

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل: N°14/D91/MC/110

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

واقع الأداء المهني لإعلاميي الإذاعة الجزائرية دراسة ميدانية بإذاعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

بوحيلة رضوان

إعداد الطالبة:

وحشي أمينة

لجنة المناقشة:

- بلعباس عبد الحميد..... رئيسا

- بوحيلة رضوان..... مشرفا ومقررا

- يوسف عبد العالي..... مناقش

السنة الجامعية: 2015-2016 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي هذا العمل إلى..

إلى الذي علمني معنى التضحية والتحدى... إلى الذي أودع فيا حب العلم والتمسك

بالمبادئ

إلى البعيد القريب... إلى الذي ليس لي سواء حبيب... إلى الذي غاب عن عياني

ولكن من قلبي لا يغيب... إلى والدي الحبيب رحمه الله

التي أوقدت بداخلي شعلة الحب ودرت أدين لها بعمرى... إلى التي لو ينقطع نبع

عطفها وحنانها فكانت مثالا حيا للكفاح منذ أن ابصره عياني نور الحياة أمي الحبيبة

إلى إخوتي وزوجاتهم وأولادهم

إلى أخواتي وأزواجهن وأولادهن

إلى جدي أطل الله في عمرها

إلى خالتي وأخوالي... إلى أعمامي وعماتي

إلى رفيقاتي الدرب "البنى، هوارية، صونيا، مونية، صورية"

إلى كل من قدم يد المساعدة من قريب أو بعيد

أحبتي وحملي

شكر وعرفان

نحمد المولى العلي القدير على توفيقه وعونه لنا في اتمام هذا العمل المتواضع

وانه لشرف لي أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذي الفاضل

بوحيلة رضوان

الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة، وقدم لي يد العون والمساندة، ولم يبخل علي

بوقته وجهده، فكان لإرشاداته الأثر الكبير في انجاز هذا العمل.

كما أتوجه بشكري الى اللذين أفادوني بنصائحهم القيية والذين زودوني بالمادة العلمية.

كما أتقدم بشكري الخالص الى كل عمال المكتبات، وأخص بالذكر مكتبة روان للخدمات

الجامعية

فہارس

فهرس الموضوعات

البسمة

الإهداء

شكر وعرهان

فهارس

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الرسوم والأشكال الببانية

ملخص بالعربية

الصفحة

3 -1

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

5

1/ الأشكالية

6

2/ تساؤلات الدراسة

6

3/ اسباب اختيار الموضوع

7-6

4/ اهداف الدراسة

11-7

5/ مفاهيم الدراسة

12-11	6/منهج الدراسة وأدواته
15-12	7/ مجتمع الدراسة وعينته
24-16	8/ الدراسات السابقة

الفصل الثاني: القائم بالاتصال

المبحث الأول: القائم بالاتصال في الإذاعة المحلية

26	المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال
27-26	المطلب الثاني: مفهوم الأداء المهني
28	المطلب الثالث: شروط الواجب توفرها القائم بالاتصال
34-28	المطلب الرابع: خصائص القائم بالاتصال
41-34	المطلب الخامس: مسؤوليات القائم بالاتصال
49-41	المطلب السادس: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال
53-49	المطلب السابع: الصحفي بين القائم بالاتصال وحارس بوابة والفرق بينهما
55-53	المطلب الثامن: العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور
60-55	المطلب التاسع: الدراسات التي تختبر القائمين بالاتصال
66-60	المطلب العاشر: الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال
68-67	المطلب الحادي عشر: نظرية حارس البوابة

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

72-70	المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر
-------	---

74-72	المطلب الثاني: خصائص الإذاعة
80-74	المطلب الثالث: ظروف ومبررات قيام الاذاعات المحلية
82-80	المطلب الرابع: مراحل إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر
84-82	المطلب الخامس: خصائص الإذاعة المحلية
90-84	المطلب السادس: أهداف ووظائف الإذاعة المحلية
92-90	المطلب السابع: أسباب انتشار الاذاعات المحلية
94-92	المطلب الثامن: أسس التخطيط الإذاعة المحلية

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

101-96	بطاقة فنية عن إذاعة المسيلة
135-102	التحليل الكمي والكيفي لبيانات جداول الدراسة
137-136	نتائج الدراسة
139	خاتمة
149-141	المصادر والمراجع
159-151	الملاحق
	ملخص بالأجنبية

فهرس الجداول

صفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
102	توزيع الإعلاميين حسب الجنس	جدول رقم 1
103	توزيع الإعلاميين حسب السن	جدول رقم 2
104	توزيع الإعلاميين حسب التخصص العلمي	جدول رقم 3
106	توزيع الإعلاميين حسب الخبرة المهنية	جدول رقم 4
107	توزيع الإعلاميين حسب نوعية منصب العمل	جدول رقم 5
108	يبين طبيعة عمل الإعلامي في الإذاعة	جدول رقم 6
109	توزيع الإعلاميين حسب سبب اختيارهم للعمل الإذاعي	جدول رقم 7
110	توزيع الإعلاميين حسب طريقة تعرفهم على مسابقة التوظيف في الإذاعة	جدول رقم 8
111	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في درجة توفر الامكانيات الفنية في الإذاعة	جدول رقم 9
112	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الأمور الفنية التي تستوجبها الإذاعة	جدول رقم 10
113	توزيع الإعلاميين حسب جو العمل داخل المؤسسة الإذاعية	جدول رقم 11
114	توزيع الإعلاميين حسب طبيعة العلاقة بين الإعلاميين والإدارة	جدول رقم 12
115	توزيع الإعلاميين حسب وتيرة الحضور لاجتماعات الإذاعة	جدول رقم 13
116	توزيع الإعلاميين حسب نوع اجتماعاتهم بإدارة الإذاعة	جدول رقم 14
117	توزيع الإعلاميين حسب مشاركتهم في الدورات التدريبية	جدول رقم 15
118	توزيع الإعلاميين حسب أسباب عدم المشاركة في الدورات التدريبية	جدول رقم 16
119	توزيع الإعلاميين حسب سبب رغبتهم في الالتحاق بالدورات التدريبية	جدول رقم 17
120	توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في موضوع الدورات التدريبية	جدول رقم 18
121	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في هدف الدورات التدريبية	جدول رقم 19
122	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الجهة الموفرة للدورات التدريبية	جدول رقم 20
-123	توزيع الإعلاميين حسب درجة حاجتهم للمهارات الاتصالية	جدول رقم 21
124		
126	توزيع الإعلاميين لأهم المشاكل الذاتية التي تواجههم في مهنتهم	جدول رقم 22
127	توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي يواجههم فيما بينهم	جدول رقم 23

فهرس الجداول

128	توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي تواجههم من قبل إدارة الإذاعة	جدول رقم 24
129	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في نقائص العمل في الإذاعة	جدول رقم 25
130	توزيع الإعلاميين حسب تقييمهم لمختلف إمكانات الإذاعة	جدول رقم 26
132	توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في سبل تطوير الأداء المهني في الإذاعة	جدول رقم 27
133	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في كيفية كسب جمهور أكثر للإذاعة	جدول رقم 28
134	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم لأهم مقترحات لتطوير الخدمة الإعلامية في الإذاعة	جدول رقم 29

فهرس الرسوم والأشكال البيانية

صفحة	عنوان المخططات	الرقم
68	مخطط يمثل نموذج لنظرية حارس البوابة	شكل رقم 1
101	مخطط يوضح الهيكل التنظيمي لإذاعة المسيلة الجهوية	شكل رقم 2

