسي هنا من القوى السياسية التي تسيطر على مقاليد الأمور، وكذا من الصفوة الثقافية التي تتمتع بنفوذ أكبر في المجتمع بالمقارنة مع ما تفعله هذه في صفوة المجتمع الأمريكي.

وفي النموذج السوفييتي، الذي يقوم على مركزية الإدارة وملكية الدولة لوسائل الإنتاج وسيطرة الحزب الواحد فإننا نجد أن أجهزة الإعلام، تمارس عملها كمشروع عام تملكه الدولة ويديره الحزب الحاكم، فيرسم لها سياستها ويوجه كافة عملياتها، وذلك كله في إطار رؤى واهتمامات ومصالح أعضاء الحزب الشيوعي وبالتحديد لجنته المركزية، باعتبارهم المدافعين عن مصالح الدولة الاشتراكية.

وفي الأنظمة الأخرى الأقل تقدماً، والتي اصطلح على تسميتها بمجتمعات العالم الثالث، وهو الفضاء الذي يجري فيه هذا البحث، نجد أن البناء السياسي في هذه النظم - مع التفاوت الملحوظ - يتسم في عموميته بالضعف أو عدم الاستقرار، فالمؤسسات السياسية كالأحزاب والبرلمانات وغيرها من أجهزة الدولة، مجرد تنظيمات شكلية، عادة ما تأتي من صنع الفرد، كما أن العلاقات السياسية تتحدد بالعلاقات الاجتماعية والشخصية البحتة، والصراع السياسي، لا يدور عادة حول بدائل العمل السياسي، وإنما حول مسائل النفوذ والمكانة والحفاظ على الوضع الراهن، وفي هذا الإطار يتمحور بناء القوة في يد نخبة سياسية معينة، هي التي تتولى تسيير الأمور في المجتمع، وتفرض سيطرتها على أجهزة الإعلام لتعمل في اتجاهات معينة تتحدد على ضوء التوجه السياسي والوطني لهذه النخبة.

وهكذا، يمارس التوجيه على كافة عمليات أجهزة الإعلام من قبل كافة النظم السياسية، ولكن بأساليب وطرق مختلفة، تتحدد وفقاً للواقع الحضاري، والأيدولوجية التي يعمل في إطارها كل نظام، ويرى "برتون باولو Berton Paulo": أن كافة النظم السياسية بلا استثناء تعمل بطريقة واحدة في تحديد ما إذا كان من الضروري فرض حظر على حرية التعبير في بعض الأحوال، وحول بعض الموضوعات أم لا، والمسألة تختلف فقط باختلاف الدول وباختلاف درجة تطور هذه المجتمعات¹.

لكن المشكلة لا تحدد في تسهيل أو إعاقة حرية التعبير أو السماح بالحديث في بعض الموضوعات، ومنع الأخرى كما يشير "باولو Paulo" ولكن في إخفاء حقيقة ما يجري، إذ أن كافة النظم بما فيها التعسفية، قد لا تمنع في إبداء الرأي في كافة المسائل ولكنها بلا استثناء تتحكم في حجب الأخبار حول جوهر ما يجري من أحداث، وتتزايد هذه القضية

¹ Berton Paulo, Radio and Television Broad Casting on The European Continent, Minneapolis University of Minnesota Press, 1967, p 97

بالذات في المجتمعات النامية لأسباب يتعلق بعضها بما أشرنا إليه من قبل حول احتكار السلطة وتمركز المعلومات في يد فئة محدودة داخل هذه المجتمعات، أو نتيجة لضعف الأداء السياسي والإخفاق ووضع الأزمة المستمر الذي تعاني منه العديد من النظم في الدول النامية.

5. الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع:

تؤثر الظروف السياسية والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية العامة في المجتمع على إنتاج وتحرير المواد الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام، فإذا كان المجتمع يواجه عدوانا خارجيا، أو أزمة اقتصادية طاحنة أو صراعات داخلية بين فئاته وطوائفه المختلفة، فإن هذه الظروف تلقي بظلالها وتحظى بالاهتمام وأولويات المعالجة الصحفية دون غيرها.

ومن ناحية أخرى، يؤثر الوضع الاقتصادي والاجتماعي العام للأفراد في المجتمع على عملية سريان ونقل المعلومات، ففي مجتمع يعاني غالبية سكانه من حالة فقر عام، وجمود في الحراك الاجتماعي واستحواذ قلة من سكانه على الغالبية العظمى من الدخل، وتفاوت في الدخول الشخصية والإقليمية، وتصادد البطالة وتدهور في الخدمات الاجتماعية ومرافق الدولة...الخ. في مثل هذه الأوضاع وإزاء ذلك الفقر المدقع والنسبي وزيادة معاناة الأفراد وتردي أوضاعهم المعيشية، فإننا نجد أن ما يشغل بالهم هو كيفية مواجهة نفقات أسرهم، وتدبير شؤون حياتهم اليومية من مأكّل أو ملابس ونفقات العلاج.

ومع هذا الاستغراق في مشاكل الحياة اليومية، يختفي أو يتضاءل الاهتمام بالقضايا العامة أو الرغبة في الحصول على المعلومات فيما يتعلق بهذه القضايا أو حتى التعرض أصلا لأجهزة الإعلام، فالأفراد الذين يعانون من هذه المظاهر، يفقدون القدرة على التأثير

في الحياة العامة، ويتصورون عدم الجدوى من إبداء الرأي أو معالجة مشاكل المجتمع أو البحث عن معلومات حولها¹.

وبشكل كل ذلك نوعا من أنواع التوجيه على نوعية ما يطرح في وسائل الإعلام، فمن ناحية يجد الصحفي نفسه بحكم ضرورات الارتباط بالواقع ومعايشة الجماهير ومسايرة المجموع، يميل إلى تركيز الاهتمام على الجوانب التي يلاحظ أنها تستغرق جل اهتمامات الأفراد والانصراف عن القضايا العامة الجوهرية الأخرى بالمجتمع أو تجاهلها، ومن ناحية أخرى تقف مثل هذه الأوضاع عقبة كبيرة أمام الصحفي إذا ما عزم النزول إلى الجماهير للحصول على المعلومات أو الآراء في قضايا معينة حيث نجد أن إجابات الأغلبية وردود أفعالهم على تساؤلات الصحفي دائما تتسم بالسلبية وعدم المعرفة، مما قد يدفعه بغية إتمام عمله للاعتماد إما على "الفبركة" والتخيل الذاتي لما يتصوره أنه يمثل آراء ومواقف الجماهير أو الانصراف عن الجماهير كمصدر للمعلومات والاعتماد على المصادر الرسمية، وفي الحالتين يقع التحريف والتشويه لمضمون إعلامي.

وقد أوضح " راغmond نيكسون " أن حجم ونوع المعلومات المتداولة في المجتمع يتوقف إلى حد كبير على وضعية هذا المجتمع وخصائصه، من حيث معدل الدخل ودرجة التعلم، وأضاف أنه طالما أن متوسط الدخل القومي مرتفع فيحتتمل أن نجد صحافة أكثر حرية ونشاطا في نقل الأخبار كما أن معدلات الأمية تؤدي نفس التأثير أيضا حيث تصبح ضغوط الحاجة إلى المعرفة والوعي بالمشاكل أكبر².

وقد أشار "فراس Vincent Farace " في الدراسة التي أجراها على 115 دولة، بهدف اختبار تأثير 23 عاملا مؤثرا على وسائل الإعلام وحرية تنقل المعلومات إلى دور خصائص السكان التي قصد بها مستويات ومشاكل الغذاء ومعدلات المواليد والوفيات

¹ كمال المتوفي. الرأي العام في الدول النامية، عالم الفكر، العدد الرابع، مارس، 1984، ص ص 67-68.

² Ragmond B. Nixon, Freedom in The World Press Journalism Quarterly (winter) 1965.

والقدرة الإنتاجية والدخل الذي يمثل متوسط أجر الفرد باعتبارها عوامل مؤثرة في الأداء الوظيفي لأجهزة الإعلام، وانتهى " فراس Vincent Farace " إلى أنه كلما قل تعداد السكان وتمركزهم في المدن وارتفع مستوى الدخل الفردي، واعتمدت الدولة على التصدير أكثر منه على الاستيراد وكان الجو معتدلاً، ساعد ذلك على وجود أنظمة صحفية أكثر تحرراً ونشاطاً، وقلت القيود المفروضة على تداول المعلومات¹.

كما تؤدي الأوضاع الثقافية والاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع دوراً لا يقل أهمية عن الجوانب المشار إليها في توجيه عمليات أجهزة الإعلام، فتعدد الأجناس واللغات أو اللهجات وانخفاض المستوى التعليمي وتغلغل الأمية الأبجدية والوظيفية إلى قطاعات واسعة من الجمهور كلها أمور تؤثر على الأجهزة الإعلامية وتدفع بمضامينها في اتجاهات معينة.

فانتشار الأمية على سبيل المثال في مجتمع ما له علاقة مباشرة بمستوى الفهم والقدرة على إبداء الرأي أو الحاجة إلى التزود بالمعرفة والصحفي عندما يكتب أو يحرر موضوعه ينظر إلى جمهوره ويقرر ما إذا كان هذا الجمهور قادر على فهم ما يقول أو غير قادر على ذلك، وهو بذلك قد يلجأ إلى تعديل الصياغات أو المعاني لتتنوع مع مستوى الفهم العام، مما قد ينقل التشويه عن الحقيقة.

وفي إطار مناخ ثقافي لا يقوم على التسامح الفكري والتعصب للرأي والافتقار للحوار مثلما هو الحال في المجتمعات النامية، في مثل هذا المناخ، تقل قدرة الأفراد على إبداء الآراء أو الحوار، والمناقشة الموضوعية وهي كلها أمور تساهم في تحريف المضامين التي تتناولها الصحف وأجهزة الإعلام الأخرى، ويأتي بعد ذلك دور القيم الدينية والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع في توجيه قرار العاملين بوسائل الإعلام لما ينشر

¹ Vincint Farace. Lewis Donohew. Mass Communication in National Social Systems Journalism Quarterly Spring (1965), PP 253-261.

وما لا ينشر من مضامين إعلامية، انطلاقاً من مسؤوليتهم الاجتماعية تجاه قيم ومعايير المجتمع الذي يعملون في إطاره، وفي هذا الصدد يذكر "بريد Breed" أنه من المشاكل الرئيسية في أي مجتمع الحفاظ على التآلف والوحدة والنظام الاجتماعي ولذا تراعي وسائل الإعلام العادات والتقاليد مضحية في ذلك بعنصر الدقة في سبيل ترويجها لبعض القيم¹.

وهكذا، نجد أن الجمهور بأوضاعه الاقتصادية والاجتماعية وباتجاهاته وقيمه الثقافية يشكل موجهها لا يقل أهمية عن التوجيه الذي تفرضه الحكومات والنظم السياسية المختلفة على وسائل الإعلام لضمان انخراط ممارساتها في اتجاهات معينة، ومع ذلك، نجد أن هذا الجانب لم يحظ حتى الآن بالاهتمام والعناية الكافية من قبل الباحثين، حيث ظل الاهتمام منصبا على دور أجهزة الإعلام في تغيير أو تعديل الاتجاهات والقيم السائدة أو التنمية الاجتماعية والثقافية إلى غيرها من المواضيع التي تبحث في التأثير الاجتماعي لهذه الأجهزة، وتجاهل الجانب المقابل والأكثر أهمية وخطورة، وهو المتعلق ببحث تأثير الأوضاع المادية والاجتماعية والثقافية للجمهور في توجيه عمليات أجهزة الإعلام في المجتمع، وهو ما نلفت النظر إليه ونأمل في عناية الدراسات الإعلامية به مستقبلاً.

والخلاصة التي نخرج بها من العرض السابق، أن تحريف أو توجيه الأخبار، يحدث على مستويات عدة، سواء من جانب الصحفيين، أو من قبل المؤسسات الصحفية التي يعملون بها والمصادر الصحفية التي يتعاملون معها أو في إطار المجتمع الأكبر بأيديولوجيته وأوضاعه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وهو ما يؤكد زيف الحديث حول الموضوعية في الممارسة الصحفية، أو الحرية في العمل الصحفي، أو المسؤولية في العمل الإعلامي، والصدق، والدقة إلى غيرها من المفاهيم والتعبيرات التي يكثر ترديدها في كتب التراث وتعتقد بشأنها الندوات والمؤتمرات بلا تدقيق أو تمحيص كافيين، ودون أن يكون لها أثر ملموس في عالم الممارسة الصحفية بصورتها الراهنة.

¹ نقلاً عن جيهان مكاوي. حرية الفرد وحرية الصحافة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1981، ص13.

الفصل الرابع: الإعلام الجوي والإذاعات الجوية في الجزائر

1. مفهوم الإعلام الجوي
2. المجتمع المحلي والصحافة الجوية
3. الإعلام الجوي في الجزائر
4. الإذاعة المحلية في الجزائر
5. الإطار القانوني للإذاعة الجزائرية
6. أهمية الإذاعة المحلية ووظائفها
7. خصائص ومميزات الإذاعة المحلية
8. الصحفي المحلي، صفاته مؤهلاته وأسلوب عمله

نعالج في هذا الفصل الموسوم بعنوان الإعلام الجوّاري والإذاعات الجوّارية في الجزائر، كل ما هو مرتبط بالإعلام الجوّاري من أجل أخذ صورة شاملة عن الشق الثاني من البحث المرتبط بالإذاعة المحلية، وقد حاولنا توضيح مفهوم الإعلام الجوّاري وفقا لما جاء به العديد من الباحثين في المجال، ثم انتقلنا للحديث عن الصحافة الجوّارية باعتبارها الأولى من ناحية النشأة بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى، مع تقديم مميزات التي تفصلها عن الصحافة المركزية.

وبما أن موضوع البحث يرتكز أساسا على الإذاعة المحلية فقد خصصنا جزءا كبيرا من الفصل لإبراز جميع العناصر المرتبطة بالإذاعة المحلية لاسيما الجزائرية، من ناحية النشأة والتطور والهدف من تواجدها، ومفهوم المجتمع المحلي الذي يعتبر من المفترض المستهدف الأول من قبل العاملين في هذه الوسيلة الإعلامية.

كما سنتعرض بالبحث والتنقيب إلى هويتها القانونية والمواضيع التي تعالجها ومختلف الوظائف التي تؤديها، والخصائص التي تميزها عن الإذاعة المركزية ومختلف الوسائل الأخرى، ونخصص جزءا من هذا البحث لتشخيص أسلوب كتابة الخبر الإذاعي، ومحاولة ضبط أبرز الصفات والمؤهلات التي يتحلى بها الصحفي المحلي وأسلوب عمله.

وفي ظل التطور الشامل لعالم الاتصالات الحديثة وتعاضم دور التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي التي شغلت شريحة واسعة من المجتمع، فإن الوضع الاقتصادي والاجتماعي المتدني الذي يميز العديد من المناطق الشاسعة في العالم والجزائر جزء من هذا العالم، مازالت الإذاعة بها تحتفظ بمكانها ودورها كوسيلة إعلام وتواصل أساسية في الأوساط الاجتماعية، حيث استطاعت أن تصمد أمام وسائل الإعلام الأخرى، لاسيما الإذاعة المحلية التي خلقت علاقة حميمة بين المستمع ومذيعه في الأوساط الريفية

والحضرية على حد سواء وإن كانت بنسب متفاوتة، والإذاعة المحلية هي جزء لا يتجزأ من الإعلام الجوّاري على العموم الذي يوظف جميع وسائل الإعلام المتاحة.

1. مفهوم الإعلام الجوّاري:

ما المقصود بالإعلام المحلي ؟ وضع إيف دو لاهاي (de la haye Yves) بعض المعايير التي تساعد على تشخيص ماهية الإعلام المحلي، إذ يقول عنه أنه يحدد في البداية بمحتواه، حدث جرى في مكان ما، أو أنه خاص بهذا المكان أو بإحدى شخصياته، فيقال عنه أنه إعلام محلي ويدرك ثقافيا ونفسيا أنه كذلك، ثم يقال عنه أنه محلي لأنه يستقبل محليا، وتترتب عنه نتائج محلية، كما أنه لا يهم سوى سكان هذا المكان¹.

يرتبط مفهوم الإعلام الجوّاري بعدة مفاهيم أبرزها مفهوم الجوّارية ومفهوم المحلي، التي (المفاهيم) ترتبط بمفاهيم الصحافة الجوّارية والإذاعة والمحلية والمجتمع المحلي، ما يجعل ضبط هذه المفاهيم في البداية أكثر من ضروري.

1.1 مفهوم الجوّارية: هي تعريب لما يقابلها في لغات جنوب أوروبا (prossimita, proximité, proximidad) وأصلها في العربية جاور الرجل مجاورة و جوارا: ساكنه.. وتجاوروا بمعنى جاور بعضهم بعضا²، وفي التراث الإسلامي "الجار" هو "القريب" سكنا أو رفقة³.

¹ Haye (Yves de la) : L'information locale saisie par l'ETAT, in critiques de la communication, élus, la pensée sauvage, Grenoble, 1984, p74.

² ابن منظور. لسان العرب، ط6، المجلد 11، دار الفكر، بيروت، 1997، ص153.

³ محمد علي الصابوني. روائع البيان في تفسير آيات الأحكام من القرآن، ج1، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، 2001، ص ص 387-389.

والجوارية مفهوم حديث الاستعمال تم اللجوء إليه لتجاوز مصطلح "الصحافة المحلية" المرتبط بالبعد المكاني والجغرافي من جهة، وبالإعلام الجماهيري التقليدي من جهة ثانية، إلى مفهوم أشمل يجمع بين الفضاء الجغرافي لتوزيع الصحافة والفضاء الاجتماعي العلائقي لجمهورها، أي بين جمهور منطقة معينة وجمهور تجمع مصلح معينة بغض النظر عن مكان تواجده¹.

وبين الارتباط بالمكان والارتباط الشعوري يشير استخدام مصطلح "الجوارية" إلى حقلين دلاليين هامين: فقد يشير إلى "القربة" من.. أو إلى "الشعور بالقربة من..".

أما المعنى الشائع فيربط الجوي حصريا بالحقل الأول الدال على المسافة القابلة للقياس الكمي.

وأما حاليا فيستخدم المصطلح أيضا للإشارة إلى العلاقة الخاصة (اللغوية، الثقافية، الدينية، الأيديولوجية، التجارية..) التي نشعر بها ونعيشها.

- القرب إذن لا يتعلق بالبعد المحلي أو غير المحلي، بل بطبيعة ومعنى وجدوى وشدة هذه العلاقات النوعية والذاتية.

- الجوار لا يعني بالضرورة الشعور بالقرب، ولكن يتحول القرب الجسدي أو الزماني إلى قرب محسوس يجب أن يستكمل بعلاقات أخرى (أسرية، دينية، تنظيمية، مؤسساتية، ثقافية..) ومن ثم فإن فضاء أي فرد أو هيئة يتكون من مجموع هذه القرائب.

- إن صفة الجوارية تفترض أيضا الاستمرار الزمني للعلاقة والخدمة، وتتضمن بل تندمج أصلا مع فكرة الالتزام والثقة.

¹ فضيل دليو. الصحافة الجوية، من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، عدد 10، مجلة الباحث الاجتماعي، سبتمبر 2010، ص 249.

- بعد ذلك قد تتدخل الخدمات مثل وسائل النقل والهاتف والانترنت بغرض تقليص المسافات الموضوعية (الزمنية والمكانية).
- ولكن الخدمة الجوية الحقيقية تبقى في نظر الزبون هي تلك التي تستجيب لتوقعاته أو متطلباته الشخصية.

2.1 علاقة المحلي بالإعلام:

إن ارتباط مفهوم المحلي بالإعلام، يقودنا لإثارة وضبط مفهوم الإعلام المحلي الذي هو متعلق أساسا بالإعلام الذي يخص مكان أو منطقة معينة، باعتبار أن مصطلح المحلي "Local" الخاص بجميع بلدان أوروبا اشتق من الكلمة اللاتينية "Locus" وهي تعني حرفيا المكان.

ولقد وجدت الكلمة في عديد من اللغات الأوروبية، وهي تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى - Entities Large - Scale - أو تشير إلى الجزء وليس الكل، وإضافة إلى ذلك المعنى العالمي، ينطوي المصطلح على معان إضافية بعضها على النمط الأوروبي والبعض الآخر يعبر عن الخصائص القومية، وفي الإنكليزية يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجوار والقرية والمدينة والقطر والمقاطعة، وبمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي إلى كيان صغير نسبيا أو مكان من نطاق يمتد من الكبير للصغير¹.

ولإيضاح ذلك فإن العالمي "Global" تعني كل العالم، والقاري "Continental" تعني إحدى قارات العالم كأوروبا، والقومي "National" تشتمل على شعب أو دولة واحدة والإقليمي "Regional" يشتمل على أجزاء من شعب أو دولة، والمحلي يشتمل على جزء من إقليم أحيانا له وظيفة مركزية (منطقة حضرية، مدينة، بلدة، قرية)، ودون المحلي

¹ صالح محمد حميد. دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، ط1، دار غداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 56-57.

"Sublocal" يشتمل على أجزاء من المحلية "Locality" قطاع أو جزء من مدينة، جيرة "Neighborhood"، غير أن ترجمة كلمة "Local" وإضافتها إلى كلمة الإعلام قد تنصرف إلى كل الوسائل الإعلامية التي تنطلق داخل حدود الدولة كلها¹.

إن نقاط التمثيل بين (المحلي) والوطني تتجلى من خلال التعارض والتلاقى بين الخاص والعام، وبين الفردي والجماعي، وقد حدد جورج بالوندي (Georges Balandier) في تدخله بملتقى رهانات المحلي (L'enjeu local) المنعقد في سنة 1980 مجموعة من الدلالات التي يوحي بها مفهوم المحلي وهي:

أ- نكتشف المجتمع ونتمرن عليه على الصعيد المحلي، ففيه تتكون وتتشكل شخصيتنا الاجتماعية.

ب- تتحدد الرهانات (les enjeux) الخاصة بالحياة اليومية، الحياة الآنية على المستوى المحلي.

ت- تتشكل شبكة من العلاقات المكثفة الملموسة المندمجة في الحياة اليومية على الصعيد المحلي.

وهناك جملة من العوامل أعطت أهمية متزايدة للمحلي نذكر منها:

تطور الحياة الاجتماعية وما أنتجه من تجانس وتنميط، وبروز النزعة الفردانية، وتفكك الروابط الاجتماعية والأسرية، وتزايد وقت الفراغ، واللامركزية الإدارية، وديناميكية المجتمع المدني والحاحه المتزايد على تجسيد حق المواطنة والمشاركة في الحياة المحلية، والمنافسة الشديدة على الأسواق، وانتزاع هامش من حرية التعبير، وتعدد أشكال التنافس والعراك السياسي على الصعيد المحلي، التي تحدد بفعالية التمثيل في الهيئات التشريعية

¹ طارق سيد أحمد. الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص70.

والتنفيذية على المستوى المركزي، وهذه العوامل وغيرها هي التي تساهم في تفسير الانفجار في وسائل الاتصال المحلية في المجتمعات المتقدمة¹.

ومما سبق نجد أن مصطلح المحلي والمحلية من المصطلحات غير المتفق عليها إلا أن المصطلح المتفق عليه يمكننا وضعه في هذا الإطار "إن وسائل الإعلام المحلية هي وسائل معدلة ليستخدمها المجتمع المحلي لأي غرض يقرره، يقترب منها أعضاؤه للحصول على المعلومات والتسلية حينما يريدون، وهي وسائل إعلام تعنى بأغراض المشاركين من المجتمع المحلي أكثر من كونها وسائل تعبير من أجله، إن الاتصالات المحلية تصف تبادل وجهات النظر والأخبار وليس مجرد نقل من مصدر واحد إلى آخر².

2. المجتمع المحلي والصحافة الجوّارية

1.2 المجتمع المحلي

تختلف المجتمعات المحلية فيما بينها لا من ناحية الحجم فحسب، وإنما تختلف أيضا في خصائصها العامة، فهناك أنواع كثيرة من المجتمعات المحلية منها المجتمعات الريفية والمدن المزدهمة بالسكان والمدن الصغيرة، ومن التعريفات المبكرة له تعريف "ماكيفر Maciever" و "بيج Page" اللذين يؤكدان أن المجتمع المحلي هو جماعة قد تكون صغيرة العدد أو كبيرة يعيش الأعضاء فيها بطريقة يتشاركون من خلالها في ظروف الحياة الأساسية، وفيها يستطيع الفرد أن يقضي حياته كلها داخله، وبهذا التعريف

¹ نصر الدين لعياضي. إشكالية المحلي علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، العدد 15 جانفي - جوان 1997، المجلة الجزائرية للاتصال، 1997، ص ص 34-35.

² نصر الدين لعياضي. المرجع السابق. ص 74.

فإن المجتمع المحلي يقوم على أساسين: الأول: الإقليم الذي يشغله، وثانياً: الشعور المشترك الذي ينبع من المصالح ووحدة المصير بالإضافة إلى التفاعل¹.

ولكن المجتمع المحلي قد يكون من منظور آخر هو مجموعة من الناس يعيشون في منطقة صغيرة نسبياً ويتقاسمون طريقة مشتركة في الحياة.

كما عرفه عبد المجيد شكري أنه "عبارة عن مجتمع محدد العدد، فوق أرض محدودة المساحة، يؤدي معظم أفرادها نشاطاً اقتصادياً رئيساً محدداً، وقد يكون النشاط الرئيس حرفياً، وهكذا ينسب المجتمع إلى الحرفة أو النشاط الذي يمارسه معظم أفرادها كحرفة رئيسة أو كنشاط².

والمجتمع المحلي هو جماعة من المواطنين يعيشون في بقعة أرض ذات حدود جغرافية أو إدارية محددة، يكونون جماعات مترابطة تمام الارتباط بفضل اشتراك أفرادها في مجموعة من التصورات والقيم المشتركة، ولكل منهم مركزاً اجتماعياً خاصاً ودوراً محدوداً يؤديه، ويتبعون في ذلك نظاماً اجتماعياً مشتركة تعينهم على مواجهة احتياجاتهم الضرورية، بما فيها وسائل عمرانية أو نظم اجتماعية وسياسية واقتصادية³.

ويمكن القول إن المجتمع المحلي جماعة من الناس تقطن في بقعة جغرافية معينة وتزاول نشاطات اقتصادية وسياسة ذات مصالح مشتركة، ولها تنظيم اجتماعي وإداري يحدد طبيعة حكمها، كما أن لها مصالح وشعور وأهدافاً متبادلة⁴.

¹ نخبة من أساتذة علم الاجتماع. علم اجتماع المجتمعات الجديدة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص ص 8-9.

² عبد المجيد شكري. الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص31.

³ إبراهيم عبد الله المسلمي. الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص40.

⁴ دينكين متشيل. معجم علم الاجتماع، ترجمة إحسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، 1981، ص49.

وعلى ضوء تعريف المجتمع المحلي يمكن أن نعرف الصحافة الجوية، وهناك العديد من التعريفات أهمها:

2.2 الصحافة الجوية:

تعتبر الصحافة "الجوية" أو صحافة "القرب" وسيلة إعلامية تقوم بتغطية الأحداث التي ترتبط بشكل مباشر بمواطني المنطقة الجغرافية التي توزع فيها، فهي تتمتع بشفافية اجتماعية كبيرة تتطلب دقة كبيرة لأنها قريبة من المواطن، وهي عرض يريده القراء حياديا ويضع مساحة بينه وبين مصادر المعلومات والسلطات المحلية التي غالبا ما ترغب وتعمل على السيطرة على المعلومات.

المعنى المذكور سابقا يعتبر تقليديا، لكن المعنى المتداول حاليا يجمع كما سبق ذكره في تحديد معنى "الجوية" بين البعدين المحلي والعائقي أي بين جغرافيا المسافات وجغرافيا العلاقات.

فالصحافة الجوية إذا هي تلك الصحافة التي تختص كليا بالعمل على تلبية الحاجات والمتطلبات الإعلامية لجمهورها مهما كانت طبيعة الروابط التي تجمع بين أعضائه (جغرافية، لغوية، دينية، سياسية، اقتصادية، اجتماعية، عمرية، جنسية، مهنية..).

1.2.2 مميزات الصحافة الجوية:

تتخذ الصحافة المحلية ثلاثة أدوار تاريخية: تقديم الخدمات - المهنة الأصلية للصحافة المحلية وهي القرب من المواطن - تقديم المعلومات.

القرب قد يأخذ مستويات ثلاثة:

1- الانتماء إلى مساحة جغرافية مشتركة. 2- القرب المتعلق بالهوية، الانتماء إلى مجموعة ذات خصائص رمزية تاريخية وثقافية مشتركة. 3- القرب المتعلق بالمجال النفسي كيف يؤثر على حياتنا وعواطفنا مع إمكانية الجمع بين المستويين الأخيرين ضمن مستوى واحد "علائقي"¹.

الفضاء المحلي في البلدان العربية لازال فضاء بكرًا سواء من الناحية الاجتماعية أو من الناحية الثقافية والرياضية، فضاء يمكن استغلاله في إنتاج برامج مختلفة ومتنوعة تستفيد من المخزون الثقافي المحلي الذي تزخر به كل منطقة ومن خلال رصد هموم المواطن ومشاكله اليومية التي هي محلية بالدرجة الأولى².

ويضمن الإعلام المحلي -وتدخل ضمنه الصحافة الجوّارية-:

- تحقيق الحد الأدنى من الخدمة العمومية الغائبة والمغيبة في التلفزيون الوطني.
- إعلام شامل وموضوعي حول الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المحلية.
- نقل وتغطية النشاطات الرياضية والفنية التي تقع في النطاق المحلي والتي ظلت لفترة طويلة مغيبة في التلفزيون الوطني.
- إثراء التنوع الثقافي الذي يجب النظر إليه كدعامة تساهم في تدعيم وتقوية وإثراء الثقافة الوطنية.

- تدعيم حق الاتصال لدى المواطن على المستوى المحلي.

من الغريب في عصر العولمة أن نرى الخطاب الجوّاري يزداد قوة، فالمجال الجوّاري لم يعد مهمشا وثانويا، بل قطاعا أساسيا في استراتيجيات الاتصال الحديث المرادف لعصر الرقمنة والشبكة العالمية.

¹ دينكين ميتشيل. المرجع السابق. ص 261.

² نصر الدين لعياضي. إشكالية المحلي في علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 44.

- في الواقع كان على الصحافة الجوية مراجعة تصورها الخاص بكل ما هو "محلي" لتصل إلى ضرورة القيام بتطوير محتويات تهم مجتمعنا المحلي وزبائننا الجدد المحتملين من مختلف أنحاء العالم.
- فما هو محلي الآن لا يحدد فقط مجال النشر، ولكن المجال المحلي للمحتوى أيضا أي: القرب الجغرافي، القضايا التي تؤثر في الناس عندما يكونون خارج مجتمعهم لفترة محدودة من الوقت أو لأجل غير مسمى.
- إن الجوار ليس ماديا فقط ولكن أيضا هو نفسي واجتماعي أو ثقافي، إنه أمر أكثر اتساعا وتعقيدا من مجرد ترسيم جغرافي¹.

3.2 الإذاعة المحلية: "la radio locale"

تعتبر الإذاعة المسموعة من بين وسائل الاتصال الجماهيري الأكثر انتشارا بالنظر للدور الذي تقوم به والخدمات التي تقدمها في عدة مجالات إعلامية، تعليمية، ثقافية، تنموية من خلال البرامج المتنوعة والنشرات والمواجز الإخبارية التي تبث عبر الأثير إلى جميع الأفراد دون التقيد بالحدود الجغرافية، السياسية والمعرفية لهؤلاء الأفراد، ولعل فعالية الإذاعة تأتي من كونها أداة نشر واتصال جماهيري لما تشكله من علاقات مباشرة مع ملايين المستمعين، وهذا ما يعطيها الدور الكبير في تكوين الرأي العام الاجتماعي.

وقد حاول الباحثون تقديم تعاريف للإذاعة، ومن بين هذه التعاريف نجد "الإذاعة هي ذلك الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وتعليمية وثقافية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة، والمادة التي تنقلها الإذاعة إما أن تكون صوتية أو مرئية أو تجمع بين الاثنين معا، والأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعني

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 266.

الإشاعة بمعنى النشر العام وذبوع ما يقال، حتى أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتُم السر بأنه رجل مذياع¹.

وقد جاء تعريف الباحثين للإذاعة المحلية على النحو التالي:

الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محددا ومتناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، مجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية-كوسيلة اتصال جماهيري- مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدود المعالم أو الظروف.

وهناك من يعرف الإذاعة المحلية على أنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أنها تثبّت برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة.

ويعرفها آخر بأنها جهاز إعلامي يقوم على خدمة المجتمع المحلي، وتثبّت برامجها من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمع متجانس من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والاجتماعية، فهي تتفاعل مع المجتمع، تأخذ منه وتعطيه، تقدم له الخدمات التي هو بحاجة إليها، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي².

¹ إبراهيم إمام. الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الهناء للطباعة، القاهرة، 1979، ص256

² عبد المجيد شكري. الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، مرجع سبق ذكره، ص107.

ويعرفها الباحث "كلود كولين Claude Colline" في كتابه "Les ondes de choc" على أن هذا المفهوم يحدد الإذاعة حسب مساحة البث ويناقض هذا إذاعة وطنية أو إذاعة جهوية، إنه يفسرها بما يراها نقيضا¹.

كما أن الإذاعات المحلية هي التي ترتبط بالمحافظاتية، وتحمل اسم الإقليمية، ويرتبط هذا المصطلح بالتقسيم الإداري، فهي تعبر عن تبعيتها لهذا التقسيم، فهذه الإذاعات تخاطب جماهير تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذا الإقليم والأقاليم الأخرى حاجز أو أكثر من حاجز: اللغة، الدين، أو الحواجز العرقية مثل الجنس واللون والحواجز الجغرافية².

وقد أصبح مفهوم المحلية من خلال العولمة واقعا آخر أشمل وأرحب لا علاقة له بالتضاريس ولا بالطبيعة، لقد أصبح المفهوم مقترنا بثقافة مجتمع بأسره، ولا يدرك جوهره إلا في وجود حدود ثقافية معينة، فالمحلية بعد ثقافي متزامن مع أبعاد أخرى والعلاقة بين الأبعاد ليست علاقة إخاء وتجاوز وإنما هي علاقة مؤسسة على صراع تأكيد الذات³.

ويرى ليبريرو "Librero" أن الإذاعة هي الاستخدام النظامي للإذاعة بهدف خدمة الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية محددة بدقة، وهذا يعني الإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة لأناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير⁴.

¹ Claude Collin. Les ondes de choc, déclara édition temps de lutte, paris, 1981

² عبد المجيد شكري. الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص13.

³ عبد الله الحيدري. الإعلام المحلي في الإذاعات العربية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، ع2، 1998، ص124.

⁴ Felix Librero. Community Radio, An alternative for broadcasting, Media Asia, vol,20,No.4, Asian mass communication research and information center, Singapore,1993, p218

إن مفهوم الإذاعة المحلية تبعا لمفهوم المجتمع المحلي هي عبارة عن "جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا"¹، أي أن الإذاعة المحلية وسيلة تستخدم لخدمة المواطن داخل المجتمع، وتلبية حاجاته المختلفة، وإن كان واجبها عموما هو الإعلام والتثقيف والترفيه، فإن عليها التزام خاص يربطها بنوعية الحياة في المجتمع المحلي"².

3. الإعلام الجوّاري في الجزائر:

إن التوجه نحو المركزية في الإعلام الذي تبنته الجزائر منذ الاستقلال لم يستطع أن يقضي على الضغط الملحوظ في الإنتاج والتوزيع العادل للمادة الإعلامية والثقافية في مختلف مناطق التراب الوطني.

هذه الحقيقة التي تعكس إحدى نقائص بحوث الإعلام من جراء عدم اهتمامها بالإعلام الجهوي، فالمجموعة القليلة من البحوث التي عالجت الصحف الجهوية قد تناولتها من خلال قضية مركزية³، ولقد حرص الإعلام الجزائري منذ نهاية التسعينيات على أن يضع ضمن إستراتيجيته إنشاء أكبر عدد ممكن من الإذاعات المحلية المختلفة.

وإذا تتبعنا مسيرة الإعلام المحلي بعد الاستقلال نجدها لا تختلف كثيرا عن واقع الإعلام الوطني آنذاك، حيث تميز الإعلام المحلي بضعفه الشديد وتمركزه في أيدي القطاع العام، فاقصر في مجال الصحافة المكتوبة على جريدتي الجمهورية بوهران عام 1963م والنصر بقسنطينة عام 1964م، إلا أن الجريدتين تحولتا بعد فترة قصيرة من ظهورهما إلى صحيفتين وطنيتين، كما ظهرت كذلك العديد من النشريات الشهرية في مختلف ولايات الوطن، اهتمت بشؤون الولاية والبلديات التابعة لها. فلا يمكن لنا اعتبار

¹ عبد الحميد شكري. تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، 1996، ص 10.

² المرجع نفسه، ص ص 13-14.

³ نصر الدين لعياضي. مؤشرات البحث العلمي الإعلامي، مرجع سابق، ص 66.

هذه النشريات صحفا إقليمية ومحلية بأتم معنى الكلمة لأنها تعتبر مجرد ناطق رسمي للحزب وللإدارة المحلية في الولاية التي توجد بها لا غير¹.

أما في قطاع السمعى البصري فنجد أن الإعلام الإقليمي قد اقتصر على المحطات الجهوية الأربع التي كانت موجودة على مستوى ولايات (بشار، قسنطينة، وهران، ورقلة) وهي تعتبر مجرد مصادر إعلامية للإذاعة المركزية في تجميع الأخبار بهذه الولايات.

فالإعلام المحلي والإقليمي في فترة الحزب الواحد لم يكن يعكس حقيقة الطابع المحلي والإقليمي في مضمونه وشكله وكان يعبر عن رأي واحد ووحيد، فلم تكن الصحف الإقليمية والمحطات الإذاعية الإقليمية موجهة لخدمة المجتمعات المحلية التي تخاطبها، بتقديم إعلام محلي يعبر عن احتياجات البيئة المحلية وينقل واقعها الحقيقي للمسؤولين المحليين².

كانت أحداث أكتوبر 1988، والمصادقة على دستور فيفري 1989 الذي تبنى التعددية الحزبية، دور حاسم في تزايد عدد الصحف، وفي تعدد أنماط ملكيتها القانونية، فبعد أن كان إصدار الصحيفة حكرا على الدولة وحزب جبهة التحرير الوطني، ظهرت صحف تابعة للجمعيات السياسية، وأخرى تابعة للقطاع الخاص الوطني.

وكان الاعتقاد السائد أن الحركة الجديدة التي عرفها قطاع الإعلام والاتصال في الجزائر ستؤدي إلى ميلاد إعلام جهوي ومحلي قوي، لكن بعد سنوات قلائل زال هذا الاعتقاد، فالمحطات التلفزيونية والإذاعية الجهوية بقيت على ما كانت عليه رغم ازدياد حجم بثها في شبكة البرامج الوطنية. وتجارب الصحافة المحلية أو الجهوية التي أصدرتها الدولة أو القطاع الخاص سرعان ما انطفأت، وحتى إقامة شبكة من المحطات الإذاعية لم

¹ أنظر: الطاهر بن خرف الله. واقع الصحافة الإقليمية في الجزائر، مرجع سبق ذكره.

² مهدي زعموم. مفهوم الصحافة الإقليمية وخصائصها وأنواعها، العدد 18، المجلة الجزائرية للاتصال، 2004، الجزائر، ص151.

تؤد إلى إحداث ديناميكية في الإعلام المحلي أو في تقديم تصور شامل لماهية الإعلام المحلي وفق السياق الجزائري.

وهناك مجموعة من الأسباب التي كانت وراء النقص في الإعلام المحلي في الجزائر، من بينها أن الهاجس الأساسي للثورة الجزائرية هو بناء الدولة الجزائرية القوية التي تجسد الوحدة الوطنية التي تعرضت لامتحان صعب في السنوات الأولى للاستقلال، ونتاج هذا ظهرت حساسية مفرطة إزاء كل ما هو محلي على الصعيد الثقافي والإعلامي، وباتت كل دعوة للاهتمام به مشبوهة، حيث برز الاعتقاد لدى الفاعلين في الأجهزة الرسمية للدولة أنه يمكن أن يحمل بذور الانقسام وبالتالي يهدد الوحدة الوطنية.

فالدولة الجزائرية أصدرت على أنقاض الصحافة الكولونالية التي كانت قائمة في الجزائر وفق منطق الجهوية في الصدور والتوزيع، صحافة ذات طابع وطني: le people في الجزائر العاصمة الذي حل محله El moudjahid في جوان 1965 والجمهورية في وهران، والنصر في قسنطينة. والطابع الوطني لهذين الجريدتين يتجسد في المحتوى، رغم أن توزيعهما ظل محدودا في جهة الصدور، ولم تختلف الصحفتان الصادرتان في الشرق والغرب عن صحيفة El moudjahid أو الشعب المركزيتين كما تؤكد الدراسات، ولا يظهر عنصر المحلي فيهما إلا من خلال الأخبار التي تسمى جهوية ومحلية، وهي في الحقيقة صورة مصغرة عن الإعلام المركزي الذي يهتم بنشاط السادة رئيس الجمهورية، رئيس الحكومة والوزراء، بينما يهتم الإعلام المحلي لنشاطات السيد الوالي، والسيد رئيس الدائرة ورئيس البلدية، بمعنى أن الإعلام المحلي كما المركزي لم يتخلص من الطابع الرسمي البروتوكولي.

ويذهب بعض الباحثين إلى القول إن الجزائر لم تعرف في السابق تجربة الإعلام المحلي يمكن أن تتكئ عليها أي ممارسة في الحاضر أو المستقبل¹. فبعض الولاية أصدرت مجلات ذات طابع إشهاري تمدح وتنثي على تحركاتهم اليومية.

إن تجربة التعددية السياسية في الجزائر بتعثراتها لم تكن لتسهل العلاقة بين الصحافة والحكومات المتعاقبة، بل عرفت لحظات من التصعيد كان لها الدور الكبير في إغلاق بعض الصحف ومصادرتها، وفي تعزيز التخوف والحذر من الصحافة المستقلة، فأمام تناقص الصحف المحلية سعت الحكومات المتعاقبة أو من يمثلها على الصعيد المحلي (الولايات) لإصدار أو بث الحياة في بعض المجلات الشهرية التي تعد خير شاهد على الإعلام المؤسساتي الذي لا يبخل بمدحه لوالي الولاية وللسلطة الوصية.

4. الإذاعة المحلية في الجزائر:

إن الحديث عن الإذاعة المحلية في الجزائر يقودنا إلى الحديث عن ظروف التطور الإعلامي المعاصر سواء في العالم أو الجزائر بفضل التكنولوجيات والظروف المتغيرة، فقد كان الإعلام القديم كله محليا، لأن شبكة المواصلات لم تكن متطورة بالقدر الذي يمكننا من الوصول إلى مناطق عديدة في ظرف قياسي، وبالتالي والتطور الذي عرفه الراديو كوسيلة إعلام أصبح الإعلام على المستوى الدولي حقيقة ملموسة، وفي ظل هذا التطور الإعلامي برزت الحاجة الماسة إلى الصحافة المحلية وبالأخص الإذاعة المحلية نتيجة الدور الذي تؤديه في المجتمع.

وإذا كان معجم المصطلحات الإعلامية يؤكد أن مصطلح "محلي" يعني الإذاعة التي تختص بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة، وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية والإقليمية أو المنطقة التي تغطيها، فتعتني بأخبارها وفنونها المحلية، والقضايا التي تعنيها

¹ نصر الدين لعياضي. إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص49.

وتعمل على تنميتها". فقد استعمل مصطلح المحلي أو الجهوي في الجزائر ليدل على معنى واحد، وهي الإذاعة التي تخص بتغطية ولاية واحدة أو عدة ولايات.

والإذاعة المحلية أو الجهوية هي إذاعة عمومية ذات برامج عامة، تهتم بكل ما يهم الحيز الجغرافي الذي يمس به تلك الإذاعة في جميع نواحي الحياة التي يعيشها مواطنو ذلك الحيز.

1.4 لمحة تاريخية عن نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر:

1.1.4 نشأة الإذاعة المحلية:

تعتبر بريطانيا هي الدولة السبّاقة إلى إنشاء إذاعات محلية، فقد بدأت في 08 نوفمبر 1976 بإذاعة "ليستر" المحلية، ثم تضاعف عدد المحطات باشتغال التنافس بين مدن عدة في أوروبا الغربية لاسيما في إيطاليا، وقد فاق أربعة آلاف محطة في الولايات المتحدة الأمريكية، كما انتشرت بشكل واسع بعدها في العديد من الدول الأوروبية مثل بريطانيا، السويد، فرنسا، ألمانيا، إندونيسيا، الهند، ويرجع البعض فكرة الإذاعات المحلية في نشأتها إلى مبادرات من الكنيسة.

أما أول من اهتم بشكل جدي بالإذاعات المحلية في الوطن العربي هو الإعلامي الكبير "يحي أبو بكر" حيث واكب هذا الموضوع الحيوي طيلة ثلاثين عاما، وبفضل تخصصه في مختلف مجالات الاتصال قام بتجربة ذاتية ذات دورين، لا يمكن أن ينفصلا عن بعضهما هما دور الإذاعة ودور القارئ والمستمع والمشاهد، ورغم الفوارق بين الأربعينيات والخمسينيات ثم الثمانينيات، فقد ظل مخلصا للإذاعة¹.

¹ سلامي اسعيداني. مدخل إلى الإذاعات المحلية في العالم وقضايا المجتمع. ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2016،

وفي أوائل الخمسينيات شارك في تجربة مصرية-أمريكية حول تقديم الأخبار من أول إذاعة محلية هي إذاعة الإسكندرية التي بدأت البث عام 1954م، حيث قارن في نفس الفترة كيف تعمل إذاعة محلية أمريكية وهي إحدى إذاعات مدينة برمينغهام وبين المجتمع الذي تعمل في دائرته التي كانت تهتم بقضايا الزراعة والصناعة، كما أتيح له أن يعقد من جديد مقارنة على أسس اتصالية واقتصادية واجتماعية بين الفكر العربي في مصر إزاء وظيفة الإذاعة المحلية، وبين الفكر الأمريكي بعد التطورات التي مر بها نتيجة لاستماعه للإذاعات المحلية منذ أكثر من نصف قرن، حيث كان النموذج العربي مشروع إذاعة محلية في قرى مصر، بينما كان النموذج الأمريكي إلى إذاعة محلية في مدينة برستون بولاية نيوجرسي، كما قام أيضا بمقارنة مصرية باسم ركن الريف وإذاعة فتوية متخصصة قرب مدينة شيكاغو اسمها إذاعة الفلاحين¹.

والإذاعات المحلية الإقليمية في العالم العربي تتخذ وضعاً متميزاً في المغرب العربي خاصة في المملكة المغربية، تونس، إلى جانب دول عربية أخرى وهي مصر، سوريا والعراق، كما أن العديد من الدول الأفريقية يبرز فيها دور مثل تلك الإذاعات، لأنها عامل من عوامل تثبيت اللهجات واللغات المحلية المختلفة، والتي يطالب سكانها بإذاعات خاصة بهم.

وقد استفادت الإذاعة المسموعة من التطورات التكنولوجية التي شهدتها نهايات القرن العشرين، واستطاعت أن تتغلب على منافسة الوسائل الأخرى وخاصة التلفزيون لها². وبات للإذاعات المحلية العربية والإقليمية في العالم العربي وضعاً متميزاً وخصوصاً في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب..) حيث ينتشر هناك ما يطلق عليه بالإذاعات الجهوية، فيما تنتشر في بقية البلدان العربية بمسمى الإذاعات المحلية كما هو

¹ يحي أبو بكر. الإذاعات المحلية، مجلة بحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، 1984، ص35

² سوزان يوسف القليني. تكنولوجيا الاتصال والإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص103.

الوضع في مصر، سورية، العراق، اليمن، ليبيا، السعودية وبقية دول الخليج العربي، والصومال والسودان وغيرها¹.

2.1.4 نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر:

تعتبر الإذاعة في الجزائر منذ ظهورها على يد المستوطنين الخواص سنة 1924 وسيلة اتصال بين المحتل الفرنسي والمستوطنين الأجانب، واستخدمها المستعمر لتفكيك بنيات المجتمع الجزائري ونشر القيم التي أتى من أجل غرسها في الشعب الجزائري، ورغم استعماله للغته واللغة العربية والأمازيغية إلا أنه لم يستطع بلوغ هدفه، فقد عمد لاستخدام هذه الوسيلة إبان اندلاع الثورة التحريرية من أجل تضليل الرأي العام، في الوقت الذي لجأ فيه الجزائريون إلى الإذاعات العربية لمتابعة ما يجري داخل بلدهم، قبل أن تلد الإذاعة السرية للثورة "صوت الجزائر الحرة" من الحدود المغربية لنقل أخبار الثورة التحريرية ومواقف الدول العربية منها.

وعند الاستقلال في 5 جويلية 1962 تم مباشرة استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون، وتوظيف الكفاءات الجزائرية التي عادت من الدول العربية، لتتطلق الإذاعة الجزائرية للبث بثلاث لغات (العربية، الفرنسية، الأمازيغية) وبنفس التجهيزات التي تركها المستعمر. وقامت بعدها السلطات المعنية بإنشاء إذاعات إقليمية في النواحي الأربع من الوطن بهدف الوصول إلى أكبر شريحة من شرائح المجتمع الجزائري من أجل توعيتهم بتحديات تلك الحقبة من الزمن.

وظلت السلطة منذ الاستقلال وإلى غاية نهاية الثمانينيات تتواصل مع المواطنين عبر الإذاعة المركزية وبعض الإذاعات الإقليمية، إلى غاية نهاية فترة الحزب الواحد وبداية التعددية الحزبية التي فرضت على السلطة البحث عن قنوات أخرى للتواصل مع الشعب،

¹ عبد المجيد شكري. الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص112.

وشرعت بشكل جدي في التفكير بإنشاء إذاعات محلية تصل من خلالها لجميع شرائح المجتمع وتحقق انشغالاته واحتياجاته.

يقر قانون الإعلام الصادر في أبريل سنة 1990م بحق الملكية الخاصة للمحطات الإذاعية والتلفزيونية، لكنه لم يحدد الشروط والواجبات والصيغ التي يمكن أن توجد بها هذه المحطات، كما فعلت جل التشريعات العالمية في المجال السمعي البصري، وقامت السلطات العمومية بتوزيع أمواج البث الإذاعي، لتشريع بعد أقل من سنة من صدور القانون المذكور سابقا حوالي ست محطات جهوية في البث.

ويُعتقد أن الغاية الأولى من إنشاء هذه الإذاعات "المحلية" هو معالجة نقائص الإذاعة المركزية، وتزويد المواطنين في المناطق النائية والمحاذية لجيران الجزائر من الصوت الإذاعي، كما يوحي بذلك أحد المديرين العاملين السابقين للإذاعة الوطنية المخطط لانطلاق هذه الإذاعات¹.

لكن انطلاق الإذاعات المحلية في الجزائر كانت بشكل متسرع، ولم تسند بدراسة وافية وناضجة على صعيد إمكانيات البث والمحتوى، فهذه الإذاعات شرعت في البث بدون أي نص قانوني بل بمجرد تعليمة من المديرية العامة للإذاعة المركزية، فعمال هذه الإذاعات (المحلية) تابعون إداريا ومهنيا للإذاعة الوطنية ينشطون بفضل ميزانيتها². تخضع برامجها للموافقة المسبقة من الإذاعة الوطنية وتبث أخبارا وطنية، ومفهوم المحلية هنا يتوقف عند مكان البث والانتقاط وفي بعض البرامج الثقافية والريبورتاجات القليلة. ويمكن الإشارة هنا إلى أن العديد من المسؤولين والولاة يتنافسون على إنشاء الإذاعات

¹ نصر الدين لعياضي. مرجع سبق ذكره، ص 52.

² محمد شلوش. مدير بالإذاعة الجزائرية ومهتم بالإعلام المحلي. مقابلة أجراها الباحث يوم 15. 03. 2014 في مقر الإذاعة بشارع الشهداء عند الساعة الثالثة زوالا.

المحلية، من أجل الترويج لنشاطاتهم¹، وليس من جانبها الوظيفي في إقامة الاتصال والتواصل بين أفراد المنطقة وبين أصحاب القرار السياسي والإداري والاقتصادي والثقافي على المستوى المحلي.

فبالرغم من أهمية الإعلام الوطني المركزي والحاجة الماسة إليه إلا أن الساحة المحلية تبقى هي الأخرى بحاجة إلى إعلام مرئي مسموع ذي خطاب محلي بالنظر للعديد من المبررات:

- عجز البث المركزي في إيصال إرساله إلى كافة أرجاء الوطن، والحاجة الملحة للمعلومات التي يتطلبها المجتمع المحلي فيما يخص اهتماماته وحقه في الحصول على المعلومة، وإيصال انشغالاته إلى السلطة.
- التطورات التي يشهدها المجتمع المحلي في مجال الاستثمار وتنشيط السياحة الداخلية وبرامج التوظيف التي تتطلب مراقبة إعلامية مجاورة.
- الدور الذي يؤديه الإعلام المحلي في مساعدة أصحاب القرار على الصعيد المحلي في أداء مهامهم والترويج للسياسة التنموية المحلية.
- دور الإعلام المحلي في تنشيط الاقتصاد المحلي وحاجة رجال المال والأعمال في توظيفه لتسويق منتجاتهم للمواطنين المستهلكين.
- العمل على نشر الثقافة المحلية في الإقليم أو المنطقة التي تخدمها الوسيلة المحلية، وإتاحة الفرصة لأصحاب الأفكار المبدعة والمواهب للظهور وإثبات الذات.

¹ صالح سعيود. مدير أخبار ب مديرية تنسيقية الإذاعات المحلية. مقابلة أجراها الباحث يوم 14 فيفري 2016 بمقر مديرية التنسيقية بالعاصمة عند الساعة العاشرة صباحا.

• وقوف الإذاعة المحلية في وجه الغزو الذي يشكّله الإعلام الغربي، وبالتالي مسايرة التطورات التي يشهدها الإعلام السمعي على مستوى العالم، رغم ما يتطلب ذلك من إمكانيات كبيرة لمسايرة السيل الجارف من القنوات الفضائية.

ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية محدودة الانتشار، كانت موجهة ومسخرة لخدمة الخطاب السياسي الاستعماري فقط، حيث يقول فرانس فانون: "هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض والنفور من قبل الشعب الجزائري، لأنها لم تكن تعبر عن آرائه وتطلعاته وطموحاته في التحرر والعيش الكريم، بل أنها تحمل أفكارا وهموما لتهديم أصالة ودين هذا الشعب، وكل ما هو مرتبط بهويته الثقافية".

وكان على الجزائر بعد الاستقلال أن تواجه هذا التفكير وترفع التحدي الإعلامي والتقني لإسماع صوت الجزائر، ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، بما يخدم التراث والثقافة التي تعبر عن الامتداد التاريخي لهذا الشعب، وذلك بإنشاء العديد من الإذاعات المحلية في جميع مناطق القطر الجزائري.

ظهرت الإذاعة المحلية في الجزائر متأخرة، مقارنة مع باقي الدول العربية، فلم تنشأ إلا بعد التعددية السياسية والإعلامية، وذلك بسبب جملة من العوائق السياسية والقانونية المفروضة قبل تلك الفترة، وقد تم إصدار أول قانون للإعلام في الجزائر في 06 فيفري 1982 وورد في مادته الأولى: "الإعلام هو قطاع من قطاعات السياسة الوطنية، وهو ترجمة لمطامح الجماهير الشعبية، يعمل على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية"¹، ولم يتم التعديل إلا في قانون الإعلام 1990، حيث نصت المادة 13 على أن "تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قنواتها المتخصصة ببث الثقافات الشعبية، والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ

¹ الجريدة الرسمية: العدد 06، قانون رقم 82-10، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق لـ 06 فيفري 1982، قانون الإعلام.

الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري، وتحديد كفاءات تطبيق هذا الإجراء عن طريق التنظيم".

كانت الإذاعة في الجزائر خلال مرحلة حكم الحزب الواحد، الوسيلة الجماهيرية الكبرى التي يتم التواصل بها مع الشعب، عبر المساحات الشاسعة للأراضي الجزائرية، غير أن الانفتاح في مجال الصحافة المكتوبة الذي جاء به قانون 07/90، والأزمة التي عاشتها الجزائر في بداية التسعينيات، دفعت بالسلطات العمومية إلى التفكير في إنشاء إذاعة محلية للتواصل مع المواطنين في غياب قنوات أخرى، بهدف تحقيق مشاريع التنمية وتطبيق برامجها في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وكذلك بغية ضمان التغطية الإذاعية في كافة أرجاء الوطن.

فقد تم إنشاء الإذاعات المحلية الأولى وعددها خمس (5) إذاعات في سنة 1991، على أساس معايير تخص اللامركزية أكثر مما تتعلق بما يسمى بالإذاعات الجهوية، ونظرا لعدد الطلبات الكبيرة الواردة من الولايات، شرعت الوزارة في إعداد خريطة إذاعية وهذا بمشاركة مؤسستي الإذاعة والبرق الإذاعي والتلفزيوني الجزائري، وقد تم على إثر اجتماعين لمجلس الوزراء في سنتي 1994 و1995، تحديد خريطة إذاعية تضم 22 محطة إذاعية عرفت فيما بعد تطورا¹.

يعوز البعض البدايات الأولى لظهور الإذاعة المحلية في الجزائر إلى الراحل الطاهر وطار بالدرجة الأولى²، ولم يكن مشروع دولة في البداية، وذلك حرصا منه على الحفاظ على القيم المشتركة للأمة، وذوقها السليم ورأيها العام الصائب، لتظهر في عام واحد أربع إذاعات محلية، وإذاعة متخصصة أو موضوعاتية واحدة، هي إذاعة القرآن الكريم، وكان

¹ الاتصال، العصرية أولا.. الاحترافية دائما، كتاب صادر عن كتابة الدولة لدى الوزير الأول المكلفة بالاتصال، الجزائر، 2009، ص 25.

