جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية
إذاعة الجزائر من مسيلة - نموذجا- 2016

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة :
سعودي أمال

إشراف الأستاذ:
الدكتور اسعيداني سلامي

اللجنة العلمية المناقشة :

الأستاذ	الجامعة	الصفة
أ/ مرزقلال ابراهيم	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	رئيس اللجنة
د/ اسعيداني سلامي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	مقررا ومشرفا
أ/ فقيري ليلى	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	عضوا مناقشا

جوان 2016

بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

" ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين "

قرآن كريم

النحل آية "125"

" قل إن صلاتي و نسكي ومحياي ومماتي لله رب العامين "

قرآن كريم

الأنعام آية "162"

إهـــداء

نهدي هذا البحث وكلي تواضعا إلى ...

- ✓ إلى من حملوا هموم حياتهم في كف , ووضعوا هم مستقبلنا بالكف الآخر , وضحوا بأغلى ما يضحى به من أجل سعادتنا ,,
- ✓ إلى من عظمت دنيانا بقربهم , وسعدت حياتنا برؤيتهم ..إلى "والدي" الغاليان على قلبي ...
- ✓ إلى من وقفوا معي وساندوني في مسيرتي الدراسية وشجعوني على إكمال طريقي
- ✓ إلى كل أفراد عائلتي إخوتي وأخواتي الأعزاء "سعاد ،هشام ، يوسف ، مسعود ، نسيمة ، خالد " كما لا أنسى
- ✓ منبع الفرح والسرور،، روعة ومنصف ،،
- ✓ إلى من تكفلنا باهتمامه وأشرف على دراستنا هذه ,وتحمل معنا ومنا كل جهد لمواصلة طريقنا ومشوارنا الدراسي ,,
- ✓ إلى الأستاذ الدكتور القدير" اسعيداني سلامي"...
- ✓ إلى الذي شاركني أحلامي وأفراحي ومسراتي ...
- ✓ إلى رفيق الدرب , ,
- ✓ إلى أعز صاحب لي في دنيا عز أن أجد فيها مثله , إلى "من يكبرني مودة، رفيق حاضري ومستقبلي ...",
- ✓ إلى الأم الحنون التي احتضنتنا و تكفلتنا بالحفظ والرعاية طوال فترة الدراسة , التي مهدت لنا طريق العلم والمعرفة .. إلى جامعة محمد بوضياف .. حبا وعرفانا...

أمال سعودي

✓شـــكر وتقـــدير

✓

✓**الشكر دائما و أبدا الله عز وجل ,الذي أنعم علينا بنعمة الإسلام , وفرض علينا العلم , الذي من علينا بفضله وكرمه إتمام هذا البحث ...**

✓

✓ونرد بالشكر إلى أستاذنا الفاضل , الأستاذ الدكتور : اسعيداني سلامي , علـى تفـضله بقبـول دراستنا هذه , وعلى ما تحمله معنا ومنا من جهد خلال إشرافه على دراستنا ومتابعة كل ما قمنا به من خطوات في البحث بداية من اختيار الفكرة ,و تعديل خطة البحث , وحتـى وضع اللمسات الأخيرة على إتمام الدراسة , وعلى ما قدمه لنا من نصائح علمية وعملية في مجال الدراسة ...

✓وكثيرون من يستحقون منا الشكر و الاحترام لمساعدتنا في إتمام هذه الدراسـة ,و علـى رأسهم موظفي إذاعة مسيلة الجهوية " الدكتور جلال صلاح الدين " ،و "الأستاذ ياسين غضبان " ,

✓وشكر خاص إلى الأستاذة سعاد ولد جاب الله التي لم تبخل علينا بالنصح والإرشاد

✓وكل الشكر والتقدير منا إلى كل من ساهم في انجـاز هـذه الدراسـة , وإلى كل من أحبنا وأحببناه , وكل من عرفنا وعرفناه,,

✓

✓

✓ الطالبة

الفهـــــرس :

أولا – فهرس الموضوعات	الصفحة
إهـداء	/
شكر وتقدير	/
ملخص الدراسة	/
مقدمة	2
الإطار المنهجي	/
مشكلة الدراسة	3
تساؤلات الدراسة	3
أهمية الدراسة	4
أهداف ونوع الدراسة	5
أسباب اختيار الموضوع	5
تحديد المفاهيم والمصطلحات	6
منهج الدراسة	12
أداة البحث	14
مجتمع وعينة البحث	17
الدراسات السابقة	18
حدود الدراسة	24
الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال والقائم بالاتصال	/
المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للاتصال	21
المطلب الأول : تعريف الاتصال	21
المطلب الثاني : مراحل تطور الاتصـال	22
المطلب الثالث: عناصر الاتصال	22
المطلب الرابع: خصائص الاتصال	23
المطلب الخامس: أنواع الاتصال	24
المطلب السادس :تعريف ووظائف وسائل الاتصال الجماهيري	25
المبحث الثاني: تعريف القائم بالاتصال	26
المطلب الأول:تعريف القائم بالاتصال	26
المطلب الثاني:الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال	28

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للقائم بالاتصال	30
المطلب الأول:نموذج الدور المحايد و المشارك للقائم بالاتصال	30
المطلب الثاني:مفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة	31
المطلب الثالث:مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الإعلامية	32
المبحث الرابع : العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال	33
المطلب الأول: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال	33
المطلب الثاني: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال	36
الفصل الثاني: المؤسسات الإعلامية الإذاعية	/
المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الإعلامية	42
المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإعلامية	42
المطلب الثاني: العناصر الأساسية المكونة للمؤسسات الإعلامية	43
المطلب الثالث: وظائف المؤسسة	45
المطلب الرابع :خصائص المؤسسات الإعلامية	46
المبحث الثاني : المؤسسات الإذاعية	47
المطلب الأول : تاريخ ظهور الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري	47
المطلب الثاني : خصائص ووظائف الإذاعة	48
المطلب الثالث : العمل الإذاعي	50
المطلب الرابع : الإذاعة في الوطن العربي	52
المطلب الخامس : واقع مؤسسة الإذاعة الجزائرية	53
المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر	55
المطلب الأول:تعريف الإذاعة المحلية	55
المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر و مراحل تطورها	55
المطلب الثالث: خصائص الإذاعة المحلية	58
المطلب الرابع : وظائف و أهداف الإذاعة المحلية	59
المطلب الخامس :نماذج لبعض الإذاعات المحلية	61
المبحث الرابع : إذاعة المسيلة الجهوية	62
المطلب الأول: نشأة إذاعة المسيلة المحلية	62
المطلب الثاني: تنظيم وتمويل إذاعة المسيلة	63
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للإذاعة	63
المطلب الرابع : الحجم الساعي للبث في إذاعة المسيلة المحلية	64
المطلب الخامس:أهداف إذاعة المسيلة المحلية	65

الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية	/
المبحث الأول: الدراسة الكمية لبيانات الدراسة الميدانية	68
المبحث الثاني: الاستنتاجات العامة للتحليل الكمي لبيانات الدراسة الميدانية.	84
المبحث الثالث: بيانات المبحوثين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.	89
المبحث الرابع : مناقشة نتائج الدراسة الميدانية	106
خـــــــــاتمة	111
قائمة المـــــــــــراجع	113
المـــــــــــلاحق	119

ثانيا – فهرس الجـــداول

الجدول	عنوان الجـدول	الصفحة
01	يبين تاريخ بدء الإرسال الإذاعي في المناطق العربية	52
02	يبين جنس القائمين بالاتصال	68
03	يبين أعمار القائمين بالاتصال	68
04	يظهر مكان سكن القائمين بالاتصال	69
05	يبين الحالة الاجتماعية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة	69
06	يظهر المؤهل العلمي القائمين بالاتصال	70
07	يوضح تخصص القائمين بالاتصال	70
08	يبين الدخل الشهري القائمين بالاتصال	71
09	يبين فترة العمل للقائم بالاتصال عينة الدراسة	72
10	يوضح شكل ارتباط القائمين بالاتصال بالإذاعة	72
11	يبين نوع العمل للقائمين بالاتصال	73
12	يبين دوافع العمل لدى القائمين بالاتصال	74
13	يظهر كيفية الاختيار للقائمين بالاتصال للعمل في الإذاعة	74
14	يبين التحاق القائمين بالاتصال بدورات تدريبية	75
15	يوضح سبب عدم التحاق القائمين بالاتصال بالدورات	75
16	يظهر رأي المبحوثين في الإمكانيات المتوفرة في إذاعة مسلة الجهوية	76
17	يظهر أهم المشاكل الخاصة للقائمين بالاتصال	77
18	يبين المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال مع العاملين	78
19	يوضح أهم المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة	79
20	يظهر حالة القائمين بالاتصال في الإذاعة	80

21	يبين ابرز النقائص في إذاعة مسيلة	81
22	يوضح السبل لتطوير القائمين بالاتصال في إذاعة المسيلة	81
23	يبين سبل تفاعل المستمعين مع إذاعة مسيلة	82
24	يظهر أهم المقترحات لتطوير الإذاعة	83
25	يبين فترة العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	89
26	يبين شكل الارتباط للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	90
27	يبين نوع العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	91
28	يبين دوافع العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	92
29	يبين كيفية الاختيار للعمل بالإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	93
30	يبين التحاق القائمين بالاتصال بالدورات التدريبية حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.	94
31	يبين كيفية الاختيار للعمل بالإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	95
32	يبين مدى توفر الإمكانيات الفنية للقائمين بالاتصال بالإذاعة حسب متغيري الجنس والحالة الاجتماعية	95
33	يبين نوع العلاقة مع العاملين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	96
34	يبين نوع العلاقة مع الإدارة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.	97
35	يبين تقييم أداء العاملين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	98
36	يبين المشاكل الذاتية للقائمين بالاتصال حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	99
37	يبين المشاكل من العاملين في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	100
38	يبين ابرز النقائص الموجودة في إذاعة مسيلة بالنسبة لعينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.	101
39	يبين سبل لتطوير العاملين في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	102
40	يبين سبل لزيادة التفاعل مع المستمعين في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.	103
41	يبين أهم المقترحات لتطوير العمل الإذاعي في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية	104

ثالثا – فهرس الأشكال البيانية

الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	مخطط تقريبي لكيفية عمل الإذاعة	51
2	الدائرة النسبية رقم (01) توضح جنس القائمين بالاتصال	68
3	الدائرة النسبية رقم (02)توضح أعمار القائمين بالاتصال	68
4	الدائرة النسبية رقم (03) توضح مكان سكن القائمين بالاتصال	69
5	العمود البياني رقم (01) يبين الحالة الاجتماعية للقائم بالاتصال	69
6	العمود البياني رقم (02) يوضح المؤهل العلمي القائم بالاتصال	70
7	الدائرة النسبية رقم (04) يوضح تخصص القائمين بالاتصال	71
8	العمود البياني رقم (03) يبين الدخل الشهري القائم بالاتصال	71
9	الدائرة النسبية رقم (05) يبين فترة العمل للقائم بالاتصال	72
10	الدائرة النسبية رقم (06) يوضح شكل ارتباط القائمين بالاتصال بالإذاعة	73
11	الدائرة النسبية رقم (07) نوع العمل الذي يقوم به القائم بالاتصال	73
12	الدائرة النسبية رقم (08)يبين دوافع العمل القائم بالاتصال	74
13	الدائرة النسبية رقم09)يظهر كيفية الاختيار للقائم بالاتصال	74
14	العمود البياني رقم (04 يبين التحاق القائمين بالاتصال بدورات تدريبية	75
15	الدائرة النسبية رقم (10) يوضح سبب عدم التحاق القائمين بالاتصال بالدورات	76
16	العمود البياني رقم (05) يظهر رأي المبحوثين في الإمكانيات المتوفرة في إذاعة	76
17	العمود البياني رقم (06) يظهر أهم المشاكل الخاصة للقائمين بالاتصال	77
18	الدائرة النسبية رقم (11) يبين المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال مع العاملين	78
19	الدائرة النسبية رقم (12)يوضح أهم المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة	79
20	العمود البياني رقم (07) يظهر حالة القائمين بالاتصال	80
21	الدائرة النسبية رقم (13) يبين ابرز النقائص في إذاعة مسيلة	81
22	العمود البياني رقم (08) يوضح السبل لتطوير القائمين بالاتصال في إذاعة المسيلة	82
23	الدائرة النسبية رقم (14)سبل تفاعل المستمعين مع إذاعة مسيلة	82
24	الدائرة النسبية رقم (15)يظهر أهم المقترحات لتطوير الإذاعة	83

مقدمة:

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو المحطة الإذاعية أو المحطة التلفزيونية تشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها ، ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن تعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات ، والمراكز أو المناصب التي تنفذ فعلا تلك القرارات وطبيعة القائم بالاتصال ، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال.

والواقع انه من الصعب علينا أن نفسر السبب في إهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال وعلينا أن لا نقف عند تأثير الرسالة الإعلامية لان القائم بالاتصال لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة ليس معنى هذا أن الباحثين لم يكتبوا عن رجال الإعلام القدامى ، فالواقع أن تاريخ الصحافة حافل بتاريخ حياة إعلام الصحافة في الوطن العربي وفي الجزائر بشكل مشار إليه في دراستنا ، كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل الإذاعة أو أسلوب عملها لطلبة الإعلام والاتصال ولكن الذي نقصده هنا القيام بتحليل وسائل الإعلام كمؤسسات لها وظيفة اجتماعية ودراسة دور ومركز العامل بالإذاعة ، أي الإعلامي والظروف أو العوامل التي تؤثر على اختيار مضمون البرامج الإذاعية .

واخترنا إذاعة مسيلة الجهوية للوقوف على واقع عمل القائم بالاتصال فيها والإحاطة بجميع ظروف العمل.

ولقد تناولنا هذا الموضوع من خلال خطة البحث التي شملت على **الإطار المنهجي** و فيه قدمنا مشكلة الدراسة و تساؤلاتها و أهمية، أهداف، نوع الدراسية، أسباب اختيار الموضوع،... و انتهاء بالدراسات السابقة.

أما عن **الإطار النظري** فقد شمل فصلين: الأول بعنوان: **مدخل إلى الاتصال و القائم بالاتصال** و يضم أربع مباحث تتحدث عن ماهية الاتصال، تعريف القائم بالاتصال، النماذج المفسرة لدور القائم بالاتصال و صولا إلى العوامل التي تأثر على القائم بالاتصال.أما الفصل الثاني بعنوان : **المؤسسات الإعلامية الإذاعية** الذي شمل أربعة مباحث تناولنا من خلالهم المؤسسة الإعلامية و الإذاعية ، الإذاعة المحلية بالجزائر إذاعة مسيلة الجهوية نموذجا.

أما في **الإطار التطبيقي** قمنا بالإجابة على تساؤلات الدراسة في فصل واحد تحت عنوان : **نتائج الدراسة الميدانية** التي تناولت القائم بالاتصال بإذاعة مسيلة الجهوية وضم أربع مباحث: الأول أدرجنا فيه الدراسة الكمية

مقدمة

لبيانات الدراسة الميدانية، أما الثاني تناول الاستنتاجات العامة للتحليل الكمي لبيانات الدراسة الميدانية ، والمبحث الثالث قدمنا فيه بيانات المبحوثين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.وجاء المبحث الرابع على شكل مناقشة نتائج الدراسة الميدانية حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية،كما تضمن توصيات للنهوض بالعمل الإذاعي في إذاعة مسيلة الجهوية

– مشكلة الدراسة

تكمن في التعرف على الواقع المهني والأكاديمي للقائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية والوقوف على السمات والخصائص التي يتمتعون بها والمشاكل التي يوجهونها والمقترحات التي يرون أنها يمكن أن تسهم في تطوير إذاعتهم.

وبناءا على ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

– إلى أي مدى يؤثر الوضع السوسيومهني للقائم بالاتصال في إذاعة مسيلة على تصوره للممارسة المهنية؟

– تساؤلات الدراسة

لقد تم بلورة مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية :

- ما الواقع الأكاديمي للقائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية ؟
- ما الواقع المهني للقائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية ؟
- ما الواقع السوسيومهني للقائم بالاتصال ؟ ما مدى اهتمام القائمين بالاتصال في الإذاعة في تطوير قدراتهم الذاتية و تحسين أدائهم المهني ؟
- ما هي اقتراحات القائمين بالاتصال لتحسين أدائهم المهني ؟ وما هي السبل الكفيلة بذلك ؟

– أهمية الدراسة

إن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر الباحثين أهم العناصر الحاكمة في عملية الاتصال الجماهيري مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الإعلامية بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة ، لهذه الأسباب وغيرها اخترنا نحن القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية دراسة ميدانية في إذاعة مسيلة الجهوية موضوعا لهذه الدراسة ، إذ تعد الممارسة المهنية للقائم بالاتصال من أهم القضايا التي يجب أن يوليها الباحثون اهتماما كبيرا في الدراسات الصحفية المعاصرة ،إذ يؤكد أساتذة الصحافة أن الوظيفة الإعلامية من الوظائف الأساسية التي لا يمكن للصحافة أن تقوم لها قائمة بدونها وتظل الوظيفة الإعلامية لأسباب عديدة محور الاهتمام الأساسي لأي وسيلة إعلامية تريد أن تأخذ مكانتها الهامة والمؤثرة في المجتمع محليا وعالميا.

– أهداف و نوع الدراسة

أولا: أهداف الدراسة

1 -تهدف الدراسة إلى التعرف على السمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية من حيث خصائصهم الاجتماعية والمهنية وتوجهاتهم الأيديولوجية ، ورصد العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال لعملهم ولنوعية العلاقات القائمة بين القائم بالاتصال – المصدر والقائم بالاتصال – الرؤساء.

2 -كما تهدف الدراسة إلى التعرف على سمات العاملين بالإذاعة المحلية بمسيلة ومعرفة مدى حرصهم على تطوير مهاراتهم وقدراتهم الذاتية في هذا المجال ورصد المشاكل والعقبات التي تواجههم أثناء تأديتهم عملهم المهني والخلوص إلى سبل حل هذه المشاكل.

ثانيا: نوع الدراسة

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد ، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلق بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها ، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض سببية محددة مسبقا كما قد تستهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظاهرات[1] ، التي تسعى إلى وصف الظاهرة موضوع الدراسة والتعمق في دراستنا وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج يعتد بها في إحداث التعديلات المطلوبة والمرغوبة للارتقاء بمستوى الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال[2].

– أسباب اختيار الموضوع

إن اختيار موضوع بحث وتحديد إشكاليته يكون نتيجة لمجموعة من الأسباب ، ولقد كانت الأسباب مقسمة إلى ذاتية وأخرى موضوعية والتي نلخصها فيما يلي :

1 -أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالقائم بالاتصال في الإذاعة المحلية وكيف يعمل.
- الميل الشخصي للإذاعة المحلية .
- الفضول هو احد الأسباب التي دفعتني إلى محاولة معرفة واقع عمل القائم بالاتصال في الإذاعة.

[1] – سمير محمد حسين: **بحوث الإعلام " الأسس و المبادئ** " ، ط1، القاهرة،عالم الكتب للنشر والتوزيع، ص 123.

[2] – عبد الله محمد زلطة: **القائم بالاتصال في الصحافة " دراسة نظرية و ميدانية** " ، ط1، الهرم، الدار العالمية للنشر والتوزيع،2007، ص 33.

2 -أسباب موضوعية :

- الأهمية التي تتبوؤها دراسات القائم بالاتصال في العملية الاتصالية
- قلة الدراسات الإعلامية المتعلقة بالقائم بالاتصال
- نقص الدراسات الإعلامية المتعلقة بالقائم بالاتصال في الجزائر، رغم وجود جهود في هذا المجال
- الرغبة في إثراء وتدعيم الدراسات الإعلامية للقائم بالاتصال وتسليط الضوء عليه في المؤسسة الإذاعية والتي بقيت الدراسات المتعلقة به شبه نادرة والتي لم تنل حظها من البحوث والدراسات الإعلامية
- خصوصية الإذاعة كوسيلة إعلامية، والتي رغم ظهور العديد من الوسائل الإعلامية استطاعت التكيف والتأقلم مع هذه التطورات التكنولوجية وذلك بفضل عمل القائم بالاتصال والجهود التي يبذلها.

3 -أسباب أخرى:

1 -في الوقت الذي ركزت فيه العديد من الدراسات الإعلامية على تأثير المادة الصحفية على المتلقي من خلال مضمونها،فإنها لم تجر إلا دراسات قليلة جدا على القائمين بإنتاج الرسالة الإعلامية في الجزائر، وهو ما يسمح باختيار بعض القضايا النظرية المتعلقة بمعايير اختيار ونشر الأخبار وادوار القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية والخلفية الاجتماعية والاقتصادية والانتماء السياسي والمصادر والجمهور وعلاقة كل ذلك بنوعية المضمون وبتوجهات القائمين بالاتصال في إنتاجهم للمادة الإعلامية

2 -الوقوف على أوضاع الإعلاميين بالمؤسسات المحلية ومدى كفاءتهم في القيام بواجبهم المهني والضغوط التي يتعرضون لها والمشاكل ومحاولة وضع حلول لها.

-تحديد المفاهيم والمصطلحات

1-الاتصال

أ/ تعريف الاتصال لغة : كلمة اتصال باللغة الإنجليزية Communicationمشتقة من الكلمة اللاتينية Communareوالتي تعني جعل الشيء عاما ومشتركا To makecommun، أو تقاسم to shireأو نقل To transmiteومعنى ذلك أن لفظ الاتصال في اللغة الإنجليزية يعني مقاسمة المعنى وجعل ه عاما بين شخصين أو مجموعة جماعات [1] ، وفي لفظ الاتصال في القواميس معناه الصلة وبلوغ الغاية أو بمعنى أشاع أو أذاع الشيء.

الاتصال في اللغة العربية: هو الوصلة بين شيئين، أي علاقة الشيء بالشيء.

[1] – صلاح الدين محمد عبد الباقي: **السلوك التنظيمي (مدخل تطبيقي معاصر)**، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2003، ص 276.

الاتصال في اللغة الفرنسية : كلمة اتصال يقابلها مصطلح Communication ، المشتق من الكلمة اللاتينية : Communis أي Commun – مشترك ، للتعبير بذلك عن ما مفاده إقامة رسالة مشتركة مع شخص أخر، أو جماعة أخرى.

دائرة المعارف البريطانية : عرفت الاتصال بأنه أسلوب تبادل المعاني بين الأشخاص من خلال نظام متعارف عليه من الإشارات في حين عرف قاموس المورد الاتصال ، بأنه تبادل الأفكار والآراء والمعلومات عن طريق الكلام والكتابة أو الإشارة سواء في شكل إيماءات أو ذبذبات سمعية أو سمعية بصرية سلكية كانت أو لا سلكية .أما موسوعة كلي فعرفت الاتصال بأنه " الدخول في علاقة مع طرف ، أو أطراف أخرى وهو التعريف نفسه الذي قدمته موسوعة لروس" إلى المصطلح والذي ذكرته بشأنه :" أن نكون في علاقة خاصة ، أو رسمية مع جهة أو جهات عديدة[1].

ب/تعريف الاتصال اصطلاحا: يعرف كارل هوفلاند الاتصال بأنه "العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة"[2].

أما محمد عبد الحميد فيرى الاتصال " بأنه العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة[3] "

وعرفته جيهان احمد رشتي بأنه " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة كائنات حية أو آلات في مضامين اجتماعية معينة ، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين ، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية و الآراء[4].

2– القائم بالاتصال:

أ: تعريف القائم بالاتصال

تعرف المدرسة الفرنسية القائم بالاتصال بلفظ " الوسيط " بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة بينما الصحفي – وفقا لاتجاهاته – يلعب دورا تفاوضيا بين صاحب المعلومة المصدر و بين الجمهور المستقبل في حين أن لفظ القائم بالاتصال لا يضفي – من وجهة نظر المدرسة الفرنسية – إلا جزئية

[1] – احمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال**، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005،ص ص 203، 204

[2] – حسن عماد المكاوي/ ليلى حسين السيد: **الاتصال و نظرياته المعاصرة**،ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبناني، 1998م، ص24.

[3] – محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، القاهرة، عالم الكتب، 1998م، ص21.

[4] – جيهان احمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978م، ص51.

من العمل الصحفي ، والذي هو في حقيقته أكثر تعقيدا ،وذلك من خلال قيام الصحفي بادوار متعددة فهو باحث عن المعلومة ثم هو صانع قرار باختياره لمضمون الرسالة ثم هو في النهاية قائم بالاتصال عندما ينشر الرسالة متوجها بها إلى جمهور ما ،كما يؤيد الدكتور إبراهيم إما لفظ " الوسيط " في إطار حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري ،إذ يقولان: "مهمة الصحفي أو الاتصالي ،تمثيل الأمة و النيابة ، والقيام بدور الوسيط أو الرجل الثالث بين الجماعات المتحاورة،و هو وسيط بين المصدر و الجمهور [1] ". و يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على انه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها وقد يكون هذا الشخص هو المصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها ، وقد يكون المصدر فردا أخر ،كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى إلى الجمهور المتلقين ، وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع[2].

عرف احد خبراء الصحافة القائم بالاتصال الصحفي بأنه "كل من يزاول في منشاة صحفية، العمل الصحفي لقاء اجر، ويتخذ هذا العمل مهنة مختارة له ويقوم بينه وبين المنشاة رابطة العامل بصاحب العمل "، وعرف احد الكتاب الفرنسيين وهو فيليب جيلا رد "الصحفي " بأنه الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه لمزاولة الأعمال الصحفية ويستمد منها الجزء الأكبر من دخله [3]، كما عرفته المدرسة الفرنسية في الإعلام إذ أطلقت عليه لقب الصحفي يقوم بادوار متعددة فهو يبحث على المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه إلى الجمهور ، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور (المتلقي).

ب/التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال:

القائم بالاتصال هو أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات ويلتزم بمسؤولية ما ، في صنع وإنتاج الرسالة الإعلامية والاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير ، القائم بالاتصال في دراستنا هو: **كل صاحب رسالة موجهة لجمهور الإذاعة الجزائرية من مسيلة ويضم بذلك ثلاث أقسام قسم الأخبار وقسم الإنتاج والقسم التقني.**

[1] – عبد الله محمد زلطة: **مرجع سابق**، ص ص 45،46.

[2] – نجوى فوال: **القائمون بالاتصال المركز القومي للبحوث الاجتماعية**، القاهرة، 1992م، ص05.

[3] – عبد الله محمد زلطة: **مرجع سابق**، ص46.

3-الإعلام:

أ/ تعريف الإعلام لغة: كلمة الإعلام مشتقة من العلم ، أي إستعلمه الخبر فاعلمه إياه بمعنى صار يعرف الخبر . والإعلام حسب المنجد الموسوعي لعلوم الإعلام والاتصال تسجيل لإشارة محددة اجتماعيا في نظام صوري شكلي قابلة لان تكون موضوع نشر أو تبادل في مجال الاتصال [1]،كما يستخدم قاموس أكسفورد كلمة presse بمعنى صحافة ، وتعني شيئا مرتبطا بالطبع ،النشر ،الأخبار والمعلومات و journalisme بمعنى الصحافة، و Journaliste بمعنى الصحفي [2].

ب/ تعريف الإعلام اصطلاحا: عرفه العالم الألماني أوتوجروت وقال فيه " الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ، وروحها وميولها ، واتجاهاتها في نفس الوقت [3]"،كما أورد روبرت اسكاربيت تعريفا للإعلام يقول من خلاله بان "الإعلام هو ما ينقل ويستقبل ويزيد في المعلومات" .[4]

4-المؤسسات الإعلامية الإذاعية

أ/المؤسسات الإعلامية :

هي مؤسسات خدمية تقوم على خدمة المجتمع المحلي والعالمي و لو رجعنا إلى وظائف الاتصال سنجدها خدمات مقدمة للمجتمع تقوم به المؤسسة الإعلامية مثل : الوظيفة الإخبارية الإعلامية ووظيفة التنشئة الاجتماعية و وظيفة التربية، و الوظيفة التثقيفية و الوظيفة الترفيهية و وظيفة التكافل، وكل هذه الوظائف هي عبارة عن خدمات تقدمها المؤسسة الإعلامية، ولكن الإعلام بالمعنى المهني الصرف هو صناعة، فالمؤسسة تصنع الصحف أو الصحيفة الالكترونية أو الورقية وهي صناعية اقتصادية بالنسبة للمؤسسة ولكنها بالنهاية خدمة بالنسبة للجمهور المستفيد[5].

---

[1] – هناء حافظ بدوي: **الاتصال بين النظرية والتطبيق**، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2003م، ص14.

[2] – حسن إبراهيم مكي: **المدخل إلى علم الاتصال**، الكويت، منشورات ذات السلاسل، 1995م، ص33.

[3] – عبد اللطيف حمزة: **الإعلام له تاريخه و مذاهبه**، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م، ص23.

[4]- ROBERT ESCARBIT : **Théorie générale de l'information**, Hachette, Paris, 1980,P16.

[5] – فيصل علي فرحان المخلافي: **المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية** ، اليمن، المكتب الجامعي الحديث، 2005م، ص ص 170 ، 171.

ب/ إذاعة مسيلة المحلية :"الحضنة "

هي إذاعة المسيلة الجهوية أو إذاعة الجزائر بالمسيلة ، والتي نقصد بها الإذاعة العمومية المحلية الوحيدة على مستوى إقليم ولاية المسيلة والتي تجسد مفهوم الإعلام المحلي من خلال توجيه برامجها إلى المجتمع المحلي المسيلي، وهم الأفراد الذين يسكنون الإقليم الجغرافي لولاية المسيلة.

ملاحظات:سنقدم فيه بعض التعريفات لمصطلحات وردت في الدراسة

الأداء المهني : هو تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة المهنية وزيادة الهوية الجماعية ، وصياغة رموز تلاؤم السلوك المهني وتطور الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية واهم العوامل التي تؤثر في الأداء المهني : التأهيل –التدريب – الإشراف – العمل أكثر من وظيفة – طرق الالتحاق بالوظيفة – الضغوطات والصعاب التي تعترض العمل – العلاقة بين الزملاء والرؤساء.

الواقع الأكاديمي : هو الكشف عن حصول القائم بالاتصال على شهادة علمية أكاديمية متخصصة في الصحافة والإعلام ، أو في مجال الكتابة للمواقع الإخبارية الالكترونية ، أو حاصل على دورات تدريبية وحاصل على شهادات خبرة في هذا المجال[1].

– منهج الدراسة

تعريف المنهج العلمي:

إن ما نعنيه بمنهج علمي هو مسعى الباحثين والباحثات في كل ميادين العلم وما نعنيه بذلك هو أنهم، وبغض النظر عن خلافاتهم حول المناهج الخاصة التي يستعملونها، يشتركون جميعا في طريقة يفضلونها. هذه الطريقة لها نفس الهدف وهي تعتمد أكثر في المعارف حول العالم. و للقيام بذلك فان كل عضو من المجموعة العلمية ملزمة بإخضاع على محك الواقع كل استدلال نريد من خلاله معرفة هذا الواقع. هكذا يفرض المنهج العلمي في ملاحظة الواقع أقصى حد من الموضوعية الممكنة هكذا أيضا ، تصبح الإجراءات التي تم اختيارها معترف بها من طرف هذه المجموعة على أنها تملك أكثر صلاحية من إجراءات أخرى لإقامة دراسة صحيحة وصارمة للواقع ، ما تصبح أيضا جزء من المنهج[2] .

[1] – أمين وافي:**الإعلام الفلسطيني و الأداء المهنية في انتفاضة الأقصى**، دراسة ميدانية على مراسلين الإذاعة و التلفزيون في فلسطين(رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة الجزائر،كلية الإعلام والعلوم السياسية، 2015.

[2] – موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، ط 2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006م، ص102.

لقد تم اعتماد **منهج دراسة الحالة** لطبيعة الدراسة حيث يعرف بأنه الطريقة التي تعطينا رسم صورة كلية لوحدة معينة في علاقاتها المتنوعة والمتعددة وأوضاعها الثقافية. ويمكن أن تكون الوحدة موضوع الدراسة شخصا أو أسرة أو جماعة أو نظاما اجتماعيا أو مجتمعا محليا أو وطنيا [1] .

- ومنهم من يعرفه بأنه "الطريقة التي يتم بها جمع المعلومات العلمية الخاصة بوحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا أو مجتمعا محليا عالميا بغية التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها من اجل الوصول إلى تعميمات علمية تخص الوحدة المدروسة وعلاقتها بالواحدة المماثلة أو المشابهة لها،كما عرف على انه دراسة متعمقة لنموذج واحد أو أكثر من اجل الوصول إلى تعميمات تخص جميع النماذج المماثلة أو المشابهة [2]،كما عرف منهج دراسة الحالة بأنه : منهج يهتم بتجميع الجوانب المتعلقة بشيء أو موقف واحد على أن يعتبر الفرد ، أو المؤسسة ، أو المجتمع أو أي جماعة ، كوحدة للدراسة ويقوم منهج دراسة الحالة على التعمق في دراسة المعلومات بمرحلة معينة من تاريخ حياة هذه الوحدة ، أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها
- هذا ويتم فحص واختيار الموقف المركب أو مجموعة العوامل التي تعمل بسلك معين في هذه الوحدة ، وذلك بغرض الكشف عن العوامل التي تؤثر في الوحدة المدروسة أو الكشف عن العلاقات السببية بين أجزاء هذه الوحدة ، ثم الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بها وبغيرها من الوحدات المشابهة ومعنى ذلك أن الوحدة التي يقوم الباحث بدراستها في المنهج دراسة الحالة يمكن أن يكون فردا أو أسرة أو جماعة أو مجتمعا كاملا حيث يقوم الباحث بالتحليل العميق للتفاعل الذي يحدث بين العوامل التي تؤدي إلى التعبير والنمو والتطور على مدى فترة معينة من الزمن ، وهذا يعني أن الوحدة موضوع الدراسة قد تكون جزءا من حالة في إحدى الدراسات ويمكن أن تكون هي نفسها حالة قائمة بذاتها في دراسة أخرى [3]،ومن خلال هذه التعريفات فانه يتضح أن منهج دراسة الحالة هو الطريقة العلمية لجمع المعلومات والبيانات لدراسة السيرة لحالة أو أكثر وتطوراتها في الماضي والحاضر. وتكون الحالة عبارة عن فرد أو جماعة أو مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أو مجتمع محلي أو مجتمع عالمي أو مجموعة دول [4].

- **أداة البحث**

تعرف الأداة على أنها "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها ، وهناك كثير من الوسائل والأدوات التي تستخدم في الحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد

[1] – رشيد زرواتي : **مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، ط1 ، الجزائر ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007م، ص 152.

[2] – **نفس المرجع**، ص 153.

[3] – عبود عبد الله العسكري: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ط1،دمشق، دار التميز،2006م، ص177.

[4] – رشيد زرواتي: **مرجع سابق**، ص 153.

لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب والحصول على بيانات علمية [1]، أما عن الأدوات المستعملة، فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات المستخدمة في البحث وتم تدعيمها بأداتي الملاحظة والمقابلة.