صفحة	عنوان الرسوم البيانية	الرقم
102	توزيع الإعلاميين حسب الجنس	الرسم البياني رقم 1
104	توزيع الإعلاميين حسب السن	الرسم البياني رقم 2
105	توزيع الإعلاميين حسب التخصص العلمي	الرسم البياني رقم 3
107	توزيع الإعلاميين حسب الخبرة المهنية	الرسم البياني رقم 4
108	توزيع الإعلاميين حسب نوعية منصب العمل	الرسم البياني رقم 5
109	يبين طبيعة عمل الإعلامي في الإذاعة	الرسم البياني رقم 6
110	توزيع الإعلاميين حسب سبب اختيارهم للعمل الإذاعي	الرسم البياني رقم 7
110	توزيع الإعلاميين حسب طريقة تعرفهم على مسابقة التوظيف في الإذاعة	الرسم البياني رقم 8
111	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في درجة توفر الامكانيات الفنية في الإذاعة	الرسم البياني رقم 9
112	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الأمور الفنية التي تستوجبها الإذاعة	الرسم البياني رقم 10
113	توزيع الإعلاميين حسب جو العمل داخل المؤسسة الإذاعية	الرسم البياني رقم 11
114	توزيع الإعلاميين حسب طبيعة العلاقة بين الإعلاميين والإدارة	الرسم البياني رقم 12
115	توزيع الإعلاميين حسب وتيرة الحضور لاجتماعات الإذاعة	الرسم البياني رقم 13
116	توزيع الإعلاميين حسب نوع اجتماعاتهم بإدارة الإذاعة	الرسم البياني رقم 14

فهرس الرسوم والأشكال البيانية

117	توزيع الإعلاميين حسب مشاركتهم في الدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 15
118	توزيع الإعلاميين حسب أسباب عدم المشاركة في الدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 16
119	توزيع الإعلاميين حسب سبب رغبتهم في الالتحاق بالدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 17
120	توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في موضوع الدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 18
121	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في هدف الدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 19
122	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الجهة الموفرة للدورات التدريبية	الرسم البياني رقم 20
125	توزيع الإعلاميين حسب درجة حاجتهم للمهارات الاتصالية	الرسم البياني رقم 21
126	توزيع الإعلاميين لأهم المشاكل الذاتية التي تواجههم في مهنتهم	الرسم البياني رقم 22
127	توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي يواجههم فيما بينهم	الرسم البياني رقم 23
129	توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي تواجههم من قبل إدارة الإذاعة	الرسم البياني رقم 24
130	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في نقائص العمل في الإذاعة	الرسم البياني رقم 25
131	توزيع الإعلاميين حسب تقييمهم لمختلف إمكانات الإذاعة	الرسم البياني رقم 26
132	توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في سبل تطوير الأداء المهني في الإذاعة	الرسم البياني رقم 27
134	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في كيفية كسب جمهور أكثر للإذاعة	الرسم البياني رقم 28
135	توزيع الإعلاميين حسب رأيهم لأهم مقترحات لتطوير الخدمة الإعلامية في الإذاعة	الرسم البياني رقم 29

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مستوى التأطير العلمي والمهني والتدريبي للإعلاميين في إذاعة المسيلة مع كشف أهم مختلف الظروف المحيطة بالعمل الإذاعي فيها، وأهم العوائق التي يعايشها الإعلاميين في عملهم اليومي واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي باستخدام إستمارة الاستبيان بأسلوب الحصر الشامل للإعلاميين الذي بلغ تعدادهم الكامل 22 مفردة وكانت اهم النتائج الدراسة متمثلة في:

- 1- وجود الرضا الوظيفي لدى أغلبية العاملين في مختلف جوانب عمل الإذاعة.
- 2- تتكون التركيبة العمالية للإعلاميين إذاعة المسيلة من 4 منشطي أخبار، 4 مخرجي أخبار، 4 منشطي إنتاج، و6 تقنيين (فنيين).
- 3- أغلبية الإعلاميين لم يسبق وأن شاركوا في دورات رسكلة وتدريب مهني.
- 4- كانت أهم اقتراحات الإعلاميين العاملين في إذاعة المسيلة بضرورة تنظيم دورات تدريبية.

مقدمة

مقدمة:

تعد دراسة العامل المهني كعنصر مؤثر وفاعل في عملية الاتصال الجماهيري من الدراسات الحديثة نسبيا، إذا قيست بالدراسات التي تناولت العناصر الأخرى للعملية الاتصالية وهي: الرسالة، الوسيلة، والمستقبل إضافة إلى التأثير ورجع الصدى، ومن الملفت للنظر أنه حتى أواخر الستينات من القرن العشرين لم يكن هناك اهتمام كاف في العالم العربي، بصفة عامة بدراسة موضوع الاتصال الجماهيري، وانصبت الدراسات الصحفية في معظمها على الجوانب التاريخية ودراسة تاريخ الشخصيات الصحفية التي أسهمت بدور كبير في إرساء دعائم العمل الصحفي، خاصة في تلك الفترة الخصبية.

ومع بداية السبعينيات بدأ الاهتمام بدراسة القائم بالاتصال من طرف مدرسة صحفية مصرية كونه أحد الأركان المهمة في عملية الاتصال الجماهيري، ويقول بعض اساتذة الصحافة أن هذه المدرسة تطورت تطورا ملحوظا في الموضوعات والأدوات المستخدمة، فبحوث الصحافة أصبحت من البحوث التي تستهوي الباحثين من فنون الصحافة من تحرير، إخراج، إعلام لتشمل الظواهر الصحفية المختلفة واتجاهات الصحافة حيال القضايا المعاصرة.

فقد ارتبط اسم القائم بالاتصال بوسائل الإعلام والتي تعتبر في وقتنا الحالي أحد اهم الوسائل المهمة في حياتنا، وذلك من خلال اكتساب ملامحها نوع من تقنية الاتصال وتطورها، مما يجعلها تشكل حضورا فاعلا داخل وحدات التيار الاجتماعي وتحديث تأثيرها الإيجابي أو السلبي.

فيشهد العصر الحالي تقدما ملحوظا في تقنيات ومكانة وسائل الإعلام سواء من ناحية الفاعلية أو سهولة الاستخدام ومدى تأثيرها على المتلقي وفق لإمكانات كل وسيلة من تلفزيون، صحافة مكتوبة، وإذاعة، وهذه الأخيرة كباقي الوسائل الإعلامية الأخرى تعرف منافسة شديدة نحو كسب عدد أكبر من الجماهير، وقد تربعت الإذاعة على عرش وسائل الإعلام الجماهيرية في بدايات القرن العشرين باعتبارها الوسيلة أكثر تأثيرا وانتشارا.

إن الجزائر من البلدان التي أولت أهمية كبيرة للإذاعة نظرا لإدراكها الكبير لأهميته فقد عملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا على تحسين الأداء وتطوير الأجهزة التقنية لإسماع الصوت في كافة أرجاء الوطن، فقامت بإنشاء إذاعات محلية في مناطق مختلفة من الوطن، ابتداء من التسعينيات ومن بين الإذاعات المحلية الجديدة في الوسط الجزائري نجد إذاعة "المسيلة" التي تقدمت خطوات كبيرة نحو تطوير الأداء وفاعلية العمل الإذاعي، وباعتبار أن العنصر البشري يعد الدعامة الأساسية لنجاح أي عمل مهني فهو يشغل حجر الزاوية في العملية الاتصالية .

لذا فإن هذه الدراسة جاءت للوقوف على النقاط الأساسية المحيطة بالعمل الإعلامي بإذاعة المسيلة ومن خلال هذه الدراسة واجهتنا بعض الصعوبات أهمها قلة الدراسات ذات الصلة بالموضوع، نقص المراجع التي تخدم الموضوع، وعدم تعاون العاملين أثناء الإجابة على الاستمارات وغياب دراسة الواقع المهني للعاملين في إذاعة المسيلة بالتحديد، وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة.