² خليفة بن قارة. الإذاعة "كما رأيتها وأراها"، ط1، منشورات السانحي، الجزائر، 2013، ص 87.

ذلك عام 1991، ولو أن الإذاعات الإقليمية سبقت هذا التاريخ باعتبارها ظهرت في 1975 بمحطتين في كل من قسنطينة ووهران، ثم تلتها محطتا ورقلة وبشار عام 1988 وإن كان ذلك دون سند قانوني.

وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 103/91 المؤرخ في العشرين من شهر أبريل 1991 الأسس والمبادئ التي يجب على الإذاعة أن تقوم عليها حتى تكون وسيلة حوار وتنمية. والإذاعات الأولى هي:

1. إذاعة الساور (بشار): شرعت في البث في 20 أبريل 1991 على الموجة المتوسطة بتردد 576 كيلو هرتز، ويوجد بها جهاز إرسال بقوة 400 وات، وتغطي مساحة تمتد إلى 300 كلم وتغطي فعليا ولاية بشار، كما يصل بثها إلى ولايات أدرار، تندوف، النعامة، وجنوب المغرب، وتستعمل اللغة العربية الفصحى بنسبة 40% في تقديم برامجها، يعمل بها 52 موظفا، من بينهم 59,62 صحفيون، ونسبة 03,85% مخرجون، وتوظف 9 متعاونين بنسبة 17,31% و 8 مراسلين بنسبة 15,38% من مجموع العاملين¹.

2. إذاعة متيجة (الجزائر): انطلقت في البث في 08 ماي 1991 بتغطية إذاعية لكل من ولايات: الجزائر، البليدة، بومرداس، تيبازة، تبث برامجها على الموجة المتوسطة بتردد 1422 كيلو هرتز، ويؤمن هذا البث جهاز إرسال بقوة 10 كيلو وات، وتبث لفترة 4 ساعات في اليوم فقط، وتتقاسم بثها مع إذاعات أخرى (الإذاعة الثقافية، إذاعة القرآن الكريم، إذاعة جامعة التكوين المتواصل)، ويبلغ

¹ مسعودة جودي. تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، الإذاعات المحلية نموذجا، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، الجزائر، 2003، ص 99.

- عدد العاملين بها 43 موظفاً، بينهم 13 صحفياً بنسبة 30,23% و 5 منظمين بنسبة 11,63% أما المخرجون فيمثلون ما نسبته 9,30%¹.
3. إذاعة الواحات (ورقلة): شرعت في بث برامجها في 9 ماي 1991 وشملت تغطيتها كلا من حاسي مسعود، تقرت، إليزي، الوادي، المنيع، عين أمناس، والجزء الجنوبي لولاية غرداية. تبث برامجها لمدة 8 ساعات يومياً، على الموجة المتوسطة بتردد 1098 كيلو هرتز لعاصمة الولاية و 1017 كيلو هرتز لمنطقة تقرت، وبتردد 1026 كيلو هرتز لمنطقة حاسي مسعود، ويصل بثها أكثر من 2000 كم في جميع الاتجاهات، تتوفر على نسبة 80% من الخبرة المحلية في مجال البرمجة، ونسبة 20% هندسياً، تصل نسبة برامجها المباشرة إلى 40% وتستخدم اللغة العربية في تقديم هذه البرامج بنسبة 90%، يعمل بهذه المحطة 65 موظفاً، من بينهم 6 صحافيين بنسبة 9,23% و 6 منشطين بنسبة 9,23% ومخرجين 3,7% ويصل عدد المراسلين بها إلى 10 مراسلين (15,38%) يبلغ عدد المتعاونين بنسبة 12,31%.
4. إذاعة القرآن الكريم: انطلقت برامجها الدينية في 12 جويلية 1991، وكان يفترض أن تكون مسموعة في معظم جهات الوطن، مما جعل البعض يتهم الراحل الطاهر وطار بـ "تقوية التطرف" غير أن الوقائع فيما بعد أثبتت غير ذلك.
5. إذاعة السهوب (الأغواط): أرسلت برامجها الأولى في 5 نوفمبر 1991 بتغطية شملت كلا من ولايات: الأغواط، الجلفة، تيارت، بسكرة، الوادي، ورقلة، وأجزاء أخرى من ولاية البيض. تبث على الموجة المتوسطة بتردد 1161 كيلو هيرتز بجهاز إرسال قوته 5 كيلو وات، ويصل إرسالها 170 كم، تصل نسبة البرامج المباشرة بها إلى 70% وتستخدم إلى جانب اللغة العربية الفصحى 50% في

¹ المرجع السابق. ص 100.

تقديم برامجها اللهجة المحلية (تارقية) بنسبة 30 % ويعمل بها 44 موظفا، من بينهم 3 صحفيين بنسبة 6,82% و 4 مذيعين 9,10% ومخرجين 4,55% ويبلغ عدد المتعاونين 15 بنسبة 34,9 % أما عدد المراسلين فيبلغ 5 مراسلين 11,36¹%.

6. إذاعة الهضاب (ولاية سطيف): تأسست بتاريخ 10 أكتوبر 1992م، تبث على الموجة ذات التعديل الترددي (FM10003) بواسطة جهاز إرسال بقوة 100 واط، نظريا تغطي شعاع 50 كلم في كل الاتجاهات، وفعليا يصل بثها إلى ولاية البرج غربا، عين جاسر جنوبا، وشلغوم العيد شرقا، تتوفر فيها الخبرة المحلية الجزائرية بنسبة 100% وتصل نسبة برامجها المباشرة إلى 60%، تستخدم في تقديمها اللغة العربية الفصحى والدارجة على السواء 50%، بها 45 موظفا، يمثل الصحفيون نسبة 30,70% منهم، والمنشطون نسبة 11,11%، والمخرجون نسبة 1,8%، كما يعمل بها 10 مراسلين بنسبة 18,52 في المائة².

شرعت الإذاعات الأولى التي ظهرت في الجزائر كلها بتجهيزات قديمة، تم جلبها من مختلف استوديوهات الإذاعة الوطنية، يتم تسجيل المواد الإخبارية الإذاعية قبل بثها إلى المستمع، في انتظار الحصول على موافقة وزارة المالية فيما يخص قبول مقترح صفقة شراء الأجهزة التقنية اللازمة، بعد اقتناعها بضرورة فتح إذاعات محلية أو جهوية في العديد من مناطق الوطن، التي يفتقد فيها المواطن لحقه في الإعلام، في وقت حولت فيه تكنولوجيا الاتصال العالم إلى قرية.

¹ مسعودة جودي. المرجع السابق، ص 100.

² المرجع نفسه، ص 101.

وعقب ثلاث سنوات من ظهور الإذاعات المحلية، قدمت الإذاعة مشروعاً إلى رئيس الحكومة يتضمن مقترحاً بإنشاء مجموعة من الإذاعات المحلية على مختلف حدود الجزائر.

وخلال اجتماع خاص للحكومة عقد في 1994 بحضور بعض إدارات المؤسسة الإذاعية يرأسهم المدير العام لمين بشيشي، دافعت الإذاعة عن مشروعها الهادف إلى تأمين سكان الحدود إعلامياً، بعد عمليات الاستهداف من قبل الإذاعات الأجنبية لاسيما في تلك الفترة الحساسة التي كانت تعيشها الجزائر¹.

وسبق إنشاء المحطات المحلية الهياكل المديرية لها، فكان إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية، ومهمتها تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها في سبتمبر 1993، في حين أن عدد المحطات في هذا التاريخ كان 5 محطات، وإطلاقها السريع والمفاجئ كان يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الإذاعة المحلية².

وكان يجب انتظار أكتوبر 1994، ليقدم لرئاسة الحكومة أول برنامج حقيقي لإنشاء المحطات المحلية، وفيه أعطيت الأولوية للمناطق الحدودية، وكانت أماكن إنشاء هذه المحطات حسب ظروف الكثافة السكانية والخصوصية المحلية والظروف التقنية للإذاعة الوطنية في مناطق عجزها³.

¹ محمد شلوش. مدير بالإذاعة الجزائرية ومهتم بالإعلام المحلي. مقابلة أجراها الباحث يوم 15. 03. 2014 في مقر الإذاعة بشارع الشهداء عند الساعة الثالثة زوالاً.

² صالح سعيود. مدير أخبار بمديرية تنسيقية الإذاعات المحلية، مقابلة أجراها الباحث يوم 29 مارس 2016، بمقر المديرية بالجزائر العاصمة عند الساعة العاشرة صباحاً.

³ Ministre de la Communication. La radio algérienne, direction de développement des radios locales, doc n°1. Avril 1995, p2.

2.4 تكاليف وأعباء إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر:

بعد تقديم أول برنامج لإنشاء المحطات الإذاعية المحلية في 1994، وافقت الحكومة على المشروع وباشرت الإذاعة في تنفيذه، في وقت بدأت فيه بعض الولايات في السعي لإنشاء إذاعة على ترابها الإقليمي، بتجهيز مقراتها وتركيب الأجهزة التقنية اللازمة تمهيدا للانطلاق العملي للإذاعة، وقد وجدت بعض الإذاعات عراقيل من قبل الولاية¹، الذين عارضوا الفكرة بالنظر للدور الرقابي الذي تؤديه هذه الوسيلة على سير مختلف النشاطات في الولاية، والفترة الصعبة التي كانت تمر بها البلاد في تلك الحقبة لاسيما من الجانب الأمني، بالإضافة إلى عدم الإلمام بالدور الذي يؤديه الإعلام الجوّاري في التنمية المحلية وتقريب الإدارة من المواطن.

والمتمثل في عملية إنشاء وتطور الإذاعات المحلية في الجزائر لا يعثر على برنامج محدد وواضح، بحيث تميزت كل فترة بظهور عدد معين من الإذاعات، ففي العقد الأول مثلا (1991-2001) ظهرت 21 إذاعة محلية بالرغم من أن هناك بعض الأعوام لم تنشأ فيها إذاعات على الإطلاق مثل سنتي 93 و 94 بسبب الأزمة الأمنية التي عاشتها البلاد.

وفي العقد الموالي (2001-2012) نجد تراجعا في بعض الأعوام وتصاعدا في أخرى فمثلا في سنة 2008 فقط أنجزت تسع إذاعات كاملة وهو ما يعكس غياب سياسة وتخطيط واضح في إنشاء هذه الإذاعات والهدف من ظهورها.

وفيما يلي جدول يوضح عدد ظهور الإذاعات في كل سنة منذ 1991 حتى 2012:

¹ خليفة بن قارة. المرجع السابق، ص 89

السنة	العدد
1991	4
1992	3
1994	1
1995	4
1996	2
1997	2
1998	1
1999	2
2001	1
2002	1
2003	5
2004	3
2005	1
2006	2
2007	1
2008	9
2010	2
2011	3
2012	1
المجموع	48

جدول رقم (02) يوضح عدد ظهور الإذاعات في كل سنة منذ 1991 حتى 2012

إن عملية إنشاء الإذاعات كانت تسير بوتيرة بطيئة إلى غاية إقرار الرئيس عبد العزيز بوتفليقة الذي كان يسعى إلى نيل عهدة ثانية، إقامة إذاعة في كل ولاية كمشروع من

مشاريعه المطروحة¹، قبل أن يشرع في التنفيذ مع توليه منصب الرئاسة من جديد، حيث تم تقسيم الأعباء على ثلاث مراحل:

- تقوم الولاية بتهيئة المقر أو إنجازها طبقا لاحتياجات الإذاعة من الناحية التقنية.
- تقوم مؤسسة الإذاعة باقتناء الأجهزة التقنية اللازمة، واختيار فريق العمل بعد إجراء مسابقة لأصحاب المؤهلات في المجال.
- تلتزم مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي بتوفير أجهزة البث اللازمة.

في البداية أطلق على بعض الإذاعات الجهوية الأولى تسميات تاريخية، تحمل دلالات حضارية مرتبطة بمنطقة معينة يعيش فيها أكثر من عنصر بشري، بمزيج من الثقافات والمدن العديدة التي قد تنتمي إلى أكثر من ولاية، مما جعل الإذاعة تحمل عامل تجانس آخر، زاد في روابط سكان المدن التي تنتمي إلى ذلك الحيز الجغرافي الحضاري.

ولم يتم المطالبة بإقامة إذاعة خاصة في المدينة التي ليس بها راديو، إلا عندما تم التخلي عن تلك التسميات، واستبدالها باسم المدينة التي تقع الإذاعة على ترابها، الخطوة التي أثارت حفيظة سكان بعض المدن في الولاية الواحدة وأيقظت الخلافات القديمة بينهم حول مسائل التنمية والتقسيم الإداري وغيرها.

ولإشارة هنا أن تغيير التسميات جاء بسبب اجتهاد المسؤولين الجدد ورغبتهم في التغيير، ولم يكن وفق دراسة اتصالية اجتماعية، قامت بها المراكز أو الهيئات المؤهلة التابعة للدولة².

¹ صالح سعيود. مدير أخبار بمديرية تنسيقية الإذاعات المحلية. مقابلة أجراها الباحث يوم 12 أبريل 2016، بمقر المديرية بالجزائر العاصمة.

² خليفة بن قارة. المرجع السابق، ص93.

وتقدم الإذاعات المحلية برامج مكونة أساسا من المحاور الآتية: البرامج الإعلامية، البرامج الثقافية، البرامج الاجتماعية والتربوية والدينية والبرامج الترفيهية والخدمات.

تلتزم هذه المحطات في برمجتها بدفتر شروط الخدمة العمومية بانسجام مع الخط العام للمؤسسة، ويراعي برنامج كل محطة:

- النسيج الاجتماعي والثقافي الذي يميز المنطقة.
- طبيعة النشاط السائد في المنطقة.
- الموقع الجغرافي.

3.4 تأسيس الإذاعات المحلية الجزائرية ولغة بثها *1:

1.3.4 تاريخ تأسيس الإذاعات المحلية:

تأخذ كل إذاعة محلية أو جهوية اسم المدينة التي يقع فيها مقرها، وإن كانت الإذاعات الأولى تسمى باسم المنطقة أو الجهة التي تجمع أكثر من مدينة أو أزيد على ولاية، لكن كما تم التطرق إليه سابقا تواريخ بداية الإرسال البرامجي عبر الأثير تختلف من إذاعة إلى أخرى، وقد استعملت بعض الإذاعات في إرسالها اليومي اللغة الأمازيغية إضافة إلى العربية:

رقم	الإذاعات المحلية	تاريخ بداية الإرسال	الإذاعات الناطقة بالأمازيغية
01	بشار/الساورة	1991 04 20	
02	ورقلة/الواحات	1991 05 09	+++++++
03	الأغواط/السهبوب	1991 11 05	
04	متيجة/المتيجة	1991 05 08	أنهت برامجها مع افتتاح إذاعة البليدة

*وثيقة تم الحصول عليها من التنسيق الوطنية للإذاعة الجزائرية.

الفصل الرابع: الإعلام الجوي والإذاعات الجوية في الجزائر

+++++++	1992 04 16	تمنراست/الأهقار	05
	1992 10 07	تلمسان	06
+++++++	1992 10 10	سطيف/الهضاب	07
+++++++	1992 10 01	البهجة	08
	1995 01 26	وهران/الباهية	09
	1995 02 02	قسنطينة/سيرتا	10
+++++++	1995 04 04	تبسة	11
+++++++	1996 08 04	أدرار / توات	12
+++++++	1996 08 19	بجاية/الصومام	13
	1996 11 21	الوادي/سوف	14
	1997 01 13	عنابة/البوني	15
+++++++	1997 01 27	إيليزي	16
+++++++	1998 10 25	تيارت/تيهرت	17
+++++++	1998 12 18	باتنة/الأوراس	18
+++++++	1999 03 12	تندوف	19
	1999 04 24	النعامة	20
	1999 07 30	بسكرة/الزيبان	21
+++++++	2001 02 24	غرداية	22
	2003 07 27	معسكر/بني شقران	23
	2003 09 08	البيض	24
	2003 10 07	المسيلة/الحضنة	25
	2003 11 15	سكيكدة	26
+++++++	2004 11 26	الشلف	27
	2004 02 10	مستغانم/الظهرة	28
	2004 02 17	سيدي بلعباس	29

30	سوق أهراس/أهراس	2005 02 23	
31	غليزان	2006 02 05	
32	جيجل	2006 11 01	
33	الجلفة	2006 09 09	
34	سعيدة	2008 02 24	
35	أم البواقي	2008 03 19	+++++++
36	عين تيموشنت	2008 03 26	
37	برج بوعريج/البيان	2008 04 23	+++++++
38	تيسمسيلت	2008 04 26	+++++++
39	عين الدفلى	2008 05 05	
40	خنشلة	2008 12 25	+++++++
41	قالمة	2008 12 27	
42	البويرة	2008 12 29	+++++++
43	ميلة	2009 03 09	
44	تيزازة	2009 07 01	+++++++
45	المدية/ التيطري	2010 03 22	
46	الطارف	2010 06 30	
47	البليدة	2011 07 05	
48	تيزي وزو	2011 11 01	+++++++
49	بومرداس	2012 08 05	+++++++

جدول رقم (03) يوضح تواريخ إنشاء الإذاعات المحلية واللغة الناطقة بها

2.3.4 أوقات البث ولغة الإذاعة المحلية الجزائرية:

في البداية كانت أوقات بث البرنامج المحلي ومدته مختلفة من إذاعة إلى أخرى، وتتغير بتغير المسؤولين على المستويين المركزي والمحلي، ثم شهدت بعد ذلك توحيدا في

بداية البث واستقرارا في مدة البرنامج المختلفة من إذاعة إلى أخرى، وهذا التغيير لم يأت نتيجة دراسة علمية ميدانية، وإنما وفقا لرؤية المسؤول الأول على المستوى المركزي الذي يملك زمام تسيير الإذاعات الجهوية¹.

فهناك 40 إذاعة تبث 13 ساعة و 05 دقائق يوميا من الساعة 06.55 إلى الساعة 20.00 بحجم ساعي للبث يقدر بـ 523 ساعة و 20 دقيقة.

وهناك 06 إذاعات تبث 24 ساعة يوميا وهي إذاعات: البهجة (العاصمة)، تمنراست، إليزي، أدرار، تيزي وزو ووهران بحجم ساعي يقدر بـ 144 ساعة.

وتعمل إذاعتان بحجم ساعي يومي يقدر بـ 18 ساعة لكل إذاعة من 05.55 سا إلى 00.00 سا، وهما إذاعتا بجاية وسطيف بحجم ساعي للإذاعتين يقدر بـ 36 ساعة و 10 دقائق يوميا.

ويقدر الحجم الساعي للبث في مجموع الإذاعات المحلية الـ 48 بـ 704 ساعة و 05 دقائق يوميا².

بالنسبة للغة وفي ظل تعدد اللهجات وغياب قاموس إذاعي يسهل عملية الاستعمال السلس والتواصل الأمثل بين المستمع والمذيع، اجتهدت الإدارة المركزية، فأقرت استعمال اللهجات المحلية التي تقع في نطاق نسيج سكاني متقارب التجانس اللساني مع اللهجة العربية الدارجة، على اعتبار أن تلك اللهجات (الشاوية، القبائلية، الميزابية، الترقية، الحَذِيَّة، الشنوية، الزناتية، الشلحية، الورقلية) تعتبر روافد للغة الأمازيغية اللغة الوطنية الثانية للجزائريين.

¹ خليفة بن قارة. المرجع السابق، ص 97.

² معلومات ولحسابات رسمية تم الحصول عليها من وثيقة لتنسيقية الإذاعات المحلية الكائن مقرها بالعاصمة.

وتستخدم 25 إذاعة محلية اللغة الأمازيغية إلى جانب اللغة العربية وهي: البويرة، بجاية، تيزي وزو، غرداية، تمنراست، إليزي، باتنة، خنشلة، أدرار، ورقلة، تندوف، الشلف، عين الدفلى، تيبازة، أم البواقي، سطيف، برج بوعريريج، تيسمسيلت، بسكرة، تبسة، سوق اهراس، بومرداس، النعامة، البيض، البهجة (العاصمة).

تخاطب الإذاعة المحلية شريحة كبيرة من أفراد المجتمع المحلي، متباينة في السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية، كما يتجسد هذا التباين أيضا في المستوى الثقافي والتعليمي والاتجاهات المختلفة، ولن يكون لمخاطبة جمهور المستمعين المستهدف صدق وفاعلية إلا إذا كان هذا الخطاب يوظف لغة يفهمها الجمهور، وجمهور الإذاعة قد يتسع حتى يشمل الآلاف والملايين، وقد يضيق حتى ينحصر في مجموعة من الأفراد¹.

والجماهير التي تخاطبها الإذاعة المحلية تملك روابط ومصالح وذوقا مشتركا، فالإذاعة المحلية كوسيلة إعلام عند النظر إليها يجب أن تكون نظرة غير معزولة عن الواقع الاجتماعي والثقافي الذي تعمل فيه، لأن النظر إلى وسائل الإعلام وحدها أو من زاوية العملية الإعلامية معزولة عن الواقع الثقافي والاجتماعي لا يمكن أن يؤدي إلا إلى طريق مسدود².

إن مراعاة طبيعة الجمهور والفهم الدقيق له يشكل الأساس الأول في عملية الإعلام الإذاعي المحلي، وهي عملية صعبة نوعا ما، فقد يكون الفرد الذي تخاطبه الإذاعة شيئا آخر غير الجمهور الذي ينتمي إليه هذا الفرد، كما أن الرأي العام الذي يوجه إليه الإعلام المحلي الإخباري قد لا يكون رأيا عاما واحدا، بل العديد من الآراء العامة، بالإضافة إلى

¹ فوزية فاهم. جمهور الإذاعة، مقال منشور بمجلة الفن الإذاعي، العدد 76، جويلية 1977، القاهرة، ص3.

² W. Schramm, Mass Media and National Development, Unesco, Stanford University press, 1964, p191.

أن الخصائص التي تعد خصائص عامة للجمهور المخاطب قد لا تكون في الواقع عامة على النحو الذي يتخيله رجل الإعلام المحلي.

ومهمة الإذاعة المحلية هنا هي القيام بدور الوسيط لإيصال الفكرة المراد تمريرها، وحتى تصل يتطلب ذلك من رجال الإعلام في الإذاعة المحلية أن يراعوا خصائص وسمات المستمعين ويتم مخاطبتهم بما يتفق وتقاليدهم ورغباتهم، فكل فرد من أفراد المجتمع المحلي ينتظر من وسائل الإعلام ومن بينها الإذاعة المحلية أن تتحدث معه لا أن تتحدث إليه.

ويقتضي من رجال الإعلام في الإذاعة المحلية عند مخاطبة الجمهور مراعاة الأسلوب المناسب الذي يعتمد على الجمل البسيطة واللغة السلسة، ولا نعني بالسلاسة الأسلوب الآلي الرتيب، وإنما استخدام عدد قليل من الألفاظ لتمرير كم كبير من الرسائل، مع الأخذ بعين الاعتبار الوضوح والبساطة والتأثير.

إن للإذاعة لغتها الخاصة، التي لها أثرها في الارتفاع بالمستوى اللغوي بين كافة طبقات الجماهير التي تخاطبها، ولعل الأثر الأكبر هو زيادة الثروة اللغوية، وتوحيد نطق المفردات وتعزيز اللهجات والتقريب فيما بينها، حتى خلقت مثلما أسماها البعض ما يعرف بالفصحى المبسطة محل العامية السائدة.

ولقد ذكر "هارولد لاسويل" عالم السياسة الأمريكي، أن الدراسة العلمية لوظيفة وتكوين وسائل الاتصال الجماهيري تهدف إلى التركيز على الإجابة على سؤال من الأسئلة التالية: من who من القائل ؟ وماذا يقول says what وبأي وسيلة in which

Channel ولمن يقول ؟ to whom والننتيجة التي يصل إليها أو بأي تأثير with what effect¹.

والمعروف أن سلاح الإذاعة هو الكلمة المسموعة لا المكتوبة، والإذاعة تساعد من خلال الكلمة المنطوقة على خلق كلمة خاصة بها ترسخ في الأذهان وتحقق ما يسمى باللهجة القومية، ولغة الإذاعة تتميز بأنها مقبولة ومفهومة، بسيطة وغير متكلفة، والكاتب الإذاعي الناجح لا يكفي أن يكون كاتباً ناجحاً، فعناصر البلاغة ومحسنات الأسلوب في الكتابة للإذاعة أبعد ما تكون عن أسلوب الإذاعة الذي يمتاز بالبساطة والدقة والوضوح.

3.3.4 هياكل وأقسام الإذاعة المحلية الجزائرية:

تسهر الإذاعة المحلية في الجزائر من خلال العديد من أفراد أقسامها الإخبارية والتقنية على إبراز جهود الدولة الموجهة للتنمية من أجل التكفل بانشغالات المواطنين المختلفة المرتبطة بالسكن، الفلاحة، الري، الشغل، الصحة، التربية.. الخ، وتعزيز الاستقرار والسلم والمصالحة الوطنية، وتفعيل السلم الاجتماعي وتشجيعه، والمساهمة في ترقية الفعل الديمقراطي وحرية التعبير. ومن أبرز أقسام الإذاعة المحلية²:

- **قسم الأخبار:** مهامه الأساسية هي تغطية الأحداث المحلية الجوية، وإعداد الموجيز والنشرات الإخبارية المحلية، وإعداد الروبورتاجات والبرامج ذات الطابع الإخباري المحلي سياسيا واجتماعيا واقتصاديا وثقافيا ورياضيا.. الخ، إضافة إلى المساهمة في إثراء النشرات الإخبارية الوطنية.
- **قسم الإنتاج:** مهامه تركز أساسا على إنتاج البرامج الاجتماعية، الثقافية، التربوية والترفيهية ذات الطابع المحلي، والمساهمة في إثراء التراث المحلي

¹ أنظر: Harold D. Lasswell, the structure and function of Communication in society.

² منال يحيوي. رئيسة تحرير بإذاعة تلمسان. مقابلة أجراها الباحث يوم 29 أوت 2016 عند الساعة الثالثة زوالا بمقر إذاعة تلمسان الكائن بحي العربي بن مهدي، بلدية تلمسان.

والمحافظة عليه وترقيته، إضافة إلى المساهمة في ترقية ثقافة المواطن والحس المدني وترقية الذوق الفن والاجتماعي، والمساهمة في إثراء الإذاعة الوطنية.

- **القسم التقني:** يضم التقنيات والآليات والتجهيز (استوديوهات، آلات تسجيل، أجهزة كمبيوتر، الميكروفونات...) ويشرف عليها متخصصون في مجال الصيانة والمراقبة التقنية، كما يشرف على حفظ وتوثيق المادة الإخبارية، ويسهر على البث الجيد للبرامج بواسطة مجموعة من الأجهزة التقنية.
- **مصلحة الإدارة والمالية:** مهامها السهر على تطبيق اللوائح والتعليمات الإدارية والمالية والتنظيمية، وتسيير شؤون المستخدمين الإدارية والاجتماعية والمهنية، كتحديد الأجور ودفعها كل حسب المنصب الذي يشغله، والتنسيق مع المصالح الإدارية الخارجية (الضمان الاجتماعي، الطبي). كما تشرف على التسيير المالي للمحطة، بتحديد كل متطلباتها المالية وإرسالها في تقرير سنوي إلى الإذاعة المركزية، كما تشرف على الجانب الإشهاري وتتفاوض مع المؤسسات المتنوعة حول ثمن المساحة الإشهارية ومدتها الزمنية وتوقيت بثها.

ومصلحة الإدارة والمالية تكون عادة فرع تابع للقسم الإداري الذي يحتوي إلى جانب مصلحة الإدارة والمالية، المديرية وهي عبارة عن قسم تابع للإذاعة المركزية في إطار مديرية التنسيق بين الإذاعات المحلية، يشرف عليها مدير المحطة وهو الممثل الرئيس للمدير العام للإذاعة الوطنية، يقوم بتنفيذ تعليماته كما يشرف على جميع الأقسام بحيث يحرص على ضمان التنسيق فيما بينها، ويقدم النصائح والتوجيهات للفريق العامل الذي يسهر على ضمان البث الإذاعي الجيد. وهناك قسم السكريتارية الذي يشمل سكرتيرة المدير

وأخرى سكرتيرية لقسم الإدارة المالية وهي مكلفة بالربط بين الإدارة وكل الأقسام الأخرى، حيث تستقبل جميع الفاكسات والمكالمات الهاتفية التي ترد المحطة.

• قسم الاستقبال: يضم مختلف أفراد الاستقبال وأعوان الأمن.

وتستخدم الإذاعات المحلية حوالي 1290 موظفا، نصفهم إداريون والنصف الثاني صحفيون وتقنيون.

5. الإطار القانوني للإذاعات المحلية الجزائرية:

1.5 القوانين التشريعية الخاصة بالإذاعة:

تعد المرحلة التي وضعت فيها القوانين التشريعية الخاصة بالإعلام في الجزائر قصيرة، ويعتبر سن مثل هذه القوانين في مجال الإعلام صعب، بدليل أن الدول المتطورة في مجال التشريع الإعلامي، لازالت في عملية تطور دائم نظرا للتقدم السريع الذي يشهده ميدان الإعلام، والجزائر أخذت بتدابير التجربة الفرنسية، عندما اتخذ المجلس التأسيسي في 1962/12/31 بالقوانين التي كانت مطبقة في الجزائر قبل الاستقلال وعمل بها.

وتقسم المراحل التشريعية الخاصة بالإذاعة إلى:

- المرحلة الأولى: (1963-1965)

يعتبر مرسوم 01 أوت 1963 المتعلق بالبريد الإذاعي والتلفزيوني الإذاعة مؤسسة عمومية تابعة للدولة، طابعها تجاري وصناعي ومنحت لها صلاحيات الاحتكار في النشر "الراديو فوني"، حيث تنص مادته الأولى "البريد الإذاعي التلفزيوني الجزائري يوضع

تحت وصاية وزير الأنباء، وتتأسس مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بشخصية معنوية واستقلالية مالية".

- المرحلة الثانية:(1966-1974)

في سنة 1967 شرعت السلطة في الاهتمام بالتشريع الإعلامي، وقامت باستبدال النصوص الفرنسية بنصوص تشريعية جديدة، وأخذت عدة مراسيم خاصة بجميع المؤسسات الإعلامية ومنها الإذاعة والتي تم تحديد مهامها على أنها تؤدي مصلحة عمومية، وفي هذه المرحلة تحددت مهام المؤسسات الإعلامية على أنها تؤدي المصلحة العامة¹، حيث أصدرت الأمر رقم 234/67 المؤرخ في 9 نوفمبر 1967 الذي تنص مادته الأولى على أن " الإذاعة والتلفزيون مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المادي".

- المرحلة الثالثة:(1974 إلى يومنا هذا):

شعرت السلطة بضرورة توحيد النظرة في ميدان الإعلام وهذا ما حاول الدستور الوصول إليه، وكذلك المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني، وقانون الإعلام فيما بعد وقد أثبتته دستور 1976²، وتؤكد العبارة المأخوذة من الميثاق الوطني لنفس السنة والتي نصها كما يلي: "...على الصحافة والإذاعة والتلفزة ودور الطباعة والمتاحف، إلى جانب الشبكات الواسعة من المكتبات المنتشرة في البلديات والأحياء والوسائل السمعية البصرية أن تعمل على نشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجيات الجماعية مع رفع المستوى الفكري لدى المواطن"، هذه العبارة تؤكد على الدور الذي ينبغي على وسائل الإعلام أن تؤديه من أجل تنمية الفرد وتطوير الوطن وخلق ثقافة رفيعة والعمل على تنوير عقل

¹ زهير إحدادن. مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص114.

² عواطف عبد الرحمان. الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص61.

المواطن وتتميته، ولقد أكدت هذا الطرح لائحة الإعلام التي صادق عليها المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني عندما أشار إلى الإعلام على أنه عملية اتصال وتوصيل ينبغي أن يعمل على ضمان وحدة الفكر بين الجماهير الشعبية، وأن يسعى إلى تحقيق مستوى أعلى من الترابط الاجتماعي بين القمة والقاعدة وهو أداة تثقيف سياسي وتربوي¹.

وفي إطار مواصلة الاهتمام وتجسيد الخدمة العمومية صدر قانون وزاري مشترك مؤرخ في 23 ديسمبر 1978 يتضمن إنشاء لجنة لدراسة الإذاعات المدرسية والتربوية، والهدف منها حسب المادة الثانية منه رفع المستوى المدرسي والتربوي للمواطنين، وهذه اللجنة تعنى بدراسة برامج "إنتاج الحصص التي تكتسي طابعا مدرسيا وتربويا". وقد استمرت الإذاعة والتلفزيون في مؤسسة واحدة إلى غاية 1986، حيث تم الفصل بينهما في الفاتح جويلية من ذات السنة²، وفقا للمرسوم رقم 164/86 الذي تنص مادته الأولى على: "تتشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى مؤسسة الإذاعة الوطنية وتوضع تحت وصاية وزير الإعلام". وسحب المرسوم من الإذاعة الطابع الصناعي والتجاري وعوضه بـ (الطابع الاقتصادي والصبغة الاجتماعية).

وقد صدر قانون الإعلام رقم 07/90 المؤرخ في 3 أفريل 1990 ليجعل من الإذاعة الصوتية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وحددت المادة 13 منه اللغة التي تستخدم فيها، إذ "تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قنواتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية والتكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية للتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية الإسلامية في المجتمع المدني". وهذا القانون يسمح

¹ وزارة الإعلام والثقافة، الذكرى العاشرة للاستقلال، 1972، ص 265.

² عبد العالي رزاق. دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (72)، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2012، تونس، ص 40

بإنشاء إذاعات خاصة، وتفيد بعض المعلومات بأن الطلبات المقدمة لإنشاء الإذاعات المحلية كانت أكثر من 60 طلباً¹.

ويبرر إنشاء الإذاعات المحلية بالأهداف التالية:

أ. إعادة التنظيم الجدي للاتصال المؤسسي عبر لا مركزية نشاطات البث الإذاعي الوطني وجعل الإذاعة قناة للربط بين الإدارة والمواطن ومختلف الفاعلين في الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية من أجل إدراك العجز المسجل.

ب. منح النخب المحلية والمجتمع المدني وسائل المحافظة على عناصر التراث وانسجام المجموعات الثقافية واللغوية للبلاد وترقيتها وإثرائها، وهنا لم تكن فكرة إذاعة في كل ولاية مطروحة حيث تم تحديد عدد الجهات التي ستقام فيها المحطات اعتماداً على وضع خريطة مع الرجوع إلى عدة اعتبارات جيو إستراتيجية وثقافية².

ونشير بالذكر أنه هناك فراغ قانوني فيما يتعلق بالإذاعات المحلية، فبالنسبة للقوانين التي تضبط عمل الصحفيين في الإذاعة تتمثل في دفتر الشروط، وأما علاقة الإذاعة المحلية بالمركزية فهي علاقة تبعية وتعليمات وتوجيهات أو ما يسمى بانتماء الإذاعة المحلية للإذاعة المركزية³.

فلم يرد في قانون الإعلام الجزائري أي مرسوم حول الإذاعة المحلية، إلا أن النظام القانوني الذي أطر الإذاعات المحلية إلى اليوم غير متكامل ويتألف من مواد مستقاة من

¹ عبد العالي رزاق. المرجع السابق، ص 41.

² مجلة جمعية المرأة في الاتصال. الفضاء الإذاعي - حالة الإذاعة المحلية، جانفي 2006، ص 3

³ أحمد عوميري. مقابلة مع مدير تنسيقية الإذاعات المحلية أحمد عوميري يوم 23 جويلية 2017، بمقر التنسيقية بالجزائر العاصمة عند الساعة الحادية عشرة صباحاً.

عدة قوانين ومراسيم ودفاتر شروط تسير قطاع الاتصال وفيما يلي أهم المنطلقات القانونية:

-المواد 12-13 و 65 من قانون الإعلام الصادر في أبريل 1990، التي تفرض على المؤسسة العمومية ضمان بث الثقافات الشعبية عبر قنوات متخصصة.

-المرسوم 86-146 الصادر في 01 جويلية 1986 المتضمن إنشاء المؤسسة العمومية للإذاعة السمعية.

-المادة السادسة من المرسوم التنفيذي رقم 02-11 والمواد 3-10 و 12 من المرسوم التنفيذي رقم 91-103 التي تكلف المؤسسة بمهمة ترقية مختلف مظاهر الثقافة الوطنية.

-دفتر شروط المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة الصادر في 8 فيفري 2003 والذي يحدد مقاييس الإنتاج والبث التي تطبق على الإذاعات المحلية.

2.5 مرسوم الخدمة العمومية:

مرسوم تنفيذي رقم 91-102 مؤرخ في 05 شوال عام 1411هـ الموافق لـ 20 أبريل 1991م يحول المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة.

وقبل التعرض لمضمون هذا المرسوم يمكن تعريف الخدمة العمومية على أنها "أولا وأخيرا كل عمل يؤدي على نحو يحق حق المواطن في الإعلام و المشاركة فيه"¹.

شمل هذا المرسوم في بابه الأول التسمية - الهدف - المقر، ونصت المادة الأولى منه على تحويل مؤسسة الإذاعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري:

¹ المجلس الأعلى للإعلام. تصريحات، توصيات، بلاغات، استجابات، محاضرات، منشور خاص، ص71.

المادة الأولى: تحول مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة المحدثة بموجب المرسوم رقم 86-146 المؤرخ أول يوليو سنة 1986، إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، يكون مقرها في مدينة الجزائر.

وتوضع المؤسسة تحت وصاية السلطة التي يعينها رئيس الحكومة، وتتمتع المؤسسة بالشخصية المعنوية من القانون العام، وباستقلالية التسيير وتخضع لقواعد القانون العام في علاقتها مع الدولة وفق المادة الثانية والثالثة من المرسوم.

تمارس المؤسسة مهمتها كإذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر الشروط العام، وبهذه الصفة فهي تمارس أعمال تصور البرامج الإذاعية وإنتاجها و بثها في مجموع التراب الوطني ونحو الخارج، وهذا ما نصت عليه المادة الخامسة، وتتجسد أبرز مهام المؤسسة وفق المادة السادسة فيما يلي:

- ضمان التعددية وفقا للأحكام الدستورية والنصوص اللاحقة لها.
- الوفاء في حدود إمكانياتها باحتياجات التربية والترفيه والثقافة لمختلف الفئات الاجتماعية قصد إنماء معارفها وتطوير المبادرة لدى المواطنين.
- المساهمة في تنمية إنتاج الأعمال الفكرية و بثها.
- الدفاع عن اللغة الوطنية وتطويرها والنهوض بها، وتطوير الثقافة الوطنية بجميع مكوناتها، وتنوعاتها وترقيتها.
- القيام باستغلال وسائلها الإنتاجية وصيانتها وتنميتها والتكيف مع تطور التقنيات والتكنولوجيات، والمساعدة في تكوين مستخدميها وتحسين مستواهم، وتتولى المؤسسة في إطار مهمتها إنتاج برامج ذات طابع سياسي واقتصادي وثقافي،

اجتماعي وفني ورياضي والاشتراك في إنتاجها واقتنائها وتنمية الأعمال المتصلة بهدفها.

وتستفيد المؤسسة قصد بلوغ أهدافها وأداء مهامها حسب المادة التاسعة بممتلكات تخصص لها حسب القواعد المسطرة في مجال امتياز الأملاك العمومية والأملاك الخاصة.

أما الباب الثاني تضمن تنظيم المؤسسة في شكل مديريات، يدير المؤسسة مدير عام الذي يعين بمرسوم رئاسي وفقا لأحكام المادة 3 من المرسوم رقم 89-44 المؤرخ في 10 أبريل 1989. وتنتهي مهامه حسب الطريقة نفسها، ويشرف عليها مجلس إدارة يحدد صلاحيته وتشكيلته وعمله هذا المرسوم.

بحيث يسهر المدير العام وفقا للأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها على تحسين نوعية البرامج الإذاعية واحترام المقاييس المهنية وقواعد أخلاق المهنة، كما يسهر على تطبيق متطلبات دفتر الشروط، ويتولى التسيير الإداري والتقني والمالي في المؤسسة، كما يمارس السلطة السلمية على جميع مستخدمي المؤسسة، ويساعد المدير العام مديري القنوات ويقوم بتعيينهم، وتنتهي مهامهم حسب الأشكال نفسها وفقا للمادة 14 من المرسوم. يتداول مجلس الإدارة في كل مسألة تتصل بأعمال المؤسسة، و ييدي رأيه فيما يلي:

- الخطوط العريضة لبرنامج عمل المؤسسة السنوي.
- آفاق تطوير المؤسسة فيما يخص مشاريع الاستثمار وخططه وبرامجه.
- طلبات الإعانة التي تتقدم بها المؤسسة.
- يفحص التقرير السنوي لنشاط المؤسسة وحصيلتها الحسابية والمالية.

- يسهر على استقلالية الخدمة العمومية واحترام متطلبات دفتر الشروط.
 - يقترح أي إجراء يهدف إلى تحسين سير المؤسسة والمساعدة على تحقيق أهدافها.
 - يسهر على عدم تجاوز التصرف في الممتلكات التابعة لأمالك الدولة العمومية وعدم قابليتها للحجز، ويوافق على سلم الأجور في المؤسسة.
- يتكون مجلس الإدارة من ثلاثة عشر عضواً، من بينهم ثلاثة مديرين للقنوات الثلاث، الأولى، الثانية والثالثة.
- يجتمع المجلس كلما اقتضت الحاجة لذلك ويجتمع ثلاث مرات في السنة على الأقل.
- يتضمن الباب الثالث من هذا المرسوم التسيير المالي حيث تفتح السنة المالية في المؤسسة في أول يناير وتقف في 31 ديسمبر من كل سنة، تكون للمؤسسة في نشاطها حسب الحالة، محاسبة عمومية ومحاسبة تجارية. ويشمل الباب كذلك ميزانية المؤسسة:
- في باب الإيرادات يتضمن الإيرادات غير العادية التي تتمثل في الأتاوى المتأتية من الرسوم المفروضة على ممتلكات الاتصالات وخدماتها واستعمالها، ومختلف الإيرادات ذات الصلة بالأنشطة الخاصة بالمؤسسة، والقروض المبرمة في إطار التنظيم المعمول به، والهبات والوصايا.
- أما الإيرادات العادية تتضمن الإعانات المخصصة لانجاز التزامات الخدمة العمومية وغيرها الناجمة عن دفتر الشروط، والإعانات المخصصة لانجاز مخطط التنمية.
- في باب النفقات نجد نفقات التسيير ونفقات التجهيز حيث ينص المرسوم في مادته 24 على تمويل نفقات التجهيز من ميزانية الدولة في شكل مساهمة نهائية بما في ذلك الأعباء المالية، كما تقدم الحسابات التقديرية وحسابات التخصيص مصحوبة بمداولات مجلس الإدارة وتوصياته إلى السلطات المختصة للموافقة عليها، يسند مسك الكتابات

الحسابية وتداول الأموال إلى محاسب تعتمد الوزارة المكلفة وفقا للتنظيم المعمول به، يخضع مسك الكتابات الحسابية الناجمة عن مهام الخدمة العمومية والتزامات دفتر الشروط لقواعد المحاسبة العمومية وفقا للتنظيم المعمول به.

يشمل الباب الرابع المستخدمين، حيث يخصص المستخدمون المرتبطون بعمل جميع الهياكل والوسائل وتسييرها للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة وفقا للتشريع المعمول به، ويدار القانون الأساسي للمستخدمين في المؤسسة وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

وجاء في المادة 31: يلغى المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في أول يوليو سنة 1986 والمتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية فيما يخص أحكامه المخالفة لأحكام هذا المرسوم¹.

مرسوم تنفيذي رقم 91-103 مؤرخ في 5 شوال 1411 الموافق لـ 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز الأملاك الوطنية العقارية المنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالثبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.

يرسم ما يلي: يمنح امتياز للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة عن الأملاك الوطنية العقارية والمنقولة، والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالثبث الإذاعي السمعي قصد ضمان مهمة الخدمة العمومية للثبث الإذاعي السمعي على التراب الوطني ونحو الخارج.

تخضع المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة حسب ما جاء في المادة الثانية من هذا المرسوم للالتزامات الاستمرارية وتكليف الخدمة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المحددة في دفتر الشروط السنوي الذي تحدده السلطة الوصية بقرار.

¹ هذا المرسوم نشر في الجريدة الرسمية و تم المصادقة عليه من قبل رئيس الحكومة الأسبق مولود حمروش.

تسهر الدولة على توفير الوسائل الضرورية والشروط الملائمة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة لكي تقوم بالتنفيذ الفعلي للمؤسسة الموكلة إليها وذلك قصد ضمان استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي السمعى.

المرسوم يتضمن في طياته كذلك أنه يتعين على المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن تقوم بنفسها بالخدمة العمومية، وألا يعفى هذا الواجب إمكانية لجوئها تحت مسؤوليتها إلى ممولين خارجيين جزائريين كانوا أو أجانب، على أن تحتفظ المؤسسة بالتحكم الكامل في مهمتها.

3.5 دفتر الشروط:

دفتر الشروط هو وثيقة تحوزها كل مؤسسة إعلامية يتم على أساسها تحديد مضامين ومهام المؤسسة وتوجهها وإيديولوجيتها، ورسم معالمها ومعالم الموظفين بها.

يتضمن دفتر شروط الإذاعة في فصله الأول التزامات عامة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة فيما يتعلق بتصور حصصها وبرمجتها وبثها، باحترام الأحكام الدائمة المنصوص عليها في دفتر الشروط.

ينص في المادة الثانية على: تقوم المؤسسة ببث برامجها على مجموع التراب الوطني ونحو الخارج، وتتضمن المادة الثالثة ما يلي:

يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وبرمجتها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيهي على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية.

وتضمن المؤسسة التعبير التعددي في ظل احترام مبدأ المساواة في المعالجة والاستقلالية، وتوصيات المجلس الأعلى للإعلام، كما جاء في هذه الوثيقة.

كما أشار دفتر الشروط إلى: "تسهر المؤسسة على احترام الإنسان والكرامة والمساواة بين المواطنين، دون تمييز جنسي، كما تسهر على حماية الأطفال والمراهقين وتنبه المستمعين بطريقة ملائمة عندما تبرمج حصصا من شأنها أن تخذش إحساسهم، لاسيما جمهور الأطفال والمراهقين منهم"¹.

وتنص المادة السابعة من دفتر الشروط على: "تسهر المؤسسة على ترقية اللغة الوطنية على مستوى وسائل الإنتاج والبت"².

وتسهر المؤسسة على **مسايرة التقنيات الحديثة**، والقيام بأعمال البحث في مجال الإبداع الإذاعي، كما تعلن المؤسسة عن برامجها قبل بثها، ومن واجبات المؤسسة أيضا السهر على نشر الثقافة الوطنية وهذا ما نصت عليه المادة العاشرة: "يجب على المؤسسة أن تشجع على بث الثقافة الوطنية وعلى إشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها، وعلى تطويرها وترقيتها".

كما يتعين على المؤسسة أن تعرف بالتراث الثقافي والحضاري للجزائر وتطلعات شعبها عن طريق مختلف لغات البث الأجنبية.

ويتعين على المؤسسة أن تطبق أحكام المادة 13 من القانون رقم 90-07 المتعلق بالإعلام عن طريق القناة أو القنوات المتخصصة³.

يجب عليها أن تحرص على تسيير هذه الأملاك واستغلالها، مع المطالبة في الوقت نفسه بوضع تصور لهيكل وطني متخصص في حفظ الوثائق الإذاعية، وينبغي أن يتوقع انجازه في أقرب الآجال، كما يجب أن تساهم بفعالية في ذلك.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 19، 9 شوال 1411هـ، ص632.

² المرجع السابق. ص632.

³ أنظر: قانون الإعلام 1990 (المادة13). وثيقة صادرة عن لجنة الاتصال و الثقافة، مارس 1990.

وتتعرض المادتان 14 و 15 من دفتر الشروط إلى الصحفي الإذاعي في مضمونها حيث تنصان: يتعين على المؤسسة أن ترقّي تكوين موظفيها وتحسن مستواهم وتجدد معارفهم، وذلك بمفردها أو بمشاركة المؤسسات المعنية، وفي حالة التوقف عن العمل بناء على اتفاق، تقوم المؤسسة بضمان استمرارية الخدمة حسب الشروط التي يحددها التنظيم والتشريع الجاري بهما العمل.

أما الفصل الثاني من دفتر الشروط تعرض إلى الالتزامات الخاصة حيث تقول المادة 16: "مع التحفظ بالمواد من 17 إلى 21 من هذا الدفتر يمنع على المؤسسة أن تبرمج أو تبث حصصا تنتجها الأحزاب السياسية أو المنظمات النقابية أو الدينية أو المهنية، أو تنتج لحسابها، سواء أكانت بمقابل أو بدونه لفائدة المؤسسة".

تضمن المؤسسة حسب المادة 17 و 18 و 19 في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها وتبرمجها دون تحديد للمدة وبدون مقابل، كما تطبق المؤسسة حق الرد، وتنتج وتبرمج وتبث الحصص المتعلقة بالاستشارات الانتخابية التي تحدد لها حملة رسمية طبقا لأحكام المادة 59 المقطع 7 من القانون رقم 90-07 المؤرخ في 3 أفريل سنة 1990، وفي ظل احترام القواعد التي يقرها المجلس الأعلى للإعلام، و ينبغي عليها أن تبرمج وتبث المناقشات الرئيسية للمجلس الشعبي الوطني.

كما تبرمج المؤسسة حسب المادة 20 من الدفتر بث الحصص المنتظمة والمخصصة للتعبير المباشر للتشكيلات السياسية.

تبرمج المؤسسة حصصا لتعبير الجمعيات والمنظمات النقابية والمهنية، وأما الحصص ذات الطابع الديني جاءت في الشق السادس من هذا الدفتر الذي يحوي كذلك برمجة وبث لبرامج دينية عبر القنوات المختلفة للإذاعة وكذا الأخبار المتعلقة بالأحوال الجوية وفقا للمادتين 22 و 23.

تتجز المؤسسة وتبرمج وتبث وفق ما جاء في المادة 25 حصصا منتظمة تخصص للجالية الجزائرية المغتربة.

المادة 26: تحدد كفيات التعاون بين المؤسسة والوزارات أو الهيئات وذلك فيما يخص الحصص المتخصصة الموجهة لجمهور محدد.

أما الفصل الثالث يخص التزامات تتعلق ببعض البرامج مثل الأخبار والوثائق:

حيث تبرمج المؤسسة وتبث يوميا وبصفة منتظمة في كل قناة من قنواتها نشرات إخبارية، وتبرمج وتبث حصصا وثائقية حول قضايا العالم المعاصر الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتقنية، كما تبرمج وتبث مجالات أو سلسلة من الحصص المتعلقة بمختلف أوجه الحياة الثقافية، أما الفصل الرابع من دفتر الشروط يتضمن التزامات تتعلق بالإشهار وهذا ما تنص عليه المادة 36: يسمح للمؤسسة ببرمجة وبث بلاغات الإشهار التجاري للعلامات والإشهار الجماعي وذو المنفعة العامة.

6. أهمية الإذاعات المحلية ووظائفها:

1.6 أهمية الإذاعة المحلية

تؤدي الإذاعة المسموعة دورا كبيرا ومؤثرا في عملية الاتصال باعتبارها وسيلة سهلة الاستخدام، وسهلة الاقتناء نتيجة رخص أسعار الراديو فضلا عن إمكانية تنقلها مع الأشخاص والجماعات في أي مكان.

وتعتبر الإذاعة المحلية المسموعة إحدى الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية الاجتماعية حيث تهتم بنشر المعرفة ونقل المعلومات بسرعة فورية متخطية حاجز الحدود المكانية والعوائق الجغرافية وحاجز الأمية.

وتعد من أكثر الوسائل قربا من الجمهور بمفهومه التقليدي ومن ثم، فهي مرشحة للتفاعل الاجتماعي من ناحية، ومن ناحية ثانية إذا ما توفرت لها التكنولوجيا تستطيع أن تكون تفاعلية عن جدارة، ورغم تنوع الإذاعات المحلية من حيث الملكية والبنية والبرامج وطبيعة الجمهور المستهدف، فإن عنصر (المحلي) يبقى أساسيا في تشغيل الإذاعة وفي علاقتها بجمهورها وفي إعداد برامجها¹.

كما أن مهمة الإذاعة المحلية، تتركز في تقديم خدمات عديدة للمجتمع المحلي، وتحقيق رغبة الناس في المشاركة، والتعبير عن أنفسهم عن طريق ممارستهم لما يمكن أن نطلق عليه (حق الاتصال) حق كل مواطن في التعبير عن نفسه، حق كل مواطن في أن يعلم، وحقه في أن ينتقف وحقه في أن يرفه عنه، وأن تؤدي له الخدمات الإعلامية التي

¹ السعيد بومعيرة. الإذاعات المحلية من المعارضة إلى المشاركة الديمقراطية، مجلة الإذاعات العربية/ العدد (2)،

يمكن عن طريقها أن تصبح حياته أفضل وأيسر، بالإضافة إلى البرامج الخاصة بحل مشاكل الجماهير¹.

تشير أغلب الدراسات الإعلامية بأن الإذاعة المحلية تؤدي دورا بارزا في عملية التنمية المحلية من خلال مختلف البرامج، كما تسهم بشكل هام في نشر التوعية الاجتماعية كمحو الأمية، والتعليم، والصحة العامة... الخ². وأوصت نتائج تلك الدراسات الإعلامية بأنه لابد للقائمين على الإذاعات المحلية أن يهتموا برغبات واهتمامات المتلقي، لأنه هو الهدف الأساسي للعملية الإعلامية والتواصلية، وذلك بإتاحة فرص التواصل، الحوار، والمشاركة ضمن البرامج الإذاعية، إذ لا يمكن تجاهل أهمية تفعيل مشاركة المتلقي في إثراء المضامين الإذاعية، من هنا تظهر الحاجة لزيادة حجم المواضيع، والبرامج الإذاعية التي تعطي فرصة للجمهور للمشاركة والتعبير عن وجهة نظره، لاسيما البرامج الحوارية، والبرامج المباشرة... الخ³.

والإعلام المحلي وفقا لتعريف (ايف دو لاهاي De la haye Yves) حدث في مكان ما، أو إنه خاص بهذا المكان أو بإحدى شخصياته، فيقال عنه أنه إعلام محلي ويدرك ثقافيا ونفسيا أنه كذلك، ثم يقال عنه أنه محلي لأنه يستقبل محليا، وتترتب عنه نتائج محلية، كما أنه لا يهم سوى سكان هذا المكان⁴.

¹ عبد المجيد شكري. التخطيط الإعلامي أسسه-نظرياته- تطبيقاته، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص 160.

² خالد زعموم، السعيد بومعيزة. التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، مجلة إذاعات الدول العربية، العدد 61، تونس، 2007، ص25.

³ خالد زعموم، السعيد بومعيزة. المرجع نفسه، ص80

⁴ نصر الدين لعياضي. إشكالية المحلي في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15، جانفي-جوان، 1997، ص37.

إن وظيفة وسائل الاتصال المحلي تعدت البعد الاتصالي لتشمل علاقات الأفراد بعضهم ببعض وركزت على نوعية العلاقات الإنسانية وعلى التبادل الذي يحدث في مسار الاتصال وفي تجسيده، وأصبحت وسائل الاتصال تتعدى الطابع الجغرافي البحت، وتتجاوز طبيعة المحتوى الذي يتطلب أن يكون محليا، ليمس هذه الخصوصية التي رغم وضوحها يصعب المسك بها، من جهة، ويسعى من جهة ثانية للطعن في بعض مؤسسات الاتصال القائمة، من خلال اقتراح أشكال ومؤسسات اتصال مكمل أو بديلة ومغايرة¹.

إن الإعلام المحلي يتجه إلى الفرد المعروف مسبقا بلامحه الاجتماعية والثقافية والنفسية وبهواجسه وانشغالاته.

فالمجموعات المحلية أصبحت تبحث باستمرار عن ما يقربها أكثر من مواطنيها، ويخرجها من قوقعة العلاقات الإدارية والإشهارية التي تطبع سياستها الإدارية فتبنت الاتصال عن قرب والذي يمكن أن يتجسد من خلال أشكال متعددة من الإعلام المحلي².

2.6 وظائف الإذاعة المحلية:

إن الإذاعة وبالنظر لما تقدمه من الكم الهائل للمعلومات وما تتيحه من فرص الاستماع إلى مختلف آراء أفراد المجتمع المحلي، خلقت لنفسها حيزا كبيرا وسط هذا المجتمع، وأصبحت شريكا دائما له، فالإذاعة المحلية قناة مزدوجة يستمتع فيها المسؤول لانشغالات المواطن، حتى يرسم مخططات التنمية وفق متطلبات هذا المواطن، ويستخدمها المواطن كوسيلة لإيصال رسائله إلى المسؤول.

¹ صالح محمد حميد. دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 91.