1 -**الاستبيان "استمارة الاستبيان "**: اخترنا الاستمارة كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات، والبيانات الميدانية عن الظاهرة موضوع الدراسة [2]، كما تعد هذه التقنية من أكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج المسحي والتي تعتبر وسيلة تقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الأفراد في وقت قصير بهدف الحصول على معلومات ، دقيقة وغالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة ، كما أنها تمتاز بسرعة التنفيذ وقلة التكلفة[3].

ويعرف محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استثارت الأفراد المبحوثة بطريقة منهجية ، ومقننة لتقديم حقائب و أراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة ، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات [4] ويتم تنفيذها عن طريق المقابلة الشخصية أو إرسالها إلى المبحوثين عن طريق البريد العادي أو عبر الانترنيت[5].

تضمنت الاستمارة بدورها 26 سؤالا موجهة لمجتمع البحث، حرصنا على ترتيب الأسئلة وتوضيحها وإعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض أو الحرج. و تضمنت 04 وحدات:

- الوحدة الأولى للسمات العامة وتحتوي على 7 أسئلة
- الوحدة الثانية دوافع و إمكانيات العمل في الإذاعة وتحتوي على 09أسئلة
- الوحدة الثالثة للمشاكل والمعوقات وتحتوي على07 أسئلة
- الوحدة الرابعة للمقترحات تطوير الإذاعة وتحتوي على 3 أسئلة ،تنوعت الأسئلة بين أسئلة مغلقة و أخرى مفتوحة

2-الملاحظة:

هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب ، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية ، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية أي بعبارة

[1] – محمد شقيف : **البحث العلمي " الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية** " ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 1996م، ص 112.

[2] – محمد عبد الرحمان عبد الله محمد بدوي: **مناهج وطرق البحث الاجتماعي**، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002م، ص371.

[3] – موريس انجرس: **مرجع سابق**، ص227.

[4] – محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، ط1، مصر، عالم الكتاب، 1993م، ص183.

[5] – احمد بحوش و موسى معيرش: **مدخل إلى المنهجية العامة**، الجزائر، دار الكتاب الحديث،2009م، ص117.

أدق : هي ملاحظة ليست عامة – كما يفعل الرجل العادي أثناء تجوله في مكان ما – بل في إطار المنهج المتبع . هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة ، ليس بالمعنى التسجيلي السلبي لهذه الجوانب – عبر استخدام الحواس – بل يتعدى إلى تدخل العقل في إجراء المقارنات واستخلاص النتائج [1].

3 -**المقابلة** :

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية . وتعد أكثر الوسائل جمع المعلومات شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث والمقابلة ليست بسيطة بل مسالة فنية [2]،وتعرف بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع أخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث عملي أو الاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج [3]، وأنواعها " مسحية تشخيصية ،علاجية، توجيهية أو إرشادية ".

المقابلات الشخصية أساليب شفوية تكون مباشرة أو عن طريق الهاتف أو مسجلة تقنيا لجمع البيانات –تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد الذين تم سحبهم بكيفية منعزلة غير أنها تستعمل في بعض الحالات إزاء المجموعات من اجل استجوابهم بطريقة نصف موجهة والقيام بسحب عينة كيفية بهدف التعرف بعمق على المستجوبين[4]، وقد استعملنا المقابلة الغير رسمية وهي مقابلة حرة غير مقننة ، والمقابلة الحرة مرنة لا قيود عليها ويمكن تعديل الأسئلة وتبديلها وزيادتها أو نقصها بحسب الظروف وأوضاع المسئولين ، وتشجيعهم على التعبير بحرية[5].

- **مجتمع وعينة البحث**

أ/مجتمع البحث:مجموعة من عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي[6]،أما عن مجتمع البحث في دراستنا هو كل العاملين في إذاعة مسيلة الجهوية

ب / عينة البحث : هي عبارة عن مجموعة من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي[7]، لقد تم الاعتماد على **العينة العمدية** في هذه الدراسة إذ يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة

[1] – احمد بن مرسلي: **مرجع سابق** ، ص ص 203،204.
[2] – موريس انجرس: **مرجع سابق**، ص298.
[3] – عمار بوحوش و محمود الذنيبات: **مناهج البحث العلمي**، ط1، الأردن، مكتبة المنار، 1989م، ص ص 75،76.
[4] – موريس انجرس: **مرجع سابق** ، ص197.
[5] – فيصل علي فرحان المخلافي :**مرجع سابق** ، ص 20.
[6] – موريس انجرس: **مرجع سابق** ، ص197.
[7] – محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، القاهرة، 2004م، ص141.

عمديه ، طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث . مثل دراسة أراء واتجاهات قادة الرأي ، أو القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة.

ما سنتناوله في دراستنا هذه حيث حصرنا عينة البحث بـ : 14 شخص تتوزع مهامهم من رئيس قسم الأخبار ويعمل تحت رأسته 05 صحفيين ورئيس قسم الإنتاج يعمل تحت إمرته 03 مخرجين و 03 منشطين وفي القسم التقني شخص واحد .

- **الدراسات السابقة**

أولا: دراسات تناولت دور القائم بالاتصال كحارس بوابة

ترجع دراسات حارس البوابة عملية انتقاء الأنباء – كما يقول الدكتور سعيد محمد السيد – إلى المعايير الشخصية الخاصة بالقائم بهذه المهمة . وقد استخدم وايت WHTTE هذا التعبير للمرة الأولى سنة 1950 للإشارة إلى أن رجل الأخبار يقوم بالتحكم في نقاط معينة من قنوات تدفق الأنباء ، وكان النشاط الذي ارتبط بهذا المفهوم هو عملية الانتقاء التي يقوم بها الشخص المسئول عن نشرات وكالات الأنباء لاختيار المفردات المناسبة منها للنشر . وقد فوجئ الباحثون أن الأحكام التي أصدرها حارس البوابة أحكام شخصية بشكل واضح، كما فوجؤا بتوافق النتائج التي تم التوصل إليها [1] ، ومن الدراسات العربية التي تناولت دور حارس البوابة . دراسة الباحث يوسف مرزوق التي تناول فيها العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في راديو القاهرة . وطبق الباحث دراسته على حراس البوابات في غرفة الأخبار بالإذاعة المصرية وتوصل في دراسته إلى أن هناك عوامل تؤثر على القائمين بالأخبار في راديو القاهرة:

أ – العوامل السياسية والاجتماعية التي بدأت بتدخل الحكومة من خلال جهاز الرقابة والتدخل بالتعليمات والتوجيهات في حجرة الأخبار.

ب – العوامل التي تتعلق بالضغوط المهنية والقيم الشخصية للقائمين بالأخبار ، والتي اتضحت من الدراسة الميدانية في شكل ضغوط حجرة الأخبار والقيم السائدة فيها وأسلوب العمل بداخلها والنمط الفكري الواحد المتكرر الذي يجعل من القائمين بالأخبار أعضاء واقع بيروقراطي يسود العمل الإخباري في راديو القاهرة .

ج – العوامل المادية والفنية (الإمكانيات) التي تؤثر في العمل الإخباري بقصورها وضعفها .

[1] – سعيد محمد السيد: **الضغوط المهنية و الإدارية على القائم بالاتصال**، المجلة العلمية لكلية الإعلام، العدد الأول، يوليو1989، ص 6.

وأكد الباحث في دراسته أن الضغوط المهنية والاعتبارات الميكانيكية والزمنية تشكل نوعا من القلق والتوتر الناجم عن ملاحقة الأحداث والمنافسة في الحصول على الأخبار ومتابعتها. و قد أوصى الباحث في دراسته بإعطاء الحرية للقائمين بالأخبار في راديو القاهرة لتقديم جميع الأخبار دون خوف ومنحهم حرية اتخاذ القرار في إذاعة الأحداث والآراء على الهواء[1].

ثانيا: دراسات تناولت الأداء المهني للقائم بالاتصال

دراسة قام بها فريق من كلية الإعلام بجامعة القاهرة، و نشرت بعنوان " القائم بالاتصال في الصحافة المصرية". و قد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخريطة الاجتماعية و المهنية لصحفيين المصريين من خلال الاقتراب العلمي لطبيعة العمل الصحفي في مصر، من حيث ظروف مارسته و معايير تقييم الأداء المهني و علاقة الصحفي ورؤسائه ثم مع زملائه في داخل المؤسسات الصحفية، و رصدت علاقات الصحفي خارج المؤسسات الصحفية مع مصادره و مع نقابة الصحفيين و مع قرائه. و قد اهتمت هذه الدراسة – التي تعد من أهم الدراسات الصحفية المصرية التي تناولت دور القائم بالاتصال الصحفي – برصد و توصيف المجتمع الصحفي المصري من الناحية الديموغرافية إلى جانب التنشئة الاجتماعية و مستويات التعليم و الدخول الاقتصادية و الانتماء النقابي و أليلات الأداء المهني، علاوة على استطلاع الصعوبات و المعوقات التي تحول دون ممارسة الصحفي لحقوقه المهنية[2].

1 -دراسة للدكتور عبد الفتاح عبد النبي، تناولت " الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية " ، و لقد ركزت هذه الدراسة على وصف و تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في مجال التغطية الإخبارية للأحداث، و بيان أوجه القوة و مواطن الضعف و القصور في هذا الأداء، و الوقوف على الظروف التي يعمل في إطارها الصحفيون المصريون و تؤثر على ممارساتهم الصحفية و أساليب تغطيتهم للأحداث . و طبق الباحث دراسته على عينة تتكون من 30 من الصحفيين الممارسين الفعليين بجرائد الأهرام و الأخبار الجمهورية ، باعتبارها أكثر رواجا و انتشارا في المجتمع و لصفتها القومية ووظيفتها الإخبارية، و استبعد الصحف الحزبية نظرا لصعوبات و العراقيل التي توضع أمامها في مجال التغطية الإخبارية للأحداث و إضافة لكونها – كما يقول الباحث- صحفا تعنى بالرأي أي وجهات النظر في المقام الأول[3].

2 -دراسة للباحث الفت أغا، تناولت فيها دور القائم بالاتصال في مصر، في عملية التنمية. وقد قامت الباحثة بدراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المصرية بهدف التعرف على القيم و الأفكار

[1] – عبد الله محمد زلطة: **مرجع سابق** ، ص ص 64،65.

[2] – عواطف عبد الرحمان، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل: **القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، مرجع سابق**.ص33

[3] – عبد الفتاح عبد النبي: **الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، مرجع سابق**.ص62

الأساسية التي تحكم وجهة نظر القائمين بالاتصال في هذه الوسائل إزاء قضايا التنمية، و علاقة هذه الأفكار و القيم بعملهم و توجهاتهم المهنية، و تصورهم لدورهم، و لكيفية قيامهم بهذا الدور، و طبيعة المعوقات التي تحول دون قيام القائم بالاتصال بالمساهمة في عملية التنمية[1].

3 -دراسة قام بها الباحث احمد نفادي على عينة من القائمين بالاتصال في الأقسام الإخبارية بصحف الاتحاد و البيان و الخليج بدولة الإمارات العربية المتحدة. و قد تناول الباحث في دراسته تحليل مضمون أخبار الصحف الأولى في الصحف الثلاث خلال عام 1989، كما تناول في دراسته دور القائم بالاتصال في هذه الصحف، حيث طبق استمارة الاستقصاء على مائة صحفي يعملون بهذه الصحف. و قد توصل الباحث في ختام دراسته إلى مجموعة من النتائج ،من بينها أن الصحفيين العاملين في الأقسام الإخبارية يواجهون ضغوطا في العمل، و إن اختفت درجتها. و تشمل على الترتيب: السياسة التحريري ة التي طبقتها الصحيفة، و مصادر الأخبار، و عدم تقدير الرؤساء للجهد المبذول، و زيادة عدد ساعات العمل، و سيطرة الإعلانات و نفوذ المعلنين، و موقف الدولة تجاه بعض القضايا، و افتقار التنسيق بين الأقسام الإخبارية، و عدم تعاون الأقسام الفنية انشر الأخبار التي تصل متأخرة، و تعليمات الرئيس المباشر[2].

4 -دراسة ميدانية قامت بها اللجنة الاجتماعية بمنظمة الصحفيين العالميين عام 1970، حيث تم إعداد استمارة استقصاء حول الوضع الاجتماعي للصحفيين في عدد من الدول الاشتراكية و الرأس مالية و النامية. و تم إرسال استمارات الاستقصاء إلى الصحفيين بهذه الدول مترجمة إلى اللغات الروسية و الانجليزية و الفرنسية و الاسبانية. و قد ركزت هذه الدراسة الميدانية على عدد من القضايا كنظام الدفاع عن الصحفيين و ساعات عملهم و إجازاتهم، ونظام امتيازاتهم، و الضمان الاجتماعي، و العناية بظروف العمل، و الحماية القانونية للصحفيين، ووضعية المنظمات الصحفية المحلية، و غيرها من القضايا التي شملتها هذه الدراسة[3].

5 -دراسة للباحث الأمريكي والتر جليبر Glieber- طبقها على محرري الأنباء الخارجية في 16 جريدة يومية بولاية وسكونسن، تستقبل وكالة اسوشيتدبرس فقط.

---

[1] – الفت أغا: **القائمون بالاتصال و قضايا التنمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري** ، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، قسم الاجتماع، 1990.

[2] – احمد صلاح الدين احمد نفاذي: **أخبار الصحافة الأولى** – دراسة مقارنة في المضمون و القائمين بالاتصال في صف الاتحاد و الخليج و البيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995.

[3] – رادي فاسيليف: **الحالة الاجتماعية للصحفيين**، ترجمة جورج يوسف الشماس، مؤسسة بترا للطباعة و النشر، بيروت 1982، ص 20 وما بعدها.

و قال جليبر في دراسته: " انه يمكن ، بملاحظة الأسلوب الذي يختاره بمقتضاه المحرر أنباءه من الوكالات لعدة أيام قليلة، أن نتنبأ بما قد يختاره هذا المحرر في يوم أخر [1].

و كان الأمر المشترك بين جميع محرري الأنباء التلغرافية، الذين لاحظهم جليبر، أن الضغوط التي فرضها الواقع البيروقراطي و العمل في حجرة الأخبار يعتبر من أقوى العوامل تأثيرا، فمحور الأنباء الخارجية يعمل دائما حسابا للضغوط الميكانيكية في عمله أكثر مم تشغله المعاني الاجتماعية ووقع الأخبار. و تقول الدكتورة جيهان رشتي أن دراسة والتر جليبر أظهرت حقيقتين تبعثان على القلق:

أولا: إن محور الأنباء الخارجية كان في سلوكه الاتصالي سلبيا و لا يلعب دورا فعالا كقائم للاتصال، فهو لا يدرس بشكل انتقادي الأنباء التي تصله برقيا. و قد تختلف دوافعه على المخبر الذي ينتقل من مكان إلى أخر لكي يجمع الأخبار، و يؤثر هذا بالتالي على ما يختاره المحرر من أنباء.ثانيا: إن محرر الأنباء الخارجية كقائم للاتصال ليس لديه إدراك حقيقي لطبيعة جمهوره، و لهذا فهو لا يتصل بذلك الجمهور في واقع الأمر [2].

6 -دراسة للباحث الأمريكي وارين بريد Breed قدم فيها تحليلا للضبط الاجتماعي داخل غرفة الأخبار. و درس بريد المحررين بسياسة الجريدة التي يعملون بها ، حيث أجرى مقابلات مع 120 محررا و اكتشف أن المحررين الجدد لم يبلغوا رسميا بسياسة الجريدة، و لكنهم عملوا بها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تتم داخل غرفة الأخبار. و لاحظ الباحث انه لا توجد جريدة ، ممن طبق عليها دراسته، قامت بإعداد برنامج تدريبي للصحفيين الجدد بها، و حينما كان الصحفيون يسالون كيف يعرفون السياسة التحريرية، كانوا يجيبون بأنهم يعرفونها ب الاستيعاب التدريجي بدون تعليم مباشر [3].

ثالثا: دراسات تناولت الإعداد الأكاديمي و المهني للقائم بالاتصال

1 – دراسة للباحثة ناهد أبو العيون حول تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي و التدريب المهني للصحفيين ،وقد استهدفت هذه الدراسة الوقوف على خصائص تجربة مصر في الإعداد للقائم بالاتصال. و قامت الباحثة بدراسة دور الأقسام العلمية و المعاهد و الكليات الجامعية التي اختصت بتدريس الصحافة و الإعلام في مصر و دورها في الإعداد الأكاديمي للصحفيين منذ نشأتها عام 1935 و تقويم الدور الذي قام به كل منها في هذا الإعداد، كما تناولت الباحثة في دراستها التدريب المهني للصحفيين و تأهيلهم المستمر. و خلصت الباحثة في دراستها إلى عدة نتائج و من بينها:

[1] -Walter Glieber : **Across the desk** : Astudy of Telegrph Edition. Jurnalism Quarterly, 1956. P 82.

[2] – جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، **مرجع سابق** ،ص 296.

[3] – جيهان رشتي، **نفس المرجع**، ص 335.

- اشتركت الوحدات الأكاديمية التي تتولى تأهيل الصحفيين بالجامعات المصرية في بعض الخصائص و الظروف، و كذلك في بعض الصعوبات مثل النقص الشديد في مقوماتها البشرية من أعضاء هيئة التدريس في التخصصات العلمية المختلفة
- في مجال التدريب المهني، لا يعبر واقع النشاط التدريبي المحدود للصحفيين في القاعات التحريرية عن حجم اهتمام الأوساط الصحفية في مصر على المستوى الرسمي و المؤسسات الصحفية بأهمية التدريب.
- غياب التخطيط العلمي للدورات التدريبية للصحفيين.

2 – دراسة للباحث يحي جاد الله إبراهيم، حول أنماط الإفادة من جانب الصحفيين المصريين، و قد أكد الباحث في دراسته أن الصحفي المصري يعاني من ضعف التأهيل في النواحي الفنية و المتخصصة في مجال الإفادة من المعلومات. و يعود هذا الضعف إلى الصحفي أولا، ثم المحيط بالعمل الصحفي. و يذكر الباحث أن الصحفي المصري م بين 15-18 ساعة يوميا للحصول على المعلومات و الأخبار بكل الطرق و الوسائل الممكنة و المتوافرة له، و هي في الغالب غير متوافرة و لا موجودة، و يقول الباحث أن هناك نسبة تصل إلى 59.6% من الصحفيين يسعون للحصول على المعلومات و لا يجدونها إلا في مصدر واحد هو السفارات الأجنبية بالدولة و البعثات الدبلوماسية و المراكز الثقافية الأجنبية ، و ركز الباحث في دراسته على قضية تدريب الصحفيين وقال: أن الصحفي في حاجة إلى التدريب المستمر للتعرف على كيفية الإفادة من مصادر المعلومات المتاحة و خدمتها و تحقيق الاستثمار الأمثل لتلك الموارد،و اقترح الباحث في ختام دراسته تدريب الصحفيين على استخدام التكنولوجي الحديثة للحصول على المعلومات، و إنشاء قواعد بيانات آلية تيسر للصحفيين الحصول على إجابات لاستفساراتهم. المختلفة في جميع المجالات.

3 – دراسة الباحث محمد الحسيني عبد النور الشامي، حول دور المراسل الخارجي لوكالة الأنباء. و قد تناول الباحث قضية تدريب المراسل للوكالات في الدول النامية وقال إن تدريب الصحفيين في اغلب دول و مناطق العالم الثالث لا يتم بطريقة صحيحة، و في معظم الأحوال لا يتم على الإطلاق. و قد أوصى الباحث في ختام دراسته بوضع نظام جديد لتدريب الصحفيين العاملين بالوكالات على أساس دوري، و عدم قبول المتقدمين للعمل الصحفي بوكالة أنباء الشرق الأوسط إلا بعد اختبارات قاسية تؤكد اهتمامهم بالعمل في وكالة أنباء و شغفهم بالمهنة و إجادتهم لإحدى اللغات الأجنبية. [1]

[1] جيهان رشتي: **نفس المرجع** ،ص 336.

- **حدود الدراسة**

أولا: المجال المكاني

- ❖ أجريت هذه الدراسة بإذاعة مسيلة المحلية.
- ❖ مقرها بدائرة المسيلة ولاية المسيلة.
- ❖ يتمثل نشاطها في ضمان استمرارية البث الإذاعي.
- ❖ و تضم المؤسسة الإذاعية العديد من الأقسام (الإدارة، الإنتاج، الأخبار، التقني).
- ❖ و قد قمتنا باختيار هذه الإذاعة بالذات كمجال لدراسة واقع القائمين بالاتصال في إذاعة محلية كنموذج.

ثانيا: المجال الزمني

تم الشروع في انجاز هذه الدراسة الميدانية من بداية شهر جانفي 2016 إلى نهاية شهر افريل و تنقسم فترة الانجاز إلى جانبين:

1 - **الجانب النظري**: استمر فيه البحث طوال الفترة الممتدة من بداية شهر جانفي 2016 إلى نهاية شهر افريل.

2 - **الجانب الميداني**: استمر فيه البحث طوال الفترة الممتدة من بداية شهر فيفري إلى أواخره كما ينقسم إلى:

المرحلة الأولى: الزيارات الاستطلاعية دامت حوالي أربعة (04) أيام.

المرحلة الثانية: جمع المعلومات التي دامت ثلاثة (03) أيام تم فيها إجراء عدة مقابلات مع رئيس قسم الإنتاج و عدد من المسؤولين،كما تم في مرحلة لاحقة توزيع الاستمارات على مفردات الدراسة و دامت مدة تفريغها يومان.

ثالثا: المجال البشري

انحصر على مجموعة من العاملين في إذاعة مسيلة المحلية و بالتحديد على 14 فردا باختلاف أدوارهم موزعين على عدة أقسام ممثلين لأفراد عينة الدراسة .

الفصل الأول:
مدخل إلى الاتصال والقائم بالاتصال

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للاتصال

المبحث الثاني: تعريف القائم بالاتصال

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للقائم بالاتصال

المبحث الرابع : العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال

خلاصة

تمهيد:

تعد المؤسسات الإعلامية شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، حيث أن كل مؤسسة عبارة عن نظام معقد ، فحينما ندرس ما يحدث داخل أي مؤسسة إعلامية جريدة أو إذاعة أو تلفزيون لاحظ مدى تعقد و تشابك أعمالها من اتخاذ قرارات مهمة و حظيرة أحيانا في مجال العمل الإعلامي و نظرا لأهمية تلك القرارات للممارسة المهنية للقائم بالاتصال استوجب علينا التعرف على الاتصال و النماذج المفسرة له و العوامل التي تؤثر عليه وهذا ما سنتطرق له في هذا الفصل من خلال أربع مباحث.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للاتصال

المطلب الأول: تعريف الاتصال

تعرف كلمة " اتصال " لغة واصطلاحا في نماذج عديدة لبعض المهتمين بالاتصال كعملية اجتماعية.

إن كلمة الاتصال المترجمة عن الإنجليزية (Communication) مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية (Communis) التي تعني الشيء المشترك وفعلها (Communiçare) أي يذيع أو يشيع و الاتصال لغويا ، في القواميس العربية ، كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية . أما قاموس اوكسفورد فيعرف الاتصال بأنه نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة أو الإشارات.

ويعني "الاتصال "فنيا ،حسب " ريكارد اندي"(Rickard Indy)" عملية يقصد مصدر نوعي بواسطتها ،إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي "أي انه عملية مقصودة ، هادفة وذات عناصر محددة ".

وهي معاني شبيهة بالمعاني الاصطلاحية الأخرى كما سنرى فيما يلي:

يرى عالم الاجتماع " تشارلز كولي " بان الاتصال يعني " ذلك الميكانزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان [1] "

أما " بيرلسون وستاينر " (Berelson, Stein) فقد عرفا الاتصال بأنه : عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب ، أما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو يثير السلوك . وقد وصف "روجرز وكنكايد "(Rogers , Kincaid)الاتصال بأنه " العملية التي يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا فهم مشترك " [2]،أما الاتصال بالنسبة لـ "جورج لندربج " ، فهو نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء أخر يعمل كمنبه للسلوك.

أما الباحث " كارل هوفلاند " فيرى بان الاتصال هو العملية التي ينقل عمدا بمقتضاها مرسل منبهات لكي يعدل سلوك المستقبلين ،وعلى عكس ذلك يرى " ادوارد سابير " بان الاتصال في الحالات التي لا يكون فيها نقلا متعمدا للمنبهات . وهناك من يرى ، مثل "ستيفنز " ، بان الاتصال يشير أيضا إلى التفاعلات غير البشرية حينما يسمى في تعريفه المرسل أو المستجيب كائن حي ". وهناك من يوسع دائرة الاتصال إلى الكائنات

[1] – فضيل دليو: **الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله** ،ط1، القاهرة، دار الفجر النشر والتوزيع، 2003، ص ص 15 ، 16.

[2] – **المرجع نفسه** ، ص 16.

غير الحية ومنهم "نوبرت وينر " إذ يعرف الاتصال بشكل أوسع جعله يتضمن التفاعل بين الآلات أيضا ، فيقول بان الاتصال يتضمن كل الإجراءات التي يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشري على أخر ، أو على جهاز أخر[1].

المطلب الثاني : مراحل تطور الاتصال

المرحلة الأولى: (عصرا لإشارات والعلامات) في هذه المرحلة مارس الإنسان البدائي الاتصال خلال عدد محدود من الأصوات مثل: الصراخ، العويل، الزمجرة...الخ.

المرحلة الثانية: (عصر التخاطب أو اللغة) ظهرت الكتابة خلال فترة مابين 35 و 40 سنة مضت وقد ساعدت على تمكين الإنسان من التأقلم مع بيئته الطبيعية و الاجتماعية.

المرحلة الثالثة: (عصر الكتابة) و قد مرت بعدة مراحل وهي الكتابة تصويرية ثم الكتابة على أساس النطق أي صوتية ثم كتابة الألف بائية وهي من أهم المنجزات الجنس لبشري.

المرحلة الرابعة:(عصر الطباعة) و تعد أبرز الابتكارات البشرية في كل العصور حيث أنها تؤثر على تعبير و نقل أفكار على نطاق واسع و التغلب على المسافة بسهولة للقارئ.

المرحلة الخامسة: (عصر الاتصال الجماهيري) هذا العصر ظهور عدة وسائل اتصال في القرن 19 حيث أصبحت الوسائل التقليدية لا تلبي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي ومن أهم وسائل الاتصال: التلفاز، الإذاعة، الهاتف...الخ.

المرحلة السادسة: (عصر الاتصال التفاعلي) شهد النصف الثاني للقرن 20 أشكال عديدة لتكنولوجيا الاتصال من بينها الأقمار الصناعية، الاتصالات الرقمية، خدمات الهاتف النقال، عقد مؤتمرات عن بعد[2].

المطلب الثالث: عناصر الاتصال

ربما تكون أكثر الطرق شيوعا في النظر لعملية الاتصال بصورة منتظمة . تتمثل في الرجوع إلى النموذج الشهير " لهارولد لاسويل " ، والذي يحوي التساؤلات : من يقول ؟ ماذا يقول ؟ بأي وسيلة ؟ وبأي تأثير ؟ و لذلك يمكن أن نقول – في أن وضع اتصالي – أن هناك مصدرا يصنع الرسالة، ويبثها عبر قناة، إلى جمهور مستمعين.

ثم أضاف البعض بعد ذلك، تساؤلا مهما عن رد الفعل عند المستقبلين. أو رجع الصدى " للرسالة". وعلى ذلك تصبح عناصر العملية الاتصالية هي :

[1] – حسن عماد المكاوي/ ليلي السيد: **الاتصال و نظرياته المعاصرة**، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبناني، 1998 ،ص ص 91 ،107 .

[2] – إبراهيم عبد الله المسلمي: **نشأة وسائل الإعلام وتطورها**، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي،2005، ص 31.

1 -**المصدر** (**المرسل**): Source وهو ذلك الشخص الذي لديه الرغبة في مشاركة الآخرين لمشاعره و أفكاره.

2 -**الرسالة** (Message أي الأسلوب الذي تخرج به الفكرة من المرسل إلى هؤلاء الذين يودون أن يشاركوا فيها.

3 -**الوسيلة** Media(القناة Channel) :هي الطريقة التي تنتقل بها الرسالة بين المرسل و المستقبل.

4 -**المستقبل** (**المتلقي** : Receiver):ذلك الشخص أو المجموعة المستهدفة من عملية الاتصال و الذي يهدف المرسل أن يشاركه في أفكاره.

5 -**رد الفعل** (**رجع الصدى**): Feedback[1] 2: هي ما نسميه رد الفعل الذي يحدث لدى المستقبل نتيجة عملية الاتصال، وهل حققت التأثير أو الهدف المطلوب أم لا.

المطلب الرابع – خصائص الاتصال

من التعاريف السابقة نستطيع استنتاج عدة خصائص أو مميزات للعملية الاتصالية يمكن تلخيصها فيما يلي :

- إن الاتصال له مستقبل ومرسل، وهدف الأخير في العملية هو التأثير على المستقبل
- إذا خلا الاتصال من وجود معين ينتقل بين المرسل والمستقبل فلا يمكن القول أن هناك اتصالا ،كما أن هناك ضرورة إتمام عملية الاستقبال للطرف الثاني كشرط لإتمام عملية الاتصال
- إن الاتصال يمكن أن يتم بعدة طرق.
- يهدف الاتصال كذلك إلى تحقيق التكامل والتفاهم بين المتصلين، وهو من بين المهام ذات الاعتبار في المجتمعات الحديثة.
- يتضمن الاتصال نقل المعلومات سواء داخل المؤسسة أو خارجها.
- يتضمن الاتصال الآلاف من الإشارات المحتملة.
- يتضمن الاتصال خلق معنى أو قصد لدى المنصب (المرسل).[2]

المطلب الخامس: أنواع الاتصال

لقد اتضح من عرضنا للبعض التعاريف العامة للاتصال أن هذا الأخير شامل وهادف ، و لأهمية فهم ماهيته لتفعيل تأثيره على المستقبلين اهتم بعض الدارسين بطبيعة الاتصال فحاولوا تصنيفه إلى عدة أنواع ، سنوجز بعضها فيما يلي :

[1] – ناصر حادي عدون: **الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية**، الجزائر، دار المحمدية العامة، 2004، ص ص 15 ، 16 .

[2] – فضيل دليو: **الاتصال مفاهيمه – نظرياته – وسائله**، **مرجع سابق**، ص ص 20 ، 21.

التصنيف الأول: يذهب منير حجاب إلى تصنيف الاتصال إلى أربعة أنواع تبعا لمؤشرات المستخدمة، الاتجاه، درجة التأثير ومصدر الاتصال:

- **الاتصال اللغوي** : وينقسم إلى نوعين لفظي شفوي أو كتابي وغير لفظي إشارات ، صمت ، صور ، رسوم ، نقوش . وهذا لا يعني في الواقع وجود فصل تام بينهما بل يفضل استعمالهما لزيادة فاعلية الاتصال.

- الاتصال وفقا للاتجاه: يصنف كذلك إلى نوعين، في اتجاه واحد : عندما تكون السرعة والنظام مطلوبين أو رغب المرسل ألا تكشف أخطاؤه ، آو ألا يستمع لنقد الآخرين ، أو يرغب حماية قوته وهيبته ... وفي اتجاهين: لزيادة ثقة الأفراد وقدرتهم على فهم الرسالة أو الأثر الذي أحدثته فيهم والسماح بإمكانية تعديل الرسالة بما يخدم الهدف، ومن أمثلة هذا النوع المقابلات والندوات والاجتماعات..الخ.

- أما من حيث درجة التأثير: فيقسمه إلى ثلاث أنواع: شخصي مباشر، وجها لوجه، قنوات وسيطة تنظيمي وهو اخص بالمنظمات ويأخذ أشكالا عديدة: مثل اجتماعات صنع القرارات، اتصالات التوجيهية، برامج التدريب المهني، حفلات التكريم ... و جماهيري وهو أوسعها وأكثرها مدى مماثلة لوسائل الاتصال الجماهيرية.

- وأخيرا فان أنواع الاتصال وفقا لطبيعة مصدره : نوعان : رسمي يرتبط بالبناء التنظيمي وهو إما صاعد أو هابط أو أفقي وغير رسمي يتم خارج المسارات الاتصالية الرسمية وهو إما للاتصال الرسمي أو معيق له .

التصنيف الثاني : حيث يصنف إبراهيم أبو عرفوب الاتصال الإنساني حسب وسائله ودرجة تأثيره إلى خمسة أنواع هي : الاتصال الذاتي ، الشخصي ، التنظيمي ، الجماهيري وما بين الثقافات . وفيما يلي توضيح ذلك :

- **الاتصال الذاتي أو داخل الفرد** : مرسله الحواس ورسالته النبضات الالكتروكمياوية.
- **الاتصال الشخصي أو بين الأشخاص** : وهو الاتصال الذي يتم مباشرة وجها لوجه بين مرسل أو مرسلين ومستقبل أو مستقبلين دون قناة وسيطة وفي الاتجاهين .
- **الاتصال التنظيمي**: ويتمثل في مختلف أنواع الاتصال التي تتم داخل المؤسسة . وهو إما أن يكون رسميا هابطا ، صاعدا واقفا أو غير رسمي .
- **الاتصال الجماهيري**: وهو اتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض.
- **الاتصال ما بين الثقافات** : ويتم بين أعضاء ثقافات مختلفة بغية التفاهم ، التثاقف أو الغزو والهيمنة الثقافية . وغالبا ما يكون عن طريق قنوات فردية وجماعية ومنظمة وغير منظمة مثل السفراء ، الملحقون الثقافيون ، التجار ، السياح ، البعثات الدراسية والرياضية والثقافية ، المعارض ، الكتب ، الصحف والمجلات ، الإذاعات ، وكالات الأنباء ، التلفزيونات ، الأقمار الصناعية والشبكات الجهوية والعالمية للاتصال.

و هناك بالطبع أنواع أو مستويات أخرى لم يشملاها هذان التصنيفان، مثل "الاتصال الجمعي " الذي يتحدث فيه المتصل إلى الأفراد كمجموعة وليس إلى كل فرد في المجموعة، أو الاتصال بين العبد وخالقه أو العكس الدعاء، الوحي....الخ[1].

المطلب السادس – تعريف ووظائف وسائل الاتصال الجماهيري.

أولا: تعريف وسائل الاتصال الجماهيري:

يطلق عليها أيضا اسم وسائل الإعلام أو وسائل الإعلام والاتصال كمفهوم أكثر شمولية وهي الوسائل الواسعة الانتشار في مجال تغطياتها . تشمل هذه الوسائل : الصحف ، المجلات ، الكتب ، الإذاعة ، التلفزيون ، السينما ... ، تستطيع هذه الوسائل عبر قنواتها المتعددة مخاطبة عقول الجماهير وتقديم معلومات لجمهور واسع في مجتمعات كبيرة ، لديها فرصة الوصول إلى نقاط بعيدة بفضل التقنيات الضخمة[2].