جاء الفصل الأول ليقدم مدخلا للدراسة: من حيث التعريف بالموضوع، تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ثم أهداف الدراسة، والأسباب التي كانت وراء اختيار الموضوع، تحديد المفاهيم الأساسية الواردة في البحث والمنهج المستخدم وكيفية اختيار عينة الدراسة، وأهم أدوات جمع البيانات، ثم عرض الدراسات السابقة. أما الفصل الثاني فقسم إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان القائم بالاتصال: حيث تم الحديث فيه عن مفهوم القائم بالاتصال ومفهوم آدائه المهني وخصائصه وشروطه ومسؤولياته كما تناولنا الدراسات التي تختبر القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة.

أما المبحث الثاني فقد اختص للحديث عن نشأة وخصائص الإذاعة كوسيلة إعلامية بصفة عامة ونشأتها وتطورها في الجزائر وظروف ومبررات قيامها مع ذكر أسباب انتشارها وأسس التخطيط لها، وأخيرا التطرق إلى إذاعة المسيلة اتخذناها كنموذج تطبيقي للدراسة من نشأة وأهداف وهيكل.

أما الفصل الثالث فقد خصص للجانب التطبيقي للدراسة، حيث يتضمن بطاقة فنية تعريفية لإذاعة المسيلة وجداول بيانات الدراسة المرفقة المرلافقة بالتحليل الكمي والكيفي المتضمن في الأخير أهم نتائج الدراسة المتوصل إليها مع خاتمة متضمنة استنتاج عام عن الدراسة.

الفصل الاول : الإطار المنهجي للدراسة

1/ الاشكالية

2/ تساؤلات الدراسة

3/ اسباب اختيار الموضوع

4/ اهداف الدراسة

5/ مفاهيم الدراسة

6/ المنهج الدراسة وأدواتها

7/ مجتمع الدراسة وعينته

8/ الدراسات السابقة

الاشكالية:

تعد الإذاعة من بين أهم وسائل الإتصال الجماهيري انتشارا، ويقصد بها ما يث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع، فالإنسان يستمع إلى الراديو ويستفيد من برامجه المختلفة في أى مكان في العالم دون عوائق، حواجز، في البيت، السيارة، المكتب، ولقد احتلت الإذاعة كوسيلة إتصال سمعية في البداية المكانة الصدارة بين وسائل الاتصال الأخرى المستعملة في عملية التثقيف والتعليم والترقية.

وتعتبر الإذاعة المسموعة إحدى الوسائل المستخدمة في عملية التنمية الاجتماعية المحلية من خلال مختلف البرامج، كما تلعب دور هام في نشر التوعية الاجتماعية كمحو الأمية، كما أنها تعد من الأشكال القريبة من الجمهور فهما وتأثيرا، ورغم تنوع الإذاعات المحلية من حيث الملكية والبرامج وطبيعة الجمهور المستهدف، فإن العنصر المحلي يبقى أساسيا في نشاط الإذاعة وفي علاقتها بجمهورها .

كما أن مهمة الإذاعة المحلية تتركز في تقديم خدمات عديدة للمجتمع المحلي، وتحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم .

إن عملية تحديد تأثير الرسالة الإعلامية، لا يجب أن نهمّل أهمية القائم بالاتصال الذي لا تقل أهميته عن مضمون الرسالة فهو وحدة أساسية داخل الإذاعة وهو عنصر أساسي ومهم فيها وهذا من ناحية الكفاءة المهنية التي يجب أن يتحلوا بها سواء من ناحية مستوى التحرير أو المستوى التقني أو الفني أو الإخراجي وضبط المستوى اللغوي ودقة المعلومات وكذا الوصول إلى مصادر المعلومة، كما أنه يؤثر على الأداء المهني من ناحية القناعات الفكرية التي يتحلّى بها القائم بالاتصال وبشكل ما على حريته واستقلالته، وحتى من جانب أخلاقيات مهنة الصحافة التي ترتبط عموما بالدقة، الموضوعية، النزاهة والحياد.

لذا نحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على الواقع المهني للعلماء في إذاعة المسيلة من خلال محاولة التعرف على مستوى التأطير العلمي والمهني وتدريب الإعلاميين، والتعرف على أهم مختلف الظروف المحيطة بالعمل الإذاعي بما فيها العوائق التي يعايشها الإعلاميون في عملهم اليومي:

التساؤلات:

- 1- ما هي أعداد ومؤهلات والخبرة المهنية لإعلامي إذاعة المسيلة؟
- 2- ما هو رأي الإعلاميين في الظروف المعنوية والمادية والفنية الموجودة في مؤسساتهم الإذاعية؟
- 3- ما هو مستوى ونوع التدريب المهني للإعلاميين في إذاعة المسيلة؟
- 4- ماهي أهم المشاكل والعوائق التي يواجهها الإعلاميين في إذاعة المسيلة؟
- 5- ما هي أهم مقترحات الإعلاميين حول تطوير وتحسين الخدمة الإعلامية في مؤسساتهم الإعلامية؟
- 6- أسباب اختيار الموضوع:

ترجع اسباب اختيار موضوع الدراسة إلى اسباب ذاتية وأخرى موضوعية :

- 1- أسباب ذاتية: يعود السبب الأساسي لاختياري لهذا الموضوع وفضول خاص بالعمل الإذاعي وحب لمهنة التنشيط الإذاعي.

2- أسباب موضوعية:

- المكانة الأساسية للقائم بالاتصال في الإذاعة ودوره في العمل الإذاعي .
- أهمية الإذاعة ودورها الأساسي في التوعية والتنمية المحلية.

أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى تحقيق الأهداف التالية :

- 1- التعرف على أعداد ومؤهلات العاملين في إذاعة المسيلة الجهوية.

2- التعرف على واقع التدريب المهني للعاملين في إذاعة المسيلة الجهوية.

3- التعرف على الجو والظروف النفسية للعمل داخل الإذاعة.

4- معرفة مدى توفر الإمكانيات المادية والتقنية للعمل الإذاعي.

تحديد المصطلحات:

إن تحديد المصطلحات والمفاهيم من أهم الخطوات في أى بحث علمي، فهي المطلق لأي بحث علمي، فهي المنطلق لأي بحث وتساهل مهمة الباحث، كما أنها تقوم بتحديد الطرق الصحيحة لبحثه، وكذلك يساعد الباحث على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته في دراسته بهدف إزالة الغموض.

الإذاعة المحلية:

الإذاعة

1- لغة: من ذاع الشيء والخبر، يذيع وذيوعا وذيوعه محرکه فشا وانتشر، والمذيع بالكسر من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره والجمع المذاييع، فلان للأسرار مذيع، وأذاع سره أى أنشأه وأظهره أى نادي به في الناس، به فسر الزجاج¹.

وفي تعريف لغوي آخر: ذاع ذيوعا أى ظهر وانتشر، هي انتشار الخبر عبر اللاسلكي كما ترمز كلمة اذاع إلى الاشاعة ويوصف الرجل الذي لا يكتم السر بأنه مذيع².

2- اصطلاحا: يعرفها عبد الحافظ سلامة بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع لمواد اخباره يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية، والثقافية، والدينية، والنشرات

¹ عبد العزيز شرف، مدخل الى وسائل الاعلام، ط2، دار الكتاب المصري. القاهرة: 1989، ص403.