² نصر الدين لعياضي. مرجع سبق ذكره، ص 42

ويمكن أن نشير هنا إلى العديد من المهام والوظائف للإذاعة المحلية التي تتمثل في:

- **الوظيفة الإعلامية:** إعلام المواطن بالأخبار المحلية في كل المجالات التي تعنيه، وإتاحة المجال للرأي والرأي الآخر، لخلق ثقافة استماع الفرد للآخر، والمساهمة في الفعل الديمقراطي وحرية التعبير من خلال النقل الأمين لأراء المواطنين.
- **الوظيفة الثقافية:** تلبية حاجيات المواطن الثقافية المتزايدة مع الحفاظ على مقومات وحدته، ونشر الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على الثقافة المحلية، بالإضافة إلى توعية المواطن بنبذ ومحاربة العادات والظواهر السيئة التي من شأنها تهديد هوية ومبادئ مجتمعه الصغير، وإبراز الموروث الثقافي، والترويج والتعريف بمختلف المعالم الأثرية والسياحية التي تزخر بها كل منطقة، والتعريف بعادات سكان المنطقة وتقاليدهم، وتشجيع المواهب وإبرازها في مجالات الإبداع المختلفة العلمية، الثقافية، التربوية، الفنية، الرياضية.¹
- **وظيفة اجتماعية:** المشاركة في تهيئة المكاسب الاجتماعية، وتفعيل الانسجام الاجتماعي وتشجيعه، ومحاولة صقل الهوية المشتركة التي تدعم التضامن والتكافل الاجتماعيين.
- **وظيفة تنموية:** تشجيع المواطن على المشاركة في تنمية مجتمعه المحلي، وإبراز خصوصية المنطقة وتوعية المواطن بالحفاظ عليها، وتساهم في القضاء على العزلة.

¹ أحمد شرمطي. الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2010، ص147.

- **تقريب المواطن من الإدارة:** تساعد المواطن على طرح ومناقشة المشاكل المحلية مع المعنيين بالأمر دون إهمال الحلول لها، وتشجيع المبادرات والانجازات الفردية والجماعية ومتابعة مسارها وتطورها.
- **وظيفة ترفيهية:** تساعد الإذاعة على الترفيه والتنفيس العاطفي من خلال برامجها المتنوعة.

7. خصائص ومميزات الإذاعة المحلية:

تتميز الإذاعة المحلية بعدة خصائص التي ينبغي مراعاتها عند التخطيط الإعلامي ومخاطبة الجمهور، والتي من المفروض أن تتحدث معه بلغة قريبة منه-الجمهور المحلي- ودائرة مستمعها تزداد اتساعا يوما تلو آخر لذا يفترض تصويب البرامج بزيادة ساعات البث الإرسالي لمعالجة قضايا المحليات والنشاط التنموي المحلي ودور المواطن في المشاركة الشعبية¹. وأيضا الكشف عن مكامن القصور والفساد في أداء أجهزة السلطة المحلية، مع الاهتمام بقضايا الفئات الاجتماعية من فلاحين، وريبات بيوت، ومتقاعدين، والتركيز على ترسيخ دعائم الوحدة الوطنية ونهج التعددية السياسية، وإلقاء الضوء على المشروعات التنموية التي يشهدها الوطن، والاهتمام بتربية النشء، وإبراز المواهب الشابة².

والإذاعات المحلية تعبر عن واقع المجتمع المحلي، ينبغي لها أن تكون على اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي، وهي وسيلة توفيق بين متطلبات جماهير المواطنين وبين الإدارة المحلية³.

ونحاول أن نبرز أهم خصائصها فيما يلي:

¹ صالح محمد حميد. مرجع سبق ذكره، ص 92.

² المرجع نفسه، ص 92.

³ عبد المجيد شكري. الإذاعات المحلية لغة العصر، مرجع سبق ذكره، ص 35

• **تعد مصدرا رئيسا للأخبار:** فمهما كانت الظروف السياسية والاجتماعية التي تعمل في ظلها الإذاعة، فإنها -أي الإذاعة- تعتبر المصدر الرئيس والأول للأخبار، من خلالها يستقي الناس أخبارهم اليومية خاصة في الدول التي تنفشي فيها الأمية، أو تلك التي تقل فيها عدد الصحف أو الدول التي تصبح فيها الصحف تحت سيطرة حكومية، فالإذاعة المحلية هي المصدر الوحيد تقريبا للأخبار عند الملايين¹.

• **خصائص تقنية تكنولوجية:**

تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والجماعات والمناطق، فبفضل التكنولوجيا الحديثة يتغلب الإرسال الإذاعي على الحواجز الطبيعية (كالجبال والأنهار والبحار والمحيطات والصحاري..) وغير الطبيعية المصطنعة (كسوء العلاقات السياسية بين الدول وقلة المواصلات، وكل الطرق التي تمنع من استقبال الإرسال الإذاعي)².

• **الفورية والسرعة:** تعد من بين أسرع وسائل الاتصال الجماهيري مقارنة بالصحف والتلفزيون، فالإذاعة تتفرد بالسبق وأولوية النشر، والمعروف أن الأثر الأول للخبر أو للرأي لا يحى بسهولة ولا يمكن معارضته كما يقول "جوبلز": إن من يقول الكلمة الأولى على حق دائما.

• استخدام المؤثرات الصوتية للتعبير عن المكان والزمان والحركة وتنقسم المؤثرات إلى نوعين:

¹ Hohenberg John. The Professional Journalist, 4th Edition, Holt Rinehart Winston, N.Y. 1978, P268.

² فضيل دليو. مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ص 136، 137.

أ- المؤثرات الطبيعية الحية: مثل سهيل الخيل، خير المياه، الرعد، أمواج البحر..

ب- المؤثرات المصطنعة: فمثلا للتعبير عن الزمان نستعمل صوت صياح الديك.

• خصائص مادية:

- الانتشار والإتاحة: فأجهزة الراديو أصبحت رخيصة الثمن وفي متناول أي أسرة تقريبا ما ساهم في انتشارها، فلقد كان عام 1969 حوالي 653 مليون جهاز راديو لاستقبال البرامج الإذاعية، وتشير آخر التقديرات إلى أن عدد الأجهزة أصبح يقدر بالملايير.

• خصائص اجتماعية وبشرية:

إن نجاح التخطيط الإعلامي مرتبط أساسا بمراعاة عدة ظروف خاصة بالمجتمع المحلي، وهي ما يطلق عليها سمات أو مميزات المجتمع المحلي والتي تختلف من مجتمع إلى آخر ومن منطقة محلية إلى أخرى¹. فهناك علاقة جدلية بين التغير الاجتماعي ووسائل الاتصال ومن بين هذه الخصائص:

- تزايد الاستماع للراديو الذي بات سلوكا للفرد بغض النظر عن النوع والجنس والسن أو الحالة الاجتماعية.

- تعمل الإذاعة على رسم الإطار النفسي للمستمعين، فالبرامج الصباحية تهيئ الناس لليقظة والعمل والتفائل، بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه والإمتاع التي تخلق جوا يساعد على الاسترخاء والاستسلام للنوم.

- لا يحتاج الاستماع للراديو إلى معرفة القراءة والكتابة مما يجعله وسيلة ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية.

¹ محمد منير حجاب. الإعلام والتنمية الشاملة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص105.

- عملية الاستماع للراديو لا تحتاج إلى جهد عضلي أو عصبي ولا يحول بين المستمع وأداء عمله، لكن ما يأخذ على عملية الاستماع في هذه الحالة أنها عرضية وبأذن واحدة.
- يوفر الراديو للمستمع الإحساس بالألفة حيث يحس بأنه عضو في جمهور كبير، كما يحفز الأفراد ويصبح بمثابة الصديق والرفيق الدائم المطيع يتحدث ويصمت متى تشاء¹. كما تخاطب الإذاعة جمهورها بالعديد من الأنواع والأشكال الصحفية مثل الأخبار والتمثيلية والريبورتاج والتقارير إلى جانب توظيف الأغاني، واستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية التي تهيئ المستمع لاستقبال الرسائل الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الأفكار والاقتراع بها، والاتصال عبر الراديو يساهم في إشباع حاجيات الأفراد التي قسمها "ماسلو" إلى خمس صور وأشكال متتابعة نردها فيما يلي:
 - أ. الحاجات الفزيولوجية.
 - ب. الحاجة إلى الأمان.
 - ت. الحاجة لاحترام النفس، وتحقيق الذات.
 - ث. الحاجات الاجتماعية للانتماء حيث يميل الفرد إلى التعامل والاندماج مع الآخرين بما يضمن له حياة اجتماعية تولد لديه الشعور بالانتماء².
- **المنافسة:** فالراديو أصبح يعمل في بيئة تنافسية، البقاء فيها للأصلح، ولا تقتصر المنافسة على ما بين تلك القنوات بعضها وبعض، وإنما اتسعت لتشمل أيضا المنافسة بين تلك القنوات ووسائل الإنترنت، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات راديو وتلفزيون الإنترنت. هذه المنافسة فرضت الاهتمام بجودة البرامج

¹ عاطف عدلي محمد. الاتصال والرأي العام، الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 148-161 .

² محمد عمر طنوبي. نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع، مصر، 2001، 339.

والمواد المختلفة بما في ذلك الإخبارية منها، وأُتيحت للمشاهد والمستمع خيارات متعددة¹.

- تساهم الإذاعات الجوّارية أيضا في إحداث توازن أو توافق بين التقاليد المتأصلة للشعوب وكذا بين التحضر والتطور، إذ يمكننا معرفة الانحرافات المرتبطة بالتقاليد، لذا تسعى الإذاعة المحلية إلى تقوية العلاقات الاجتماعية، والأحكام المسبقة حول تعزيز التضامن بين الجماعات الإثنية مع التشكيك بضرورة التغيير المرتبطة بالتطور والرقى².
- من أهم المميزات التي تنفرد بها الإذاعة المحلية عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، بساطة الأسلوب واللغة، استعمال اللهجات المحلية كعامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية، وإحياء التراث المحلي، كما تتناول القضايا والمسائل التي يعاني منها المواطنون وتشغل أفكارهم من أجل معالجتها وإيجاد الحلول المناسبة، وتقديم الأخبار المحلية والوطنية والدولية.
- الإذاعة المحلية أيضا هي الأسبق في بث ونقل الأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي.

¹ عبد العزيز بركات. المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013، ص51.

² André-Jean Tudesq, Medias et Transfer de modèles, les Radios de Proximités en Afrique sub-saharienne : un modèle autochtone, p10

8. الصحفي المحلي، صفاته مؤهلاته وأسلوب عمله:

إن وصول الخبر إلى المستمع يمر عبر مسالك عديدة، تبدأ من مصدر الخبر ومكان حدوثه، ومصادر الأخبار المحلية ركيزة من ركائز الأخبار التي تمس بالدرجة الأولى المواطنين داخل حيز جغرافي معين، تربطهم اهتمامات وعلاقات مشتركة.

وقيمة الخبر المحلي ترجع إلى كفاءة الصحفي وفهمه وإدراكه لطبيعة عمله، وأساس نجاح الصحفي المحلي في عمله أن يتمتع بمجموعة من الصفات التي تؤهله لاكتشاف الأخبار أو الحصول عليها من مصادرها، والصفات والخصائص التي هي أساس نجاح الصحفي المحلي في عمله يمكن حصر بعضها فيما يلي:

- حب الاستطلاع: وهي صفة تمكن الصحفي من اكتشاف الأخبار والحصول من خلالها على الوقائع التي تكون القصة الخبرية الكاملة.
- الشخصية القوية: وهي الصفة التي تجعل من الصحفي مؤثرا في منطقة عمله، وهي التي تجعل منه شخصية مقبولة لدى الشخصيات التي تكون مصدرا هاما للأخبار، وبشخصيته القوية يستطيع أن يخلق في مصادره ذوقا إخباريا يستطيع من خلاله بلباقته وتعاونه مع هذه المصادر أن يجعل منها فرقة من المخبيرين تساعد في عمله وتمده بما يحدث من أنباء هامة.
- أن يكون ذا طبع اجتماعي: وهي صفة يتحلى بها الصحفي الذي يسعى إلى النجاح في تحقيق السبق الصحفي أو الإذاعي، فالصحفي إن لم يكن قادرا على مخالطة المجتمعات والتحدث إلى الناس فقد لا ينفع في الاتصال الشخصي والتجمعات مع أنها مصادر أخبار هامة.
- الميل إلى الترحيب بالتجارب المختلفة: وهذا الميل هو أساس ثقافته العامة، فضلا عن التجارب العامة التي يمر بها الصحفي المحلي خلال عمله هي الأداة الهامة

التي تؤهله لأن يكون على قدر من الثقافة وأن يكون ذا شغف بالسياسة والاقتصاد والاجتماع، وأن يكون قادرا على البحث ويدخل على عمله شعورا بالمسؤولية الاجتماعية. فالكتابة البارة، والاستقصاء الممتاز واكتساب الصداقات، والانتفاع من الصلات السياسية وغيرها من الصلات الاجتماعية الهامة، كل هذه تدخل في تكوين أنجح المخبين الصحفيين.

- حسن المظهر واليقظة وسرعة البديهة، لأن أهم شيئين يحتاج إليها المخبر الإذاعي هما نكاؤه ونشاطه، إضافة إلى الملاحظة الدقيقة لتفاصيل الأحداث.
- الأمانة: الأمانة في التعامل مع المصادر والأمانة في نقل أخبار هذه المصادر، ومعنى ذلك عليه ذكر الوقائع فقط وعدم استحداث تفاصيل من خياله أو استنتاجاته وألا يعتمد على الذاكرة مهما كانت قوية فالصحفي الناجح والأمين لا يكتب من الذاكرة¹، ومعنى الأمانة أيضا هو ألا يتقبل الصحفي المحلي أي هدية أو هبة أو خدمة تعد من قبيل الرشوة والتي من شأنها أن تجعله ينحرف عن طريقه المستقيم في ذكر الحقائق والأحداث، فمن غير اللائق أو لا يجوز أن ينشر أو يذيع أخبارا غير دقيقة ويمتنع عن نشر أخبار قد لا تهم الصالح العام.
- الإدراك بالسرعة في نقل الخبر: يتميز الصحفي الإذاعي عن الصحفي في الصحافة المكتوبة في إدراك عامل السرعة، فإذا كان الصحفي في الصحافة المكتوبة لديه الوقت الكافي لتجميع قصته الخبرية واستيفاء جميع جوانبها، فإن الصحفي في الإذاعة عليها أن يتابع الأخبار أولا بأول، فعامل الوقت بالنسبة له عامل حاسم يتحكم في عمله، فعليه أن يواكب الأحداث ويشير إلى وقوعها في أول نشرة بعد حصوله على الخبر.

¹ دروليم المسيري. الأخبار ومصادرها ونشرها، ط1، الأنجلو المصرية، القاهرة، 1998، ص40.

وعلى هذا الأساس هناك عدة قواعد تلزم الصحفي الإذاعي المحلي الالتزام بها

في أداء عمله ومن هذه القواعد:

- يجب على الصحفي في الإذاعة المحلية أن يكون على اتصال مستمر مع الأفراد الفاعلين في المجتمع، وأن يواكب الأحداث فور وقوعها ومتابعتها.
- على الصحفي أن يتذكر أن الأشخاص هم الذين يصنعون الأخبار لا الأشياء فلا يغفل الأشخاص المهيمنون في خبره، وأينما يحصل على الأنباء يقوم بتبليغها ويتحرى الدقة في نقلها، فلا شيء يعطي الخبر الحيوية والصدق أكثر مما يقرره شهود العيان بنفس عباراتهم.
- على الصحفي الإذاعي المحلي أن يدرس جيدا المنطقة التي يعمل بها ويحاول أن يعرف أكبر قدر ممكن من الأشخاص الذين يكونون على صلة بمجريات الأحداث وتغييرها.
- على الصحفي المحلي أن يتصرف بحكمة، إذ أن أغلبية الأيام تكون فيها عملية نقل الأخبار وجمعها عملية جادة وشاقة ومملة، وعلى قدر ما يستطيع الصحفي أن ينسى نفسه وينغمس في الخلفيات على قدر ما يستطيع الحصول على أخبار أكثر وعلى قدر ما تكون نوعية أخباره أفضل.
- على الصحفي في الإذاعة المحلية أن يمتلك أنفا خبرية، ولكي يبلغ ذلك عليه أن يتعرف على الناس والأعمال في المنطقة التي يشتغل بها وبذلك يستطيع على الفور الوقوف على الأحداث وخلفياتها والأخبار المرتبطة بها.
- على الصحفي المحلي أن يتابع الأخبار وأن يكون متوقعا ومنتظرا ومتربعا ما هو محتمل وقوعه بناء على معطيات محددة وتأثيرات متوقعة، فعليه أن يخرج ويبحث ويلتفت إلى ما حوله ويتحدث إلى الناس وينقل ما يراه ويحرص أن تكون أخباره هي الأولى عما وقع من أحداث.

- على الصحفي المحلي أن يكون حريصا، فإن الأشياء التي تقال في غير موضعها غالبا ما يمكن تصحيح وضعها ولكن ما يذاع لا يمكن الرجوع فيه لأنه ينشر ويتداول بين كافة الناس وأي تشويه للحقائق فإن ذلك سيكلفه فقدان الثقة وسط المجتمع الذي ينشط فيه.
- والصلة بين الصحفي ومصادره يجب أن تقوم على الأخلاق قبل كل شيء ومتى أحيطت بهذا السياج من الأخلاق المتين اطمأن المصدر وفتح له أبواب الحصول على الأخبار والزيادة في منسوب الثقة.

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

1. مفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي
2. مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومصادره
3. مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية وطاقم إعدادها
4. المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية ومكانة اللهجات بالمادة الإخبارية
5. أصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية

تشكل الأخبار أهمية متزايدة في القنوات الإذاعية بشكل عام والإذاعات المحلية بشكل خاص، وما ظهور القنوات المتخصصة في الأخبار، ونجاح العديد من تلك القنوات إلا تأكيد على أنها تقابل حاجات متزايدة لدى قطاعات كبيرة من الرأي العام، غير أن حاجات الجماهير ليست هي العامل الوحيد الذي يفسر أهمية الأخبار، فهناك عوامل أخرى، مثل التطور الحاصل في تكنولوجيا الإنتاج والبث، وصاحب هذا التطور مظاهر نمو وتقدم المجتمع الإنساني المحلي كما صاحبه وقوع أحداث متجددة باستمرار.

وهذا الواقع يشكل البيئة المناسبة لتزايد حاجة الإنسان إلى الأخبار، وفي الوقت نفسه يتيح فرصا هائلة لإشباع تلك الحاجة، من خلال وسائط الإعلام الجماهيرية، بما في ذلك الإذاعة المحلية، غير أن ذلك يعتمد على الكفاءة المهنية للقائمين على العمل الإخباري في تلك الوسيلة، فدون وجود الكوادر المؤهلة تأهيلا رفيعا لممارسة العمل الإخباري، يصبح هذا العمل نوعا من العبث¹.

تمثل نشرة الأخبار في الإذاعة المحلية إحدى المواد الأساسية التي تعكس هوية المؤسسة الإذاعية المحلية، باعتبارها إنتاج خاص بها، تجسد من خلاله توجهها وفلسفتها في الإعلام، كما تتميز النشرة الإخبارية بآنيته وتنوعها واستمرارها لأنها على صلة وثيقة بالأحداث والتطورات اليومية التي تمس حياة المواطن واهتماماته وانشغالاته، وهي بذلك تعكس ثقافة المجتمع المحلي وفلسفته في الحياة.

وتتضمن النشرة الإخبارية مواضيع مرتبطة باهتمامات المجتمع المحلي ومستجدات محيطه، وتشكل إحدى الوسائل الفعالة في تجسيد الرقابة الشعبية، فالنشرة الإخبارية ومختلف المواعيد الإخبارية بالإذاعة المحلية، تعتبر وسائل هامة لإطلاع المواطنين بما يجري داخل منطقتهم وداخل وطنهم والعالم المحيط بهم.

¹ عبد العزيز بركات. المادة الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013، ص 15.

1. مفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي

1.1 مفهوم المادة الإخبارية:

نقصد بالمادة الإخبارية كافة المواد والبرامج التي تتناول الأحداث على جميع المستويات، ويدخل في عداد ذلك: نشرات الأخبار، العروض الإخبارية، ومواجيز الأخبار، والندوات الإخبارية والتقارير المعنية بالأحداث المختلفة الجارية¹.

وإذا كانت المادة الإخبارية تعني كافة المواد والبرامج المعنية بالأحداث الجارية، فإن الخبر هو أساس تلك المادة. في ضوء أدبيات الاتصال الحديثة، فإن مفهوم الخبر مازال محل جدل، وهناك مئات التعاريف التي قدمها المتخصصون لهذا المفهوم، ومع التأكيد على صعوبة وضع تعريف جامع لمفهوم الخبر، وأخذا باعتبار وجود تعريف متعددة لهذا المفهوم، فإنه من منظور المادة الإخبارية في وسائل الاتصال الجماهيرية، يمكن تعريف الخبر بأنه وصف موجز ودقيق وبسيط لحدث مهم بالنسبة للجمهور، حسب رؤية القائمين على الأخبار في الوسيلة الإعلامية.

ويعرف الخبر على أنه حدث يؤثر في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أو يغيرها على نحو معين، والخبر هو معلومة عن حدث جديد يؤثر في حياة عدد كبير من الناس، ويقدم بطريقة مفهومة لديهم، والخبر المقصود هنا هو الخبر المسموع الذي يحرر في النشرات الإخبارية ويبث عبر الإذاعة².

ويتضمن الخطاب الإخباري على العموم نشرات الأخبار والتحقيقات الميدانية (Enquêtes) والمراسلات والريبورتاجات، وكل أصناف التغطية الإعلامية، وتستند

¹ عبد العزيز بركات. المرجع السابق، ص ص 21-22.

² إبراهيم إمام. الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 13.

القنوات الإذاعية المحلية في تقديم الخبر إلى مصادرها المتمثلة أساسا في صحفييها وبعض مراسليها المنتشرين في المواقع الميدانية المزمع تغطيتها إعلاميا بالمنطقة التي تعمل بها، والشخصيات المختصة في الموضوع المطروح أو المعنية بالحدث أو تعتمد على وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفزيون والصحافة المكتوبة ووكالات الأنباء إضافة إلى الإنترنت.

2.1 أهمية المادة الإخبارية:

إذا كان الخبر هو أساس المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية، فإن أهمية تلك المادة تتضح ليس فقط من منظور دلالتها لوظائف الاتصال في النظام الاجتماعي، ولكن أيضا من خلال دلالتها للفرد والمجتمع من خلال مجموعة من الوظائف تتمثل في:

أ - الإعلام أو الإخبار: وهو جمع ومعالجة ونشر الأخبار وما يرتبط بها من أجل فهم الظروف الشخصية والقومية والدولية والتصرف تجاهها، فالمادة الإخبارية تتناول أهم الأحداث في المجتمع المحلي، ومن خلال ذلك تتاح للأفراد والجماعات معرفة لا بأس بها بشأن الظروف المحلية، بحيث يمكنهم تكوين آراء ومواقف معينة بشأن تلك الظروف.

ب- التنشئة الاجتماعية: ويقصد بها نقل التراث الثقافي للمنطقة من جيل إلى جيل، وتوفير رصيد مشترك من المعرفة، من خلال ما تتضمنه تلك المادة من معلومات وأفكار تقدم إلى الآلاف من الناس في وقت واحد عن الأحداث المختلفة، الأمر الذي يتيح لهم فرصة المشاركة الفعالة في القضايا العامة وهو ما يسهم في زيادة فرص الترابط الاجتماعي.

ت - خلق الدافع: تساهم المادة الإخبارية في خلق الدافع لدى الأفراد من خلال تناولها السياسات والمشاريع التنموية بالمنطقة، وكذلك الجهود الجماعية والنماذج الفردية في الإنجاز، سواء على المستوى الرسمي أو الشعبي.

ث - الحوار والنقاش: ويقصد به هنا إتاحة الفرصة للمشاركة الشعبية على أوسع نطاق ممكن، وكذلك إتاحة الفرصة للحوار والنقاش وتبادل الأفكار والآراء حول المسائل والقضايا المحلية، وإبراز نواحي الاتفاق والاختلاف، الأمر الذي يجسد حق التعبير لمختلف الآراء والقوى الفاعلة للوصول إلى الجماهير.

ج - وظيفة التعليم: تساهم المادة الإخبارية في نشر الأخبار المتعلقة بالأنشطة التعليمية، وتعريف الأفراد والجماعات بالفرص المتاحة في مجال التعليم، وكذلك من خلال البرامج الإخبارية التي تناقش قضايا التعليم ومشكلاته وسبل تطويره. كما تزود الأفراد بمعلومات متجددة عن القضايا المختلفة داخل المجتمع المحلي.

ح - وظيفة التثقيف: فالمادة الإخبارية تساهم في هذه الوظيفة من خلال نشر الأخبار والبرامج الإخبارية المتعلقة بالأعمال والنشاطات الثقافية المختلفة، وتعريف المجتمع بالمناسبات والرموز الثقافية وتقديم أخبار المسابقات الثقافية.

خ - وظيفة الترفيه: تساهم المادة الإخبارية في ذلك من خلال الأخبار التي تتناول الطرائف والغرائب، وكذلك من خلال الأخبار التي تهدف إلى تعريف الجمهور بالخدمات الترفيهية المتاحة، وأيضا من خلال البرامج الإخبارية المعينة بأنشطة ترفيهية في مناسبات معينة¹.

¹ عبد العزيز بركات. مرجع سبق ذكره، ص ص 43-44.

3.1 أساليب تحرير الخبر الإذاعي:

يختلف تحرير الخبر الإذاعي عن تحرير الخبر في الصحافة المكتوبة، ويمكن أن يطلق على أسلوب الخبر الإذاعي أسلوب المشافهة، وهذا الأسلوب يتميز بسهولة الألفاظ الموظفة، والجمل القصيرة، المعاني المركزة، ومحرر الأخبار الإذاعية لا يقصد التأنيق في أسلوبه ولا يبحث عن البديع والبيان والسجع، في نشرة الأخبار على محررها أن يوهم المستمع أنه يستمع لصديق يروي له قصة حادث من الحوادث التي جرت هنا وهناك¹.

وتوجد بعض القواعد العملية التي تحكم بساطة الأسلوب في كتابة الخبر الإذاعي أبرزها بساطة الجملة، بساطة الفقرة، وذلك باستخدام الألفاظ المألوفة التي تملك معنى واحد فقط، وتجنب استخدام الأرقام، فالمستمع لا يحتمل الاستماع إلى الأرقام وتفاصيل الأرقام في الأخبار، فالمحرر في الأخبار الإذاعية كثيرا ما يلجأ إلى محاولة تجسيم الخبر عن طريق المقارنة، مما يعطي للمستمع فرصة للفهم أكثر.

وتركيب الجملة في الخبر الإذاعي، هو استخدام الجمل الفعلية بدلا من الاسمية، والأخبار في الإذاعة تعتمد على الجمل القصيرة، مع مراعاة التفاوت بين الطول والقصر في صياغة الجمل.

والخبر في حد ذاته، ألفاظه يجب أن تكون لها معنى، وقوية وواضحة، وترتيب الكلمات فيه يجب أن تكون لها روابط، وأسلوب الخبر الإذاعي يستلزم استخدام صيغة المبني للمعلوم بدلا من المبني للمجهول، وصيغة المخاطب أقوى في الخبر الإذاعي من صيغة الغائب، كما أن الخبر الإذاعي يتميز بأسلوب صيغة الفعل المضارع لأنه أقوى من الفعل

¹ يوسف مرزوق. المدخل إلى حرفة الفن الإذاعي، الأنجلو المصرية، القاهرة، القاهرة، 1975، ص71.

الماضي والمستقبل، فالزمن الحاضر أنسب زمن للإذاعة، وتتميز الإذاعة في أسلوب تحرير الخبر ببعض القواعد من حيث لغة الكتابة ومن هذه القواعد¹:

أولاً: إثارة الجمل القصيرة على الفقرات الطويلة، بحيث لا تزيد الجملة عن قدر معين من الكلمات بأي حال من الأحوال.

ثانياً: إثارة الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة حتى تضمن الإذاعة انتباه مستمعيها.

ثالثاً: الحرص على استعمال الألفاظ المألوفة للمستمع، وتجنب الألفاظ غير المألوفة.

رابعاً: الحرص على استعمال الأفعال المجردة، وتفضيلها على الأفعال المزينة أو المبالغ فيها وفي اشتقاقها على صورة من الصور.

خامساً: اصطناع الألفاظ والتراكيب التي يألفها المستمعون، والتي يشعرون من خلالها بنوع من الإيناس.

سادساً: استعمال الفعل المبني للمعلوم وتجنب استعمال البني للمجهول.

سابعاً: لا يجوز للمحرر في الأخبار استعمال الأشعار والأمثال والحكم، والخبر الموجود في نشرة أخبار الإذاعة يجب أن يحتوي على العناصر التالية:

1- الجملة الافتتاحية: وتكون جملة إجمالية تشتمل على مضمون الخبر بشكل

كاف. The lead story

2- صلب الخبر: the body وهي القصة الإخبارية نفسها، وهذه بالطبع مطلوبة

وتفاصيلها الجديدة ضرورية ليقف المستمع من خلالها على آخر الأحداث.

¹ Hilliard L. Robert, Writing for Television and Radio, 3rd Edition, Hastings House, Publishers, New York, 1976, pp 11-13

3- الجملة الختامية the warp up وهذه الجملة الختامية تختلف في خبر ما - عنها في خبر آخر حسب أهمية الخبر نفسه¹.

ولما كانت أخبار الإذاعة تتألف من كلمات مذاعة فإنه من الضروري العناية بتحريرها، واختيار ألفاظها، وترتيب أجزائها، وحساب زمن إذاعتها، وأفضل الوسائل في تحرير الخبر الإذاعي هي ترديد كلماته في الذهن أثناء تحريره، وعلى المحرر أن يتصور روايته لشخص وهمي، ثمة تجربة بسيطة يجربها المحرر حتى يتأكد من أن الخبر قد صيغ صيغة جيدة، وبأسلوب واضح هي إعادة الخبر من الذاكرة بمجرد الانتهاء من تحريره، فإذا صادف صعوبات عند الإعادة كان ذلك دليلا على أن المستمع سيصعب عليه فهمه².

وللخبر الإذاعي أسس يعتمد عليها من مجموعها تتشكل عناصر الخبر الصحيح ويطلق عليها الشقيقات الست:

1. من who 2. متى when

3. أين where 4. ماذا what

5. لماذا why 6. كيف how

والشقيقات الست ليست هي كل شيء في الخبر، ولكنها في حقيقة الأمر المفاتيح اللازمة لفتح الأبواب المؤدية إلى الإلمام بكل التفاصيل، وليس كل خبر تتوفر فيه فورا الإجابة على كل الاستفهامات فقد يصادف المحرر حادثا ليس فيه إجابة واحدة على استفهام واحد، وعلى المحرر أن يبحث وراء الإجابات الأخرى، ودلالة هذه

¹ Dary David, Radio News Hand Book, Second Edition, Tab Book, America, 1972, pp 84-86.

² محمد إسماعيل محمد. الكلمة المذاعة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1980، ص 57.

الاستفهامات واتجاهاتها قد تتغير في الحادث الواحد، أما الاستفهام السادس (كيف ؟) فالجواب عليه تفصيل لوصف ما حدث.

وبناء على ما سبق فإن للخبر الإذاعي أسلوب ينفرد به، وهو نتيجة تطور الأخبار منذ نشأتها مع نشأة الإذاعة كوسيلة إعلامية حتى الآن، فالمحرر في أخبار الإذاعة يختلف في هذا الأسلوب عن زميله محرر الأخبار في الصحيفة الذي يكتب الخبر للقراءة (To be read) بعكس محرر أخبار الإذاعة الذي يصوغ الخبر الإذاعي بأسلوب ولغة ليسمع ويفهم من أول مرة (To be understood).

فقارئ الصحيفة يستطيع أن يعيد القراءة أما المستمع للإذاعة فلا يستطيع ذلك، ومن ثم تستلزم الصياغة الوضوح وسهولة الأسلوب والدقة في جميع المعلومات في الخبر الذي يتجاوز بضعة سطور¹.

وعلى هذا الأساس، فمحنة الإذاعة الناجحة هي التي يصوغ فيها المحرر الخبر بأسلوب جيد، في جمل قصيرة لا تستغرق كل نفس المذيع، وأن توضع حقائق الخبر في وضوح وبساطة بدرجة لا تترك هذه الجمل وهذه الفقرات أو تشوش أو تثير تساؤلات في ذهن المستمع.

والصحفي في الإذاعة وفي الإذاعة المحلية بالأخص عليه أن يدرك ما يثير اهتمام الناس على مختلف مستوياتهم من الأخبار المختلفة لاسيما المحلية منها، بل يجب أن يدرك أن أجهزة الراديو انتشرت بشكل واسع، وأصبح يقتنيها الفلاح والعامل، والجندي وتلازمه في جميع الأمكنة، في الحقل والمنزل والسيارة والمصنع وفي الطريق العام، ومما لاشك فيه أن ذلك ضاعف من أهمية رجال الأخبار الذين عليهم أن يعالجوا أخبارهم بلغة يفهمها كل هؤلاء ويهضمون معانيها ومفاهيمها منذ سماعها لأول مرة.

¹ Dary David, Op. Cit, P86.

2. مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومصادره

1.2 مسار الخبر في الإذاعة المحلية

تبدأ عملية إنتاج وصناعة الخبر في الإذاعة المحلية بعملية روتينية متكررة بتعليق ورقة الطريق اليومية لتغطية الأحداث المحلية بالولاية، يتم إعدادها عادة من قبل رئيس التحرير بالتشاور مع مدير الأخبار في مساء اليوم السابق، وتتضمن أهم الأحداث الآتية المرتبطة بنشاطات داخل الولاية مرتبطة بالمسؤولين (الوالي، رئيس المجلس الشعبي البلدي..). والمواطنين ومختلف الجمعيات الناشطة، وتشمل ورقة الطريق تفاصيل مرتبطة باسم الصحفي المكلف بالمهمة وطبيعة وزمن ومكان الحدث المراد تغطيته.

يتم ضبط ورقة الطريق نهائيا بعد الاجتماع الصباحي اليومي الذي يكون عادة في حدود الساعة الثامنة صباحا في العديد من الإذاعات المحلية، يحضره رئيس التحرير والصحفيون، يتم فيه مناقشة المواضيع الآتية والأحداث والنشاطات في ذلك اليوم ويتسلم الصحفيون ورقة تكليف بمهمة.

ويكون رئيس التحرير عادة أول من يصل قاعة التحرير (بين الساعة السادسة صباحا إلى الساعة والنصف) قبل الساعة الثامنة وقت اجتماع التحرير اليومي - للاطلاع على المستجدات اليومية، وضبط أوراق "تكليف بمهمة" المتعلقة بالصحفيين الذين ينتقلون للتغطيات الميدانية ولو أن بعضها يُعد في اليوم السابق.

وينتقي رئيس التحرير نوعية الأحداث التي يجب تغطيتها ويقدر مسبقا المهمة منها وفقا لمعايير ذاتية ومعايير مرتبطة بالعمل الروتيني اليومي، حيث تتشكل بحكم خبرته فكرة مسبقة عن أولوية وترتيب الأحداث التي يجب تغطيتها ومعالجتها.

وخلال وجودنا بقاعات التحرير لبعض الإذاعات المحلية لاحظنا تمتع الصحفي المحلي بنوع من الحرية في اقتراح المواضيع لكن ليست حرية مطلقة، باعتبار أن الموضوع المقترح لا يتم قبوله دائما من قبل رئيس التحرير، بل أحيانا يتم رفضه أو تغيير زاوية معالجته وفقا لخط المؤسسة ولاعتبارات أخرى.

وتجدر الإشارة إلى أن رئيس التحرير في الإذاعة المحلية يشرع في عملية انتقاء وفرز الأخبار وفق نسق من القيم الإخبارية المضبوطة مسبقا بذهنه، فبعض الأخبار مثلا يجب معالجتها وإدراجها في جميع المواعيد الإخبارية بأمر من المسؤولين بالإذاعة المركزية، وسجلنا ذلك مثلا أثناء وجودنا بإذاعة عين الدفلى عندما أمر مدير الأخبار بالإذاعة مذيع الأخبار أثناء تأهبه لتقديم النشرة الإخبارية بضرورة إدراج أحد المواضيع -الذي مر في موعد سابق- ضمن عناوين الموعد الإخباري وتكرار الموضوع لأن ذلك جاء بأمر من المسؤولين بالإذاعة الوطنية.

وفي حدود الساعة منتصف النهار إلى غاية الواحدة ظهرا يشرع الصحفيون في العودة من الميدان إلى قاعات التحرير، حيث يشرع كل صحفي في تجهيز موضوعه، ما لاحظناه أنه في غالب الأحيان يكون الصحفي هو من يقوم بتركيب الموضوع الذي قام بمعالجته لوحده (عملية المونتاج)، فالصحفي بعد عودته من الميدان يقوم بكتابة الخبر وتسليمه للمذيع، وإذا كان الموضوع يستحق المعالجة بالتفصيل يكتبه الصحفي في شكل تقرير ويقوم بقراءته وتركيبه، ويعطي فقط مقدمة التقرير لمذيع النشرة، وقد يكون الموضوع المعالج تصريحات فقط لمسؤولين أو مواطنين فيقوم بتقطيعها وكتابة مقدمات هذه التصريحات لمذيع النشرة.

وعقب نشرة الأخبار يرأس رئيس التحرير الاجتماع الإخباري بحضور جميع الصحفيين، يتم فيه مناقشة المواضيع التي احتوتها النشرة الإخبارية، والحديث عن

الأحداث التي تجري ذلك اليوم وما يجب إعادته في المواعيد اللاحقة، حيث يشرع عادة رئيس التحرير في قراءة قائمة المواضيع التي تكون مرتبة وفق نسق محدد، يبدأ بالأكثر أهمية إلى الأقل أهمية وفق معايير تتحكم فيها شخصية رئيس التحرير وتوجه المؤسسة، ووفق أوامر وتعليمات تصدر أحيانا من قبل المسؤول الأول بتنسيقية الإذاعات المحلية، وعلى العموم يتم ترتيب الأخبار في الإذاعة المحلية في غالبية الأوقات حسب أهمية الفاعلين في بنية السلطة، وليس حسب أهمية الحدث.

فعلى العموم المواضيع التي تأخذ حيزا دائما في النشرة المحلية هي نشاطات المسؤولين في الدولة وفي الولاية والتي تكون في غالب الأحيان زيارات روتينية تدخل في أجندة المسؤول اليومية، وتقحمها الإذاعة في أجندة المستمع بشكل دائم على الرغم من قلة أهميتها، إلى جانب مجموعة من الأخبار التي تحتويها النشرة الإخبارية تخص انشغالات المواطنين بالولاية. وتجدر الإشارة إلى تفادي الإذاعة لنشر أخبار مرتبطة بأحداث من شأنها تهديد الاستقرار والمساس بأمن المواطن والنظام الحاكم.

فالأخبار عادة في الإذاعة المحلية تركز على الأمور الإيجابية في المجتمع وتهمل الأمور السلبية، والهدف من ذلك هو تحقيق الترابط والتماسك الاجتماعي والتنمية المحلية، فإهمال الأحداث السلبية بالمجتمع المحلي يؤدي إلى تجنب الاضطرابات والاحتجاجات داخل هذا المجتمع ويحقق الاستقرار وفقا لما لمسناه في تفكير عدد من رؤساء التحرير والصحفيين أثناء تنقلنا للعديد من إذاعات الوطن.

2.2 مصادر الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية:

نقصد بمصادر الخبر الأداة التي يحصل من خلالها الصحفي على معلومات وبيانات الخبر¹. وتعتمد المحطة المحلية في تحصيل أخبارها على مجموعة من المصادر:

أولاً: مصادر بشرية: وهي تلك المصادر التي شاهدها الصحفي أو نقلت إليه عن طريق أشخاص، وقد يكون الأشخاص من صانعي الخبر، مثل حادث سير، فالمصاب في الحادث أو شاهد عيان أو شرطي، والحصول على تصريح من مسؤول، أو الشخصيات المشهورة، الأشخاص الرسميون الفاعلون في المنطقة، فهناك العديد من الأخبار يحصل عليها الصحفي من الهيئات الرسمية بالولاية مثل المحاكم، المستشفيات، البلديات والدوائر، الفاعلون في الجماعات المحلية، والإدارات الرسمية المحلية، والجمعيات والمنظمات المحلية، والأحزاب ومصالح الأمن، الجماهير.

ثانياً: مصادر مكتوبة: وهي الوثائق الورقية، قد تكون بيانات أو أخبارا مكتوبة أو وثائق مكتوبة، فأحيانا الصحفي يرجع إلى الأرشيف لجمع بعض المعلومات المرتبطة بموضوع معين، وأحيانا يحتاج إلى كتب علمية، أو صحف محلية.

ثالثاً: الإنترنت: تعد الشبكة العنكبوتية من أهم مصادر الأخبار، لأنها الأسرع في نشر الأخبار وأكثر انتشارا من وسائل الإعلام الأخرى، وخدماتها متنوعة سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو الفايسبوك أو تويتر.

رابعاً: وكالة الأنباء: وتتجسد في وكالة الأنباء الجزائرية أساسا التي تقدم خدمة إخبارية عبر تجميع الأخبار وتغطية الأحداث، وتعد من أهم مصادر الخبر.

¹ حاتم عابد. أساليب الفنون الصحفية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015، ص80.

وعلى العموم تعتمد الإذاعة المحلية على مجموعة من الصحفيين والمراسلين المحليين الذين يتوزعون على مختلف مناطق الولاية، تتحدد مهمتهم في متابعة الأحداث من كثر داخل المجتمع المحلي، وذلك بالاقتراب من المواطنين ومختلف المؤسسات والهيئات الرسمية الموجودة بالمنطقة، من أجل نقل جميع التفاصيل المرتبطة بالأحداث ودعمها بشهادات المواطنين والأطراف الفاعلة.

كما تعتمد المحطة المحلية على بيانات أو طلبات تغطيات تصلها عبر "الفاكس" أو البريد الإلكتروني، وعلى خدمات الإنترنت كما سبق ذكره في تقديم بعض المواعيد الإخبارية، مثل معرض الصحافة المحلية الذي تقدم فيه يوميا مجموعة الأخبار المحلية الواردة في الصحف الوطنية والتي تأخذها من مواقعها بالإنترنت.

ورغم وجود العديد من المصادر للخبر المحلي إلا أن الصحفي يبقى المصدر الأول الذي تعتمد عليه الإذاعة المحلية في الحصول على المعلومة.

وتعاني المحطة الإذاعية المحلية من نقص كبير في الطاقم الصحفي والتقني في غالبية الإذاعات، فيضطر أحيانا صحفي واحد إلى التنقل للعديد من المناطق لتغطية أكثر من حدث، أو ممارسة أكثر من مهمة داخل المحطة الإذاعية، فتجده صحفيا ومخرجا ومركبا¹.

ويمكن تقسيم مصادر الأخبار في الإذاعة المحلية كالتالي:

- **المحيط:** يحصل الصحفي على الأخبار من أصدقائه وأقربائه والمواطنين بالمنطقة التي يقطن بها، لكن يجب على الصحفي أن يتحرى الصدق والتأكد من صحة

¹ توفيق بوخاتم. صحفي بإذاعة غليزان، مقابلة أجراها الباحث مع الصحفي توفيق بوخاتم يوم 28 أوت 2016 بمقر الإذاعة بغليزان عند الساعة الحادية عشرة صباحا.

- الخبر قبل نشره، فلا يجب على المؤسسة الصحفية أن تنتقل كل ما يصل إليها من المحيط، وإنما يجب التحري والمتابعة من قبل المراسلين والمندوبين المبعوثين¹.
- **المناسبات:** تمثل المؤتمرات والندوات واللقاءات الرسمية فرصة للصحفي من أجل الحصول على الأخبار عن طريق الاقتراب من الشخصيات المهمة الفاعلة في الحدث وإنشاء علاقات معها بالحصول على أرقام هواتفها وبريدها الإلكتروني من أجل التواصل معها باستمرار، لأن علاقات الصحفي هي الأساس في الحصول على الأخبار وبالأخص الأخبار الحصرية والسبق الصحفي.
 - **وسائل الإعلام:** يعتمد الصحفي بقسم الأخبار في الإذاعة المحلية على وسائل الإعلام بشكل كبير (تلفزيون، صحافة مكتوبة..). لاسيما الأخبار ذات البعدين الوطني والدولي، وذلك بمتابعة تطورات الأحداث والأخبار العاجلة التي توردها التلفزيونات الإخبارية.
 - **الهيئات والمؤسسات الرسمية:** يحصل الصحفي على الخبر من خلال المكلف بالاتصال أو الناطق الرسمي لدى أي مؤسسة رسمية، فهو يعبر عن مواقف هذه الهيئة بصفة منتظمة أو بطلب من الصحفي في حالة حادث معين أو معلومة محددة تخص المؤسسة والشؤون المسؤولة عنها (الوزارات، السفارات، الأحزاب والجمعيات..).
 - **شبكة الإنترنت والمكالمات الهاتفية:** شبكة الإنترنت باتت اليوم مصدرا مهما للأخبار السريعة والعاجلة، والمقابلات والتحقيقات بالصوت والصورة. أو بالحصول على بعض الأخبار والمعلومات من تغريدات على مواقع التواصل الاجتماعي لشخصيات رسمية تملك حسابات موثقة.

¹ حسن عماد مكاوي. الأخبار في الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلومصرية، مصر، 1989، ص104.

3. مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية وطاقم إعدادها

1.3 مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية

يختلف حجم المواعيد الإخبارية التي تشمل عادة النشرات والبرامج الإخبارية من إذاعة إلى أخرى، ولو أنها تشترك في بث النشرات الرسمية للقناة الإذاعية الأولى، عبر الربط المباشر معها في كل نشرة أخبار رسمية.

وهناك 11 إذاعة تبلغ نسبة الأخبار والبرامج الإخبارية فيها أقل من 20 في المائة، و20 إذاعة أخرى تتراوح نسبة الأخبار فيها بين 21-30 في المائة، وهناك 12 إذاعة محلية تبلغ نسبة الأخبار فيها بين 31-40 في المائة، بينما توجد 5 إذاعات تفوق فيها نسبة الأخبار 40 في المائة.

وحتى الإذاعات التي أنشئت عام 1991 لم تتجاوز نسبة الأخبار فيها 11.45 في المائة، مثل إذاعة ورقلة (الوحدات)، في حين أن إذاعة جيجل التي أنشئت عام 2006، ترتفع فيها نسبة الأخبار إلى 15 في المائة، كما ترتفع في إذاعة برج بوعريريج إلى 23 في المائة، وهي التي أنشئت عام 2008، في المقابل يلاحظ أن إذاعة سعيدة التي أنشئت في العام نفسه ترتفع فيها نسبة الأخبار إلى 60 في المائة، أما إذاعة سكيكدة (أنشئت في 2003) فوصلت فيها نسبة الأخبار إلى 25 في المائة.

وتتقارب نسبة الأخبار في إذاعتي البهجة (الجزائر) وإذاعة عنابة حيث تبلغ نسبتها 20 في المائة في الأولى و17 في المائة في الثانية، بالرغم من أن الأولى أنشئت عام 1991، والثانية أنشئت عام 1997، وتصل نسبة الأخبار في إذاعة بشار إلى 17,55 في المائة، وهي من الإذاعات التي أنشئت عام 1991، وتتجاوزها إذاعة تندوف التي أنشئت عام 1999، حيث تبلغ النسبة فيها 18 في المائة.

أما نسبة الأخبار فيما يخص الفئة التي تتراوح بين 21-30 في المائة فتبدأ بإذاعة تلمسان التي تبلغ 21,07 في المائة، البيض 21.43 في المائة، المسيلة 22 في المائة، مروراً بإذاعات إليزي (22 في المائة)، برج بوعريريج 23 في المائة، الوادي (23,61 في المائة)، وهران (24 في المائة)، وأم البواقي (25,08 في المائة)، الأغواط (25.89 في المائة)، وتحتل كل من إذاعات المدية، سطيف، قسنطينة، قالمة، تيارت، النعامة نسبة (من 26 إلى 29 في المائة)، وانتهاء بإذاعتي بجاية، تبسة، وغرداية بنسبة (30 في المائة).

أما الفئة الثالثة من الإذاعات التي تبلغ نسبة الأخبار فيها بين 31-40 في المائة فتبدأ بباتنة بنسبة 31.73 في المائة، بسكرة 31.85 في المائة، إذاعة معسكر بنسبة 32.59 في المائة، إذاعة البويرة بنسبة 34.18 في المائة، سوق أهراس 35.46 في المائة، إذاعة خنشلة 35.93 في المائة، مستغانم 36.5 في المائة، الجلفة 36.15 في المائة، سيدي بلعباس 37.16 في المائة، تمنراست 38 في المائة، تيبازة 39 في المائة، والبليدة 40 في المائة.

فيما تصنف إذاعة عين الدفلى في الفئة الرابعة التي تتراوح نسبة الأخبار بها أزيد على 40 في المائة حيث تحتل نسبة 45 في المائة، إلى جانب إذاعة تيسمسيلت 35 في المائة، ميلة بنسبة 57 في المائة، وعين تيموشنت وسعيدة بنسبة 60 في المائة.

ويمكن القول أن ارتفاع نسبة الأخبار وانخفاضها ليس له علاقة بأقدمية الإذاعة أو حداثة، ولا بالموقع الجغرافي أو الكثافة السكانية للمنطقة، وإنما بتبعية الإذاعة للسلطات المحلية وتغطية نشاطاتها، لأن إذاعة البهجة التي تغطي أخبار العاصمة تأتي في الصنف الأول بنسبة 20 في المائة، وهي النسبة نفسها تقريبا التي تحتلها عاصمة الشرق

الجزائري عنابة (17 في المائة)، في حين أن عاصمة الغرب الجزائري وهران تأتي إذاعتها بنسبة 24 في المائة في الفئة الثانية.

والتفسير الأكثر قربا من الواقع أن ارتفاع نسبة الأخبار أو انخفاضها يعود إلى علاقة الإذاعة بالسلطات المحلية¹.

نسبة الأخبار في الشبكة البرمجية	الإذاعة
17.55%	بشار
20%	الجزائر
11.45%	ورقلة
25.89%	الأغواط
38%	تمنراست
21.07%	تلمسان
27%	سطيف
31.73%	باتنة
24%	وهران
27%	قسنطينة
30.09%	تبسة
22.72%	أدرار
30%	بجاية
23.61%	الوادي
17%	عنابة
22%	إليزي
29%	تيارت

¹ عبد العالي رزاق. دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، مرجع سبق ذكره، ص 66.

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

تندوف	% 18
بسكرة	% 31.85
غرداية	% 30
النعامه	% 28.9
معسكر	% 32.59
البيض	% 21.43
المسيلة	% 22
سكيكدة	% 25
الشلف	% 15
مستغانم	% 36.5
سيدي بلعباس	% 37.16
سوق اهراس	% 35.46
غليزان	% 18.71
جيجل	% 15
الجلفة	% 36,15
سعيدة	% 60
أم البواقي	% 25.08
عين تموشنت	% 60
تيسمسيلت	% 53
برج بوعريرج	% 23
عين الدفلى	% 45
خنشلة	% 35.93
قالمة	% 26
البويرة	% 20
ميلة	% 57

تيازة	39 %
المدية	26 %
البليدة	40 %
تيزي وزو	35.93 %
الطارف	17 %
بومرداس	20 %

جدول رقم (04) يوضح نسبة الأخبار في الشبكة البرمجية للإذاعات المحلية.

2.3 الطاقم البشري المكلف بإنتاج المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية:

يسهر على إنتاج المواعيد الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية عدد من الأشخاص يؤدون مهامًا مختلفة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من بينهم مدير المؤسسة، الصحفيون، التقنيون، المراسلون.. الخ، ويمكن إيجاز الطاقم البشري الذي يساهم في إنتاج المواعيد الإخبارية فيما يلي:

1- المخرج: هو شخص يكون على دراية واسعة بتقنيات العمل الإذاعي، لاسيما ما يتعلق بطبيعة الاستوديو الإذاعي وأنواع الميكروفونات وطرق التسجيل والمونتاج، ويتراوح عدد المخرجين في الإذاعات المحلية الجزائرية ما بين أربعة إلى ثمانية مخرجين بحسب حجم الإذاعة، يشرفون على قسم الإخراج يعملون جنبًا إلى جنب من أجل تنفيذ البرامج الإذاعية، يشتركون في مناقشة فكرة الموضوع واختيار الجينيريك والموسيقى المناسبة للبرنامج والمؤثرات الصوتية قبل بثه على المباشر أو تسجيله لبثه في موعد لاحق.

2- المنتج: نقصد بالمنتج هنا المسؤول عن إنتاج المادة الإخبارية في الإذاعة، ويكون عادة الإذاعة المركزية أو الجماعات المحلية، ويساهم قسم الإنتاج في إثراء الشبكة البرمجية للمحطة بمجموعة من البرامج الإذاعية، وتعتبر عملية الإنتاج ثمرة جهد

جماعي مشترك بين جميع الأقسام التي تسهر على تحويل فكرة البرنامج إلى مادة صالحة للبث.

ومهمة المنتج الإخباري ليست محددة فهي وظيفة مرنة، فالمنتج يمكنه المشاركة في عملية التحرير وفي هذا النوع هناك أقسام، فهناك المنتج المنفذ والمنتج الإذاعي الذي يراجع النص النهائي للنشرة، كما من مهامه ضبط موعد بدء وانتهاء النشرة الإخبارية.

3- مهندس الصوت: يؤدي دورا مهما في الإذاعة ويملك مكانة مهمة بالنظر لطبيعة الدور والمسؤولية المنوطة به، فهو المسؤول عن نوعية الصوت وسلامته.

4- المذيع: هو الشخص الذي يقوم بتقديم النشرات والبرامج إلى الجمهور وينتقل بهم من فترة إلى أخرى ومن برنامج إلى آخر، ويشترط فيه مجموعة من الخصائص والمؤهلات أبرزها سلامة الصوت والثقافة الواسعة والقدرة على الاسترسال في الحديث، وأن يكون على دراية تامة بخصائص المجتمع الذي يخدمه لاسيما من ناحية اللغة واللهجات المستعملة.

5- المراسل الإذاعي: هو صحفي توظفه مؤسسة الإذاعة في منطقة معينة عادة تكون منطقة ذات مساحة جغرافية واسعة وكثافة سكانية كبيرة ليغطي الأحداث الدائرة في تلك المنطقة، ويجب أن يتمتع بمجموعة من الصفات من أهمها المعرفة الشاملة بخصائص المجتمع الذي يخدمه، والسرعة والاستمرارية في نقل الأحداث التي تقع بالمنطقة التي يعمل بها.

6- المركب (المونتير): تتلخص مسؤوليته في عملية المونتاج وتركيب المادة الإخبارية، كما تضاف له مسؤولية الميكساج أي مزج الصوت مع المؤثرات الصوتية والاهتمام بجودة الصوت والتشويش.

ويشكل هؤلاء فريقا واحدا يعمل يوميا بقاعة التحرير واستوديوهات الإذاعة، يسهر على سير المادة الإخبارية كل حسب وظيفته قبل وأثناء وبعد نهاية بث النشرة الإخبارية، يسود التناسق بينهم والتعاون المتبادل بين جميع الأطراف.

4. المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية ومكانة اللهجات في المادة الإخبارية

1.4 المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية

تستند الإذاعات المحلية على مجموعة من المبادئ والأسس في ضبط شبكتها البرمجية، وهذه المبادئ وضعتها السلطات الجزائرية لإبراز مختلف الرهانات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية للجزائر، وجعل الإذاعة وسيلة للحوار والإدماج والترقية التنموية لبناء مجتمع ديمقراطي متماسك.

ومن بين أبرز هذه المبادئ والأسس:

- دعم الوحدة الوطنية والسلم.
- صقل الهوية المشتركة التي تدعم التضامن.
- تشجيع الانسجام الاجتماعي وتفضيله.
- العمل على ترقية الإنتاج الموسيقي وتشجيع المواهب المحلية.
- مراعاة اهتمامات المواطنين وفق مقاييس الجنس والطبيعة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتربوية للمنطقة، انطلاقا من الخدمة العمومية التي تقدمها الإذاعة المحلية.

- إدراج المواعيد السياسية لنقاش يفتح فيه للرأي والرأي الآخر.
- الاهتمام بمواضيع التعبئة الاجتماعية.
- المبادرات المحلية والثقافية الديمقراطية والسلم والمصالحة.

وقد حددت مختلف هذه الأسس والمبادئ في المرسوم التنفيذي رقم 103/91 المؤرخ في 20 أبريل 1991، فالمادة الثانية من المرسوم تنص على: تخضع المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة للالتزامات الاستمرارية وتكيف الخدمة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المحددة في دفتر الشروط.

وبالتالي فإن ما يربط الإذاعة كونها مؤسسة عمومية بالإدارة هو الالتزامات الواردة في دفتر الشروط، الذي يلزم المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة فيما يتعلق بتصوير برامجها وبرمجتها وبنائها، باحترام الأحكام الدائمة المنصوص عليها في دفتر الشروط، كما يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية.

وعلى الإذاعة أن تعمل على ترقية اللغة الوطنية على مستوى وسائل الإنتاج والبث وأن تسهر على التكيف مع التحولات الناتجة عن التقنيات الحديثة والقيام بأعمال البحث في ميدان الإبداع الإذاعي، وأن تشجع على بث الثقافة الوطنية وعلى إشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها وتطويرها وترقيتها.

وفيما يخص الأخبار، فقد ورد في دفتر الشروط أنه على المؤسسة العمومية للإذاعة أن تبرز وتبث يوميا وبصفة منتظمة وفي كل قناة من قنواتها، نشرات إخبارية وحصصا وثائقية حول قضايا العالم المعاصر.