ثانيا: وظائف وسائل الاتصال الجماهيري : مهما تعددت الوسائل الاتصالية وتنوعت فإنها تؤدي وظائف معينة يذكر منها :

- **الإخبار**: تتمثل هذه العملية في جمع المعلومات والبيانات والصور ونقلها بعد معالجتها.
- **التعليم والتكوين**: بتلقين الخبرات للناس وتنمية المهارات المعرفية لديهم.
- **الإقناع و التأثير**: في أراء ومعتقدات واتجاهات الأفراد.
- **تكوين الرأي العام** : بتدعيم التوافق وبناء إجماع على بعض القضايا لدى الرأي العام.
- **الإرشاد والتوجيه لأجل اتخاذ القرارات المناسبة**: من خلال تغذية المناقشات بالمعلومات وإظهار رأي القادة.
- **نقل الثقافات والقيم** : من خلال التواصل بين الأجيال.
- **التنشئة الاجتماعية** : بتربية الأفراد وإعدادهم لكسب سلوكات ومعتقدات واتجاهات معينة.
- **الترفيه والتسلية**: بالترويج عن النفس وإنقاص التوتر لدى الأفراد[3]

[1] – فضيل دليو: **نفس المرجع** ، ص ص 12 ، 23 .

[2] – محمد منير حجاب: **الإعلام والتنمية الشاملة**، ط2، القاهرة، دار الفجر، 2000، ص ص 144 ، 149 .

[3] – جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985،ص 293.

المبحث الثاني: تعريف القائم بالاتصال

يقوم هذا المبحث بتقديم تعريفات بعض الباحثين للقائم بالاتصال، انطلاقا من أنه يعتبر جزءا مهما في عملية جمع، انتقاء و نشر الأخبار و المعلومات، وسوف نشرح ذلك من خلال العناصر التالية:

1- القائم بالاتصال في المدرستين الفرنسية و الأمريكية.

2- القائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية.

المطلب الأول: تعريف القائم بالاتصال

إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي أهمية كبيرة و دورا فعالا و مباشرا في إنتاج الرسالة الإعلامية لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال. فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دور أساسيا في تحديد نتائج عملية الإقناع[1].

يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على انه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها نو قد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فردا أخر كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة و إرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين[2]،و يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار و المواقع[3].

ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه " احد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، و يتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي محررين، ومندوبين، وكتاب ومراسلين، ومصورين، ورسامين، و أيضا مختصين بالإخراج، و حيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف[4].

ومن هنا يمكن القول بان القائم بالاتصال " هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات منفرد إلى أخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو أي فرد أخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر

---

[1] – محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص 25.

[2] – محمد عبد الحميد: **نفس المرجع** ، ص 91.

[3] – أسماء حسين حافظ: **القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية "دراسة ميدانية"**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد العاشر،2001، ص 113.

[4] – عادل فهمي البيوني: **البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التثقيف الديني للشباب** ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام)1991، ص 7.

الوسيلة الإعلامية[1]. و رغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر كثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري، خاصة في مجال الصحافة، مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة، و الإخبارية بصفة خاصة، إلا أن بداية اهتمام الدراسات الإعلامية بهذا العنصر جاءت متأخرة، إذ يعود بداية اهتمام المدرسة الأمريكية بدراسة القائم بالاتصال إلى النصف الثاني من القرن العشرين حيث لاحظ الدارسون في مجال الإعلام أن الاكتفاء بدراسة المضمون الصحفي لن يتيح إلا دراسات محدودة الأثر لأنها تهمل منتج هذا المضمون ولا توفر معرفة الأسباب والظروف التي على ضوئها تم اختيار هذا المضمون دون غيره من الخيارات المتاحة أمام الصحفيين[2] . و نستطيع أن نرصد البدايات التاريخية لدراسة القائم بالاتصال بدراسة ليوروستن Leo C.Rosten عن مراسلي واشنطن عام 1937 ، والتي تشير إلى أن الصحفيين ذوي التوجه المهني يختلفون في سلوكهم وفي رؤيتهم لذواتهم عن بقية زملائهم. وتعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي أجريت على الصحفيين كقائمين بالاتصال*[3]، ثم تبعتها العديد من الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال، كأحد الأطراف الأساسية في تشكيل الرسالة الإعلامية.

أما بالنسبة لدراسة القائم بالاتصال في المدرسة الفرنسية التي تتبنى بصفة عامة لفظ الوسيط **[4] ، فقد جاءت متأخرة بالمقارنة مع المدرسة الأمريكية، و مختلفة من حيث الطرح ،وترجع قلة الدراسات الفرنسية للقائم بالاتصال إلى عدة أسباب لعل من أهمها، اختلاف النظام الإعلامي في فرنسا عنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ناحية النشأة و التطور، فبينما نشأة النظام الأمريكي في ظل الإعلان و المؤسسة التجارية، ارتبط النظام الفرنسي منذ بداياته و لفترة بالدولة ومؤسساتها وهو ما كان له أثره في اختلاف طبيعة المشكلات المطروحة للبحث والمناهج و الأدوات المستخدمة فالاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية ظل لفترة طويلة يتناول الاتصال كشكل من أشكال ممارسة السلطة في لمجتمع[5]،بالإضافة إلى اختلاف نشأة دراسات الاتصال ذاتها، فقد ارتبطت في المدرسة الأمريكية بالاتجاه الامبريقي منذ هوفلاند Hovland ولازرسفيلد feld lazars بينما نشأة الاهتمام بالاتصال وعلومه في أوروبا في إطار عل الاجتماع و اتخذ طابعا نظريا و اتسمت العلاقة بين المدرستين

---

[1] – أمال كمال: **التوجه المهني لدى القائم بالاتصال**، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية – المجلد 30 – العدد 2 و 3، 1993، ص 81.

[2] – الفت حسن أغا: **القائمون بالاتصال و قضايا التنمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري**، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الآداب)،1991،ص10 .

(*) قام بها مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال وران بريد Warren Breed روي كارتر CARTER و ستارك STARK و جيبر Gieber وجاي Judd ووايت White ومكروري Mcrorie .

(**) تتبنى المدرسة الفرنسية لفظ الوسيط بدلا من القائم بالاتصال، لأنها ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة.

[5] – عواطف عبد الرحمان، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل: **القائم بالاتصال في الصحافة المصرية** ، سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة كلية الإعلام) – مطابع كلية الإعلام، دون نشر، ص84.

الامبريقية من ناحية و الأوروبية من ناحية أخرى بالقطيعة الابستمولوجية، و تبادلت كل من المدرستين التهوين من شان القيمة العلمية للدراسات التي تجريها الأخرى، ولعل عبارة عالم الاجتماع الفرنسي Robert Merton تعكس ذلك، فقد قال " نحن لا نؤكد أن ما نقول هو الحقيقة لكنه على الأقل ذو معنى " ولكن رد الامبريقيين " نحن لا نؤكد أن ما نقوله ذو معنى، و لكن على الأقل موجود في الواقع ".

تهتم المدرسة الفرنسية شانها في ذلك شان المدرسة الأمريكية برصد خصائص القائم بالاتصال ولكنها تضيف نشأة الحقل الصحفي la champs journalistique وتطوره في علاقته مع المجتمع وفي بنيته الداخلية اعتمادا على أن الاكتفاء بدراسة خصائص القائم بالاتصال هو اقرب إلى رصد حالات فردية، وكان كل منها يعمل بشكل منفصل ويتمتع بالحرية التامة في التعبير عن رؤيته و إدراكه، بينما الصحفي، وهو أيضا جزء من كل يتنازل في مقابل انتمائه إلى هذا " الكل " عن بعض اتجاهاته الخاصة، كما أن سمات الحقل العامة تحدث تغيرات في تكوين الصحفي على مدى عمله بحيث يحدث في النهاية التقاء بين الخصائص الفردية للقائم بالاتصال وخصائص الحقل[1].

المطلب الثاني: الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال

يمكن تقسيم الدراسات التي أجريت على القائم بالاتصال إلى قسمين :

أولا – الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال من خلال التطرق لمختلف الضغوط التي يتعرض لها اثناء ممارسته لعمله، حيث تتفق هذه الدراسات في تعرضها للمحاور الآتية في دراسة القائم بالاتصال : التأهيل و التدريب، الإشراف و الرقابة، الحرية في اتخاذ القرار، المشاركة في التخطيط، العمل في أكثر من وظيفة، وطرق الالتحاق بالعمل، و الضغوط والصعوبات التي تعترض العمل، العلاقة بالزملاء و الرؤساء ...الخ.

ثانيا – الدراسات التي أولت عناية للتوجه المهني لدى القائم بالاتصال، فانه يمكن تقسيمها إلى قسمين:

الجزء الأول: يضمن الدراسات التي وقفت عند حدود الرصد و التوصيف للتوجهات المهنية للقائمين بالاتصال.

الجزء الثاني : يضم الدراسات التي اهتمت بقياس التوجهات المهنية، وقد بدأت هذه أبحاث ماكلويد في مركز أبحاث الاتصال الجماهيري بجامعة ويسكونس . فقد درس ماكلويد و هولي التوجهات المهنية لعينة من صحفي صحيفة ميلووكي عام 1964 م،[2]مثلت هذه الدراسة الأساسية التي استندت إليها دراسات أخرى، حيث استعان عدد من الباحثين بمقياس التوجهات المهنية، مما مكن من التوصل إلى بيانات تفيد في المقارنة بين العينات المختلفة واستخدمت الدراسات التالية لهذه الدراسة هذا المقياس، بعد تخفيض بنوده من 24 بند إلى 21 بندا،منها 11

[1] – **نفس المرجع** ، ص ص84 ،90.

[2] – MCLEOD , JACK M and SEARLE HAWLY. Jr : **Professionalization among New's Men Journalism Quarterly**, volume.41, N° 4 , 1964.

بندا متعلقة بالمهنة ، و عشرة بنود غير متعلقة بالمهنة، وتشير هذه البنود إلى المميزات المرغوبة في المهنة، وعلى المبحوثان يحدد على المقياس درجة أهمية كل بند من هذه البنود و مدى توافرها في الوظيفة التي يشغلها.

نود أن نشير إلى أن هناك عدة مؤشرات تؤثر في درجة التوجه المهني، مثل التأهيل والتدريب و سنوات الخبرة المهنية، و العلاقة بالرؤساء و الزملاء، ومدى الحرية المتاحة في اتخاذ القرارات، و درجة الرضا عن العمل، و المميزات التي تمنحها الوظيفة للفرد و لا نستطيع أن نغفل السياق الاجتماعي و السياسي و الاقتصادي والثقافي الذي يعمل في إطاره الفرد، و سياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل من خلالها، و السياسة الإعلامية في المجتمع بشكل عام[1].

و هكذا يعد القائم بالاتصال احد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية كما يلعب دورا فعالا في إنتاج الرسالة الإعلامية مما يستلزم الاهتمام به في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة، غير أن بداية الاهتمام به جاءت متأخرة مقارنة ببقية عناصر العملية الاتصالية حيث عادة ما تكتفي الدراسات بتحليل المضمون الصحفي متجاهلة منتج هذا المضمون ، لهذا سنتناول في المبحث الموالي النماذج المفسرة للقائم بالاتصال حيث تعددت وجهات النظر حول دور القائم بالاتصال في المجتمع.

[1] أمال كمال :**التوجه المهني لدى القائم بالاتصال** ، **مرجع سابق**، ص88.

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للقائم بالاتصال

تعددت وجهات النظر حول دور القائم بالاتصال في المجتمع و انعكس الجدل حول الخلاف في التعريفات المتناقضة لوظائف الإعلام في المجتمع و تقديرات الباحثين حول حاجة الجمهور و حقه في المعلومات و الرؤى المختلفة لطبيعة المعلومات و الأخبار نفسها، وأبرز الأدوار تتمثل في :

المطلب الأول: نموذج الدور المحايد و المشارك للقائم بالاتصال

جاءت الآراء المختلفة بين دور محايد للاتصال و دور مشارك تعددت الرؤى لمفهوم القائم بالاتصال وفقا لنماذج بحيثية مختلفة و تكمن أهمية تحديد مفهوم الدور لدى الصحفيين، انه يحدد نوعية الأهداف التي يسعى الصحفيون إلى تحقيقها، و يحدد المعايير التي يلتزمون بها في عملهم، و اختياراتهم و نشرهم للمواد الصحفية. " و لقد طال الجدل حول التعريف الأمثل للممارسة الصحفية المسؤولة، ورغم أن بؤرة الاهتمام في هذا المجال تحولت من حقبة إلى أخرى تبعا للتغيرات السياسية و الاجتماعية إلا انه يمكن تحديد جوهر الخلاف في التعريفات المتنافسة لوظائف الإعلام في المجتمع و التقديرات المتصارعة حول حاجة الجمهور و حقه في المعلومات و الرؤى المختلفة لطبيعة الأخبار نفسها . ولقد انعكس الجدل حول هذه الأمور و النقاش حول الدور الصحيح للصحفي في جمع الأخبار و يدور الجدل الآن بين مؤيدي الصحافة الموضوعية المحايدة وبين مؤيدي الصحافة المشاركة[1].

وكان كوهنCohen من الأوائل الذين فرقوا بين الدورين، المحايد و المشارك[2] ، و تعتبر النظرة المؤكدة على الدور المحايد للإعلام في المجتمع أولى وجهات النظر في هذا الصدد . وتبعا للمنظور المحايد " تصدر الأخبار بصورة طبيعية عن الأحداث و الوقائع التي تحدث في العالم . و يكفي أن يكون القائم بالاتصال شاها على العملية الاجتماعية و ينقل بإخلاص و صدق الصورة الصحيحة عنها للجمهور و يمكن تحقيق الصحافة المحايدة من خلال الموضوعية و الدقة في نقل الوقائع و التحقق من المعلومات، و هنا تصبح علاقة القائم بالاتصال بالمعلومات علاقة محايدة مجردة.كما أن علاقته بمصادر الأخبار تكون صريحة و أمنة[3].

و يتخذ الإعلام من خلال المنظور المشارك دورا أكثر تحديا في مراقبة البيئة و الربط بين أجزائها، وعلى القائم بالاتصال أن يلعب دورا نشطا و خلاقا إلى حد ما في انتقاء ما هو جدير بالنشر و تبعا لهذا المنظور " لن يكون من المتوقع أن تظهر المعلومات الجديرة بالنشر بصورة طبيعية و تفرض نفسها، وذلك لأنه من المفترض أن القائم بالاتصال سيفرض وجهة نظره في اختيار أكثر الأخبار أهمية، وهي الأخبار التي تستحق إلقاء الضوء عليها

[1] – سعيد محمد السيد: **الضغوط المهنية و الإدارية على القائم بالاتصال** ، المجلة العلمية لكلية الإعلام (جامعة القاهرة– كلية الإعلام – العدد1 – 19489، ص 5.

[2] – محمد الجوهرينن حسن الخولي، فاطمة القليني، منى القرنواني، الفت حسن أغا، السيد عفيفي و آخرون: **علم الاجتماع ، دراسة الإعلام و الاتصال**، الإسكندرية، دار المعارف الجامعية، 1992،ص 142.

[3] – COHEN , B : **The Press and foreign Policy**, Princeton, N , Princeton University. Press , 1963.

فهو مسؤول مسؤولية شخصية عن الأخبار التي سينشرها و علاقته بمصادر الأخبار محددة بصورة واضحة، فهم يقدمون له الأخبار و لكن عليه لينتقي بدقة من بينها ما يساعده في الوصول إلى الحقيقة كما عليه أن يقدم الخلفية اللازمة و التفسير الملائم الذي يعطي للأحداث معنى[1].

المطلب الثاني: مفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة

إن حراسة البوابة هي العملية التي يتم فيها تعرض عدد هائل من الرسائل الإخبارية للغربلة و التشكيل حتى تصل في النهاية إلى عدد محدود من الرسائل يتم توصيلها عبر و سائل الإعلام و يقصد بحراسة البوابة في غرف الأخبار، الاختيار بين عدد هائل من الموضوعات و الصور للوصول إلى المحتوى الذي يمثل الحجم المطلوب للأخبار في المؤسسة الإعلامية، و يمكن اعتبار عملية حراسة البوابة بأنها إعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث و تحويله إلى رسالة .

و تعد نظرية حارس البوابة احد المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها باعتبار أن القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية يدين بالولاء للسياسات التي يرسمها أصحاب المؤسسة أو القائمون عليها و من ثم يجد نفسه أمام عدد من التعليمات و التوجيهات التي تؤثر على اختياراته في بناء و تقييم الرسالة الإعلامية[2].

هذا و قد أكد ولبرشرام على أهمية حراسة البوابة ليس فقط لأنه من المستحيل لكل المعلومات والرسائل أن تنقل، بل لأنه أيضا من المستحيل نقل هذه الرسائل دون تشكيلها وفق الطراز أو الأساليب المعتادة، المتداولة و المعتمدة[3]، ففي نموذج حراسة البوابة على الصحفي أن يستخدم قواعد المنهج العلمي لزيادة موضوعيته ورفع فعالية أدائه فهو في موقفه من الأحداث والتفاعلات المحيطة يشبه موقف الباحث العلمي من الظواهر أو الوقائع التي يتولى دراستها بموضوعية أي يدرسها باعتبارها أشياء و يقوم بالفصل الواضح بين الخبر و الرأي فالحقيقة شيء و التعليق عليها بالرأي شيء آخر[4].

المطلب الثالث: مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الإعلامية

يرجع بعض الباحثين دوافع اعتبار القائم بالاتصال مصدر الرسالة الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقباله أو جمعه لكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها، و هو الأمر الذي أكدته دراسات كرتل وين 1947 انه

---

[1] – السيد بخيت محمد درويش: **العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين** ، ط 1، القاهرة العربية للنشر و التوزيع، 1998، ص53.

[2] – **نفس المرجع**، ص 142.

[3] – اميمة عمران: **معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد المصري** ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – العدد3، 2003، ص ص 119 ، 120 .

[4] – SCHRAMM WILBUR : **The Nature of Communication between Humans, the Process and the Effects of Mass Communication** (Urbana : Chicago University of Illionois, 1977, pp 9-44

على طول المراحل التي تقطعها " الرسالة" الاتصالية حتى تصل للجمهور هنا كنقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات عما يدخل و يخرج و انه كلما طالت المراحل التي تقطعها هذه الرسالة حتى تظهر في وسيلة الاتصال تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو أفراد تقدير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تغييرات عليها، لهذا فان نفوذ من يديرون هذه البوابات و القواعد التي تطبق عليها و الشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير يصبح لها أهمية كبيرة في انتقال المعلومات[1] ، علما بان العديد من المؤسسات البحثية في مجال الاتصال رفضت اعتبار القائم بالاتصال، ولان هناك عوامل وجهات أخرى إضافة إلى قناعة القائم بالاتصال تلعب دورا في عملية اختيار رسالة الاتصال منها أهمية الرسالة، وقيمتها والتي لها تأثير كبير على حركة مرور الرسالة خلال البوابات الإعلامية[2].

- **الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:** حددها " ديبد برلو " وهي :

1 - توافر مهارات الاتصال وهي خمس : "مهارة الكتابة-مهارة التحدث -مهارة القراءة-مهارة الإنصات- القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال ".

2 - اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، و نحو المتلقي. وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال .

3 - مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته .

4 - مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي ، وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.

- كما حدد أيضا " الكـس تان " العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور في ثلاث عوامل هي : "المصداقية – الجاذبية -السلطة (النفوذ)".[3]

[1] - Morris Janawitz-op-cit.p.618

[2]- Lewin, F : **Field Theory in Science** (N-T- Horper) pp 52 – 53.

[3] – نهى عساف عيسى: **العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الفيلم التسجيلي** ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام)، 1996، ص 17.

المبحث الرابع : العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال

المطلب الأول: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال

أولا – تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال : وتمثل معايير ذاتية تشمل على عوامل التنشئة الاجتماعية، و التعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات، والجماعات المرجعية.

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل : النوع، والعمر، والدخل ، والطبقة الاجتماعية ، والتعليم ، والانتماءات الفكرية أو العقائدية ، و الإحساس بالذات Self Esteem،ويعد الانتماء عنصرا محددا من محددات الشخصية ، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد ، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات : التعليمية ، والاجتماعية ، والسياسية ، والاقتصادية . وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية Reference Groups يشارك الفرد أعضاءها في الدوافع والميول والاتجاهات ، وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو القيام بسلوك معين .

وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته ، والتي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب [1] .

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كرت لوين Kurt Lewin في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة " حيث توصل لوين إلى أن المادة الإخبارية تمر عبر عدة محطات أو نقاط أو بوابات يتخذ فيها القرار بشأن نقل الرسالة أو استبعادها ، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها أي أن دراسة " حراس البوابة " هي دراسة لسلوك أولئك الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية [2] ، وابسط أنواع " البوابات " أو "السلاسل " هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون .

وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون **اكبر** مما يدخل فيها وهذا ما يطلق عليه " شانون " أجهزة التقوية [3].

---

[1] – حسن عماد المكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال و نظرياته المعاصرة**، ط7 ، مصر ، الدار المصرية اللبنانية، 2008 ، ص 175.

[2] – **نفس المرجع** ، ص 179

[3] – جهان رشتي : **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** ، **مرجع سابق**، ص 295.

ثانيا – الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال :لا يوجد لحد الآن اتفاق حول تعريف محدد لمعنى الرضا الوظيفي، حيث مازال هذا الموضوع موضع جدل ونقاش كبير ، ويرجع ذلك في الحقيقة إلى تعدد الكتابات عنه وتناوله من وجهات متعددة . كما يعتبر الرضا الوظيفي او الرضا المهني أو الرضا عن العمل من المفاهيم التي تنطوي على عدت جوانب متداخلة ومترابطة ، يؤثر كل منها على الأخر – وفي ضوء ذلك ، تعددت التعريفات والمفاهيم والنظريات المتعلقة بتعريف الرضا الوظيفي وطرق قياسه ، فيرى البعض أن إشباع حاجات العملين هو أهم محددات تحقيق الرضا ، ويعطي البعض الأخر الأهمية للعلاقات الاجتماعية في تحقيق الرضا الوظيفي ، بينما يعطي فريق ثالث الأهمية إلى طبيعة ونمط الإشراف [1].

ثالثا – الضغوط المهنية والإدارية للقائم بالاتصال :يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله ، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها ، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال .

وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية، و مصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه، وذلك على النحو التالي:

أ – سياسة المؤسسة الإعلامية : تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل اكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل: وجود محطات منافسة. أما العوامل الداخلية فتشمل: عقد الملكية، وأساليب السيطرة، والنظم الإدارية، وضغوط الإنتاج. و تلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

وفي كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي وإنما تعتبر أراء صاحب العمل هي المؤشر الأساسي فالمحررون يشعرون بأنهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء ، ويكون لكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة ، سواء اعترفت بذلك أم لم تعترف ، وقد تظهر هذه السياسة في تحريف بعض الموضوعات الإخبارية ، أو في إهمالها لقصص معينة .

ب – مصادر الأخبار:أشارت اغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره ، وأثبتت عدة دراسات 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 للغاية ،وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي :

[1] – حسن عماد المكاوي: **نظريات الإعلام**، ط1، مصر، الإسكندرية، الدار العربية للنشر و التوزيع، 2009، ص 77.

1 تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الأنباء على أخبار معينة بطرق عديدة
2 تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم
3 تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة
4 – تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى
5 تقدم وكالات الأنباء – بشكل غير مباشر – النموذج الذي يتعرض له المسؤولين عن التحرر

ج – علاقات العمل وضغوطه:يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال ، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا ، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية Pure Group بالنسبة للقائم بالاتصال ، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة ، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي ، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها ، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى اكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية . ولذلك فانه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية ، إلا انه يظل لكل منهم معاييره الخاصة .

وبجانب إكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية ، تقوم علاقات العمل على مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي Gob Satisfactionوالذي يؤثر بالتالي في الدافعية والانجاز [1].

وعادة ما تكون هذه السياسة ضمنية لأنها غالبا ما تكون ضد الأنماط الأخلاقية للعمل الإخباري ، لأن المستويات القيادية في المؤسسة الإخبارية لا تريد أن تتهم بإصدار تعليمات صريحة بالتعريف ، ومن جانب أخر يتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات والتوجهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل أو المهنة ، وتحدد أيضا ما يجب وما لا يجب في إطار رؤية هؤلاء المشرعين أو المسؤولين لأهداف المؤسسات الإعلامية في المجتمع ، باعتبارها هي التي تبلور القوانين والتشريعات والنظم ، لضمان ضبط العملية الإعلامية من وجهة نظر السلطة[2] .

رابعا – تأثير المساحة والوقت :قد لا نجد أخبار تحتوي قيما خبرية جيدة فرصة للنشر تحت ضغط محدودية المساحة وهذا يعود إلى أن هناك باستمرار أخبارا أكثر مما يمكن نشرها ،[3] ويؤدي ضغط عامل الوقت وما يتطلبه

[1] – احمد حسني محمد حسن: **مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية و علاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية** رسالة دكتوراه غير منشورة ،2005.ص 199.

[2] – محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، ط3، **مرجع سابق**، ص ص 177 ، 178 .

[3] – جيهان رشتي :**مرجع سابق**، ص301.

من إسراع في انجاز الأخبار و دفعها للنشر في توقيتات دقيقة ، إلى غياب الدقة في بعض ترجمات القصص الإخبارية وتشويهها [1].

المطلب الثاني: الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال

إلى جانب الضغوط الداخلية التي شرحناها في المطلب الأول ،و انطلاقا من أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشا من فراغ وإنما هي محصلة لعوامل خارجية عديدة تشمل العناصر التالية :

أولا – تأثير السلطة : إن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام ، فممكن لهذه الأخيرة أن تكون السلطة الرابعة ، فيما يمكنها أن تكون جهازا من أجهزة الدولة وتختلف آليات السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من نظام إلى أخر ورغم هذا الاختلاف والتباين إلا أن هناك مكانيزمات متفق عليها بين مختلف الأنظمة وأهمها :

1. ميكانيزم الرقابة : يرى الباحثون أن الرقابة ليست شرا خالصا ، لأنها قد تكون مطلبا جماهيريا يهدف إلى حماية الأخلاق والآداب العامة [2].
2. ميكانيزم احتكار المعلومات : يؤكد خليل صابات أن الحكومات تتعامل مع الصحافة بأساليب مختلفة في مسالة المعلومات ، ففي بعض الأحيان تعطي المعلومات بطريقة " احائية " دون أن تصرح رسميا بذالك ، ومرة تعطي المعلومة وتشترط أن تنشر بأسلوب معين ، وفي حالة أخرى تحجب المعلومة وكل ذلك يحدث لأغراض ودوافع سياسية [3].

ثانيا – تأثير المصدر: يتوقع الجمهور من الصحافة أن تعطي الأخبار بشكل نقدي وان تقيمها بشكل مستقل ويتطلب هذا أن تبقى الصحافة حرة من أي تأثيرات تفرضها المؤسسات الاجتماعية الأخرى ، وان يبقى الصحفي مستقلا عن الضغوط التي تأتي من مصادر الأخبار ومتحررا بقدر الإمكان من جميع القيود التي تتدخل في أدائه لعمله وعلى نقله للأخبار انطلاقا من الدور الذي من المفروض أن تقوم به الصحافة أو التي وجدت من اجله ، والمتمثل في خدمت الجمهور ومن هذا المنطلق يعد جهاز جمع الأخبار وبيروقراطية جمع الأخبار وسائل لخدمت الجمهور .فاحتياجات الجمهور هي الأهداف التي يجب أن تبذل المساعي لتوفيرها[4] .

---

[1] – خليل صابات: **الصحافة رسالة و استعداد و فن وعلم**،ط2، القاهرة، دار المعارف، 1959،ص 256.

[2] – عزيز عبده: **الإعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات**، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004، ص 72.

[3] – جيهان مكاوي: **حرية الفرد و حرية الصحافة**، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب،1981، ص 64.

[4] – خليل صابات: **نفس المرجع**، ص256.

يطرح الباحثون عددا من النماذج التفسيرية محاولين إعطاء توصيف لعلاقة القائم بالاتصال بالمصدر. إن وصف هذه العلاقة يظهر أكثر في تأثيرها على المحتوى الإعلامي ومراكز الاهتمام[1].

واهم هذه النماذج ، النموذج العلمي الذي طرحه الباحثان " جيير وشانون " أن الجدار القائم بين الصحفيين و المسؤولين هو جدار وهمي ليس له أساس في الواقع[2] .

ثالثا – تأثير جمهور المتلقين : إن القائم بالاتصال يحتاج أولا إلى معرفة جمهوره وان يكون لديه فكرة عمن يوجه إليه رسالته وعادة يكون لدى الفرد تصور ذهني للجمهور الذي يريد أن يصل إليه أو أن يتجنبه . فهناك بعض الاتفاق في أن القائمين بالاتصال يقومون بحل مشكلة عدم معرفتهم بجمهورهم عن طريق بناء صور ذهنية تمثل في معظمها نظرة محدودة إلى حد الإفراط المشوه للجمهور الذي يكتبون له.

وقد يعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في مؤسسة جماهيرية من صعوبة تصور أو إدراك جمهوره . و لأن مؤسسات الاتصال تتسم بالتعقيد وتستخدم عددا كبيرا من البشر ليس في تعليمهم و خلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع السواد الأعظم من الجمهور ، لذلك نجد أن قيم أولئك العاملين يلعب دورا هاما في الطريقة التي سيؤدي بها عملهم ،[3] وبناءا على عدد من الدراسات التي اهتمت بتحليل علاقة الصحفيين بالجمهور يصنف ماكويل هذه العلاقة في إطار ثلاثة نماذج تفسيرية : "نموذج الهيمنة–نموذج التوحد–نموذج تدعيم القائم بالاتصال لعلاقته بالجمهور".

رابعا – تأثير قيم المجتمع وتقاليده : يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، و تعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية و الاجتماعية السائدة .

ويرى الباحث " وارين بريد Waren Breed " انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله . وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو انه عمل سلبي ، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، و للحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية . فقد تضحي 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 و تقاليده،

[1] – جيهان رشتي،**مرجع سابق**، ص ص 319 ، 320 .

[2] – محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، **مرجع سابق**، ص169.

[3] – **نفس المرجع**، ص 170.

كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل : الرأسمالية، و الولاء للوطن، واحترام رجال الدين، و القضاة، والمجتمعات المحلية، وتوفير كبار السن و القادة، و الأمهات، ورجال القوات المسلحة، و غالبا ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع[1] .

يحرص حارس البوابة الإعلامية في الدول العربية على مراعاة الاعتبارات الثقافية للجمهور العربي ، وكذلك الخلفيات الاجتماعية والسياسية ، فعند تحديد الاعتبارات الأيديولوجية والاجتماعية والدينية ، يكون من السهل انتقاء الأخبار التي تقابل هذه الاحتياجات ، وبالتالي تعد هذه القيم محددات قوية في اختيار الأخبار وتقييمها[2]

وكذلك يرى وارين بريد أن وسائل الإعلام التي تحترم التقاليد والنظام تضحي أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح وتفرط بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير ففي بعض الأحيان يقيم القائمون بالاتصال الأخبار اخذين في الاعتبار النتائج الاجتماعية التي ستترتب على نشرها ، وقد تهمل الأخبار في بعض الأحيان أو تدفن في الصفحات الداخلية وذلك محافظة على قيم المجتمع الأساسية وتجنب لكل ما يشوه تلك القيم [3] .

[1] – جيهان رشتي،**مرجع سابق**، ص ص 349 ،350 .

[2] – حسن عماد المكاوي: **الأخبار في الراديو و التلفزيون**، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية،1989 ،ص 283.

[3] – جيهان رشتي،**نفس المرجع** ، ص308.

خلاصة:

نخلص من خلال الشرح و التحليل إلى أن أكثر الطرق شيوعا في النظر لعملية الاتصال بصورة منتظمة تتمثل في الرجوع إلى النموذج المشهور لـ " هارولد لاسويل" و الذي يحوي التساؤلات: من يقول ؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ و بأي تأثير؟ و لذلك يمكن القول انه هناك مصدرا يصنع الرسالة و يبثها عبر قناة إلى جمهور المستمعين.

إن هذا المصدر المتمثل في القائم بالاتصال في دراستنا هذه يتعرض إلى ضغوط متعددة تجعل من مقولة استقلاليته وحيته مقول موضع الشك.بل إن هذه الضغوطات يمكن أن تشل قدرته على أن يصبح مهنيا بكل طاقته ذلك لان هناك الكثير من الضغوطات التي تهدد إمكانية تكيفه مع المهنة.

كما أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشا من فراغ ، و إنما هي محصلة لعوامل عديدة منها ما هو متعلق بقيمه الشخصية و منها ما يتعلق بوضع الإذاعة التي يعمل بها و منه ما يفرضه عليه المجتمع من توجهات إيديولوجية و وظائف اجتماعية أو ما يمده له من معلومات و منها ما يتعلق بالمؤسسة ذاتها و ما يدور داخلها من تفاعلات و يتوفر لديها من إمكانيات تقنية أو بشرية و مدى فهم القائم بالاتصال في هذه الإذاعة لدوره و للجمهور الذي يتوجه إليه.

الفصل الثاني:
المؤسسات الإعلامية الإذاعية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الإعلامية

المبحث الثاني: مدخل للمؤسسة الإذاعية

المبحث الثالث: الإذاعة المحلية

المبحث الرابع : إذاعة مسيلة الجهوية

خلاصة

تمهيد

إن دراسة القائم بالاتصال لا تقل أهميته عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية و غالبا ما تتم الدراسات القائم بالاتصال في إطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة اجتماعية و الظروف التي تأثر على اختيار محتوى معين،و بذلك عفت المؤسسة الإعلامية على أنها نظام يستغل عوامل الإنتاج الثلاثة (**الطبيعة، العمل، رأس المال**) و تقوم بالأساس بوظيفة الإعلام أو الصحافة و التي تتفرع إلى ثلاثة أنواع (**مطبوعة، مسموعة، مرئية**) ولضرورة الإجابة عن التساؤلات المطروحة في دراستنا هذه وجب علينا التطرق إلى المؤسسة الإعلامية و الإذاعية بصفة خاصة و الإحاطة بعملها و من ثم التعريف بالإذاعة المحلية بالجزائر و بإذاعة مسيلة الجهوية على وجه خاص و هذا ما سيتم عرضه في هذا الفصل المكون من أربع مباحث.

المبحث الأول: مفهوم المؤسسات الإعلامية

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإعلامية

يعتبر الاتصال احد السمات الحياة الإنسانية، فمن خلال الاتصال عرف الإنسان لغة التخاطب بينه وبين أخيه الإنسان، ويذهب البعض إلى أن الاتصال هو عملية يمارسها الكائن الحي في كل أحواله للتواصل مع العالم المحيط.

أولا– مفهوم الإعلام والاتصال

– تعريف الإعلام والاتصال

- تعريف الاتصال :عرفته جيهان احمد رشتي بأنه " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي و مرسل الرسالة كائنا تحية أو الاتصال في مضامين اجتماعية معينة، و فيها يتم نقل أفكار و معلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات و الصور الذهنية و الآراء" [1].
- الاتصال في الإعلام : يعرف الاتصال في إطار الإعلام بأنه " بث رسائل واقعية أو خيالية تصل بموضوعات معينة إلى أعداد كبيرة من الناس ، مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ويوجدون في مناطق متفرقة[2] .