² اسماعيل سليمان ابو جلال، الاذاعة ودورها في الوعي الامني، ط1، دار اسامة لنشر والتوزيع، الاردن: 2012، ص95

الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثير بين افراد المجتمع والبرامج المذاعة، والتي تبث في أن واحد وتلتقط من طرف المستمعين.¹

كما تعرف أيضا على أنها ما يبث عن طريق الأثير بإستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها المتابعين برباط مباشر وسريع.²

والإذاعة هي بث الموجات بواسطة مراكز الإرسال وانتشار هذه الموجات عبر الاثير ثم استقبالها بواسطة اجهزة الاستقبال وتشمل الراديو تكنولوجيا التردد العالي hf³

الإذاعة المحلية:

الإذاعة المحلية: هي جهاز اعلامي يقوم علي خدمة هذا المجتمع المحلي بمعنى أن الإذاعة تبث برامجها من أجل مخاطبة مجتمع خاص محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمع متجانس من الناحية الاقتصادية، ومن الناحية الثقافية والاجتماعية.⁴

تبث الإذاعة المحلية برامجها مخاطبة مجتمعا محدودا ومتجانسا من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لحد ما بسبب الفروق الفردية والاجتماعية لجمهور هذه الإذاعة، هم سكان قرية واحدة، مجموعة قرى متقاربة ومتجانسة وقد يكون جمهور مدينة كبيرة مثل اذاعة العاصمة.⁵

¹ طه عبد العاطي نجم، الاتصال الماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية: 2009، ص21

² فضيل دليو، مدخل الى الاتصال الجماهيري، مخبر اجتماع الاتصال، 2003، ص88

³ محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان:

2004، ص127

⁴ عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، 2007، ص107

⁵ عصام انيس، عبد الحميد زكي، الوسائل المسموعة والمرئية، النشأة والتطور، ط1، دار المصرية اللبنانية: 2004، ص116

وهي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة....مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة قد يكون في هذا المجتمع مدينة، مجموعة قرى، مدنا صغيرة متقاربة.¹

وتعريف آخر لها: الإذاعة تبعا للمجتمع المحلي هي عبارة عن جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا.²

التعريف الإجرائي للإذاعة المحلية: الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم مجتمع محدود، ومتناسقا من الناحية الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية، تبث برامجها من أجل مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد.

القائم بالاتصال:

هو أى فرد داخل عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات ويصطلح بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا دور مباشر من الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدا من صنع الفكرة، السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه.³

وفي تعريف آخر للقائم بالاتصال هو احد عناصر العملية الاتصالية، سواء كان صحفيا، مديعا، شخص مماثل يسعى لتوجيه رسالة.⁴

ونقصد به في دراستنا هذه منشط أخبار، مخرج اخبار، منشط إنتاج، مخرج إنتاج في.

¹ طارق الشاري، الاعلام الداعي، داراسامة للنشر والتوزيع، عمان: الاردن، ص80

² عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، 1996، ص10

³ نجوى فوال، قراءة في دراسة القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد32، العدد3، سبتمبر1995م

⁴ عاطف العبد عبيد، نظريات الاعلام والرأي العام، الاسس العلمية والتطبيقات العربية، ط1، دارالفكر العربي، القاهرة: 2002، ص73

وأيضاً حارس البوابة الإعلامية هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم افراد الجمهور الذين يؤثرون على ادراك واهتمام افراد اخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل اولئك حراس بوابة في نقطة ما، مرحلة ما من المراحل التي يقطعها الانباء.¹

مفهوم الأداء المهني للقائم بالاتصال:

إن أعضاء المهنة الواحدة يشتركون في تبني المعايير الخاصة بالأداء المهني، أو التوجه قد يكون لكل منهم معايير خاصة، وهذه المعايير بالدور الذي يميل الفرد إلى اعتناقه، ففي حين أن بعض القائمين بالاتصال ينظرون إلى دورهم على أنه حلقة الوصل بين الجمهور ونضام الحكم، يرى بعض الآخر أن دوره أكثر إيجابية، وأن عليه أن يعبر عن الآراء المختلفة للجمهور وعن مطالبه واهتمامه وهمومه ويعكس مشكلاته، وقد لا يكون هناك اختلاف اساسي بين الدور الشخصي للقائم بالاتصال والدور الذي تعتنقه المؤسسة الإعلامية، حيث انه يتجه في العادة للاتحاق بالمؤسسة التي تتفق مع ميول² وانطلاقاً من هذا يمكن وضع تعريف أو تحديد للمفهوم الاداء المهني للقائم بالاتصال، علماً أن تحديد المفهوم يعتبر أمراً بالغ الصعوبة نظراً للشمولية هذا المفهوم، وكذلك لوجود الكثير من العلاقات المهنية المتداخلة مع بعضها البعض وبإيجاز يمكن القول أن الأداء المهني هو تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة، وتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الاعلامية.³

فالأداء المهني للقائم بالاتصال يتأثر بكثير من العوامل التي قد تكون عقبات أمام القيام بالأداء المطلوب فمثلاً التأهيل والتدريب والإشراف والرقابة، والحرية في اتخاذ القرارات والمشاركة في التخطيط والعمل في أكثر من وظيفة وطرق الالتحاق بالوظيفة، والضغوط والاتصالات التي تعترض العمل، والعلاقة بين الزملاء والرؤساء، كل

¹ جيهان رشدي، الأسس العلمية لنظرية الاعلام، ط1 ، دار الفكر العربي، القاهرة: 1978، ص295

² سعيد السيد: الضغوط الهنية والادارية على القائم بالاتصال المجلة العلمية لكلية الاعلام. العدد1-يوليو1989، ص5.

³ أمين منصور واتي، الاعلام والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الاقصى، رسالة دكتوراه، غير منشورة، 2006، ص125.

هذه القضايا تؤثر سلبا وإيجابا في الأداء المهني للقائم بالاتصال. ولقد بنيت الكثير من الدراسات أن القائم بالاتصال يتعرض للضغوط من مصادر متعددة تؤثر في ادائه المهني فقد يتأثر من خلال السلطة، الرؤساء، الجمهور، الإمكانات قيم المجتمع السائدة وتقاليد، والمعلنون مصادر الأنباء الظروف الداخلية والخارجية وغيرها من القضايا.¹

منهج البحث وعينته:

يعتبر النهج ضروري في أى بحث فهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملاته للوصول لنتيجة معلومة.²

منهج الدراسة:

-المنهج المسحي:

عرفه الباحث ذوقان عبيدات بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.³

يعتبر المنهج المسحي واحدا من المناهج الأساسية بل وأكثرها شيوعا في البحوث الوصفية والدراسة المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات تحليل تفسير و تقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين اي ان البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر كما انه يهدف الى الوصول الى بيانات يمكن تصنيفها تفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلا.⁴

¹ المرجع السابق، ص126.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة: 2004، ص15

³ بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، بن عكنون الجزائر، 2003، ص286.

⁴ خفاجة ميرفت علي، صابر فاطمة عوض: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط2، الإسكندرية، مصر، 2002،

- لقد اخترنا المنهج المسحي لا نحاز هذه الدراسة لأننا نهدف الى اجراء مسح شامل للأعداد المختارة واستخراج البيانات والمعلومات والربط بينها للحصول على نتائج يمكن تعميمها على باقي اعداد الجريدة فيما يتعلق بالموضوع.
- لأننا نهدف الى اجراء دراسة حول موضوع محدد في نموذج خلال فترة زمنية معين.

مجتمع الدراسة:

وبما أن مجتمع الدراسة يتمثل في الإعلاميين القائمين بالاتصال في إذاعة المسيلة فإن إجراء مسح شامل لمجتمع البحث لا يتطلب زمن طويل لأن مجتمع البحث في هذه الحالة صغير ويمكن احتواءه حيث قدر العدد الكلي 22 مفردة فقط، ولذا استخدمت هذه الدراسة في إجراء المسح الشامل لمجتمع البحث والذي يتميز بدقة النتائج ودون اللجوء إلى التعميم الذي تشوبه النسبية في النتائج.