2.4 مكانة اللهجات في المادة الإخبارية للإذاعات المحلية:

تستخدم 25 إذاعة محلية من أصل 48 إذاعة محلية اللهجات المحلية إلى جانب اللغة العربية، وتشتترط مديرية تنسيقية الإذاعات المحلية تحديد مدة البث وفق الصنف، وبالنسبة للإذاعات التي تبث باللغة الأمازيغية فإن تصنيفها كآتي:

- الصنف الأول: (تبيازة، برج بوعريرج، عين الدفلى، الشلف، سطيف) اللهجة الأمازيغية تدرج في عرض إخباري يومي إلى جانب برنامج أسبوعي ووجوب حضورها في البرامج التفاعلية وإعلانات الخدمات العمومية.
 - الصنف الثاني: (أم البواقي، تندوف، أدرار، ورقلة، البويرة) لا ينبغي أن تقل نسبتها عن 20 في المائة.
 - الصنف الثالث: (غرداية، باتنة، خنشلة، بجاية) تخصيص أزيد على 40 في المائة من البرامج الأمازيغية على ألا تفوق 60 في المائة¹.
- وفيما يخص عملية التحضير للشبكة البرمجية في الإذاعات المحلية لكل سنة يكون في أجل أقصاه 12 أوت من كل سنة، ويجب أن تراعي العناصر التالية:
- توحيد البث من السادسة وأربعين دقيقة صباحا إلى الثامنة ليلا.
 - يتم الربط مع الإذاعة الثقافية بكل الإذاعات بدءا من الثامنة ليلا باستثناء (تمنراست واليزي) حيث يكون الربط مع القناة الثانية، على أن تسجل وتبث في آخر وقت.
 - يكون الربط بالإذاعة الدولية بالنسبة للإذاعات المعنية بها بداية من التاسعة ليلا إلى غاية منتصف الليل.
 - يكون الربط مع القناة الأولى بالنسبة لباقي الإذاعات بداية من التاسعة ليلا إلى غاية منتصف الليل.
 - يكون الربط مع إذاعة القرآن الكريم بكل الإذاعات من منتصف الليل إلى الثانية صباحا.

¹ وثيقة داخلية بتنسيقية الإذاعات المحلية تتضمن توجيهات الإدارة العامة إلى مديري الإذاعات المحلية. نقلا عن: عبد العالي رزاق. دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

- يكون الربط مع إذاعة القرآن الكريم بكل الإذاعات من الساعة الخامسة إلى السادسة وأربعين دقيقة صباحا.

الاسم الأصلي	الاسم المحلي	تاريخ الإذاعات	الحجم الساعي اليومي	بداية البث ونهاية البث	اللغات المستخدمة	الربط بالقنوات
بشار	الساورة	1991/05/08	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
الجزائر	البهجة	1991/05/08	24 سا	/	العربية + أمازيغية	1. ث. ق.
ورقلة	الوحدات	1991/05/09	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	ع + ورقلية	1. ث. ق.
الأغواط	السهبوب	1991/11/05	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
تمنراست	الأهقار	1992/04/16	24 سا	/	ع + لهجات	1. ث. د. ق.
تلمسان		1992/10/07	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. د. ق.
سطيف	الهضاب	1992/10/10	18 سا 5د	5.55 سا - 00 سا	ع + قبائلية	1. ث. ق.
باتنة	الأوراس	1994/12/29	13 سا 35د	6.55 سا - 20 سا	ع + أمازيغية	1. ث. ق.
وهران	الباهية	1995/01/26	24 سا	/	العربية	1. ث. ق.
قسنطينة		1995/02/02	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
تبسة		1995/04/04	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية + أمازيغية	1. ث. د. ق.
أدرار	توات	1995/06/04	24 سا	/	ع + زناتية + ترقية	1. ث. ق.
بجاية	الصومام	1996/08/19	18 سا 5د	5.55 سا - 00 سا	ع + أمازيغية	1. 2. ث. ق.
الوادي	وادي سوف	1996/11/21	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. د. ق.
عنابة		1997/01/13	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. د. ق.
إليزي		1997/01/27	24 سا	/	ع + تارقية	1. ث. د. ق.
تيارت		1998/10/25	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
تندوف		1999/05/12	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	ع + حسانية	1. ث. د. ق.
بسكرة	الزيبان	1999/06/14	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية + أمازيغية	1. ث. ق.
غرداية	الميزاب	2001/01/07	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	ع + ميزابية	1. 2. ث. ق.
النعامة		2002/01/16	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية + أمازيغية	1. ث. د. ق.
معسكر	بني شقران	2003/07/27	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
البيضاء		2003/09/08	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية + أمازيغية	1. ث. ق.
المسيلة	الحضنة	2003/10/07	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
سكيكدة		2003/11/15	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
الشلف		2004/01/26	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية + شنوية	1. ث. ق.
مستغانم	الظهرة	2004/02/10	13 سا 5د	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. د. ق.

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية

سيدي بلعباس	2004/02/17	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
سوق اهراس	2005/02/23	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	-
غليزان	2006/11/01	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
حيجل	2007/09/09	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
سعيدة	2008/04/24	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	-
أم البواقي	2008/03/19	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+شاوية	1. ث. ق.
عين تموشنت	2008/03/26	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
تيسمسيلت	2008/04/06	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+أمازيغية	-
برج بوعريج	2008/04/23	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+أمازيغية	1. ث. ق.
عين الدفلى	2008/05/05	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+أمازيغية	1. ث. ق.
خنشلة	2008/12/25	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	ع+شاوية	1. ث. ق.
قالمة	2008/12/27	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
البويرة	2008/12/29	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+قبائلية	1. ث. ق.
ميلة	2003/03/29	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+شاوية	1. ث. ق.
تيزازة	2010	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	ع+شنيوية	1. ث. ق.
المدية	2010	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
البلدية	2011	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
تيزي وزو	2011	24 سا	/	العربية+قبائلية	1. ث. ق.
الطارف	2011	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية	1. ث. ق.
بومرداس	2012	13 سا. د5	6.55 سا - 20 سا	العربية+أمازيغية	1. ث. ق.
المصطلحات: ع=عربية 1=قناة أولى 2=قناة ثانية ث=إذاعة ثقافية ق=إذاعة القرآن الكريم د=إذاعة دولية					

جدول رقم (05) يوضح الحجم الساعي اليومي للبث بالإذاعات المحلية وتوقيت بدايته ونهايته

وتستخدم في النشرات الإخبارية بالإذاعات المحلية الجزائرية العديد من اللهجات المتمثلة في فروع اللغة الأمازيغية وهي:

- القبائلية
- الشاوية
- المزابية
- الزناتية

- الورقلية
- التارقية
- الشنوية
- الشلحية
- الحسانية

وتستعمل اللهجات المحلية كما يظهر الجدول في العديد من الإذاعات المحلية، ويخصص لها حيزا معتبرا بالنظر لخصوصية المجتمعات التي تخاطبها تلك الإذاعات، ويأتي هذا الاهتمام باللهجات المحلية باعتبارها فروعاً لـ "تمازيغت"، ويؤكد دستور 10 أبريل 2002 في مادته الثالثة مكرر: "تمازيغت كذلك لغة وطنية تعمل الدولة على ترقيتها وتطويرها بكل تنوعاتها اللسانية المستعملة عبر التراب الوطني"¹. وحدد دستور 1996 قبلها عناصر الهوية الجزائرية في الإسلام والعروبة والأمازيغية، وهي المقومات الأساسية للهوية الوطنية².

¹ الجريدة الرسمية رقم 25 المؤرخة في 14 أبريل 2002.

² الجريدة الرسمية رقم 76 المؤرخ في 8 ديسمبر 1996، المادة 41 من الدستور.

5. أصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية:

1.5 أصناف البرامج في الإذاعة المحلية

تتوزع المادة الإعلامية في الإذاعة المحلية بجميع أنواعها، سواء المباشرة أو المسجلة على خمسة أصناف:

- **الأخبار والبرامج الإخبارية:** تأخذ حيزا كبيرا في الشبكة البرمجية للإذاعة المحلية، وتعرضها المحطة يوميا في شكل نشرات مفصلة، عروض إخبارية، أو مواجيز إخبارية تقدمها على رأس كل ساعة تقريبا، حيث تمنح لها عناية واهتماما كبيرين، وتبذل الإذاعة ما بوسعها من أجل تجسيد الهدف الذي جاءت من أجله وهو تزويد المواطن بدرجة أولى بالمعلومة وضمان حقه في الحصول عليها في الوقت المناسب، لذلك يتم تخصيص مجموعة من المواعيد والبرامج تحاول خلالها المحطة سد حاجيات المواطن الإعلامية، بتزويده بآخر المستجدات والتطورات الحاصلة بحياته اليومية في مختلف المجالات، حيث تفتح له أبواب النقاش والحوار الجاد حول أهم القضايا والمسائل السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، التربوية والثقافية، فهي تشركه بذلك في صناعة الرأي العام.
- **البرامج الثقافية والاجتماعية والتربوية:** تحتل عادة المراتب الأولى في ترتيب برامج أي محطة إذاعية محلية، باعتبارها تستقطب عددا كبيرا من المستمعين نظرا لأهميتها ولطبيعة المواضيع التي تناقشها والتي عادة ما تكون مواضيع شبابية تفاعلية، تشجع على سبل التعاون والتضامن الاجتماعي والتحلي بروح المسؤولية وطريقة التعامل مع الآخر، تهدف إلى تدعيم القيم الاجتماعية ومحاولة إحداث التغيير الاجتماعي بتغيير بعض العادات وأنماط السلوك التي تهدد أمن وتماسك المجتمع والحفاظ في نفس الوقت على مكتسبات وتقاليد المنطقة التي تشتغل بها.

تحاول المحطة المحلية العناية بالثقافة المحلية من خلال اهتمامها بالفنون والثقافات الشعبية والمبادرات الفردية والجماعية على المستوى المحلي، والعناية بالموهب الشابة في المجالات الإبداعية المرتبطة بالشعر والمسرح والأدب، حيث تسعى لإبراز الإرث الثقافي والحضاري الذي تزخر به المنطقة من أجل إحيائه والحفاظ عليه من قبل الأجيال الصاعدة.

- **البرامج الدينية:** الهدف منها ترسيخ مبادئ العقيدة الإسلامية بشرح وتبسيط المسائل الدينية لدى أفراد المجتمع المحلي، ومحاولة تعزيز الوازع الديني لديهم، بتقديم برامج توعوية يتم الحديث فيها عن محاربة العنف وسبل القضاء على الآفات الاجتماعية ومسائل أخرى مرتبطة بالجانب الديني مثل الفتاوى الشرعية وتفسير الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة.
- **البرامج الرياضية:** تخاطب الإذاعة المحلية جمهورها الرياضي بتخصيص برامج رياضية، يتم التطرق فيها لنشاطات الفرق الرياضية المحلية في جميع التخصصات وبالأخص رياضة كرة القدم التي تأخذ الحيز الأكبر، كنقل مباريات البطولة المحلية والمنافسات المختلفة وكذا الاستعدادات للموسم الجديد بنقل تحضيرات مختلف الفرق المحلية.
- **البرامج الترفيهية:** تسعى الإذاعة المحلية كذلك إلى توفير برامج ترفيهية من شأنها الترفيه على المستمعين وشغل أوقات فراغهم من خلال بعض الفترات الموسيقية، وبرامج الألعاب والمسابقات والإهداءات التي تتم عبر الهاتف ويتم الحصول فيها على جوائز بالنسبة للفائزين، وهي تهدف عادة لاختبار ثقافة المستمعين، كما تقدم لهم ألغازا وحكما شعبية من التراث، لحمايتها من الاندثار.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا ينبغي أن تقل نسبة البرامج بقسم الأخبار عن 20 في المائة ونسبة برامج قسم الإنتاج عن 80 في المائة، فرغم الاختلاف في تقسيم

برامج الإذاعة إلا أنها من مكونات أي شبكة برمجية إذاعية، وهذه الأخيرة تمر بثلاث مراحل¹:

المرحلة الأولى: تبدأ مع كل دخول اجتماعي أي من 15 سبتمبر إلى غاية شهر جوان أي بداية الصيف، تسمى بالشبكة البرمجية السنوية أو العادية وتغلب عليها البرامج الجدية، وتعتبر أهم شبكة في السنة، تهدف إلى إعلام الجمهور وإشراكه في مناقشة كل المواضيع المطروحة حتى تساهم مع المسؤولين في صنع قرارات المجتمع المحلي.

المرحلة الثانية: تبدأ من شهر جوان إلى غاية 15 سبتمبر، تسمى بالشبكة البرمجية الإذاعية الصيفية، تتميز بالخفة وتبتعد عن البرامج الثقيلة، تتشكل من برامج ترفيهية تتناسب مع العطلة الصيفية، إلى جانب تقديم برامج ثقافية تحرص خلالها على التعريف بالمنطقة من الناحية الطبيعية والسياحية.

المرحلة الثالثة: وهي الشبكة البرمجية الرمضانية التي تكون استثناء في شهر رمضان تركز أساسا على البرامج الدينية التي تتناسب مع شهر رمضان الكريم.

2.5 الأنواع الصحفية في النشرة الإخبارية بالإذاعة المحلية

قبل الإشارة إلى الأنواع الصحفية يجب أن نعرض بشكل موجز أشكال تقديم الخبر في الإذاعة والذي يكون عادة كالاتي:

- **النشرة الإخبارية:** تضم مجموعة من الأخبار المرتبة ترتيبا خاصا ومنطقيا، حسب الأهمية ومحددة زمنيا، تبث في أوقات مضبوطة مسبقا وعادة ما تكون في أوقات الذروة، زمنها عادة لا يتعدى 15 دقيقة.

¹ ليليا شاوي. دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص75.

- **موجز الأنباء:** يتضمن أهم الأخبار التي تحرر وتقدم بشكل موجز وسريع، ييثر عادة على رأس الساعة بين النشرات والعروض الإخبارية، يراعى فيه الحرص على تقديم المستجداث وضمان الاستمرارية والمتابعة.
 - **العرض الإخباري:** عبارة عن نشرة موجزة تقدم بلا عناوين تتضمن أهم الأخبار خلال اليوم مع قليل من التفاصيل.
 - **مواعيد خاصة:** وذلك في حال ورود خبر عاجل يستدعي تقديمه وقت وقوعه، حيث يتم قطع البث من أجل تقديمه بطريقة موجزة ودقيقة، مع الإشارة إلى تقديم المزيد من التفاصيل في مواعيد إخبارية لاحقة.
- وتعتمد الإذاعة المحلية كما وسائل الإعلام الأخرى على مجموعة متنوعة من الأنواع الصحفية خلال مواعيدها الإخبارية لاسيما النشرات الإخبارية، وأهمها الخبر، التقرير، الروربورتاج، التحقيق، الحديث. وسنحاول استعراضها كما يلي:
- **الخبر:** تستخدم الإذاعة المحلية الجزائرية الخبر بنسبة كبيرة في معالجة وتقديم المواضيع المحلية، حيث توظفه في جميع المواضيع السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية المرتبطة بالمجتمع المحلي، ويختلف أسلوب كتابة ومعالجة الخبر في الإذاعة من صحفي لآخر لكن الخبر المميز والشامل هو الذي لا يترك تساؤلات لدى المستمع ويجب على الاستفهامات الستة (من، ماذا، متى، أين، لماذا، كيف).
 - **التقرير:** يأخذ حيزا كبيرا في النشرة الإخبارية ويكون حاضرا في أغلب النشرات، يتم فيه معالجة مختلف المواضيع والأحداث التي تحتاج إلى ذكر تفاصيل كثيرة والتي تجلب اهتمام الصحفيين، ففيه ينقل الصحفي المستمع إلى مكان الحدث، يقدم له وصفا حيا لما حدث، ويشرح له حقيقة ما حدث، وكيف حدث، ولماذا

حدث، وما الظروف التي أدت إلى حدوثه، ومن هم الأشخاص الذين شاركوا في حدوثه.

- **الحديث:** وهو حوار بين طرفين بغرض الإدلاء بمعلومة ويسمى حديث إخباري أو قصد الإدلاء برأي في موضوع معين ويطلق عليه حديث الرأي، أو حديث يبحث في جوانب مختلفة من حياة الشخصية وتكون تلك الجوانب غير معروفة لدى الجمهور ويسمى حديث الشخصية هدفه التسلية والإمتاع.
- يأخذ هذا النوع حيزا كبيرا أيضا من النشرة في بعض الأحيان، حيث يجري الصحفيون مقابلات مع المسؤولين بالولاية ورؤساء الجمعيات ومختلف المنتخبين المحليين.
- **الروپورتاج:** هو أحد الأنواع الصحفية التي تتضمنها نشرة الأخبار المحلية، يتم توظيفه عندما يتطلب حدث أو موضوع ما ذلك، يركز أساسا على وصف مكان معين أو موضوع معين.
- **البورتريه:** هذا النوع من الأنواع الصحفية لا يظهر بشكل كبير في النشرة الإخبارية، وعادة ما يتم اللجوء إليه أثناء بروز شخصية معينة بالمنطقة أو تحقيقها لنجاح معين، أو في حالة وفاة شخصية مهمة في تلك المنطقة أو في الوطن.
- **التحقيق:** عادة ما ينجز بشكل مستقل، لكن يتم توظيفه في بعض الأحيان في النشرة، يتعمق في دراسة الجوانب المختلفة للقضية والموضوع، يقوم فيه الصحفي بتفسير الواقعة وتحليلها وتقييمها وكشف أبعادها، ويقدم فيه وجهات النظر المختلفة، ويسلط الضوء على جميع جوانب القضية أو المشكلة.

الباب الثاني: نتائج العمل الميداني للبحث

1. التحليل الكمي والكيفي لنتائج البحث

2. الاستنتاجات العامة للبحث

1. التحليل الكمي والكيفي لنتائج البحث:

يبلغ حجم مجتمع البحث 386 صحفياً يعملون بقسم الأخبار بالإذاعات المحلية الجزائرية الموزعة عبر 48 ولاية بالوطن¹، وشمل البحث جميع مفردات المجتمع المدروس بالاعتماد على طريقة الحصر الشامل، وتعد هذه الطريقة الأنسب لهذا البحث لقلة عدد مجتمع الدراسة ولطبيعتها.

بدأت عملية توزيع استمارات جمع البيانات في شهر جويلية 2016، واستغرقت مدة توزيعها واسترجاعها أكثر من خمسة أشهر، نظرا للصعوبات التي واجهت الباحث في التنقل إلى معظم مقرات مؤسسات الإذاعات المحلية الجزائرية والصعوبة في الوصول إلى الصحفيين بالعديد من هذه المؤسسات، وإقناعهم بالإجابة على استمارة البحث بالنظر لطبيعة أسئلتها المرتبطة بالجوانب الشخصية، الاجتماعية والمهنية للصحفي، وبالمؤسسة التي ينتمي إليها، وهي الأمور التي جعلت الكثير من المبحوثين يميل إلى التحوط.

اعترضت الباحث بعض المعوقات المتعلقة بطبيعة مجتمع البحث نفسه، وعدم تجاوبهم بالقدر المناسب لعوامل متعددة، بعضها يتعلق بضيق وقتهم وظروف عملهم، وبعضها الآخر يتعلق بخشية بعضهم من الإجابة على العديد من أسئلة البحث بدعوى أنها حساسة، وتشكك البعض منهم من الجهة التي تجري البحث -رغم وضوحها- أو الجهات التي ستستفيد من بياناتهم رغم كل الجهود التي بذلها الباحث في إشعار المبحوثين بالأمان وإقناعهم بأهمية هذا البحث وأهدافه العلمية. أما بالنسبة لاستنتاج أرقام الاستبيان وبياناته فامتد إلى أزيد على أربعة أشهر.

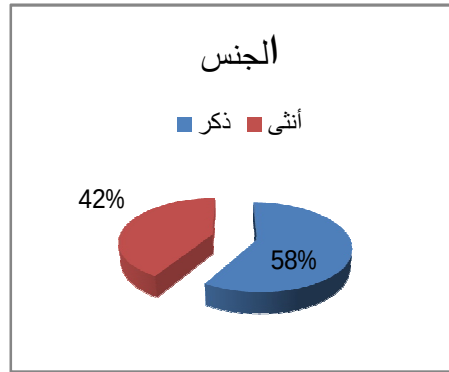
تم استرجاع 220 استمارة من الاستمارات الموزعة على مفردات البحث -الصحفيين بالإذاعات المحلية الجزائرية- وأثناء مراجعة الاستمارات تبين أن 200 منها صالح

¹ انظر توزيع مجتمع البحث حسب كل إذاعة محلية (عدد الصحفيين في كل إذاعة) في الجانب المنهجي للبحث.

للتوظيف في الدراسة، بينما تم إلغاء بقية الاستثمارات المقدر عددها بـ 20 استثماراً لامتناع الصحفيين الإجابة على بعض أسئلتها، وبذلك تكون جملة الاستثمارات الخاضعة للدراسة (200) استثماراً.

جدول رقم (06): توزيع الصحفيين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	117	58,5 %
أنثى	83	41,5 %
المجموع	200	100 %



شكل بياني رقم (01) : يوضح نسب الصحفيين حسب متغير الجنس

المرأة تشكل أزيد على 41 في المائة من مجموع الصحفيين

كشف البحث الميداني الذي أجريناه أن الأغلبية من الصحفيين بالقنوات الإذاعية المحلية الوطنية هم من الرجال، حيث يبلغ عددهم 117 صحفياً من مجموع 200 صحفي وهو ما يمثل نسبة 58,5 في المائة من مجموع الصحفيين مقابل 41,5 في

المائة هي نسبة الصحفيات، وهو ما يبرز التقارب في نسبة العنصر النسوي في عائلة الصحفيين مع العنصر الرجالي.

ويمكن تفسير التفوق النسبي للعنصر الرجالي لدى الصحفيين بالإذاعة لعدة اعتبارات من بينها النظرة التقليدية التي لازمت لوقت طويل المجتمع الجزائري لأدوار المرأة، إذ يُنظر إلى الرجل كمسؤول في الفضاء العمومي وإلى المرأة كمسؤولة في البيت أي في الفضاء المغلق¹، ويعتبر المجال المخول لها العمل فيه قطاعي التعليم والصحة وفقا لعادات وتقاليد المجتمع الجزائري لاسيما المجتمع الريفي، الذي يحصر أدوار المرأة في مسؤولياتها المنزلية ويلغي الخط الفاصل بين حقوق المرأة وإرادتها ككائن مستقل وبين تبعيتها لسلطة الرجل في الحقوق والمسؤوليات داخل وخارج المنزل.

فالاتجاه التقليدي السلفي يستمد شرعيته من التركة التاريخية من القهر والاستغلال المنظم للمرأة عبر العصور، ومن التفسير الجامد للنصوص الدينية الذي ينظر للمرأة على أنها مخلوق ناقص عقلا ودينا، وأن المهام المنوطة بها هي ربة بيت وأم وزوجة، ولا يجب أن تتال الأدوار الأخرى في مواقع الإنتاج والمشاركة الاجتماعية والسياسية والثقافية والإبداعية إلا بشكل هامشي.

وتظهر المرأة في بعض الأعمال الدرامية التلفزيونية تؤدي في أدوار تقليدية تنحصر في الزوجة الخاضعة للزوج والحريصة على الاحتفاظ به بأي ثمن والأم المعطاءة والمنحازة للذكور منهم والابنة المطيعة لوالديها. كما أن الكثير من الدراسات الحديثة تثبت مثلا أن محتويات الكتاب المدرسي لازالت تعيد إنتاج بعض من صور المواقع التقليدية الممنوحة للمرأة في المجتمع الجزائري².

¹ أنظر: رضوان بوجمعة. مقارنة ظاهراتية في أشكال الاتصال غير اللفظي: الفضاء في المرجعية الثقافية الجزائرية، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الإعلام، العدد الثالث، 2003-2004.

² ناصر جابي. لماذا تأخر الربيع الجزائري، ط1، منشورات الشهاب، الجزائر، 2012، ص197

ومن جانب آخر يمكن تفسير غلبة العنصر الرجالي في فئة الصحفي بالإذاعة إلى بعض المعوقات التي تتعرض لها المرأة في مجال عملها الإعلامي تتعلق عموما بالمتاعب والمشاكل التي تخلقها طبيعة مهنة الصحافة، وتوقيت العمل الذي يفرض على المرأة في بعض الأحيان العمل لساعات متأخرة من الليل وهذا العنصر يشكل حاجزا أمام المرأة أو العائلة الجزائرية التي تعتبر أو توصف بالمحافظة، إضافة إلى كثرة وصعوبة التنقل من مكان إلى آخر لتغطية الأحداث، وتعرض المرأة لتشويه السمعة نتيجة ممارستها للعمل الإعلامي لاسيما عندما تضطرها ظروف العمل للسهر والسفر والابتعاد عن منزل الأسرة، وأخيرا عدم التقيد بساعات عمل محددة وذلك نتيجة لتكليفها بالقيام بأكثر من عمل في وقت واحد.

في المقابل، يمكن قراءة نسبة 41 في المائة من العنصر النسوي على أنها نسبة معتبرة، وتنفذ الاعتبارات السابقة، وتدل على تغير لافق في النظرة إلى المرأة بأنها مسؤولة في البيت أو محصورة في بعض المهن، وبالتالي بداية زوال احتكار الرجال للممارسة الصحفية، فهذه النسبة (41 في المائة) يمكن تفسيرها بتطور التحصيل العلمي عند المرأة، وإدراكها بأهمية قطاع الإعلام الذي يسمح لها بفرض نفسها والتعبير عن ذاتها، ويظهر ذلك في ارتفاع نسبة المتخرجات من كليات الإعلام في كل عام. فالحضور القوي للبنات داخل المنظومة التعليمية في الجزائر يؤهل المرأة إلى احتلال مواقع مهنية واجتماعية متميزة¹.

فعلى خلاف ما كان عليه سابقا، تشير الدراسات الأخيرة أن مهنة الصحافة تتأثت تدريجيا وهو ما يتعلق بأسرة الصحافة في فرنسا مثلا، حيث يقول "ريمي ريفل" إن مهنة الصحافة التي ظلت لفترة طويلة تحت سيطرة الذكور، بدأت تتأثت تدريجيا².

¹ ناصر جابي. لماذا تأخر الربيع الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 198.

² Remy rieffel. Sociologie des media, op.cit, p93.

وتقول أيضا الباحثة في علم اجتماع المرسلين جوديت لازار: "في الميدان السمعي البصري، فإن نسبة النساء أصبحت أهم من نسبة الرجال"¹، وهو ما أكدته أيضا الباحثة الأمريكي "ويفر" عندما أقر بأن أغلبية الصحفيين الأمريكيين هم من الرجال، غير أنه ومنذ سنة 1971م أصبح عدد النساء في ارتفاع ملحوظ (من 20,3% إلى 33,8%)².

وبالتالي ما يمكن قوله بعد استعراض المعطيات السابقة أن ارتفاع نسبة وجود المرأة الصحفية في الإذاعة المحلية يؤكد أن قطاع الإعلام يلتحق تدريجيا بالقطاعات الأخرى التي تتأثرت كنتيجة لاستقطاب وسائل الإعلام للعنصر النسوي بشكل متزايد، والتحاق الناجحات في اختبار البكالوريا بوثيرة مضاعفة بكليات الإعلام مقارنة مع الذكور على مدى سنوات متتالية.

ويمكن القول إن قانون العرض والطلب في سوق العمل هو الذي فرض الإقبال الكثيف للنساء على العمل الصحفي، إلى جانب تساهل العنصر النسوي في الجانب المطلي المتعلق بالحقوق المهنية الاجتماعية، وعدم تقييد توظيف المرأة بشرط الخدمة الوطنية، فضلا عن المستوى التعليمي الذي أضحت تتميز به الإناث مقارنة مع الذكور، إضافة إلى تفضيل أصحاب المؤسسات الإعلامية للعنصر النسوي باعتباره وجها إعلانيا وإشهاريا للمنتوج الإعلامي لاسيما في الإعلام المرئي والمسموع.

فمن حيث الكم، تشير إحصائيات الوزارة الوصية وفقا لدراسة حول "الوضعية الاجتماعية والمهنية للمرأة ومكانتها في وسائل الإعلام بالجزائر" قامت بها وزارة الاتصال بالتنسيق مع هيئة الأمم المتحدة إلى أن النساء يمثلن أكثر من نصف المشتغلين في قطاع الإعلام في الجزائر، مع تفاوت بين مختلف فروعها، حيث تزيد نسبتهن في الصحافة المكتوبة عمومية وخاصة على 55 في المائة، وفي الصحافة المسموعة والمرئية

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة، مرجع سبق ذكره، ص 107

² Weaver.D.H et Wilhoit G.C, the American journalist,1986.

عن 67 في المائة، فتشير الأرقام إلى وجود 425 صحفية يعملن بمؤسسات الإعلام المكتوب، وعلى مستوى التلفزيون توجد سيدتان برتبة إطار مسير، و23 إطار في أقسام التحرير، و203 صحفيات، بينما تنشط بالإذاعة الوطنية 918 إعلامية في مجال الإنتاج الإذاعي والأخبار منهن 76 برتبة إطار، 408 صحفيات منهن 252 في المحطة المركزية والبقية في المحطات المحلية، وفي المناصب النوعية هناك مسيرة واحدة، و8 في منصب مدير محطة إذاعية، مديرتا قناة وطنية و4 مديرات فرعية و9 مديرات تحرير و11 رئيسة تحرير و8 رئيسة قسم و9 رئيسة مصلحة¹.

جدول رقم (07): يوضح توزيع الصحفيين حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 20 إلى 30 سنة	35	17,5 %
من 31 إلى 40 سنة	119	59,5 %
من 41 إلى 50 سنة	41	20,5 %
أزيد على 50 سنة	5	2,5 %
المجموع	200	100 %

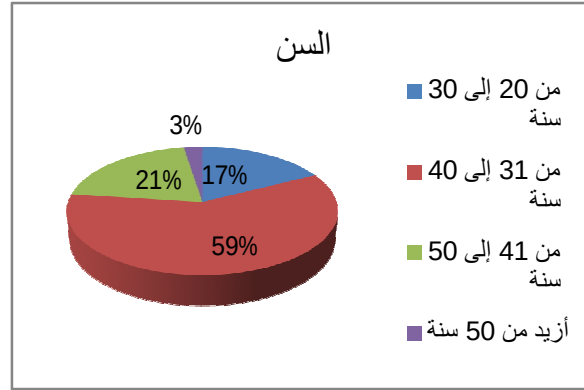
معدل سن الصحفيين هو 36 سنة و77 في المائة منهم لا تتجاوز أعمارهم

40 سنة

أفضى البحث فيما يخص المتغير المتعلق بالسن إلى أن 77 في المائة من الصحفيين المبحوثين يقعون في خانة 20-40 سنة، وأن متوسط أعمارهم هو 36 سنة، حيث احتلت الفئة من 31-40 المرتبة الأولى بأعلى نسبة قدرت ب 59,5 في المائة أي بمجموع 119 صحفياً، تلتها الفئة العمرية من 41-50 بمجموع 41 صحفياً أي بنسبة

¹ أ. بن نعوم. صورة المرأة في وسائل الإعلام، جريدة الجمهورية، يومية وطنية إخبارية، يوم 12-03-2017، تاريخ التصفح: 2017-08-08 عند الساعة الخامسة مساء.

20,5 في المائة، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية أكبر من 50 سنة بمجموع 5 صحفيين بنسبة 2,5 في المائة من العدد الإجمالي للصحفيين وهي فئة قليلة العدد، مقارنة في نفس الوقت بـ 195 صحفياً أي 97,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث تقل أعمارهم عن 50 سنة.



شكل بياني رقم 02: يوضح نسب الصحفيين حسب متغير السن

تظهر هذه المعطيات سيطرة الشباب في هذه المهنة التي تستقطب هذا العنصر الذي يكون عادة في عمر الاندفاع واللياقة والطاقة الكاملتين اللتين تؤهلانه لممارسة هذه المهنة، ويمكن شرح هذه الظاهرة من زاوية أخرى كذلك بالإقبال الكبير لخريجي الجامعة على ممارسة المهنة، وبتقاعد المسنين أو توجيههم إلى مناصب عمل أخرى بسبب الامتيازات والرواتب المرتفعة.

كما يمكن تفسير صغر سن الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية بقصر عمر استقلال الجزائر، وتأخر ظهور الكثير من الإذاعات المحلية (آخر إذاعة ظهرت في 2012).

ما يمكن قوله كذلك أن ظاهرة الشباب في مهنة الصحافة منتشرة في مختلف دول العالم، تقول "جوديت لازار" في كتابها علم اجتماع المرسلين: "إن الصحفيين الأمريكيين

في أغلبيتهم شباب.. إذن يتعلق الأمر باتجاه واضح نحو تشبيب المهنة¹، نفس الشيء يؤكدّه الباحث "محمد قيراط" في دراسته القائم بالاتصال في دولة الإمارات العربية عندما يقول: "بلغ متوسط عمر الصحفي في دولة الإمارات العربية المتحدة 36 سنة حيث يعتبر شاباً نسبياً"².

جدول رقم (08): يمثل توزيع الصحفيين حسب متغير الحالة المدنية

الحالة المدنية	التكرارات	النسبة المئوية
أعزب	49	24,5 %
متزوج	141	70,5 %
مطلق	9	4,5 %
أرمل	1	0,5 %
المجموع	200	100 %

أزيد على 70 في المائة من الصحفيين موضوع الدراسة متزوجون

خلص البحث فيما يخص متغير الحالة المدنية للصحفي إلى أن أزيد على 70 في المائة بالنسبة للصحفيين موضوع البحث متزوجون، فقد بلغ عددهم 141 صحفياً بنسبة 70,5 في المائة من مجمل الصحفيين بالإذاعات المحلية، في المقابل عدد الصحفيين غير المرتبطين هو 59 صحفياً بنسبة 29,5 في المائة.

ويمكن تفسير هذه المؤشرات بظروف العمل في الإذاعات المحلية ذات الطابع العمومي التي تتميز بعامل الاستقرار والإحساس بالأمان من ناحية نوعية عقد العمل الذي يكون غالباً عقداً دائماً، إلى جانب بعض الامتيازات المرتبطة بالعقد.

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة، مرجع سبق ذكره، ص ص 110-111.

² محمد قيراط. قضايا إعلامية معاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 58.

في المقابل هناك بعض العناصر قد تكون الحاجز الذي منع ما يقارب 60 صحفيا من عينة البحث من تكوين أسرة مثل الضغوط والمشاكل المهنية والاجتماعية المختلفة الملتصقة بالصحفي (سوف نتعرض إليها لاحقا)، وثقل المهام والمسؤولية الموكلة له، التي تحول دون ارتباطه لأنها تزيد من مسؤوليته وأعبائه أكثر، إضافة إلى سعي الصحفي بحكم حبه وشغفه بالمهنة للانشغال واللهث وراء تحقيق طموحاته وتحسين وضعه الاجتماعي على حساب التفكير في تكوين أسرة.

وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الظروف المجتمعية والاقتصادية والأمنية التي مر بها المجتمع الجزائري بشكل عام والتي انعكست آثارها على ارتفاع سن الزواج بين الشباب إناثا وذكورا.

جدول رقم 09: يمثل توزيع الصحفيين بحسب متغير نوعية السكن

نوعية السكن	التكرارات	النسبة المئوية
فيلا	21	10,5 %
عمارة	59	29,5 %
كراء مسكن	55	27,5 %
مسكن خاص	65	32,5 %
المجموع	200	100 %

قراءة 28 في المائة من الصحفيين يقيمون في مساكن للكراء

خلص البحث فيما يخص متغير السكن إلى أن ما يقارب 28 في المائة من الصحفيين (55 صحفيا) أي 27,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث يقيمون في منازل للكراء، أما 59 صحفيا بنسبة 29,5 في المائة يسكنون في عمارات، أما النسب المتبقية وكانت 65 صحفيا ما يعادل 32,5 في المائة يقيمون في مساكن خاصة، فيما

10,5 في المائة من الصحفيين محل البحث أي ما يعادل 21 صحفيا يسكنون في فيلات.

وتعطي بعض هذه الإحصائيات دلالة على الوضعية الصعبة التي يعيشها الصحفي، حيث يعتبر مشكل السكن مشكلا حساسا عند شريحة واسعة من الصحفيين، وقد عوّ عنه لنا البعض منهم أثناء فترة توزيع استمارات البحث، بحيث يلجأ الكثير من المبحوثين إلى الكراء نظرا لصعوبة الحصول على مسكن خاص أو شرائه لغلائه.

ويمكن تفسير الارتفاع الملحوظ في نسبة الصحفيين الساكنين في العمارات بكون السكن بالعمارات يعتبر من المظاهر السكنية الشائعة في الجزائر.

جدول رقم (10): يمثل توزيع الصحفيين بحسب نوعية الحي

نوع الحي	التكرارات	النسبة المئوية
حي شعبي	186	93 %
حي راقى	14	7 %
المجموع	200	100 %

93 في المائة من الصحفيين ينحدرون من أحياء شعبية

كشف البحث أن أغلبية الصحفيين بمجموع 186 صحفيا وهو ما يعادل نسبة 93 في المائة من مجمل الصحفيين موضوع البحث ينحدرون من أحياء شعبية، بينما 14 صحفيا أي 7 في المائة قادمون من أحياء راقية.

ويمكن تفسير هذه الإحصائيات بما أثبتته بعض الدراسات التي تشير إلى انحدار النخبة من الأحياء الشعبية منذ الاستعمار ومخلفاته وتأثيره على العائلات الريفية وقاطني الأحياء الشعبية، حيث تؤكد أنه مباشرة بعد تطور المشروع الاستيطاني الفرنسي تسارعت

التغييرات على مستوى الشرائح الجزائرية، عندما اهتزت البنية الاجتماعية المسلمة بتدهور أحوال العائلات الريفية الكبيرة، وبعد مصادرة الملكيات، وازدياد معاناة السكان للفقير والبؤس، وتراكم مختلف التشريعات الخاصة بتنشيط الوجود الفرنسي بالجزائر، لأن ذلك المجتمع الموصوف بـ "المتخلف" الذي أصبح على وشك الانهيار، والذي كان مجبولا على عدم التأقلم أصبح من المفروض زواله تطبيقا لقانون القوة، وصار محتما على الجزائري أن يقبل مصيره بالزوال بما أنه لا يستطيع ولا يتقبل الوجود الفرنسي "المتحضر"، ونشأت نتيجة هذه المتغيرات "طبقة" جديدة أفرزها الواقع الحالي، وكانت هذه الأخيرة مسخرة في مهامها بطريقة غير مباشرة لصالح المستعمر هي طبقة "البرجوازية الوظيفية" التي احتضنت ولادة النخبة¹.

ويؤكد في هذا الصدد الباحث في علم الاجتماع السياسي ناصر جابي في كتابه "الوزير الجزائري، أصول ومسارات" أن النخب السياسية الجزائرية هي نتاج الفئات الريفية التي كان لها دور كبير في إنتاج النخبة الوزارية الجزائرية، بمعنى أن الأصول الاجتماعية والجغرافية للنخبة الوزارية هي أصول ريفية في الغالب².

ونتحدث عن النخبة هنا باعتبار أن الكثير من المراجع تصنف الصحفي ضمن فئة النخبة، حيث تعني "النخبة" وجمعها "نخب" الصفوة والأفضل، وبأنها عدد محدود من الأفراد يمتازون عن أقرانهم، ويحوزون الأفضلية في مجال معين، وتطلق عادة على منتجي (أو معيدي إنتاج) الأفكار والمعرفة³. ووصفها الفرنسي جورجى مارسى بفئة

¹ نفيسة دويذة. النخبة الجزائرية مسار وأفكار، ط1، دار ثالثة للنشر، الجزائر، 2014، ص33.

² ناصر جابي. الوزير الجزائري، أصول ومسارات، ط1، منشورات الشهاب، الجزائر، 2011، ص ص41-44.

³ المنجد في اللغة العربية المعاصرة. ط1، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2000، ص 1390.

تضم "بعض الأطباء الشرفاء، وبعض المحامين النشيطين، وبعض الصحفيين اللامعين، وكذلك المعلمين"¹.

أما فيما يخص انحدار نسبة 7 في المائة من المبحوثين من أحياء راقية، فقد أثبتت الدراسات في هذا الصدد أنه يوجد ارتباط وثيق بين الانتماء إلى محيط اقتصادي واجتماعي راقٍ والانتباه والاهتمام بالمسائل السياسية، الاجتماعية والاقتصادية².

وتشكل ظروف التنشئة الاجتماعية والمناخ الاجتماعي والجغرافي الذي نشأ فيه الصحفي عوامل مؤثرة في اهتمامات الصحفي وتوجهاته في العمل وأساليب ممارسته للعمل الصحفي، وفي هذا الصدد يقول الصحفي ناصر صيفور بإذاعة جيجل المحلية "نشأت في أسرة ريفية وسط عائلة متدينة وأسرّة محافظة وكان لي طموح كبير في أن أصبح صحفياً ناجحاً وكبيراً معي ذلك الطموح إلى أن حققته، ففي هذه الظروف تتلمذت منذ الصغر".

جدول رقم (11): يمثل توزيع الصحفيين بحسب السكن الحالي للصحفي

النسبة المئوية	التكرارات	السكن الحالي
44,5 %	89	مع العائلة
17 %	34	سكن فردي
37,5 %	75	سكن خاص بالزوجين
1 %	2	حالة أخرى
100 %	200	المجموع

¹ نفيسة دويذة. مرجع سبق ذكره، ص 21.

² انظر: جوديت لازار، الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام، ترجمة رضوان بوجمعة، العدد 16، المجلة الجزائرية للاتصال، جوان - ديسمبر 1997، ص 188.

أزيد على 44 في المائة من الصحفيين يسكنون مع العائلة

أبرز البحث أن 89 صحفيا أي 44,5 في المائة من الصحفيين يسكنون مع العائلة و34 صحفيا يسكنون في سكن خاص/فردى أي بنسبة 17 في المائة من مجمل الصحفيين، وأبرز البحث كذلك أن 75 صحفيا أي 37,5 في المائة يسكنون في سكن خاص بالزوجين.

إن نسبة 44,5 في المائة من الصحفيين يسكنون مع العائلة تعكس مشكلة السكن في الجزائر، كما تطرح إشكالا وتعكس الظروف الاجتماعية التي يعيشها الصحفيين، هذا إذا علمنا أن أزيد على 70 في المائة كما سبق الذكر من الصحفيين متزوجون، بحيث تؤثر هذه الظروف على الإنتاج الصحفي وقطاع الصحافة عموما في الجزائر، حيث يقول في هذا الصدد الصحفي بجريدة الخبر "عثمان لحياني": "إن إعادة الاعتبار لقطاع الصحافة في الجزائر، يقتضي تحسين الظروف المهنية والاجتماعية بالدرجة الأولى للصحفيين"¹.

فرغم تسجيل بعض الانجازات والتحسين بالمقارنة مع السنوات السابقة من خلال وضع شبكة جديدة لأجور الصحفيين بالقطاع العمومي، إلا أن عملا كبيرا لا يزال ينتظر السلطات المعنية لتمكين أهل المهنة من تأدية الرسالة المنوطة بهم بموضوعية ومصداقية، وقد عبر لنا العديد من المبحوثين عن معاناتهم من مشكل السكن الذي لا يزال يرهقهم، مؤكدين على أنه من غير الممكن أن يركز أي صحفي على عمله لتأديته بشكل لائق وهو لا يملك مسكنا لائقا.

¹ ندوة صحفية حول مناقشة قانون الاعلام 2012" نشطها عثمان لحياني صحفي بجريدة الخبر بمقر جمعية الكلمة للثقافة والإعلام بني مسوس، الجزائر العاصمة، يوم 7 ديسمبر 2011 عند الساعة الثانية زوالا.

جدول رقم (12): يمثل توزيع الصحفيين بحسب مهنة الأولياء

مهنة الأب	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	126	63 %
فلاح	11	5,5 %
حرفي	3	1,5 %
مهنة حرة	19	9,5 %
مهنة أخرى	41	20,5 %
المجموع	200	100 %

تظهر نتائج البحث أن 126 صحفياً آباؤهم موظفون أي ما يعادل 63 في المائة من الصحفيين عينة البحث، كما أن 11 صحفياً آباؤهم يشتغلون في قطاع الفلاحة، وأظهر البحث أن 3 صحفيين فقط آباؤهم حرفيون، و 19 صحفياً منهم يشتغل آباؤهم في مهن حرة، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 20,5 بالمائة فيشتغل آباؤها في مهن أخرى.

فبالحديث عن الأصل الاجتماعي والمهني للصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية، ومن خلال هذه النتائج يتبين لنا أن الأغلبية تنحدر من فئة الموظفين، أما الأقلية منهم تنحدر من عائلات الحرفيين والفلاحين والمهن الحرة، وبالتالي فإنه يمكن القول إن أغلبية الصحفيين في الإذاعات المحلية جاءوا من الفئة البورجوازية المتوسطة الممثلة للمجتمع الجزائري، كما أن بعضهم ينحدر من عائلات متواضعة تعيش أوضاعاً معيشية صعبة، وهذا مؤشر يعزز النظرة الحديثة التي باتت توجه للصحفي الجزائري والتي تسقط النظرة النمطية للصحفي على أنه ذلك الشخص الذي ينحدر من بيئة تطبعها الرفاهية ويعيش في مستوى اجتماعي رفيع.

والتركيز هنا على الأصل الاجتماعي والثقافي للصحفيين يرجع إلى إجماع الباحثين على أن المحيط الأصلي الذي نشأ فيه الصحفي يؤثر بصفة جلية على الطريقة التي ينظر بها إلى المحيط فيما بعد.

كما تؤثر بيئة عمل الأولياء والمناخ الوظيفي على الأولاد وعلى اختيارهم للمهنة التي يمارسونها ولولوجهم عالم الصحافة، فالعائلة مثلا التي يوجد بها أولياء يعملون في مجال الإعلام قد يخلقون مناخا داخل البيت يدفع الأولاد للسير على نفس النهج الذي سلكه أولياؤهم.

جدول رقم (13): يمثل توزيع الصحفيين حسب مهنة الأم

مهنة الأم	التكرارات	النسبة المئوية
تعمل	7	3,5 %
لا تعمل	193	96,5 %
المجموع	200	100 %

أظهر هذا البحث أن 193 صحفيا من بين الصحفيين عينة البحث أي بنسبة 96,5 في المائة أمهاتهم لا تعملن، بينما كشف البحث أن 7 صحفيين أي ما يعادل 3,5 في المائة أمهاتهم يعملن.

هذه الأرقام تؤكد ما سبق ذكره بأن النظرة التقليدية التي كانت سائدة نحو المرأة كربة بيت ومسؤولة عن تربية الأولاد والاهتمام بشؤون المنزل، وبالهيمنة الذكورية التي تحدث عنها بيار بورديو في كتابه "الهيمنة الذكورية" الذي شَرَّح فيه العلاقات القائمة بين الأفراد، لاسيما بين الذكر والأنثى، تناول فيه الحصار المضروب على المرأة من قبل النظام الاجتماعي الذي يفرض عليها طرقا خاصة في الجلوس والحركة واللباس ومزاولة أنشطة دون أخرى مثل الأنشطة البيئية، فمنطق التبادلات الرمزية المتحكم في بناء العلاقات الاجتماعية والقرباة والزواج، يحول النساء إلى مجرد أشياء للتبادل تحقيقا لمصالح الرجال، أو كما يصفهن بورديو بـ "وسائل رمزية للسياسة الذكورية"¹.

¹ بيار بورديو. الهيمنة الذكورية، ترجمة سلمان قعفراني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2009، ص74.

ففي الحالات التي تبلغ فيها المرأة مواقع مهنية واجتماعية مهمة، يكون لذلك كلفة كبيرة، كالعزوبية أو التأخر في الزواج أو الفشل في الحياة الزوجية بإهمال الأبناء وإضاعة الشريك، وبشهادة النساء أنفسهن، تعيش المرأة وضعا ثنائيا عسيرا، إما النجاح في الحياة الزوجية والعمل العائلي المنزلي أو النجاح المهني على حساب الأول. ولأن "نجاح المؤسسة المنزلية هو في الغالب تخل جزئي أو كلي عن النجاح المهني الكبير"، فإنها تبقى خارج السلطة¹.

غير أنه في هذا السياق تجدر الإشارة إلى الدور المتميز الذي تلعبه الأم في حياة الأسرة الجزائرية لاسيما الريفية منها، فرغم كونها لا تعمل إلا أنها تحرص على تعليم أبنائها وبناتها والوصول بهم إلى أعلى المستويات، وأحيانا تجد الأم نفسها وحيدة في تحلّ أعباء كبيرة لتعليم أولادها في ظل غياب الأب لوفاته أو لظروف أخرى.

لكن ما يجب الإشارة إليه هنا هو التغير الذي طرأ على تفكير الكثير من الأفراد في المجتمعات الحديثة، وتأثر هذا الجيل بالمجتمعات الغربية، يظهر ذلك جليا في ولوج المرأة بشكل بارز سوق العمل في جميع المجالات تقريبا، وبداية زوال النظرة التقليدية للمرأة، ما يؤشر في المستقبل القريب إلى تزايد أكبر في عدد النساء العاملات وبالتالي تغير في الأصل الاجتماعي والمهني للصحفيين وهو ما يؤثر من دون شك على نظرة هؤلاء الصحفيين لمحيطهم.

جدول رقم (14): يمثل توزيع الصحفيين بحسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
2,5 %	5	ثانوي أو أقل
97,5 %	195	جامعي
100 %	200	المجموع

¹ المرجع السابق. ص ص 157-158.

أزيد على 97 في المائة يحوزون على مؤهل جامعي

يظهر هذا البحث أن أغلبية الصحفيين في الإذاعات المحلية يملكون مستوى جامعي، إذ كشف أن 195 صحفيا أي ما يعادل 97,5 في المائة ذوي مستوى جامعي، بينما 5 صحفيين فقط أي 2,5 في المائة يملكون مستوى ثانوي أو أقل.

وتعكس هذه النتائج ارتفاعا جليا في المستوى التعليمي للصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية، حيث تملك الغالبية الكبرى مؤهلا جامعيًا ورصيدا معرفيا أكاديميا يسمح لهم بمزاولة مهنة الصحافة، ولو أن الشهادة الجامعية ليست شرطا إلزاميا لولوج عالم الصحافة، فقد أكد 5 صحفيين عدم امتلاكهم لمؤهل جامعي.

فالمؤسسات الصحفية أحيانا توظف أشخاصا يملكون موهبة في مجالات معينة مثل التقديم أو التشييط، ويتمتعون برصيد معرفي كبير وثقافة واسعة، فمنهم من لا يملك شهادة جامعية إلا أنه يملك موهبة ويصقلها بدورات تدريبية في مجال الصحافة في المؤسسات التكوينية الخاصة.

جدول رقم (15): يمثل توزيع الصحفيين بحسب معهد التخرج

التخصص العلمي	التكرارات	النسبة المئوية
إعلام و اتصال	143	71,5 %
تخصص آخر	57	28,5 %
المجموع	200	100 %

71,5 في المائة من الصحفيين هم خريجي معهد الإعلام

أبرز هذا البحث الميداني كذلك أن 143 صحفيا أي نسبة 71,5 في المائة تخرجوا من معهد الإعلام، بينما 57 صحفيا هم خريجي معاهد أخرى بنسبة 28,5 في المائة.

هذه الأرقام والإحصاءات تعطي مؤشرا مشجعا نسبيا عن الممارسة الإعلامية في الجزائر فيما يخص الخلفية التعليمية والتخصص الإعلامي الذي يراعيه القائمون على مؤسسة الإذاعة الوطنية في توظيف الطاقم الصحفي الساهر على إنتاج وتقديم الخبر للمستمع.

فنسبة قرابة 30 بالمائة المتخرجة من معاهد غير معاهد الإعلام قد تعطي تفسيراً سلبياً في مجال أخلاقيات المهنة، التي تتطلب رجال إعلام يعون ضرورة مراعاة فنيات التحرير واختيار الألفاظ المناسبة والقيم الخبرية، إضافة إلى استيفاء الخبر الإجابة عن الأسئلة الخمسة، حتى يضمن ذلك إيصال المعلومة الكاملة للجمهور بطريقة مدروسة وممنهجة.

ويمكن تفسير هذه الإحصاءات بأن مهنة الصحافة ليست حكراً على خريجي معاهد الإعلام فقط، بل متاحة أمام أصحاب الكفاءات في جميع التخصصات، فطبيعة التخصص ليست دائماً معياراً لمزاولة مهنة الصحافة.

ورغم النقد الموجه لتكوين الصحفيين بالجامعات الأمريكية مثلاً إلا أنه يلاحظ أن 85 بالمائة من الشباب الذين التحقوا بالصحف الأمريكية خلال السنوات الأخيرة الماضية هم من خريجي أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الأمريكية¹.

لقد اقتنع بعض مسؤولي وسائل الإعلام الأمريكية أن خريج كلية الإعلام (لديه أساس أفضل يمكن البناء عليه²)، وأنه يملك معرفة أساسية واسعة عن مهنة الصحافة، ولا يحتاج سوى القليل من التدريب لاكتساب المهارات المطلوبة³.

¹ Florian Sauvageau : l'enseignement du journalisme et de la communication, la « confusion » nord-américaine, L'état des médias, op cite, p 417

² إدوين إمري وآخرون. الاتصال الجماهيري، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم، مجلس الأعلى للثقافة، 2000، ص 478.

³ المرجع نفسه، ص 479.

وقد بدأ الاهتمام الأكاديمي بالتعليم في مجال الصحافة بالولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1913 حيث تم إنشاء قسم الإعلام بفضل الدعم المالي من الناشر والصحافي الأمريكي جوزيف بولتزر. منذ هذا التاريخ تزايد عدد الجامعات الأمريكية التي افتتحت أقساما وكليات لها لتدريس الصحافة، وخصصت حوالي 35 في المائة من مواد خططها الدراسية للتحرير الصحفي والإخراج والطباعة والتصوير، ووجهت الباقي إلى دراسة القانون، والاقتصاد، والإحصاء، والتاريخ، وعلم الاجتماع والجغرافية، وعلم الأحياء التي تزود الطالب بخلفية معرفية تسمح له مستقبلا بتغطية الأحداث وتحليل الأخبار بنوع من العمق والدراية والإنصاف¹.

جدول رقم (16): يمثل توزيع الصحفيين بحسب الشهادة المتحصل عليها

النسبة المئوية	التكرارات	الشهادة المتحصل عليها
86 %	172	ليسانس
11.5 %	23	ما بعد التدرج
2.5 %	5	أخرى
100 %	200	المجموع

86 في المائة من الصحفيين لا تقل شهاداتهم عن الليسانس

أفضى البحث إلى أن المستوى الدراسي للصحفيين بالقنوات الإذاعية المحلية في الجزائر مرتفع، إذ أن 172 صحفيا أي 86 في المائة من الصحفيين موضوع الدراسة يملكون شهادة ليسانس، و 23 صحفيا أي 11.5 في المائة من مجمل الصحفيين موضوع البحث حائزون على شهادة عليا (ما بعد التدرج)، بينما 5 صحفيين أي 2.5 في المائة قالوا إنهم يملكون شهادات أخرى.

¹ نصر الدين لعياضي. وسائل الإعلام والمجتمع، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات، 2004، ص 120.

هذه الإحصاءات تعطي مؤشرا إيجابيا من ناحية المستوى التعليمي الذي يؤثر من دون شك على نوعية العمل، لأن هذه المهنة تتطلب مؤهلات علمية وفكرية ومستوى مرتفع من الناحية الدراسية بالنسبة لمزاولها، حتى يتم ضمان حق الفرد في تلقي معلومة شاملة بطريقة مدروسة، لاسيما عندما ندرك أن هذه المعلومة ملتصقة بدرجة أولى بحياة المواطن اليومية.

جدول رقم (17) : يوضح توزيع الصحفيين حسب لغة العمل

لغة العمل	التكرارات	النسبة المئوية
عربية	160	80 %
أمازيغية	30	15 %
فرنسية	10	5 %
المجموع	200	100 %

80 في المائة من الصحفيين يعملون باللغة العربية

أظهر البحث أن 80 في المائة من الصحفيين الذين شملهم البحث أي ما يعادل 160 صحفيا يعملون باللغة العربية، بينما أبان البحث أن 20 في المائة من الصحفيين يعملون بغير اللغة العربية، حيث كشف أن 30 صحفيا أي ما يعادل 15 في المائة يعملون باللغة الأمازيغية، بينما 10 صحفيين أي ما يعادل 5 في المائة من المبحوثين يعملون باللغة الفرنسية.

ويمكن تفسير هذه الإحصاءات بتركيز السلطات الحاكمة على اللغة العربية إلى جانب اللغة الأمازيغية التي تم الاعتراف بها في الدستور الجزائري كلغة وطنية ثانية في 2002 -المادة 03 من الدستور - من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من شرائح المجتمع الجزائري، كما يمكن تفسيرها بخاصية الإذاعات المحلية الجزائرية التي تبث أغلبها

باللغتين العربية والأمازيغية، باعتبار أن 25 إذاعة محلية تبث باللغة الأمازيغية إلى جانب العربية وهي (البويرة، بجاية، تيزي وزو، غرداية، تمنراست، إليزي، باتنة، خنشلة، أدرار، ورقلة، تندوف، الشلف، عين الدفلى، تيبازة، أم البواقي، سطيف، برج بوعريرج، تيسمسيلت، بسكرة، تبسة، سوق أهراس، بومرداس، النعامة، البيض، البهجة (العاصمة). أما اللغة الفرنسية فلا تشمل البث، وإنما يوظفها بعض الصحفيين الذين يتقنونها في ترجمة برقيات وكالة الأنباء أو بعض المقالات عندما تقتضي الضرورة، أو إجراء بعض الحوارات مع شخصيات تتحدث اللغة الفرنسية.

وتعتبر اللغة في الجزائر، الميزة البارزة أو القيمة المركزية التي تسمح بتحديد الهوية الثقافية لأعضاء زمرة بعينها¹.

ومؤشر ازدواجية اللغة الذي لمسناه لدى غالبية الصحفيين أثناء قيامنا بالبحث الميداني -في الغالب تكون الأمازيغية إلى جانب العربية أو الفرنسية إلى جانب العربية- يعكس نظام التكوين في الجزائر الذي يتم باللغتين العربية والفرنسية، وتدخل اللغة الانجليزية كلغة ثالثة، ويفسر بالسياسة الفرنسية التي اعتمدت القوة والقهر لفترة جاوزت القرن في إرساء لغتها مكان اللغة الأم للجزائريين (العربية إلى جانب الأمازيغية) هذه الأخيرة -الأمازيغية- التي تتسم بالشفوية لذلك لم يجد الاستعمار صعوبة في إرساء لغته، لتصبح بعدها اللغة العربية لغة ثانية تعلم في المدرسة كلغة أجنبية²، وبعد الاستقلال ورثت الجزائر مثقفين مكونين بلغتين مختلفتين، المثقفون المكونون باللغة العربية وعددهم قليل جدا وآخرون مكونون بالفرنسية³.