كما يعرف قاموس المصطلحات الإعلامية الاتصال بأنه انتقال المعلومات ، الأفكار أو الاتجاهات من شخص إلى شخص أو من جماعة إلى جماعة أخرى من خلال الرموز ويوصف الاتصال بأنه فاعل حينما يكون المعني الذي يقصده المرسل هو الذي يصل إلى المستقبل ، والاتصال هو مطلب اجتماعي فهو يمكننا من نقل معارفنا وييسر التفاهم بين الأفراد[3].

- تعريف الإعلام: قبل المضي في تعريف الإعلام يجب التنبيه على أن الصحافة والإعلام شيء واحد ففي رأي الكثيرين أن كلمة الصحافة ليست مقصورة على المواد المطبوعة فقط ، ولكنها تشمل جميع وسائل الإعلام المعروفة ، ولذا قالوا الصحافة ثلاث أنواع : مطبوعة ، مسموعة ، مرئية ، فالمطبوعة هي : الصحف ، المجلات ، النشرات والدوريات ونحو ذلك ، أما المسموعة فهي الإذاعة والمرئية التلفزيون[4].
- التعريف اللغوي للإعلام : الإعلام كلمة مشتقة من العلم ، أي استعلم الخبر فاعلمه إياه بمعنى صار يعرف الخبر . والإعلام حسب المنجد الموسوعي لعلوم الإعلام والاتصال تسجيل لإشارة محددة اجتماعيا في نظام

---

[1] – جيهان احمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام** ، **مرجع سابق** ، ص 51 .

[2] – هناء حافظ بدوي: **مرجع سابق** ، ص 30.

[3] – حسين إبراهيم: **مدخل إلى علم الاتصال**، الكويت ، منشورات ذات السلاسل ، 1995 م ، ص 18 .

[4] – **نفس المرجع** ، ص 33.

صوري (شكلي) قابلة لان تكون موضوع نشر أو تبادل في مجال الاتصال . وبكل صرامة لا بد من تمييز مفهوم الإعلام عن المعطيات والمعلومات و المعرفة ... الخ[1].

منجد وسائل الإعلام يعرف الإعلام بأنه المعلومة أو مجموعة من المعلومات المتعلقة بشخص أو بشيء والصالحة لان تبلغ إلى شخص أو مجموعة أشخاص مجتمعون في مكان واحد أو متفرقون ودون علاقات مع بعضهم البعض.

الكلمة تعني أيضا هذه المؤسسة الفريدة بتقنياتها ومحتوياتها وأنظمتها ، التي ولدت مع الجرائد اليومية في القرن 19 على موجة الثورة الصناعية ، والحريات السياسية والشخصية [2] ،ويستخدم قاموس أكسفورد كلمة presseبمعنى صحافة ، وتعني شيئا مرتبطا بالطبع ، النشر ، الأخبار، والمعلومات و Journalisme بمعنى الصحافة ، و Journaliste بمعنى الصحفي [3] .

لا يمكننا أن نزيد على تعريف الإعلام شيئا كثيرا بعد تعريفنا لخصائص الاتصال إذ يعد الإعلام احد وظائف العملية الاتصالية ، ولكن التعريفات الواردة ستكون للعملية الإعلامية كجزء من عملية الاتصال الكاملة . ولعل أوضح تعريف للإعلام هو التعريف الذي وضعه الألماني اوتوجروت وقال فيه " الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ، وروحها ، وميولها ، واتجاهاتها في نفس الوقت [4] ،ومن ثم فالإعلامي هو شخص مسؤول عن توصيل المعلومات و الأخبار بطريقة فنية ذات تأثير على المتلقي .

المطلب الثاني: العناصر الأساسية المكونة للمؤسسات الإعلامية

مهما اختلفت أشكال المؤسسات فإنها تتفق باشتراكها في عناصر أساسية وهي : أهداف المؤسسة، العنصر البشري للمؤسسة من موظفين وعمال ،التمويل ،المقر و مشتملا ته من آلات ومعدات ،نشاط المؤسسة ،الاتصال وعليه فالمؤسسات الإعلامية تتضمن العناصر التالية :

أولا– الأهداف:لكل مؤسسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء قصيرة أو طويلة المدى و إلا فقدت المؤسسة مبرر وجودها،والمقصود بأهداف المؤسسة تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها

[1] – احمد عظمي : **منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009،ص 33.

[2] – **نفس المرجع** ، ص 23.

[3] – نزار ميهوب: **مدخل إلى الإعلام**، الجمعية الدستورية للعلاقات العامة، دمشق، 2005، ص 10.

[4] – عبد اللطيف حمزة:**الإعلام له تاريخه ومذاهبه**، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002، ص 23.

بجهد أفرادها و إمكانياتها المتاحة وعلى سبيل المثال فان محطة إذاعية في بلد نام تسيطر عليها الحكومة وتوجهها تهدف في العادة إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع من خلال تحقيق جملة الأهداف التالية :

- لتحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسيا تجاه وحدة وطنية أو لتثير الجمهور ضد عدو خارجي أو لتحفيز جماعة من اجل نشاط تنموي ذاتي.
- لترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة وتعلن عن أحداث هامة تهم الجمهور.
- لتعليم الجمهور حيث يمكن أن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول ومهارات المعرفة أو حقول ومهارات العمل.
- لتغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن السكنية والريفية المعزولة.
- الترفيه و التسلية.

ثانيا– العنصر البشري من موظفين وعمال : حيث يعد العنصر البشري أهم العناصر مجتمعة فتحقيق الأهداف يمر عبر الاتصال بين الأفراد، و على الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة لم تتمكن أي مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد، ذلك أن إلغاء دور الفرد يعني إلغاء احتمالات و إمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل عالي .

إن أي مؤسسة تقوم عادة على جهد إنساني ، واستثمار هذا الجهد يكون بتوظيف الكفاءات اللازمة في المواقع المناسبة ، وهكذا فان عصب أي مؤسسة يتمثل بأفرادها وهؤلاء الأفراد يختلفون حسب طبيعة المؤسسة وأهدافها ، و الأفراد عبارة عن موظفين وعمال مهرة وعمال عاديين ويؤدي كل منهم دورا لتحقيق أهداف المؤسسة ، فمؤسسة الصحيفة مثلا لا يمكن أن تقوم بدون جهاز كبير من البشر الذين تختلف مسؤولياتهم ومؤهلاتهم فنجد الكاتب والصحفي والمخرج والمحاسب والإداري والطابع والفني والرسام والموظف المكتبي والسكرتير ..الخ ، وكل هؤلاء يقومون بعمل متكامل ليقدموا في النهاية ثمرة عمل جماعي هو جريدة يومية أو مجلة أسبوعية وبدون هذا الفريق لا يمكن للعمل أن يخرج ناجحا متكاملا[1].

ثالثا– رأس المال (التمويل) :حيث تعتبر إحدى أهم ركائز أية مؤسسة، حيث بواسطتها يتم التسيير و التجهيز و التمويل، و لذلك لا بد من إيجاد علاقات بينها لتعمل بشكل متجانسان و رأس المال جزء أساسي مكمل للنشاط البشري في أي مؤسسة كانت ، ففي مؤسسات الاقتصادية سواء تجارية أو صناعية هو أساس لبدء أي نشاط لان النشاط طبيعته يترجم إلى أرقام نقدية هي رأس مال يربح أو يخسر ، والمال قبل كل شيء أساس

[1] – جمال العيفة: **مؤسسات الإعلام و الاتصال**،الوظائف ،الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية ، ص7.

لتوظيف الكفاءات القادرة على متابعة أهداف المؤسسة ، وهو أساس لشراء احتياجات المؤسسة من أدوات وآلات وشراء مقر أو تأجيره ، ومهما كانت طبيعة المؤسسة فان المال او ميزانية المؤسسة أساس لممارسة نشاطها [1]

رابعا– المقر و مشتملا ته من آلات ومعدات: لا يمكن تخيل وجود مؤسسة أو شركة ما بدون مقر ، فهو المكان الذي يمارس فيه موظفو المؤسسة نشاطهم من اجل تحقيق أهدافها ، فهذا المقر يجب أن يتلاءم مع طبيعة عمل المؤسسة ونشاطها وان يشمل على كل الأدوات و الآلات والمعدات اللازمة لانجاز نشاط المؤسسة ،فالإذاعة مثلا تحتاج إلى مقر يشتمل على الاستوديوهات وأجهزة الإرسال وآلات تسجيل و الأرشيف ومكاتب الموظفين .....الخ

خامسا– نشاط المؤسسة :في المجال الإعلامي نجد أن نشاط المؤسسة الإعلامية يختلف بالوسائل وان كان يتفق بالأهداف، ذلك أن الطبيعة التقنية لكل وسيلة إعلامية تفرض شكلا مختلفا ومن ثم فان هذه الوسائل الإعلامية تختلف فيما بينها اختلافات في الدرجة وان اتفقت في الهدف

سادسا– الاتصال: ذلك أن كل مؤسسة أساس وجودها فكرة تم إنشاؤها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الأفكار في شكل مبادئ و تشريعات تنظيم علاقات العمل، والمقصود بالاتصال هنا هو أشكال الاتصال الممكنة بين مختلف المستويات في إطار المؤسسة سواء كانوا إطارات أو موظفين عاديين ، والاتصال هنا يعني انتقال المعلومات والأفكار والمهارات ...الخ باستخدام الرموز مثل الكلمات والصور وغيرها ، فمن خلال عملية الاتصال هذه يمكن أن يوجه المديرون موظفيهم من خلال توجيهات قد تكون مكتوبة أو شفوية، مواجهة أو بالهاتف أو بواسطة مديرين اقل رتبة .

فالاتصال هو العملية الحيوية التي من خلالها يتم أي نشاط إنساني وبدونه يتعذر انجاز أي عمل والاتصال بالنسبة للمؤسسة نوعين داخلي وخارجي [2].

المطلب الثالث: وظائف المؤسسة : تمارس داخل المؤسسة مجموعة من الوظائف أبرزها

1 **إدارة الإنتاج** : حيث تسهر إدارة المؤسسة على تحديد نوع المنتجات الملائمة ومواصفاتها وكمياتها ، ومراحل الإنتاج ، وخطته الزمنية ، ومعايير الأداء وغيرها ولا يهم هنا إن كان المنتج ماديا أو معنويا.

2 **إدارة الأفراد:** وهي تتعلق بالعنصر البشري داخل المؤسسة، وتكون وظيفة المؤسسة هنا الحرص على استثمار الموارد البشرية الموجودة لديها وحسن استغلالها والتكفل بانشغالاتها.

[1] – **نفس المرجع** ، ص6.

[2] – **نفس المرجع** ، ص7.

3 -**إدارة التمويل:** وتتعلق بتوفير الأموال اللازمة للقيام بأنشطة المؤسسة وحسن تسييرها من حيث ترشيد النفقات وضبط الحسابات، وتوفير المشتريات وغيرها.

4 -**إدارة التسويق** : وهدفها توصيل الخدمات أو السلعة للجمهور في الوقت المناسب وبالكميات المناسبة وبالجودة المطلوبة والسعر المعتدل.

5 -**إدارة الصيانة** : وتهدف إلى الحفاظ على الأفراد العاملين بالمنظمة ومبانيها وكافة محتوياتها وحمايتها من التلف والضياع و إذا كانت العناصر المذكورة سلفا تشترك فيها كل المؤسسات سواء كانت إنتاجية أو خدماتية خاصة أم عمومية ،فان مؤسسات الإعلام والاتصال التي تشمل مؤسسات صحفية و إذاعية تلفزيون و وكالات أنباء ودور النشر وشركات إعلانات ، مسارح ومكتبات ، تتميز بخصوصيات تختلف عن باقي المؤسسات الإنتاجية الخاصة لان لعملها علاقة بما هو فكري ونظرا لطبيعة المهنة الإعلامية فان الأهداف والوظائف المذكورة سلفا متحركة و من ثم فان إدارة وتسيير المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى مهارة تتطلب المرونة في إصدار القرارات وسرعة اتخاذها والقدرة على حل المشكلات السريعة و المتلاحقة والمتداخلة بين مختلف الأقسام والمصالح[1].

المطلب الرابع : خصائص المؤسسات الإعلامية

- أنها مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى.
- إن العمل الثقافي هو منبع لوسائل الاتصال.
- إن الارتفاع المستمر في الثقافة والاهتمامات المتخصصة وفي مرد ودية العمل والدخل وفي وقت الفراغ، كل هذه القوى تنوه بالطلب المتزايد على الإعلام والاتصال بمختلف أنواعه.
- يتخذ التنظيم العملي لكل من السينما والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الثقافة آليات صناعية ومن ثم القيام باليات تجارية كالتسويق و التوزيع.
- يسيطر على العمل الثقافي ومجمل نشاط الاتصال الجماهيري في بعض بلدان العالم منطق المصالح التجارية سيطرة تامة.
- إنتاج الإعلام بدل إنتاج البضائع.
- إن المجتمع الإعلامي اجتماعي ، يتميز بتفاعل المؤسسات بحد أدنى من الصراع وان النظام قائم على مبدأ المكافأة الاستحقاقية[2].

[1] - **المرجع السابق**، ص 7.

[2] - **نفس المرجع** ، ص 8.

المبحث الثاني : المؤسسات الإذاعية

المطلب الأول : تاريخ ظهور الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيري

ظهرت الإذاعة نتيجة أبحاث مستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس ، وذلك عندما تنبأ عالم الفيزياء من اسكتلندا يدعى جيمس ماكسويل ، James Maxwellبوجود موجات كهرومغناطيسية وذلك عام 1860 م، وفي عام 1886م ، اثبت العالم الألماني جنريش هيرتز Heinrich Hertzصحة نظرية جيمس ماكسويل – ومن نتائج أبحاث وتجارب هيرتز استطاع المخترع الإيطالي ماركوني Marconi Guglielmo إرسال واستقبال إشارات 1إذاعية في إيطاليا وذلك عام 1885م،وفي عام 1899م استطاع ماركوني إرسال أول إشارة لاسلكية عبر القناة الإنجليزية ، وفي عام 1900م توصل ماركوني إلى الاستماع إلى إشارة لاسلكية عبر الأطلنطي من إنجلترا إلى نيوفوندلاند في الولايات المتحدة الأمريكية .وكان هذا الاختراع بمثابة نقطة الانطلاق لاستعمال هذه الإشارات للاتصال بين السفن والمحطات الواقعة على الشواطئ – وهكذا بدا الاتصال وخدمة الأخبار التلغرافية بين أوروبا و أمريكا عام 1910 م وفي عام 1921م منحت لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC رخصة لتشغيل أو محطة إذاعية تجارية تسمى WBZفي سبرنج فيد ماساشوسيتيس Springfield-Massachusetts ولكن كان هناك محطتان تعملان قبل إعطاء هذا الترخيص ، المحطة الأولى KDKA فيبتسبرج ، والمحطة الثانية WWJفي ديترويت ، والجدير بالذكر أن المحطتين السابق ذكرهما WW-KDKA كانت تذيعان نتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية مساء 2نوفمبر عام 1920 م ، التي جرت بين هاردين وكوكس .

وبعد ذلك بسنوات قليلة أصبح عدد محطات الإذاعة ما يقارب بخمسمائة (500 محطة) ، وعدد الأجهزة ما يقارب ثلاثة مليون جهاز (3,000,000 جهاز) ، وهذا أدى إلى ازدياد في عدد المستمعين وانخفاض لثمن الجهاز[2]. وقد عرفت سنوات الثلاثينات كسنوات ذهنية للإذاعة استعملها التجار وأصحاب السلع لترويج بضائعهم ، ولقد كان تطور الإذاعة من الناحية الإخبارية اقل تطورا إذا ما قورنت بالناحية الترفيهية ، وذلك لسبب مهم وهو المعارضة المستمرة من قبل أصحاب الصحف المحلية و وكالات الأنباء لمنعهم من بين الأخبار إلى محطات الإذاعة ولكن هذا الضغط لم يدم طويلا ففي عام 1935 م ، نرى أن الصحافة المتحدة UP التابعة

[1] -**المرجع السابق**، ص 8.

[2] – شدوان علي شبه: **مذكرة في تاريخ الإعلام**، القاهرة،دار المعرفة الجامعية،2005، ص ص 65 ، 66 .

لعائلة سكريبس ، ووكالة خدمة الأخبار الدولية التابعة لعائلة هيرست ، بدأت تعرض خدماتها إلى الإذاعة ، وفي عام 1939 م بدأت الوكالة العالمية للصحافة المترابطة AP تمد الإذاعات بالأخبار ، وكون الإذاعة أداة اتصال جماهيرية شعبية هامة إذا ما قورنت بالوسائل الأخرى هي أكثر استعمالا في العالم [1].

وعرفت بريطانيا الإذاعة عام 1920، وفرنسا عام 1921، وأستراليا و ألمانيا عام 1923 ، ويذكر صابات انه ما إن انقضت سنة 1924 حتى كان هناك محطة راديو على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم وقفز عددها عام 1960 إلى أكثر من سبعة ألاف وخمسمائة محطة[2].

المطلب الثاني : خصائص ووظائف الإذاعة

أولا– خصائص ومميزات الإذاعة: تتميز بالخصائص التالية:

- أوسع وسيلة اتصال.
- مصدر متواصل للأخبار.
- الراديو يحتفظ بتأثيره لدى أنماط معينة من الجمهور.
- إعداد البرامج الإذاعية هي أكثر تنظيما.
- رخصة التكلفة.
- آلة مرنة – يمكن لواضعي الإعلانات تعديل السيناريو وتغييره ببساطة.
- الراديو وسيلة إعلام شخصية.
- الإعلانات في الراديو لها سماتها الذاتية وشخصيتها.
- الراديو يصل لاماكن لا تصلها الصحف[3].
- السرعة و الفورية في نقل الأخبار من مواقع الأحداث.
- اتساع نطاق التغطية الجغرافية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
- لا توجد حواجز تحول بين الإنسان والكلمة المذاعة نظرا لمقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والعسكرية والرقابة والتشويش لتصل إلى أي مكان تريد.
- جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس ، وبرامجها متنوعة بتنوع الأذواق المستمعين.
- يمكن مخاطبة كل مستمع بلغته لا تحتاج الكلمة الإذاعية إلى معاناة القراءة حيث نستطيع الاستماع ونحن نقوم بنشاطاتنا المختلفة.

[1] – **نفس المرجع** ، ص ص 67 ، 68 .

[2] – عاطف عدلي العبد/نهى عاطف العبد: **وسائل الإعلام نشأتها و تطورها وآفاقها المستقبلية**، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2006، ص 12.

[3] – شدوان علي شبه: **مرجع سابق**، ص 68.

- البث الإذاعي رخيص ، وكذلك إعداد وإنتاج وتقديم البرامج ، علاوة على رخص وتوفير أجهزة الاستقبال لكل الجمهور المستهدف.
- الراديو جهاز صغير الحجم سهل الحمل ويسهل نقله من مكان إلى أخر.
- مع استخدام الأقمار الصناعية في البث الإذاعي أصبح يمكن للإرسال الإذاعي أن يصل إلى اكبر مساحة مما سبق وبقوة أكثر وضوحا[1].

ثانيا– وظائف الإذاعة: في محاضرة قيمة لكروان الإذاعة المرحوم الأستاذ محمد فتحي، حدد وظائف الإذاعة في خمس وظائف رئيسية هي: الأخبار.– الترشيد.– التعليم. – التنشئة الاجتماعية.– المواطنة الدولية.

1/ الإخبار :بالكسر وذلك يعتمد على الرصد لمصادر الأخبار ، ثم الإعلام بالكسر لجمهور المستمعين بمضمون هذه الأخبار.

2/ الترشيد :ويعني التفسير لمجريات الأمور ثم التوجيه لجمهور المستمعين من خلال تفسير واضح لمضمون الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال إلقاء الأضواء على الأحداث ثم تحليلها تحليلا وافيا ثم التعليق تعليقا مناسبا

3/ التعليم : وينقسم إلى أربعة أقسام رئيسية :

- **التعليم المدرسي** : على أن يكون تعليما تكميليا وليس تكرارا لما يحدث في فصول الدراسة ، وهنا يجب التفرقة بين التعليم في الإذاعة كخدمة تقدم للمراجعة والاستزادة وبين التعليم في الإذاعة المدرسية والتي يكون هدفها أساسا هو التدريب العلمي للطلاب واكتشاف مواهبهم وتنمية قدراتهم على الإنشاء والإلقاء والخطاب وتعليمهم الجرأة والقدرة على القيادة .
- **الجامعة المفتوحة:** لمن فاتهم التعليم العام نتيجة ظروف خارجية عن إرادتهم ومثل حالات شلل الأطفال أو العجز أو الفقر أو البعد عن أماكن الدراسة ، ولذلك تسمى هذه الخدمة الإذاعية جامعة الهواء
- **محو الأمية** : ونعني بها محو الأمية الوظيفي للعامل والحرفي والفلاح وربة الأسرة الذين حالت ظروفهم العملية والحياتية دون تكملة التعليم أثناء انشغالهم في أعمالهم ولديهم الرغبة في اللحاق بركب العصر وتحصيل ما فاتهم في هذا المجال
- **تعليم الكبار** : ونعني به هؤلاء الذين حالت ظروفهم الاجتماعية دون الانخراط في سلك التعليم الدراسي في السن المناسبة ، ولديهم التطلع إلى الإحاطة بالمعارف وتحصيل المعلومات المناسبة لهم لاستكمال حياتهم بصورة مقبولة وميسرة .

[1] – جمال العيفة ، **مرجع سابق**، ص ص 108 ، 109 .

4/التنشئة الاجتماعية : أي التعبير عن العادات والتقاليد الاجتماعية والمشاركة في الأفراح والأعياد والمناسبات الوطنية والدينية لجمهور المستمعين ، من خلال الأشكال الإذاعية المختلفة (كالدرام ا والموسيقى والمجلات الإذاعية) لتقديم صورة حية مقبولة لكل المناسبات وذلك لإلقاء الضوء على العادات والتقاليد الشعبية.

5/ المواطنة الدولية : فاللاذعة دور كبير في نشر أفكار السلام بين المستمعين محليا أو خارجيا وتكوين إحساس لديهم أنهم أبناء وطن واحد وطن دولي رغم اختلاف اللهجات والأديان و الأوطان ، كذلك الإذاعة وسيلة للتعارف مع الشعوب الأخرى من خلال استضافة الوافدين والزائرين والسائحين الذين يقدون ، وذلك لنقل صورة حية من البلاد الأخرى رغبة في التواصل والتلاحم والتالف ، وبذلك أصبحت الإذاعة وسيلة اتصال مع العالم الخارجي ، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر رسمي أو غير رسمي ، وبذلك يصبح العالم قرية صغيرة تضمها بين ذراعيك وتستمع إليها بأذنيك، فتحس بنبض الشعوب وتؤدي إلى تقارب الأفكار وتالف القلوب ، رغم بعد المسافات [1].

المطلب الثالث : العمل الإذاعي

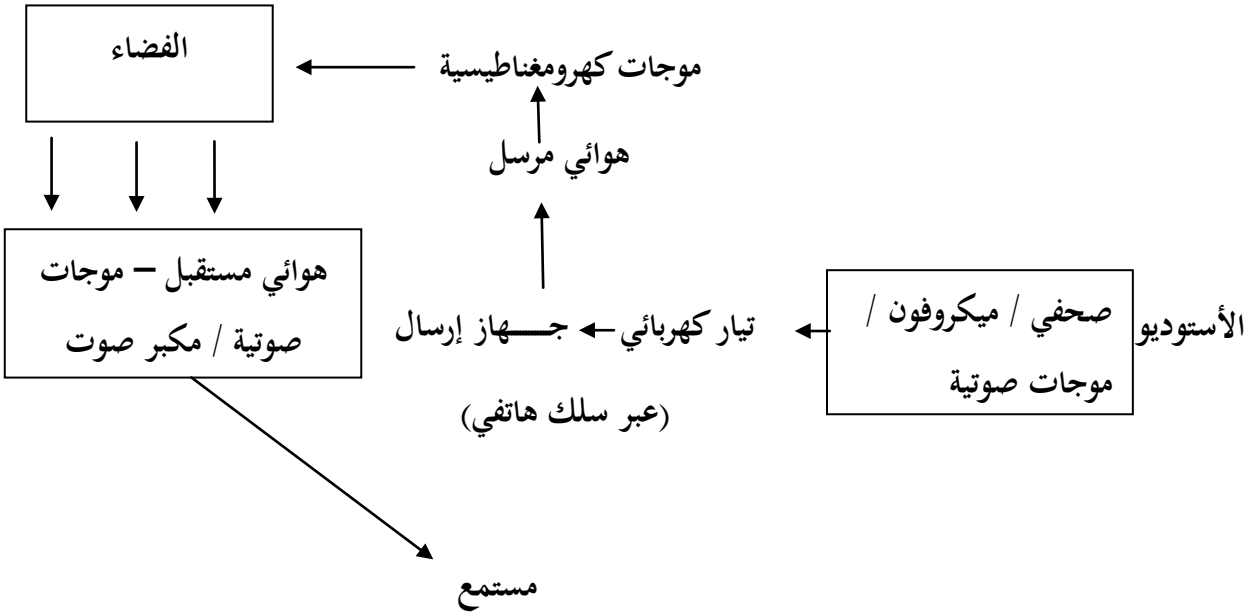
أولا – تعريف الأداء الإذاعي : هو بعث الروح وإشاعة الحياة في نص مكتوب ، نجد أن هذا يعتمد على فهم الإنسان العميق السليم للنص ، كما يعتمد على الخبرة الطويلة والتجارب المتعددة من خلال العمل في ميدان الإذاعة ، والأداء به أكثر من جانب واحد ويختلف في كل مادة عن الأخرى ، فهو يقوم على أساس مبدأ مخاطبة المستمعين كأفراد وليس كجماعات ،ومن أساسيات العمل الإذاعي استخدام العبارات التي يفهمها جمهور المستمعين للتأثير عليهم باستخدام كلمات بسيطة سهلة الفهم ذات أفكار واضحة لا يشوبها غموض أو إبهام لان الأفكار الغامضة تعطل وتعرقل عملية التأثير ، كما يجب أن تكون المعلومات المذاعة مستقاة من مصادر صحيحة مع الالتزام بمعايير الصدق والأمانة واستخدام عبارات مألوفة للمستمع العادي وخالية من التفاصيل المعقدة ، وعليها أن تثير انتباه المستمع وتهيئ ذهنه للفهم ، وتحثه على مواصلة الاستماع إليها ، وقد يتطلب ذلك أن تبهجه أو تفاجئه أو تسليه [2].

ثانيا – كيفية عمل الإذاعة : يتوقف البث الإذاعي على عدة عوامل بشرية ومالية وتقنية وتنظيمية ، فالإذاعة مثلها مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة ، تعتمد في وصولها إلى جمهورها على طاقم بشري متخصص (إداريين ، صحفيين ، تقنيين ، متعاونين) و إمكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنجاز الإذاعي اليومي ، بالإضافة إلى أجهزة وأدوات خاصة تعمل على تجميع و إيصال الأصوات الإذاعية إلى أجهزة الاستقبال الموجودة

[1] – جمال أبو شنب: **نظريات الاتصال والإعلام " المفاهيم – المداخل النظرية – القضايا** "، دار المعرفة الجامعية،2008، ص ص228 ، 230

[2] – **نفس المرجع** ، ص 232.

لدى المستمعين – تبدأ عملية البث داخل قاعة مجهزة تجهيزا خاصا تسمى " الأستوديو " أين يتحدث الصحفي أمام " ميكروفون " لتنقل أصواته إلى طاولة كبيرة تسمى طاولة التجميع وذلك بعد أن تكون قد تحولت إلى تيار كهربائي يعمل على إنتاج موجات إلكترومغناطيسية عن طريق إرسال ، ثم تنتشر هذه الأمواج في الفضاء بشكل تيار مضخم لتلتقطه أجهزة الاستقبال وتشتق منه تيارا ضئيل الشدة يكون مطابقا للتيار المنتج من قبل الميكروفون الذي يضخمه بدوره ليمر بعد ذلك عبر مكبر الصوت ،وفيما يلي مخطط توضيحي لمسار البث الإذاعي :



الشكل رقم (01) مخطط تقريبي لكيفية عمل الإذاعة

ثالثا – البرامج الإذاعية :أما فيما يخص مادة هذا الإرسال نفسه أو ما يسمى بالبرامج الإذاعية

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية ، ثقافية ، اقتصادي ، اجتماعية ، تربوي ، ترفيهية) سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة ، ويتوقف نجاح هذه البرامج في مراحلها المختلفة (البرمجة ، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج) على عدة عوامل أهمها :

- البرمجة المناسبة من حيث الترتيب والتوقيت والحجم الساعي والتنويع.
- حسن إلقاء المذيع وتنشيطه للبرنامج بحيوية وعفوية بعد التحضير الجيد لموضوعه.
- الدقة في الإخراج وجعله مناسبا لطبيعة البرنامج وموافقا لرغبة المستمع مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام.
- الصياغة المناسبة للمادة الإعلامية التي يفضل أن تكون قصيرة ومباشرة وبأسلوب طبيعي وقريب من المحادثة الشخصية.

- هذا بالإضافة إلى حسن الإرسال والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي و التقني[1] .

رابعا – أجهزة البث الإذاعي:تتنوع أجهزة إرسال وبث موجات الراديو ، أو نظم بث الراديو إلى نوعين :

النوع الأول :Amplitude Modulation(AM) الذي يبث إشارته بشكل راسي في الفضاء أو إلى أعلى، وقد كان حتى حرب العالمية الثانية ومداه أطول من (FM)، ولذلك فان إرساله يغطي مساحات اكبر.

النوع الثاني : (Frequency Modulation(FM الذي يبث إشاراته بشكل أفقي وهو أكثر نقاء أو صفاء من نظام الـ AM ، ويذيع الموسيقى و الأغاني بصوت مجسم[2].

المطلب الرابع : الإذاعة في الوطن العربي

عرفت مصر الإذاعة في أواخر النصف الثاني من عشر ستينيات القرن العشرين، وكانت مملوكة لأحد الخواص حيث أنشأت الحكومة محطة إذاعية رسمية عام 1934، والإذاعة في مصر والدول العربية عدا لبنان فهي مملوكة للحكومة.

وقد دخلت الإذاعة معظم دول المنطقة العربية عن طريق قوات الاحتلال الفرنسي والإيطالي ،كما في حالات لبنان وليبيا والجزائر لخدمة مصالح هذه الدول المستعمرة بالدرجة الأولى وتختلف النشأة من دولة إلى أخرى[3]، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (01): يبين تاريخ بدء الإرسال الإذاعي في المناطق العربية

الدولة	تاريخ بدء الإرسال الإذاعي
الجزائر	1925
المغرب	1925
تونس	1935
العراق	1936
لبنان	1938
ليبيا	1939

[1] – فضيل دليو: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** ، الجزائر، مركز البحث،2003،ص ص 93 ، 95 .

[2] – جمال العيفة: ، **مرجع سابق**، ص 109.

[3] – **نفس المرجع** ، ص 111.

السودان	1940
سوريا	1941
البحرين	1942
الصومال	1943
اليمن	1947
الأردن	1948
السعودية	1949
الكويت	1951
موريتانيا	1961
الإمارات (إذاعة دبي من الشارقة)	1966
قطر	1968

- **مكونات البرنامج العام للإذاعة العربية** :و إذا نظرنا إلى البرنامج العام لمعظم الإذاعات العربية نجده لا يكاد يختلف في خطوطه الكبرى من محطة لأخرى (كثرة الأغاني – للإغراق في أحلام اليقظة و الإبعاد عن المشاكل اليومية أو لملئ فراغ برامجي – قلة التحليل والنقد والسبق الإذاعي – فشل البرامج الثقافية –خبرية ، رتيبة وجافة) وهذا الهيكل العام لمعظم البرامج العربية العامة : النشيد الوطني / أو القران الكريم .-برنامج صباحي يشمل بعض القراءات و الأغاني. -الأغاني. -الأخبار.-التمثيليات.-البرامج الثقافية .-البرامج الشعبية.-البرامج الدينية.-البرامج السياسية (تعليقات وبرامج ذات صلة بالمناسبات) -بعض البرامج الخاصة (المرأة– العمال – الفلاحين- الشباب – الطب ...الخ)[1]

المطلب الخامس : واقع مؤسسة الإذاعة الجزائرية

إن الإذاعة الجزائرية لا يختلف حالها كثيرا عن التلفزيون على الرغم من تفوقها عليه من ناحية الكفاءة والأداء ، وقد جرت محاولات لتحسين أداء الإذاعة الجزائرية ، وذلك بتنويع لغات البث ومحتوياته ومناطقه فهي تمتلك ثلاث أدوات إذاعية وطنية هي :

القناة الأولى : تبث بالعربية على مدار أربع وعشرين ساعة.

[1] – فضيل دليو: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** ، **مرجع سابق**، ص 90.

القناة الثانية : تبث بالامازيغية.

القناة الثالثة : تبث بالفرنسية.

القناة الدولية : وتبث بالعربية والفرنسية والانجليزية والاسبانية .

كما تضم الإذاعة الجزائرية قنوات أخرى مثل : الإذاعة الثقافية و متيجة والبهجة وإذاعة القران الكريم .

وتضم كذلك ما يزيد عن 40 محطة إذاعية محلية ، حيث تسعى إدارة الإذاعة الآن إلى تعميم الإذاعات المحلية عبر كل ولايات الوطن ، وتتوزع الإذاعات المحلية في الولايات التالية :

- ادرار– الشلف–الاغواط –باتنة –بجاية –بسكرة –بشار – تمنراست –تبسة –تلمسان – تيارت – متيجة (العاصمة) – سطيف –سكيكدة –سيدي بلعباس – عنابة – قسنطينة – مستغانم – مسيلة – معسكر – ورقلة – وهران – البيض–اليزي– تندوف –الوادي – النعامة –غرداية– خنشلة – سعيدة – جيجل– قالمة – الجلفة – عين الدفلى – برج بوعريريج – ام البواقي – سوق – اهراس –غليزان – عين تيموشنت – تيسمسيلت.

وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 102-91 المؤرخ في 05شوال عام 1411هـ الموافق 20 افريل 1991 الذي يحول المؤسسة الوطنية الإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة ،ففي مادته الأولى تحولت مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة المحدثة بموجب المرسوم رقم 146-86 المؤرخ في أول يوليو سنة 1986 إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمى : المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة يكون مقرها بمدينة الجزائر .

وبموجب هذا المرسوم تتمتع المؤسسة بالشخصية المعنوية من القانون العام و باستقلالية التسيير، كما يحدد ذات المرسوم في مادته العاشرة تنظيم المؤسسة في شكل مديريات ووحدات يديرها مدير عام (المادة 11) يعين هذا الأخير بمرسوم رئاسي (المادة 12) ويساعد المدير العام مديرو القنوات (المادة14) وتتكون الإذاعة الوطنية من مديريات مركزية وهي:

- مديرية القناة الأولى
- مديرية القناة الثانية
- مديرية القناة الثالثة
- مديرية الإدارة والتكوين
- مديرية الموارد المالية

وعلى الرغم من كل هذه المجهودات فان الإذاعة الجزائرية لا تزال هي الأخرى تحتاج إلى المزيد من الاحترافية والجدية والوضوح في العمل و الأهداف والمعالم لتساير التطورات الكبرى المتسارعة في العالم [1].