المعالجة الإحصائية المستخدمة:

أولاً: النسبة المئوية:

$$C = \frac{M_1 + M_2 + M_3 + M_4}{C}$$

ثانياً: المتوسط الحسابي:

حيث: $M = \text{مركز الفئة} = \frac{\text{الحد الأدنى} + \text{الحد الأقصى}}{2}$

ن: مجموع التكرارات

ك1: تكرار الفئة الأولى

ك2: تكرار الفئة الثانية

ك3: تكرار الفئة الثالثة

ك4: تكرار الفئة الرابعة

أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات خطوة مهمة من خطوات البحث اة الدراسة فهي تمكن الباحثين من الإلمام ببحوثهم والوصول إلى نتائج علمية وأدوات جمع البيانات، فهي جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث المبحوث وتمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين.¹

كما يمكن استخدام أداة، أداتين أو أكثر في بحث واحد من أجل الدقة العلمية وتجنب عيوب احدهما² وقد اعتمدت هذه الدراسة على اداتين التي تناسب منهج المسح بالعينة من أجل جمع المعلومات الخاصة بالقائم بالاتصال في الإذاعة وهذين الاداتين هما المقابلة والاستبيان .

وقد استخدمت المقابلة المفتوحة غير المقننة بغية جمع البيانات المتعلقة بالبحث ويستخدم هذا النوع من المقابلات في حالة عدم وجود بيانات، معلومات واضحة عن طبيعة المشكلة بحيث أن هذه المعلومات الاولية تمكن الباحث من صياغة اسئلة الاستمارة وصياغة الاشكالية صياغة جيدة وتعديل التساؤلات بالإضافة إلى الميزة الهامة التي تتميز بها المقابلة المفتوحة بأنها تترك للمبحوث كل الحرية للحديث في إطار الأهداف التي سطرها الباحث والحصول على معلومات وبيانات قد تكشف عن جوانب جديدة للمشكلة.

¹ احسان محمد الحسن، الاسس العلمية للمناهج البحث الاجتماعي، دار الفكر للطباعة والنشر بيروت: 1981، ص54

² احمد شيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 1986، ص79

فالمقابلة تعتبر أسلوب منظم تقوم على مجموعة من الخطوات والإجراءات العلمية والمهنية التي تنظم اللقاء

وتدير الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة.¹

وقد استخدمت المقابلة مع رئيس مصلحة الإدارة والمالية ودارة الأسئلة حول، التعريف بإذاعة المسيلة من

حيث النشأة والتطور وعدد الصحفيين وهياكل الإذاعة وأهدافها.

الاستبيان:

عند اختيار المنهج المسحي كأسلوب بحث فإن أهم أداة يمكن استخدامها لجمع البيانات في مجتمع البحث

الذي نقوم بمسحه هي الاستبيان نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية عن موضوع الدراسة.²

وتعرف الاستبانة على أنها: مجموعة من الاسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعات للموضوع

والإجابة حسب توقيت الباحث التي صاغها.³

وهي أيضا من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين، حول ظاهرة،

موقف معين، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي

تتطلب الحصول على المعلومات، المعتقدات، او التصورات، او اراء الأفراد واهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير

الكثير من الوقت والجهد على الباحث.⁴

¹ فضيل دليو وآخرون، اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، دار البحث، قسنطينة: 1999، ص199

² محمد عبد الرحمن عبد الله، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة: 2002 ص371

³ عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، 1999، ص149

⁴ محمد عبيدات وآخرون، عمان 1999، ص63 منهجية البحث العلمي ط1، دار وائل للطباعة والنشر،

وفي تعريف آخر للاسبانية هي وسيلة من الوسائل جمع البيانات وتعتمد على استمارة تتكون من مجموعة من اسئلة وترسل بواسطة البريد، تسلم للأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقومو بتسجيل اعجاباتهم على الاسئلة الواردة وذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة تسجيل الاعجابات عنها.¹

مجالات الدراسة الميدانية:

وتنحصر مجالات الدراسة في ثلاثة مجالات وهي:

- **المجال الجغرافي، المكاني:** سنجري هذه الدراسة على المقر الإداري للإذاعة المحلية القائن مقره بمدينة المسيلة.

- **المجال البشري:** لكي تكون هذه الدراسة علمية وعملية، ولكي نصل إلى نتائج موضوعية، لابد من تحديد المجتمع الاصلي للدراسة، وجمع المعطيات من افرادها عن طريق استخدام الأدوات البحثية، ويتمثل في المجال البشري في هذه الدراسة الإعلاميين القائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية بالمسيلة من منشطين (أخبار وإنتاج) مخرجين (أخبار وإنتاج) وفنيين.

- **المجال الزمني:** ويتعلق الامر بالمجال الزمني التي استغرقتها الدراسة، حيث بدأت الدراسة بجمع المادة العلمية في الجزء النظري لشهر فيفري ثم تم تأصيل الجانب المنهجي في شهر مارس ثم جمع البيانات في الجزء التطبيقي بتوزيع إستمارة الإستبيان واستمارة المقابلة في أفريل 2016 ثم تبويبها، تحليلها إلى غاية شهر ماي 2016.

¹ عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الابحاث والرسائل الجامعية، ط1، مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص123.

الدراسات السابقة:

تحتم قواعد وأصول البحث العلمي ضرورة أن يتعرف الباحث على الدراسات السابقة التي تتصل بطريق مباشر بموضوع بحثه، نظر ما تحمله هذه الدراسات في طياتها من معلومات وأساليب وأدوات ومناهج تنير له الطريق وتساهم مساهمة فعالة في توجيهه إلى أن يبدأ من حيث ينتهي الآخرون فهذه بعض الدراسات السابقة التي نرى أنها تتصل إلى حد ما بموضوع هذه الدراسات ويمكن تقسيم هذه الدراسات السابقة إلى:

1- القائم بالاتصال في الصحافة المصرية:

دراسة قام بها فريق من كلية الاعلام بجامعة القاهرة، ونشرت بعنوان (القائم بالاتصال في الصحافة المصرية) وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخريطة الاجتماعية والمهنية للصحفيين المصريين فمن خلال الإقتراب العلمي لطبيعة العمل الصحفي في مصر، من حيث ظروف ممارسته ومعايير تقييم الأداء المهني والعلاقات بين الصحفي ورؤسائه ثم مع زملائه في داخل المؤسسات الصحفية، ورصد علاقات الصحف خارج المؤسسات الصحفية مع مصادره ومع نقابة الصحفيين ومع قرائه، وقد اهتمت هذه الدراسة التي تعد من أهم الدراسات الصحفية المصرية التي تناولت دور القائم بالاتصال الصحفي برصد وتوصيف المجتمع الصحفي المصري من ناحية الديمقراطية إلى جانب التنشئة الاجتماعية ومستويات التعليم والدخول الاقتصادية والانتماء النقابي وآليات الأداء المهني علاوة على استطلاع الصعوبات والمعوقات التي تحول دون ممارسة الصحفي لحقوقه المهنية.¹

2- الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف المصرية:

تناولت الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف المصرية وقد ركزت هذه الدراسة على وصف وتقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في مجال التغطية الاخبارية للأحداث، وبيان أوجه القوة ومواطن الضعف والقصور في هذا الأداء، والوقوف على الظروف التي يعمل في إطارها الصحفيون المصريون وتؤثر على ممارستهم الصحفية

¹ عواطف عبد الرحمان و آخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية.