¹ خولة طالب الإبراهيمي. الجزائريون والمسألة اللغوية، ترجمة: محمد يحياتن، ط2، دار الحكمة، الجزائر، 2013، ص 71.

² Taleb Ibrahimi(khaoula). Les algériens et leur(s) langue(s), ed.Elhikma, 2^{em} édition, Alger,1997,pp 35-36.

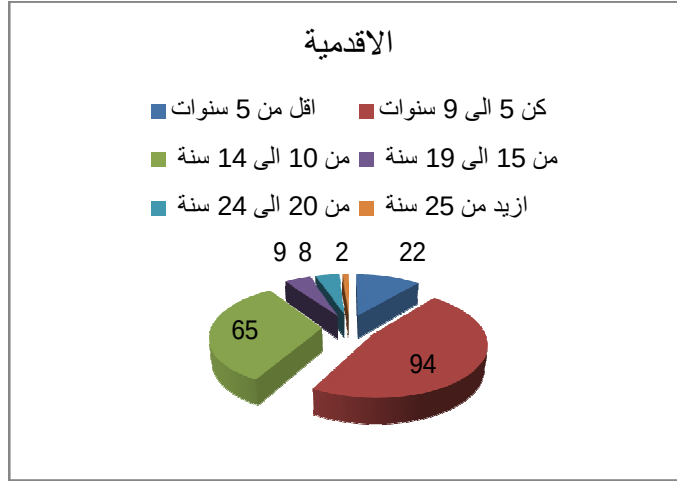
³ Ibid. p39.

وابتداء من سنة 1965 شرعت الجزائر في عملية التعريب، بتعريب فرع من كلية الحقوق الذي درس به أساتذة كبار وفدوا من المشرق العربي، وكانت سنة 1970 سنة الإصلاح الجامعي الذي أخذ طابعا راديكاليا ودفع بعملية التعريب خطوات إلى الأمام مست قسمي التاريخ والفلسفة في سياق تعريب باقي الفروع في العلوم الاجتماعية.

ويمكن الإشارة إلى أن المشكل يطرح بالنسبة للصحفيين بالقنوات التي تعتمد بشكل كبير على اللغة الأمازيغية، مع إدخال الكلمات المستحدثة، وكثرة المشتقات والمزج اللغوي الذي تعرفه اللغة الأمازيغية إلى يومنا هذا كمحاولة للنهوض بها، أما اللغة الفرنسية فلا تطرح أي مشكل لدى الصحفيين فحتى العائلات الجزائرية تفضلها لاعتبارات علمية، في نفس الوقت تحترم العربية كثيرا كونها لغة القرآن الكريم. لكن في نفس الوقت هذا المشهد اللغوي في الإذاعة الجزائرية وفي الجزائر ككل يجعلنا نتنبأ بتوجه صوب افتقاد جميع اللغات الأصل لصالح لغة هجينة في صورة "créole" المتداولة في الجزر الأمريكية(4) لهجات في خطاب واحد).

جدول رقم (18) : يبين توزيع الصحفيين حسب الأقدمية المهنية

الأقدمية	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	22	11 %
من 5 إلى 9 سنوات	94	47 %
من 10 إلى 14 سنة	65	32,5 %
من 15 إلى 19 سنة	9	4,5 %
من 20 إلى 24 سنة	8	4 %
أزيد من 25 سنة	2	1 %
المجموع	200	100 %



شكل بياني رقم 03: بوضوح نسب الصحفيين حسب الأقدمية

89 في المائة من الصحفيين عمرهم المهني لا يقل عن 5 سنوات

أبان البحث أن نسبة كبيرة من الصحفيين لا تقل أقدميتهم في الصحافة الإذاعية عن 5 سنوات، حيث بلغ عددهم 178 صحفياً أي ما يعادل 89 في المائة من الصحفيين موضوع البحث، وما يلاحظ في الوقت ذاته أن نسبة الصحفيين الذين تتراوح أقدميتهم المهنية بين 5 إلى 9 سنوات عددهم 94 صحفياً أي ما يعادل نسبة 47 في المائة وهي النسبة الأعلى من بين الفئات الموضوعة.

إن هذه المعطيات الخاصة بأقدمية الصحفيين وأعمارهم المهنية تعطي مؤشراً مفاده أن الكثير من الصحفيين يعمرّون في هذه المهنة، وبفسر ذلك بعلاقة الصحفيين بمهنة الصحافة التي سنتطرق إليها فيما بعد، بحيث تصبح هذه الأخيرة مع مرور الوقت جزءاً من حياتهم على حد تعبير العديد من الصحفيين الذي التقينا بهم أثناء مرحلة البحث، فقد عرّ معظمهم عن تعلقهم بالصحافة كمهنة وطموحهم للوصول إلى مستوى أرقى ومؤسسات إعلامية ذات صيت كبير، كما أن الأقدمية كذلك تصنع الخبرة التي تسمح للصحفي بالاستفادة من العديد من الامتيازات، كالارتقاء في المنصب مثلاً والزيادة في الأجر، وهي كلها عوامل تدفع بالصحفي لمزاولة مهنته والتعمير فيها.

ويعتبر مؤشر الأقدمية من زاوية أخرى مشجعا، لأنه يخلق حالة الاستقرار في التركيبة البشرية للصحفيين، ومن شأنه أن يفرز الانسجام بينهم وينعكس بالإيجاب على نوعية المادة المنتجة والمقدمة للجمهور.

جدول رقم (19): توزيع الصحفيين حسب دوافع اختيار المهنة

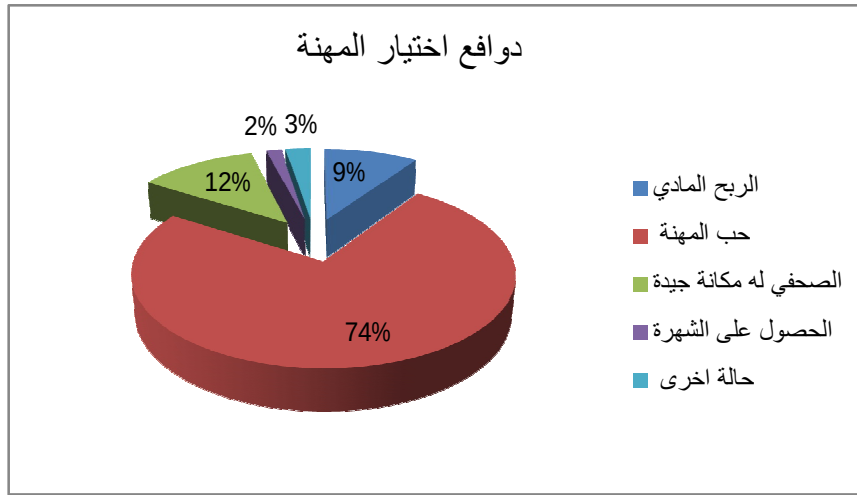
دوافع اختيار المهنة	التكرارات	النسبة المئوية
الربح المادي	19	9,5 %
حب المهنة	149	74,5 %
الصحفي له مكانة جيدة في المجتمع	24	12 %
الحصول على الشهرة	3	1,5 %
دوافع أخرى	5	2,5 %
المجموع	200	100 %

أكثر من 74 في المائة من الصحفيين اختاروا العمل في مجال الصحافة حبا في المهنة

كشف البحث أن 149 صحفيا أي ما يعادل 74,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث اختاروا العمل في مجال الصحافة حبا في هذه المهنة، أما النسب المتبقية فتراوحت بين من اختارها بسبب المكانة التي يحظى بها الصحفي داخل مجتمعه وعددهم 24 صحفيا ما يعادل 12 في المائة، وهناك من كان الدافع المادي وراء اختياره العمل في المجال الإعلامي ونسبتهم 9,5 في المائة ما يعادل 19 صحفيا، كما كشف البحث أيضا أن نسبة قليلة جدا من الصحفيين ويقدر عددهم بـ 3 صحفيين فقط أي 1,5 في المائة ممن اختاروا مهنة الصحافة بدافع الحصول على الشهرة.

وعلى العموم تعكس الإحصاءات السابقة تعلق الصحفي بمجال عمله ، وتبين توافر الميول المهنية لدى غالبية المبحوثين رغم المتاعب التي تخلفها مهنة الصحافة، حيث

وصف معظم الصحفيين المجال الإعلامي بالحيوي وبالمجال الذي لا يمكن الملل منه، كون فضاء الصحافة يتميز على العموم بالمستجدات والأخبار الآنية والمتجددة، وبالتنقل من مكان إلى آخر والحيوية والنشاط في العمل، إضافة إلى المكانة الاجتماعية الرفيعة التي تمنحها هذه المهنة للصحفي، بالنظر للدور الذي يقوم به في امتلاك المعلومة وصناعة الرأي العام.



شكل بياني رقم 04: يوضح نسب دوافع اختيار المهنة

جدول رقم (20): يبين طريقة توظيف الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية

النسبة المئوية	التكرارات	كيفية التوظيف
46 %	92	على أساس الشهادة
8,5 %	17	على أساس الأقدمية
40,5 %	81	على أساس المسابقة
5 %	10	على أساس الوساطة
100 %	200	المجموع

أزيد على 45 في المائة من الصحفيين تم توظيفهم على أساس الشهادة

و 10 من بين 200 صحفيا تم توظيفهم على أساس الوساطة

كشف البحث أن 92 صحفيا من الصحفيين عينة البحث تم توظيفهم على أساس الشهادة أي ما يعادل 46 في المائة، و 81 صحفيا أي ما يعادل 40,5 في المائة التحقوا بالعمل في الإذاعة على أساس المسابقة، بينما 17 صحفيا أي ما يساوي 8,5 في المائة تم توظيفهم على أساس الأقدمية بميدان الإعلام، أما 5 في المائة أي ما يعادل 10 صحفيين ولجوا الإذاعات المحلية عبر الوساطة.

يتضح من خلال البيانات الظاهرة في الجدول أن معيار الشهادة في التوظيف يعد شرطا أساسيا وضروريا، وهذا المعيار يعكس البيانات السابقة المرتبطة بالمستوى التعليمي التي أظهرت أن 97,5 في المائة من المبحوثين يملكون مؤهلا جامعيًا، ومعظم المؤسسات الإعلامية تشترط في ملف التوظيف شهادات جامعية.

أما فيما يخص المسابقات فمعظم الإذاعات المحلية قبل بدايتها تنظم مسابقات عادة ما تنتسم بالسرية ثم تتوقف عن فتح باب التوظيف بصفة نهائية تقريبا، فإذاعة جيجل على سبيل المثال لم توظف منذ بدايتها حتى الآن سوى صحفي واحد على الرغم من مرور أزيد على عقد من الزمن على إنشائها¹.

وتشكل الوساطة إحدى سمات التوظيف في قطاع الإعلام وبالأخص في مؤسستي الإذاعة والتلفزيون العموميتين، وهو ما تظهره نسبة 5 في المائة التي تم توظيفها عبر العلاقات الشخصية، وهي الفئة التي قد لا تتوفر فيها الشروط الضرورية للتوظيف ولا

¹ ناصر صيفور. صحفي بقسم الأخبار لإذاعة جيجل، مقابلة مع الصحفي ناصر صيفور يوم 18 سبتمبر 2016 عند الساعة الثانية زوالا بمقر إذاعة جيجل المحلية.

تكون على قدر من الكفاءة الذي يؤهلها لممارسة مهنة الصحافة، ومثل هذه الحالات تؤثر سلبا على نوعية المضامين التي تنتجها الإذاعة والرسائل التي توجهها للجمهور.

جدول رقم (21): يبين خضوع الصحفيين لفترة تجريبية قبل تثبيتهم في منصبهم

الفترة التجريبية	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	178	89 %
لا	22	11 %
المجموع	200	100 %

89 في المائة من الصحفيين خضعوا لفترة تجريبية قبل تثبيتهم في منصبهم

أظهر هذا البحث أن 178 صحفيا أي ما يعادل 89 في المائة من الصحفيين خضعوا لفترة تجريبية قبل تثبيتهم في منصبهم كصحفيين دائمين في الإذاعات المحلية، بينما 22 صحفيا أي ما يعادل 11 في المائة من الصحفيين موضوع البحث لم يمروا بفترة تجريبية قبل تثبيتهم في منصب عملهم.

الإحصاءات السابقة تؤكد حرص مؤسسة الإذاعة الوطنية على تطبيق النصوص التشريعية والقانونية فيما يتعلق باستفادة الصحفيين من فترة تجريبية قبل تنصيبهم في عملهم، فالمادة 18 على سبيل المثال من قانون العمل 11/90 تنص على: "يمكن أن يخضع العامل الجديد عند توظيفه لمدة تجريبية لا تتعدى 06 أشهر كما يمكن أن ترفع هذه المدة إلى 12 شهرا لمناصب العمل ذات التأهيل العالي"، بينما مؤسسات عدة تتجاوز هذه المدة القصوى القانونية، وذلك عن طريق تجديد هذه الفترة لمرات عدة متتالية.

كما تنص المادة 14 من القانون المرتبط بالصحفي الصادر في 2008 على: "يخضع توظيف الصحفي لأول مرة إلى فترة تجريب توضح مدتها في عقد العمل"، وتنص المادة 15 على "يستفيد الصحفي الذي تم توظيفه لفترة تجريبية من نفس الحقوق التي يستفيد

منها الصحفي الدائم"، كما يتعين على الصحفي في فترة التجريب وفق المادة 16 احترام ما يلي:

- الالتزامات التعاقدية.

- النظام الداخلي لجهاز الصحافة

- أخلاقيات المهنة

وبعد انقضاء مدة التجريب المذكورة في المادة 14 أعلاه، وفي حالة ما إذا هذا التجريب مجدياً، يثبت الصحفي في منصبه، ويسلم له جهاز الصحافة المستخدم شهادة بغرض إيداع الملف للحصول على بطاقة التعريف المهنية المنصوص عليها في المادة 5 من المرسوم¹.

جدول رقم (22): يبين قيمة الأجر الذي يتقاضونه الصحفيون

قيمة الأجر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 40000 دج	2	1 %
من 40000 دج إلى 70000 دج	94	47 %
من 70001 دج إلى 100000 دج	86	43 %
من 100001 دج إلى 130000 دج	13	6,5 %
من 130001 دج إلى 160000 دج	4	2 %
أزيد من 160000 دج	1	0,5 %
المجموع	200	100 %

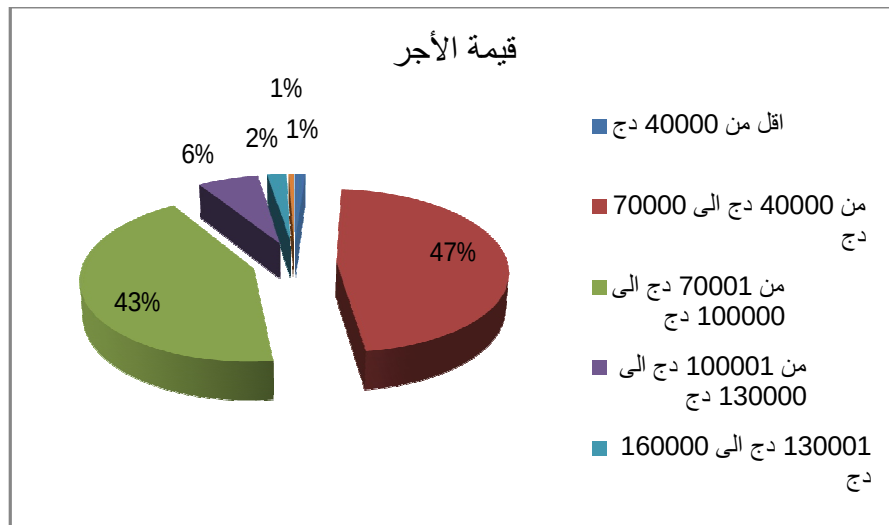
¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 24، مرسوم يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين،

11 ماي 2008، ص 16

أكثر من 50 في المائة من الصحفيين يتقاضون أربع مرات قيمة الحد الأدنى للأجر الوطني

كشف البحث أن 104 صحفيين أي ما يعادل 52 في المائة من الصحفيين محل الدراسة يتقاضون أزيد على 70 ألف دينار جزائري أي أربع مرات قيمة الحد الأدنى للأجر الوطني، وأظهر البحث أن 198 صحفيا أي 99 في المائة تفوق أجورهم ضعف الأجر الوطني الأدنى. كما أظهر البحث أيضا أن 18 صحفيا أي ما يعادل 9 في المائة من الصحفيين موضوع البحث أجورهم يفوق 10 آلاف دينار جزائري أي خمس مرات قيمة الحد الأدنى للأجر الوطني.

أما بالنسبة للصحفيين الذين يتقاضون أقل من 40 ألف دينار جزائري فنجد أن صحفيين اثنين فقط من الصحفيين محل الدراسة أي بنسبة 1 في المائة، وفيما يخص الفئة الكبرى من الصحفيين فينحصر أجورها بين 40 ألف دينار جزائري و 70 ألف دينار جزائري وقدر عددهم بـ 94 صحفيا أي ما يعادل 47 في المائة، في المقابل كشف البحث أن 5 صحفيين يزيد أجورهم عن 130 ألف دينار جزائري وصحفي واحد يفوق أجره 160 ألف دينار جزائري.



شكل بياني رقم 05: يوضح قيمة أجر الصحفيين في الإذاعات المحلية

هذه الإحصاءات على العموم تكشف أن أجور الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية مرتفعة قليلا إذا ما قورنت بالأجر الوطني الأدنى، وقد عرفت هذه الأجور تحسنا منذ أن نظم صحفيو الإذاعة والتلفزيون مطلع عام 2012 وقفة احتجاجية بالمقر المركزي للإذاعة والتلفزيون بالعاصمة طالبوا فيها بالإسراع في مراجعة شبكة الأجور وتطبيق شبكة الأجور الجديدة التي وعدت بها السلطات العمومية عمال قطاع الإعلام العمومي وإعادة الاعتبار للصحفي بالمؤسستين.

لكن ما لمسناه لدى الصحفيين المبحوثين أنهم يقارنون وضعيتهم المادية بوضعية نظرائهم في بقية الدول، حيث يصفون في هذا الصدد أجرهم بالضعيف على العموم بالمقارنة مع الصحفيين في دول أخرى، وهو الأمر الذي ينعكس بشكل واضح على أداء الصحفي، الذي يبذل جهدا كبيرا ويصارع في غالب الأحيان من أجل الحصول على المعلومة من مصادرها، فلا يمكن الحديث عن المهنية والاحترافية في ظل الوضعية المالية الصعبة التي يعيشها هذا العنصر الذي من المفترض هو من يصنع الرأي العام ويكفل حق المواطن في معلومة كاملة شاملة دون انحياز لأي طرف أو قبول هدايا من أي جهة!.

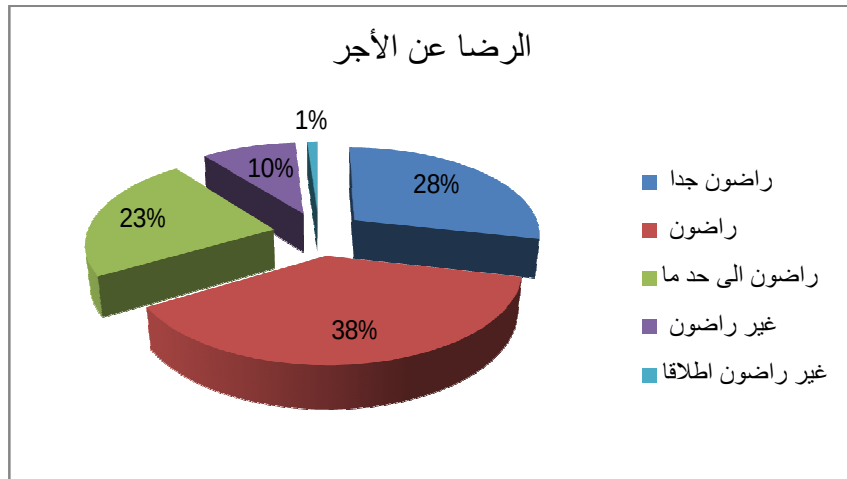
جدول رقم (23): يوضح رضا الصحفيين عن قيمة الأجر الممنوح لهم

الرضا عن الأجر	التكرارات	النسبة المئوية
راضون جدا	57	28,5 %
راضون	76	38 %
راضون إلى حد ما	46	23 %
غير راضون	19	9,5 %
غير راضون إطلاقا	2	1 %
المجموع	200	100 %

قراءة 90 في المائة من المبحوثين راضون عن الأجر

أوضح البحث أن 179 صحفياً أي 89,5 في المائة من عينة البحث عبروا عن رضاهم عن الأجر الممنوح لهم، في المقابل كشف 21 صحفياً أي 10,5 في المائة عن عدم رضاهم عن الأجر الممنوح لهم.

وتعتبر نسبة 89,5 في المائة من الصحفيين الراضين عن الأجر الممنوح لهم نسبة كبيرة ومشجعة ومؤشراً إيجابياً عن الممارسة الصحفية، باعتبار أن الرضا عن الأجر ينعكس بشكل مباشر على المردود الذي يقدمه الصحفي في الإذاعة المحلية، فالكثير من الصحفيين المبحوثين أكدوا لنا أهمية الجانب المادي في علاقته بما ينتجه الصحفي.



شكل بياني رقم 06: يوضح رضا الصحفيين في الإذاعات المحلية عن الأجر

جدول رقم (24): يوضح سبب عدم رضا الصحفيين عن قيمة الأجر الممنوح لهم

سبب عدم الرضا	التكرارات	النسبة المئوية
الأجر لا يساوي الجهد المبذول	12	57.14 %
الأجر لا يتناسب مع القدرة الشرائية	9	42.86 %
غياب شبكة عقلانية للأجور	0	0
المجموع	21	100 %

أرجع 12 صحفياً من الصحفيين غير الراضين عن الأجر الممنوح لهم أي 57,14 في المائة سبب عدم رضاهم لأن أجورهم لا يساوي الجهد المبذول، فالصحفي الذي يمارس مهنة "البحث عن المتاعب" عادة تجده في الميدان يلهث خلف الخبر من شخصيات سياسية واقتصادية ورياضية من أجل الحصول على تصريحاتهم، أو تجده يقضي ساعات داخل قاعات التحرير يتعرض خلالها لضغوط العمل المرتبطة بالقيود التحريرية والبيروقراطية ونقص الإمكانيات.

بينما أعاد البعض الآخر المقدر عددهم بـ 9 صحفيين أي 42,86 في المائة عدم رضاهم عن الأجر لعدم تناسب الأجر مع القدرة الشرائية، وهذا ناتج عن ارتفاع في الأسعار في جميع المجالات تقريباً، رغم أن المادة 87 من القانون رقم 90-11 تؤكد أن الأجر الوطني الأدنى المضمون بموجب مرسوم بعد استشارة نقابات العمل والمستخدمين والتنظيمات النقابية يراعى عند تحديده تطور ما يلي: متوسط الإنتاجية الوطنية المسجلة، الأرقام الاستدلالية لأسعار الاستهلاك والظروف الاقتصادية العامة. ولم يشك أي صحفي من شبكة ضبط الأجور، ويمكن تفسير ذلك بسبب مراجعتها من قبل السلطات المعنية عقب العملية الاحتجاجية التي حدثت شهر جانفي 2012.

وحالة عدم الرضا هذه التي يشعر بها الصحفيون في الإذاعة المحلية تؤدي إلى عدم الشعور بالاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، واضطرارهم للاستمرار في هذا العمل في ظل غياب بدائل أخرى تكفل الحصول على عوائد مادية مرتفعة.

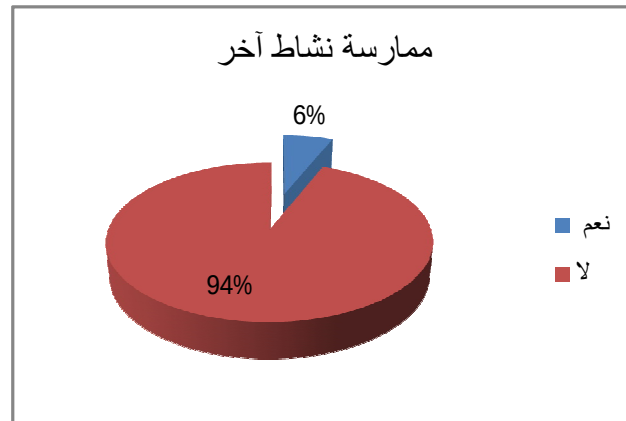
جدول رقم (25): يبين نسبة الصحفيين الذي يعملون خارج مهنة الصحافة

النسبة المئوية	التكرارات	يعمل خارج مهنة الصحافة
6 %	12	نعم
94 %	188	لا
100 %	200	المجموع

94 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية يحترفون المهنة

يوضح الجدول أن 188 صحفيا أي 94 في المائة من الصحفيين موضوع البحث يتخذون من مهنة الصحافة مهنة أساسية ولا يعملون خارج هذه المهنة، فيما 12 صحفيا أي 6 في المائة يعملون خارج مهنة الصحافة، وهذه النسبة الأخيرة معظمها من أصحاب الدراسات العليا الذين يعملون أساتذة في الجامعة.

ووفقا للمادة 73 من قانون الإعلام التي توضح فيها هوية الصحفي المحترف بالقول: "يعد صحفيا محترفا في القانون العضوي، كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسا لدخله"¹. فعلى ضوء هذا المفهوم يمكن القول إن 94 صحفيا من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية يحترفون مهنة الصحافة ويتخذونها مصدرا أساسيا لدخلهم، وهو ما يعطي مؤشرا إيجابيا باعتبار أن الصحفي يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها من أجل إيصالها إلى المستمع.



شكل بياني رقم 07: يوضح ممارسة الصحفيين نشاطا آخر خارج مهنة الصحافة

¹ القانون العضوي رقم 12-05 للإعلام، 12 جانفي 2012، ص19.

جدول رقم (26): يوضح نسبة الصحفيين الذين استفادوا من الترقية في السلم

الوظيفي

الاستفادة من الترقية	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	107	53,5 %
لا	93	46,5 %
المجموع	200	100 %

أزيد على 46 في المائة من الصحفيين لم يستفيدوا من الترقية في السلم الوظيفي

أبان البحث أن 46,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث أي 93 صحفيا لم يستفيدوا من أي ترقية في السلم الوظيفي، بينما 53,5 في المائة أي 107 صحفيين استفادوا من الترقية في السلم الوظيفي.

ونقصد بالترقية في بحثنا ارتقاء الصحفي من مرتبة معينة في وظيفة إلى مرتبة أعلى ضمن المؤسسة التي يعمل بها، وحصوله نظير ذلك على امتيازات معينة، وتعتبر الترقية عاملا مهما في مسيرة الصحفيين وتؤثر على مردودهم داخل المؤسسة التي يشتغلون بها باعتبارها حافزا مشجعا لحصول الصحفي على الرضا الوظيفي ودفعه لبذل مجهود مضاعف يعود بالإيجاب على المؤسسة التي ينتمي إليها مثلما أقر به لنا العديد من الصحفيين أثناء فترة عملنا الميداني.

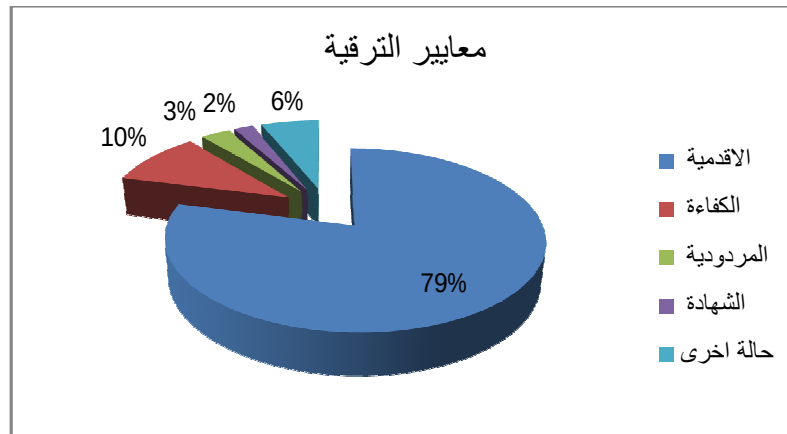
وفي هذا الصدد يقول الباحث في علم الاجتماع السياسي ناصر جابي إن المرأة الجزائرية إذا كانت مغطاة قانونيا ومحمية من حيث عدم التفرقة في الأجور على حسب الجنس، فإنها تتعرض للتفرقة من طرف رب العمل (الدولة) بخصوص الترقية والوصول إلى مراكز القرار، فالمرأة مثلا يقول لا تستفيد من "القرارات" و "المشاورات" التي يعرفها

عالم الشغل الموازي الذي يشتغل في الظلام ليلا، المحتكر من طرف الرجال لتتفاجأ بقراراته صباحا عندما تصل إلى مكتبها¹.

ورغم ذلك فإن الترقية حق تكفله النصوص التشريعية المرتبطة بالصحفي الجزائري، حيث تنص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المؤرخ 10 ماي 2008 المحدد للنظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين على "الاستفادة من الترقية في حدود الشروط المحددة في الاتفاقية الجماعية، بالنسبة للصحفي الدائم".

جدول رقم (27): يوضح معايير ترقية الصحفيين في الإذاعات المحلية

معايير الترقية	التكرارات	النسبة المئوية
الأقدمية	158	79 %
الكفاءة	20	10 %
المردودية	6	3 %
الشهادة	4	2 %
حالة أخرى	12	6 %
المجموع	200	100 %



شكل بياني رقم 08: يوضح معايير ترقية الصحفيين في الإذاعات المحلية

¹ انظر: ناصر جابي. لماذا تأخر الربيع الجزائري، مرجع سبق ذكره.

أظهر البحث أن 158 صحفياً أي ما يعادل 79 في المائة من الصحفيين موضوع البحث تم ترقيتهم على أساس الأقدمية، بينما 10 في المائة أي ما يعادل 20 صحفياً تم ترقيتهم وفقاً لمعيار الكفاءة، كما أبان البحث أيضاً أن 6 صحفيين بما يعادل 3 في المائة تم ترقيتهم على أساس المردودية، فيما تم ترقية 4 صحفيين أي 2 في المائة من الصحفيين عينة البحث على أساس الشهادة، وأجاب 12 صحفياً بما يعادل 6 في المائة بمعايير أخرى.

جدول رقم (28) يوضح توفير المؤسسة لدورات تدريبية وتكوينية للصحافيين

توفر التكوين	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	190	95 %
لا	10	5 %
المجموع	200	100 %

كشف البحث أن 95 في المائة أي 190 صحفياً من المبحوثين أجابوا بتوفير المؤسسة التي يشتغلون بها لدورات تدريبية وتكوينية، بينما 10 صحفيين أي 5 في المائة قالوا إن المؤسسة التي يشتغلون بها لا توفر دورات تكوينية.

فهذه الأرقام تعكس أهمية التكوين والتأهيل بالنسبة للصحفي في المجال الإعلامي، كونه عمل حيوي لتوفير الأطر البشرية القادرة على تحليل المعطيات واستخدامها، حيث أن التأهيل البشري لا يقل أهمية عن الحصول على الآلات والمعدات والتجهيزات¹. فالإعلام هو أحد المجالات التي تتسم بالتطور المطرد والدائم، والآفاق المستقبلية في هذا المجال لا حدود لها، وهو بذلك يتطلب تدريباً مستمراً ومتطوراً للقائمين بأداء رسالته في مختلف المواقع والتخصصات.

¹ حسن عماد مكاوي. تأهيل الكادر البشري في الإذاعة والتلفزيون، عدد 3، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2002، ص 08.

وتزداد أهمية التدريب في مجال الإعلام بسبب زيادة فعالية الخدمات الإعلامية في التأثير العام، ولضمان حسن استخدام الإمكانيات المتاحة، وإعداد جيل جديد من العاملين لمواجهة متطلبات التوسع في مجال الاتصال¹.

جدول رقم (29): يوضح استفادة الصحفيين من الدورات التدريبية والتكوينية للصحافيين

الاستفادة من التكوين	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	162	81 %
لا	38	19 %
المجموع	200	100 %

19 في المائة من الصحفيين محل البحث لم يستفيدوا من دورات تكوينية

كشف البحث أن 81 في المائة من المبحوثين أي 162 صحفيا استفادوا من الدورات التكوينية التي توفرها مؤسسة الإذاعة لمصلحة الصحفيين، بينما 19 في المائة منهم أي 38 صحفيا لم يستفيدوا من الدورات التكوينية.

ويعتبر التكوين حقا أساسيا للصحفيين لاسيما في مؤسسة عمومية، وهو ما تؤكدته المادة 128 من القانون العضوي 05-12 للإعلام "تساهم الدولة في رفع المستوى المهني للصحفيين عن طريق التكوين، تحدد كيفية تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم". كما توضح المادة 129 أيضا من نفس القانون بالقول: "يجب على المؤسسات الإعلامية أن تخصص سنويا نسبة 2 % من أرباحها السنوية لتكوين الصحفيين وترقية الأداء الإعلامي²."

¹ عاطف عدلي العبد. دراسات في الإعلام العماني-تحديد الاحتياجات التدريبية للإذاعيين، سلطنة عمان، 1992،

ص 2.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. القانون العضوي رقم 05-12. مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام.

وتنص المادة 14 من دفتر الشروط التابع للمرسوم التنفيذي رقم 91-103: "يتعين على المؤسسة أن ترقى تكوين موظفيها وتحسن مستواهم وتجدد معارفهم، وذلك بمفردها أو بمشاركة المؤسسات المعنية"¹.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن دروس وبرامج كليات الإعلام في الجزائر متوجهة في عمومها نحو الجانب الأكاديمي النظري ولا تركز على الجانب العملي والميداني، وقد أكد لنا الكثير من الصحفيين محل البحث الفارق الواضح بين ما يدرس في الجامعة وما هو معمول به في الميدان، لذلك يصبح التكوين الميداني ضروريا للصحفي من أجل تطوير مهاراته والتحكم في عمله.

فالدورات التكوينية تسهم في تنمية مهارات وقدرات الصحفي، وتزوده بالمعرفة والمعلومات اللازمة لعمله الذي يشغله، بما يعود بالنفع على المؤسسة من خلال خفض التكاليف، وزيادة الإنتاج وتحسين نوعيته، تحسين الدخل وزيادته من خلال الاستغلال الأمثل للموارد وعن طريق زيادة الكفاءة للعاملين، إضافة إلى أن الدورات التكوينية تعدل وتعزز سلوك العاملين مهنيا أو وظيفيا بهدف إكسابهم مهارة الأداء العملية في استخدام طرق وأساليب جديدة في العمل، كما يرفع التدريب من الروح المعنوية ويزيد الثقة بالنفس ويمنح الاستقرار والاطمئنان النفسي، الذي يؤدي إلى خلق الانسجام بين الفرد وعمله وبين الفرد وزميله في العمل، ويساهم في التقليل من حوادث العمل، ويوفر الوقت والجهد².

¹ انظر دفتر الشروط في الملاحق.

² نبيهة صالح السمراي. علم النفس الإعلامي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص136-137.

جدول رقم(30): يوضح امتلاك الصحفيين في الإذاعات المحلية لبطاقة الصحفي المحترف

النسبة المئوية	التكرارات	
58,5 %	117	نعم
41,5 %	83	لا
100 %	200	المجموع

أزيد على 41 في المائة من الصحفيين لا يملكون بطاقة الصحفي المحترف

أظهر البحث أن 83 صحفيا أي ما يعادل 41,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث لا يملكون بطاقة الصحفي المحترف، فيما أبان البحث أن 117 صحفيا أي 58,5 في المائة من الصحفيين عينة البحث يملكون بطاقة الصحفي المحترف.

إن نسبة 41,5 في المائة من الصحفيين لا تملك بطاقة الصحفي تطرح غموضا حول وضعية هذه الفئة من الصحفيين من جهة، باعتبارها تنشط وفق أطر لا توفر لها الحماية الاجتماعية والمهنية اللازمة، وتطرح تساؤلا حول قيمة هذه البطاقة من جهة أخرى، خصوصا أن بعض المؤسسات تلزم الصحفيين بضرورة إظهار بطاقة الصحفي لتزويدهم بالمعلومات، وتتص المادة 76 من القانون العضوي رقم 12-05 للإعلام على: "تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم".

وتؤكد المادة 79 من ذات النص التشريعي على: "يجب على كل مدير مسؤول نشرية دورية للإعلام العام، أن يوظف بصفة دائمة صحفيين حاصلين على البطاقة

الوطنية للصحفي المحترف، على أن يساوي عددهم على الأقل ثلث (3/1) طاقم التحرير، وتطبق أحكام هذه المادة على طاقم تحرير خدمات الاتصال السمعي البصري¹.

وتعتبر بطاقة الصحفي مهمة جدا للصحفي، باعتبارها وثيقة تعريفية بهويته المهنية، وانتمائه لجماعة مهنية محددة، وتفصل بينه وبين ما أصبح يعرف حديثا بالصحفي المواطن، وبالتالي فهي دلالة على احترافيته، كما تسهل من مهمته في الحصول على المعلومة من مصادر الخبر، والحصول على بعض الامتيازات المرتبطة بتخفيضات تكاليف السفر مثلا، كما تضمن له حقوقه المهنية والاجتماعية وحماية قانونية، وتعتبر عن العلاقة التي تربط بينه وبين صاحب العمل، ويتجلى ذلك في المرسوم التنفيذي رقم 08-140 المؤرخ 10 ماي 2008 المحدد للنظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين حيث تنص المادة 05: "في إطار علاقة العمل ودون الإخلال بالحقوق المقررة في التشريع والتنظيم المعمول بهما، يحق للصحفي الحصول على بطاقة تعريف مهنية خاصة بالصحفي الدائم والتي يحدد شكلها وشروط تسليمها عن طريق التنظيم"².

فعلى سبيل المثال في فرنسا ثبت القانون الصادر في 29 مارس 1935 المكمل لقانون العمل نظام الصحفيين المحترفين وفق مفهوم للصحفي المحترف مشابه تماما للمفهوم السابق، إذ يشدد على ضرورة امتلاك الصحفيين المحترفين بطاقة تعريف مهنية تسمى ببساطة الصحفي المحترف، تصدر عن لجنة تتألف من مجموعة من الأشخاص، تمارس هذه اللجنة مراقبة صارمة على الطلبات المقدمة، وتشدد على وجوب استيفاء الشروط التي حددها القانون بشكل جيد، وقرارات هذه اللجنة قابلة للطعن أمام اللجنة العليا المؤلفة من مستشار في محكمة النقض، وقاضيين من محكمة استئناف باريس، وممثل

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 02، القانون العضوي رقم 12-05. مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 24، مرسوم يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين،

عن مديري الصحف، وممثل عن الصحفيين، ويحمل قانون 1935 للصحفيين حاملي البطاقات بعض الضمانات والإفادات الخاصة¹.

وحسب Roland Dumas فإن التعريف القانوني للصحفي يربط بين خاصيتين:

الأولى: متصلة بالمضمون، ومفادها أن الأجر الرئيس للصحفي يحصل عليه من اشتغاله الأساسي في الصحافة.

الثانية: متصلة بالشكل، وهي أن يكون الصحفي حائزا على البطاقة المهنية للصحفي².

جدول رقم (31): يبين امتلاك الصحفيين لأوقات المطالعة

النسبة المئوية	التكرارات	
7 %	14	كثيرا
73 %	146	إلى حد ما
20 %	40	لا أجد
100 %	200	المجموع

أكثر من 20 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية لا يطالعون

كشف البحث على أن 40 صحفيا أي 20 في المائة من الصحفيين عينة البحث لا يملكون أوقات فراغ تسمح لهم بالمطالعة، وأوضح كذلك أن 146 صحفيا أي ما يعادل 73 في المائة من الصحفيين محل البحث قالوا إنهم يجدون إلى حد ما أوقات للمطالعة،

¹ رولان كايرون. الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص ص 275-276.

² Roland Dumas. Le droit de l'information, Publication Universitaire de France, Paris, 1981, P 165.

فيما عرّ 14 صحفيا فقط أي 7 في المائة من الصحفيين محل البحث عن امتلاكهم لأوقات كثيرة للمطالعة.

هذه الأرقام تقيس مستوى الصحفي في الإذاعة المحلية وبالخصوص احترافيته ومهنيته، فبقراءة هذه الأرقام يعاد التساؤل حول إشكالية الاحترافية والمهنية التي طرحت في الأوساط الإعلامية والأكاديمية، والتي تطورت بشكل كبير داخل البيئة الإعلامية بالدول الغربية، على عكس دول العالم الثالث ومن بينها الجزائر، وتعد المطالعة اليومية مقياسا محددا رئيسا لاحترافية الصحفي، الذي يبقى مطالبا بتطوير إمكانياته وقدراته عن طريق القراءة والمطالعة من أجل الإلمام بجميع المواضيع والمجالات التي تخص عمله.

جدول رقم (32): يوضح حرية الصحفيين في اختيار وتغطية المواضيع

النسبة المئوية	التكرارات	
73,5 %	147	نعم
26,5 %	53	لا
100 %	200	المجموع

أزيد على 26 في المائة من الصحفيين يواجهون مشاكل في حرية اختيار المواضيع

أظهر البحث أن 26,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث أي ما يعادل 53 صحفيا لا يختارون المواضيع التي يعالجونها بل مفروضة عليهم، فيما النسبة المتبقية المقدرة بـ 147 صحفيا أي 73,5 في المائة يختارون المواضيع التي يعالجونها ويغطونها.

هذه الأرقام تظهر التوجيه الذي يمارسه القائمون على قسم الأخبار بالمؤسسة العمومية على الصحفيين من أجل معالجة مواضيع محددة على حساب مواضيع أخرى قد تستحق المعالجة، وبالتالي الحد من حرية الصحفي في ممارسة مهامه على أكمل وجه، والتقليص

من فرص إبداعه وتوظيف كافة قدراته، فالحديث عن الرقابة بهذا الحجم يعتبر مقبرة للصحفي وتقييدا لحرية التعبير، وتجب الإشارة بخصوص الرقابة التحريرية إلى أنها أصبحت نسقا قيميا وتقليدا يمارسه الكثير من الصحفيين في الإذاعات المحلية (الحكومية) ويسلمون به كأمر واقع، والرقابة التحريرية لا تتجسد بتدخل المسؤول في اختيار الموضوع الذي يعالجه فقط وإنما بطرق عدة من بينها اختيار الكلمات الموظفة في النشرة الإخبارية ومختلف الأنواع الصحفية، وترتيب الأخبار والوقت المعطى لبعض الأخبار على حساب أخرى وكذلك عدد ظهورها (التكرار).

إن تقييد حرية الصحفي بهذا الشكل من دون شك يشكل صورة قبلية عن نوعية المادة الإخبارية المقدمة للجمهور.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن صحافة المواطن قد برزت بشكل لافت في السنوات الأخيرة، وقد سلبت سلطة القائم بالاتصال وقوضت أركان نظرية "حارس البوابة" gate keeper" فأصبح من غير الممكن التحكم في مضامين وسائل الإعلام الحديثة، ومن غير الممكن أو من الصعب جدا، ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية. ولذلك فإن الحرية التي لم يتمتع بها القائم بالاتصال والصحفي في وسائل الإعلام التقليدية، توفرت وأتيحت بشكل كبير للجماهير المستعملة والمنتجة في ذات الوقت لمضامين وسائل الإعلام الجديدة¹.

¹ إبراهيم بعزیز. دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، عدد 3، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 2011، ص 54.

جدول رقم (33): يوضح مدى استقلال وحرية الصحفي والتدخلات من الآخرين

المسئول المباشر	المؤسسة الإعلامية	الولاية	جهات أخرى		
104	29	2	0	التكرارات	بانتظام
% 52	% 14.5	% 1	% 0	النسبة المئوية	
67	88	9	3	التكرارات	من حين لآخر
% 33.5	% 44	% 4.5	% 1.5	النسبة المئوية	
19	47	53	7	التكرارات	نادرا
% 9.5	% 23.5	% 26.5	% 3.5	النسبة المئوية	
10	36	136	190	التكرارات	لا تدخلات
% 5	% 18	% 68	% 95	النسبة المئوية	على الإطلاق
200	200	200	200	مجموع التكرارات	
% 100	% 100	% 100	% 100	مجموع النسب المئوية	

أكثر من نصف الصحفيين يتعرضون بانتظام لتدخل من المسؤول المباشر في عملهم

تظهر نتائج البحث فيما يتعلق بالتدخل في عمل الصحفي أن 52 في المائة من المبحوثين قالوا إن فيه تدخل بانتظام من قبل المسؤول المباشر، و 33,5 في المائة أجابوا بأن هناك تدخل من المسؤول من حين لآخر، و 14,5 في المائة قالوا فيه تدخل بانتظام كذلك من المؤسسة الإعلامية، 44 في المائة قالوا فيه تدخل من حين لآخر من قبل المؤسسة الإعلامية.

هذه الإحصاءات تعطي دلالة على أن القائم بالاتصال في الإذاعة المحلية الجزائرية لا يتمتع بالحرية اللازمة والاستقلالية المطلوبة لمزاولة عمله على أكمل وجه، وهذا التضيق يحول دون تحقيق إعلام موضوعي، نزيه، مسؤول وهادف، وينتج في نهاية المطاف تشويه وتضليل وإثارة وانحياز في طرح الخبر وحرمان المجتمع من الحقيقة والمعلومة السليمة التي يعتمد عليها لتشكيل مواقفه وآرائه وقراراته.

إن المتفقد للباب التاسع المتضمن للمخالفات والعقوبات في إطار ممارسة النشاط الإعلامي، وكذا المحاور "الغامضة" التي تتضمنها المادة الثانية من الباب الأول للقانون العضوي رقم 05-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام¹، والتي تعتبر طابوهات بالنسبة للصحفي، يدرك السر وراء هذه الإحصاءات.

وهذا الوضع غير الايجابي بالنسبة للواقع الراهن لحرية الممارسة الصحفية والتعبير عن الرأي لا يقتصر على الجزائر فقط، بل يمس معظم الدول العربية، إذ يميل أغلبها إلى تقييد هذه الحرية للحد منها، فالصحفيون يتعرضون في كثير من الأحيان في هذه الدول إلى الحبس وأحيانا إلى الإيقاف عن ممارسة المهنة².

فالعديد الكبير من الصحفيين الذي عبروا عن التدخل بانتظام من قبل المسؤول المباشر والمؤسسة الإعلامية والحد من حريتهم، وممارستهم للرقابة الذاتية على كتاباتهم بالنظر للقيود التي يفرضها الخط الافتتاحي للمؤسسة، والخط الافتتاحي هو "رؤية وموقف وسلوك المؤسسة الثابت اتجاه القضايا والمشكلات المختلفة، أو الوجهة التي تختار المؤسسة إتباعها في إجابتها عن سؤاليين بالغي الأهمية هما: ماذا ستبت؟ وكيف ستبت؟". و من خلال هذا المفهوم يتضح لنا أن الصحفي يصبح مجرد وسيلة في يد السلطة لتحقيق ما تراه مناسبا لها، وهذا ليس غريبا إذا فكرنا فيما تقوله فوايان Voyenne في هذا الصدد حول مهنة (القازوتيي) (le Gazetier): "لا يطلب منه أن يكون ذكيا، ولا

¹ أنظر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 02، 25 جانفي 2012، قانون عضوي 05-12 يتضمن قانون الإعلام.

² برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003. نقلا عن محمد قيراط. السلطة والصحافة في الوطن العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص144.

حتى أن يعرف كيف يكتب، لكن فقط أن يكون مرهف الاستماع، و أن يكون هنا وفي الوقت المناسب"¹.

ما يمكن قوله في هذا المقام أن هذه الإحصاءات تعكس هوية الصحفي التي ظلت لفترة طويلة في الخطابات الرسمية تبعد عن الأبعاد المهنية، بما أن السلطة في الجزائر وفي معظم الدول العربية توظف وسائل الإعلام في الاتجاه الذي يحقق أهدافها².

وإذا أردنا توضيح إشكالية علاقة حراس البوابة بالصحفيين أكثر نقول إن كفاءة الصحفي من عدمها تؤثر على هذه العلاقة وتؤدي دورا كبيرا في شخصيته وفي مستوى الأخبار المذاعة كما يؤكد الأستاذ عبد الفتاح عبد النبي: "كلما ضعفت شخصية الصحفي وقلت كفاءته المهنية ازدادت احتمالات خضوعه لأهواء المصدر وبالتالي اتساع مجال تحريف وتوجيه الأخبار"³.

للإشارة، يدرك الصحفيون الخط الافتتاحي للمؤسسة من خلال الثروة التي تحدث في أروقة المؤسسة، وحضور الاجتماعات، ومن خلال قراءتهم لأوراق الزملاء.

جدول رقم (34): يوضح علاقة الصحفيين مع الزملاء في العمل داخل المؤسسة

النسبة المئوية	التكرارات	
28,5 %	57	عادية
35 %	70	حسنة
36 %	72	جيدة

¹ جوديت لازار. علم اجتماع المرسلين، ترجمة رضوان بوجمعة في الوسيط للدراسات الجامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003، ص100.

² أنظر: رضوان بوجمعة. الصحفي في الجزائر من خلال الخطابات و المواثيق الرسمية من 1962_2005 في كتاب الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر، مرجع سابق.

³ المرجع نفسه، ص27.

سيئة	0	0 %
لا توجد علاقة	1	0,5 %
المجموع	200	100 %

36 في المائة من الصحفيين أكدوا أن علاقتهم مع الزملاء جيدة

أكد 72 صحفياً أي 36 في المائة من الصحفيين محل البحث أن علاقتهم مع زملائهم في العمل جيدة، فيما قال 70 صحفياً أي 35 بالمائة من المبحوثين إن علاقتهم مع زملائهم حسنة، وقال 57 صحفياً أي 28,5 بالمائة إن علاقتهم مع زملائهم عادية، فيما أكد صحفي واحد أنه لا توجد علاقة مع زملائه.

ويتفق الباحثون هنا على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية Pure Group بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي تجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل المجموعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمداً بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها¹.

وتقوم علاقات العمل على مساعدة القائم بالاتصال إلى جانب إكسابه المعايير المهنية على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي Gob Satisfaction والذي يؤثر بالتالي في الدافعية والانجاز². كما تعد طبيعة العلاقات التي تحكم أفراد المؤسسة الإعلامية وبالأخص الصحفيين، وتنظيم العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين ونوعية القيادة عوامل مهمة في التأثير على فعالية المؤسسة³.

¹ حسن عماد مكايي، ليلي السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص 183.

² محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 112-113.

³ محمد حسام الدين. المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص24.

كما يتصل الصحفيون فيما بينهم خلال تأدية مهامهم وخلال الاستراحة وهذا الاتصال - في حال ما كان جيدا - يساعد على انتقال الخبرات والمعارف بينهم وتبادلها، ويشكل هذا الاتصال عاملا مساعدا على تعلم الخبرات من بعضهم إضافة إلى ما يتعلمونه من ممارسة عملهم والمناقشات التي تثار بينهم.

جدول رقم (35): يوضح أهم القواعد الأخلاقية والمهنية التي يجب أن يتمسك بها الصحفيون

النسبة المئوية	التكرارات	
64,5 %	129	الدقة و الموضوعية
14 %	28	احترام الحياة الخاصة للأشخاص
2,5 %	5	تفادي السرقة العلمية
19 %	38	احترام السياسة التحريرية
100 %	200	المجموع

كشف البحث أن 5 صحفيين فقط أي 2,5 في المائة من المبحوثين أكدوا أنه يجب على الصحفي تفادي السرقة العلمية كقاعدة أخلاقية ومهنية، بينما اعتبر 38 صحفيا أي 19 في المائة احترامهم السياسة التحريرية لمؤسسة الإذاعة كقاعدة يجب التمسك بها، وهو ما يعكس هنا ولاء الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية للمؤسسة التي يعملون بها. واعتبر 129 صحفيا أي 64,5 بالمائة أن الدقة والموضوعية قاعدة أخلاقية مهنية وجب التمسك بها، فيما أكد 28 صحفيا أي 14 في المائة من المبحوثين على احترام الحياة الخاصة للأشخاص.

ونذكر في هذا الصدد أن هيئة الإذاعة البريطانية على سبيل المثال تتقيد بمجموعة من أخلاقيات العمل تجعل منها مدرسة فريدة في الدقة والموضوعية، وتشكل أساس خطها التحريري. ويتضمن هذه الأخلاقيات المهنية كتيب، هو عبارة عن مدونة سلوك، يوزع على الموظفين للتشبع بمحتواه وتطبيق التعليمات المهنية فيه بصرامة، ويتم تحديث الكتيب وتوزيعه دوريا، ونشره للعموم ليكون الشعب مطلعا عليه، ويتضمن على العموم

مجموعة من العناصر نذكر منها: الثقة، الحقيقة والدقة، الحياد، نزاهة الخط التحريري والاستقلالية، خدمة المصلحة العامة، الإنصاف، الخصوصية، الشفافية.. الخ.

وما يجب الإشارة إليه أن نسبة 2,5 في المائة فقط من الصحفيين أكدوا على ضرورة تفادي السرقة العلمية كقاعدة أخلاقية ومهنية تعكس عدم إعطاء الصحفيين المبحوثين قيمة كبيرة للملكية الفكرية على الرغم من أهميتها البالغة، وتخص الملكية الفكرية حق الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي سواء أكان في شكل نص أو صورة أو فيديو أو رسم أو موسيقى وغيرها من الأشكال التعبيرية المتنوعة. وقد ازدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي حيث أصبحت السرقة الفكرية المباشرة وغير المباشرة "هينة" وأحيانا تتكرر تلك السرقات دون الارتباط ضرورة بمصدر العمل الفني الرئيس، فالسرقة تقوم على سرقة أخرى سابقة ويختفي المصدر في هذا السيل من النقل المتكرر¹.

جدول رقم (36): يوضح اضطلاع الصحفيين على نص القانون العضوي 12-05 للإعلام

النسبة المئوية	التكرارات	
50,5 %	101	نعم
49,5 %	99	لا
100 %	200	المجموع

قراءة نصف الصحفيين لم يضطلعوا على نص القانون العضوي للإعلام

استهدفنا من خلال طرح هذا السؤال معرفة علاقة الصحفي بالنصوص التشريعية التي تضمن حقوقه وتحدد واجباته، ومدى دراية الصحفي بمضامين قانون الإعلام 12-05

¹ عبد الرحمان عزي. نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016، ص 46.

باعتباره أهم نص قانوني تقريبا خلال مرحلة التعددية بعد قانون الإعلام 1990، حيث يحتوي على العديد من الأمور التي على علاقة مباشرة بالصحفي مثل تحديد هوية الصحفي المحترف، آداب وأخلاقيات المهنة، المبادئ والقواعد التي تحكم الممارسة الصحفية، الحقوق والواجبات والمسؤوليات وكذا المخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي.. الخ وهي كلها أمور مهمة يجب على الصحفي أن يضطلع عليها.

كشف البحث أن 49,5 في المائة من الصحفيين أي 99 صحفيا لم يضطلعوا على نص القانون العضوي 12-05 للإعلام، فيما أظهر البحث أن 50,5 في المائة من الصحفيين أي 101 صحفي اضطلعوا على مضمون قانون الإعلام.

وتعتبر نسبة 49,5 من الصحفيين يجهلون فحوى قانون الإعلام نسبة معتبرة جدا ويمكن قراءتها من زاويتين، الأولى بعدم ثقة الصحفيين في التشريعات التي تعد في غالب الأحيان حبرا على ورق ولا يتم تطبيقها بحذافيرها على أرض الواقع، كما يمكن تأويلها بابتعاد الصحفي عن المطالعة بسبب ثقل المهام التي يزاولها يوميا أو بسبب الكسل وتفرغ تفكيره لمشاكل السكن والأجر والترفيه.. الخ.

لكن على العموم من الصعب الحديث عن صحفي محترف ومهني في ظل الإحصاءات السابقة التي تكشف عن قرابة نصف الصحفيين في الإذاعات المحلية يجهلون مضمون القانون المنظم للمهنة التي يزاولونها يوميا.

جدول رقم (37): يوضح تقييم الصحفيين لنص القانون العضوي 12-05 للإعلام

النسبة المئوية	التكرارات	
49,5 %	50	بحاجة إلى مراجعة
50,5 %	51	مقبول
100 %	101	المجموع

أزيد على 49 في المائة من الصحفيين أقرّوا بضرورة مراجعة القانون 05-12 للإعلام

كشف البحث أن 49,5 في المائة من الصحفيين الذين اضطلعوا على القانون العضوي 05-12 للإعلام عبروا عن عدم رضاهم عن نص هذا القانون وأقرّوا بضرورة مراجعته، كونه لا يرق إلى مستوى تطلعاتهم باعتباره يحتوي على العديد من النفاثات والتناقضات في مواده لاسيما تلك المتعلقة بالحرية، والوصول إلى مصادر الخبر، بينما قال 51 صحفيا أي 50,5 في المائة من الصحفيين إن نص هذا القانون مقبول باعتباره أتاح مجال السمعى البصري أمام القطاع الخاص، كما أنه يكفل لهم بعض الحقوق ولو كتابيا مثل الحق في التكوين وحرية التعبير والترقية.

والمتمفقد لمحتوى قانون الإعلام 2012 يدرك سبب عدم رضا الصحفيين، فعلى سبيل المثال المادة الثانية التي تنص: "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامى وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطنى، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد..." فالشطر الأول من المادة (يمارس الإعلام بحرية) يقيد الشطر الثانى في إطار احترام عدد من العناصر الذى يعد العديد منها "مجرد" أي مفتوح للتأويل المتعدد ويمكن توظيفه في تقييد حرية الإعلام¹.