المبحث الثالث: الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الأول:تعريف الإذاعة المحلية

إن مفهوم الإذاعة المحلية هو مفهوم تابع لمفهوم المجتمع المحلي هي عبارة عن جهاز إعلامي يخدم مجتمع محلي. بمعنى أنها وسيلة تستخدم لأغراض مختلفة بهدف خدمة المواطن المحلي، و تلبية حاجياته المختلفة، و كذا وسيلة للتثقيف و الترفيه، لهذا وجب عليها أن تكون على معرفة جيدة [2]، بطبيعة المجتمع المحلي، و ذلك من خلال بثها برامج مختلفة ، يتفاعل معها أفراد هذا المجتمع و يقصد بالبث المحلي هو تلك المحطة التي تشتغل في المجتمع المنشاة فيه بهدف خدمته و تقديم صورة له و قد يكون هذا عبارة عن صيغة إقليمية أو جغرافية ،كان يكون عبارة عن بلدة أو قرية صغيرة، أو مقاطعة أو جزيرة كما قد يكون عبارة عن الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة ، دو ن أن يقتضي ذلك العيش معا في إقليم واحد، وعليه فان أهم ما يميز الإذاعة المحلية عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى هو ارتفاع مستوى مشاركة الأفراد فيها و تفاعلهم معها [3].

و حسب عبد المجيد شكري فان الإذاعة المحلية تعرف على: " أنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا ، بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق ارض محدودة المساحة [4].

و الإذاعة المحلية مؤهلة أيضا كي تلعب دورا أكثر التصاقا بالتنمية، حيث أن الإذاعة المحلية مثلها مثل الصحاف المحلية، تقوم على خدمة مصالح المجتمع المحلي.

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر و مراحل تطورها

- **نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر**

لقد ورثت الجزائر من السلطات الاستعمارية عدة هياكل إذاعية، كانت موجهة لخدمة الخطاب العسكري و كذا السياسي فقط، داخل وخارج الوطن، و عليه فقد شهدت في الخارج انطلاق ثماني إذاعات و ذلك في سنة

[1] – جمال العيفة: ، **مرجع سابق**، ص ص 111،113 .

[2] – عبد الجعيد شكري **تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج، فن الراديو و التلفزيون**، دار الفكر العربي،ط1996،1،ص10.

[3] – نور الدين تواتي: **الصحافة المكتوبة و السمعية و البصرية في الجزائر**، دار الخلدونية، الجزائر،2008،ص 137.

[4] – صالح محمد حميدت: **دور الإذاعة المحلية في ترسيم مفهوم الوحدة الوطنية**، ط1، دار غيداء للنشر والترنيم، 2012، ص 97.

1958[1].أما بعد الاستقلال فقد عانت الجزائر عدة مشاكل و بالخصوص التحدي الإعلامي و التقني، هذا ما دعاها إلى إنشاء العديد من الإذاعات المحلية في جميع المناطق الجزائرية، و هذا بقرار المدير العام للإذاعة.

وقد ظهرت الإذاعة الجزائرية في وقت متأخر جدا، و هذا ناتج عن التعددية السياسية وكذا الإعلامية، وكذا على جملة من العوائق السياسية و القانونية المفروضة على قبل تلك الفترة و هذا بداية من سنة 1988[2].

حيث تعتبر هذه السنة سنة جوهرية للإعلام الوطني، و هذا بعد التطورات و التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الإعلامية، بعدما سنت السلطات الجزائرية مجموعة من القوانين الخاصة بالإعلام و تتعلق أساسا بحرية التعبير، و إحياء الثقافات الوطنية و كذا تحسين الأساليب الإعلامية.

أما بعد أحداث أكتوبر 1988، فرضت التعددية السياسية على السلطة الجزائرية هذا ما جعل الإذاعة الجزائرية محدودة الانتشار، مع العلم أنها كانت في موجهة ذلك الوقت لخدمت الخطاب السياسي و ليست لخدمة الشعب. و قد تم إصدار أول قانون للإعلام في الجزائر في يوم 6 فيفري 1982، و قد نصت مادته الأولى على أن الإعلام هو قطاع القطاعات السياسية الوطنية، وهو بذلك ترجمة للرغبات و الانشغالات الشعبية، و عليه فقد قام العديد من الباحثين و المختصين إلى تقسيم تاريخ الإذاعة الجزائرية إلى مرحلتين هما[3]:

أ/ المرحلة الأولى(قبل 1962):و في هذه المرحلة عرفت الجزائر أول إرسال إذاعي، في عام 1925 أي بداية العشرينات، و ذلك بمبادرة من احد الفرنسيين حيث كانت لا تتعدى قوتها 100 وات.

إلا أنها ارتفعت في عام 1928 إلى 600 واتّ، أما في عام 1929 فقد تم إرسال أول محطة إعلامية بقوة 12 كيلو وات[4]، و في سنة 1945م تم إنشاء إدارة مستقلة تهتم بشؤون التسيير و الشؤون الفنية مع إعطاء بعض الصلاحيات لحاكم العام للجزائر، و الذي كان يترأس مجلس يدعى " اللجنة الجزائرية للإذاعة".

أما في عام 1954م فقد كانت قوة الإرسال آنذاك تتجاوز 322 كيلو وات، في حين لم تكن في عام 1946 تتعدى 200 كيلو وات، حيث كانت تبث على الموجة المتوسطة والقصيرة ،أما في مطلع الستينات شهدت الجزائر جملة من التغيرات و الإصلاحات في الإذاعة الجزائرية، تمثلت في التغيير الذي حصل في نوعية البرامج التي كانت تبثها، كما ساعدت الثورة الجزائرية أثناء انطلاقها، وذلك لما حققته من إعلام و إخبار الشعب

[1]- ليلى شاوي: **دور الإذاعة المحلية في توسيع الهوية الثقافية لجمهور المستمعين** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر، ص ص 130،135.

[2]- نور الدين تواتي: **مرجع سابق**،ص 98.

[3]- ليلى شاوي: **مرجع سابق**،ص ص 137،138.

[4]- شريفي فطيمة: **دور الإذاعة المحلية في تلبية الاحتياجات الثقافية لدى المرأة** ، رسالة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ،المسيلة،2014،ص28.

بأهم الأحداث و التطورات العسكرية و الثورية.و بعد إعلان الحكومة المؤقتة في 1958م، أصبحت هناك وزارة خاصة بالإعلام و الدعاية، تهدف إلى معرفة أخبار الثورة فظهرت الإذاعة السرية الجزائرية و صوت الجزائر.

ب/ المرحلة الثانية(بعد 1962):و هذه المرحلة تدعى مرحلة بعد الاستقلال حيث ورثت الجزائر شبكة إذاعية تسيير وفق النظام الفرنسي الاستعماري، و بعدها أصدرت الجزائر في عام 1962 مجموعة من المراسيم المتعلقة بقطاع الإعلام منها خمسة مراسيم حيث كانت التلفزة و الإذاعة في مؤسسة واحدة تابعة لوصايا وزارة الإعلام و الاتصال[1]، ثم جاء مرسوم 1967م، و الذي جاء ليعطي تنظيم وهيكل جديد للإذاعة و كذا التلفزة، حيث حدد هدف الإذاعة و هو التغطية الشاملة للبلاد و في نفس الوقت قامت بتخصيص دار بين قسنطينة و وهران و ذلك عام 1986م[2].

لينتهي المطاف بإصدار قانون إعادة هيكلة ككل السمعي البصري و ذلك القرار مؤسسة قائمة بحد ذاتها منفصلة عن مؤسسة التلفزة و هذا سنة 1968، و لا يزال هذا القرار ساري التطبيق[3].

-مراحل إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر:إن ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر مر بعدة مراحل يمكن تقسيمها إلى ثلاث فترات هي[4]:

ا/مرحلة الانطلاق: تم خلالها إنشاء سبعة إذاعات محلية و تميزت هذه الفترة بالنقص الكبير في مجال الهياكل المؤطرة و الإمكانيات البشرية و التجهيزات و غياب الآلي للأهداف و البرامج و اقتصرت في هذه المرحلة التي وفرها القطاع كتوفير المعدات الأولية مثل الاستيديوهات و خلية التركيب و المزج و غيرها من المعدات الأولية[5].

ب/مرحلة التوسيع(1994 – 2001):اتخذت في هذه المرحلة الإذاعة المركزية في هذه السنة فقرارا بإنشاء اثنتي عشر(12) إذاعة محلية على الحدود الجزائرية نظرا لتعرض سكان هذه المناطق للبث الوافد من الدول المجاورة، و قد قدرت تكاليف إنشاء الإذاعات المحلية خلال سنة 14 مليار سنتيم ،غير أنها تضف شيء على المعطيات التقنية التي تم ذكرها في المرحلة الأولى إلا انه تم التركيز على الأحداث المحلية و الجانب الثقافي و التربوي وكذا جانب التسلية[6].

---

[1]- ليلى شاوي:**مرجع سابق** ،ص 98.

[2]- لبنى لطيف : **دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.ص124.

[3]- نور الدين توابتي: **مرجع سابق**،ص 1.

[4]- **نفس المرجع** ،ص ص 138،139.

[5]- ليلى شاوي: **مرجع سابق**،ص 67.

[6]- شريفي فطيمة: **مرجع سابق**،ص 35.

ج/مرحلة التثبيت (2004– حتى الآن):وضعت الإذاعة المركزية خلالها برنامجا جديدا يقضي بإنشاء سبعة إذاعات محلية خلال سنة 2001 بولايات: سوق اهاس، سكيكدة، مسيلة، الشلف، معسكر، مستغانم

و البيض. على أن تعميم البرنامج بالنسبة لباقي ولايات الوطن ، وما ميز هذه المرحلة هو الاهتمام بمجال الإعلام المحلي المسموع عن طريق استغلالها بطريقة جيدة.

المطلب الثالث :أسباب و خصائص انتشار الإذاعة المحلية

أولا: أسباب انتشار الإذاعة المحلية،هناك عدة أسباب أهمها:

1 -العامل الجغرافي: يعتبر من أهم العوامل التي تؤثر على أي نضام إذاعي في أي دولة فلا تستطيع إذاعة وطنية تغطية كل الأحداث التي تجري في الوطن لهذا برزت الحاجة إلى ظهور إذاعات محلية.

2 -عامل اللغة: كما أن اللغة تؤثر هي الأخرى في الأنظمة الإذاعية، فقد يشكل تعدد اللغات و اللهجات عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان فمثلا هذا ما يؤكد إنشاء مجموعة من الإذاعات المحلية تخاطب مجتمع محلي بلغته.

3 -التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية: لقد ركز سامي الشريف في حاجة الجماهير للمشاركة في التنمية فالدول النامية لا تستطيع تحقيق أهداف التنمية دون أن تولي اهتمام اكبر المجتمعات المحلية، و أفضل أساليب الإعلام هو تحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط و برامج التنمية [1].

ثانيا : خصائص الإذاعة المحلية تتميز الإذاعة المحلية بعدة خصائص أهمها:

- الخصائص المادية: الانتشار الكبير للراديو بسبب انخفاض ثمنه.
- الخصائص الاجتماعية و البشرية: تزايد الاستماع الكبير للراديو بغض النظر للنوع أو السن أو الحالة الاجتماعية كما أنها وسيلة ملائمة لظروف المجتمع.
- الخصائص التقنية و التكنولوجية: إن الإرسال الإذاعي بإمكانه التغلب على كل الحواجز الطبيعية كالجبال و الأنهار و كذا الحواجز الزمنية و المكانية.
- تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في برامج الإذاعة المحلية، و ذلك عن طريق عرض القضايا المحلية و مناقشتها، و محاولة إيجاد الحلول لها، وكذا إتاحة الفرصة لكل مواطن التعبير عن رأيه[2].

[1]- لبنى لطيف : **مرجع سابق** ،ص54.

[2]- شرقي عبير ، محجوب سهيلة: **دور الإعلام الجواري في التنمية المحلية، إذاعة برج بوعريريج نموذجا**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة المسيلة، 2014/2013، ص 31.

- "يتطلب الإعلام المحلي على أن يكون القائمون بأداء رسالتهم من أبناء المجتمع المستهدف، ممن يمثلون كوادر إعلامية، نابعة من البيئة التي يعملون فيها، و لهذا تكون لديهم الرغبة في تحسين نمو و ازدهار مجتمعهم المحلي[1]، و الحفاظ على قيمه و عاداته ة تقاليده السائدة".
- تنوير الرأي العام الوطني وذلك من خلال اطلاعهم على الأنباء الداخلية و كذا الخارجية.
- تنمية الوعي و نشر الثقافة و تشجيع مختلف الفنون و الترويج لها[2].
- خدمة التنمية لأنها أصبحت قضية مهمة في المجتمع استحوذت على عقول المفكرين و كذا الباحثين للقيام بالدفع بعملية التنمية من اجل تحقيق الرفاهية للمجتمع المحلي و تلبية رغباته و حاجاته.
- المساهمة في شغل الأوقات " وقت الفراغ" و ذلك من اجل الترفيه عن المواطن من خلال تقديم برامج فكاهية و منوعات تساهم في الترويح عن النفس و لو بالقليل عن المواطن.
- تقديم خدمات خاصة بأبناء المجتمع المحلي و إعلامه بكل ما يدور من حواه من مستجدات و إخبار على المستوى الإقليمي وكذا الدولي[3].

[1]- ناصر محمود عبد الفتاح أمين: **دور الإذاعة و الصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين** ، دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصيد، رسالة دكتوراه في الإعلام، القاهرة، 2002،ص 78.

[2]- عبد الحميد شكري: **الإذاعة المحلية لغة العصر**، دار الفكر العربي، مصر، 1987،ص 65.

[3]- نور الدين تواتي:**مرجع سابق** ،ص 57.

المطلب الرابع : وظائف و أهداف الإذاعة المحلية

أولا: الوظائف/ لعل من أبرزها الوظائف الموكلة للإذاعة المحلية نذكر منها:

1/ الوظيفة الإعلامية و الإخبارية: لقد أوضحت العديد من الدراسات الميدانية العربية منها و الأجنبية أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من معلومات الفرد.

2/ الوظائف الخدماتية: يحتاج المواطن المحلي لمعرفة كل الخدمات التي تهم وسط المجتمع المحلي الذي يعيش فيه كخدمة النقل و السكن و الفلاحة.....وغيرها من الخدمات التي لا يتطرق أليها لأنها خدمات محلية لا تهم أفراد محليين فتقدم الإذاعة هذه الوظيفة.

3/ الوظيفة الترفيهية: تتمثل في شغل أوقات الفراغ و الترفيه عن النفس فنجدها تقدم برامج غنائية ، ثقافية و كذا موسيقية و غيرها من البرامج الترفيهية.

4/الوظيفة الاشهارية: تهدف الإذاعة المحلية من وراء هذه الوظيفة إلى التعريف بالمنتج أو السلعة أو خدمة ما لم يكن يعلم بها المواطن المحلي أو لم يملك عنها معلومات كافية، كما يعتبر الإشهار في الإذاعة المورد الأساسي لسد نفقات الإذاعة المحلية.

ثانيا: الأهداف / تسعى جل الإذاعات المحلية إلى تحقيق عدة أهداف رئيسية منها:

- إبراز الثقافة الشعبية و ذلك خوفا من زوالها[1].
- الاهتمام برغبات المجتمع و محاولة تقديم الأفضل له.
- تشجيع التواصل الاجتماعي.
- المساهمة في تنمية الإنتاج الفكري و بثه في الإذاعة[2].
- تغطية و تنشيط الأحداث المحلية مع إبراز الثقافة المحلية.
- خدمة الثقافة الوطنية و أبرازها و التعمق في جذورها، بهدف الإرث الثقافي لكل منطقة[3].

[1]- نور الدين تواتي: **مرجع سابق** ،ص 142.

[2]- منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي: **الإعلام و المجتمع** ،ط2،الدار اللبنانية،2006،ص 132.

[3]- عبد الحميد شكري: **مرجع سابق**، ص 77.

- تعمل على فسح المجال للمرأة و ذلك بتخصيص برامج خاصة بها[1].
- تنوع مضامينها الإعلامية من برامج دينية ، ثقافية و ترفيهية.....الخ.
- تعمل على تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي[2].

المطلب الخامس :نماذج لبعض الإذاعات المحلية

1/ **إذاعة الساورة بشار:**

تعد أول إذاعة محلية شرعت في البث على مستوى الوطن يوم 20 افريل 1991م لمدة 6 ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الثالثة مساءا تغطي المناطق التالية: بشار، ادرار،تندوف، تيميمون رقان وهي إذاعة أنشأت لتلبية حاجيات المواطن الاجتماعية و الثقافية و نشر العادات و التقاليد.

2/ **إذاعة وهران**[3]:

بدأت المحطة البث يوميا من 6:40 صباحا حتى 20:00 مساءا بحجم ساعي قدره fm13 ساعة و 20 دقيقة، و على موجة البث التالية 9207 و يتم ربطها هي الأخرى من القناة الأولى الثقافية و قناة القران الكريم و لغتها العربية من أهم البرامج التي كانت تبثها: أطفال الباهية، صحة ووقاية، أهل الأندلس و غيرها.

3/ **إذاعة باتنة**[4]:

تأسست يوم 29 ديسمبر 1994، تبث على مدار أربع ساعات في البداية من التاسعة صباحا حتى الواحدة زوالا باللغتين العربية و الامازيغية كما أنها تربط مع القناة الأولى وقناة القران الكريم.

4/ **إذاعة قسنطينة** سيرتا[5]:

قد كانت إذاعة قسنطينة محطة جهوية تغطي منطقة الشرق الجزائري بدا بثها في 2 فيفري 1995. من التاسعة صباحا حتى الواحدة زوالا كانت تغطى ولاية ميلة وقالمة، سكيكدة وأم البواقي. ثم تحولت إلى إذاعة محلية. في محنة 1995، وهي تبث برامج بحجم ساعي مقدر ب13 ساعة. ويتم ربطها هي الأخرى بالقناة الأولى وكذا

[1]- زهير احد ادن: **تاريخ الإذاعة و التلفزة الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 92.

[2]- جيهان احمد رشتي : **النظم الإذاعية في المجتمعات العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة، ص58.

[3]- نور الدين توابتي: **مرجع سابق** ،ص 102.

[4]- لبنى لطيف:**مرجع سابق** ،ص 98.

[5]- صالح محمد حميد: **دور الإذاعة المحلية في ترسيم الوحدة الوطنية**، ط1،دار غيداء للنشر و التوزيع، 2012، ص 47.

قناة القران الكريم ،كما أنها تقدم برامج تخدم حاجيات المنطقة و المتمثلة في عادات المنطقة و تقاليدها و حتى اللهجة، و هذه بطبيعة الحال من خصائص الإذاعة المحلية.

المبحث الرابع: إذاعة المسيلة الجهوية

المطلب الأول: نشأة إذاعة المسيلة المحلية

يأتي إنشاء إذاعة المسيلة المحلية ضمن مخطط وطني يهدف إلى إعلام جواري يهتم و يتفاعل مع انشغالات المواطنين في محك مجالات التنمية و الحياة الاجتماعية ، وكذا الخدمة العمومية للمواطن،وعليه فقد بدأ تجسيد الميداني لمشروع إذاعة المسيلة في عام 2002 ، و ذلك باستغلال مقر المجلس الشعبي الولائي سابقا بعد إعادة مجيئه، حيث أشرف الرئيس عبد العزيز بوتفليقة على انطلاق بثها، في **يوم** 07 أكتوبر 2003 .

لقد شهدت إذاعة المسيلة منذ انطلاق، بثها عدة تطورات و مراحل و بالخصوص، فيما يتعلق يتنوع البرامج المقدمة في الإذاعة وهذا ما توضحه النقاط التالية[1] :

- انطلاق البث بشبكة برامج على مدى 4ساعات وذلك من تاريخ 07 أكتوبر 2003، إلى 04 جويلية 2004.
- ثم تطور الحجم الساعي للبث اليومي ليرتفع في 5 جويلية 2004 ،إلى 8 ساعات بث يوميا من الساعة 8:00 صباحا 16:00
- وبتاريخ 15 جوان 2006 وصل الحجم الساعي للبث 12ساعة يوميا،أما حاليا فيقارب الحجم الساعي 15 ساعة تقريبا.

المطلب الثاني: تنظيم وتمويل إذاعة المسيلة

التسيير المالي: تعتمد إذاعة المسيلة المحلية كباقي الإذاعات الجزائرية الأخرى.من الناحية المالية على ميزانية خاصة لها من طرف المدرية العامة بحيث تكون ملزمة بتقديم تقارير إلى هذه المديرية تتضمن السجلات والكشوف التي تثبت صرف هذه الميزانية .حيث يتم صرف هذه الميزانية المحصل عليها في العمل داخل الإذاعة وخارجها وكذا في شراء المعدات والفواتير الهاتفية... الخ.

[1]– مقابلة مع خالد بورزق: مسؤول بقسم الإنتاج، يوم 08 فيفري 2016،الساعة10:15، مقر الإذاعة .

– **التنظيم التقني:** إن إذاعة المسيلة مجهزة بثلاث استوديوهات و هي[1]

1/**أستوديو البث المباشر** : وذلك يتم من خلال البث المباشر للإذاعة وذلك من الساعة السادسة وخمسة وخمسون دقيق صباحا إلى غاية الساعة الثامنة مساء. وهذا الأستوديو يحتوي على أجهزة رقمية متطورة و جهاز " و الذي يقوم بعملية الربط بين إذاعة المسيلة و الإذاعة الوطنية الأولى" .

2/**أستوديو الإنتاج و التسجيل** : ويتم في هذا الأستوديو التسجيل لكل البرامج الإذاعية الموجودة في الشبكة البرامجية للإذاعة.

3/**أستوديو المزج و الترتيب**: ويتم في هذا الأستوديو مراقبة البرامج المسجلة قبل بثها و تصحيحها قبل بثها في الإذاعة.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للإذاعة

تعتبر إذاعة المسيلة كباقي الإذاعات الجزائرية بها عدة أقسام مختلفة وهي كالتالي:

1/ قسم الإدارة: ويوجد به مدير الإذاعة وهو المشرف العام لهذه المؤسسة.– ملحق إداري– المكلف بالإشهار– الكاتبة الإدارية.

2/ **قسم الأخبار** : يتمثل في تقديم الفقرات التالية:

– المواجيز الإخبارية

– تقديم البرامج الإخبارية المحلية يوميا.

– إعداد الريبورتاجات الميدانية لنشرة الأخبار اليومية.

3/ **قسم الإنتاج:** يتكون من 4 مخرجين و 5 منشطين و كذا 5 متعاونين يقومون بأعمال التالية:

– المساهمة في تقديم البرامج و تقديمها[2].

– ضمان البث اليومي المباشر.

– تحضير ورقة البث اليومي المتضمنة برنامج البث .

4/ ***القسم التقني*** : يشمل كل التقنيات ، الآلات و التجهيزات يشرف عليه مختصون في هذا المجال تتولى عدة مهام منها:

[1]– مقابلة مع جلال صلاح الدين : صحفي بالإذاعة ، بمقر إذاعة المسيلة المحلية ، يوم 03 مارس.الساعة 15:00.

[2]– مقابلة مع جلال صلاح الدين: صحفي بالإذاعة، بمقر الإذاعة، يوم 07 مارس2016. الساعة 16:04.

- ضمان البث اليومي المباشر.
- المراقبة اليومية للأجهزة وصيانتها.
- ضمان مختلف التسجيلات اليومية الداخلية و الخارجية.

5/ قسم الأمن و الحظيرة : و يضم 6 أعوان الأمن بالإضافة إلى سائقين و 2 عامل نظافة.

المطلب الرابع : الحجم الساعي للبث في إذاعة المسيلة المحلية

لقد شهدت إذاعة المسيلة المحلية بعدة تغيرات مست الحجم الساعي الخاص بالبث و الذي كان على النحو التالي[1]:

1/ من 07 أكتوبر 2003 إلى غاية 04 جويلية 2004: كان بقدر الحجم الساعي ب " 4 ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الواحدة زوالا.

2/ من 05 جويلية 2004 إلى غاية 14 جوان 2006: كان الحجم الساعي قد تضاعف حيث قدر ب 8 ساعات يوميا من الساعة الثامنة صباحا إلى غاية الرابعة مساءا.

3/من 15 جوان 2006: كانت تقدر ساعات البث : 12 ساعة يوميا من الساعة السابعة صباحا إلى غاية السبعة مساءا.

4/ أما حاليا فيقدر الحجم الساعي تقريبا ب 13 ساعة تقريبا أي من الساعة السادسة و أربعون دقيقة إلى غاية السابعة و النصف مساءا،كما أنها تربط بثها مع قنوات الإذاعية الوطنية.

1 - 20:00 سا – 23:00 سا تربط البث مع القناة الإذاعة الثقافية.
2 - 23:00 سا - 00.00 سا تربط البث مع القناة الأولى.
3 - 00.00 سا - 02:00 سا تربط البث مع إذاعة القران الكريم.
4 - 02:00 سا - 05.00 سا تربط البث مع القناة الأولى.
5 - 00:05 سا تعيد الربط مع قناة إذاعة القران الكريم.
6 - من 06:55 سا الى 07:00 سا ينطلق بثها الإذاعي اليومي كباقي الإذاعات المحلية الأخرى.

[1]- مقابلة مع جلال صلاح الدين: صحفي بالإذاعة ، بمقر إذاعة المسيلة المحلية ، يوم 13 مارس.الساعة 14:00.

الموجة: يمكن التقاط إذاعة مسيلة المحلية على الموجتين : 104.5 افم و 102.1 وكذلك عبر الموقع الالكتروني التالي: www.radio_msila.dz

المطلب الخامس: أهداف إذاعة المسيلة المحلية

إن أهداف إذاعة هو تلبية حاجيات الفرد و عليه تسعى إذاعة المسيلة هي الأخرى كباقي الإذاعات الجزائرية لتحقق هذه الأهداف التالية:

1 - العمل على تحقيق عملية التواصل الاجتماعي [1] .
2 - المساهمة في رفع المستوى الثقافي لدى المستمعين و كذا تقديم خدمات موجهة لكافة أفراد العائلة.
3 - المساهمة في تقديم برامج متنوعة تخدم مصالح المستمعين.
4 - إبراز ثقافة وحضارة الولاية العريقة و التقرب من المواطنين أكثر.
5 - نشر الثقافة الوطنية و بالخصوص المحلية الخاصة بالمنطقة. وذلك بتقديم برامج خاصة بإحياء التراث المحلي.

[1] - شريفي فطيمة: **مرجع سابق** ،ص63.

خلاصة:

بالنظر إلى واقع المؤسسات الإعلامية العربية نرى أن العالم العربي يعيش تخلفا حقيقيا في الوضع التكنولوجي و المعلوماتي، خصوصا مع وجود الفجوة الرقمية التي تفصل بين دول الشمال و دول الجنوب ، و يصعب ردم هذه الفجوة بالنظر إلى التطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام و الذي يزيد من صعوبة مواكبة المؤسسات الإعلامية العربية للمؤسسات الرائدة في هذا المجال رغم المحاولات الكبيرة للالتحاق بمسار تلك المؤسسات التي تعد الأولى في المجال،إذ تعتبر الجزائر من الدول التي أولت اهتماما كبيرا بالإعلام و خاصة الإعلام الجواري أو المحلي لارتباط هذا الأخير بالمجتمع المحلي و الذي يمثل جهاز إعلامي يخدم و يسهر على تلبية الحاجات المختلفة لأفراد المجتمع المحلي و ذلك من خلال خصائصها و أهدافها و تنوع برامجها و عرضها لقضايا محلية و مناقشتها.

و بملاحظة التعدد الحاصل في الإذاعة المحلية حيث بلغ عدد الإذاعات المحلية بالجزائر 48اذاعة و هذا يدل على المجهودات التي تبذلها الدولة الجزائرية لمواكبة التطورات و النهوض بالوجه الإعلامي.

حيث تعتبر إذاعة مسيلة الجهوية من الإذاعات الفتية التي أنشأتها الجزائر و هي تساهم من خلال برامجها اليومية في الحفاظ على الثقافة المحلية في الولاية ، و هذا يرجع إلى الجهود المبذولة من قبل القائم بالاتصال فيها و لهذا سنتطرق في الفصل التطبيقي إلى الكشف عن الوضع السوسيومهني الذي يميز القائم بالاتصال بإذاعة مسيلة الجهوية.

الفصل الثالث:
نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: الدراسة الكمية لبيانات الدراسة الميداني

المبحث الثاني: الاستنتاجات العامة للتحليل الكمي لبيانات الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: بيانات المبحوثين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

المبحث الرابع : مناقشة نتائج الدراسة الميدانية حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية

خلاصة

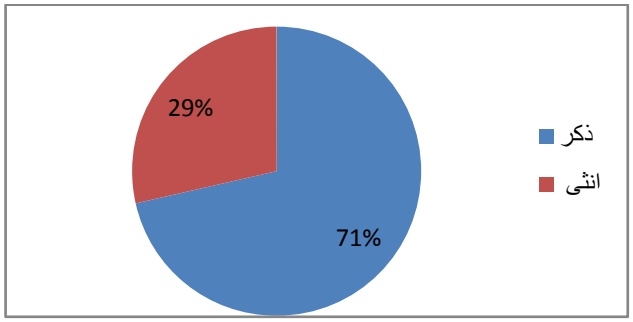
المبحث الأول: الدراسة الكمية لبيانات الدراسة الميدانية

أولا: تفريغ بيانات السمات العامة لمفردات عينة الدراسة

1 – الجنس:

الجدول رقم (02) يبين جنس القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	10	% 71
أنثى	04	% 29
المجموع	14	% 100



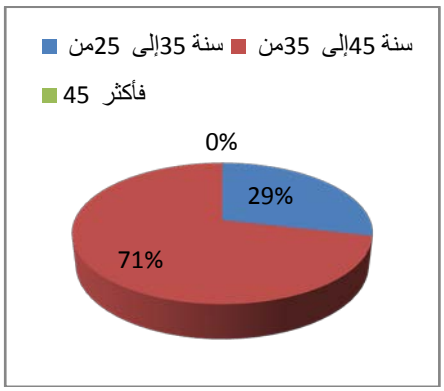
الدائرة النسبية رقم (01) توضح جنس القائمين بالاتصال

– بدراسة بيانات الجدول رقم(02) يتضح أن غالبية القائمين بالاتصال هم من الذكور و نسبتهم 71 %، أما الإناث فنسبتهم 29%. و الدائرة النسبية رقم (01) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

2 – العمر:

الجدول رقم (03) يبين أعمار القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / العمر	التكرار	النسبة
من 25 إلى 35 سنة	04	% 29
من 35 إلى 45 سنة	10	% 71
45 فأكثر	00	% 00
المجموع	14	% 100



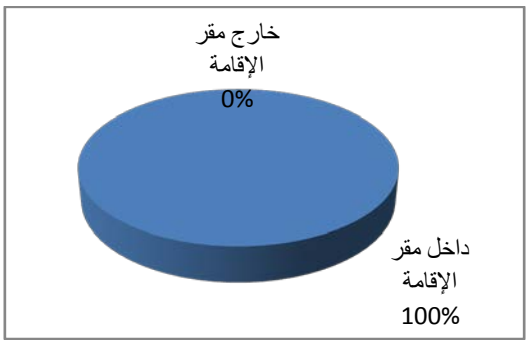
الدائرة النسبية رقم (02)توضح أعمار القائمين بالاتصال

– يلاحظ من الجدول رقم (03) إن أعمار القائمين بالاتصال تتراوح بين 25 و 45 عاما، حيث تتنوع الأعمار كالأتي: 29% في الفئة العمرية من 25 سنة إلى 35 سنة، 71% في الفئة العمرية من 35 سنة إلى 45 سنة . بينما لا يوجد بين القائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية من يتجاوز عمره 45 سنة. و الدائرة النسبية رقم (02) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

3 – مكان السكن:

جدول رقم (04) يظهر مكان سكن القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / مكان الإقامة	التكرار	النسبة
داخل مقر الإقامة	14	100%
خارج مقر الإقامة	00	% 00
المجموع	14	% 100



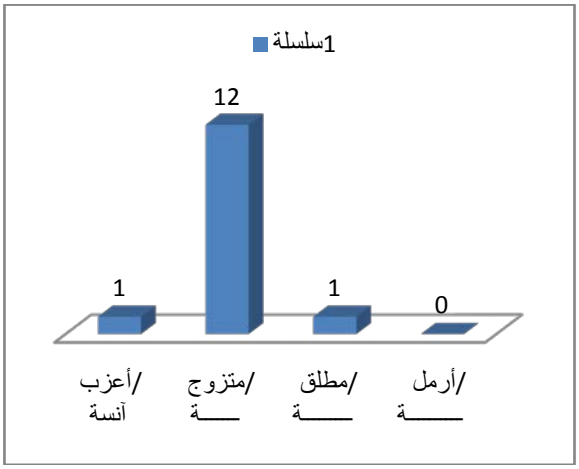
الدائرة النسبية رقم 3 توضح مكان سكن القائمين بالاتصال

– من الجدول رقم (04) ، تبين أن كل القائمين بالتصالح يسكنون داخل مقر الولاية بواقع 100% بينما لا يوجد احد منهم يسكن خارج مقر الولاية. و الدائرة النسبية رقم (03) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

4 – الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (05): يبين الحالة الاجتماعية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة

التوزيع الكمي / الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب / آنسة	01	% 07
متزوج / ـة	12	% 86
مطلق / ـة	01	% 07
أرمل / ـة	00	% 00
المجموع	14	% 100



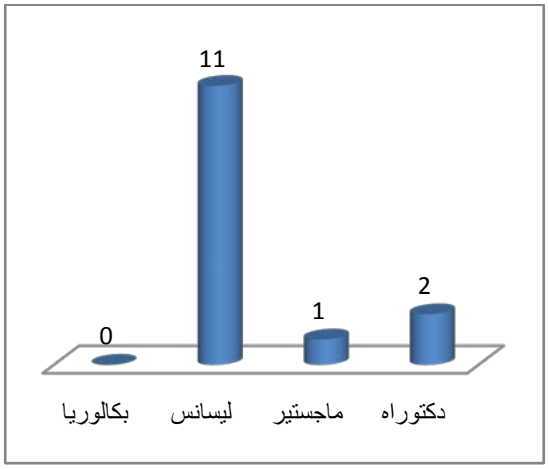
العمود البياني رقم (01) يبين الحالة الاجتماعية للقائم بالاتصال

– يوضح الجدول رقم (05) أن غالبية القائمين بالاتصال عينة الدراسة هم من المتزوجين بنسبة 86% و يحتل الغير متزوجين نسبة 7% بينما يتعادل مع نسبة المطلق/ة بنسبة 7% و لا يوجد أرمل/ة بين القائمين بالاتصال.و العمود البياني رقم (01) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

5 – المؤهل العلمي:

الجدول رقم (06) : يظهر المؤهل العلمي القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / الشهادة	التكرار	النسبة
بكالوريا	00	% 00
ليسانس	11	% 79
ماجستير	01	% 07
دكتوراه	02	% 14
المجموع	14	% 100