وأساليب تغطيتهما للأحداث وطبق الباحث دراسته على هيئة تتكون من 30 من الصحفيين الممارسين الفعليين بجرائد الأهرام والأخبار والجمهورية باعتبارها أكثر رواجاً وانتشاراً في المجتمع ولصفحتها القومية ووظيفتها الاخبارية واستبعد الصحف الحزبية نظراً للصعوبات والعراقيل التي توضع أمامها في مجال التغطية الاخبارية للأحداث وإضافة لكونها كما يقول الباحث صحفاً تعني بالرأي أي وجهات النظر في المقام الأول.¹

3- القائمون بالاتصال في قضايا التنمية دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري:

تناولت فيها دور القائمين بالاتصال في مصر، في عملية التنمية، وقد قامت الباحثة بدراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في وسائل الاعلام المصرية بهدف التعرف على القيم والأفكار الأساسية التي تحكم وجهة نظر القائمين بالاتصال في هذه الوسائل إزاء قضايا التنمية، وعلاقة هذه الأفكار والقيم بعملهم وتوجهاتهم المهنية، وتصورهم لدورهم، ولكيفية قيامهم بهذه الدور وطبيعة المعوقات التي تحول دون قيام القائم بالاتصال بالمساهمة في عملية التنمية.²

4- أخبار الصحافة الأولى، دراسة مقارنة في المضمون والقائمون بالاتصال في صحف الاتحاد الخليج

والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة:

طبقت هذه الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في الأقسام الإخبارية بصحف الاتحاد والبيان والخليج بدولة الامارات العربية المتحدة، وقد تناول الباحث في دراسته دور القائم بالاتصال في هذه الصحف حيث طبق استمارة الاستقصاء على مائة صحفي يعملون بهذه الصحف، وقد توصل الباحث في ختام دراسته إلى مجموعة من النتائج من بينها أن الصحفيين العاملين في الأقسام الاخبارية يواجهون ضغوطاً في العمل، وإن اختلفت درجتها، وتشمل على الترتيب، السياسة التحريرية التي تطبقها الصحيفة، ومصادر الأخبار، وعدم تقدير الرؤساء

¹ عبد النبي، الاداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف المصرية.

² ألفت أغا، القائمون بالاتصال وقضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية

الآداب، القاهرة: 1990.

للجهد المبذول، وزيادة عدد ساعات العمل، وسيطرة الاعلانات ونفوذ المعلمين، وموقف الدولة اتجاه بعض القضايا، وافتقار التنسيق بين الأقسام الإخبارية، وعدم تعاون الأقسام لنشر الأخبار التي تصل متأخرة وتعليمات الرئيس المباشر.¹

5- الحالة الاجتماعية للصحفيين:

قامت بهذه الدراسة الميدانية اللجنة الاجتماعية بمنظمة الصحفيين العالمية عام 1970 حيث تم اعداد استمارة استقصاء حول الوضع الاجتماعي للصحفيين في عدد من الدول الاشتراكية والرأسمالية والنامية وتم ارسال استمارات الاستقصاء إلى الصحفيين بهذه الدول مترجما إلى اللغات الروسية والانجليزية والفرنسية والإسبانية وقد ركزت هذه الدراسة الميدانية على عدد من القضايا كنظام الدفاع عن الصحفيين، وساعات عملهم وأجرتهم ونظام امتيازاتهم، والضمان الاجتماعي، والعناية بظروف العمل، والحماية القانونية للصحفيين، ووضعية المنظمات الصحفية المحلية، وغيرها من القضايا التي شملتها هذه الدراسة.²

6- تناولت الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال:

قام سعيد محمد سيد بترجمة دراسات حارس البوابة وعملية إنتقاء الأبناء إلى المعايير الشخصية الخاصة بالقائم بهذه المهمة وقد استخدم "وايت" هذا التعبير للمرة الأولى سنة 1950 للإشارة إلى أن رجل الأخبار هو الذي يقوم بالتحكم بعملية الانتقاء التي يقوم بهما الشخص المسؤول عن نشرات وكالات الأبناء للاختيار المفردات المناسبة منها للنشر وقد فوجئ الباحثون أن الأحكام التي يصدرها حارس البوابة أحكام شخصية بشكل واضح كما فوجئوا بتوافق النتائج التي تم التوصل إليها.³

¹ أحمد صلاح الدين نفاذي، أخبار الصحافة الأولى، دراسة مقارنة في المضمون والقائمون بالاتصال في صحف الاتحاد كالحليج والبيان بدولة الامارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة: 1995.

² راڊي فاسليف: الحالة الاجتماعية للصحفيين، ترجمة جورج يوسف الشماس مؤسسة بتر للطباعة والنشر، بيروت: 1982، ص20 وما بعدها.

³ سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، المجلة العلمية لكلية الإعلام العدد الأول، يوليو 1979، ص6.

1- العوامل التي تؤثر القائمين بالأخبار: دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار في الراديو.

ومن الدراسات العربية التي تناولت دور حارس البوابة دراسة الباحث يوسف مرزوق التي تناولت فيها العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في راديو القاهرة تطبق الباحث دراسته على حارس البوابات في غرفة الاخبار بالإذاعة المصرية وتوصل في دراسته إلى أن هناك ثلاثة 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 الاخبار والقيم السائدة فيها واسلوب العمل بداخلها والنمط الفكري الواحد المتكرر الذي يجعل من القائمين بالأخبار اعضاء واقع بيروقراطي يسود العمل الاخباري في راديو القاهرة.

ت- العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار، دراسة تطبيقية حول القائم بالأخبار في الإذاعة الصوتية القاهرة.¹

ث- العوامل المادية والفنية (الامكانيات) التي تؤثر في العمل الإخباري بقصورها وضعفها.

وأكد الباحث في دراسته أن الضغوط المهنية والاعتبارات الميكانيكية والزمنية تشكل نوعا من القلق والتوتر الناجم عن ملاحقة الاحداث والمنافسة في الحصول على الأخبار ومتابعتها، وقد أوصى الباحث في دراسته بإعطاء الحرية للقائمين بالأخبار في راديو القاهرة لتقدم جميع الاخبار دون خوف ومنحهم حرية اتخاذ القرار في إذاعة الأحداث والآراء على الهواء.²

¹ ناهد أحمد فوزي أبو العيون، تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، أطروحة دكتوراه غير منشورة.

² يوسف مرزوق، العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار- دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار في راديو القاهرة، أطروحة غير منشورة، كلية الأدب سوهاج، قسم الصحافة.

7- تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين:

دراسة للباحث فاهد أبو العيون حول تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، وقد استهدفت هذه الدراسة الوقوف على خصائص تجربة مصريي الإعداد للقائم بالاتصال وقامت الباحثة بدراسة دور الاقسام العلمية والمعاهد والكليات الجامعية التي اقتصت بتدريس الصحافة والإعلام في مصر ودورها في الإعداد الأكاديمي للصحفيين منذ نشأتها في سنة 1935 وتقوم الدور الذي قام به كل منها في هذا الإعداد، كما تناولت الباحثة في دراستها التدريب المهني للصحفيين الذي يتم أثناء مزاولتهم العمل، باعتباره الشق الثاني من إعداد هؤلاء الصحفيين وتأهيلهم المستمر وقد خلصت الباحثة في دراستها إلى عدة نتائج من بينها:

- أشارت الوحدات الأكاديمية التي تتولى تأهيل الصحفيين بالجماعات المصرية في بعض الخصائص والظروف، وكذلك 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 القطاعات التحريرية عن حجم اهتمام الأوساط الصحفية في مصر على المستوى الرسمي والمؤسسات الصحفية بأهمية التدريب.