كما أن ذكر تلك العناصر في الشطر الثانى قد يؤدي إلى عزوف الإعلام عن الحديث عن العديد من المواضيع الجدلية ويفضل الصمت، لاسيما أن العديد من تلك التعبيرات

¹ عبد الرحمن عزى. قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعى، ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2014، ص 135-136.

المجردة غير محددة بشكل واضح ومتروكة للكثير من التأويلات مثل أمن الدولة، النظام العام والمصالح الاقتصادية وكرامة الإنسان.

وتنص المادة 83 على: "يجب على الهيئات الإدارية والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به". فهذه المادة تعد إيجابية من ناحية المبدأ، أي تقر بحق الصحفي في الحصول على مصادر المعلومات، ولكن المادة لا تحدد بدقة مسؤولية تلك المؤسسات ومن ذلك إلزام تلك المؤسسات بجرد وثائقها وتصنيفها وتوفير النسخ الالكترونية، ما يتيح للصحفي الاطلاع على كل تلك الوثائق عدا المصنفة في خانة السرية.

وفي المادة 93 التي تنص على: "يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة وغير مباشرة". فهذه المادة تخص الحق في الخصوصية غير أنها عامة ولا تحدد بدقة مجالات الخصوصية مثل حرمة البيت وعدم تعرض الفرد للتفتيش أو التنصت الهاتفية أو اختراق حساباته الالكترونية، الخ بدون أمر قضائي¹.

جدول رقم (38): يبين وصول الصحفيين إلى مصادر الخبر

النسبة المئوية	التكرارات	
13,5 %	27	ليس هناك مشاكل على الإطلاق
72 %	144	هناك صعوبة في بعض المرات
14 %	28	هناك صعوبة
0,5 %	1	لست أدري
100 %	200	المجموع

¹ عبد الرحمن عزي. المرجع السابق، ص ص 144-145.

86 في المائة من المبحوثين أقرّوا بمواجهتهم صعوبات في الوصول إلى مصادر الخبر

أبان البحث أن 86 في المائة من المبحوثين بما يعادل 172 صحفياً يواجهون صعوبات في الوصول إلى مصادر الخبر، بينما أجاب 27 صحفياً أي 13,5 في المائة من الصحفيين موضوع البحث بأنهم لا يجدون مشاكل على الإطلاق فيما يخص الوصول إلى مصادر الخبر.

هذه الإحصاءات توضح مشكلاً عميقاً يعيشه صحفي الإذاعة المحلية في الجزائر فيما يخص علاقته بمصادر الخبر، فمعظم الصحفيين في الإذاعات المحلية اعترفوا بمصارعتهم من أجل الحصول على المعلومة، فحال الصحفي في الإذاعة المحلية لا يختلف عن حال بقية الصحفيين في المؤسسات الأخرى، وهو ما يؤكده الأستاذ محمد قيراط عندما يقول: "أما عن علاقة الصحفي بمصادر الخبر فحدث ولا حرج.. فإنه يتعرض للمساومات المختلفة حتى يحصل على الخبر وإن حصل عليه فهو مطالب بمجاملة المصدر وتلوين صورته حتى ينال رضاه"¹، كل هذا ينعكس بالضرورة على المنتج الإعلامي المقدم للجمهور.

إن الحديث عن عدم وصول الصحفي في الإذاعة المحلية إلى مصادر الخبر يطرح مشكلاً عميقاً خاصة إذا علمنا أن المؤسسة التي يشتغل بها مؤسسة حكومية، أضف إلى ذلك أن المواد 45 من قانون الإعلام 82، والمادة 35 من قانون الإعلام 90 ومؤخراً المادة 83 من القانون العضوي الحديث للإعلام 2012، تنص كلها على أنه يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، ويعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصادر الخبر في المادة 84 منه². ومصادر الخبر تشمل مختلف الهيئات والمؤسسات

¹ محمد قيراط. قضايا إعلامية معاصرة، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص 145.

² أنظر: القانون العضوي للإعلام 2012 الصادر في الجريدة الرسمية.

والأجهزة الحكومية المركزية والمحلية، مراكز البحوث، الجمعيات، المؤسسات الصناعية، الجامعات والكليات التي تشتمل على وثائق ومعلومات يمكن الاستفادة منها¹.

وأثناء فترة إجراء العمل الميداني للبحث أكد لنا العديد من الصحفيين موضوع البحث الصعوبات الكبيرة التي تعترضهم أثناء تأدية مهامهم اليومية فيما يخص الحصول على المعلومة من مصادرها، وفي هذا الصدد تقول جوديت لازار: "تتميز العلاقة الموجودة بين الصحفيين ومصادر الخبر بالصراع العنيد، الذي من خلاله تحاول المصادر أن تظهر تحت الأضواء، وتسعى للتأثير على الصحفيين، في الوقت الذي يسعى فيه الصحفي لتأمين مصادره واستخراج الأخبار التي يحتاجها"²، ويؤدي الصحفي دوره كوسيط بين الأحداث اليومية والجمهور، ومصادقية الصحفي ترتبط بصدق مصادره، وبالتالي فإن علاقة الصحفي بمصادره تشكل محددًا مهنيًا هامًا في الممارسة الإعلامية وتطرح إشكالات عميقة منذ القدم.

فلعدة سنوات كافح الصحفيون كي يجعلوا المحاكم والجهات المسؤولة تدرك أهمية علاقاتهم السرية مع بعض مصادر الأخبار، وأن تحمي هذه العلاقات في شكل من أشكال الحصانة، على اعتبار أن الصحفي يجب أن يتحرى عن الحقائق والأخبار التي تهم الشأن العام، وعلى اعتبار أيضا أن بعض المعلومات التي يتحصلون عليها تأتي من مصادر لا تريد الكشف عن هويتها، ولا تقدم المعلومات إلا بعد الحصول على ضمانات من الصحفي بعدم الكشف عنها، وهذا نابع من خوف هذه المصادر على مراكزها الوظيفية أو التعرض للإيذاء الجسدي أو المعنوي في حالة الإفصاح عن هويتها لأي شخص عدا الصحفي³.

¹ وائل مختار إسماعيل. مصدر المعلومات، ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، 2010، ص 16-18.

² انظر: علم اجتماع المرسلين، جوديت لازار، ترجمة رضوان بوجمعة في الوسيط في الدراسات الجامعية.

³ حسن عماد مكاي. أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص 193.

وأغلب الدراسات في هذا المجال أشارت إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة استغنائه عن مصادره، وأثبتت دراسات عدة عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية¹.

خلاصة القول، ومن خلال الإحصاءات السابقة يجوز طرح التساؤل التالي:

إذا كان هذا الوضع يخص صحفياً في مؤسسة عمومية، فماذا عن وضع الصحفي في مؤسسة تنتمي إلى القطاع الخاص ؟.

جدول رقم (39): يبين مفهوم الصحفيين للاحترافية

المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	
37	42	38	43	40	ضرورة اكتساب الصحفي مهارات تقنية
56	42	67	27	8	معالجة الأخبار بكل موضوعية
38	45	34	57	26	الاستقلالية في معالجة الأخبار
21	38	38	41	64	ضرورة فصل الواقعة عن الرأي
49	32	33	32	62	كفاءة الصحفي من ناحية معالجة الأخبار

42 صحفياً يرون أن الاحترافية تقتصر أساساً على الشق التقني

أظهر البحث أن 42 صحفياً من الصحفيين محل البحث يرون أن الاحترافية مرتبطة بالشق التقني، وهي ضرورة اكتساب الصحفي لمهارات تقنية تمكنه من أداء عمله بشكل لائق، فيما يرى 67 صحفياً أن الاحترافية تعني التحلي بالموضوعية أثناء معالجة

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 182.

الأخبار، ووضع 64 صحفيا ضرورة فصل الواقعة عن الرأي في المرتبة الخامسة، وهنا يظهر إشكال في نظرة الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية لمفهوم الاحترافية.

وبالتالي يصعب الحديث أو تصور وجود صحفيين محترفين بكل ما تحمله الكلمة من معاني، وحسب ما هو متعارف عليه، باعتبار أن الاحترافية لا تشمل فقط الشق التقني والمؤهلات التقنية بل تشمل أساسا الاستقلالية والموضوعية وفصل الواقعة عن الرأي والحياد أثناء معالجة الخبر، إضافة إلى النزاهة وعدم الخضوع للضغوط الخارجية، والتكوين الأكاديمي والميداني المستمر والمتجدد في مجال العمل الصحفي، إضافة إلى سعة الثقافة عند رجل الإعلام والمامه بكافة مجالات العمل، وكذا استقلال المؤسسة الإعلامية عن الدولة استقلالا كاملا، ولو أن هذه المعطيات من الصعب أن تتوفر باعتبار أن مؤسسة الإذاعة الوطنية مؤسسة عمومية، تبقى تعاني من نقص الإمكانيات المادية أو التقنية، والبيروقراطية والرقابة التي تعيق عمل الصحفي، والخط الافتتاحي الذي لا يتيح الإبداع والنقد البناء، ويظهر ذلك في النشرات الإخبارية التي تعالج عموما مواضيع سطحية وأمور روتينية مثل زيارات المسؤولين اليومية التي لا ترقى قيمتها إلى الإشارة إليها حتى في أخبار سريعة، مع أنها تأخذ حيزا كبيرا من زمن النشرة ويعطى لها الأولوية دائما على حساب الأخبار التي تعالج اهتمامات وانشغالات المواطن ومصالحه بشكل مباشر.

جدول رقم (40): يوضح استفادة الصحفيين من التكوين في مجال الإعلام المحلي

النسبة المئوية	التكرارات	
41 %	82	نعم
59 %	118	لا
100 %	200	المجموع

قراءة 60 في المائة من المبحوثين لم يتلقوا تكويناً في مجال الإعلام المحلي

كشف البحث أن 59 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية أي ما يعادل 118 صحفياً لم يستفيدوا من التكوين في مجال الإعلام المحلي، فيما قال 82 صحفياً أي 41 بالمائة إنهم تلقوا تكويناً في مجال الإعلام المحلي.

هذه الأرقام تطرح إشكالا عميقاً حول فهم الصحفي لدوره ومجال عمله كرجل إعلام يعالج قضايا تمس احتياجات ومتطلبات المواطن من كذب، وحق هذا المواطن في الحصول على المعلومة كاملة وفي وقتها المناسب، وهو لا يعي بالشكل اللازم ما يجب أن يقدمه للمواطن بالضبط وللمجتمع المحلي، وجهله لآليات وطرق التعامل مع المعلومة والفرد داخل المجتمع المحلي، وكل ما يحيط به من عادات وتقاليد وأعراف وتراث وجب المحافظة عليها.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه من الحقوق التي أتى بها المرسوم التنفيذي للقانون الأساسي للصحفي المحدد للنظام النوعي علاقات العمل المتعلقة بالصحفيين الصادر في العدد 24 من الجريدة الرسمية، الحق في التكوين المتواصل للصحفيين.

جدول رقم (41): يوضح أهم مجالات تكوين الصحفيين في مجال الإعلام المحلي

النسبة المئوية	التكرارات	
62,20%	51	مجال الإعلام بشكل عام
37,80%	31	مجال الإعلام المحلي
100 %	82	المجموع

كشف البحث الذي أجريناه حول الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية أن 51 صحفياً أي أزيد على 62 في المائة من الصحفيين الذين قالوا إنهم استفادوا من تكوين في الإعلام المحلي أظهرت إجاباتهم أنهم استفادوا من تكوين في مجال الإعلام بشكل عام،

(فنيات التحرير، تقنيات تقديم البرامج الإذاعية..)، بينما 31 صحفياً أي 37,80 بالمائة من الصحفيين تلقوا تكويناً خاصاً في مجال الإعلام المحلي.

فهذه الأرقام تبرز أن أغلبية الصحفيين بقسم الأخبار في الإذاعة المحلية يعالجون مختلف المواضيع والأحداث داخل مجتمعاتهم وفقاً لاجتهادات شخصية لأنهم لم يتلقوا تكويناً في مجال الإعلام المحلي سواء في الجامعة التي درسوا بها أو المؤسسة التي يعملون بها.

وفي نقدهم لتكوين الصحفيين لاحظ بعض النقاد أن تدريس الطب وجراحة الأسنان والهندسة المعمارية قد استطاع أن يحقق التوازن المطلوب والتناغم بين الشقين النظري والتطبيقي أو العملي، وأن يحظى بدعم ومساندة من طرف الأوساط المهنية، وهذا خلافاً لتدريس الصحافة الذي لم يلق الدعم كله من طرف وسائل الإعلام المختلفة، بل أن بعضها ناصب العداء لخريجي كليات الإعلام وذلك انطلاقاً من قناعة أن التكوين العصامي والتعليم الميداني ومن خلال التجربة هما أفضل كلية إعلام، وأقصر طريق لتكوين الصحفيين. وهناك من زعم أن الصحافة هي فن يمارس وليست علم يدرس !¹.

إن هذا النقد يستند إلى حقيقة موضوعية تتمثل في ذلك الانفصال بين ممارسي الصحافة والإعلام ومدرسيها، وهذا خلافاً لواقع أساتذة الفروع العلمية والطبية الذين يختزنون تجربة ثرية في المجال النظري والتطبيقي معاً². وهذا الانفصال أثر بشكل بارز على مستوى الصحفيين وأدائهم وعلى مهنة الصحافة بشكل عام.

¹ نصر الدين لعياضي. وسائل الإعلام والمجتمع، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة،

2004، ص ص 120-121.

² المرجع نفسه، ص 121.

جدول رقم (42): يوضح مفهوم الصحفيين للإعلام المحلي

النسبة المئوية	التكرارات	
54 %	108	إعلام يهتم بانشغالات المواطنين
46 %	92	إجابة أخرى
100 %	200	المجموع

أظهر البحث أن 92 صحفياً أي 46 في المائة لا يدركون المفهوم الحقيقي للإعلام المحلي، وجاءت إجاباتهم سطحية وعامة وتهمل الكثير من جوانب الإعلام المحلي، فيما أقر 108 صحفيين أي 54 في المائة بأن الإعلام المحلي هو الإعلام الذي يهتم أساساً بانشغالات المواطنين واهتماماتهم اليومية، وعادات وتقاليد المجتمع المحلي، والانغماس في النسيج الثقافي والفني والرياضي والاجتماعي والاقتصادي للمنطقة.

جدول رقم (43): يبين المواضيع التي تأخذ حيزاً مهماً في المواعيد الإخبارية

النسبة المئوية	التكرارات	
14 %	28	المواضيع المرتبطة بنشاطات المسؤولين
38,5 %	77	المواضيع المتعلقة بالأحداث الآنية
47,5 %	95	المواضيع المتعلقة بانشغالات المواطنين
100 %	200	المجموع

أكثر من 50 في المائة يؤكدون أن أخبار المسؤولين والأحداث الآنية تأخذ الحيز الأكبر من النشرة

كشف 105 صحفيين أي ما يعادل 52,5 في المائة من المبحوثين أن المواضيع التي تأخذ الحيز الأكبر من النشرة الإخبارية هي تلك التي ترتبط بشكل مباشر بنشاطات المسؤولين (الوالي، رؤساء الدوائر والبلديات..)، والمتعلقة بالأحداث الآنية التي تحدث

بالولاية، بينما أكد 95 صحفياً أي 47,5 في المائة أن المواضيع المتعلقة بانشغالات المواطنين تأخذ الحيز الأكبر من النشرة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية.

فنسبة 47,5 في المائة تعطي مؤشراً إيجابياً، على اعتبار أن مؤسسة الإذاعة هي مؤسسة عمومية ووظيفتها الأساسية هي الخدمة العمومية ونقل انشغالات المواطن والصالح العام، وتدحض في المقابل ولو بشكل نسبي ما يشاع حول القبضة التي تمارسها السلطة على وسائل الإعلام، بتوجيهها نحو تدعيم وجودها، وإضفاء مكانة على الوضع الذي يناسب الفاعلين في النظام السياسي الحاكم، ويمكن الإشارة هنا إلى ما ورد في نص الالتزامات بدفتر شروط مؤسسة الإذاعة، فالمادة 17 تقول: "تضمن المؤسسة في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها، وتبرمجها، دون تحديد للمدة وبدون مقابل". وفي هذا الصدد يلاحظ "نبيل دجاني" أنه في ثلاثة بلدان من الأربعة المدروسة (الجزائر، السعودية، مصر، لبنان) ما عدا لبنان، فإن الصحافة في خدمة السلطة السياسية، كما لاحظ الباحث أيضاً، أن (... رأي السلطة هو السائد وليس الرأي العام...) ¹، وفي الجزائر فقد وضع النظام السياسي منذ الاستقلال يده على هذا القطاع الاستراتيجي (الإعلام) ².

فحال النشرة الإخبارية في الإذاعة المحلية يختلف قليلاً إذن عن التلفزيون العمومي الذي تشمل نشرته أساساً نشاطات كبار المسؤولين في الدولة وتعطى لها الأولوية، مثلما يؤكد "السعيد بومعيرة" (... فتسلسل الأخبار في الجريدة المصورة يأتي وفق "الترتيب التشريفاتي"، ومفاد هذا النسق هو أن ترتيب الأخبار يتم حسب أهمية ومرتبة كل فاعل في بنية السلطة. والقاعدة المعمول بها هو أن نشاط رئيس الدولة يأتي دائماً في مقدمة

¹ Nabil H. Dajani. Analyse de la presse Dans quatre pays arabes, la presse en éveil : étude des cas, France, N°103, 1990, 96.

² Kirat Mohamed. La liberté de la presse en Algérie avant Octobre 1988 : contraintes et difficultés. Revue Algérienne de Communication N°8, Hiver 92.

الجريدة المصورة، يليه نشاط رئيس المجلس الشعبي الوطني، ثم نشاط مسؤول الأمانة الدائمة للحزب، فنشاط الوزراء والولاة... الخ¹.

جدول رقم (44): يبين مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي (اللهجات، العادات والتقاليد..)

النسبة المئوية	التكرارات	
91,5 %	183	نعم
8,5 %	17	لا
100 %	200	المجموع

أظهر البحث أن 183 صحفياً أي 91,5 في المائة أكدوا أنهم يراعون خصائص المجتمع المحلي أثناء معالجتهم للأخبار، بينما 17 صحفياً أي 8,5 في المائة لا يراعون خصائص المجتمع المحلي.

ويمكن تفسير هذه المعطيات التي تظهر مراعاة أغلبية الصحفيين بالإذاعات المحلية لخصائص المجتمع المحلي من منطلق أن الصحفي هو نتاج بيئته وخلفيته الاجتماعية ويخضع لتأثيراتها فيما يعرف بالضغوط الداخلية للمجتمع، حيث أن العوامل الاجتماعية من أكثر العوامل المؤثرة في الصحفي، إذ تتراوح بين قيم اجتماعية وأعراف سائدة كالعادات والتقاليد التي تكمن في أذهان الصحفيين يلتزمون بها حتى وإن كانوا لا يؤمنون بها، إلى الضغوط الاجتماعية المباشرة المرتبطة بطبيعة النظام الاجتماعي ذاته، من ضمن المعوقات الاجتماعية ما يمكن أن نسميه بالذوق الاجتماعي الذي يفرض على المحررين الالتزام به في رسائلهم الإعلامية، وتذوق الجمهور هو جزء من كيانه

¹ السعيد بومعيزة. عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 6، 1992، ص

الاجتماعي وثقافتهم الشعبية¹. والصحفي يواجه ضغطا لينسجم مع مثل هذا التذوق، ومن ثم فإن أنماطا من الرسائل الإعلامية قد تكون ذات أهمية في بيئة اجتماعية، ولا تكون كذلك في بيئة أخرى.

كما يمكن تفسير مراعاة أغلبية الصحفيين بالإذاعات المحلية الجزائرية لخصائص المجتمع المحلي الذي يخاطبونه من منطلق إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الذي يعملون به، وفي هذا الصدد يرى الباحث "وارين بريد" Waren Breed أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله. وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية، فقد تضحى وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليد، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع.

جدول رقم (45): يبين جوانب مراعاة الصحفيين لخصائص المجتمع المحلي

النسبة المئوية	التكرارات	
53 %	97	مراعاة العادات والتقاليد
47 %	86	بساطة اللغة
100 %	183	المجموع

يظهر الجدول أن 97 صحفيا أي 53 في المائة من الصحفيين الذين يراعون خصائص المجتمع المحلي يأخذون بعين الاعتبار أساسا عادات وتقاليد وأعراف المجتمع

¹ هالة إسماعيل بغدادي. الصحفيون التلفزيونيون الإخباريون القواعد والقيود، دط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2011، ص38.

الذي تخاطبه الإذاعة المحلية، أما 86 صحفياً أي 47 في المائة من المبحوثين أكدوا أنهم يحاولون استعمال لغة بسيطة يفهمها كافة شرائح المجتمع المحلي المخاطب، وأحياناً استعمال بعض الكلمات من اللهجات السائدة في المنطقة لتقريب الفكرة أكثر من ذهن المتلقي أياً كان مستواه.

ومن أهم المميزات التي تنفرد بها الإذاعة المحلية عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، بساطة الأسلوب واللغة، استعمال اللهجات المحلية كعامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية، وإحياء التراث المحلي، كما تتناول القضايا والمسائل التي يعاني منها المواطنون وتشغل أفكارهم من أجل معالجتها وإيجاد الحلول المناسبة، وتقديم الأخبار المحلية والوطنية والدولية¹.

وقد أثبتت الأبحاث أن الشعوب المحلية في العالم الثالث تتعلق أكثر بفنونها من موسيقى ورقص ولغة وعادات، وأن فكرة الثقافة الكونية تكون سائدة أكثر في الأماكن الحضرية بالعالم الثالث، التي يتقبل فيها الأهالي الاتجاهات الجديدة².

وفي هذا الإطار يشير المبحوثين إلى اهتمامهم باستبعاد المضامين التي تخذش الحياء العام أو تتعارض مع القيم الدينية، وهو ما يتفق مع عادات وتقاليد المجتمع المحلي.

جدول رقم (46): يبين تبرير الصحفيين لعدم مراعاتهم خصائص المجتمع المحلي

النسبة المئوية	التكرارات	
29,41 %	5	نقص الإمكانيات اللازمة لمعرفة خصائص المجتمع المحلي
70,59 %	12	السياسة التحريرية للقناة
100 %	17	المجموع

¹ عبد المجيد شكري. الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص77.

² طارق سيد محمد. الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص121.

برر الصحفيون الذي أجابوا بعدم مراعاتهم لخصائص المجتمع المحلي على قلتهم - عددهم 17 أي 8,5 في المائة مثلما سبق ذكره - بالسياسة التحريرية التي تنتهجها القناة وعددهم 12 صحفياً أي 70,59 في المائة، بينما برر 5 صحفيين أي 29,41 في المائة عدم مراعاتهم لخصائص المجتمع المحلي بنقص الإمكانيات اللازمة التي تسمح لهم بالتعرف على خصائص المجتمع الذي يخاطبونه.

وتعتبر الإذاعة المحلية وسيلة من وسائل الإعلام التي تخاطب جماعات أصغر حجماً بالمقارنة مع الإذاعة المركزية، زيادة على ذلك فهي وسيلة للتثقيف والترفيه، وعلى هذا الأساس يتوجب على الصحفيين بهذه الوسيلة أن يكونوا على دراية جيدة بطبيعة وخصائص المجتمع المحلي المستهدف، وهو المجتمع الذي يتميز على العموم بمحدودية العدد والمساحة والتجانس بين مفرداته على الرغم من وجود فوارق فردية، وتجمعهم اهتمامات مشتركة.

وإذا علمنا أن الإذاعة المحلية هي أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة ويوجه إلى جماعة معينة تربط بعضها ببعض هذه البيئة، بحيث يصبح الإعلام مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بحاجة هؤلاء الناس ومتصلاً بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية، مما يجعله انعكاساً للتراث الثقافي القيمي في هذه البيئة.. وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية شكل ومضمون الإعلام المحلي¹، يصبح من الضروري على مسؤولي بعض القنوات الإذاعية المحلية الجزائرية مراجعة السياسة التحريرية التي تنتهجها وتسير عليها هذه المحطات، وتوفير الإمكانيات اللازمة للصحفيين حتى يتسنى لهم تحقيق معرفة شاملة ووافية لخصوصية المجتمع المحلي الذي يخاطبونه، وإنتاج رسائل تلبي متطلبات المواطن بالمجتمع المحلي وفقاً لحاجاته وعاداته وتقاليده وخصائصه الثقافية.

¹ يوسف مرزوق. الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، ددن، مصر، 1970، ص 40.

جدول رقم (47): يوضح نظرة الصحفيين للجمهور المستمع بشكل عام

النسبة المئوية	التكرارات	
94 %	188	جمهور ايجابي
6 %	12	جمهور سلبي
100 %	200	المجموع

كشف البحث أن 188 صحفياً أي 94 في المائة من المبحوثين ينظرون إلى الجمهور الذي يخاطبونه على أنه جمهور إيجابي، بينما يرى العدد المتبقي المقدّر بـ 12 صحفياً أي ما يعادل 6 في المائة أنه جمهور سلبي.

هذه النتائج تؤكد زوال النظرة القديمة للجمهور -وفقاً لمنظور الاستخدامات والإشباع- التي كانت تصف الجمهور بالسلبى والمتلقى الذي يستقبل فقط الرسائل التي ينتجها الصحفي بوسائل الإعلام، بل أصبح جمهوراً إيجابياً نشطاً يتفاعل مع المرسل ويشارك في العملية الإعلامية، وفي المنتج الإعلامي الذي يعده الصحفي، فالجمهور يستخدم الإذاعة من أجل تحقيق أهدافه وفقاً لحاجاته ورغباته.

ويأتي الحديث هنا عن نظرة الصحفي للجمهور الذي يخاطبه، من منطلق أن نظرة الصحفي لجمهوره تؤثر بشكل كبير على نوعية الرسالة والخدمة التي يقدمها الصحفي لجمهوره.

والجمهور، حسب المفهوم العددي، هو مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية، أو لقناة تلفزيونية، أو لصحيفة أو لموقع إلكتروني، أو

مجموع هذه الوسائل مجتمعة. وهو بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم ولديهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية من مثقفين، شباب، ربات بيوت¹.

ولا يوجد اختلاف على أن الاتصال ذا الاتجاهين أفضل من الاتصال ذي الاتجاه الواحد، وأن مشاركة الجمهور أفضل من بقاءه مجرد متلق سلبي خاصة أن ذلك يتفق مع المفهوم الإنساني للاتصال الذي يجعل من عملية الاتصال تفاعلا بين أطراف متكافئة أكثر من كونه نقلا من طرف لآخر، ونعني بمشاركة الجمهور أن يصبح الفرد شريكا إيجابيا في عملية الاتصال وليس مجرد هدف له.

وقد توصلت الأبحاث العلمية في هذا الشأن إلى نتائج مختلفة وأحيانا متناقضة حول طبيعة الجمهور المتلقي بمختلف فئاته، فقد توارى مفهوم المتلقي السلبي أو الجمهور السلبي الذي يعرض نفسه بشكل سهل وعشوائي للرسائل الإعلامية وفق المضمون الذي حدده المرسل. وبرز في المقابل مفهومان جديدان عن الجمهور أولهما مفهوم الجمهور المراوغ أو العنيد والثاني الجمهور النقدي والفاعل الإيجابي وهو إلى حد ما جمهور نوعي يبرمج تعرضه ويخطط له ويقف على أرضية فكرية ومعرفية صلبة ويقف موقفا نقديا إزاء ما يتعرض له، ومن المؤكد أن الوصول إلى هذا الجمهور وإقناعه والتأثير عليه عملية تزداد صعوبة².

وقد لاحظ الباحثان "إثيل دي سولا بول" و "شولمان" أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور. فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها - إلى حد ما - توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يؤدي الجمهور دورا إيجابيا في عملية الاتصال. ويؤثر تصور القائم بالاتصال على نوعية

¹ علي قسايسية. جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية وفي الجزائر، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص24.

² أديب خضور. الإعلام والأزمات، ط1، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص ص 56-59.

الأخبار التي يقدمها. وقد أظهرت الدراسات التجريبية التي عقدها "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه¹.

جدول رقم (48): يوضح رأي الصحفيين في جمهورهم

جمهور وسائل الإعلام يهتم بالأخبار اليومية أكثر من التحاليل	أغلبية الجمهور لا تهتم بالأخبار اليومية لنشاطات الولاية	جمهور يهتم بالأخبار التي تنتقد المشاريع التنموية	من السهل جدا الكذب على جمهور وسائل الإعلام		
17	28	5	102	لا أوافق	التكرارات
8.5 %	14 %	2.5 %	51 %	النسبة المئوية	
14	59	16	16	لا أوافق بعض الشيء	التكرارات
7 %	29.5 %	8 %	8 %	النسبة المئوية	
15	25	22	41	محايد	التكرارات
7.5 %	12.5 %	11 %	20.5 %	النسبة المئوية	
97	58	63	26	أوافق بعض الشيء	التكرارات
48.5 %	29 %	31.7 %	13 %	النسبة المئوية	
57	30	94	15	أوافق تماما	التكرارات
28.5 %	15 %	47 %	7.5 %	النسبة المئوية	
200	200	200	200	مجموع التكرارات	
100 %	100 %	100 %	100 %	مجموع النسب المئوية	

من المسائل المهمة التي أثارها البحث كذلك رأي الصحفيين في جمهورهم، وهل لديهم فكرة صادقة وواقعية عن يتواصلون معهم يوميا ؟ تشير نتائج الجدول رقم 48 إلى أن

¹ حسن عماد مكاي، ليلي السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص ص 183-184.

أكثر من نصف المبحوثين (154 صحفياً، 77 في المائة) يوافقون بعض الشيء أو يوافقون تماماً مع "جمهور وسائل الإعلام يهتم بالأخبار أكثر من التحليل"، كما كشف البحث أن 88 صحفياً أي 44 في المائة من المبحوثين يوافقون بعض الشيء أو يوافقون تماماً على أن أغلبية الجمهور لا تهتم بالأخبار اليومية لنشاطات الولاية، وأظهر 157 فرداً من المبحوثين أي 78,7 في المائة موافقتهم بعض الشيء وموافقتهم التامة على أن الجمهور يهتم بالأخبار التي تنتقد المشاريع التنموية، بينما أجاب 118 صحفياً أي 59 في المائة بـ "لا أوافق ولا أوافق بعض الشيء" على أنه من السهل جداً الكذب على جمهور وسائل الإعلام.

تدعم هذه الإحصاءات إحصاءات الجدول السابق، التي تعبر في العموم على إدراك الصحفيين لدور الإذاعة المحلية في المجتمع وهو خدمة المواطن بالدرجة الأولى وليس خدمة المسؤول بالمنطقة، وأنهم على دراية بوعي الجمهور المخاطب لمهام الإذاعة الأساسية وهي تزويده بالمعلومات والأخبار والمساهمة في تحقيق التنمية المحلية.

وللإشارة هنا فإن معرفة الصحفي بالإذاعة المحلية لحاجيات ومتطلبات جمهوره تزيد من فاعلية رسالته وتأثيرها. ولذلك يؤدي الصحفي بالإذاعة المحلية دوراً هاماً في التنوير والتثقيف بين القطاعات العريضة من الجماهير التي تعتمد عليه. ولاشك أنه على مستوى الكم يمتلك الراديو -والصحفي حلقة مهمة به- تأثيراً عظيماً وعميقاً على الناس الذين يكونون الجزء الأكبر من الرأي العام، ولا يزال أفضل وسيلة للاتصال بالجماهير، خاصة في الريف وبين العمال والحرفيين في المدن لأن تأثيره مستمر طوال الليل والنهار، ويلجّ على الآذان في كل مكان، وكلما زاد استخدامه، زادت قدرته على صياغة الوجدان الشعبي والرأي العام¹.

¹ نبيل راغب. العمل الصحفي، المقروء والمسموع والمرئي، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1999، ص348.

وقد أفردت وسائل الإعلام مؤخرًا برامج كاملة للتفاعل مع الجماهير من مختلف الفئات واستطلاع آرائها ليس تجاه القضايا المطروحة فحسب وإنما تجاه الوسيلة وما تطرحه من رسائل إعلامية، وقد اكتسبت دراسات الجمهور أهمية خاصة بعد تنامي الشبكات الإخبارية واقترب الأحداث من الجماهير أو مساسها بأمنهم المعلوماتي والاقتصادي والسياسي والثقافي، وتأسيسًا على ذلك فنُبض الجماهير بات عاملًا مؤثرًا ليس في صنع السياسة التحريرية وترتيب أولوياتها فحسب وإنما قد يرقى في بعض الأحيان إلى تعديل وتوجيه السياسات الحكومية سواء تجاه قضايا محلية أو تجاه قضايا خارجية، ومن أبرز فئات الجمهور المؤثرة في صنع السياسات الحكومية فئة النخبة أو الصفوة التي تضطلع بدور قادة الرأي في المجتمع¹.

ويعتبر عنصر معرفة الصحفي لجمهوره الذي يخاطبه ركيزة أساسية في العديد من وسائل الإعلام العالمية، فلا تكتفي على سبيل المثال هيئة الإذاعة البريطانية باستطلاعات الرأي للمؤسسات المستقلة، بل تسعى إلى معرفة ميول جمهورها بالتفصيل الكامل، ولهذا أقرت بداية سنة 2011 نظامًا شاملاً للقياس خاصًا بها يعرف باسم Live Plus 7². ويعمل هذا النظام بالتوازي مع أنظمة القياس الأخرى، ويمكن من:

- إعطاء صورة أوضح عن استهلاك الجمهور لبرامج البي بي سي واحدًا واحدًا.
- قياس استخدام النظام التفاعلي iplayer لمشاهدة البرامج التي تبثها قنوات الهيئة على الإنترنت.
- ضبط الأوقات التي يغير فيها المتفرجون قنوات المشاهدة بما فيها قنوات التلفزيون المستقل الأرضية وشبكة سكاى الفضائية.

¹ هالة إسماعيل بغدادي. مرجع سبق ذكره، ص ص 82-83.

² عبد الرحمان ماهر. هيئة الإذاعة البريطانية، خدمة إذاعية وتلفزيونية من الشعب وإلى الشعب. العدد 2، الإذاعات العربية، مجلة تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، 2011، ص 25.

ويتم نشر نتائج هذه الاستطلاعات بصفة شهرية، وهي لا تختلف نتائجها في تأكيد سبق قنوات هيئة الإذاعة البريطانية عما سواها من القنوات.

جدول رقم (49): يوضح مفهوم الصحفيين للخدمة العمومية

النسبة المئوية	التكرارات	
48,5 %	97	كل خدمة مرتبطة بمصلحة المواطن والصالح العام
51,5 %	103	إجابة أخرى
100 %	200	المجموع

يبين هذا الجدول أن أزيد على نصف المبحوثين والمقدر عددهم بـ 103 صحفياً أي 51,5 في المائة يجهلون المعنى الحقيقي للخدمة العمومية الذي يتجسد أساساً في خدمة المواطن والصالح العام، حيث شملت إجاباتهم مفاهيم عامة ومصطلحات فضفاضة في صورة خلق علاقة بين المقدم والجمهور، إيجاد حل لمشكل مرتبط بموضوع معين، تزويد المواطن بالمعلومات وتقديم خدمات عادية له، تسهيل إيصال المعلومة إلى المواطن، والاهتمام بأخبار المسؤولين ونشاطاتهم.. الخ.

ومفهوم الخدمة العمومية ظهر وتطور في المجتمعات التي يتوفر فيها حيز كبير من حرية التعبير واستقلالية الرأي والتداول الحر على السلطة والشفافية التامة في تسيير أمور الناس باعتبار أن الكفاءة هي المقياس الأساسي في تولي المناصب العليا في الدولة، وهي لا تعني دائماً بث المضامين التي يرغب فيها الجمهور، بل يجب التركيز على نقل القصص الإخبارية التي تخدم المجتمع ومصلحته.

فالخدمة العمومية، تعني أساساً أن يدرك كل العاملين بمؤسسات الدولة، أنهم كلهم في خدمة الصالح العام بدون تمييز، لأنهم يتقاضون راتبهم من الخزينة العمومية أي من جيب المواطن مباشرة، وتولوا المناصب التي يشغلونها عن رغبة منهم ولم يفرضها عليهم

أحد، وأن عملهم يركز على معالجة قضايا المواطن داخل المجتمع وانشغالاته الحقيقية والالتزام بمهامه الأساسية المحددة في دفتر أعباء المؤسسة التي ينتمي إليه.

وتعني الخدمة العمومية في نظر المسؤولين عن قطاع الإعلام في الجزائر، أنها نوع من الاتصال يسير في اتجاه واحد أي من السلطة إلى المواطن الذي تراه مستهلكا وليس مشاركا دون أن يكون لهذا المواطن أي حق للتعبير عن رأيه أو مجرد إظهار أدنى أنواع الامتناع أو الاعتراض على ما يقدم له، بينما النظم السياسية القوية والباحثة عن الدوام هي تلك التي تفتح كل المجالات أمام المعارضة السياسية التي تنشط في إطار القانون لتبدي رأيها بكل حرية لأن قوانين الجمهورية تضمن ذلك.

فالصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية يجب أن يدرك أنه ينتمي إلى مؤسسة تنتمي إلى القطاع العمومي وليست إلى القطاع الخاص، والفرق بين القطاعين أن الصحفي في القطاع العمومي يخاطب "المواطن" بدرجة أولى، بينما الصحفي في القطاع الخاص يخاطب "المستهلك". فمنطق القطاع الخاص على خلاف العمومي معقول من حيث هدفه التجاري، فهو يبيع نسبة متابعته كسلعة للمعلنين ولا يهتم في ذلك نوعية الأخبار ومستوى البرامج ووظائفها الإعلامية والتعليمية والتثقيفية.

وينبغي للقائمين على الخدمة العمومية مراعاة العديد من الخصائص نذكر منها¹:

- **الشمولية/الكونية:** وتعني ضرورة توفير الخدمة العمومية لكل المواطنين الذين تخاطبهم الوسيلة الإعلامية، سواء تعلق الأمر بالمضامين (اللغات)، أو التكنولوجيا المستخدمة (تمكين كل سكان منطقة ما توجد بها قناة خدمة عمومية

¹ رايح الصادق. مفهوم الخدمة العامة في التلفزيون، بين المقاربة التجارية والمنظور النقدي. الإذاعات العربية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

حاصلة على الترخيص من استقبال إشارات البث، وبالتالي مجموع الخدمات التي تقدمها هذه القناة).

- **التنوع:** يجب على كل قناة خدمة عمومية أن تقدم حزمة من البرامج المتنوعة، بما فيها مضامين تربية وإخبارية وترفيهية ذات قيمة عالية. ويتأسس هذا الالتزام بالتنوع في البرمجة على ضرورة تمكين الجمهور من الوصول إلى معلومات حول الكثير من المسائل والقضايا المجتمعية.
- **الاستقلالية:** (سواء تعلق الأمر بالحكومة أو القوى المالية): وهذا يعني أن يأخذ القائمون على هذه الخدمة قراراتهم البرمجية بناء على معايير مهنية، وحق الجمهور في المعرفة، والابتعاد عن الخضوع لأصحاب المصالح السياسية أو التجارية.
- **عدم التحيز:** وهذا المعيار مرتبط أشد الارتباط بمعيار الاستقلالية.
- **الحرص على الهوية الوطنية والثقافية:** وذلك بالحرص على جعل من الالتزام بالخدمة العمومية أداة للبناء والحفاظ على الهوية الوطنية، والشعور بالانتماء، والمشاركة بإيجابية في حياة المجتمع.
- **التمويل العام:** يعتبر نموذج تمويل الخدمة العمومية، في معظم الدول نمودجا مختلطا، يجمع بين مصدرين من مصادر الإيرادات الثلاثة التالية: رسوم التراخيص التي يسدها دافعو الضرائب، والمخصصات التي تكون مصدرها الدولة، والإيرادات التجارية من الإعلان/الإشهار، وإيرادات حقوق البث وتأجير الأدوات الفنية وغير ذلك من الأصول التي تملكها القنوات.

جدول رقم (50): يوضح الانشغالات الأساسية للصحافيين الجزائريين

المرتبة الأولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المرتبة الخامسة	المرتبة السادسة	المرتبة السابعة	
30	24	43	38	40	18	7	التكوين
36	34	39	27	25	34	5	حرية الصحافة
17	38	21	27	48	44	5	أخلاقيات المهنة
35	40	24	30	39	24	8	الأجور
46	42	33	31	20	19	9	السكن
0	1	1	6	10	28	154	حقوق المؤلف
38	21	40	39	20	30	12	الوصول إلى الخبر

معظم الصحفيين انشغالاتهم مرتبطة أساسا بثلاثية السكن، الأجر والتكوين

يبين الجدول أن انشغالات الصحفيين سوسيولوجية أساسا، حيث أقر معظم المبحوثين أن انشغالهم الأساسي مرتبط بالسكن أولا ثم بالأجور بدرجة ثانية ثم تليها الانشغالات المهنية في صورة التكوين بدرجة ثالثة ومعاناة الصحفيين من ناحية الوصول إلى مصادر الخبر ثم أخلاقيات المهنة التي جاءت في المراتب الأخيرة لاهتماماتهم وانشغالاتهم، إلى جانب حرية الصحافة، بينما جاء انشغال حقوق المؤلف كآخر انشغالهم وفق ما يوضحه جدول البحث.

هذه الإحصاءات تعكس الوضعية الصعبة والمزرية التي يعيشها الصحفي الجزائري من جانب السكن وضعف الأجر إلى جانب نقص التكوين الذي يفتقد له معظم الصحفيين سواء في المؤسسات العمومية وبالأخص في المؤسسات الخاصة التي لا تستثمر في صفيها بتوفير لهم دورات تكوينية مستمرة من أجل تطوير مستوياتهم ومهاراتهم التي تنعكس بشكل مباشر على أدائهم وعلى نوعية المادة التي ينتجونها للجمهور المتلقي.

فالصحفي عوض أن يكون اهتمامه مرتكز أساسا على معالجة وإيصال الخبر بصورته الكاملة والآنية إلى الجمهور، تجده يحيد عن ذلك إلى متطلبات السكن اللائق والأجر المستحق، وكذا التكوين المستمر الذي يعد ركيزة للعمل الإعلامي النوعي.

جدول رقم (51): يوضح انتقادات الصحفيين الموجهة للإعلام الجزائري

ناطق باسم الحكومة	فيه انتقائية في التغطية الإعلامية	تتقصه التحاليل و المعلومات الخلفية	سطحي فيه نسبة كبيرة من التسلية		
29	28	53	19	التكرارات	اتفق تماما
14.5 %	14%	26.5 %	%9.5	النسبة المئوية	
53	78	53	28	التكرارات	اتفق
26.5 %	39 %	26.5 %	%14	النسبة المئوية	
60	52	34	43	التكرارات	بدون رأي
30 %	26 %	17 %	%21.5	النسبة المئوية	
38	18	33	77	التكرارات	لا أوافق
19 %	9 %	16.5%	%38.5	النسبة المئوية	
20	24	27	33	التكرارات	لا أتفق تماما
10 %	12 %	13.5%	%16.5	النسبة المئوية	
200	200	200	200	مجموع التكرارات	
% 100	% 100	% 100	%100	مجموع النسب المئوية	

لا يركز كثيرا على الأحداث	يوجه الرأي العام في القضايا	نقص في صحافة الاستقصاء و التحريات	انعدام النقد و الإبداع		
11	34	58	26	التكرارات	اتفق تماما
% 5.5	% 17	% 29	% 13	النسبة المئوية	

الباب الثاني: نتائج العمل الميداني للبحث

22	80	71	48	التكرارات	اتفق
% 11	% 40	% 35.5	% 24	النسبة المئوية	
35	42	26	33	التكرارات	بدون رأي
% 17.5	% 21	% 13	% 16.5	النسبة المئوية	
94	35	34	69	التكرارات	لا أوافق
% 47	% 17.5	% 17	% 34.5	النسبة المئوية	
38	9	11	24	التكرارات	لا اتفق تماما
% 19	% 4.5	% 5.5	% 12	النسبة المئوية	
200	200	200	200	مجموع التكرارات	
% 100	% 100	% 100	% 100	مجموع النسب المئوية	

يركز كثيرا على النشاطات الحكومية الروتينية	يركز على المراكز الحضرية و يهمل البادية		
40	24	التكرارات	اتفق تماما
20 %	12 %	النسبة المئوية	
71	24	التكرارات	اتفق
35.5 %	12 %	النسبة المئوية	
31	30	التكرارات	بدون رأي
15.5 %	15 %	النسبة المئوية	
41	88	التكرارات	لا أوافق
20.5 %	44 %	النسبة المئوية	
17	34	التكرارات	لا اتفق تماما
8.5 %	17 %	النسبة المئوية	
200	200	مجموع التكرارات	
100 %	100 %	مجموع النسب المئوية	

41 في المائة من المبحوثين يتفقون على أن الإعلام الجزائري ناطق باسم الحكومة..
وأزيد على نصف الصحفيين يجمعون على أن تركيزه منصب على النشاطات الحكومية
الروتينية

يشير الجدول إلى أن معظم الصحفيين يتفقون مع قائمة الانتقادات الموجهة للممارسة الإعلامية في الجزائر. 82 صحفيا أي 41 في المائة من المبحوثين يوافقون أو يوافقون تماما على أن الإعلام الجزائري ناطق باسم الحكومة، بينما امتنع 60 صحفيا أي 30 في المائة عن الإجابة، كما أكد 106 صحفيين أي 53 في المائة من المبحوثين أنهم يتفقون على أن الإعلام في الجزائر تنقصه التحاليل والمعلومات الخلفية، وهو العدد نفسه والنسبة ذاتها التي أكدت أنها تتفق على أن الإعلام في الجزائر يتميز بالانتقائية في التغطية الإعلامية، كما قال 47 صحفيا أي 23,5 في المائة إنهم يتفقون على أن الإعلام الجزائري سطحي وفيه نسبة كبيرة من التسلية.

وأشار 74 صحفيا أي 37 في المائة من المبحوثين إلى انعدام النقد والإبداع، كما قال 129 صحفيا أي 64,5 بالمائة من الصحفيين محل البحث إنهم "يتفقون تماما أو يتفقون" على أن الإعلام في الجزائر يعاني من نقص في صحافة الاستقصاء والتحريات.

وأجمع 111 صحفيا أي 55,5 في المائة من المبحوثين على أن الإعلام في الجزائر تركيزه منصب أساسا على النشاطات الحكومية الروتينية، كما قال 48 صحفيا أي 24 في المائة إنهم يتفقون تماما أو يتفقون على أن الإعلام في الجزائر يركز على المراكز الحضرية ويهمل البادية.

هذه الإحصاءات تؤكد ظاهرة سائدة في الجزائر والدول العربية بشكل عام وهي تحكم النظام السياسي بشكل أو بآخر في مخرجات وسائل الإعلام سواء كانت عمومية أو خاصة، واتفاق نسبة كبيرة من الصحفيين مع الانتقادات الموجهة للإعلام في الجزائر

تشير إلى بعض النقائص التي يعيشها الإعلام الجزائري، وهي نتائج سياسة التوجيه السياسي للأخبار التي تقتل عملية الإبداع والنقد البناء، ويصبح العمل الإعلامي عملاً روتينياً يركز على الأخبار العادية التي تفتقد إلى الاستقصاء والتحري وتشمل بشكل عام نشاطات وتحركات المسؤولين في الحكومة.

جدول رقم (52): يوضح درجة رضا الصحفيين عن عملهم في مجال الإعلام وفي الإذاعة المحلية بالأخص

النسبة المئوية	التكرارات	
21 %	42	مسرورون جدا
48 %	96	مسرورون
20 %	40	مستاءون بعض الشيء
0 %	0	مستاءون جدا
11 %	22	لا أعرف
100 %	200	المجموع

يوضح الجدول أن أزيد على نصف الصحفيين أي 138 صحفياً ما يعادل 69 في المائة قالوا إنهم "مسرورون جدا ومسرورون" بالعمل في مجال الإعلام بشكل عام والإذاعة المحلية بشكل خاص، بينما أكد 40 صحفياً أي 20 في المائة من المبحوثين استياءهم بعض الشيء من عملهم في مجال الإعلام لاسيما في الإذاعة المحلية.

إن الملاحظ لنسبة 69 في المائة من الصحفيين محل البحث مسرورون بعملهم في مجال الإعلام يتضح له علاقة الصحفي بعمله وأسباب اختياره للصحافة مهنة له، حيث عوّ لنا أغلب الصحفيين أثناء عملنا الميداني بحبهم لمهنة الصحافة منذ الصغر رغم الظروف الصعبة التي يواجهونها في بعض الأحيان والمتاعب التي تلحق بهم أثناء مزاولتهم لمهامهم اليومية.

وحديثنا هنا عن الرضا في العمل نظرا لأهميته ولتأثيره المباشر على مردود الصحفي، ويشير هزربرغ إلى أن الرضا عن العمل يتمثل في مشاعر الفرد الحسنة والسيئة التي يشعر بها حول المتغيرات المادية والمعنوية التي تتعلق بالعمل نفسه والبيئة المحيطة به، وهذه المتغيرات إما أن تكون عوامل دافعة تسبب الشعور بالرضا عن العمل أو عوامل صحية تسبب الشعور بالاستياء الشديد من العمل¹.

وتتفاعل العديد من العوامل في تشكيل مستويات الرضا عند الصحفي في الإذاعة المحلية، من بينها ظروف العمل بالقناة التي يشتغل بها وسياساتها التحريرية وهامش الحرية الممنوحة له من المؤسسة ومن المجتمع الذي يعمل به، إلى جانب سلسلة تدفق المعلومات والوصول إلى مصادر الخبر، وإلا كيف نفسر نسبة 20 في المائة من الصحفيين من مجتمع البحث الذين عوّوا عن عدم رضاهم على العمل في المجال الإعلامي بشكل عام والإذاعة المحلية بالأخص.

وبشكل الصحفي القائم على الأخبار عنصرا مهما من عناصر الإنتاج في الإذاعة المحلية، وتؤثر درجة الرضا الوظيفي على مردوده في العمل، فاندفاع الفرد للعمل يتحدد بعدد من العوامل ومن أهمها العامل النفسي الذي يؤثر بشكل مباشر في الإنتاج وتحسينه.

إن المتغيرات النفسية التي تشمل شخصية الفرد واستعداداته الطبيعي والمكتسب، ومشاعره التي يكنها نحو العمل، والبيئة التي يعيشها ويعمل بها، ومدى إشباعه لحاجاته، وما يتعرض له من إثارة وانفعال، وقدرته على تحقيق ذاته، تدفعه نحو الاستمرار في العمل والسعي لإتقان عمله وتحقيق أهدافه وتطلعاته عن طريق الوظيفة، هذا فضلا عن

¹ نبيهة صالح السمراي. مرجع سبق ذكره، ص 237.

اعتراف المؤسسة بجهوده مما يعزز ثقته بنفسه ويطلق قدراته وإبداعاته وابتكاراته في سلوكه الأدائي للوظيفة ويحقق رضاه الوظيفي¹.

جدول رقم (53): يوضح سبب عدم رضا الصحفيين عن عملهم في مجال الإعلام وفي الإذاعة المحلية بالأخص

النسبة المئوية	التكرارات	
17.5 %	7	التشريعات و قيود دفتر الشروط
20 %	8	الرقابة و التدخلات المتكررة من رؤساء العمل
42.5 %	17	البيروقراطية و ظروف العمل داخل المؤسسة
20 %	8	صعوبة الوصول إلى مصادر الخبر
100 %	40	المجموع

برر الصحفيون الذي عبروا عن عدم رضاهم بالعمل في المجال الإعلامي بشكل عام والإذاعة بشكل خاص بالعديد من الأسباب التي تعيق عملهم، حيث أرجع 17 صحفياً من أصل 40 أي 42,5 في المائة عدم رضاهم إلى البيروقراطية وظروف العمل داخل المؤسسة، أما 8 صحفيين أي 20 في المائة من المبحوثين غير الراضين أرجعوا عدم رضاهم إلى الرقابة والتدخلات المتكررة من رؤساء العمل، بينما برر نفس العدد عدم رضاهم بصعوبة الوصول إلى مصادر الخبر التي تشكل عائقاً كبيراً للصحفيين، فيما أعاد 7 صحفيين أي 17,5 في المائة عدم الرضا إلى التشريعات والقيود التي يفرضها دفتر الشروط.

تشكل إذا البيروقراطية وظروف العمل داخل مؤسسات الإذاعة المحلية السبب الأول في عدم رضا الصحفيين في هذه المؤسسات على عملهم، ويؤثر تركيب المؤسسة الإعلامية على أدائها وعلى تفاعل الصحفيين داخلها، كما يؤثر الشكل التنظيمي

¹ المرجع السابق، ص ص 237-238.

للمؤسسة وتحديد المسؤوليات والأدوار في انسياب العمل ومردود الصحفي ومستوى رضاه عن عمله.

فالصحفي في الإذاعة المحلية كما في باقي المؤسسات الأخرى يتعرض للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر على عمله، وتؤدي إلى توافقه أو تعارضه مع سياسة المؤسسة التي ينتمي إليها، في إطار ما يعرف بالمعايير المهنية التي تؤثر على القائم بالاتصال والتي تتضمن سياسة الوسيلة الإعلامية، مصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

ففي الكثير من الأحيان لا يكون الصحفي حرا في معالجة الأخبار ولا يكون لتقييمه الذاتي دورا أساسيا، وإنما تعتبر آراء المسؤول هي المؤشر الأساسي، فالصحفيون يشعرون أنهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء¹، وهو العامل الذي كان وراء عدم رضا 20 في المائة من الصحفيين محل البحث عن عملهم في الإذاعة المحلية والإعلام بشكل عام.

وتعتبر حالة عدم الرضا بالنسبة لفئة واسعة من الصحفيين بسبب التقييد وعدم توفر الحرية اللازمة غير صحية فيما يخص الممارسة الإعلامية في الجزائر ومخالفة للقوانين، لاسيما إذا علمنا أن المادة 50 من الدستور تنص بشكل صريح على ما يلي: حرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية وعلى الشبكات الإعلامية مضمونة ولا تقيد بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية.

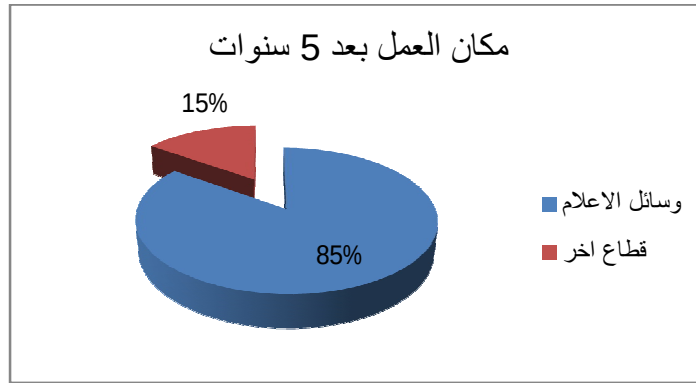
جدول رقم (54): يوضح مكان العمل بعد خمس سنوات

النسبة المئوية	التكرارات	
85 %	170	وسائل الإعلام
15 %	30	قطاع آخر
100 %	200	المجموع

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي السيد. مرجع سبق ذكره، ص ص 179-180

85 في المائة من الصحفيين يودون مواصلة العمل في قطاع الإعلام بعد 5 سنوات

على الرغم من عدم رضا البعض عن عملهم في المجال الإعلامي والإذاعة المحلية بالأخص، إلا أن معظم الصحفيين عبروا عن رغبتهم في مواصلة العمل في قطاع الإعلام، مما يعكس حبهم للعمل الإعلامي وطموحاتهم في المجال، حيث أكد 170 صحفياً أي 85 في المائة أنهم يودون مواصلة العمل في وسائل الإعلام بعد خمس سنوات، بينما كشف 30 صحفياً أي 15 في المائة أنهم يودون العمل في قطاع آخر غير قطاع الإعلام.



شكل بياني رقم 09: يوضح مكان عمل الصحفيين بعد 5 سنوات

جدول رقم (55): يوضح اقتراحات الصحفيين لتحسين الأوضاع الاجتماعية والمهنية

النسبة المئوية	التكرارات	
15 %	30	مراجعة التشريعات و القوانين
44,5 %	89	التكوين و الأجر و السكن
40,5 %	81	لم يقدم أي اقتراح
100 %	200	المجموع

أزيد على 44 في المائة اقتراحاتهم مرتبطة بثلاثية التكوين، الأجر والسكن

جاءت نتائج البحث فيما يخص الاقتراحات التي يقدمها الصحفيون لتحسين أوضاعهم الاجتماعية والمهنية مرتبطة بشكل كبير بثلاثية التكوين، الأجر والسكن التي تشغل اهتمام الصحفي في الإذاعة المحلية، حيث أجمع 89 صحفيا أي 44,5 في المائة من المبحوثين على توفير دورات تكوينية مستمرة للصحفي من أجل تطوير مهاراته، وتوفير السكن اللائق للصحفي والأجر المناسب من أجل وضع الصحفي في أحسن الظروف للتفرغ ذهنيا لعمله وتسخير كل إمكانياته لتقديم أفضل ما لديه من ناحية الأداء ونوعية المنتج الصحفي الذي ينجزه. واقترح 30 صحفيا أي 15 في المائة من الصحفيين عينة البحث مراجعة التشريعات والقوانين التي تشكل عائقا للممارسة الصحفية على حد تعبيرهم، والتي تكبل حرية وقدرات الصحفيين في ممارسة عملهم على أحسن وجه.

ويعكس هذا الاهتمام من قبل المبحوثين بالدورات التدريبية والتكوينية إيمان الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية بأهمية التدريب كجزء أساسي لتطوير المهارات الإعلامية.