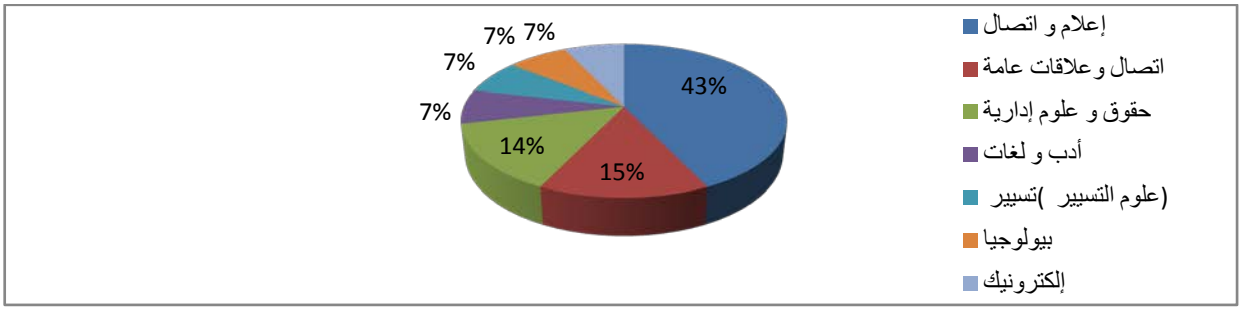
العمود البياني رقم 02 يوضح المؤهل العلمي القائم بالاتصال

– يؤكد الجدول رقم (06) أن غالبية القائمين بالاتصال عينة الدراسة هم من الحاصلين عل شهادة الليسانس بسبة 79% ثم الحاصلين على شهادة الدكتوراه بنسبة 14% ، ثم الحاصلين على شهادة الماجستير بنسبة 7% ، و لا يوجد بينهم من هو حاصل على شهادة البكالوريا فقط. و العمود البياني رقم (02) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

6 – التخصص:

الجدول رقم (07): يوضح تخصص القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / التخصص	التكرار	النسبة
إعلام و اتصال	06	% 44
اتصال وعلاقات عامة	02	% 14
حقوق و علوم إدارية	02	% 14
أدب و لغات	01	% 07
تسيير (علوم التسيير)	01	% 07
بيولوجيا	01	% 07
إلكترونيك	01	% 07
المجموع	14	%100



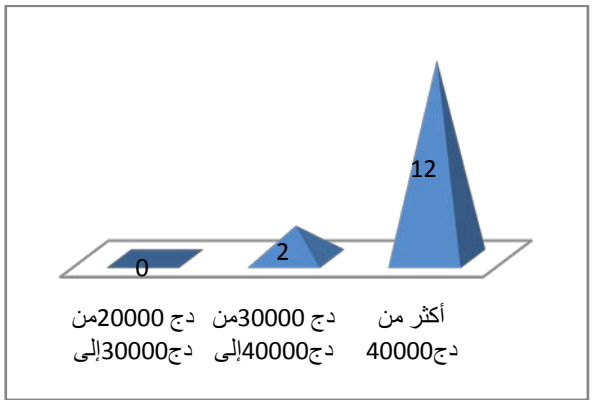
الدائرة النسبية رقم (04) يوضح تخصص القائمين بالاتصال

- يوضح الجدول رقم 7 أن معظم القائمين بالاتصال هم من المتخصصين في الإعلام و الاتصال بنسبة 44% ، فيما بلغت نسبة المتخصصين في الاتصال و العلاقات العامة 14% و مثلهم في تخصص الحقوق و العلوم الإدارية، بينما تساوت نسبة المتخصصين في الأدب و اللغات و التسيير و البيولوجيا و الإلكترونيك بنسبة 7 %،و الدائرة النسبية رقم (04) في الجهة المقابلة توضح ذلك

7 – الدخل الشهري:

الجدول رقم (08) : يبين الدخل الشهري القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / الدخل الشهري	التكرار	النسبة
من 20000دج إلى 30000دج	00	% 00
من 30000دج إلى 40000دج	02	% 14
أكثر من 40000دج	12	% 86
المجموع	14	% 100



العمود البياني رقم (03) يبين الدخل الشهري القائم بالاتصال

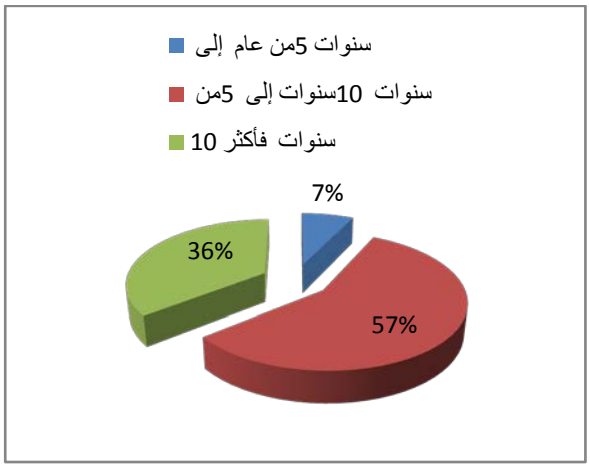
- يظهر الجدول رقم (08) أن 86% يتراوح دخلهم الشهري أكثر من 40000 دج و 14% يتراوح دخلهم الشهري من 30000 دج إلى 40000 دج وظهر انه لا يوجد أي قائم بالاتصال عينة الدراسة يتراوح دخله الشهري من 20000 دج إلى 30000 دج. و العمود البياني رقم (03) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

ثانيا: تفريغ بيانات دوافع و إمكانيات العمل في الإذاعة لمفردات عينة الدراسة.

1 - **فترة العمل:**

الجدول رقم (09) : يبين فترة العمل للقائم بالاتصال عينة الدراسة.

التوزيع الكمي / الدخل الشهري	التكرار	النسبة
من عام إلى 5 سنوات	01	% 07
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	08	% 57
10 سنوات فأكثر	05	% 36
المجموع	14	%100



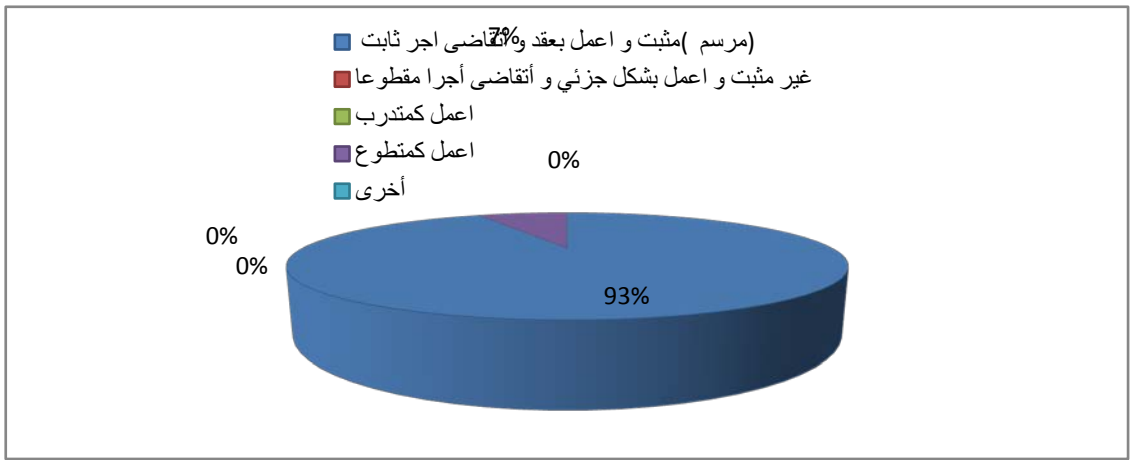
الدائرة النسبية رقم (05) يبين فترة العمل للقائم بالاتصال

- يوضح الجدول رقم (9) أن أكثر من نصف القائمين بالاتصال عينة الدراسة بنسبة 57% تراوحت مدة عملهم من 5 سنوات إلى 10 سنوات ، بينما تراوحت فترة العمل لـ 36% إلى 5 سنوات، و الدائرة النسبية رقم (05) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

2 - **شكل الارتباط بالإذاعة:**

الجدول رقم (10):يوضح شكل ارتباط القائمين بالاتصال بالإذاعة

التوزيع الكمي / شكل الارتباط بالإذاعة	التكرار	النسبة
مثبت و اعمل بعقد و أتقاضى اجر ثابت (مرسم)	13	% 93
غير مثبت و اعمل بشكل جزئي و أتقاضى أجرا مقطوعا	00	% 00
اعمل كمتدرب	00	% 00
اعمل كمتطوع	01	% 07
أخرى	00	% 00
المجموع	14	% 100



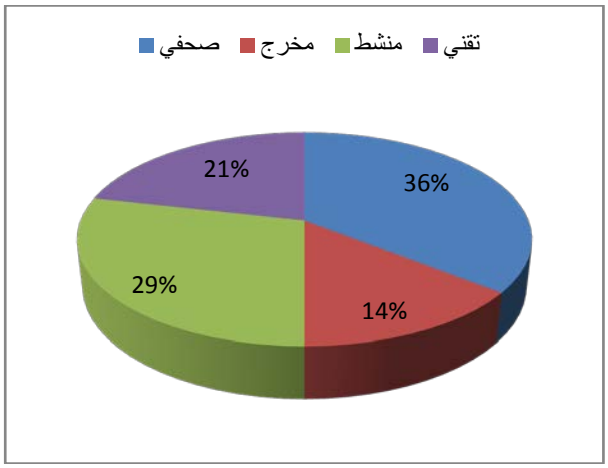
الدائرة النسبية رقم (06) يوضح شكل ارتباط القائمين بالاتصال بالإذاعة

- يظهر الجدول رقم (10) أن شكل ارتباط بالموقع لـ 93% من القائمين بالاتصال هم أنهم مثبتون و يعملون بعقد و يتقاضون أجرا ثابتا ، و أن 7% يعملون كمتطوع، بينما لا يوجد في أفراد العينة من يعملون بشكل غير مثبت أو متدرب أو غير ذلك، و الدائرة النسبية رقم (06) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

3 – نوع العمل :

الجدول رقم (11): يبين نوع العمل للقائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / التخصص	التكرار	النسبة
صحفي	05	% 36
مخرج	02	% 14
منشط	04	% 29
تقني	03	% 21
المجموع	14	% 100



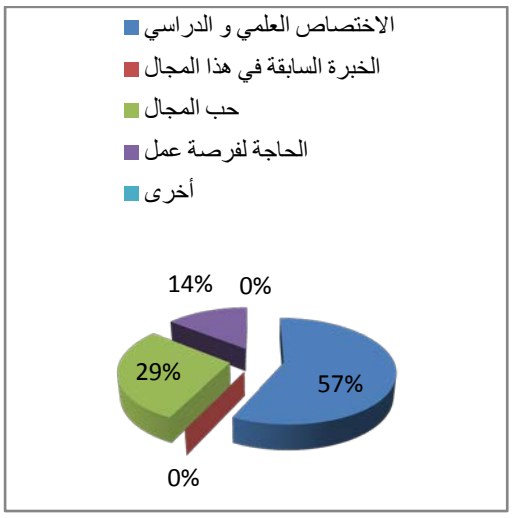
الدائرة النسبية رقم (07) نوع العمل الذي يقوم به القائم بالاتصال

-و بتحليل الجدول رقم (11) ، يتبين أن 36% من القائمين بالاتصال يعملون كصحفيين، و 29% كمنشطين، و 20% يعملون كتقنيين، و 14% يعملن كمخرجين. و الدائرة النسبية رقم (07) في الجهة المقابلة توضح ذلك

4 – دوافع العمل:

الجدول رقم (12):يبين دوافع العمل لدى القائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / دوافع العمل	التكرار	النسبة
الاختصاص العلمي و الدراسي	08	% 57
الخبرة السابقة في هذا المجال	00	% 00
حب المجال	04	% 29
الحاجة لفرصة عمل	02	% 14
أخرى	00	% 00
المجموع	14	% 100



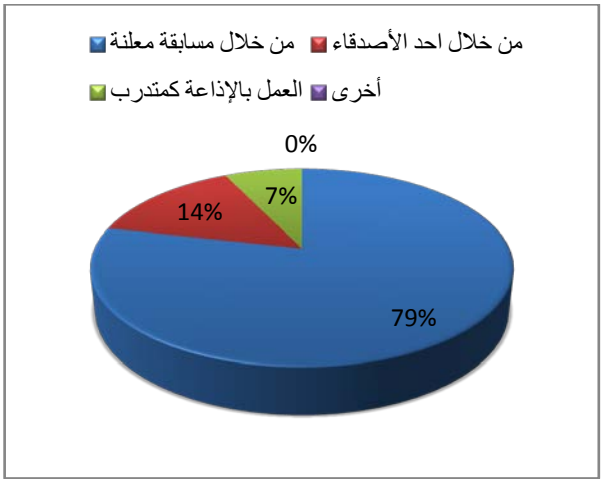
الدائرة النسبية رقم(08):يبين دوافع العمل القائم بالاتصال

-أما دوافع العمل، فيتضح لا من الجدول رقم (12) أن 57% دافعهم هو الاختصاص العلمي و الدراسي، 29% كان دافعهم حب المال، 14% تدفعهم الحاجة لفرصة العمل. و الدائرة النسبية رقم(08) في الجهة المقابلة توضح ذلك

5 – كيفية الاختيار:

الجدول رقم (13):يظهر كيفية الاختيار للقائمين بالاتصال للعمل في الإذاعة

التوزيع الكمي / طريقة الاختيار	*التكرار*	*النسبة*
من خلال مسابقة معلنة	*11*	*% 79*
من خلال احد الأصدقاء	*02*	*% 14*
العمل بالإذاعة كمتدرب	*01*	*% 07*
أخرى	*00*	*% 00*
المجموع	*14*	*% 100*



الدائرة النسبية رقم 09):يظهر كيفية الاختيار ل لقائم بالاتصال

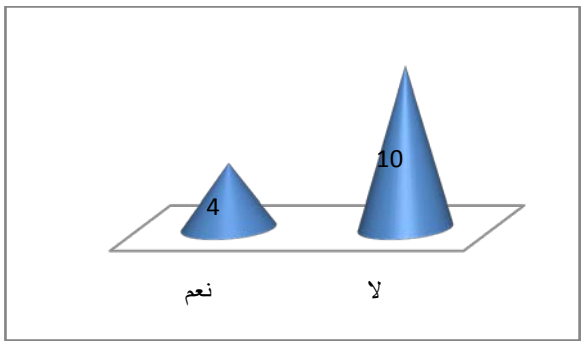
– و بشان كيفية الاختيار للقائمين بالاتصال عينة الدراسة، يبين الجدول رقم (13) أن 79% تم اختيارهم من

خلال مسابقة معلنة،14% من خلال احد الأصدقاء، 7% تم اختيارهم من خلال العمل كمتدرب في الإذاعة. و الدائرة النسبية رقم (09) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

6 – الالتحاق بدورات تدريبية:

الجدول رقم (14) : يبين التحاق القائمين بالاتصال بدورات تدريبية

التوزيع الكمي / هل التحقت بدورة تدريبية	التكرار	النسبة
نعم	04	% 29
لا	10	% 71
المجموع	14	% 100



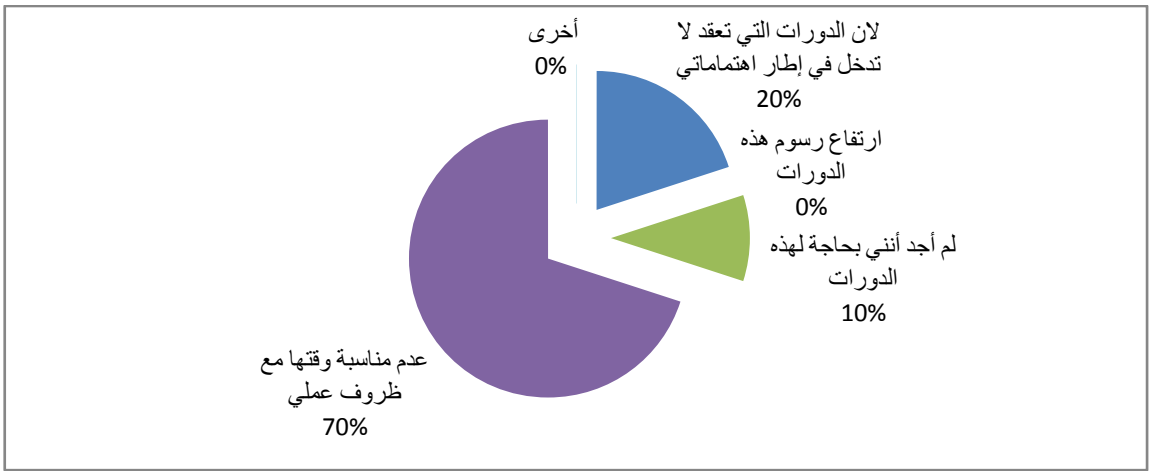
العمود البياني رقم (04 يبين التحاق القائمين بالاتصال بدورات تدريبية

– وبقراءة الجدول رقم (14)، يلاحظ أن 71% لم يلتحقوا بدورات تدريبية، و التحق 29% بدورات تدريبية. و العمود البياني رقم (04) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

7 – سبب عدم الالتحاق:

الجدول رقم (15): يوضح سبب عدم التحاق القائمين بالاتصال بالدورات

التوزيع الكمي / سبب عدم الالتحاق بالدورة	التكرار	النسبة
لان الدورات التي تعقد لا تدخل في إطار اهتماماتي	02	% 20
ارتفاع رسوم هذه الدورات	00	% 00
لم أجد أنني بحاجة لهذه الدورات	01	% 10
عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملي	07	% 70
أخرى	00	% 00
المجموع	10	% 100



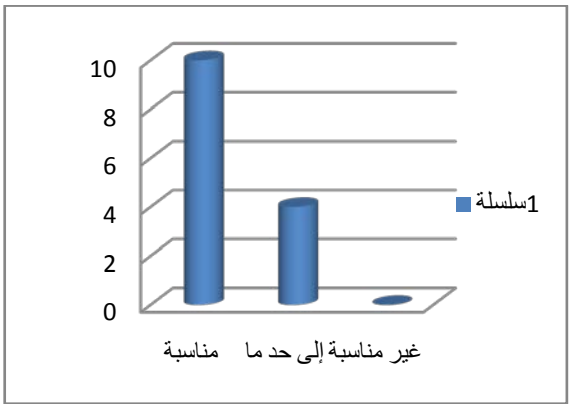
الدائرة النسبية رقم (10): يوضح سبب عدم التحاق القائمين بالاتصال بالدورات

- و يؤكد الجدول رقم (15) أن 70% لم يلتحقوا بدورات تدريبية بسبب عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم، و 20% بسبب أن الدورات التي تعقد لا تدخل في إطار اهتماماتهم.، و 10 % بسبب أنهم لم يجدوا أنهم بحاجة لهذه الدورات. و الدائرة النسبية رقم (10) في الجهة المقابلة توضح ذلك

8 – رأي المبحوثين في الإمكانيات المتوفرة في إذاعة مسلة الجهوية:

الجدول رقم (16) : يظهر رأي المبحوثين في الإمكانيات المتوفرة في إذاعة مسلة الجهوية.

التوزيع الكمي / ما رأيك في الإمكانيات	التكرار	النسبة
مناسبة	10	% 71
إلى حد ما	04	% 29
غير مناسبة	00	% 00
المجموع	14	% 100



العمود البياني رقم (05) يظهر رأي المبحوثين في الإمكانيات المتوفرة في إذاعة

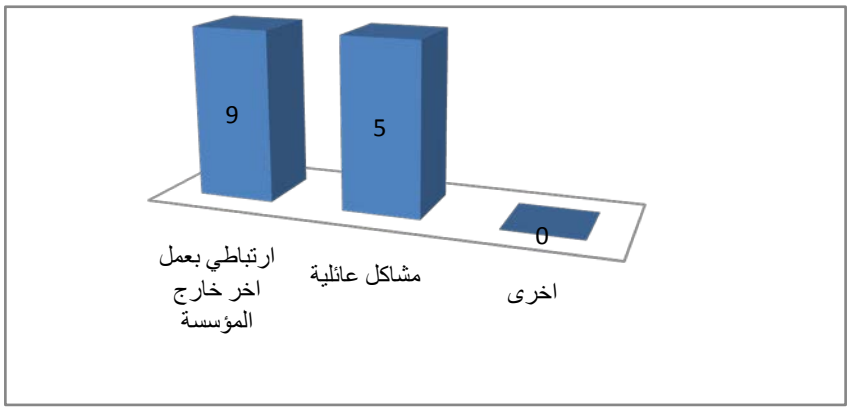
- يكشف الجدول رقم (16) أراء المبحوثين بان الإمكانيات المتوفرة في الإذاعة مناسبة بنسبة 71% ،و رأى 29 % أنها مناسبة إلى حد ما. و العمود البياني رقم (05) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

ثالثا: تفريغ بيانات المشاكل و المعوقات في الإذاعة لمفردات عينة الدراسة

1 - **المشاكل الذاتية:**

الجدول رقم (17) : يظهر أهم المشاكل الخاصة للقائمين بالاتصال

التوزيع الكمي / أهم المشاكل الذاتية	التكرار	النسبة
ارتباطي بعمل أخر خارج المؤسسة	*09*	*% 64*
مشاكل عائلية	*05*	*% 36*
أخرى	*00*	*% 00*
المجموع	*14*	*% 100*



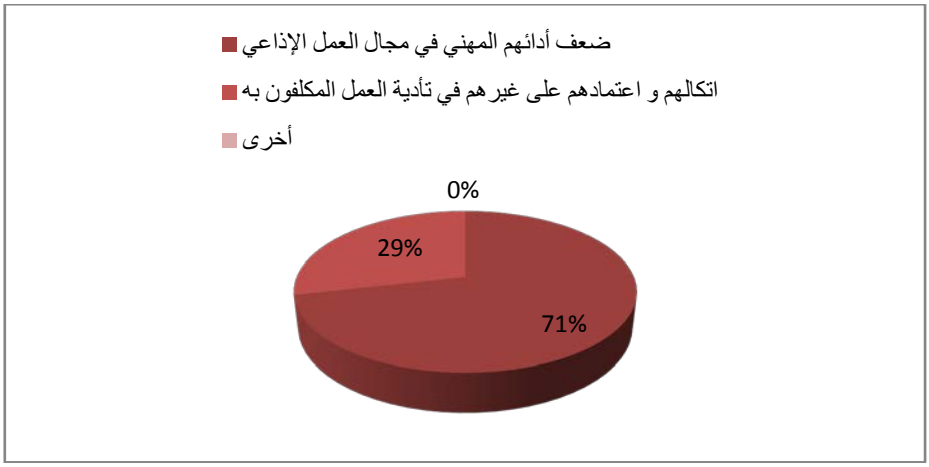
العمود البياني رقم (06) يظهر أهم المشاكل الخاصة للقائمين بالاتصال

- و يتبين من الجدول رقم (17) المشاكل الخاصة التي يعاني منها القائمون بالاتصال، حيث قال 64 % أنهم يعانون من ارتباطهم بعمل أخر خارج المؤسسة، و أجاب 36% بأنهم يعانون من مشاكل عائلية. و العمود البياني رقم (06) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

2 – مشاكل مع العاملين

الجدول رقم (18): يبين المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال مع العاملين

التوزيع الكمي / أهم المشاكل مع العاملين	التكرار	النسبة
ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي	10	% 71
اتكالهم و اعتمادهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به	04	% 29
أخرى	00	% 00
المجموع	14	% 100



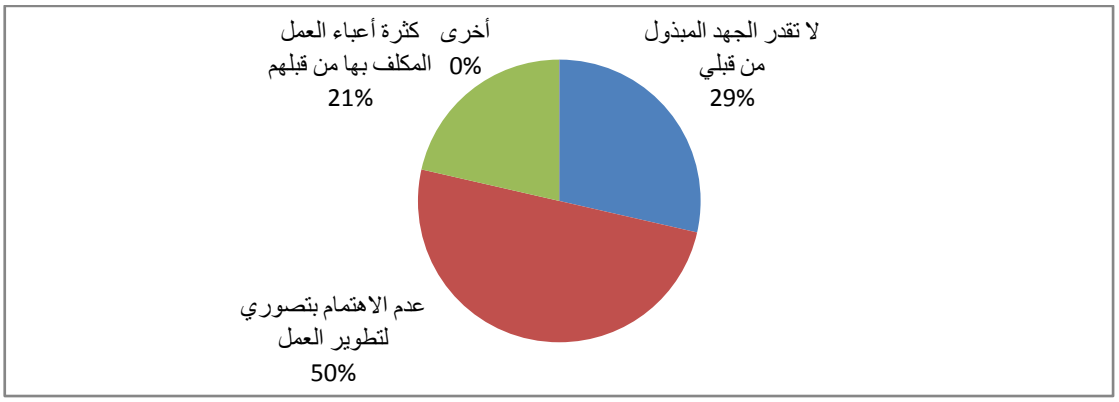
الدائرة النسبية رقم (11): يبين المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال مع العاملين

– بقراءة بيانات الجدول رقم (18) ، يظهر أن 71% من القائمين بالاتصال عينة الدراسة قالوا أن أهم المشاكل التي يواجهونها من العاملين هي ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي،بينما قال 29% اتكالهم و اعتمادهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به. و الدائرة النسبية رقم (11) في الجهة المقابلة توضح ذلك

3 – . مشاكل من الإدارة:

الجدول رقم (19): يوضح أهم المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة

التوزيع الكمي / أهم المشاكل مع الإدارة	التكرار	النسبة
لا تقدر الجهد المبذول من قبلي	04	% 29
عدم الاهتمام بتصوري لتطوير العمل	07	% 50
كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم	03	% 21
أخرى	00	% 00
المجموع	14	% 100



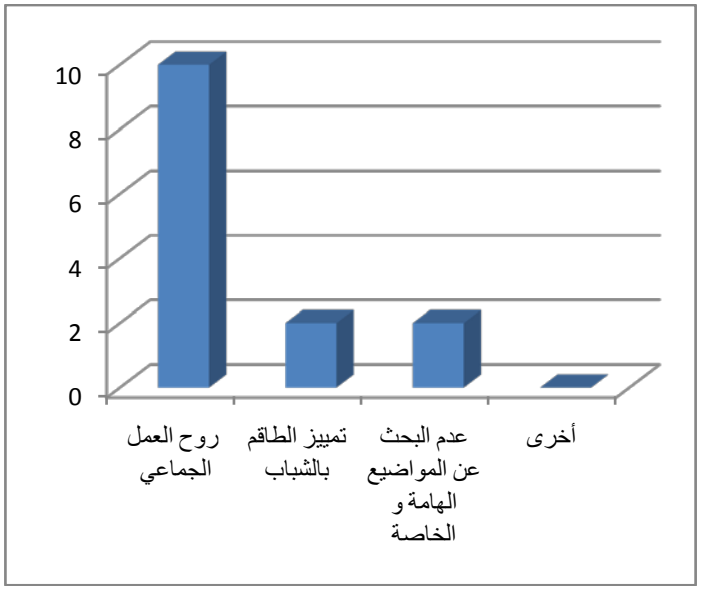
الدائرة النسبية رقم (12): يوضح أهم المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة

يوضح الجدول (19) أن القائمون بالاتصال يعانون من مشاكل من الإدارة، حيث قالوا أنها غير مهمة بتصوري لتطوير العمل بنسبة 50%، و أنها لا تقدر الجهد المبذول من قبلي بنسبة 29%، و 21% قالوا كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم. و الدائرة النسبية رقم (12) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

4 – تقييم لأداء العاملين:

جدول رقم (20): يظهر حالة القائمين بالاتصال في الإذاعة

التوزيع الكمي / تقييم لأداء العاملين	التكرار	النسبة
روح العمل الجماعي	10	% 72
تمييز الطاقم بالشباب	02	% 14
عدم البحث عن المواضيع الهامة	02	% 14
أخرى	00	% 00
المجموع	14	%100



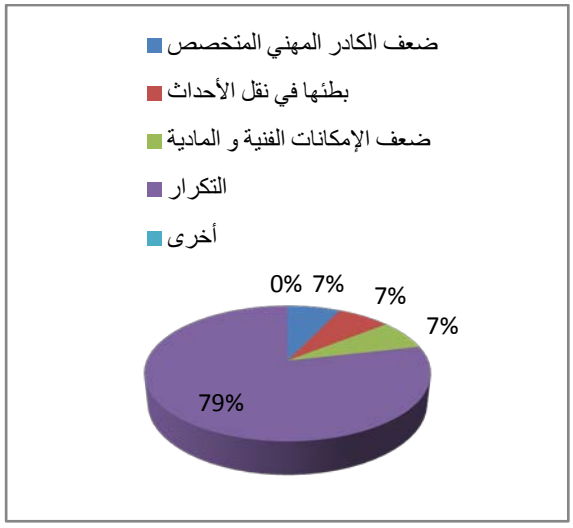
العمود البياني رقم (07): يظهر حالة القائمين بالاتصال

– يكشف الجدول رقم (20) عن حالة العاملين في الإذاعة، أن 72% قالوا انه يسود العمل الجماعي، و قال 14% أن الطاقم يتميز بالشباب و 14 % كذلك قالوا انه يسود عدم البحث عن المواضيع الهامة الخاصة. و العمود البياني رقم 07) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

5 – نقائص الإذاعة الجهوية بالمسيلة:

جدول رقم (21): يبين ابرز النقائص في إذاعة مسيلة

التوزيع الكمي / سلبيات المؤسسة الإذاعية	التكرار	النسبة
ضعف الكادر المهني المتخصص	01	% 07
بطئها في نقل الأحداث	01	% 07
ضعف الإمكانات الفنية و المادية	01	% 07
التكرار	11	% 79
أخرى	00	% 00
المجموع	14	% 100



الدائرة النسبية رقم (13): يبين ابرز النقائص في إذاعة مسيلة

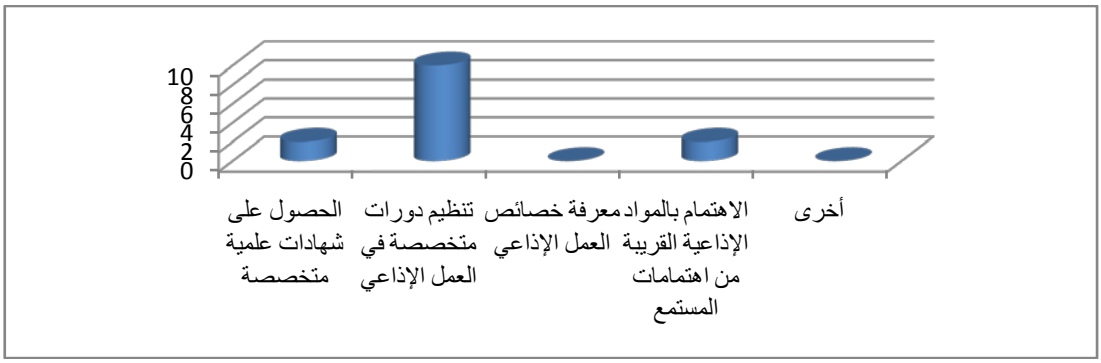
يوضح الجدول (21) ابرز نقائص الإذاعة الجهوية، حيث قال 79% التكرار و قال 7% ضعف الكادر المهني المتخصص، و 7% أيضا قالوا بطئها في نقل الأحداث و نفس النسبة قالوا ضعف الإمكانيات الفنية و المادية. و الدائرة النسبية رقم (13) في الجهة المقابلة توضح ذلك

رابعا: تفريغ بيانات مقترحات التطوير لمفردات عينة الدراسة.

1 – السبل لتطوير العاملين:

جدول رقم (22) :يوضح السبل لتطوير القائمين بالاتصال في إذاعة المسيلة

التوزيع الكمي / سبل التطوير	التكرار	النسبة
الحصول على شهادات علمية متخصصة	*02*	*% 14*
تنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي	*10*	*% 72*
معرفة خصائص العمل الإذاعي	*00*	*% 00*
الاهتمام بالمواد الإذاعية القريبة من اهتمامات المستمع	*02*	*% 14*
أخرى	*00*	*% 00*
المجموع	*14*	*% 100*



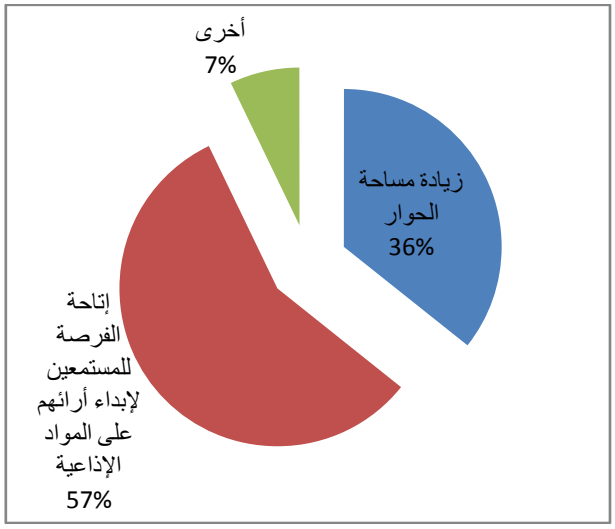
العمود البياني رقم (08) :يوضح السبل لتطوير القائمين بالاتصال في إذاعة المسيلة

- يبين الجدول رقم (22) السبل لتطوير العاملين، حيث قال 72% تنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي، و 14% قالوا الحصول على شهادات علمية متخصصة و بذات النسبة قالوا الاهتمام بالمواد الإذاعية القريبة من اهتمامات المستمع. و العمود البياني رقم 08) في الجهة المقابلة يوضح ذلك.