- غياب التخطيط العلمي للدورات التدريبية للصحفيين.¹

8- أنماط الإفادة من المعلومات من جانب الصحفيين المصريين:

دراسة للباحث يحي جاد الله إبراهيم، حول أنماط الافادة من المعلومات من جانب الصحفيين المصريين، وقد أكد الباحث في دراسته أن الصحفي المصري يعاني من ضعف التأهيل المهني في النواحي الفنية المتخصصة في مجال الافادة من المعلومات ويعود هذا الضعف إلى الصحفي أولاً، ثم المناخ المحيط بالعمل الصحفي ويذكر الباحث أن الصحفي المصري يقضي ما بين 15-18 ساعة يومياً للحصول على المعلومات والأخبار بكل الطرق

¹ ناهد أحمد فوزي أبو العيون، تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، أطروحة غير منشورة.

والوسائل الممكنة والمتوافرة له، وهي في الغالب غير متوفرة ولا موجودة، ويقول الباحث أن هناك نسبة تصل إلى 59.6% من الصحفيين يسعون للحصول على معلومات ولا يجدونها إلا في مصدر واحد وهو السفارات الأجنبية بالدولة والبعثات الدبلوماسية والمراكز الثقافية الأجنبية، وركز الباحث في دراسته على قضية تدريب الصحفيين وقال: أن الصحفي في حاجة إلى التدريب الفعال المستمر للتعرف على كيفية الافادة من مصادر المعلومات المتاحة وخدماتها وتحقيق الاستثمار الأمثل لتلك الموارد واقتراح الباحث في ختام دراسته تدريب الصحفيين على استخدام التكنولوجيا الحديثة للحصول على إجابات للاستفساراتهم المختلفة في شتى المجالات.¹

9- العلاقة المتبادلة بين القائم بالاتصال والجمهور في إثارة وتحديد القضايا العامة في مصر: دراسة ميدانية وتحليل المضمون:

دراسة للباحث بسيوني إبراهيم حمادة، تناولت فيها العلاقة المتبادلة بين وسائل الاتصال والجمهور ودور هذه العلاقة في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في مصر، وقد سعى الباحث في دراسته إلى اختيار الفرض العام لنظرية وضع الأجندة القائل بان هناك علاقة إجابيه بين أولويات اهتمامات وسائل الاتصال وأولويات اهتمامات الجمهور، أي اختبار العلاقات بين ما يؤكد الاعلام على كونه هاما وما يراه الجمهور هاما، وقد أجرى الباحث دراسته الميدانية على 400 مفردة من أعضاء النقابات المهنية وأساتذة الجامعات ورجال الدين وفي ختامها، توصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أثبتت الدراسة وجود ارتباط قوي بين الأجندة المركبة للصحف القومية والحزبية والأجندة المركبة للجمهور.
- الارتباط بين اجندة الصحف القومية وأجندة قراء هذه الصحف ارتباط ضعيف.
- اتضح أنه كلما قلت الاتصالات الشخصية لدى القارئ زادت درجة تأثره بأجندة الصحف.

¹ يحيى جاد الله إبراهيم، أنماط الافادة من المعلومات من جانب الصحفيين المصريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأدب، جامعة القاهرة:

- كلما كانت التوجهات والالتزامات السياسية لدى الفرد قوية قلت درجة تأثره بأجندة الصحف.

- كلما نظر القارئ للصحف على أنها عالية المصدقية، زاد التشابه بين أوليات اهتماماته وأولويات

اهتمامات هذه الصحف، والعكس صحيح.¹

10- إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون:²

دراسة للباحث البريطاني جيرمي تنستول أجراها على مائتي صحفي يعملون بكبريات الصحف ووسائل الاتصال البريطانية ويقول الباحث أن الصحفيين ينظرون إلى دورهم باعتباره نشاطا أكثر إيجابية مما يقترحه مفهوم حارس البوابة ويبدو كما يقول الباحث انهم في عملهم على وعي بأربعة قطاعات من الجمهور على الأقل هم: الصحفيون، مصادر الأنباء، قطاع صغير من الجمهور يهتم اهتماما جديا بمتابعة الأحداث، وأخيرا الجمهور العام البريطاني أن الصحفي لا يلقى لهم في العادة اعتبارا خاصا، ومعلوماته عنهم قليلة للغاية ويرجع السبب في ذلك كما تقول الدراسة إلى أن الصحفي لا يتوقع في العادة أن جميع أفراد الجمهور سيوجهون جل اهتماماتهم لكافة أنواع الأخبار ولكنه يتوقع في مجالات خاصة وفي حالات خاصة، أن من يمثل منهم هدفا محتملا لن يزيد بأي حال عن 60% أو أقل من مجموع الجمهور، وقد لاحظت الدراسة المذكورة أن الصحفي يوجه اهتماما خاصا بالمجتمعين الأول والثاني (الصحفيون ومصادر الأنباء)، وهو إهتمام يفوق بمراحل عديدة إهتمام بالملايين من أفراد الجمهور العادي. ويرجع ذلك لتوقعه أن ينال منهم الثواب والعقاب، ولكن لأنهم المجموعة التي تزوده برد فعل مفصل وبالتعليقات المنتظمة على أدائه الصحفي.

¹ بسيوني ابراهيم حمادة، العلاقة المتبادلة بين وسائل الاعلام والجماهير في اثاره وتحديد القضايا العامة في مصر- دراسة ميدانية وتحليل

مضمون، أطروحة غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة: 1986.

² جيرمي تنستول، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1988.

11- الدراسات السابقة في مجال الاذاعة المحلية:

1- الصحافة الاقليمية في مصر ودورها في تنمية المجتمعات المحلية:¹

-هدفت إلى التحديد المنظم لمفهوم الصحافة الاقليمية وتعريفها، وذلك في الفكر العربي والفكر الغربي والتأصيل التاريخي لنشأة الصحافة الاقليمية وتطورها في مصر.

- اختيار الباحث منهج المسح الإعلامي، وتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

- اختيار الباحث عينة من بحثه الصحف الاقليمية في مصر دمياط بدمياط قارون بالفيوم، القناة بالإسماعيلية، صوت الشرقية بالشرقية، في العشر سنوات(1971- 1980)، لمعرفة كيف ساهمت هذه الصحف في تنمية مجتمعاتها المحلية وذلك في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية والسياسية توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها.

-في مجال التنمية الاجتماعية، كانت الصحف الاقليمية بمثابة قناة الاتصال بين المحافظات وأبنائها وذلك من خلال اهتمام تلك الصحف بمشروعات الشؤون الاجتماعية لزيادة دخل الأسرة الفقيرة ولتحقيق مزيد من التنمية الاجتماعية بنية 31.9%.

وفي مجال التنمية التعليمية والثقافية، فقد تعرضت الصحف الاقليمية لقضايا محو الامية وإقامة جامعة اقليمية وقصر ثقافة، وأرخت للأحداث العامة، بالمحافظات واستغرقت الحركة الأدبية والمسرحية والفنية وما تواجه من مشاكل بنسبة 28.1%.

وفي مجال التنمية السياسية نشرت الصحف الاقليمية كل ما يتعلق بالتطورات السياسية القومية والإقليمية، ودعت الجماهير إلى المشاركة في الانتخابات والاستفتاءات العامة، وذلك بنسبة 18.13%.

¹ ابراهيم عبد الله المسلمي، الصحافة الاقليمية في مصر ودورها في تنمية المجتمعات المحلية، أطروحة غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة:1981.

2- التخطيط الإذاعي المحلي ودوره في تنمية المجتمع: دراسة تطبيقية على إذاعة القاهرة الكبرى.¹

-هدفت هذه إلى التعرف على مدى التزام المحطات الإذاعية اللامركزية عامة وإذاعة القاهرة الكبرى بوجه خاص بالأسس والمعايير العلمية عند تخطيط برامجها لخدمة المجتمع المحلي.