جدول رقم (56): يوضح اقتراحات الصحفيين لتطوير الإعلام في الجزائر

النسبة المئوية	التكرارات	
24,5 %	49	اقتراحات مرتبطة بالتشريعات والقوانين
1,5 %	3	اقتراحات مرتبطة بالأجر والسكن
74 %	148	اقتراحات مرتبطة بالحرية ومصادر الخبر
100 %	200	المجموع

كشف البحث أن 148 صحفيا أي 74 في المائة من المبحوثين جل اقتراحاتهم تتعلق أساسا برفع القيود على الصحفيين وتوفير حرية التعبير والنقد وكذا الوصول إلى مصادر الخبر، بينما 49 صحفيا (24,5 في المائة) اقتراحاتهم ارتكزت على مراجعة التشريعات والقوانين المرتبطة بالممارسة الإعلامية.

الإحصاءات السابقة تعبر عن الوضعية الصعبة التي يعيشها الصحفي فيما يتعلق بانعدام فضاء الحرية اللازم الذي يسمح بالتعبير عن الرأي والنقد البناء أثناء معالجة القضايا والأحداث اليومية، وكذا مصارعة الصحفي من أجل الوصول إلى مصادر الخبر. والنظام الإعلامي الناجح والفاعل يقوم على مجتمع مدني قوي ونظم مؤسسية تتوفر على قدر كاف من السلطات المضادة لسلطة الدولة في المجتمع يحول بواسطتها تعسف السلطة وسيطرتها على وسائل الإعلام. فبدون أنظمة سياسية ديمقراطية تؤمن بالحرية الفردية وتوفر للمجتمع مستلزمات الممارسة الديمقراطية، فإنه لا يمكن الحديث عن إعلام مستقل، ناجح ومؤثر¹.

جدول رقم (57): يوضح علاقة الجنس مع دوافع اختيار المهنة

المجموع	أنثى	ذكر		
19	6	13	التكرارات	الربح المادي
% 9.5	% 3	% 6.5	النسبة المئوية	
149	62	87	التكرارات	حب المهنة
% 74.5	% 31	% 43.5	النسبة المئوية	
24	12	12	التكرارات	المكانة الجيدة في المجتمع
% 12	% 6	% 6	النسبة المئوية	
3	2	1	التكرارات	الحصول على الشهرة
% 1.5	% 1	% 0.5	النسبة المئوية	
5	1	4	التكرارات	دوافع أخرى
% 2.5	% 0.5	% 2	النسبة المئوية	
200	83	117	مجموع التكرارات	
% 100	% 41.5	% 58.5	مجموع النسب المئوية	

¹ هاني مبارك. القطاع الإذاعي والتلفزيوني الخاص بين ملكية الدولة وسيطرتها، انسداد الأفق النوعي، عدد 3، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص 17.

يوضح الجدول أن أغلبية الصحفيين "ذكور" المقدر عددهم بـ 87 صحفياً أي 43,5 في المائة اختاروا العمل في مجال الصحافة بدافع حب المهنة، كما كشف البحث أيضاً أن الغالبية من الصحفيات عينة البحث المقدر عددهن بـ 62 صحفية أي 31 في المائة اخترن العمل في مجال الصحافة لذات السبب أي بدافع حب المهنة.

هذه الإحصاءات تؤكد أن حب المهنة هو الدافع الأساسي والمشارك وراء ولوج الصحفيين ذكور وإناث إلى عالم الصحافة.

جدول رقم (58): يوضح علاقة الجنس مع درجة الرضا عن العمل في الإذاعة المحلية

المجموع	أنثى	ذكر		
42	16	26	التكرارات	مسرورون جدا
% 21	% 8	% 13	النسبة المئوية	
96	41	55	التكرارات	مسرورون
% 48	% 20.5	% 27.5	النسبة المئوية	
40	16	24	التكرارات	مستأعون بعض الشيء
% 20	% 8	% 12	النسبة المئوية	
0	0	0	التكرارات	مستأعون جدا
% 0	% 0	% 0	النسبة المئوية	
22	10	12	التكرارات	لا أعرف
% 11	% 5	% 6	النسبة المئوية	
200	83	117	مجموع التكرارات	
% 100	% 41.5	% 58.5	مجموع النسب المئوية	

كشف البحث أن الأغلبية من الصحفيين (ذكور) المقدر عددهم بـ 81 صحفياً أي 40,5 في المائة من عينة البحث مسرورون جدا ومسورون لعملهم في الإذاعة المحلية، كما أن غالبية الصحفيات (57 صحفية، 28,5 في المائة) مسرورات جدا ومسورورات

لعملهن في الإذاعة المحلية. وأظهر البحث أن 24 صحفياً من أصل 117 صحفياً مستأثرون من العمل في الإذاعة المحلية، مقابل 16 صحفية من أصل 83 غير راضيات عن عملهن في الإذاعة المحلية.

جدول رقم (59): يوضح علاقة مكان ميلاد الصحفي مع الإذاعة التي يعمل بها

النسبة المئوية	التكرارات	
79 %	158	مكان الازدياد نفس مكان العمل
21 %	42	مكان الازدياد غير مكان العمل
100 %	200	المجموع

21 في المائة من الصحفيين يعملون خارج ولاياتهم

أوضح البحث أن 158 صحفياً أي 79 في المائة من المبحوثين يعملون في الإذاعات التابعة للولايات التي ولدوا بها ويقطنون بها، بينما 42 صحفياً أي 21 في المائة يعملون في غير الولايات التي ولدوا بها. وبالتالي فالصحفي في هذه الحالة الأخيرة قد يجد نفسه يعمل داخل مجتمع مختلف تماماً عن المجتمع الذي ولد فيه، والثقافة (للّهجة، العادات، التقاليد، الأعراف..) مخالفة للثقافة التي نشأ عليها، وهو الأمر الذي قد يصعب من مهمته في معرفة جمهوره على أحسن وجه وصياغة الرسائل المناسبة التي تخدمه وتتوافق مع حاجياته ومتطلباته.

في المقابل الصحفي الذي يعمل بالولاية التي نشأ بها يكون على دراية تامة بجمهوره وثقافة المجتمع الذي يخاطبه، كما يجد سهولة في الحصول على المعلومة من مصادر الخبر بالولاية والتعامل مع هذه المصادر الذي يكون عادة على معرفة مسبقة بها.

جدول رقم (60): يوضح علاقة الجنس مع الرغبة في العمل بعد خمس سنوات

المجموع	قطاع آخر	قطاع الإعلام		
117	16	101	التكرارات	ذكر
% 58.5	% 8	% 50.5	النسبة المئوية	
83	14	69	التكرارات	أنثى
% 41.5	% 7	% 34.5	النسبة المئوية	
200	30	170	مجموع التكرارات	
% 100	% 15	% 85	مجموع النسب المئوية	

أظهر البحث أن 101 صحفياً أي 50,5 في المائة يودون مواصلة العمل في قطاع الإعلام بعد خمس سنوات من الآن، بينما أكد 16 صحفياً أي 8 في المائة لا يودون الاستمرار في العمل بقطاع الإعلام.

وبالنسبة للصحفيات، كشف البحث أن 69 صحفية أي 34,5 في المائة يرغبن في مواصلة العمل بقطاع الإعلام بعد خمس سنوات، بينما أقرت 14 صحفية أي 7 في المائة عدم رغبتهن في مواصلة العمل بقطاع الإعلام.

هذه الإحصاءات تؤكد مرة أخرى علاقة الصحفي القوية وحبه لمهنة الصحافة على اختلاف جنسه ذكراً أو أنثى.

جدول رقم (61): يوضح علاقة الأقدمية مع تقييم قانون الإعلام

المجموع	مقبول	بحاجة إلى مراجعة		
8	6	2	التكرارات	أقل من 5 سنوات
% 7.92	% 5.94	% 1.98	النسبة المئوية	
43	20	23	التكرارات	من 5 إلى 9 سنوات
% 42.57	% 19.80	% 22.77	النسبة المئوية	

الباب الثاني: نتائج العمل الميداني للبحث

41	22	19	التكرارات	من 10 إلى 14
% 40.59	% 21.78	% 18.81	النسبة المئوية	سنة
2	0	2	التكرارات	من 15 إلى 19
% 1.98	% 0	% 1.98	النسبة المئوية	سنة
7	3	4	التكرارات	من 20 إلى 24
% 6.94	% 2.98	% 3.96	النسبة المئوية	سنة
101	51	50	مجموع التكرارات	
% 100	% 50.5	% 49.5	مجموع النسب المئوية	

كشف البحث أن الصحفيين الذين تزيد أقدميتهم على 15 سنة أكثرهم عبروا عن عدم رضاهم عن قانون الإعلام، حيث أقر 6 صحفيين بضرورة مراجعته، فيما أكد 3 صحفيين قبولهم له، وهو ما يستدعي إعادة النظر في النصوص التشريعية التي يسيّر بها القطاع بإشراك الإعلاميين الذين لهم خبرة كبيرة في المجال في وضع وصياغة مواده.

2. الاستنتاجات العامة للبحث:

يشمل هذا الجزء من البحث عرضا موجلا وموجزا لأهم النتائج التي خلص إليها البحث الميداني الذي عالجنا خلاله موضوع "سوسيو مهنية الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية" من خلال الحقائق التي توصلت إليها الدراسة في أجزائها المختلفة. ويتركز هذا العرض في النقاط التالية:

➤ السمات العامة للصحفيين في القنوات الإذاعية المحلية

الجزائرية:

1. أبان البحث الميداني أن أغلبية الصحفيين بالقنوات الإذاعية المحلية الجزائرية رجال، حيث يبلغ عددهم 117 صحفيا من مجموع 200 صحفي وهو ما يمثل نسبة 58,5 في المائة، إلا أن هناك توجه عام نحو التأنيث التدريجي للمهنة الذي أثبتته العديد من الدراسات الحديثة، باعتبار أن البحث كشف أن نسبة الصحفيات في الإذاعات المحلية بلغت 41,5 في المائة.
2. كشف البحث أن الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية شاب، فقد أظهر سيطرة الشباب على مهنة الصحافة في الإذاعة المحلية الجزائرية، حيث كشف أن معدل سن الصحفيين هو 36 سنة، وأكثر من 75 في المائة من المبحوثين لا تتجاوز أعمارهم 40 سنة، وهو مؤشر إيجابي واتجاه واضح نحو تشييب المهنة.

3. أظهر البحث فيما يخص الحالة الاجتماعية أن أزيد على 70 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية متزوجون، وهي نسبة معتبرة إذا علمنا أن الكثير من الدراسات والبحوث في المجال أشارت مؤخرا إلى ارتفاع

العزوبية في فئة الصحفيين نظرا لتأثير الضغوط المهنية والظروف الاجتماعية.

4. بنى البحث أن قرابة 28 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية يقيمون في مساكن للكرء، بينما 65 صحفيا أي ما يعادل 32,5 في المائة يقيمون في مساكن خاصة.

5. أثبتت نتائج البحث أن أغلبية الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية ينحدرون من أحياء شعبية حيث بلغت نسبتهم 93 في المائة بما يعادل 186 صحفيا.

6. أظهر البحث أن أزيد على 44 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية يقيمون مع العائلة، وهي نسبة تعكس مشكل السكن الذي يعيشه الصحفي لاسيما إذا علمنا أن 70 في المائة منهم متزوجون.

7. أبان البحث أن 63 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية أي ما يعادل 126 صحفيا آباؤهم موظفون، بينما أزيد على 96 في المائة أمهاتهم لا يعملن.

8. كشفت نتائج البحث أن أغلبية الصحفيين في الإذاعات المحلية يملكون مستوى جامعي، إذ أظهر البحث أن 195 صحفيا أي ما يعادل 97,5 في المائة يملكون مؤهلا جامعيًا، وهذه النتائج تبين أن جل الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية تلقوا تكوينًا أكاديميًا قبل الالتحاق بالمهنة.

9. أظهر البحث أن 71,5 في المائة من الصحفيين أي 143 صحفيا من خريجي معاهد الإعلام، ونستنتج بذلك أن مؤسسة الإذاعة تعتمد أساسا على أصحاب التخصص دون إقصاء أصحاب التخصصات الأخرى الذين يملكون مؤهلات تسمح لهم بمزاولة مهنة الصحافة.

10. كشف البحث أن الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية يملك مستوى دراسي مرتفع، حيث أظهر أن 86 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية لا تقل شهاداتهم عن الليسانس.

11. أكد البحث أن اللغة العربية هي اللغة السائدة في الإذاعات المحلية الجزائرية، إذ أن 80 في المائة من الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية أي ما يعادل 160 صحفياً يعملون باللغة العربية، بينما 20 في المائة يعملون بغير اللغة العربية.

12. أظهر البحث أن 89 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية لا تقل أقدميتهم المهنية عن 5 سنوات، وهذه المعطيات الخاصة المرتبطة بالعمر المهني للصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية تعطي مؤشراً مفاده أن الكثير من الصحفيين يعملون في هذه المهنة.

➤ الهوية المهنية للصحفي في الإذاعة المحلية

13. اتفق أزيد على 74 في المائة من الصحفيين على أنهم اختاروا العمل في مجال الصحافة حبا في هذه المهنة على حساب دوافع أخرى منها الجانب المادي على سبيل المثال والشهرة.. الخ.

14. أبان البحث أن أزيد على 45 في المائة من الصحفيين تم توظيفهم في الإذاعات المحلية على أساس الشهادة، وعشرة من بين مائتي صحفي تم توظيفهم على أساس الوساطة.

15. كشف البحث أن 89 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية خضعوا لفترة تجريبية قبل تثبيتهم في منصبهم، وهو مؤشر إيجابي يدل على التزام وحرص مؤسسة الإذاعة على تطبيق النصوص القانونية.

16. أظهر هذا البحث الميداني أن الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية يتقاضون رواتب محترمة، فأكثر من 50 في المائة من الصحفيين يتقاضون أربع مرات قيمة الحد الأدنى للأجر الوطني.
17. بين البحث أن قرابة 90 في المائة من المبحوثين راضون عن الأجر.
18. كشف البحث أن 94 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية يحترفون مهنة الصحافة، وهذا مؤشر للاستقرار في العمل والتفرغ لمهنة الصحافة.
19. أبان البحث أن أزيد على 46 في المائة من صحفيي الإذاعات المحلية الجزائرية لم يستفيدوا من الترقية في السلم الوظيفي.
20. خلص البحث إلى أن 158 صحفياً أي ما يعادل 79 في المائة من الصحفيين تم ترقيتهم على أساس معيار الأقدمية، بينما 10 في المائة أي ما يعادل 20 صحفياً تم ترقيتهم وفقاً لمعيار الكفاءة.
21. فيما يخص جانب التكوين، أقر 95 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية بتوفير المؤسسة التي يشتغلون بها دورات تدريبية وتكوينية.
22. اعترف 19 في المائة من الصحفيين محل البحث بعدم استفادتهم من دورات تكوينية، رغم أن التكوين يعد حقاً أساسياً للصحفيين لاسيما في مؤسسة عمومية، وهو ما تؤكدته المادتين 128 و 129 من القانون العضوي 05-12 للإعلام.
23. أظهر البحث أن أزيد على 41 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية لا يملكون بطاقة الصحفي المحترف، رغم أهمية البطاقة في تثبيت هوية الصحفي المحترف، وتسهيل مهمة الوصول إلى مصادر الخبر.

24. خلص البحث إلى أن أكثر من 20 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية لا يطالعون، وما يعادل 73 في المائة قالوا إنهم يجدون إلى حد ما أوقات للمطالعة، وهي أرقام تعطي مؤشرا سلبيا عن الممارسة الإعلامية، لأن الصحفي المحترف من الضروري والواجب عليه أن يعمل على تطوير ذاته بالمطالعة اليومية، فمن الصعب الحديث عن صحفي محترف لا يطالع أو لا يملك وقتا للمطالعة.
25. الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية لا يتمتع بالحرية اللازمة والاستقلالية المطلوبة لمزاولة عمله على أكمل وجه، فقد كشف البحث أن أزيد على 26 في المائة من الصحفيين ليسوا أحرارا فيما يخص اختيارهم المواضيع التي يعالجونها. وأكثر من نصف الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية يتعرضون بانتظام لتدخل من المسؤول المباشر في عملهم، و44 في المائة من الصحفيين يتعرضون لتدخل من حين لآخر من قبل المؤسسة الإعلامية.
26. أظهر البحث أن 36 في المائة من الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية علاقتهم مع زملائهم في العمل جيدة، بينما أكثر من 28 في المائة من الصحفيين يملكون علاقات عادية مع زملائهم في العمل، ويقر العديد من الباحثين على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، بحيث يتعامل مع العالم الخارجي من خلال إحساسه الذاتي داخل المجموعة.
27. اعتبر 64,5 في المائة من الصحفيين في الإذاعة المحلية أن الدقة والموضوعية من أهم القواعد الأخلاقية والمهنية التي يجب التمسك بها، ثم يليهما احترام السياسة التحريرية للمؤسسة، ما يعبر عن ولاء الصحفيين في الإذاعة المحلية للمؤسسة التي يعملون بها.

28. بّين البحث أن قرابة نصف الصحفيين لم يضطلعوا على نص القانون العضوي 05-12 للإعلام، وأزيد على 49 في المائة من الصحفيين الذين اضطلعوا عليه عبروا عن عدم رضاهم عليه وأقروا بضرورة مراجعته.
29. كشف هذا البحث الميداني أن الصحفي في الإذاعة المحلية الجزائرية يجد صعوبة كبيرة في الوصول إلى مصادر الخبر، حيث أقر 86 في المائة من الصحفيين بمواجهتهم صعوبات كبيرة في الوصول إلى مصادر الأخبار، وهو مشكل عميق يعيشه الصحفي في إذاعة حكومية، ويتنافى ذلك مع ما تنص عليه النصوص التشريعية في المجال.
30. تعتقد نسبة كبيرة من الصحفيين في الإذاعات المحلية (42 صحفيا) أن الاحترافية في المجال الإعلامي تقتصر أساسا على الشق التقني، فيما ترى الأغلبية (67 صحفيا) أن الاحترافية تعني التحلي بالموضوعية أثناء معالجة الأخبار، ولا يرى عدد كبير من الصحفيين في الإذاعة المحلية (64 صحفيا) ضرورة فصل الواقعة عن الرأي مقياسا مهما للاحترافية، وهنا يظهر إشكال في نظرة الصحفيين لمفهوم الاحترافية.

➤ الصحفي وعلاقته بالإعلام المحلي والجمهور المخاطب

31. أظهر البحث أن قرابة 60 في المائة من صحفيي الإذاعة المحلية الجزائرية لم يتلقوا تكوينا في مجال الإعلام المحلي.
32. كشف البحث أن نسبة كبيرة من الصحفيين في الإذاعة المحلية الجزائرية (46 في المائة) لا تدرك المفهوم الحقيقي للإعلام المحلي، الذي يتجسد أساسا في انغماس الوسيلة الإعلامية في النسيج الثقافي والفني والرياضي والاجتماعي والاقتصادي للمنطقة، والحرص على إقامة حلقة اتصال بين أبناء المنطقة وبينهم وبين أصحاب القرار السياسي والإداري والاقتصادي والثقافي على المستوى المحلي.

33. أكد أكثر من 50 في المائة من صحفيي الإذاعات المحلية أن أخبار المسؤولين والأحداث الآنية تأخذ الحيز الأكبر من النشرة الإخبارية في الإذاعة.

34. يراعي 91,5 في المائة من صحفيي الإذاعات المحلية خصائص المجتمع المحلي أثناء معالجتهم للأخبار (عادات، تقاليد، لهجة..). وفقا لما خلص إليه البحث.

35. كشف البحث أن 94 في المائة من صحفيي الإذاعة المحلية ينظرون إلى الجمهور الذي يخاطبونه نظرة إيجابية.

36. بنى البحث أن 77 في المائة من الصحفيين يوافقون على أن جمهور وسائل الإعلام يهتم بالأخبار أكثر من التحليل، كما كشف أن 44 في المائة يوافقون على أن أغلبية الجمهور لا تهتم بالأخبار اليومية لنشاطات الولاية. 78,7 في المائة أبدوا موافقتهم على أن الجمهور يهتم بالأخبار التي تنتقد المشاريع التنموية.

37. خلص البحث إلى أن أزيد على نصف صحفيي الإذاعات المحلية "العمومية" يجهلون المعنى الحقيقي للخدمة العمومية الذي يتجسد أساسا في خدمة المواطن والصالح العام، حيث شملت إجاباتهم مفاهيم عامة ومصطلحات فضفاضة في صورة خلق علاقة بين المذيع والجمهور، وإيجاد حلول لمشاكل معينة.

38. ترتبط انشغالات معظم الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية أساسا بثلاثية السكن، الأجر والتكوين، حيث أقر معظم المبحوثين أن انشغالهم الأساسي مرتبط بالسكن أولا ثم بالأجور بدرجة ثانية ثم تليها الانشغالات المهنية في صورة التكوين والوصول إلى مصادر الخبر، أخلاقيات المهنة..

39. أظهر البحث الميداني أن 41 في المائة من صحفيي الإذاعات المحلية الجزائرية يتفقون على أن الإعلام الجزائري ناطق باسم الحكومة، وأزيد على نصف الصحفيين يجمعون على أن تركيزه منصب على النشاطات الحكومية الروتينية.

40. أقر 53 في المائة من المبحوثين بأن الإعلام في الجزائر تنقصه التحاليل والمعلومات الخلفية ويتميز بالانتقائية في التغطيات الإعلامية، كما أن 23,5 في المائة يتفقون على أن الإعلام الجزائري سطحي وفيه نسبة كبيرة من التسلية.

41. أبان البحث أن 64,5 في المائة من الصحفيين محل البحث يتفقون على أن الإعلام في الجزائر يعاني من نقص في صحافة الاستقصاء والتحريات.

42. أكد أزيد على نصف الصحفيين في الإذاعات المحلية (69 في المائة) أنهم مسرورون وراضون بالعمل في مجال الإعلام بشكل عام والإذاعة المحلية بشكل خاص.

43. عوّ 20 في المائة من المبحوثين عن عدم رضاهم بالعمل في المجال الإعلامي وبرروا ذلك بالعديد من الأسباب التي تعيق عملهم، مثل البيروقراطية وظروف العمل، وصعوبة الوصول إلى مصادر الخبر، والتشريعات التي تقيد حرية الصحفيين.

44. يرى 85 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية أن مستقبلهم المهني ينحصر في مجال الإعلام، حيث عبروا عن رغبتهم في مواصلة العمل في قطاع الإعلام بعد 5 سنوات، وهي نسبة تعكس علاقة الصحفيين بمهنة الصحافة وحبهم للمهنة وكذا استقرارهم لاسيما من الناحية المادية.

45. انحصرت اقتراحات أزيد على 44 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية فيما يتعلق بتحسين أوضاعهم الاجتماعية والمهنية في ثلاثية التكوين، الأجر والسكن، وهي اقتراحات تعكس وعي الصحفيين بالإذاعات المحلية بأهمية التكوين وتطوير إمكانياتهم في مجال الصحافة والتعامل مع التكنولوجيات الحديثة، وتعكس في الوقت ذاته الوضعية الصعبة التي يعيشها الصحفي من ناحية السكن وصعوبة الحصول على سكن خاص.
46. 74 بالمائة من المبحوثين جل اقتراحاتهم المرتبطة بتطوير الإعلام في الجزائر تركز أساسا على رفع القيود على الصحفيين وتوفير جو مناسب لحرية التعبير والنقد وكذا الوصول إلى مصادر الخبر. بينما (24,5 في المائة) اقتراحاتهم ارتكزت على مراجعة التشريعات والقوانين المرتبطة بالممارسة الإعلامية.
47. يعمل 21 في المائة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية خارج ولاياتهم، بينما 79 في المائة من الصحفيين يعملون في الإذاعات التي ولدوا ويقطنون بها.

خلاصة

خلاصة

حاول هذا البحث أن يقدم صورة شاملة وواقعية من الناحية السوسيو مهنية عن الصحفي القائم على الأخبار في الإذاعة المحلية الجزائرية على مستوى 48 إذاعة محلية في 48 ولاية موزعة عبر كافة أرجاء الوطن، بالتركيز على الخلفية التعليمية والاجتماعية، والجوانب المهنية، القيم الخبرية، التوجهات المهنية، أخلاقيات المهنة، الاحترافية والمهنية، مفهوم الصحفي لدور وسائل الإعلام في المجتمع، مفهوم الصحفي للإعلام المحلي وتكوينه في المجال، نظرته إلى الجمهور الذي يخاطبه، الرضا عن العمل وعلاقة الصحفي بالإعلام، وظروف العمل.

وقد خلص هذا البحث الميداني إلى العديد من النقاط من بينها أن الإذاعة المحلية الجزائرية يعاني فيها الصحفي الذي يشتغل بقسم الأخبار من ضعف التكوين -إن لم نقل انعدامه- في مجال الإعلام المحلي، حيث اعترف معظم الصحفيين محل البحث بتلقيهم تكويناً في مجال الصحافة والإعلام بشكل عام دون الاستفادة من تكوين في الإعلام الجوّاري، وقد ظهر ذلك بوضوح في نوعية إجاباتهم على سؤالنا الذي كان بهذا الشكل: ما مفهومكم للإعلام المحلي ؟ حيث كانت مجمل الإجابات غامضة وتفتقر للدقة.

وقد خلص البحث الذي يركز أساساً على الهوية الاجتماعية والمهنية للصحفيين بقسم الأخبار في الإذاعات المحلية الجزائرية إلى تأكيد نتائج البحوث الحديثة التي تشير إلى بداية زوال الهيمنة الذكورية على مهنة الصحافة واتجاهها نحو التأنيث، كما يثمن البحث ما جاءت به البحوث السابقة في المجال التي تؤكد أن مهنة الصحافة تستقطب فئة الشباب، فقد أظهر البحث أن معدل سن الصحفيين في الإذاعة المحلية هو 36 سنة.

وعلى العموم فإن الصحفيين بقسم الأخبار في الإذاعة المحلية معظمهم متزوجون، ويميل حراكهم الاجتماعي إلى الطبقة المتوسطة، ينحدر أغلبهم من الأحياء الشعبية،

ومعظمهم يملكون مؤهلات جامعية، ويتخصصون في علوم الإعلام والاتصال، ولغة عملهم الأساسية اللغة العربية إلى جانب الأمازيغية، كما أن أغلبهم عمرهم المهني لا يقل عن 5 سنوات.

وخلص هذا البحث إلى تأكيد العلاقة الوطيدة بين الصحفي ومهنة الصحافة، فمعظم الصحفيين أثبتوا أن الدافع الأول للعمل في مجال الصحافة هو حب المهنة وليس الاعتبارات المادية أو اعتبارات أخرى، كما أن أجورهم محترمة مقارنة بـصحفيين آخرين يشتغلون في مجال الصحافة المكتوبة على سبيل المثال لا الحصر، ومعظمهم يحترفون المهنة، إلا أن الغالبية منهم لا تملك بطاقة الصحفي المحترف رغم أهميتها، ويبقى التكوين العائق الأكبر للصحفيين الذي اشتكوا من عدم استفادتهم منه، إلى جانب نقص الحرية وتعرضهم للرقابة وصعوبة الوصول إلى مصادر الخبر، وهي كلها ظروف تصعب من مهمة الصحفي في نقل الخبر الآني والشامل إلى المواطن.

وفيما يتعلق بعلاقة الصحفي بزملائه ونظرته إلى الجمهور، خلص البحث إلى أن نسبة كبيرة من الصحفيين في الإذاعات المحلية الجزائرية تتسم علاقتهم بالعادية مع الزملاء في العمل، ونظرتهم إلى الجمهور الذي يخاطبونه نظرة إيجابية، ويعون دور الجمهور في المشاركة في صنع الخبر، وأن هذا الجمهور مشارك وليس مجرد متلقي، على الرغم من أن عددا كبيرا منهم أظهروا غموضا كبيرا في مفهومهم للخدمة العمومية، وفيما يخص الرضا عن العمل خلص البحث إلى تأكيد الصحفيين رضاهم عن العمل في مجال الصحافة ورغبتهم في المواصلة لسنوات أخرى، رغم اقتناعهم بوجود بعض النقائص والسلبيات في الممارسة الإعلامية الجزائرية، ومعاناتهم من بعض الظروف الاجتماعية مثل مشكل السكن.

لقد توصلنا من خلال هذا البحث الذي حرصنا فيه على إبراز بشكل شامل وواضح صورة الصحفي المهنية والاجتماعية في الإذاعة المحلية الجزائرية إلى توفير قاعدة

معرفية في مجال البحوث السوسيو مهنية للقائمين بالاتصال في الصحافة الجوارية، تسمح بإثارة مسائل وإشكاليات أخرى مرتبطة بالمرسل وعلاقته بالإعلام الجوّاري، الذي نعتقد أنها على قدر كبير من الأهمية، وأن هذا المجال بحاجة ماسة إلى مزيد من التراكمات البحثية تزيل الغموض عن الكثير من جوانبه، فقد أثار هذا البحث جملة من التساؤلات يمكن لباحثين آخرين محاولة الإجابة عنها في بحوث أخرى، من أهمها: ما مفهوم الصحفي المحلي لدوره في المجتمع ؟ هل يعرف الصحفي في الإذاعة المحلية خصائص الجمهور الذي يخاطبه ؟ ما هو مضمون النشرة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية ؟ ما الهدف الحقيقي من تصور إنشاء إذاعة محلية في كل ولاية ؟ ما هي نظرة المسؤولين على الإذاعة الجزائرية للجمهور المخاطب ؟ هل الإعلام المحلي يعطي الأولوية لانشغالات المواطنين أو يركز على نقل نشاطات المسؤولين في الولاية ؟ من هم مديري الإذاعات المحلية الجزائرية ؟ ما هي معايير تعيينهم ؟ وغيرها من الانشغالات العلمية التي بإمكانها أن تساهم في تطوير البحث حول الإذاعة المحلية في الجزائر.

مراجع البحث

قائمة المراجع :

اسم الكاتب	عنوان الكتاب	الطبعة ، دار النشر ، البلد ، السنة .
أبو زيد فاروق	الأنظمة الصحفية في الوطن العربي	ط1، عالم الكتب، القاهرة.
احدادن زهير	مدخل لعلوم الإعلام والاتصال	ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991.
إمام إبراهيم	الإعلام الإذاعي والتلفزيوني	ط1، دار الهناء للطباعة، القاهرة، 1979
أنجريس موريس.ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون	منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية	دار القصة للنشر، الجزائر، 2013
إسماعيل وائل مختار	مصدر المعلومات	ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، 2010.
اسعيداني سلامي	مدخل إلى الإذاعات المحلية في العالم وقضايا المجتمع	ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.
أحمد طارق سيد	الإعلام المحلي وقضايا المجتمع	دط، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية
أحمد حسين الرفاعي	مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية	ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1998.
الجابري محمد عابد	العقل السياسي العربي محدثاته وتجلياته	ط2، المركز الثقافي العربي، 1991.
الجوهري محمد	علم الاجتماع الإعلامي	دار القاهرة، القاهرة، 2001
المسلمي إبراهيم عبد الله	الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي	العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996
المسيري دروليم	الأخبار ومصادرها ونشرها	ط1، الأتجلو المصرية، القاهرة، 1998
السعيد بومعيزة.عزي عبد الرحمان	الإعلام والمجتمع	دار الورسم للنشر، الجزائر
السيد سعيد محمد	إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون	ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
الخطيب حسام	محاضرات في تطور الأدب الأوروبي	مطبعة طربين، د.ت.
الخياط عبد الله	صحافة الأمس والغد	ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، دسن.
الصابوني محمد علي	روائع البيان في تفسير آيات الأحكام من القرآن	ج1، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، 2001.
القليني سوزان يوسف	تكنولوجيا الاتصال والإعلام	دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
إمري إدوين وآخرون ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم	الاتصال الجماهيري	مجلس الأعلى للثقافة، 2000.

بوحوش عمار . محمد محمود الذنبيات	مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث	ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014
بوجمعة رضوان	الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر	طاكسيج كوم، الجزائر، 2008
بورديو بيار ترجمة سلمان قعفراني	الهيمنة الذكورية	المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2009.
بوتلر باتريك وآخرون	أخلاقيات الصحافة الجدل العالمي	مركز الصحفيين الدولي، واشنطن، 2003
بيري توماس. ترجمة مروان الجابري	الصحافة اليوم	دار بدران للطباعة والنشر، بيروت، د.ت.
بن مرسلني أحمد	الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال	ط1، دار الورسم، الجزائر، 2013
بن مرسلني أحمد	مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال	ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
بعلي محمد الصغير	تشريع العمل في الجزائر	مطبعة قالمة، الجزائر، 1995.
بركات عبد العزيز	المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون	ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013.
برنارد ويزرجر - ترجمة وديع سعيد	الصحفي الأمريكي	مؤسسة سجل العرب للنشر، 1992
بيير ألبير - ترجمة زهير إحدادن	تاريخ الإذاعة والتلفزيون	ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984
بن قارة خليفة	الإذاعة، كما رأيته وأراها	ط1، منشورات السائح، الجزائر، 2013
بغدادى هالة اسماعيل	الصحافيون التلفزيونيون الإخباريون القواعد والقيود	المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2011
جابي ناصر	الوزير الجزائري أصول ومسارات	ط1، منشورات الشهاب، الجزائر، 2011
جابي ناصر	لماذا تأخر الربيع الجزائري	منشورات الشهاب، الجزائر، 2012
جابر سامية محمد	الضوابط الاجتماعية والقيم	دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1982
جيهان أحمد رشتي	الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون	دار الفكر العربي، القاهرة، 1979
جيهان أحمد رشتي	الأسس العلمية لنظريات الإعلام	دار الفكر العربي، القاهرة، 1978
دويذة نفيسة	النخبة الجزائرية مسار وأفكار	دار ثالة للنشر، الجزائر، 2014
دليو فضيل	مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري	ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998
دليو فضيل	دراسات في المنهجية	ديوان المطبوعات الجامعية، 2011
وائل مختار إسماعيل	مصادر المعلومات	ط1، دار المسيرة للنشر، عمان، 2010
وزارة الاتصال	الاتصال، العصرية أولا.. الاحترافية دائما	كتاب صادر عن كتابة الدولة لدى الوزير الأول المكلفة بالاتصال، الجزائر، 2009
حجاب محمد منير	الإعلام والتنمية الشاملة	ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر،

1998.		
ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1960.	أزمة الضمير الصحفي	حمزة عبد اللطيف
ط1، دار غداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.	دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية	حميد صالح محمد
دار حنين، عمان، 1995	قراءات في أساليب البحث العلمي	حسن فرحان رمزون
مكتبة الإشعاع، مصر، 2001.	نظريات الاتصال	طنوبي محمد عمر
ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016	علم الاجتماع الإعلامي	يوسف مصطفى
ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون.	الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية	كايرول رولان ترجمة محمد مرسللي
الوسيط، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر، 2003.	علم اجتماع المرسلين	لازار جوديت - ترجمة رضوان بوجمعة
الوسيط، الجزء السادس، دار هومة، الجزائر، 2004.	علم اجتماع المرسلين	لازار جوديت - ترجمة رضوان بوجمعة
ط1، اليونسكو، 2001.	كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي	لوي تابينخ
ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2004	وسائل الإعلام والمجتمع	لعياضي نصر الدين
ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991	نظم الإعلام المقارنة	مارتن جون وأنجو جروفر ترجمة علي درويش
مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2008	الدليل الشامل في البحث العلمي	مبروكة عمر محيريق
مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1980	الكلمة المذاعة	محمد إسماعيل محمد
عالم الكتب، القاهرة، 2000	البحث العلمي في الدراسات الإعلامية	محمد عبد الحميد
عالم الكتب، القاهرة، د.س.ن	دراسة الجمهور في بحوث الإعلام	محمد عبد الحميد
ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1972	بحوث الصحافة	محمد عبد الحميد
ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.	نظريات الإعلام واتجاهات التأثير	محمد عبد الحميد
دار النهضة العربية، بيروت، 1983	مقدمة في البحث الاجتماعي	محمد علي محمد
ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998	البحث العلمي، مناهجه وتقنياته	محمد زيان عمر
ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003	المسؤولية الاجتماعية للصحافة	محمد حسام الدين
الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة	حرية الفرد وحرية الصحافة	مكاوي جيهان

مكاوي حسن عماد لبلى حسين السيد	الاتصال ونظرياته المعاصرة	ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014
مكاوي حسن عماد	الأخبار في الراديو والتلفزيون	المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1989
مكاوي حسن عماد	أخلاقيات العمل الإعلامي	دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994
منير محمد حجاب	أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية	ط3، دار الفجر، القاهرة، 2002
مرزوق يوسف	المدخل إلى حرفة الفن الإذاعي	الأنجلو المصرية، القاهرة، 1975
مرزوق يوسف	الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية	د.د. مصر، 1970
نبيهة صالح السمراني	علم النفس الإعلامي مفاهيم، نظريات، تطبيقات	ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007
نخبة من أساتذة علم الاجتماع	علم اجتماع المجتمعات الجديدة	د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003
ساري حلمي خضر ترجمة عطا عبد الوهاب	صورة العرب في الصحافة البريطانية	ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، حبيروت، 1988
سمير محمد حسين	بحوث الإعلام	عالم الكتب، القاهرة، 1995
سيد أحمد طارق	الإعلام المحلي وقضايا المجتمع	د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004
سترنز هيرت - ترجمة سميرة أبو سيف	المراسل الصحفي ومصادر الأخبار	ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1988
عابد حاتم	أساليب الفنون الصحفية	ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015
عدلي محمد عاطف	الاتصال والرأي العام	دار الفكر العربي، القاهرة، 1993
عدلي العبد عاطف	دراسات في الإعلام العماني-تحديد الاحتياجات التدريبية للإذاعيين	سلطنة عمان، 1992
عواطف عبد الرحمان	الصحافة العربية في الجزائر	المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985
عواطف عبد الرحمان وآخرون	القائم بالاتصال في الصحافة المصرية	سلسلة دراسات صحفية، القاهرة، د.س.ن
عواطف عبد الرحمان	قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث	عالم المعرفة، الكويت، جوان 1984
عزي عبد الرحمان	الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية - قراءة معرفية في الرواسب الثقافية	الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2009
عزي عبد الرحمان	الصحافة وعلم المعاني، دراسات إعلامية	مركز الطباعة، الجزائر، 1992
عزي عبد الرحمان	نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية	ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2016
عزي عبد الرحمان	قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي	ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس،

2014		
ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017	مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام	قاسمي ناصر
ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2006.	سوسيولوجية القائم بالاتصال - القائم بالاتصال في الإمارات العربية المتحدة	قيراط محمد
ط1، مكتبة الفلاح للنشر، 2006	قضايا إعلامية معاصرة	قيراط محمد
ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2006	السلطة والصحافة في الوطن العربي	قيراط محمد
ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011	جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية وفي الجزائر	قسايسية علي
ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004	الاتصال والإعلام في الوطن العربي	راسم محمد الجمال
الشركة المصرية العالمية للنشر - لونغمان - 1999 ،	العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي	راغب نبيل
دار حنين، عمان، 1995	قراءات في أساليب البحث العلمي	رمزون حسن فرحان
دار هومة، الجزائر، 2011	الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت	رزاق عبد العالي
دار الفكر العربي، القاهرة، 1978	الأسس العلمية لنظرية الإعلام	رشتي جيهان أحمد
ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007	دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار	شطاح محمد
ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007	الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر	شكري عبد المجيد
دار الفكر العربي، القاهرة، 1987	الإذاعات المحلية لغة العصر	شكري عبد المجيد
ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009	التخطيط الإعلامي أسسه - نظرياته - تطبيقاته	شكري عبد المجيد
ط1، دار الفكر العربي، 1996	تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج والتلفزيون	شكري عبد الحميد
ط1، المطبعة الفنية، القاهرة، 1984	الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية	شليبي كرم
منشورات بغداد، 2010	العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية	تمار يوسف
ط2، دار الحكمة، الجزائر، 2013	الجزائريون والمسألة اللغوية	خولة طالب الإبراهيمي ترجمة: محمد يحياتن
دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004	الرقابة في المؤسسات الصحفية	خوخة أشرف فهمي
ط1، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999	الإعلام والأزمات	خضور أديب
دار المسيرة، بيروت، 1979	الصحافة اليومية والإعلام	ذبيان سامي

الرسائل الجامعية :

أطروحة دكتوراه، القاهرة، 1991	القانون بالاتصال وقضايا التنمية	ألفت أغا
أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007/2006	أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل، محاولة تحليل أنثربولوجي	بوجمعة رضوان
مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2005 .	واقع مهنة المراسل الصحفي المحلي في الصحافة المكتوبة الجزائرية	بوشاقور جمال
مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد الإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006 .	الإذاعة الوطنية و تحقيق مبدأ الحق في الإعلام	بلحاجي زهرة
مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد الإعلام، جامعة الجزائر، 2007/2006 .	الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من 1990-2005	بشير الدين مرغاد
رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، الجزائر، 2003 .	تجربة الإعلام المحلي في الجزائر، الإذاعات المحلية نموذجا	جودي مسعودة
بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الغربي والعرب، وزارة الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، 1979	معايير عالمية لوسائل الإعلام	هو بكنسون توماس
مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1996/1995 .	خصوصية العمل الصحفي، دراسة سوسيولوجية لعينة من صحافيات وسائل الإعلام	حميداش جميلة
أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام، 1985	مقارنة صحفيين جزائريين وصحفيين دول أخرى	قيراط محمد
رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987	دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية	عبد النبي عبد الفتاح
مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام .	الإذاعة المحلية وجمهور الشباب	عائشة نواري
مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد الإعلام، جامعة الجزائر، 1998/1997 .	الإذاعة الجزائرية والمستمع	مزهود نصيرة
الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989 .	المراسل الصحفي ومصادر الأخبار	سترنز هيربرت ترجمة سميرة أبو سيف
مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2008/2007	دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين	شاوي ليليا

المجلات و الجرائد:

أبو بكر يحيى. الإذاعات المحلية، مجلة بحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد ، 1984.
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 02 اليوم 25 جانفي 2012 ، قانون عضوي 12-05 يتضمن قانون الإعلام.
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 24، مرسوم يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين، 11 ماي 2008.
الجريدة الرسمية:العدد 06، قانون رقم 82-10، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق لـ 06 فيفري 1982، قانون الإعلام.
الحيدري عبد الله. الإعلام المحلي في الإذاعات العربية"مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية ع(2)، 1998.
المتوفي كمال. الرأي العام في الدول النامية، عالم الفكر، العدد الرابع، مارس، 1984.
السعيد بومعيزة. الإذاعات المحلية من المعارضة إلى المشاركة الديمقراطية، مجلة الإذاعات العربية/العدد(2)، 2009.
السعيد بومعيزة. عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري نشرة الثامنة - دراسة حالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العددان 6 و 7، 1992
المحيشي محمد أنيس. الصحافة ووكالات الأنباء، مجلة الدراسات الإعلامية، مارس 1988.
الطاهر بن خرف الله . واقع الصحافة الإقليمية بالجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال،العدد04، خريف1990
بوجمعة رضوان. مقارنة ظاهراتية في أشكال الاتصال غير اللفظي:الفضاء في المرجعية الثقافية الجزائرية، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلام، العدد 3، 2003-2004
بوجمعة رضوان. هوية الصحفي في الجزائر من خلال الخطابات و المواثيق الرسمية، 1962-1998 في المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد17، جانفي-جوان 1998
بعزيز إبراهيم. دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، عدد 3، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 2011
دليو فضيل. الصحافة الجوارية، من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الاجتماعي، عدد 10 سبتمبر 2010.
ويتني شارلز، ترجمة سعيد بومعيزة. دراسات المبلغ الجماهيري، التشابه والاختلاف ومستوى التحليل. المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15، جانفي-جوان 1997.
زعموم خالد. السعيد بومعيزة. التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، مجلة إذاعات الدول العربية، العدد 61، تونس، 2007.
زعموم مهدي. مفهوم الصحافة الإقليمية وخصائصها وأنواعها، العدد 18، المجلة الجزائرية للاتصال،2004.
حسين سمير محمد. بحوث الإعلام، العدد 3، مجلة البحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، 1980.
لبيب سعد. الإذاعة المحلية ودورها في التغير الثقافي، نظرات في الإذاعة الصوتية بالوطن العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1985.
لعياضي نصر الدين. إشكالية المحلي علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، العدد 15 جانفي- جوان 1997، المجلة الجزائرية للاتصال، 1997
لعياضي نصر الدين. تكوين الصحفيين بين المطلبين التقني والفكري، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2006.
لعياضي نصر الدين. مؤشرات البحث العلمي الإعلامي، العدد 04، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر، 1990.
لعرج سمير. القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15، جانفي-جوان1997، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
ماهر عبد الرحمان. هيئة الإذاعة البريطانية، خدمة إذاعية وتلفزيونية من الشعب وإلى الشعب. العدد 2، الإذاعات العربية، مجلة تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، 2011.

مبارك هاني. القطاع الإذاعي والتلفزيوني الخاص بين ملكية الدولة وسيطرتها، انسداد الأفق النوعي، عدد 3، الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006.
مكاوي حسن عماد. تأهيل الكادر البشري في الإذاعة والتلفزيوني عدد 3، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2002
مجلة جمعية المرأة في الاتصال. الفضاء الإذاعي-حالة الإذاعة المحلية، جانفي 2006
عدوان نوال. البرامج الاجتماعية، مجلة بحوث، العدد 24، 1998
عزي عبد الرحمان. الإعلام والتسيير في تجربة الجزائر، العدد 74، مجلة الدراسات الإعلامية، جانفي-مارس 1994
فاهم فوزية. جمهور الإذاعة، مقال منشور بمجلة الفن الإذاعي، العدد 76، القاهرة، جويلية 1977
قيراط محمد. أهمية رجل الإعلام والحاجة إلى دراسته، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 3، 1989
قيراط محمد. ستون عاما من دراسات القائم بالاتصال، الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية، العدد 32، المجلة التونسية لعلوم الاتصال جويلية/ديسمبر 1997
رزاقي عبد العالي. دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (72)، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2012.
شرمطي أحمد. الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، العدد 2، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2010

قائمة القواميس:

المنجد في اللغة العربية المعاصرة. ط1، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2000
الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ج. 4، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1977، 3
ابن منظور. لسان العرب، بيروت، دار الفكر، ط 6، المجلد 11، 1997
منتشيل دينكين. معجم علم الاجتماع، ترجمة إحسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، 1981
شليبي كرم. معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، بيروت، 1989

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

الطبعة ، دار النشر ، البلد ، السنة	عنوان الكتاب	اسم الكاتب
Journalism Quarterly, 46, 1969	Refining The Gatekeeper Concept	Bass, A.Z
vol.3, 1955	Social Control in the newsroom , functional Analysis ,social forces.	Breed. W
the communicator sociological review monograph,1969	The communications revolution and the professional	Cary James
déclara édition temps de lutte, paris, 1981	Les ondes de choc	Collin Claude

Dajani. Nabil H	Analyse de la presse dans quatre pays arabes, la presse en éveil	étude des cas, France, N=103, 1990
Dary David	Radio News Hand Book	Second Edition, Tab Book, America, 1972
Defleur M,L	Theories of Mass Communication	New York, David McKay, 1966
Dajani. Nabil H	Analyse de la presse Dans quatre payes arabes , la presse en éveil	étude des cas, France, N°103, 1990
Dumas Roland	Le droit de l'information,	Publication Universitaire de France, Paris, 1981.
Florian Sauvageau	L' enseignement du journalisme et de la communication	la « confusion » nord-américaine, in L état des médias
Gieber walter	News is what newspapermen make it, people, society and mass communication	the free press of Glencoe,london, 1964
Gilmore Gene & Robert Roat	Modern Newspaper Editing	Boyd and Fraser Publishing Company, San Francisco, 1976
Halloran James	the communicator in mass communication research, sociological review Monograph	ed paul halmos,1969
Herber. J. GANS	deciding what's News. A study of CBS evening News. NBS Nightly News. News Week and time	Wintage Books.
Hohenberg John	The Professional Journalist	4th Edition, Holt Rinehart Winston, N.Y. 1978
Kirat Mohamed	La liberté de la presse en Algérie avant Octobre 1988 : contraintes et difficultés.	Revue Algérienne de Communication N°8, Hiver 92
Librero Felix	Community Radio, An alternative for broadcasting, Media Asia	vol,20,No.4, Asian mass communication research and information center, Singapore,1993
Lewin Kurt	Channels of Group life, Human Relations	vol 1, 1947
McQuail, Denis	Toward a Sociology of Mass Communications	collier-Macmillan, London, 1969
McLuhan Marshall	Understanding media the extension of man	McGraw-hill, 1964
Madline Grawitz	Lexique des sciences sociales	4éd, Paris, Dalloz, 1988
Madline Grawitz	Méthode des sciences sociales	paris, Dalloz, 1984
Ministre de la Communication	La radio algérienne	direction de développement des radios locales, doc n°1. Avril 1995
Mohamed kirat	communicators ,a portrait of Algerian journalists and their work	office des publication universitaire, Alger, 1993
Paulo Berton	Radio and Television Broad Casting on The European Continent	Minneapolis University of Minnisto a Press, 1967

Ragmond B. Nixon	Freedom in The World Press Journalism Quarterly	(winter) 1965.
Remy Rieffel	Sociologie des media et marketing	édition, S.A, paris, France, 2001.
Robert Hilliard	Writing for Television and Radio	3 rd Edition, Hastings House, Publishers, New York
Roston Leo	The Washington Correspondent	Harcourt, brace, 1937.
Steinberg. C.S	The Communicative Arts	N.Y ; Hastings house, 1970
Schramm. W	Mass Media and National Development	Unesco, Stanford University press, 1964
Taleb Ibrahimi (khaoula)	Les algériens et leur(s)langue(s)	ed.Elhikma, Alger, 1995
Tudesq André-Jean	Medias et Transfer de modèles	les Radios de Proximités en Afrique sub-saharienne : un modèle autochtone
Gieber	News is what Newspaperman Make it	New York : free press, 1964
Sigal Leon	reporters and officials	Head and Company, 1973.
HIRSCH	Occupational, organizational and institutional models in mass media research	1977
Vincint Farace. Lewis Donohew	Mass Communication in National Social Systems	Journalism Quarterly Spring (1965)
Vineyard Dale and Siegel Roberta	Journalism Quarterly	Autumn, 1970
Walter-Gieber	News is What Newspaperman Make it. People society and Mass Communication - Across the Desk, A study of 16 Telegraph Editors.	Dextu and White (eds) /Journalism Quarterly, 1956, vol3.
weaver.D.H et wilhoit	the American journalist	1986
Wright Charles	Mass Communication :A sociological perspective	3rd ed. New York :random house,1986
weaver and gray	Journalism and mass communication research in the united state	vol1, Beverly hills, A, sage publications
Weaver David and G.wilhoit	the American journalist :portrait of u.s news people and their work	Bloomington, Indian university press, 1986

الملاحق

الملحق رقم (1): استمارة جمع البيانات

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

تخصص: إذاعة وتلفزيون

الصحفيون في الإذاعات المحلية الجزائرية

-دراسة سوسيو مهنية

استمارة بحث ميداني لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

تعد هذه الاستمارة أداة بحث مهمة في دراستنا العلمية، لذا نرجو منكم مساعدتنا بإجاباتكم الموضوعية والدقيقة عن الأسئلة التي تتضمنها هذه الاستمارة.

نحيطكم علما أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية ولا تستعمل إلا لغرض علمي ونتعهد لكم بالأمان والسرية، حيث أن ذكر الاسم غير مطلوب.

إشراف: أ.د. رضوان بوجمعة

إعداد: محمد لعلامة

ملاحظة:

- ضع علامة (x) داخل إطار الإجابة المناسبة.
- يمكن اختيار أكثر من إجابة في بعض الأسئلة.
- الرجاء عدم ترك أي سؤال بدون إجابة.

أرجو التكرم بوضع إشارة (x) أمام الإجابة الصحيحة:

أولا: الإذاعة التي تعمل بها: إذاعة

المحور الأول: الخصائص السوسيو ديموغرافية، الاجتماعية والتعليمية للصحفي في الإذاعة المحلية.

1. الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. العمر:

☐ من 20 إلى 30 سنة
☐ من 31 إلى 40 سنة
☐ من 41 إلى 50 سنة
☐ أزيد من 51 سنة

3. الحالة المدنية:

☐ أعزب ☐ متزوج
☐ مطلق ☐ أرمل

4. نوعية السكن:

☐ فيلا ☐ عمارة ☐ كراء مسكن ☐ سكن خاص

آخر، أذكره

5. مكان الميلاد: (أذكر الولاية)

.....

6. مكان السكن: (أذكر الولاية)

.....

7. ما هو نوع الحي الذي تسكن فيه ؟

☐ حي شعبي ☐ حي متوسط ☐ حي راقى

8. السكن الحالي للصحفي:

☐ مع العائلة ☐ سكن خاص (فردى) ☐ سكن خاص بالزوجين

آخر، ما هو ؟

9. مهنة الأولياء:

مهنة الأب: موظف

☐ فلاح

☐ حرفى

☐ مهنة حرة

أخرى، أذكرها

مهنة الأم:

10. المستوى التعليمى:

☐ ثانوى أو أقل ☐ جامعى

11. التخصص العلمى:

☐ إعلام واتصال

تخصص آخر، أذكره

12. الشهادة المتحصل عليها:

☐ ليسانس ☐ ما بعد التدرج ☐ أخرى

13. لغة العمل:

☐ عربية ☐ فرنسية ☐ أمازيغية

14. الوضع والرتبة المهنية:

15. الأقدمية:

- ☐ أقل من 5 سنوات
- ☐ من 5 إلى 9 سنوات
- ☐ من 10 إلى 14 سنة
- ☐ من 15 إلى 19 سنة
- ☐ من 20 إلى 24 سنة
- ☐ أزيد من 25 سنة

المحور الثاني : الهوية المهنية للصحفي في الإذاعة المحلية.

16. ما هي دوافع اختياركم لمهنة الصحافة ؟ (بإمكانك اختيار أكثر من إجابة).

- ☐ الربح المادي
- ☐ حب المهنة
- ☐ الصحفي له مكانة جيدة في المجتمع
- ☐ الحصول على الشهرة

أخرى، أذكرها

17. كيف تم توظيفكم في المؤسسة التي تعملون بها ؟

- ☐ على أساس الشهادة
- ☐ على أساس الأقدمية
- ☐ على أساس المسابقة

☐ على أساس الوساطة

بطريقة أخرى، أذكرها

18. هل مررت بفترة تدريبية قبل تثبيتكم في منصبكم ؟

☐ نعم ☐ لا

19. في أي فئة تصنفون قيمة الأجر الذي تتقاضونه ؟

☐ أقل من 40000 دج

☐ من 40000 دج إلى 70000 دج

☐ من 70001 دج إلى 100000 دج

☐ من 100001 دج إلى 130000 دج

☐ من 130001 دج إلى 160000 دج

☐ أزيد من 160000 دج

20. هل أنتم راضون عن الأجر الذي تتقاضونه ؟

☐ راضون جدا

☐ راضون

☐ راضون إلى حد ما

☐ غير راضين

☐ غير راضين إطلاقا

إذا كنتم غير راضين، لماذا ؟

☐ الأجر لا يساوي الجهد المبذول

☐ الأجر ضعيف ولا يتناسب مع القدرة الشرائية

☐ غياب شبكة عقلانية للأجور

أخرى، أذكرها

21. هل تمارسون نشاطا آخر، تحصلون منه على دخل إضافي ؟

☐ نعم ☐ لا

في حالة الإجابة بنعم، ما هو نوع هذا النشاط ؟

.....

22. هل استفدتم من الترقية في السلم الوظيفي ؟

☐ نعم ☐ لا

23. ما هي معايير الترقية في مؤسستكم ؟

☐ الأقدمية

☐ الكفاءة

☐ المردودية

☐ الشهادة

أخرى، أذكرها

24. هل توفر المؤسسة التي تعملون بها دورات تدريبية وتكوينية لصالح الصحافيين ؟

☐ نعم ☐ لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، هل استفدتم من هذه الدورات ؟

☐ نعم ☐ لا

25. هل تملك بطاقة الصحفي المحترف ؟

نعم ☐ لا ☐

26. هل أنتم أحرار في اختيار المواضيع التي تغطونها ؟

نعم ☐ لا ☐

27. إذا كنتم تغطون أو تعالجون موضوع حساس، هل هناك تدخلات من طرف مسئولكم

المباشر، مؤسستكم الإعلامية، وزارة الإعلام، أو جهات أخرى ؟

المسئول المباشر	المؤسسة الإعلامية	وزارة الإعلام	جهات أخرى

27. حسب رأيكم ما هي أهم القواعد الأخلاقية والمهنية التي يجب أن يتمسك بها

الصحافيون؟

☐ الدقة والموضوعية

☐ احترام الحياة الخاصة للأشخاص

☐ تفادي السرقة العلمية

☐ احترام السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية

أخرى، أذكرها

28. هل اطلعتم على نص القانون العضوي 12-05 للإعلام ؟

نعم ☐ لا ☐

29. ما تقييمكم لنص القانون العضوي 05-12 للإعلام ؟

.....
.....

30. هل تجدون صعوبة كبيرة في الوصول إلى مصادر الخبر (الوزارات، كبار المسؤولين، الإداريون...) ؟.

- ☐ ليس هناك مشاكل على الإطلاق
- ☐ هناك صعوبة في بعض المرات
- ☐ هناك صعوبة
- ☐ لست أدري

31. كيف تصنف معايير الاحترافية حسب أهميتها ؟

- ☐ - ضرورة اكتساب الصحفي مهارات تقنية تمكن الصحفي من أداء عمله بشكل لائق
- ☐ - معالجة الأخبار بكل موضوعية ونزاهة
- ☐ - الاستقلالية في معالجة الأخبار وعدم الخضوع إلى ضغوط خارجية
- ☐ - ضرورة فصل الواقعة عن الرأي
- ☐ - كفاءة الصحفي من ناحية معالجة الأخبار والثقافة اللازمة في مجال عمله

المحور الثالث: الصحفي وعلاقته بالإعلام المحلي والجمهور المخاطب:

32. هل استفدتم من تكوين في مجال الإعلام المحلي ؟

- ☐ نعم ☐ لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي أهم مجالات التكوين التي استفدتم منها ؟

.....