2 – سبل تفاعل المستمعين:

جدول رقم (23): سبل تفاعل المستمعين مع إذاعة مسيلة

التوزيع الكمي / اقتراحات لزيادة التفاعل	التكرار	النسبة
زيادة مساحة الحوار	05	% 36
إتاحة الفرصة للمستمعين	08	% 57
أخرى	01	% 07
المجموع	14	% 100



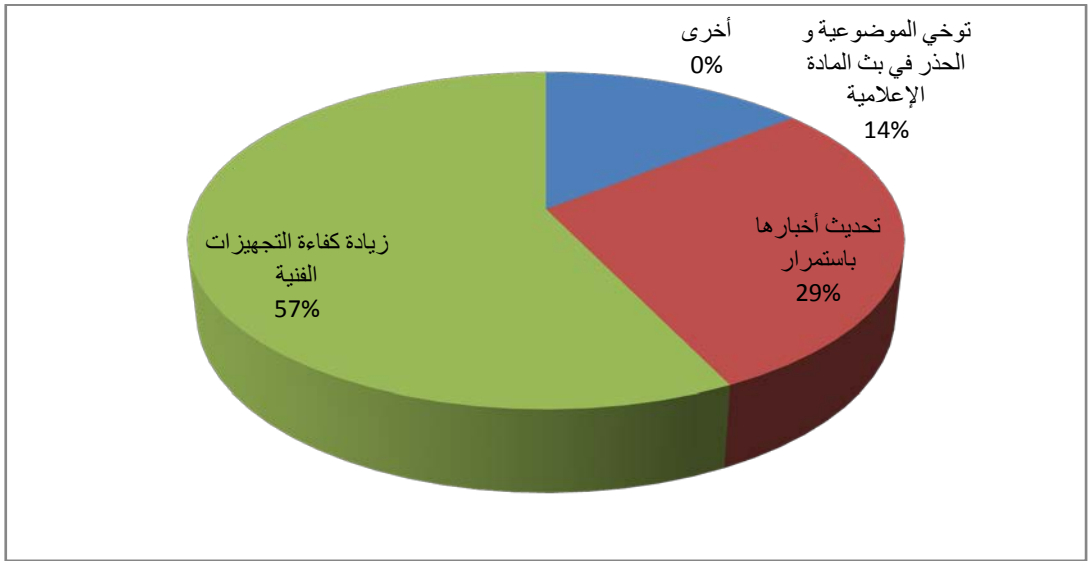
الدائرة النسبية رقم (14): سبل تفاعل المستمعين مع إذاعة مسيلة

-يعرض الجدول رقم (23) مقترحات لزيادة تفاعل المستمعين مع الإذاعة، حيث قال 57% إتاحة الفرصة للمستمعين لإبداء آراءهم على المواد الإذاعية ، و قال 36% زيادة مساحات الحوار ، و أجاب 7% بأخرى. و الدائرة النسبية رقم (14) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

3 – تطوير الإذاعة المحلية:

جدول رقم (24): يظهر أهم المقترحات لتطوير الإذاعة

التوزيع الكمي / المقترحات لتطوير الإذاعة	التكرار	النسبة
توخي الموضوعية و الحذر في بث المادة الإعلامية	*02*	*% 14*
تحديث أخبارها باستمرار	*04*	*% 29*
زيادة كفاءة التجهيزات الفنية	*08*	*% 57*
أخرى	*00*	*% 00*
المجموع	*14*	*% 100*



الدائرة النسبية رقم (15): يظهر أهم المقترحات لتطوير الإذاعة

و يظهر الجدول رقم (24) أهم المقترحات لتطوير إذاعة المسيلة، حيث قال 57% زيادة كفاءة التجهيزات الفنية، و قال 29% تحديث أخبارها باستمرار، و قال 14% توخي الموضوعية و الحذر في بث المادة الإعلامية. و الدائرة النسبية رقم (15) في الجهة المقابلة توضح ذلك.

المبحث الثاني: الاستنتاجات العامة للتحليل الكمي لبيانات الدراسة الميدانية.

أولا: السمات العامة للقائم بالاتصال.

1 أظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية (عينة الدراسة) ، هم من فئة الذكور بنسبة 71%، و هي نتيجة طبيعية لمجتمع ذكوري لا زال عمل فيه يواجه بعض الصعوبات خاصة في مهنة الصحافة، و قد رأينا أن النتيجة هذه قد تعود لأسباب عدة أهمها:

- طبيعة العمل الإذاعي الذي يحتاج إلى جهد كبير و تفرغ و قوة تحمل و هو ما يتناسب مع الذكور أكثر من الإناث.
- عزوف الإناث أنفسهم عن هذه المهنة لطبيعة تركيبتها الاجتماعية و زواجها و اهتماماتها بأسرتها و مجتمعها الصغير.
- خصوصية المرأة التي تعطي أولويتها للتربية و إدارة شؤون الأسرة.
- نظرة الأسرة المجتمع لمهنة الصحافة أنها تتسم بالاختلاط مع الذكور و الأمر المنافي لأصول الأسرة الحضنية و عاداتها.

و قد رأينا أن هذه الهيمنة الذكورية غير المخطط لها تنعكس على طبيعة الموضوعات المطروحة في إذاعة الحضنة لان نوع القائم بالاتصال تلقي بظلالها على طبيعة العمل.

2 أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال عينة الدراسة من الفئة العمرية من 35 سنة إلى 45 سنة بنسبة 71%، و هذا أمر طبيعي حيث تعود إلى بداية عمل الإذاعة منذ سنة 2003 و هذه الفئة العمرية الأكثر قدرة على تحمل المتاعب و الصعوبات المرتبطة بعمل الصحافة، فهي مهنة المتاعب ، كما أن هذه النتائج تتوافق مع فترة العمل الصحفي في الإذاعة منذ فتحها.

3 أكدت النتائج الدراسة أن 100% من القائمين بالاتصال سيكونون داخل مقر الولاية وهذه النتائج تتوافق مع رغبت مدراء الإذاعة و القائمين عليها بتشغيل الذي سيكونون بالقرب من مقر الولاية لطبيعة العمل الصحفي الذي لا يتقيد بوقت معين.

4 أظهرت النتائج أن حوالي 86% من القائمين بالاتصال عينة الدراسة هم من فئة المتزوجين و هي نتيجة متوافقة مع رقم (1) الذي يتبين أن الغالبية العظمى هم من فئة 35 سنة إلى 45 سنة.

- و قد فسرنا هذه النتيجة على أن العمل الإذاعي يحتاج خبرة ووعي و مسؤولية مميزة و بالتالي فهذا العمل سيتناسب مع المتزوجين الذين يعرفون كيف تكون المسؤولية.

5 -كشفت النتائج أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال عينة الدراسة هم من الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 79% ، ما يدل على حالة الوعي العلمي و المعرفي، فالحصول على شهادة جامعية في ولاية المسيلة أصبح أكثر سهولة خاصة في الثلاث عقود الأخيرة و التي شهدت إنشاء و تطوير العديد من المرافق الجامعية و فتح كلية الإعلام و الاتصال بمجمل فروعها، و هذا ما ساعد القائمين على الحصول على التعليم الجامعي دون معوقات كبيرة، ما انعكس إيجابا على فهم و إدراك و عطاء هؤلاء العاملين بإذاعة مسيلة الجهوية.

6 -كما أكدت الدراسة أن الغالبية من القائمين بالاتصال متخصصون في الإعلام و الاتصال بنسبة 44% هو نتيجة طبيعية لاهتمام الجامعات الجزائرية بافتتاح أقسام الصحافة و الإعلام كما جاءت نسبة المتخصصين في الاتصال و العلاقات العامة بواقع 14% و تهم ينقسمون بين أقسام الإنتاج و الإخراج و قد رأينا غياب المتخصصين في الصحافة الإذاعية تماما عن سوق العمل في إذاعة مسيلة الجهوية، و اهو ما يمكن إرجاعه إلى:

-لا يوجد أي جامعة في الجزائر تفرد للصحافة الإذاعية تخصصا منفردا و تقتصر تعليمها على أجزاء من مسافات فقط.

7 -بينت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال بنسبة 86%يتقاضوا أكثر من 40000 دينار جزائري و هو اجر مناسب عن البعض و غير كاف عند البعض الأخر.

و قد رأينا أن هذه النتيجة تعود على القائمين بالاتصال بالسلب، فالدخل مثبط أساسي للقائمين بالاتصال عن الإبداع و التقدم في العمل، و دليل على غياب الدور الريادي و الرقابي لنقابة الصحفيين إن وجدت.

و كما هو واضح أن هذا الأمر يعود لعدم وجود أهداف حقيقية واضحة لإذاعة مسيلة الجهوية و بالتالي لا تتعامل مع الصحفيين إلا ضمن شروطها و إمكانياتها.

ثانيا: دوافع و إمكانيات عمل القائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية.

8 -بينت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال يعملون في إذاعة مسيلة منذ 10 سنوات فأكثر بنسبة 57%و هي نتيجة طبيعة متوافقة مع مدة بداية عمل الإذاعة.

9 -كشفت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال بواقع 93% مثبتين بالعمل و يتقاضون أجرا ثابتا و هو أمر جيد، إلا انه غير كاف حيث أن العمل الثابت و الأجر الثابت يحفظون جزء من حقوق العاملين.

10 - أكدت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال عينة الدراسة يعملون في الإذاعة كصحفيين بسبة36% ويليهم المنشطين 29%، و هو ما يؤكد ضعف اعتماد الإذاعة على المراسلين الخاصين بها

نسبة إلى اعتمادها على الوكالات، و الوسائل الإعلامية الأخرى ، و هو ما يفسر تكرار المعلومات و روتينها. و كذا يعود لضعف إمكاناتها المادية أصلا.

11 – و كشفت الدراسة أن 57% من القائمين بالاتصال دافعهم هو الاختصاص العلمي و الدراسي إلا أن اعتبار حوالي 29% أن حب المجال هو دافعهم للعمل، و هذا يكشف عن خلل في التوجه العام لدى القائمين بالاتصال ، فالمفروض أن يكون التخصص هو الدافع الأول و الدوافع الأخرى تنبثق عنه ، أما عكس ذلك فيسمح لمن أراد أن يمتهن الصحافة و يعمل في الإذاعة المحلية حتى و لو لم يكن مالك لمقوماتها.

12 – أوضحت النتائج أن سبل التحاق الصحفي بالعمل كانت متعددة و الغالبية العظمى عن طريق مسابقة معلنة بنسبة 79%، و هي الطريقة الصحيحة و المفروض أن تتبعها كل الإذاعات في اختيار القائمين بالاتصال فيها و هو ما يدل على استقرار مهنة الصحافة و في العمل في إذاعة مسيلة الجهوية.

13 – كشفت الدراسة عن خلل خطير في التأهيل المهني للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية ، فحوالي 71% منهم لم يلتحقوا بدورات تدريبية في مجال العمل الإذاعي ، و يكتفون بدراستهم الأكاديمية التي لا تتجاوز معظمها للتأهيل للكتابة في الوسائل المطبوعة.

و ارجع حوالي 70% سبب عدم التحاقهم بمثل هذه الدورات لعدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم و 20 % بسبب أن الدورات التي تعقد لا تدخل في إطار اهتماماتهم و 10 % بسبب أنهم ليسوا بحاجة لهذه الدورات.

و قد رأينا أن تبرير القائمين بالاتصال لسبب عدم التحاقهم بالدورات بأنها عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم، و أنها لا تدخل في إطار اهتماماتهم، يؤشر على خطر كبير و عدم استيعابهم لأهمية هذه الدورات، و أهمية التأهيل في الإخراج الإذاعي و التحرير و هو ما يؤدي حتما لضعف إنتاجهم العملي كما و كيفا.

و أيضا لا تتوافق هذه النتيجة مع ما سبق و أن أكدت الدراسة أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال هم من المتخصصين، حيث انه من المفروض أن يقدم هؤلاء قيمة هذه الدورات و ما تكسبه من خبرات لهم.

و هنا يظهر دور الإذاعة نفسها فيعقد دورات تاهيلية للعاملين فيها، كما تدل هذه النتائج على غياب دور نقابة الصحفيين و المؤسسات الإعلامية المختلفة في تنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي.

14 – كما بينت الدراسة أن حوالي 4 أفراد فقط التحقوا بدورات تدريبية، توزعت بين دورات في فنيات التحرير و التقديم الإذاعي Ingesmer- Maistiononces

و تبين أن من سعى ووفر هذه الدورات للقائمين بالاتصال، إما الإذاعة التي يعمل بها أو جهود ذاتية أو قسم الإعلام و الاتصال بالجزائر. و قد كانت الاستفادة من هذه الدورات تتمثل في رفع مستوى الأداء المهني و اكتساب خبرات و مدتها الزمنية من أسبوع إلى أسبوعين.

و تعقيبا على النقطتين 13 و 14 رأينا انه: أظهرت النتائج مدى النقص في التأهيل المهني للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية.

-كشفت النتائج على مدى جهل هؤلاء العاملين بأهمية الدورات.

15 - أوضحت النتائج أن القائمين بالاتصال عبروا عن توفر في الإمكانيات الفنية لدى الإذاعة التي يعملون بها بواقع 71% من نسبة القائمين بالاتصال عينة الدراسة و يعتبرون هذه الإمكانيات مناسبة و مناسبة إلى حد ما، ما يظهر رضا القائمين بالاتصال عن هذه الإمكانيات الفنية المتوفرة في الإذاعة بدرجة جيدة.

-إلا أنهم يطمحون لزيادة هذه الإمكانيات و إدخال تقنيات حديثة، و أدوات فنية لتسهيل أداء العمل و الاهتمام بتقنية الصوت.

ثالثا: المشاكل و المعوقات و مقترحات التطوير

16 - بينت النتائج أن القائمين بالاتصال يعانون عدة مشاكل خاصة أهمها، ارتباطهم بعمل أخر خارج المؤسسة بنسبة 64%، ومشاكل عائلية بنسبة 36 %و يبرر ذلك بان الإذاعة لا تدفع دخل كافي و يوازي الجهد المبذول من قبل القائم بالاتصال في العمل، ما يضطره للعمل في مجال أخر و هذه مبررات مقبولة إلا أن عمله الأخر يؤثر على نوعية و كمية إنتاجه الصحفي و يزيد من متاعبه.

17 - كشفت النتائج أن القائمين بالاتصال يعانون عدة مشاكل خارجية من قبل العاملين معهم، أهمها ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي بنسبة 71% و اتكالهم و اعتمادهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به. و نرى أن هذه النتيجة مرتبطة بالنتيجة السابقة ،تماما.

18 - أوضحت نتائج الدراسة أن جل المشاكل التي يواجهها لقائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة متمثلة في عدم الاهتمام بتصورهم لتطوير العمل بنسبة 50% و أنها لا تقدر الجهد المبذول من قبلهم بالإضافة إلى كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم. و هذا يدل على سيطرة شخص الإدارة على أمور الإذاعة بشكل كبير دون منح القائمين بالاتصال الحرية الكافية في العمل.

19 - أكدت نتائج الدراسة على جملة من التقييمات لأداء العاملين في الإذاعة، حيث رأى 72% من أفراد عينة الدراسة أن أهم قيمة هي انه يسود العمل الجماعي و يميز الطاقم بالشباب و هذا مؤشر على اهتمام معظم العاملين بالعمل الإذاعي الجماعي المتعاون.

20 – أكد حوالي 72% من أفراد لعينة أن ابرز نقائص إذاعة مسيلة الجهوية هو التكرار و ضعف الكادر المهني المتخصص، و هذا واضح من نوعية البرامج التي تقدمها، حيث يشغل نسبة كبيرة من وقتها في إعادة الحصص و برامج لا ترتقي في بعض الأحيان موضوعاتها للنقاش و هذا ما يضعف من أدائها الإذاعي.

21 – طالبت نتائج الدراسة الميدانية بضرورة اهتمام القائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الهوية بتنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي بنسبة 72% و الحصول على شهادات متخصصة و كذلك الاهتمام بالمواد الإذاعية القريبة من اهتمامات المستمع و هذه النتيجة ترتبط بسابقتها.

22 – أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق بسبل زيادة فعالية المستمعين مع الإذاعة على ضرورة إتباع طرق حديثة في تحرير المواد الإعلامية المقدمة في الإذاعة، وزيادة مساحات الحوار للمستمعين، و هذه سبل تعتبر جزءا من جهود كبيرة يجب أن تسعى إليها إدارة الإذاعة و القائم بالاتصال فيها من أهمها- حسب رأي المبحوثين- إتاحة الفرصة للمستمعين للتعليق و إبداء أرائهم حول كل ما يقدم في الإذاعة بنسبة 57%.

23 – ذهبت نتائج الدراسة الميدانية إلى ضرورة زيادة كفاءة التجهيزات الفنية بنسبة 57% و تحديث الأخبار باستمرار و كذلك توخي الموضوعية و الحذر في بث المادة الإعلامية، حيث انه من أهم أسباب ضعف الإذاعة المحلية بمسيلة هو ضعف التجهيزات الفنية و المادية.

المبحث الثالث: بيانات المبحوثين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

أولا: دوافع و إمكانيات العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (25) : فترة العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / فترة العمل	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
من سنة إلى 5سنوات	0	0%	1	7%	1	7%	0	0%	0	**0%**
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	5	35%	3	22%	0	0%	7	50	1	**7%**
من 10 سنوات فأكثر	5	%35.5	0	0%	0	0%	5	35%	0	**0%**

- توضح نتائج هذا الجدول أن فترة العمل بالنسبة لجنس الذكر من 5 سنوات إلى 10 سنوات تقدر بنسبة 35.5 % ، وبنفس النسبة لفترة العمل من 10 سنوات فأكثر وهذا من مجموع جنس الذكر والمقدر بـ 71% ، أما فترة العمل بالنسبة لجنس الأنثى من 5سنوات إلى 10 سنوات تقدر بنسبة 22%و بنسبة 7% من سنة إلى 5 سنوات وهذا من مجموع جنس الأنثى والمقدر بـ 29%
- كما يوضح الجدول أن فترة العمل بالنسبة لفئة المتزوجين من 5 سنوات إلى 10 سنوات تقدر بنسبة 50% ومن 10 سنوات فأكثر تقدر بنسبة 35%من مجموع فئة المتزوجين المقدرة بـ 86% ، وبلغت فترة العمل بالنسبة لفئة العازب من سنة إلى 5 سنوات بـ 7 % وبنفس النسبة لفئة المطلق .

جدول رقم (26) : شكل الارتباط للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / شكل الارتباط	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
مثبت و اعمل بعقد و أتقاضى اجر ثابتا	10	71%	3	22%	1	7%	12	86%	0	0%
اعمل كمتطوع	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	7%

- من خلال معطيات الجدول السابق نرى أن : شكل الارتباط بالنسبة لجنس الذكر مثبت (مرسم) تقدر بـ 71% ، أما بالنسبة لشكل الارتباط لجنس الأنثى مثبت (مرسم) بلغ نسبة 22 % و7% أعمل كمتطوع من مجموع جنس الأنثى والمقدر بـ 29%
- كما نلاحظ أن شكل الارتباط بالعمل بالنسبة لفئة المتزوجين مثبت (مرسم) تقدر بـ 86% ، و 7%لفئة الأعزب بالنسبة لمثبت ونفس النسبة لفئة المطلق أعمل كمتطوع.

جدول رقم (27) : نوع العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعي / نوع العمل	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
صحفي	3	22%	2	15%	0	0%	5	36%	0	0%
مخرج	2	15%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
منشط	2	15%	2	15%	1	7%	2	15%	1	7%
تقني	3	22%	0	0%	0	0%	3	22%	0	0%

- توضح نتائج الجدول أن نوع العمل بالنسبة لجنس الذكر كصحفي تقدر بـ 22% والعمل كمخرج بنسبة 15% والعمل كمنشط جاءت بنفس النسبة والعمل كتقني تقدر النسبة بـ 22% هذا من مجموع جنس الذكر والمقدر ب . 71% ، أما نوع العمل بالنسبة لجنس الأنثى كصحفي بلغ 15 % وبنفس النسبة للعمل كمنشط هذا من مجموع جنس الأنثى والمقدر بـ29 %

- كما نلاحظ أن نوع العمل بالنسبة لفئة المتزوجين كصحفي قدرت بـ 36 % والعمل كمخرج بنسبة 15 % وبنفس النسبة للعمل كمنشط و نسبة 22 % للعمل كتقني من مجموع فئة المتزوجين والمقدر بـ 86 % ، أما العمل كمنشط بالنسبة لفئة الأعزب تقدر بـ 7% وبنفس النسبة للعمل كمنشط لفئة المطلق.

جدول رقم (28) :دوافع العمل للقائمين بالاتصال في الإذاعة حسب متغيري الجنس والحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / دوافع العمل	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الاختصاص العلمي و الدراسي	6	43%	0	0%	0	0%	8	57%	0	0%
حب المجال	2	15%	2	15%	1	7%	2	15%	1	7%
الحاجة لفرصة عمل	2	15%	2	15%	0	0%	2	15%	0	0%

- من خلال معطيات الجدول السابق نرى أن : دوافع العمل بالنسبة لجنس الذكر حسب الاختصاص العلمي والدراسي قدر بـ 43 % و 15 % كان دافعهم حب المجال ونفس النسبة كان دافعهم الحاجة لفرص العمل وهذا من مجموع جنس الذكر والمقدر بـ 71 % ، أما دوافع العمل بالنسبة لجنس الأنثى حسب الاختصاص العلمي والدراسي قدر بـ 15 % وبنفس النسبة كان دافعهم حب المجال ، وهذا من مجموع جنس الأنثى والمقدر بـ 29 %
- أما دوافع العمل بالنسبة لفئة المتزوجين كانت 57 % حسب الاختصاص العلمي والدراسي و 15 % كان دافعهم حب المجال وبنفس النسبة لدافع الحاجة لفرص العمل من مجموع فئة المتزوجين والمقدر بـ 86 % ، أما بالنسبة لفئة الأعزب فقدرت بـ7 % لدافع حب المجال وبنفس النسبة لفئة المطلق .

جدول رقم (29) : كيفية الاختيار للعمل بالإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / كيفية الاختيار	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
من خلال مسابقة معلنة	9	64%	2	15%	0	0%	10	71%	1	7%
من خلال احد الأصدقاء	1	7%	1	7%	1	7%	1	7%	0	0%
العمل بالإذاعة كمتدرب	1	7%	0	0%	0	0%	1	0%	0	0%

- يوضح نتائج هذا الجدول أن : 64 % من جنس الذكر التحقوا بالعمل عن طريق مسابقة معلنة و 7 % من خلال احد الأصدقاء من مجموع جنس الذكر المقدر بـ 71% ، أما كيفية الاختيار للعمل بالنسبة لجنس الأنثى من خلال مسابقة معلنة قدر بـ 15 % و 7 % من خلال أحد الأصدقاء وبنفس النسبة العمل كمتدرب بالإذاعة من مجموع جنس الأنثى المقدر بـ29 %
- كما نلاحظ أن كيفية الاختيار للعمل قدرت بـ 79 % من خلال مسابقة معلنة بالنسبة لفئة المتزوجين و 7 % من خلال أحد الأصدقاء وبنفس النسبة العمل بالإذاعة كمتدرب من مجموع فئة المتزوجين المقدرة بـ 86 % ، أما الالتحاق بالعمل من خلال أحد الأصدقاء لفئة الأعزب قدرت بـ 7 % وبنفس النسبة لفئة المطلق من خلال مسابقة معلنة .

جدول رقم (30) : التحاق القائمين بالاتصال بالدورات التدريبية حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / الالتحاق بدورات تدريبية	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	4	29%	0	0%	0	0%	4	29%	0	0%
لا	6	43%	4	29%	1	7%	8	57%	1	7%

- من خلال معطيات الجدول السابق نرى أن : 29 % أجابوا بنعم من جنس الذكر و 43 % منهم أجابوا بأنهم لم يلتحقوا بدورات تدريبية وهذا من مجموع جنس الذكر المقدر بـ 71 % ، كما أجاب 29 % على لا من جنس الأنثى ، كما نلاحظ أن 57 % من فئة المتزوجين أجابوا بلا و 29 % أجابوا بنعم وهذا من مجموع فئة المتزوجين والمقدر بـ 86 % ،وأجاب 7 % من فئة الأعزب بـ لا وبنفس النسبة من فئة المطلق .

جدول رقم (31) : كيفية الاختيار للعمل بالإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / سبب عدم الالتحاق	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
لان الدورات التي تعقد لا تدخل في إطار اهتماماتي	0	0%	2	15%	0	0%	2	15%	0	0%
لم أجد أنني بحاجة لهذه الدورات	0	0%	1	7%	1	7%	0	0%	0	0%
عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملي	6	43%	1	7%	0	0%	6	43%	1	7%

- نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن : سبب عدم الالتحاق بالنسبة لجنس الذكر عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملي بنسبة 43 % وأجاب 15% من جنس الأنثى بأن الدورات وبنفس النسبة أجابوا بعدم مناسبة وقتها مع ظروف عملي من مجموع جنس الأنثى والمقدر بـ 29% ، وقد أجاب 43 % من فئة المتزوجين بعدم مناسبة وقتها مع ظروف عملي و 15 % أن الدورات التي تعتقد لا تدخل في إطار اهتماماتي ، وأجاب 7% من فئة أعزب لم أجد أنني بحاجة لهذه الدورات ونفس النسبة لفئة المطلق .

ثانيا – إدارة الإذاعة وعلاقتها بالعاملين حسب متغيري الجنس والحالة الاجتماعية

جدول رقم (32) : مدى توفر الإمكانيات الفنية للقائمين بالاتصال بالإذاعة حسب متغيري الجنس و والحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / الإمكانيات المتوفرة	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
مناسبة	7	50%	3	22%	1	7%	8	57%	1	7%
إلى حد ما	3	22%	1	7%	0	0%	4	29%	0	0%

- يبين الجدول أن : الإمكانيات الفنية المتوفرة في الإذاعة مناسبة بنسبة 50 لجنس الذكر و22% إلى حد ما من مجموع جنس الذكر المقدر بـ 71% ، وأجاب 22% بأنها مناسبة لجنس الأنثى و 7% إلى حد ما من مجموع جنس الأنثى المقدر بـ29% ، كما كانت إجابة 57 %من فئة المتزوجين بمناسبة و29% إلى حد ما من

مجموع فئة المتزوجين والمقدر بـ 86% وكانت إجابة فئة الأعزب بمناسبة بنسبة 7% وبنفس النسبة أجاب فئة المطلق .

جدول رقم (33) : نوع العلاقة مع العاملين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / نوع العلاقة مع العاملين	الجنس								الحالة الاجتماعية			
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
جيدة	7	50%	3	22%	1	7%	8	57%	1	7%		
حسنة	3	22%	1	7%	0	0%	4	29%	0	0%		

- يوضح الجداول أن نوع العلاقة مع العاملين جيدة بنسبة 50 %من جنس الذكر وحسنة بنسبة 22% من مجموع جنس الذكر 71% وعلاقة جيدة بنسبة 22 %بالنسبة لجنس الأنثى و 7 %حسنة من مجموع جنس الأنثى المقدر بـ 29%
- كما كانت الإجابة بنسبة 57 %جيدة لفئة المتزوجين و29% حسنة من مجموع فئة المتزوجين المقدرة بـ 86 %، و7% جيدة لفئة الأعزب وبنفس النسبة لفئة المطلق .

جدول رقم (34) : نوع العلاقة مع الإدارة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / نوع العلاقة	الجنس								الحالة الاجتماعية			
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
جيدة	2	15%	2	15%	0	0%	4	29%	0	0%		
حسنة	5	36%	2	15%	1	7%	5	36%	1	7%		
سيئة	3	22%	0	0%	0	0%	3	22%	0	0%		

- يوضح الجدول السابق أن 36% من جنس الذكر أجابوا بحسنة و 22 %قالوا بأنها سيئة و15% قالوا بأنها جيدة ، و15 %من جنس الأنثى قالوا بأنها حسنة وبنفس النسبة أجابوا بجيدة

- أما فئة المتزوجين أجابوا بحسنة بنسبة 36 %و29 %قالوا بأنها حسنة و 22 %أجابوا بأنها سيئة هذا من مجموع فئة المتزوجين المقدر ب 86 %و أجاب 7 %على حسنة من فئة الأعزب وبنفس النسبة من فئة المطلق .

جدول رقم (35) : تقييم أداء العاملين حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / تقييم الأداء	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
روح العمل الجماعي	6	43%	4	29%	1	7%	8	57%	1	7%
تميز الطاقم بالشباب	2	15%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
عدم البحث عن المواضيع الهامة	2	15%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%

- نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن : 43% من جنس الذكر قالوا تميز بروح العمل الجماعي و 15% أجابوا تميز الطاقم بالشباب وبنفس النسبة أجاب بعدم البحث عن مواضيع هامة وخاصة من مجموع جنس الذكر المقدر بنسبة 71 %، وأجاب 29% من جنس الأنثى بروح العمل الجماعي
- كما بلغت الإجابة بروح العمل الجماعي بنسبة 57 %من فئة المتزوجين و 15% أجابوا بتميز الطاقم بالشباب وبنفس النسبة عدم البحث عن مواضيع هامة وخاصة من مجموع فئة المتزوجين المقدر بـ 86 %وأجاب 7 %بروح العمل الجماعي من فئة الأعزب وبنفس النسبة لفئة المطلق .

ثالثا: المشاكل و المعوقات حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

جدول رقم (36) : المشاكل الذاتية للقائمين بالاتصال حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / المشاكل الذاتية	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ارتباطي بعمل أخر	8	57%	1	7%	0	0%	8	57%	1	7%
مشاكل عائلية	2	15%	3	22%	1	7%	4	29%	0	0%

- توضح نتائج هذا الجدول أن المشاكل الخاصة بالنسبة لجنس الذكر تتمثل في الارتباط بعمل أخر بنسبة 57% ومشاكل عائلية بنسبة 15 %هذا من مجموع جنس الذكر المقدر بـ71%
- أما المشاكل الخاصة لجنس الأنثى تتمثل في الارتباط بعمل أخر بنسبة 7% ومشاكل عائلية بنسبة 22 % أما فئة المتزوجين فكانت المشاكل الخاصة متمثلة في الارتباط بعمل أخر بنسبة 57% و مشاكل عائلية بنسبة29% أما فئة الأعزب فكانت المشاكل العائلية بنسبة 7 %وفئة المطلق بنفس النسبة لمشاكل الارتباط بعمل أخر .

جدول رقم (37) : المشاكل من العاملين في الإذاعة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / المشاكل من العاملين	الجنس				الحالة الاجتماعية			
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي	7	50%	3	22%	1	7%	8	57%	1	7%
اتكالهم و اعتمادهم على غيرهم	3	22%	1	7%	0	0%	4	29%	0	0%

- يبين الجدول هذا أن : المشاكل من العاملين بالنسبة لجنس الذكر تتمثل في ضعف أدائهم المهني في المجال العمل الإذاعي بنسبة 50 %واتكالهم واعتمادهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به بنسبة 22 %من مجموع جنس الذكر المقدر ب 71 %
- أما بالنسبة لجنس الأنثى فمشكل ضعف أدائهم المهني قدر بنسبة 22% و 7 %من اتكالهم واعتمادهم على غيرهم من مجموع جنس الأنثى المقدر ب 29% أما فئة المتزوجين فمشكل ضعف الأداء كان بنسبة 57% واتكالهم بنسبة 29% ، أما فئة الأعزب فكان مشكل ضعف الأداء 7 %وبنسبة ونفس المشاكل لفئة المطلق.

جدول رقم (38) : ابرز النقائص في إذاعة مسيلة بالنسبة لعينة الدراسة حسب متغيري الجنس و الحالة

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / أبرز النقائص	الجنس				الحالة الاجتماعية							
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ضعف الكادر المهني	0	0%	4	29%	1	7%	8	57%	1	7%
بطئها في نقل الأحداث	1	7%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
ضعف الإمكانيات الفنية	1	7%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
التكرار	1	7%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%

- يبين الجدول هذا أن ابرز النقائص لجنس الذكر التكرار بنسبة 57 %وضعف الإمكانيات بنسبة 7 %وبنفس النسبة لبطئها في نقل الأحداث ، أما جنس الأنثى كان التكرار بنسبة 22% و7 %ضعف الكادر المهني المتخصص
- أما فئة المتزوجين فالتكرار بنسبة 71% وبطئها في نقل الأحداث بنسبة 7% وبنفس النسبة لضعف الإمكانيات ، أما فئة الأعزب فكان ضعف الكادر المهني بنسبة 7% وبنفس النسبة لفئة المطلق.

رابعا – مقترحات التطوير

جدول رقم (39) : سبل لتطوير العاملين في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية.

متغير الجنس والحالة الاجتماعية / سبل التطوير	الجنس				الحالة الاجتماعية							
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الحصول على شهادة علمية متخصصة	1	7%	1	7%	1	7%	1	7%	0	0%
تنظيم دورات متخصصة	7	50%	3	22%	0	0%	9	64%	1	7%
الاهتمام بالمواد الإذاعية	2	15%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%

- يبين الجدول أن 50 %من جنس الذكر أجابوا على تنظيم دورات و15% الاهتمام بالمواد الإذاعية، أما جنس الأنثى فأجاب 22% بتنظيم الدورات و7% بالحصول على شهادة علمية

- أما فئة المتزوجين فأجاب 64 %بتنظيم دورات و15 %الاهتمام بالمواد الإذاعية و7% أجابوا بالحصول على شهادة علمية وفئة الأعزب فأجاب 7% بالحصول على شهادة وبنفس النسبة أجابت فئة المطلق بتنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي.

جدول رقم (40) : سبل لزيادة التفاعل في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / سبل التفاعل	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
زيادة مساحة الحوار	3	22%	2	15%	0	0%	5	36%	0	0%
إتاحة الفرصة للمستمعين لإبداء أرائهم	6	43%	2	15%	1	%7	6	43%	1	7%
أخرى	1	7%	0	0%	0	0%	1	7%	0	0%

- يبين الجدول أن 43 %من جنس الذكر أجابوا بإتاحة الفرصة للمستمعين و22% أجابوا بزيادة مساحة الحوار و7% أجابوا بأخرى من مجموع جنس الذكر المقدر بـ 71 %، أما جنس الأنثى 15% أجابوا بزيادة مساحة الحوار وبنفس النسبة أجابوا بإتاحة الفرصة للمستمعين
- أما فئة المتزوجين 43% أجابوا بإتاحة الفرصة للمستمعين و 36% أجابوا بزيادة مساحة الحوار و 7% أجابوا بأخرى وأجاب 7% من فئة الأعزب بإتاحة الفرصة وبنفس النسبة ونفس الإجابة بالنسبة لفئة المطلق .

جدول رقم (41): أهم المقترحات لتطوير العمل الإذاعي في إذاعة مسيلة حسب متغيري الجنس و الحالة الاجتماعية

متغير الجنس و الحالة الاجتماعية / مقترحات التطوير	الجنس				الحالة الاجتماعية					
	ذكر (10)		أنثى (04)		أعزب (1)		متزوج (12)		مطلق (1)	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
توخي الموضوعية	02	15%	00	0%	00	00%	02	15%	00	00%
تحديث أخبارها باستمرار	03	22%	01	7%	01	07%	03	22%	00	%00
زيادة كفاءة التجهيزات الفنية	05	36%	03	22%	00	00%	07	50%	01	7%0

- يبين الجدول هذا أن 36% من جنس الذكر اقترحوا زيادة كفاءة التجهيزات الفنية و 22% منهم قالوا تحديث أخبارها باستمرار و 15% اقترحوا توخي الموضوعية والحذر في بث المادة الإعلامية ، أما جنس الأنثى فأجابوا بنسبة 22% على زيادة كفاءة التجهيزات الفنية و 7% منهم أجابوا بتحديث أخبارها باستمرار
- أما فئة المتزوجين فاقترحوا زيادة كفاءة التجهيزات الفنية بنسبة 50 %و 22 %لتحديث أخبارها و15% توخي الموضوعية وفئة الأعزب أجابوا بتحديث أخبارها باستمرار بنسبة 7% وبنفس النسبة لفئة المطلق أجابوا بزيادة كفاءة التجهيزات الفنية.