33. ما هو مفهومكم للإعلام المحلي ؟

34. ما هي المواضيع التي تأخذ حيّزا مهما في النشرة الإخبارية ؟

- ☐ - المواضيع المرتبطة بنشاطات وزيارات المسؤولين داخل الولاية.
- ☐ - المواضيع المتعلقة بالأحداث الآتية.
- ☐ - المواضيع التي ترتبط بانشغالات المواطنين اليومية داخل الولاية
- أخرى، أذكرها

35. أثناء معالجة الأخبار، هل تراعون خصائص المجتمع المحلي(العادات والتقاليد،

اللهجات...) ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بنعم، كيف ذلك

إذا كانت الإجابة بـ لا، هل يرجع ذلك إلى:

- ☐ - الجهل بخصائص المجتمع المحلي .
- ☐ - نقص الإمكانيات اللازمة لمعرفة خصائص المجتمع المحلي
- ☐ - السياسة التحريرية للقناة .
- أخرى، أذكرها

36. هذه بعض المعلومات حول جمهورك، هل توافق تماما، لا توافق بعض الشيء، حيادي،

توافق بعض الشيء أو توافق تماما مع ما يلي:

أوافق تماما	أوافق بعض الشيء	محايد	لا أوافق بعض الشيء	لا أوافق تماما	
					أ - جمهور وسائل الإعلام يهتم بالأخبار اليومية أكثر من التحليل
					ب - أغلبية الجمهور لا تهتم بالأخبار اليومية لنشاطات الوزراء والحكومة

					ت-يهتم جمهور وسائل الإعلام بالأخبار التي تنتقد تنفيذ المشاريع التنموية، والسياسات المختلفة للحكومة.
					ث-أغلبية جمهور وسائل الإعلام لا تهتم بالفوارق الجهوية.
					ج-من السهل جدا الكذب على جمهور وسائل الإعلام

37. ما مفهومكم للخدمة العمومية ؟

.....

38. ما هي حسب رأيكم الانشغالات الأساسية للصحافيين الجزائريين ؟ (الرجاء الترتيب حسب

الأولوية من 01 إلى 08).

☐ التكوين

☐ الاتفاقيات الجماعية

☐ حرية الصحافة

☐ أخلاقيات المهنة

☐ الأجور

☐ السكن

☐ حقوق المؤلف

☐ الوصول إلى مصادر الخبر

39. هذه قائمة بانتقادات موجهة للإعلام في الجزائر، ما هو رأيكم فيها ؟ :

أتفق تماما	أتفق	بدون رأي	لا أتفق	لا أتفق تماما	
					أ - سطحي، فيه نسبة كبيرة من التسلية.
					ب - تنقصه التحاليل والمعلومات الخلفية.
					ت - فيه انتقائية في التغطية الإعلامية.
					ث - ناطق باسم الحكومة.
					ج - انعدام النقد والإبداع.
					ح - نقص في صحافة الاستقصاء والتحريات.
					خ - يوجه الرأي العام في القضايا.
					د - لا يركز كثيرا على الأحداث.
					ذ - يركز كثيرا على النشاطات الحكومية الروتينية
					ر - يركز على المراكز الحضرية ويهمل البادية والمناطق النائية.

40. ما هي درجة رضاكم عن عملكم في مجال الإعلام وفي الإذاعة المحلية بالأخص ؟

☐ مسرورون جدا

☐ مسرورون

☐ مستاءون بعض الشيء

☐ مستاءون جدا

☐ لا أعرف

- إذا كنتم "مستاءون بعض الشيء"، أو "مستاءون جدا"، لماذا ؟

☐ التشريعات وقيود دفتر الشروط

☐ الرقابة والتدخلات المتكررة من رؤساء العمل

☐ البيروقراطية وظروف العمل داخل المؤسسة

☐ صعوبة الوصول إلى مصادر الخبر

أخرى، أذكرها.....

41. أين تود العمل بعد خمس سنوات ؟

☐ في وسائل الإعلام ☐ في قطاع آخر

- إذا كان "في قطاع آخر"، لماذا تودون العمل خارج وسائل الإعلام ؟

.....

...

.....

42. ما هي اقتراحاتكم لتحسين أوضاعكم الاجتماعية والمهنية ؟

.....

.....

■

شكرا جزيلا على مشاركتكم في هذه الدراسة.

الملحق رقم(02): دليل المقابلات

مقابلة مع مدير الأخبار بمديرية تنسيقية الإذاعات الجهوية "صالح سعيود":

- ما مفهومكم للإعلام المحلي ؟
- ما هو الهدف من انتهاج السلطة سياسة إنشاء إذاعة في كل ولاية ؟
- هل هناك ترتيب مقصود في ظهور الإذاعات على مستوى ولايات الوطن ؟ ولماذا التأخر في إنشاء بعض المحطات بولايات معينة ؟
- كم يبلغ عدد الصحفيين في القنوات الإذاعية المحلية الجزائرية ؟
- ما هو العموم مضمون النشرات الإخبارية في الإذاعات المحلية ؟
- ما هو مضمون الشبكة البرمجية للإذاعة المحلية وكم تبلغ نسبة الأخبار في الشبكة ؟
- هل لك أن تعطينا لمحة تاريخية عن ظهور الإذاعات المحلية الجزائرية ؟
- ما هو الإطار القانوني للإذاعة المحلية الجزائرية ؟

مقابلة مع مدير إذاعة محلية سابقا ومختص في البحث بمجال الإعلام المحلي "محمد

شلوش":

- ما مفهومكم للإعلام المحلي ؟
- هل إنشاء المحطات الإذاعية المحلية في الجزائر جاء وفق الحاجات الإعلامية للسكان في تلك المناطق، أم لأسباب أخرى ؟
- هل الإذاعات المحلية في الجزائر من الناحية القانونية مستقلة، أم تابعة للإذاعة المركزية ؟
- هل بإمكانكم تزويدنا بالمديرين المتعاقبين على المحطات الإذاعية المحلية ؟

- هل يخضع الصحفيون في الإذاعات المحلية لتكوين في مجال الإعلام المحلي ؟

مقابلة مع مسؤول الموارد البشرية في الإذاعة المركزية:

- هل بإمكانكم تزويدنا بشبكة أجور الصحفيين في الإذاعة عموماً والإذاعة المحلية ؟

- كيف يكون تقييم وتصنيف الصحفيين في الإذاعة من ناحية الترقية ؟

- ما هي وضعية الصحفيين من ناحية التأمين، ساعات العمل، الراحة.. ؟

- هل بإمكانكم تزويدنا بدفتر شروط الإذاعة ؟

Direction Générale
N° 459/14

DECISION

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'ETABLISSEMENT PUBLIC DE RADIODIFFUSION SONORE,

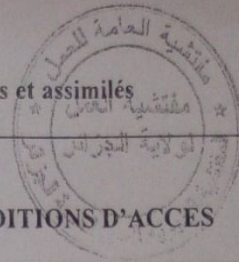
- Vu la loi 90-11 du 21 avril 1990 relative aux relations de travail complétée et modifiée ;
- Vu le décret n° 86-146 du 1er juillet 1986 portant création de l'Entreprise Nationale de Radiodiffusion Sonore ;
- Vu le décret exécutif n° 91-102 du 20 avril 1991 érigeant l'Entreprise Nationale de Radiodiffusion Sonore en Etablissement Public à caractère industriel et commercial dénommée Etablissement Public de Radiodiffusion Sonore par abréviation « R.A » ;
- Vu le décret exécutif n° 91-103 du 20 avril 1991 portant concession à l'Etablissement Public de Radiodiffusion Sonore des biens meubles et immeubles des prérogatives et activités inhérentes à la Radiodiffusion Sonore ;
- Vu l'arrêté Ministériel du 29 novembre 2001 portant organisation interne de l'Etablissement Public de Radiodiffusion Sonore ;
- Vu le décret présidentiel du 17 septembre 2012 portant nomination de Monsieur Chabane LOUNAKEL en qualité de Directeur Général l'Etablissement Public de Radiodiffusion Sonore ;
- Vu l'accord collectif n° 146 /C du 16 avril 2012 fixant la nomenclature de référence des postes de travail, la grille indiciaire des salaires de base de référence et le régime indemnitaire des journalistes et assimilés ;
- Vu l'accord collectif du 31 décembre 2012 fixant la nomenclature de référence des postes de travail, la grille indiciaire des salaires de base de référence et le régime indemnitaire des travailleurs salariés des organismes publics du secteur de la Communication ;
- Vu le procès verbal de la réunion du Conseil d'administration du 03 avril 2014, notamment la résolution n° 05 ;
- Vu les nécessités de service.

DECIDE

Article 1 : Il est attribué une indemnité de responsabilité aux travailleurs de l'établissement public de radiodiffusion sonore exerçant une fonction supérieure d'encadrement à caractère structurel, conformément aux montants fixés dans le tableau ci-après :

Désignation de la fonction	Montant brut mensuel de l'indemnité de responsabilité
Chef de rubrique	6 000,00 Dinars
Chef d'édition	
Rédacteur en Chef spécialisé	10 000,00 Dinars
~~Chef de rubrique~~	
Rédacteur en Chef Adjoint	
~~Chef de département~~	15 000,00 Dinars
Rédacteur en Chef	
~~Sous-Directeur~~	20 000,00 Dinars
Directeur de l'information	
Directeur de radio régionale ou thématique	25 000,00 Dinars

Titre II : Nomenclature de référence des postes de travail des journalistes et assimilés



Poste de travail	Indice minimal	PROFIL	CONDITIONS D'ACCES
Rédacteur reporter de 2 ^{ème} catégorie	1150	Journaliste chargé notamment de recueillir des informations, relater des événements et rédiger les articles y afférents. Il réalise également des reportages et des interviews.	Journaliste ayant donné satisfaction à l'issue de la période d'essai.
Rédacteur présentateur de 2 ^{ème} catégorie	1150	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur reporter de 2 ^{ème} catégorie, appelé également à assurer la présentation des informations et/ou l'animation d'émissions d'informations.	Journaliste ayant donné satisfaction à l'issue de la période d'essai.
Rédacteur traducteur de 1 ^{ère} catégorie	1150	Le rédacteur traducteur de 1 ^{ère} catégorie est chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur traducteur de 2 ^{ème} catégorie, assurant la traduction des sujets d'informations plus élaborés.	Promotion interne parmi les rédacteurs traducteurs de 2 ^{ème} catégorie de l'échelon quatre (04) au minimum.
Rédacteur reporter de 1 ^{ère} catégorie	1250	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur reporter de 2 ^{ème} catégorie, qui réalise également des reportages et enquêtes présentant un grand intérêt sur le plan de l'information.	Promotion interne parmi les rédacteurs de presse et les rédacteurs reporters de 2 ^{ème} catégorie de l'échelon quatre (04) au minimum
Rédacteur présentateur de 1 ^{ère} catégorie	1250	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur présentateur de 2 ^{ème} catégorie, assurant également la présentation et/ou l'animation de journaux et émissions d'informations plus élaborés.	Promotion interne parmi les rédacteurs présentateurs de 2 ^{ème} catégorie de l'échelon quatre (04) au minimum

Handwritten signature/initials

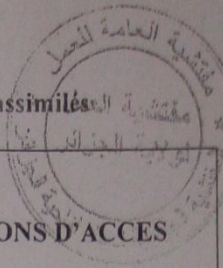
Handwritten signature/initials

Handwritten signature/initials

Handwritten signature/initials

Handwritten signature/initials

Titre II : Nomenclature de référence des postes de travail des journalistes et assimilés



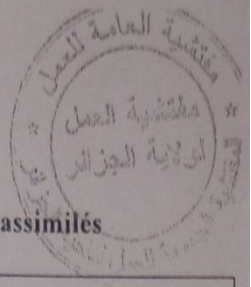
Poste de travail	Indice minimal	PROFIL	CONDITIONS D'ACCES
Rédacteur traducteur spécialisé	1250	Le rédacteur traducteur spécialisé est chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur traducteur de 1 ^{ère} catégorie assurant des travaux de traduction spécialisée.	Promotion interne parmi les rédacteurs traducteurs de 1 ^{ère} catégorie de l'échelon huit (08) au minimum.
Journaliste reporter D'images de 2 ^{ème} catégorie	1275	Polyvalent, aussi bon rédacteur que technicien, par la maîtrise de l'outil caméra, le journaliste reporter d'images interviewe et apporte textes et images à la rédaction. Il est également capable de monter son sujet.	Promotion interne parmi les rédacteurs reporters de 2 ^{ème} catégorie et les rédacteurs présentateurs de 2 ^{ème} catégorie de l'échelon quatre (04) au minimum, ayant accompli une formation dans la spécialité, sanctionnée par un diplôme dûment reconnu.
Rédacteur traducteur réviseur et/ou principal	1350	Le rédacteur traducteur réviseur est chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur traducteur spécialisé. Il assure également la révision des textes ayant fait l'objet d'une traduction.	Promotion interne parmi les rédacteurs traducteurs spécialisés de l'échelon douze (12) au minimum.
Rédacteur reporter spécialisé	1400	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur reporter de 1 ^{ère} catégorie, ayant acquis une compétence avérée dans la réalisation de reportages dans un ou plusieurs domaines donnés.	Promotion interne parmi les rédacteurs reporters de 1 ^{ère} catégorie et les rédacteurs présentateurs de 1 ^{ère} catégorie de l'échelon huit (08) au minimum.
Rédacteur présentateur spécialisé	1400	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du rédacteur présentateur de 1 ^{ère} catégorie, ayant acquis une compétence avérée.	Promotion interne parmi les rédacteurs présentateurs de 1 ^{ère} catégorie et les rédacteurs reporters de 1 ^{ère} catégorie de l'échelon huit (08) au minimum.
Journaliste reporter d'images de 1 ^{ère} catégorie	1400	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du journaliste reporter d'images de 2 ^{ème} catégorie ayant acquis une compétence avérée.	Promotion interne parmi les journalistes reporters d'images de 2 ^{ème} catégorie de l'échelon huit (08) au minimum.

Titre II : Nomenclature de référence des postes de travail des journalistes et assimilés

Poste de travail	Indice minimal	PROFIL	CONDITIONS D'ACCES
Commentateur	1550	Journaliste possédant un esprit d'analyse et de synthèse dont la compétence lui permet de commenter régulièrement diverses actualités nationales et internationales.	Promotion interne parmi les rédacteurs reporters spécialisés, rédacteurs présentateurs spécialisés et les journalistes reporters d'images de 1 ^{ère} catégorie de l'échelon douze (12) au minimum.
Grand reporter de 2 ^{ème} catégorie	1550	Journaliste d'autorité professionnelle reconnue, effectuant des enquêtes et reportages approfondis sur tout événement lié à l'actualité ou sujet débordant du cadre de l'actualité immédiate mais pouvant s'y rattacher.	Promotion interne parmi les rédacteurs reporters spécialisés et les journalistes reporters d'images de 1 ^{ère} catégorie, de l'échelon douze (12) au minimum.
Commentateur spécialisé	1650	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du commentateur, ayant cumulé une compétence avérée.	Promotion interne parmi les commentateurs de l'échelon quinze (15) au minimum.
Grand reporter de 1 ^{ère} catégorie	1700	Journaliste d'autorité professionnelle reconnue, de notoriété acquise, effectuant des enquêtes et reportages approfondis sur tout événement lié à l'actualité ou sujet débordant du cadre de l'actualité immédiate mais pouvant s'y rattacher.	Promotion interne parmi les rédacteurs reporters spécialisés et les journalistes reporters d'images de 1 ^{ère} catégorie, de l'échelon seize (16) au minimum.
Grand reporter spécialisé	1800	Journaliste chargé des mêmes tâches que celles du grand reporter de 1 ^{ère} catégorie. Il est spécialisé dans le traitement des grands événements et dossiers.	Promotion interne parmi les grands reporters de 1 ^{ère} catégorie de l'échelon vingt et un (21) au minimum.
Chroniqueur ou analyste	1900	Journaliste d'autorité professionnelle reconnue, de notoriété acquise, chargé d'éclairer le public sous forme de chroniques ou d'analyses sur le sens des événements d'actualité diverses nationales et/ou internationales.	Promotion interne parmi les commentateurs spécialisés et les grands reporters spécialisés de l'échelon vingt quatre (24) au minimum.

13

[Handwritten signatures and marks]



Titre II : Nomenclature de référence des postes de travail des journalistes et assimilés

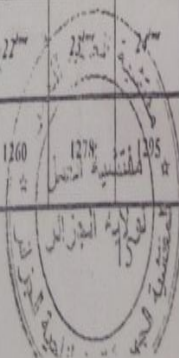
Poste de travail	Indice minimal	PROFIL	CONDITIONS D'ACCES
Editorialiste ou analyste spécialisé	2000	Journaliste d'autorité professionnelle reconnue, de notoriété acquise, chargé de clarifier et de mettre en perspective un événement d'actualité ou une tendance en reflétant la ligne éditoriale du média.	Promotion interne parmi les grands reporters spécialisés, chroniqueurs et analystes de l'échelon vingt sept (27) au minimum.

TITRE III : Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
750	765	780	795	810	825	840	855	870	885	900	915	930	945	960	975	990
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
	1005	1020	1035	1050	1065	1080	1095	1110	1125	1140	1155	1170	1185	1200	1215	1230

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
800	816	832	848	864	880	896	912	928	944	960	976	992	1008	1024	1040	1056
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
	1072	1088	1104	1120	1136	1152	1168	1184	1200	1216	1232	1248	1264	1280	1296	1312

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
875	893	910	928	945	963	980	998	1015	1033	1050	1068	1085	1103	1120	1138	1155
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
	1173	1190	1208	1225	1243	1260	1278	1295	1313	1330	1348	1365	1383	1400	1418	1435



① de P

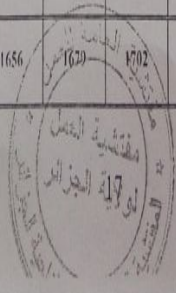
 La partie de l'image avec l'ID de relation r1012 n'a pas été trouvée dans le fichier.

TITRE III : Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1050	1071	1092	1113	1134	1155	1176	1197	1218	1239	1260	1281	1302	1323	1344	1365	1386
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1407	1428	1449	1470	1491	1512	1533	1554	1575	1596	1617	1638	1659	1680	1701	1722

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1075	1097	1118	1140	1161	1183	1204	1226	1247	1269	1290	1312	1333	1355	1376	1398	1419
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1441	1462	1484	1505	1527	1548	1570	1591	1613	1634	1656	1677	1699	1720	1742	1763

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1150	1173	1196	1219	1242	1265	1288	1311	1334	1357	1380	1403	1426	1449	1472	1495	1518
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1541	1564	1587	1610	1633	1656	1679	1702	1725	1748	1771	1794	1817	1840	1863	1886

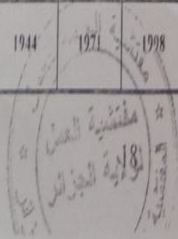


TITRE III: Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1250	1275	1300	1325	1350	1375	1400	1425	1450	1475	1500	1525	1550	1575	1600	1625	1650
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1675	1700	1725	1750	1775	1800	1825	1850	1875	1900	1925	1950	1975	2000	2025	2050

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1275	1301	1326	1352	1377	1403	1428	1454	1479	1505	1530	1556	1581	1607	1632	1658	1683
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1709	1734	1760	1785	1811	1836	1862	1887	1913	1938	1964	1989	2015	2040	2066	2091

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
1350	1377	1404	1431	1458	1485	1512	1539	1566	1593	1620	1647	1674	1701	1728	1755	1782
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	1809	1836	1863	1890	1917	1944	1971	1998	2025	2052	2079	2106	2133	2160	2187	2214



TITRE III : Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
	1428	1456	1484	1512	1540	1568	1596	1624	1652	1680	1708	1736	1764	1792	1820	1848
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
1400	1876	1904	1932	1960	1988	2016	2044	2072	2100	2128	2156	2184	2212	2240	2268	2296

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
	1581	1612	1643	1674	1705	1736	1767	1798	1829	1860	1891	1922	1953	1984	2015	2046
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
1550	2077	2108	2139	2170	2201	2232	2263	2294	2325	2356	2387	2418	2449	2480	2511	2542

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	5 ^{ème}	6 ^{ème}	7 ^{ème}	8 ^{ème}	9 ^{ème}	10 ^{ème}	11 ^{ème}	12 ^{ème}	13 ^{ème}	14 ^{ème}	15 ^{ème}	16 ^{ème}
	1683	1716	1749	1782	1815	1848	1881	1914	1947	1980	2013	2046	2079	2112	2145	2178
	17 ^{ème}	18 ^{ème}	19 ^{ème}	20 ^{ème}	21 ^{ème}	22 ^{ème}	23 ^{ème}	24 ^{ème}	25 ^{ème}	26 ^{ème}	27 ^{ème}	28 ^{ème}	29 ^{ème}	30 ^{ème}	31 ^{ème}	32 ^{ème}
1650	2211	2244	2277	2310	2343	2376	2409	2442	2475	2508	2541	2574	2607	2640	2673	2706

TITRE III : Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
	1734	1768	1802	1836	1870	1904	1938	1972	2006	2040	2074	2108	2142	2176	2210	2244
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
1700	2278	2312	2346	2380	2414	2448	2482	2516	2550	2584	2618	2652	2686	2720	2754	2788

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
	1836	1872	1908	1944	1980	2016	2052	2088	2124	2160	2196	2232	2268	2304	2340	2376
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
1800	2412	2448	2484	2520	2556	2592	2628	2664	2700	2736	2772	2808	2844	2880	2916	2952

Indice minimal	INDICES D'ECHELONS															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
	1938	1976	2014	2052	2090	2128	2166	2204	2242	2280	2318	2356	2394	2432	2470	2508
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
1900	2546	2584	2622	2660	2698	2736	2774	2812	2850	2888	2926	2964	3002	3040	3078	3116

TITRE III : Grille indiciaire des salaires de base de référence des journalistes et assimilés

Indice minimal	I N D I C E S D ' E C H E L O N S															
	1 ^{er}	2 ^{me}	3 ^{me}	4 ^{me}	5 ^{me}	6 ^{me}	7 ^{me}	8 ^{me}	9 ^{me}	10 ^{me}	11 ^{me}	12 ^{me}	13 ^{me}	14 ^{me}	15 ^{me}	16 ^{me}
2000	2040	2080	2120	2160	2200	2240	2280	2320	2360	2400	2440	2480	2520	2560	2600	2640
	17 ^{me}	18 ^{me}	19 ^{me}	20 ^{me}	21 ^{me}	22 ^{me}	23 ^{me}	24 ^{me}	25 ^{me}	26 ^{me}	27 ^{me}	28 ^{me}	29 ^{me}	30 ^{me}	31 ^{me}	32 ^{me}
	2680	2720	2760	2800	2840	2880	2920	2960	3000	3040	3080	3120	3160	3200	3240	3280



الملحق رقم (04): دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة

دفتر الشروط

الفصل الأول: التزامات عامة

المادة الأولى: تلتزم المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة فيما يتعلق بتصوير حصصها وبرمجتها وبنائها، باحترام الأحكام الدائمة المنصوص عليها في دفتر الشروط، وكذا أحكام دفتر الشروط السنوي الذي تحدده السلطة الوصية بقرار.

المادة 2: تقوم المؤسسة ببث برامجها على مجموع التراب الوطني ونحو الخارج.

المادة 3: يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيهي على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية.

وتقوم على الخصوص بواسطة برامجها بإضفاء القيمة على التراث والمساهمة في إثرائه عن طريق الإبداعات الإذاعية.

المادة 4: تضمن المؤسسة التعبير التعددي في ظل احترام مبدأ المساواة في المعالجة والاستقلالية، وتوصيات المجلس الأعلى للإعلام.

المادة 5: تسهر المؤسسة على احترام الإنسان والكرامة والمساواة بين المواطنين، دون تمييز جنسي، كما تسهر على حماية الأطفال والمراهقين وتنبه المستمعين بطريقة ملائمة عندما تبرمج حصصا من شأنها أن تחדش إحساسهم، لاسيما جمهور الأطفال والمراهقين منهم.

المادة 6: تتخذ المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة الإجراءات التي تسمح بممارسة حقوق التصحيح و الرد والكيفيات الناجمة عن تطبيق أحكام المواد من 41 إلى 52 من القانون رقم 90-07 المؤرخ في 3 أفريل سنة 1990.

عندما يمارس حق الرد عن طريق حصص تبرمجها المؤسسة لحساب الغير، فإن هؤلاء يتحملون المصاريف المتعلقة بإنتاج الرد وبثه.

المادة 7: تسهر المؤسسة على ترقية اللغة الوطنية على مستوى وسائل الإنتاج والبث.

المادة 8: تسهر المؤسسة على التكيف مع التحولات الناتجة عن التقنيات الحديثة، والقيام بأعمال البحث في مجال الإبداع الإذاعي.

المادة 9: تعلن المؤسسة عن برامجها قبل بثها.

المادة 10: يجب على المؤسسة أن تشجع على بث الثقافة الوطنية وعلى إشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها، وعلى تطويرها وترقيتها.

المادة 11: يتعين على المؤسسة أن تعرف بالتراث الثقافي والحضاري للجزائر وتطلعات شعبها عن طريق مختلف لغات البث الأجنبية.

المادة 12: يتعين على المؤسسة أن تطبق أحكام المادة 13 من القانون رقم 90-07 المتعلق بالإعلام عن طريق القناة أو القنوات المتخصصة.

المادة 13: يتعين على المؤسسة أن ترقى حفظ الإنتاج الإذاعي وتقوم بجرده وتعمل على وضع أرشيف عقلائي لذلك.

ويجب عليها من الآن أن تحرص على تسيير هذه الأملاك واستغلالها، مع المطالبة في الوقت نفسه بوضع تصور لهيكل وطني متخصص في حفظ الوثائق الإذاعية، وينبغي أن يتوقع انجازه في أقرب الآجال، كما يجب أن تساهم بفعالية في ذلك.

المادة 14: يتعين على المؤسسة أن ترقى تكوين موظفيها وتحسين مستواهم وتجديد معارفهم، وذلك بمفردها أو بمشاركة المؤسسات المعنية.

المادة 15: في حالة التوقف عن العمل بناء على اتفاق، تقوم المؤسسة بضمان استمرارية الخدمة حسب الشروط التي يحددها التنظيم والتشريع الجاري بهما العمل.

الفصل الثاني: التزامات خاصة

المادة 16: مع التحفظ بالمواد من 17 إلى 21 من هذا الدفتر للشروط، يمنع على المؤسسة أن تبرمج أو تبث حصصا تنتجها الأحزاب السياسية أو المنظمات النقابية أو الدينية أو المهنية، أو تنتج لحسابها، سواء أكانت بمقابل أو بدونه لفائدة المؤسسة.

أولا-بلاغات الحكومة:

المادة 17: تضمن المؤسسة في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها وتبرمجها دون تحديد للمدة وبدون مقابل.

تطبق المؤسسة حق الرد في ظل احترام الأحكام القانونية والكيفيات التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام.

ثانيا-الحملات الانتخابية:

المادة 18: تنتج المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، وتبرمج وتبث الحصص المتعلقة بالاستشارات الانتخابية التي تحدد لها حملة رسمية طبقا لأحكام المادة 59 المقطع 7 من القانون رقم 90-07 المؤرخ في 3 أفريل سنة 1990، وفي ظل احترام القواعد التي يقرها المجلس الأعلى للإعلام.

تتحمل الدولة التكاليف المترتبة عن هذه الحصص.

ثالثا-مناقشات المجلس الشعبي الوطني:

المادة 19: ينبغي على المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن تبرمج وتبث المناقشات الرئيسية للمجلس الشعبي الوطني.

رابعا-تعبير الأحزاب السياسية:

المادة 20: تبرمج المؤسسة تبث الحصص المنتظمة والمخصصة للتعبير المباشر للتشكيلات السياسية لاسيما الممثلة منها بمجموعة في المجلس الشعبي الوطني، وفي ظل احترام الكيفيات التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام، تتحمل المؤسسة التكاليف المالية لهذه الحصص.

خامسا: تعبیر الجمعيات والمنظمات النقابية والمهنية:

المادة 21: تبرمج المؤسسة وتبث الحصص المنتظمة والمخصصة للتعبير المباشر للجمعيات و المنظمات النقابية والمهنية التي لديها الصفة التمثيلية على الصعيد الوطني، في ظل احترام الكيفيات التي يحددها المجلس الأعلى للإعلام.

تتحمل المؤسسة التكاليف المالية لهذه الحصص.

سادسا: الحصص ذات الطابع الديني:

المادة 22: تبرمج المؤسسة وتبث البرامج الدينية عبر قنواتها المختلفة لاسيما خطبة الجمعة والأعياد الدينية.

تتكفل المؤسسة بمصاريف انجاز هذه الحصص.

سابعا-الحصص الإعلامية المتخصصة:

المادة 23: تبرمج المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة وتقوم ببث الأخبار المتعلقة بالأحوال الجوية التي يعدها الديوان الوطني للأرصاد الجوية، وذلك مرة في اليوم على الأقل وفي ساعة يكون فيها إقبال كبير على المتابعة.

المادة 24: يتعين على المؤسسة أن تقوم بانجاز حصص منتظمة تخصص لتاريخ الجزائر المعاصر لاسيما حرب التحرير الوطنية وتقوم ببث ذلك.

المادة 25: تتجز المؤسسة وتبرمج وتبث حصصا منتظمة تخصص للجالية الجزائرية المغتربة.

المادة 26: تحدد كفاءات التعاون بين المؤسسة والوزارات أو الهيئات وذلك فيما يخص الحصص المتخصصة الموجهة لجمهور محدد.

الفصل الثالث:

التزامات تتعلق ببعض البرامج

أولا - الأخبار والوثائق :

المادة 27: تبرمج المؤسسة وتبث يوميا وبصفة منتظمة في كل قناة من قنواتها نشرات إخبارية.

المادة 28: تبرمج المؤسسة وتبث حصصا وثائقية حول قضايا العالم المعاصر الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتقنية، كما تبرمج وتبث مجلات أو سلسلة من الحصص المتعلقة بمختلف أوجه الحياة الثقافية.

ثانيا - المسرح والموسيقى:

المادة 29: تبرمج المؤسسة وتبث عروضاً مسرحية من إنتاج المسارح والمهرجانات ومن هيئات النشاط المسرحي.

المادة 33: تحرص المؤسسة على التعريف بجميع أشكال التعبير الموسيقي من خلال تنظيم عروض وفتح أبواب برامجها واسعة لبث مختلف الحفلات العمومية التي تقام عبر أرجاء التراب الوطني.

ثالثاً - المنوعات:

المادة 34: تخصص المؤسسة في برامجها المتعلقة بالمنوعات في مجملها مكانة مرموقة للأعمال الجزائرية وتحرص على ترقية المواهب الشابة.

رابعاً - أعمال الإبداع:

المادة 35: تحرص المؤسسة على الحث على الإبداعات الأصلية لاسيما المتخصصة منها للبحث الإذاعي.

الفصل الرابع:

التزامات تتعلق بالإشهار

المادة 36: يسمح للمؤسسة ببرمجة وبث بلاغات الإشهار التجاري للعلامات والإشهار الجماعي وذوي المنفعة العامة.

الملحق رقم 05: ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين

الصحفي المحترف – مهما كان وضعه – هو من يمارس بصفة أساسية مهنته بطريقة منتظمة ومقابل أجر، في وسيلة أو عدة وسائل إعلامية، ومنها يستمد موارده الأساسية.

إن الحق في الإعلام، وحرية التعبير والنقد، هو من الحريات الأساسية التي تساهم في الدفاع عن الديمقراطية والتعددية الإعلامية. ومن هذا الحق في معرفة الوقائع والأحداث، والتعريف بها، تنبثق مجموعة واجبات وحقوق الصحفيين.

بيان الحقوق والواجبات

إن مسؤولية الصحفي إزاء الجمهور تعلو على كل مسؤولية أخرى وخاصة إزاء مستخدمة وإزاء السلطات العمومية.

تتضمن مهمة الإعلام بالضرورة حدودا يفرضها الصحفيون على أنفسهم ويطبقونها بحرية، وهذا موضوع بيان الواجبات المصاغ هنا.

لكن الواجبات لا يمكن أن تحترم فعليا أثناء ممارسة المهنة إلا إذا توافرت الظروف العملية لاستقلالية الصحفي، وهذا هو موضوع بيان الحقوق.

إن هذا الميثاق ليس بالقانون المسلط والرادع، ولا بالنظام الذي يفرض ويجبر، وإنما هو ميثاق أخلاقيات يحدد مجموع قواعد السلوك القائمة على المبادئ المعمول بها عالميا، لضبط علاقة الصحفيين فيما بينهم، وعلاقتهم بالجمهور.

وينبغي أن تتخذ هذه القواعد المتبناة بحرية والمصادق عليها ديمقراطيا. كدليل سلوك في ممارسة مهنة الصحافة.

إن المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة، الذي يتشكل من الزملاء، يسهر على احترام هذه المبادئ.

بيان الواجبات:

يلتزم الصحفي بواجب:

- 1- احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به، بسبب ما يمليه حق الجمهور في المعرفة.
- 2- الدفاع عن حرية الإعلام، والرأي، والتعليق، والنقد.
- 3- الفصل بين الخبر والتعليق.
- 4- احترام الحياة الخاصة للأشخاص، وحقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة.
- 5- نشر معلومات المتحقق منها فقط والامتناع عن تحريف المعلومات والحرص على سرد الوقائع ضمن سياقها.
- 6- الامتناع عن نشر الإشاعات.
- 7- تصحيح كل معلومة يتبين بعد نشرها أنها خاطئة.
- 8- الحفاظ على السر المهني وعدم الإفشاء بالمصادر.
- 9- الامتناع عن الانتحال، والافتراء، والقذف والاتهامات غير المؤسسة.
- 10- عدم الخلط بين مهنة الصحفي أو الإشهاري أو الدعائي، وعدم قبول أي تعليمة من المعلنين سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة.
- 11- عدم قبول تعليمات في التحرير، سوى من مسؤولي التحرير، وفي الحدود التي يملئها وازع الضمير.
- 12- الامتناع عن الترويج، بأي شكل من الأشكال، العنف، الإرهاب، الجريمة، التعصب، العنصرية، التمييز الجنسي واللاتسامح.

- 13- كل صحفي جدير بهذا الاسم، ومعتزف بالقوانين المعمول بها في كل بلد، لا يقبل في إطار الشرف المهني إلا بحكم زملائه بعيدا عن كل تدخل حكومي أو غيره.
- 14- الامتناع عن الحصول عن أي امتياز ناتج عن وضع تكون فيه صفته كصحفي وعلاقاته ونفوذه عامل استغلال مناسب.
- 15- الامتناع عن طلب منصب زميل، أو التسبب في طرده أو التنزيل من رتبته خلال قبول عرض عمل بدله بشروط أدنى.
- 16- عدم الخلط بين دوره كصحفي ودور القاضي أو الشرطي.
- 17- احترام افتراض البراءة.
- 18- عدم استعمال الأساليب غير الشريفة للحصول على المعلومات أو الصور والوثائق.

بيان الحقوق:

من حق الصحفي:

- 1- الوصول إلى كل مصادر الخبر والحق في التحقيق الحر في كل الوقائع التي تتعلق بالحياة العامة، ولا يمكن أن يمنع من الوصول إلى المصادر إلا استثناء وبموجب أسباب معبر عنها بوضوح.
- 2- التحلي بوازع الضمي.
- 3- الإبلاغ بكل قرار هام من شأنه الإضرار بحياة المؤسسة.
- 4- التمتع بقانون أساسي مهني.
- 5- الاستفادة من تكوين متواصل وتحسين مؤهلاته المهنية.
- 6- التمتع بالشروط الاجتماعية والمهنية الضرورية لممارسة مهنته وعقد عمل فردي في إطار اتفاقية جماعية، ضامنة لأمنه المادي واستقلاله الاقتصادية.

- 7- الاعتراف له بحقوق التأليف، والاستفادة منها.
- 8- احترام المنتج الصحفي، والوفاء لمضمونه.

الجزائر في: 13 أبريل 2000

الملحق رقم 06: الشبكة البرمجية لعينة من الإذاعات المحلية "إذاعة جيجل المحلية"

الشبكة البرمجية العادية 2015 / 2016							إذاعة جبل الجهوية	
اليوم	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	المسب	التوقيت
السلام الوطني** التذكير بالبرنامج اليومي*الربط مع القناة الأولى								06.55
نشرة الأخبار من القناة الأولى								07.00
برنامج صباح الخير يا جبل								07.15
ضيف الصباح								07.30
موجز إخباري محلي								08.00
عرض إخباري محلي								08.30
موجز إخباري محلي								09.00
بين البارح واليوم	مع القرآن	أو كمجدين	الغذاء من الألف إلى الياء	للنساء فقط	طريق الامتياز	طفولة و أمومة		09.05
عرض إخباري محلي								10.00
المجتمع المدني	سلام وأنغام	الكلمة للشباب	سلام وأنغام	الأسرة السعيدة	فتاوى	سلام وأنغام		10.05
موجز الأخبار المحلية								11.00
أشعة و مرافى	حياتك النفسية	من يجيب	أشعة و مرافى	على موجة واحدة	ألو دكتور	أشبالنا		11.05
عناوين النشرة المحلية								11.30
أشعة و مرافى	حياتك النفسية	من يجيب	أشعة و مرافى	على موجة واحدة	ألو دكتور	أشبالنا		11.31
نشرة الأخبار المحلية الأولى								12.00
لهوى ديالنا								12.15
نشرة الأخبار الوطنية ق1								13.00
موجز الأخبار المحلية								14.00
قراءات في أحداث	أوراق تربوية	إضاءات	منتدى الإذاعة/ من المجتمع	لقاء الأثير	من الملاعب	فرق و بطولات		14.05
موجز الأخبار المحلية								15.00
و تستمر الحياة	حديث الساعة	أفاق سياحية	منتدى الإذاعة/ من المجتمع	لقاء الأثير	من الملاعب	فرق و بطولات		15.05
موسم								15.32
العرض الإخباري المحلي								16.00
نوسالجا	حتى لا ننسى	حرائر الجزائر	قصة فلم	أهل الخير	من الملاعب	فرق و بطولات		16.10
نشرة الأخبار الجهوية من القناة الأولى								17.00
منوعات								17.30
نشرة الأخبار المحلية الأخيرة								18.00
منوعات								18.15
لروب الثقافية	المنصة الرياضية	تحقيقات	مواطن و قضية	فم للمعلم	توب ميوزيك	ديوان وسفينة	في الصميم	18.30
								19.00
نشرة الأخبار الوطنية من القناة الأولى **** الربط بالإذاعة الثقافية								20.00 / 19.30

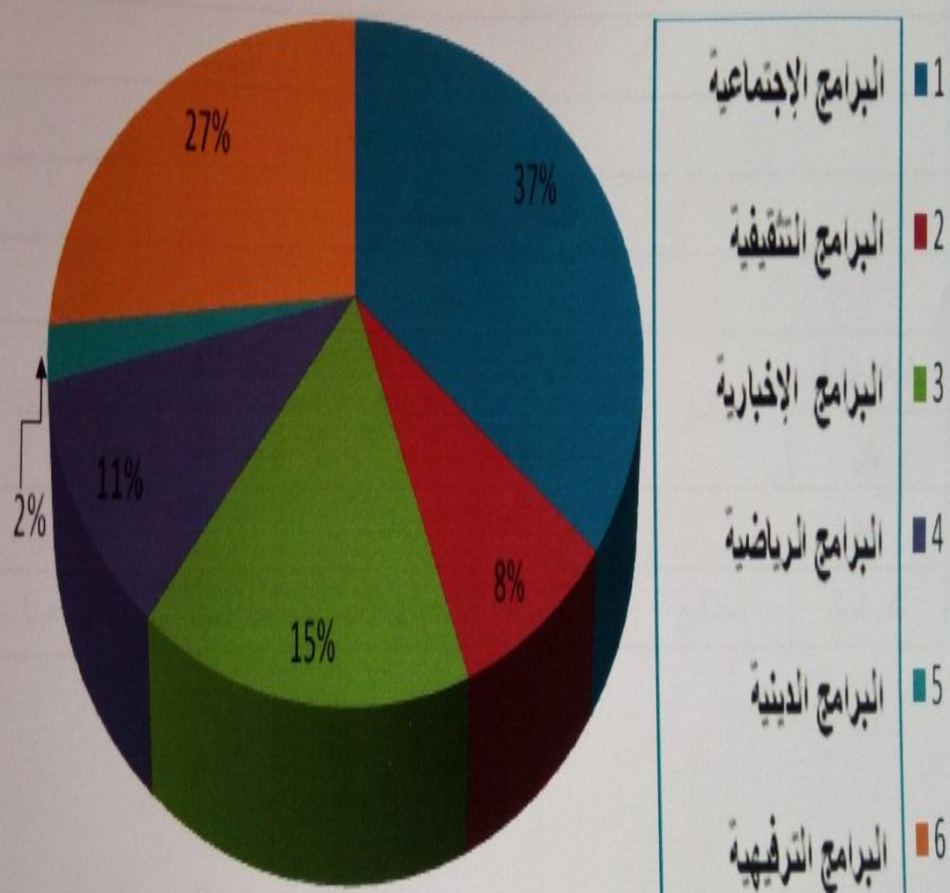
طريقة الإعداد	الوضعية الإدارية		المعد	يوم البث	البث		الدورية	المدة	الطابع	المحتوى العام	عنوان البرنامج
	معاون	موظف			إلى	من					
مباشر		x	بالتناوب	كل أيام الأسبوع	09.00	07.15	يومي	ساعتان	اجتماعي تثقيفي منوع	أركان تحسيسية خدمية و ترفيهية متنوعة	صباح الخير يا جبل
مسجل		x	سيد علي بلعربي	الأحد	10.00	09.05	أسبوعي	52 د	اجتماعي	مقارنة بين أسلوب الحياة في الماضي والحاضر	بين البارح واليوم
مباشر		x	خليدة علوطي	الأحد	11.00	10.05	أسبوعي	52 د	إخباري	يهتم بالجمعيات	المجتمع المدني
مباشر		x	بالتناوب بين المنشطين	الأحد/الأربعاء	12.00	11.05	مرتين في الأسبوع	52 د	اجتماعي	نقاش عام حول قضايا اجتماعية	أشعره ومرافئ
مسجل			البرمجة	يومي عدا الجمعة	13.00	12.15	يومي	45 د	ترفيهي	أغاني جزائرية متنوعة من مختلف الطوبوع	لهوى ديانا
مسجل			البرمجة	يومي عدا الجمعة	14.00	13.30	يومي	15 د	ترفيهي	فواصل موسيقية	أمواج
مباشر/ مسجل		x	رياض شعباني	الأحد	15.00	14.05	أسبوعي	52 د	إخباري	تحليل لأبرز مستجدات الساحة المحلية	قراءات في أحداث
مباشر/ مسجل		x	مريامة دهمش	الأحد	16.00	15.05	أسبوعي	52 د	اجتماعي	واقع و آفاق ذوي الإعاقة	و تستمر الحياة
مسجل		x	لمياء حارود	الأحد	17.00	16.15	أسبوعي	45 د	تثقيفي ترفيهي	تهتم بالفن القديم العربي و العالمي	نوسطالجيا
مباشر/ مسجل		x	عبد العزيز حراث	الأحد	19.30	18.30	أسبوعي	52 د	تثقيفي	يعنى بالشأن الثقافي المحلي	دروب الثقافة
مباشر		x	حسين بن بخمة (الشؤون الدينية)	الاثنين	10.00	09.05	أسبوعي	52 د	ديني	دروس في أحكام ترتيب القرآن الكريم	مع القرآن
مباشر		x	بالتناوب بين المنشطين	السبت/ اثنين/ أربعاء	11.00	10.05	03 مرات في الأسبوع	52 د	ترفيهي	تحيات المستمعين	سلام و أنغام

حياتك النفسية	إرشادات تهم الصحة النفسية للمواطن	صحي تنقيفي	52 د	أسبوعي	11.05	12.00	الاثنين	خالد موهوب	x	مباشر
أوراق تربية	يهتم بالشأن التربوي بمختلف أبعاده	إخباري	52 د	أسبوعي	14.05	15.00	الاثنين	وهيبة بوحنيكة	x	مباشر
حديث الساعة	يهتم بالأحداث الوطنية والمحلية	إخباري	52 د	أسبوعي	15.05	16.00	الاثنين	الباس عياشي	x	مباشر
حتى لا ننسى	شهادات المجاهدين حول ثورة التحرير في المنطقة	تنقيفي تاريخي	45 د	أسبوعي	16.15	17.00	الاثنين	بلال بوجعدار	x	مسجل
المنصة الرياضية	مواكبة النشاطات الرياضية بالولاية عدا كرة القدم	رياضي	52 د	أسبوعي	17.20	18.00	الاثنين	كريم شكير ب	x	مباشر/مسجل
أوكسجين	يهتم بالبيئة	تنقيفي/بيئي	52 د	أسبوعي	09.05	10.00	الثلاثاء	فريال كحل السنان	x	مباشر/مسجل
الكلمة للشباب	انشغالات الشباب المهنية والاجتماعية	اجتماعي	52 د	أسبوعي	10.05	11.00	الثلاثاء	عبد العزيز حراث	x	مباشر
من يجب؟	برنامج مسابقات	تنقيفي تربوي	52 د	أسبوعي	11.05	12.00	الثلاثاء	يوسف بوجميعة	x	مباشر
إضاءات	مناقشة قضايا الاقتصاد المحلي	إخباري	52 د	أسبوعي	14.05	15.00	الثلاثاء	وهيبة بوحنيكة	x	مباشر
أفاق سياحية	يهتم بتفعيل النشاط السياحي	سياحي	52 د	أسبوعي	14.05	15.00	الثلاثاء	نصر الدين دردور	x	مباشر
هرائر الجزائر	يهتم بالنساء المتميزات في شتى المجالات	اجتماعي	45 د	أسبوعي	16.15	17.00	الثلاثاء	دنيا بن عمار	x	مباشر/مسجل
تحقيقات	واقع الحياة في المناطق النائية	إخباري	26 د	أسبوعي	18.30	19.00	الثلاثاء	ناصر صيفور	x	مسجل
مواطن وقضية	مشاكل المواطنين و سبل التكفل بها	إخباري	26 د	أسبوعي	19.00	19.30	الثلاثاء	رياض شعباني	x	مسجل
الغذاء من الألف إلى الياء	النظام الغذائي الصحي المتوازن	تنقيفي	52 د	أسبوعي	09.05	10.00	الأربعاء	فيروز غراز	x	مسجل

مباشر		x	رضوان بوشنين	الأربعاء	15.30	14.05	نصف شهري	ساعة و نصف	إخباري	حوارات مع المسؤولين المحليين بحضور إعلاميين	منتدى الإذاعة
مباشر / مسجل		x	رياض شجاعي	الأربعاء	15.30	14.05	نصف شهري	ساعة و نصف	إخباري	قضايا و ظواهر اجتماعية	من المجتمع
مباشر / مسجل		x	نصر الدين درنور	الأربعاء	16.00	15.30	أسبوعي	26 د	إخباري	يعنى بشؤون الفلاحة والثروة الغابية	مواسم
مسجل		x	سيد علي بلغري	الأربعاء	17.00	16.15	أسبوعي	45 د	تثقيفي	قصص إنتاج الأفلام و كواليسها	قصة فلم
مسجل		x	يوسف بوجمعة	الأربعاء	19.30	18.30	أسبوعي	52 د	اجتماعي	سير الأساتذة و المعلمين	قم للمعلم
مباشر / مسجل		x	فوزيل كحل السنان	الخميس	10.00	09.05	أسبوعي	52 د	صحي تثقيفي	يهتم بصحة المرأة	للنساء فقط
مباشر		x	بلال بوجعدار	الخميس	11.00	10.10	أسبوعي	52 د	اجتماعي	كل ما يتعلق بشؤون الأسرة	الأسرة السعيدة
مباشر		x	دنيا بن عمار	الخميس	12.00	11.05	أسبوعي	52 د	إخباري	شؤون التنمية المحلية من خلال المجالس المنتخبة	على موجة واحدة
مباشر		x	بالتناوب	الخميس	16.00	14.05	أسبوعي	ساعتان	إخباري	تبادلات برامجية بين إذاعات محلية	لقاء الأثير
مباشر		x	خليدة علوطي	الخميس	17.00	16.15	أسبوعي	45 د	اجتماعي	فضاء تضامني لمساعدة المحتاجين	أهل الخير
مباشر		x	كريم شكرب	الخميس	19.30	18.30	أسبوعي	52 د	ترفيهي	سباق أغاني	توب ميوزيك
مسجل		x	فيروز غراز	الجمعة	10.00	09.05	أسبوعي	52 د	تثقيفي	نصائح للمتدربين من أجل تحصيل علمي أنجع	طريق الامتياز
مباشر	x		مولود محصول	الجمعة	11.00	10.05	أسبوعي	52 د	ديني	رأي الدين في كل ما يهم الناس	فتاوى
مباشر	x		د/ بواب ضياء الدين	الجمعة	12.00	11.05	أسبوعي	52 د	صحي تثقيفي	استشارات المواطنين في أمور طبية	الو دكتور

من الملاعب	نقل مباشر للمباريات	رياضي	3 ساعات	أسبوعي	14.05	17.00	الجمعة	رضوان بوشنين	x	مباشر
ديوان و سفينة	يهتم بالأغنية الشعبية و فنانيتها	تنقيفي	52 د	أسبوعي	18.30	19.30	الجمعة	الياس بوكبوس	x	مباشر/ مسجل
طفولة و أمومة	نصائح طبية و تربية للأمهات	اجتماعي	52 د	أسبوعي	09.05	10.00	السبت	لمياء حارود	x	مباشر/ مسجل
أشبالنا	يهتم بمواهب الأطفال	تنقيفي	52 د	أسبوعي	11.05	12.00	السبت	فريال كحل السنان	x	مباشر
فرق و بطولات	تغطية المنافسات الرياضية المحلية	رياضي	ثلاث ساعات	أسبوعي	14.05	17.00	السبت	بالتناوب بين الصحافيين	x	مباشر
في الصميم	يهتم بالقضايا الفكرية	تنقيفي	52 د	نصف شهري	18.30	19.30	السبت	ناصر صيفور	x	مباشر

التوزيع النسبي لبرامج الشبكة العادية 2015-2016



الأركان المدرجة ضمن برنامج الصباح

الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت	
07.20							بلادي
07.30							الأحوال الجوية
07.40							تاريخ و أحداث
07.50							ولد اليوم
08.00							موجز الأخبار المحلية
08.10	السلامة المرورية	أنت أحلى	إسعافات أولية	أنت أحلى	نصائح أمنية	لمسة شفاء	مورد و مضرب
08.20	بيتي	أنت أحلى	صحتك في أسنانك	أنت أحلى	الصحة الحيوانية	براعم	
08.30							ضيف الصباح
08.45	أسعار السوق	بساط الريح	أسعار السوق	خطوة إلى الأمام	أسعار السوق	أصولها عربية	فسحة للضحك

فهرس المحتويات

مقدمة

الباب الأول :المقاربة المنهجية والنظرية للبحث

الفصل الأول :الإطار المنهجي للبحث

1. إشكالية البحث و حدودها..... ص 08
2. أهمية البحث..... ص 14
3. أسباب اختيار الموضوع..... ص 14
4. أهداف البحث..... ص 15
5. منهج البحث..... ص 16
6. ميدان البحث، أدواته وحدوده ص 19
- 1.6 ميدان البحث..... ص 19
- 2.6 أدوات البحث..... ص 23
- 3.6 حدود البحث..... ص 29
7. مفاهيم البحث..... ص 31
8. الأدبيات السابقة..... ص 41

الفصل الثاني: الصحفي والمقاربات الاجتماعية والمهنية..... ص 57

1. مفهوم القائم بالاتصال أو (المرسل) ص 58
2. الصحفي والمفاهيم المرتبطة به..... ص 63
- 1.2 الأداء المهني..... ص 63

2.2	الرقابة.....	ص 63
3.2	التأثير.....	ص 64
4.2	الضبط الاجتماعي.....	ص 65
5.2	الذاتية والموضوعية.....	ص 66
3.	حقوق القائمين بالاتصال وواجباتهم والشروط الواجب توافرها فيهم.....	ص 70
1.3	حقوق وواجبات القائم بالاتصال.....	ص 70
1.1.3	حق الممارسة.....	ص 70
2.1.3	حدود الممارسة.....	ص 70
3.1.3	الجزاءات والعقوبات.....	ص 71
4.1.3	الحق في التنظيم المهني	ص 72
5.1.3	الأخلاقيات المهنية	ص 72
2.3	الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال.....	ص 76
1.2.3	توافر مهارات الاتصال.....	ص 76
2.2.3	الاتجاهات الايجابية للقائم بالاتصال نحو نفسه والموضوع والمتلقي.....	ص 76
3.2.3	معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه.....	ص 77
4.2.3	المكانة السامية للقائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي.....	ص 77
4.	القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه:.....	ص 79

1.4	التأثير الهامشي:	ص 80
1.1.4	الضمير الصحفي	ص 80
2.1.4	قيم القائم بالاتصال.....	ص 80
2.4	التأثير المركزي:	ص 80
1.2.4	النظام السياسي.....	ص 80
2.2.4	النظام الاجتماعي	ص 81
3.2.4	قاعة التحرير وسياسة المؤسسة.....	ص 82
5.	نشأة وتطور دراسات المرسل.....	ص 83
6.	أهمية دراسات سوسيولوجية المرسل ومكانتها في حقل البحوث الاتصالية..	ص 89
7.	البحوث السوسيو مهنية للصحفيين.....	ص 93
الفصل الثالث: التوجيه الاجتماعي والمهني للأخبار والعوامل المؤثرة... ص 105		
1.	الكادر البشري.....	ص 108
2.	سياسة المؤسسة الإعلامية وتوجهاتها العامة.....	ص 114
3.	تأثير المصادر الصحفية.....	ص 123
1.3	مركزية المصادر ومحدوديتها.....	ص 127
2.3	احتكار المعلومات في المجتمع	ص 129
3.3	العلاقة بين الصحفي والمصدر.....	ص 130
4.3	صعوبة الوصول إلى المصادر.....	ص 133

4. طبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة..... ص 133

5. الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع..... ص 138

الفصل الرابع: الإعلام الجوّاري والإذاعات الجوّارية في الجزائر..... ص 142

1. مفهوم الإعلام الجوّاري..... ص 144

1.1 مفهوم الجوّارية ص 144

2.1 علاقة المحلي بالإعلام..... ص 146

2. المجتمع المحلي والصحافة الجوّارية..... ص 148

1.2 المجتمع المحلي..... ص 148

2.2 الصحافة الجوّارية..... ص 150

1.2.2 مميزات الصحافة الجوّارية..... ص 150

3.2 الإذاعة المحلية..... ص 152

3. الإعلام الجوّاري في الجزائر..... ص 155

4. الإذاعة المحلية في الجزائر..... ص 158

1.4 لمحة تاريخية عن نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.. ص 159

1.1.4 نشأة الإذاعة المحلية ص 159

2.1.4 نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر..... ص 161

2.4 تكاليف وأعباء إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر... ص 170

3.4 تأسيس الإذاعات المحلية الجزائرية ولغة بثها..... ص 173

1.3.4 تاريخ تأسيس الإذاعات المحلية..... ص 173

2.3.4 أوقات البث ولغة الإذاعة المحلية الجزائرية..... ص 175

3.3.4 هياكل وأقسام الإذاعة المحلية الجزائرية..... ص 179

5. الإطار القانوني للإذاعات المحلية الجزائرية..... ص 181

1.5 القوانين التشريعية الخاصة بالإذاعة..... ص 181

2.5 مرسوم الخدمة العمومية..... ص 185

3.5 دفتر الشرط..... ص 190

6. أهمية الإذاعة المحلية ووظائفها..... ص 194

1.6 أهمية الإذاعة المحلية..... ص 194

2.6 وظائف الإذاعة المحلية..... ص 196

7. خصائص ومميزات الإذاعة المحلية..... ص 198

8. الصحفي المحلي، صفاته مؤهلاته وأسلوب عمله..... ص 203

الفصل الخامس: المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية الجزائرية..... ص 207

1. مفهوم المادة الإخبارية وأساليب تحرير الخبر الإذاعي... ص 209

1.1 مفهوم المادة الإخبارية..... ص 209

2.1 أهمية المادة الإخبارية..... ص 210

3.1 أساليب تحرير الخبر الإذاعي..... ص 212

2. مسار الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية ومصادره.... ص 216

1.2 مسار الخبر في الإذاعة المحلية..... ص 216

2.2 مصادر الخبر في الإذاعة المحلية الجزائرية.....	ص 219
3. مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية وطاقم إعدادها.....	ص 222
1.3 مكانة المادة الإخبارية في الشبكة البرمجية.....	ص 222
2.3 الطاقم المكلف بإنتاج المادة الإخبارية في الإذاعة المحلية	ص 226
4. المبادئ العامة للإذاعة المحلية ومكانة اللهجات بالمادة الإخبارية.	ص 228
1.4 المبادئ العامة للإذاعة المحلية الجزائرية.....	ص 228
2.4 مكانة اللهجات في المادة الإخبارية للإذاعات المحلية....	ص 229
5. أصناف البرامج والأنواع الصحفية في الإذاعات المحلية الجزائرية	ص 234
1.5 أصناف البرامج المستخدمة في الإذاعة المحلية.....	ص 234
2.5 الأنواع الصحفية في النشرة الإخبارية بالإذاعة المحلية....	ص 236
الباب الثاني: نتائج العمل الميداني	
1. التحليل الكمي والكيفي لنتائج البحث.....	ص 240
2. الاستنتاجات العامة للبحث	ص 327
خلاصة	ص 336
قائمة المراجع.....	ص 340