المبحث الرابع: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية حسب متغير الجنس والحالة الاجتماعية

أولا – استنتاجات خاصة بإجابة المبحوثين حسب متغيري الجنس

- بينت النتائج أن غالبية القائمين من جنس الذكر بنسبة 71%يعملون في الإذاعة من 5 سنوات إلى 10 سنوات وهي نتيجة طبيعية متوافقة مع المدة الزمنية التي فتحت الإذاعة أبوابها منذ 2003 حيث كان في ذلك الوقت تفرد العمل الإعلامي ومنحصر على الذكور فقط
- كشفت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال من جنس الذكر بنسبة 71% ، مثبت بالعمل ويتقاضون أجرا ثابتا ، وهو أمر جيد ، إلا أنه غير كافي
- أكدت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال من جنس الذكر يعملون في الإذاعة ، كصحفي ويليهم مخرجين ومنشطين وتقنيين ، وهو ما يؤكد ضعف اعتماد الإذاعة على المراسلين الخاصين بها ونفس النتائج بالنسبة لفئة المتزوجين
- وكشفت الدراسة أن 43 %من القائمين بالاتصال جنس ذكر يدفعهم التخصص العلمي والدراسي للعمل في هذا المجال وهو الأمر الجيد وفي محله حيث يعمل كل في تخصصه
- أوضحت النتائج أن سبل التحاق الصحفي بالعمل الغالبية لجنس الذكر كانت من خلال مسابقة معلنة بنسبة 64 %وهي الطريقة الصحيحة والمفروض إتباعها في كل الإذاعات في اختيار القائمين بالاتصال فيها ، ما يدل على الاستقرار في المهنة والإذاعة المحلية بمسيلة
- كشفت الدراسة عن خلل خطير في التأهيل المهني للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة ، فحوالي 43 %من جنس الذكر الغالبية منهم لم يلتحقوا بدورات تدريبية في مجال التخصص وذلك راجع إلى عدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم بالإذاعة أي ظروف العمل الصعبة وان الدورات التي تعقد لا تدخل في إطار اهتمامهم والباقي لا يرى انه بحاجة لهذه الدورات .
- بينت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال من جنس الذكر يعانون من عدة مشاكل خاصة أهمها ارتباطهم بعمل أخر بنسبة 57 %وقد رأينا أن عمل القائم بالاتصال في إذاعة مسيلة يتصف بأنه مرتبط بعمل أخر ونفس النتيجة لفئة المتزوجين حيث يعود السبب للمسؤولية الكبيرة ولتلبية احتياجات العائلة
- كشفت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال من جنس الذكر يعانون مشاكل من العاملين وبنسبة 50 %تمثلت في ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي وغالبية القائمين بالاتصال من فئة المتزوجين يعانون من نفس المشكل بنسبة 57 %وهذه النتيجة مرتبطة بسابقتها لعدم الالتحاق بدورات تدريبية وأن المتزوجين بوجود مشاكل عائلية ينقص أدائهم المهني

- أوضحت النتائج أن جل المشاكل التي يواجهها القائمون بالاتصال الغالب من جنس الذكر تتمثل في عدم الاهتمام بتصوري لتطوير العمل وأنها لا تقدر الجهد المبذول
- أكد حوالي 57% من أفراد العينة والغالبة لجنس الذكر أن النقائص الموجودة في الإذاعة أهمها التكرار وهذا واضح من المواد الإذاعية التي تقدمها الإذاعة
- بينت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال من جنس الذكر اتفقوا على مقترحات لتطوير العاملين حيث عبر 50 %بتنظيم دورات متخصصة
- أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق بسبل زيادة التفاعل مع المستمعين في إذاعة مسيلة لمتغير جنس الذكر الغالب على ضرورة إتاحة الفرصة للمستمعين وزيادة مساحة الحوار وهذه السبل تعتبر جزءا من جهود كبيرة يجب أن تسعى إليها إدارة الإذاعة والقائم بالاتصال فيها .
- ذهبت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن 58% من جنس الذكر الغالب إلى زيادة كفاءة التجهيزات الفنية وتحديث أخبارها باستمرار وضرورة توخي الموضوعية والحذر في بث المادة الإعلامية ، حيث انه من أسباب ضعف إذاعة مسيلة هو نقص التجهيزات الفنية ويعتبر ذلك مطلب مشترك لضرورة تطوير إذاعة مسيلة الجهوية .

ثانيا – استنتاجات خاصة بإجابة المبحوثين حسب متغيري الحالة الاجتماعية

- كما بينت النتائج أن فئة المتزوجين يعملون في الإذاعة من 5 سنوات إلى 10 سنوات وترجع هذه النتيجة إلى رضاهم الوظيفي في العمل بالإذاعة
- كما بينت النتائج أن فئة المتزوجين بنسبة 86 %، مثبت بالعمل وهذا يرجع لنفس السبب السابق
- أكدت النتائج أن فئة المتزوجين يعملون في الإذاعة ، كصحفي ويليهم مخرجين ومنشطين وتقنيين ، وهو ما يؤكد ضعف اعتماد الإذاعة على المراسلين الخاصين بها
- كما أكدت النتائج أن فئة المتزوجين يدفعهم التخصص العلمي والدراسي للعمل بنسبة 79 %وهذا يدل على المؤهل العلمي الجيد للقائم بالاتصال في الإذاعة وعدم وجود بديل أخر
- كما أوضحت النتائج أن سبل الالتحاق لفئة المتزوجين كانت من خلال مسابقة معلنة بنسبة 79 %، وذلك راجع للتقدير الجيد في المسابقات للحصول على منصب عمل وتقدير الكفاءات.
- وبينت النتائج أن نسبة فئة المتزوجين بلغت 57% لم يلتحقوا بدورات تدريبية في مجال تخصصهم وهذا يرجع لعدم تفرغهم وكثرة التزاماتهم ، بالإضافة إلى ليس لديهم الوقت الكافي لمثل هذه الدورات
- وكذلك بالنسبة لفئة المتزوجين نفس المشاكل مع الإدارة وهذا يدل على سيطرت شخص الإدارة على أمور الإذاعة بشكل كبير دون منح القائمين بالاتصال الحرية الكافية في العمل

- وبنسبة 64 %لفئة المتزوجين كذلك اختارت نفس الاقتراح بالالتحاق بدورات تدريبية ، وتعود هذه النتيجة بكل وضوح إلى النقص الظاهر في التأهيل المهني للعاملين
- وبنفس السبل أجاب 79% من فئة المتزوجين بإتاحة الفرصة للمستمعين إذ تعتبر جزءا من جهود كبيرة يجب أن تسعى إليها إدارة الإذاعة والقائم بالاتصال فيها .
- و72 % من فئة المتزوجين اقترحوا زيادة كفاءة التجهيزات الفنية وتحديث أخبارها باستمرار وضرورة توخي الموضوعية والحذر في بث المادة الإعلامية ، حيث انه من أسباب ضعف إذاعة مسيلة هو نقص التجهيزات الفنية ويعتبر ذلك مطلب مشترك لضرورة تطوير إذاعة مسيلة الجهوية .

ثالثا – استنتاجات عامة حول نتائج الدراسة الميدانية

- ❖ أظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية (عينة الدراسة) ، هم من جنس الذكر بنسبة 71%، و من الفئة العمرية من 35 سنة إلى 45 سنة بنسبة 71%، و أكدت النتائج أن 100% من القائمين بالاتصال يقيمون داخل مقر الولاية **و**أن حوالي 86% من عينة الدراسة هم من فئة المتزوجين ،و هذه النتائج مكنتنا من التعرف على السمات والخصائص العامة لعينة الدراسة
- ❖ كشفت النتائج أن عينة الدراسة هم من الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 79%، كما أكدت الدراسة أن الغالبية من القائمين بالاتصال متخصصون في الإعلام و الاتصال بنسبة 44%، و أن 86%يتقاضوا أكثر من 40000 دينار جزائري، كما بينت النتائج أن 57% من أفراد العينة يعملون في إذاعة مسيلة منذ 10 سنوات فأكثر و بواقع 93% مثبتين بالعمل و يتقاضون أجرا ثابتا ، وبلغ نوع عملهم في الإذاعة كصحفيين بنسبة 36% ويليهم المنشطين 29بنسبة %،وفي هذا إجابة صريحة للتساؤل حول والواقع الأكاديمي للقائم بالاتصال
- ❖ كشفت الدراسة أن 57% من القائمين بالاتصال كان دافعهم للعمل هو الاختصاص العلمي و الدراسي ، و أن سبل التحاقهم بالعمل كانت متعددة و الغالبية العظمى عن طريق مسابقة معلنة بنسة 79% كما كشفت الدراسة عن خلل خطير في التأهيل المهني للقائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية ، فحوالي 71% منهم لم يلتحقوا بدورات تدريبية في مجال العمل الإذاعي ، و ارجع حوالي 70% سبب عدم التحاقهم بمثل هذه الدورات لعدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم ،كما بينت الدراسة أن حوالي 4 أفراد فقط التحقوا بدورات تدريبية، توزعت بين دورات في فنيات التحرير و التقديم الإذاعي ، أوضحت النتائج أن نسبة توفر الإمكانيات الفنية لدى الإذاعة التي يعملون بها 71% مناسبة، كما تظهر النتائج علاقة جيدة بين العاملين بنسبة 71% و وتبين عن وجود علاقة حسنة بنسبة 50 % و جيدة بحوالي 29 % ، توصلنا هذه النتائج إلى الإجابة على التساؤل المتضمن للواقع السوسيومهني للقائم بالاتصال

- بينت النتائج أن القائمين بالاتصال يعانون عدة مشاكل خاصة أهمها، ارتباطهم بعمل أخر خارج المؤسسة بنسبة 64%،و يعانون عدة مشاكل خارجية من قبل العاملين معهم، أهمها ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي بنسبة 71%،**و** أن جل المشاكل التي يواجهها لقائمون بالاتصال من إدارة الإذاعة متمثلة في عدم الاهتمام بتصورهم لتطوير العمل بنسبة 50%،**كما** أكدت نتائج الدراسة على جملة من التقييمات لأداء العاملين في الإذاعة، حيث رأى 72% من أفراد عينة الدراسة أن أهم قيمة هي انه يسود العمل الجماعي،و أكد حوالي 72% من أفراد العينة أن ابرز نقائص إذاعة مسيلة الجهوية هو التكرار ، و هذه النتائج تجيبنا على التساؤل الذي يبين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في الإذاعة بتطوير قدراتهم الذاتية و تحسين أدائهم المهني ؟
- كما طالبت نتائج الدراسة الميدانية بضرورة اهتمام القائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية بتنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي بنسبة 72%، أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق بسبل زيادة فعالية المستمعين مع الإذاعة على ضرورة إتاحة الفرصة للمستمعين للتعليق و إبداء أرائهم حول كل ما يقدم في الإذاعة **بنسبة** 57% تجيبنا هذه النتائج على التساؤل الأخير حول اقتراحات القائمين بالاتصال لتحسين أدائهم المهني و السبل الكفيلة بذلك .

و بناء على ما سبق من استنتاجات ،و متابعتنا لواقع إذاعة المسيلة الجهوية و القائم بالاتصال فيها نوصي بما يلي:

1 – ضرورة التخصص في مجال الإعلام الإذاعي أكثر، و الاطلاع على كل ما يتعلق بهذا المجال.
2 – الحرص على الالتحاق بدورات تدريبية متخصصة، و حضور ورش العمل و الندوات و المحاضرات المتعلقة بالإذاعة و الإعلام الإذاعي.
3 – متابعة التطورات المتجددة في مجال الإعلام الإذاعي من حيث البث الإذاعي.
4 – الحرص على اكتساب المهارات التحرير و التقديم الإذاعي و ضرورة السعي لاكتساب رصيد ثقافي و معلوماتي كبير.
5 – التأكيد على ضرورة تعاون العاملين في الإذاعة مع زملائهم لأداء العمل، على أساس تبادل الخبرات و المعلومات.
6 – الموضوعية و الصدق، و الجرأة في تغطية الأخبار، وطرح الموضوعات المختلفة و عدم الرضوخ للمصالح الشخصية.
7 – ضرورة طرح مساق الإعلام الإذاعي، كمساق مستقل ضمن الأكاديمية لأقسام الصحافة و الإعلام في الجامعات الجزائرية.

8 – اهتمام الإذاعة الجهوية بمسيلة بوضع معايير خاصة للعمل الإذاعي، و الالتزام بها، و السعي لإيجاد آليات لتحسين العمل الإذاعي ، و مواكبة للتطورات و ضمان لمكانة جيدة ضمن المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى.

9 – ضرورة أن تهتم هذه الإذاعة بتحديث أخبارها باستمرار مواكبة للأحداث و الأخبار بسرعة و موضوعية.

10 - اهتمام الإذاعة بجلب التخصصين في مجال العمل الإذاعي، و تنظيم دورات تدريبية للعاملين فيها لزيادة الخبرة و تطوير المهارات و القدرات لديهم.

خاتمة

خـــــاتمة

تجلّى لنا من خلال بحثنا هذا، وبعد عرضنا لمختلف فصوله، بدءا من صياغة إشكالية دراستنا وتساؤلاتها الّتي تبحث في واقع القائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية والتي جاءت كالتالي : ما الواقع الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في إذاعة مسيلة الجهوية ؟ما الواقع السوسيومهني للقائم بالاتصال ؟ ما مدى اهتمام القائمين بالاتصال في الإذاعة في تطوير قدراتهم الذاتية و تحسين أدائهم المهني ؟ما هي اقتراحات القائمين بالاتصال لتحسين أدائهم المهني ؟ وما هي السبل الكفيلة بذلك ؟ ، مرورا بالجانب النظري الّذي حاولنا التّطرق فيه إلى تعريف الاتصال و القائم بالاتصال في المؤسسة الإذاعية والنماذج المفسرة له ،حيث يختلف دوره من المشارك والمحايد إلى حارس البوابة الإعلامية وانتهاءا بدوره كمصدر ، كما قمنا بذكر العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال بشقيها الداخلي والخارجي ، وتمّ التطرق أيضا في هذا الجانب إلى مفهوم المؤسسة الإعلامية وتخصصنا في الإذاعة ثم إلى الإذاعة المحلية في الجزائر وصولا إلى إذاعة مسيلة الجهوية ،حيث قمنا بإعطاء لمحة عنها، وصولا إلى الجانب التطبيقي الذي شمل على عينة لـ 14 فرد من مجتمع البحث تم توزيع استمارة استبيان عليهم والتي احتوت 04 وحدات "السمات العامة ، دوافع وإمكانيات العمل ، المشاكل و المعوقات ، مقترحات تطوير العمل الإذاعي."، وانطلاقا من بيانات الجانب التطبيقي وصولا إلى استنتاجات الدراسة، اكتشفنا أنّ جنس الذكر يؤثر بشكل كبير على تصور القائم بالاتصال لممارسته المهنية في إذاعة مسيلة أولا ،والحالة الاجتماعية ثانيا لان فئة المتزوجين هي الفئة الغالبة ، والعامل المهم بالدرجة الأولى هو الالتحاق بدورات تدريبية ، حيث أن الغالبية منهم لم يلتحقوا بها.

وفي الأخير قمنا بطرح بعض الاقتراحات والتوصيات التي رأينا أنها تساعد على تحسين الوضع السوسيومهني للقائم بالاتصال في إذاعة مسيلة ، لما توصلنا إليه من أهمية بالغة لهذا الوضع الذي ينعكس سلبا أو إيجابا على الأداء المهني للقائم بالاتصال وكذا تطوير العمل الإذاعي ، لهذا ومن وجهة نظرنا نقدم أهم التوصيات المتمثلة في :

– الحرص على الالتحاق بدورات تدريبية متخصصة ، وحضور ورش العمل والندوات والمحاضرات المتعلقة بالإذاعة ، والإعلام الإذاعي بالنسبة للقائمين بالاتصال

– وكذلك اهتمام الإذاعة بجلب المتخصصين في مجال العمل الإذاعي ، وتنظيم دورات تدريبية للعاملين فيها ، لزيادة الخبرة وتطوير المهارات والقدرات لديهم من أجل الرقي بالإعلام الإذاعي المحلي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا – قائمة المراجع باللغة العربية

1 – الكتب:

1. احمد بحوش/ موسى معيرش: **مدخل إلى المنهجية العامة**، الجزائر، دار الكتاب الحديث،2009م.
2. احمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال** ، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005م.
3. احمد عظمي : **منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009..
4. جمال أبو شنب: **نظريات الاتصال والإعلام " المفاهيم – المداخل النظرية – القضايا** "، دار المعرفة الجامعية،2008.
5. جيهان احمد رشتي : **النظم الإذاعية في المجتمعات العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة.
6. جيهان احمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978م.
7. جيهان رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة**، دار الفكر العربي، 1985.
8. جيهان مكاوي: **حرية الفرد و حرية الصحافة**، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب،1981.
9. حسن عماد المكاوي/ ليلى حسين السيد: **الاتصال و نظرياته المعاصرة** ،ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبناني، 1998م .
10. حسن عماد المكاوي: **الأخبار في الراديو و التلفزيون**، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية،1989.
11. حسن عماد المكاوي: **نظريات الإعلام** ،ط 1، مصر، الإسكندرية، الدار العربية للنشر و التوزيع ، 2009.
12. حسن عماد المكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال و نظرياته المعاصرة** ، ط 7، 2008، الدار المصرية اللبنانية.
13. حسين إبراهيم : **مدخل إلى علم الاتصال** ، الكويت ، منشورات ذات السلاسل ، 1995 م .
14. خليل صابات: **الصحافة رسالة و استعداد و فن وعلم**،ط2، القاهرة، دار المعارف، 1959.
15. د. إبراهيم عبد الله المسلمي: **نشأة وسائل الإعلام وتطورها**، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي،2005.
16. د. عبد الله محمد زلطة: **القائم بالاتصال في الصحافة " دراسة نظرية و ميدانية** " ، ط1، الهرم، الدار العالمية للنشر والتوزيع،2007.
17. د.جمال العيفة: **مؤسسات الإعلام " الوظائف، الهياكل، الأدوار** " ، ديوان المطبوعات الجامعية.

18. رادي فاسيليف: **الحالة الاجتماعية للصحفيين**، ترجمة جورج يوسف الشماس، مؤسسة بترا للطباعة و النشر، بيروت 1982، .

19. رشيد زرواتي : **مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، الطبعة الأولى ، الجزائر ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007م.

20. زهير احد ادن: **تاريخ الإذاعة و التلفزة الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

21. سمير محمد حسين: **بحوث الإعلام " الأسس و المبادئ** " ، ط1، القاهرة،عالم الكتب للنشر والتوزيع.

22. شدوان علي شبه: **مذكرة في تاريخ الإعلام**، القاهرة،دار المعرفة الجامعية،2005.

23. صالح محمد حميد: **دور الإذاعة المحلية في ترسيم الوح دة الوطنية**، ط1،دار غيداء للنشر و التوزيع، 2012.

24. صلاح الدين محمد عبد الباقي: **السلوك التنظيمي (مدخل تطبيقي معاصر)**، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2003.

25. عاطف عدلي العبد: نهى عاطف العبد: **وسائل الإعلام نشأتها و تطورها وآفاقها المستقبلية** ، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2006.

26. عبد الحميد شكري: **الإذاعة المحلية لغة العصر**، دار الفكر العربي، مصر، 1987.

27. عبد اللطيف حمزة: **الإعلام له تاريخه و مذاهبه**، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م.

28. عبد الجطيد شكري: **تكنولوجيا الاتصال، إنتاج البرامج، فن الراديو و التلفزيون** ، دار الفكر العربي،ط1.1996.

29. عبده إبراهيم الدسوقي: **التلفزيون و التنمية**، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء ،2004.

30. عبود عبد الله العسكري: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، ط 1،دمشق، دار التميز،2006م.

31. عزيز عبده: **الإعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات**، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004.

32. عمار بوحوش/ محمود الذنيبات: **مناهج البحث العلمي**، ط1، الأردن، مكتبة المنار، 1989م.

33. عواطف عبد الرحمان، ليلى عبد المجيد، نجوى كامل ، **القائم بالاتصال في الصحافة المصرية** ، سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة كلية الإعلام) – مطابع كلية الإعلام، دون نشر.

34. فضيل دليو: **الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله** ،ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

35. فضيل دليو: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري** ، الجزائر، مركز البحث،2003.

36. فيصل علي فرحان المخلافي: **المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسة الصحفية اليمنية**، المكتب الجامعي الحديث، 2005م.

37. محمد الجوهري، حسن الخولي، فاطمة القليني، منى القرنوابي، الفت حسن أغا، السيد عفيفي و آخرون: **علم الاجتماع ، دراسة الإعلام و الاتصال**، الإسكندرية، دار المعارف الجامعية، 1992.

38. محمد شقيف : **البحث العلمي " الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية** " ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث،1996م.

39. محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، القاهرة، 2004م.

40. محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، ط1، مصر، عالم الكتاب، 1993م.

41. محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، القاهرة، عالم الكتب، 1998م.

42. محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1997.

43. محمد عبد الرحمان عبد الله محمد بدوي: **مناهج وطرق البحث الاجتماعي**، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002م.

44. محمد منير حجاب: **الإعلام والتنمية الشاملة**، ط2، القاهرة، دار الفجر، 2000.

45. منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي: **الإعلام و المجتمع**،ط2،الدار اللبنانية،2006.

46. موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، ط 2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006م.

47. ناصر حادي عدون، **الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية** ، الجزائر، دا ر المحمدية العامة،2004.

48. نجوى فوال: **القائمون بالاتصال المركز القومي للبحوث الاجتماعية**، القاهرة، 1992م.

49. نزار ميهوب: **مدخل إلى الإعلام**، الجمعية الدستورية للعلاقات العامة، دمشق، 2005.

50. السيد بخيت محمد درويش: **العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين** ، ط1، القاهرة العربية للنشر و التوزيع، 1998.

51. نور الدين تواتي: **الصحافة المكتوبة و السمعية و البصرية في الجزائر** ، دار الخلدونية، الجزائر،2008.

52. هناء حافظ بدوي: **الاتصال بين النظرية والتطبيق**، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2003م.

2 – المذكرات

53. احمد حسني محمد حسن: م **شكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية و علاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية**، رسالة دكتوراه غير منشورة ،2005.

54. احمد صلاح الدين احمد نفاذي: **أخبار الصحافة الأولى** – دراسة مقارنة في المضمون و القائمين بالاتصال في صف الاتحاد و الخليج و البيان بدولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995.

55. د. أمين وافي، **الإعلام الفلسطيني و الأداء المهنية في انتفاضة الأقصى** : دراسة ميدانية على مراسلين الإذاعة و التلفزيون في فلسطين(رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة الجزائر.كلية الإعلام والعلوم السياسية، 2015.

56. شدوان علي شريف: **مذكرة في تاريخ الإعلام**، القاهرة،دار المعرفة الجامعية،2005.

57. شريفي فطيمة: **دور الإذاعة المحلية في تلبية الاحتياجات الثقافية لدى المرأة**، رسالة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، المسيلة،2014.

58. عادل فهمي البيوني: **البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التثقيف الديني للشباب** ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام) 1991.

59. الفت أغا: **القائمون بالاتصال و قضايا التنمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري**، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، قسم الاجتماع، 1990.

60. لبنى لطيف: **دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.

61. ليلى شاوي: **دور الإذاعة المحلية في توسيع الهوية الثقافية لجمهور المستمعين** ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر.

62. نهى عساف عيسى: **العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الفيلم التسجيلي**، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام)، 1996.

3 – المجلات

63. سعيد محمد السيد: **الضغوط المهنية و الإدارية على القائم بالاتصال** ، المجلة العلمية لكلية الإعلام، العدد الأول، يوليو 1989.

64. أسماء حسين حافظ: **القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية "دراسة ميدانية"**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد العاشر،2001، ص 113.

65. أمال كمال: **التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية** ، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية – المجلد 30 – العدد 2 و 3 ، 1993.

66. اميمة عمران: **معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد المصري**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة – كلية الإعلام – العدد 3، 2003.

67. شرقي عبير ، محجوب سهيلة: **دور الاعلام الجواري في التنمية المحلية، إذاعة برج بوعريريج نموذجا**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة المسيلة، 2014/2013.

68. ناصر محمود عبد الفتاح أمين: **دور الإذاعة و الصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين** ، دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصيد، رسالة دكتوراه في الإعلام، القاهرة، 2002.

4 – المقابلات

69. مقابلة مع خالد بورزق: مسؤول بقسم الإنتاج، يوم 08 فيفري 2016،الساعة10:15، مقر الإذاعة .

70. مقابلة مع جلال صلاح الدين : صحفي بالإذاعة ، بمقر إذاعة المسيلة المحلية ، يوم 03 مارس.الساعة 15:00.

71. مقابلة مع جلال صلاح الدين: صحفي بالإذاعة، بمقر الإذاعة، يوم 07 مارس 2016. الساعة 16:04.

72. مقابلة مع جلال صلاح الدين: صحفي بالإذاعة ، بمقر إذاعة المسيلة المحلية ، يوم 13 مارس.الساعة 14:00.

ثانيا – المراجع باللغة الأجنبية

73. ROBERT ESCARBIT : **Théorie générale de l'information**, Hachette, Paris, 1980.

74. Walter Glieber : **Across the desk** : A study of Telegrph Edition. Jurnalism Quarterly, 1956.

75. COHEN , B : The Press and foreign Policy, Princeton, N , Princeton University. Press , 1963.

76. Lewin, F : field theory in science (N-T- Horper) .

77. MCLEOD , JACK M and SEARLE HAWLY. Jr , professionalization among new's men journalism quarterly, volume.41, N° 4 , 1964.

78. SCHRAMM WILBUR : The nature of communication between humans, the process and the effects of mass communication . urbana : Chicago University of illionois, 1977.

الملاحـــــق

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية

قسم الإعلام و الاتصال

استبانة حول:

القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية

إذاعة الجزائر من مسيلة – نموذجا– 2016

إعداد الطالبة :

–سعودي آمال

الدكتور:

– اسعيداني سلامي

أخي/تي الإعلامي/ـة:

تقوم الطالبة بإعداد بحث تكميلي لنيل شهادة الماستر في قسم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة ، و هو بعنوان القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الإذاعية إذاعة مسيلة المحلية نموذجا " دراسة ميدانية" بهدف التعرف على سمات و خصائص العاملين في إذاعة مسيلة و دوافع عملهم في هذا المجال، ورصد المشاكل و المعوقات التي تواجههم خلال عملهم، و تقديم المقترحات المناسبة لتطوير الأداء المهني للعاملين فيهاّ، لذا نرجوا منكم الإجابة على أسئلة هذه الاستبانة بدقة و موضوعية، مع العلم أن المعلومات الواردة لن تستخدم في غير البحث العلمي، شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا للارتقاء بأداء القائم بالاتصال في الإذاعة ، الأمر الذي يدفع الإعلام الجزائري الإذاعي إلى الأمام و يساعد على أداء رسالته.

السنة الجامعية : 2016/2015

الوحدة الأولى: السمات العامة

1 -الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2 -العمر:

من 25 سنة إلى 35 سنة ☐ من 35 سنة إلى 45 سنة ☐ 45 سنة فأكثر ☐

3 -مكان الإقامة:

داخل مقر الولاية ☐ خارج مقر الولاية ☐

4 -الحالة الاجتماعية:

أعزب / آنسة ☐ متزوج/ة ☐ مطلق/ة ☐ أرمل/ة ☐

5 -المؤهل العلمي:

بكالوريا ☐ ليسانس ☐ ماجستار ☐ دكتوراه ☐

6 -التخصص:

إعلام و اتصال ☐ اتصال و علاقات عامة ☐ حقوق و علوم إدارية ☐ أدب و لغات ☐

تسيير (علوم تجارية) ☐ بيولوجيا ☐ إلكترونيك ☐

7 -الدخل الشهري بالدينار:

من 20000دج إلى 30000دج ☐ من 30000دج إلى 40000دج ☐

أكثر من 40000دج ☐

الوحدة الثانية: دوافع و إمكانيات العمل في الإذاعة

8 -منذ متى و أنت تعمل في المؤسسة الإذاعية ؟

من عام إلى 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐ 10 سنوات فأكثر ☐

9 -حدد شكل ارتباطك بالإذاعة التي تعمل بها ؟

مثبت و اعمل بعقد و أتقاضى أجرا ثابتا (مرسم) ☐ غير مثبت و اعمل بشكل جزئي ☐

اعمل كمتدرب ☐ أعمل كمتطوع ☐

أخرى ☐

10 – ما نوع عملك في الإذاعة ؟

صحفي ☐ مخرج ☐ منشط ☐ تقني ☐

11 – ما هو دافعك للعمل في المجال الإذاعي ؟

الاختصاص العلمي و الدراسي ☐ الخبرة السابقة في هذا المجال ☐ حب المجال ☐

ا الحاجة لفرصة العمل ☐ أخرى ☐

12 – كيف تم اختيارك للعمل في هذا المجال ؟

من خلال مسابقة معلنة ☐ من خلال احد الأصدقاء ☐

العمل بالإذاعة كمتدرب ☐ أخرى ☐

13 – هل التحقت بأي دورة تدريبية في هذا المجال ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت إجابتك بنعم انتقل للإجابة عل السؤال رقم 15 . و إذا كانت إجابتك بلا اجب على السؤال رقم 14.

14 – سبب عدم التحاقك بدورة تدريبية ؟

لان الدورات التي تعقد لا تدخل في اهتماماتي ☐ ارتفاع رسوم هذه الدورات ☐

لم أجد أني بحاجة لهذه الدورات ☐ عدم مناسبة وقتها مع ظروف ☐

أخرى ☐

15 – ما هي الدورات التي التحقت بها ؟

موضوع الدورة	الجهة المنظمة	المدة الزمنية	الاستفادة منها

16 – ما رأيك في الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى إدارة مؤسستك ؟

مناسبة ☐ إلى حد ما ☐ غير مناسبة ☐

الوحدة الثالثة: المشاكل و المعوقات

17 - ما هي أهم المشاكل الخاصة التي تواجهك في العمل ؟

ارتباطي بعمل أخر خارج المؤسسة ☐ أخرى ☐ مشاكل عائلية ☐

18 - كيف تقيم علاقتك بالعاملين في المؤسسة الإذاعية التي تعمل بها:

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

19 - ما هي المشاكل التي تواجهها من العاملين في المؤسسة الإذاعية التي تعمل بها ؟

ضعف أدائهم المهني في مجال العمل الإذاعي ☐ اتكالهم و اعتمادهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به ☐ أخرى ☐

20 - كيف تقيم علاقتك بالإدارة:

جيدة ☐ حسنة ☐ سيئة ☐

21 - ما هي أهم المشاكل التي تواجهها من إدارة المؤسسة التي تعمل بها ؟

لا تقدر المجهود المبذول من قبلي ☐ عدم الاهتمام بتصوري لتطوير العمل ☐

كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم ☐ أخرى ☐

22 - ما تقييمك للعاملين معك ؟

روح العمل الجماعي ☐ تمييز الطاقم بالشباب ☐

عدم البحث عن المواضيع الهامة والخاصة ☐ أخرى ☐

23 - ما هي ابرز النقائص التي يجب تداركها بإذاعة مسيلة ؟

ضعف الكادر المهني المتخصص ☐ بطئها في نقل الأحداث ☐

ضعف إمكانياتها الفنية و المادية ☐ التكرار ☐ أخرى ☐

الوحدة الرابعة: مقترحات تطوير العمل الإذاعي

24 – ما هي السبل لتطوير العاملين في إذاعة المسيلة ؟

الحصول على شهادة علمية متخصصة ☐ تنظيم دورات متخصصة في العمل الإذاعي ☐

معرفة خصائص العمل الإذاعي ☐ الاهتمام بالمواد الإذاعية القريبة من اهتمامات المستمع ☐

أخرى ☐

25 – ما اقتراحك لزيادة تفاعل المستمعين مع الإذاعة ؟

زيادة مساحات الحوار ☐ إتاحة الفرصة للمستمعين لإبداء أرائهم على المواد الإذاعية ☐

أخرى ☐

26 – ما أهم المقترحات لتطوير الإذاعة المحلية بمسيلة ؟

توخي الموضوعية و الحذر من بث المادة الإعلامية ☐

تحديث أخبارها باستمرار ☐

زيادة كفاءة التجهيزات الفنية ☐

أخرى ☐

شاكرين لكم حسن تعاونكم

ملخص الدراسة:

يعتبر القائم بالاتصال جزءا مهما في عملية جمع، انتقاء، نشر و بث الأخبار و المعلومات. فهو المصدر الذي يصنع الرسالة الإعلامية و يبثها عبر القناة إلى جمهور المستمعين و العنصر المهم في العملية الاتصالية الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة إعلامية، و نظرا للأهمية البالغة لهذا العنصر و من خلال الدراسة التي أجريناها و المسماة " القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية " (إذاعة مسيلة الجهوية) أردنا إبراز تأثير الوضع السوسيومهني على تصور القائم بالاتصال في الإذاعة.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على السمات و الخصائص العامة التي تميز القائم بالاتصال من حيث خصائصهم الاجتماعية و المهنية و رصد العوامل المؤثرة على أدائهم المهني و معرفة مدى حرصهم على تطوير مهاراتهم و قدراتهم الذاتية في هذا المجال ورصد المشاكل و المعوقات التي تواجههم أثناء تأديتهم لعملهم و الخلوص إلى سبل حل هذه المشاكل، ومن النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة أن غالبية القائمين بالاتصال في إذاعة مسيلة من جنس الذكر، كما كشفت الدراسة عن وجود خطر كبير في التأهيل العلمي وذلك لان غالبية القائمين بالاتصال لم يلتحقوا بدورات تدريبية لعدم مناسبة وقتها مع ظروف عملهم،ولذلك قمنا باقتراح عدة توصيات من أهمها: الحرص على الالتحاق بدورات تدريبية متخصصة و حضور ورش العمل و الندوات و المحاضرات المتعلقة بالإذاعة و الإعلام الإذاعي و كذلك ضرورة اهتمام الإذاعة بجانب المتخصصين في مجال العمل الإذاعي ، و تنظيم دورات تدريبية للعاملين فيها لزيادة الخبرة و تطوير المهارات و القدرات لديهم.

Résumé:

Le communicateur est considéré comme un élément très important au processus de collecteur, sélectionner, publier est diffuser des différents nouvelles et information. En tant qu'il est la source qui produit le message médiatique.

Puis il le diffuse à travers le canal aux auditeurs.

Ce dernier jeu encoure un grand rôle dans le processus communicationnel. Compte tenu de l'importance à ce élément et grâce a des enquêtes on les fait sous le titre.

Le communicateur dans les institution des médias le quel on veut mettre en évidence l'impact de la solution socioprofessionnelle sur la communicateur dans la radio ou cette étude à une visée de connaitre les caractéristiques générale qui distinguent le communicateur par rapport leurs qualités sociales et professionnelles et sur veilleur.

les facteurs effectuent sur leurs performances professionnel et savoir à quel point out souci d'améliorer leurs qualifications et compétence personnelle a fin de contrôler les problèmes qui ils leurs rencontre, durent leur travaille ainsi engendre les solutions pour ces troubles.

- Ma majorité des communicateurs au radio Msila sout masculin en plus ces études indiquent qu'il un grand danger de la réadaptions scientifiques. Parce que parmi des communicateur ilya encore qu'ils ne fent pas des stages a formation à cause de l'incompatibilité de ces coursavec leur emploie de temps. C'est pour ça on fait plusieurs instruction comme suivants: - S'assure à condamner aux cours de formation.
- Assister les ateliers d'emploie et des séminaires en plus les cours qui a une relation au radio média.
- Organiser des stages de formation a ces fonctionnaires pour valoriser leur expériences et développer leur compétence et leur capacité dans ce domaine.