- استخدام الباحث منهج المسح الإعلامي وتحليل المضمون والاستبيان.

- تمثلت عينة الدراسة في الدورة الإذاعية الثانية (أفريل - جوان) عام 1983 في إذاعة القاهرة الكبرى

وذلك لتحليل مضمون البرامج الخاصة بتنمية المجتمع وأيضاً اختار الباحث عينة من القائمين بالاتصال في إذاعة القاهرة الكبرى توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- احتلت برامج المرأة وشؤون الأسرة المرتبة الثالثة بنسبة 13.5% ثم البرامج الرياضية في المرتبة الرابعة

بنسبة 12.5% يليها البرامج الاخبارية والسياسية بنسبة 8.3% ثم البرامج الدينية بنسبة 7.3% فالبرامج

الثقافية بنسبة 2.2% وأخيراً البرامج الاخبارية بنسبة 4.2% من إجمالي برامج إذاعة القاهرة الكبرى أن أفراد عينة

الحضر أكثر استماعاً لإذاعة من أفراد الريف حيث بلغت نسبة الاستماع لعينة الحضر 78.17% في مقابل

72.7% للاستماع عينة الريف.

¹ بركات عبد العزيز، التخطيط الإذاعي والمحلي ودوره في المجتمع، دراسة تطبيقية تحليلية على إذاعة القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة،

كلية الإعلام القاهرة: 1984.

الفصل الثاني: القائم بالاتصال في الإذاعة المحلية

المبحث الأول: القائم بالاتصال

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال

المطلب الثاني: شروط الواجب توفرها القائم بالاتصال

المطلب الثالث: خصائص القائم بالاتصال

المطلب الرابع: مسؤوليات القائم بالاتصال

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

المطلب السادس: الصحفي بين القائم بالاتصال وحارس بوابة والفرق بينهما

المطلب السابع: العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور

المطلب الثامن: الدراسات التي تختبر القائمين بالاتصال

المطلب التاسع: الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال

المطلب العاشر: نظرية حارس البوابة

المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال:

تناولت التعريفات التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال فقد اتجهت بعض الدراسات الى تعريف القائم بالاتصال من منظور القدرة على التأثير في المتلقي فعرفته بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء.¹

في حين اتجهت دراسات أخرى في تعريف القائمين بالاتصال من منظور الدور في عملية الاتصال فعرفتهم بأنهم الأشخاص الذين يتولون الادارة العلمية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتعون من قدرات وكفاءة في الأداء يحدد العملية الاتصالية برمتها أو أن القائم بالاتصال هو: أي شخص أو فريق منتظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لأخر عبر الوسيلة الإعلامية أوله علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل الى الجمهور عبر وسائل الإعلام، وكذلك حددت دراسات أخرى بأهم الذين يؤدون دورا فعالا مباشرا في إنتاج الرسائل.

المطلب الثاني: مفهوم الأداء المهني للقائم بالاتصال:

إن أعضاء المهنة الواحدة يشتركون في تبني المعايير الخاصة بالأداء المهني، أو التوجه قد يكون لكل منهم معايير خاصة، وهذه المعايير بالدور الذي يميل الفرد إلى اعتناقه، ففي حين أن بعض القائمين بالاتصال ينظرون إلى دورهم على أنه حلقة الوصل بين الجمهور ونضام الحكم، يرى بعض الآخر أن دوره أكثر إيجابية، وأن عليه أن يعبر عن الآراء المختلفة للجمهور وعن مطالبه واهتمامه وهمومه ويعكس مشكلاته، وقد لا يكون هناك اختلاف اساسي بين الدور الشخصي للقائم بالاتصال والدور الذي تعنتقه المؤسسة الإعلامية، حيث انه يتجه في العادة للالتحاق بالمؤسسة التي تتفق مع ميول² وانطلاقا من هذا يمكن وضع تعريف أو تحديد للمفهوم الاداء المهني للقائم بالاتصال، علما أن تحديد المفهوم يعتبر أمرا بالغ الصعوبة نظرا للشمولية هذا المفهوم، وكذلك لوجود الكثير

¹ أشرف فهمي حوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص48.

² سعيد محمد السيد: الضغوط المهنية والادارية على القائم بالاتصال المجلة العلمية لكلية الاعلام. العدد1-يوليو1989، ص5.

من العلاقات المهنية المتداخلة مع بعضها البعض وبإيجاز يمكن القول أن الأداء المهني هو تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة، وتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الاعلامية.¹

فالأداء المهني للقائم بالاتصال يتأثر بكثير من العوامل التي قد تكون عقبات أمام القيام بالأداء المطلوب فمثلا التأهيل والتدريب والإشراف والرقابة، والحرية في اتخاذ القرارات والمشاركة في التخطيط والعمل في أكثر من وظيفة وطرق الالتحاق بالوظيفة، والضغوط والاتصالات التي تعترض العمل، والعلاقة بين الزملاء والرؤساء، كل هذه القضايا تؤثر سلبا وإيجابا في الأداء المهني للقائم بالاتصال. ولقد بنيت الكثير من الدراسات أن القائم بالاتصال يتعرض للضغوط من مصادر متعددة تؤثر في ادائه المهني فقد يتأثر من خلال السلطة، الرؤساء، الجمهور، الإمكانيات قيم المجتمع السائدة وتقاليده، والمعلنون مصادر الأنباء الظروف الداخلية والخارجية وغيرها من القضايا.²

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوما آخر للقائم بالاتصال، اذ تطلق عليه لقب الوسيط على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها الى الجمهور وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور المتلقي.³

وبناء على ما سبق يمكننا تعريف القائم بالاتصال اجرائيا بأنه اي فرد داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات الاعلامية ويضطلع بمسؤولية ما في صنع وانتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لهما، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه.⁴

¹ أمين منصور وافي، الاعلام والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2006، ص125.

² المرجع السابق، ص126.

³ المرجع السابق، ص50.

⁴ المرجع السابق، ص65.

المطلب الثالث: الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال، حددها ديفيد برلو، وهي:

- توافر مهارات الاتصال وهي خمس، مهارة الكتابة، مهارة التحدث، ومهارة القراءة ومهارة الانصات والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.

- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو الملتقي وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.

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

- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة الادوار التي يؤديها، الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.¹

المطلب الرابع: خصائص القائم بالاتصال:

بالإضافة الى الفرض الخاص بين الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال والمحتوى الذي يقوم بإعداده، فإن فروضا عديدة تم اختبار صحتها حول العلاقة بين عدد الخصائص ومستوى إقناع الملتقي بالمحتوى الذي يعده القائم بالاتصال.

حقيقة ليس هناك نموذجا محددًا لعدد من الخصائص والتي يمكن أن ترسم صورة القائم بالاتصال وعناصرهما في علاقتهما بالمحتوى أو إقناع الملتقي الا أن هناك عدد من البحوث أجريت على بعض الخصائص والسمات العامة مثل الدخل والنوع والطبقة.... وغيرها وكذلك الخصائص والسمات الفكرية أو العقائدية التي تؤثر على مصداقية القائم بالاتصال وثقة الملتقي فيما يقوله أو ينشره.

¹ حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام كلية الإعلام، جامعة القاهرة: 2008، ص296.

وإذا ما نظرنا الى القائم بالاتصال في الدول الغربية نجد أنه ينتمي بصفة عامة الى الطبقة المتوسطة، فمن الواضح أن الصحفيين هناك مهمها كان دورهم هامشيا فهم ليسوا هامشين في مصطلح الدخل، حيث ينتمون إلى متوسط الدخل.¹

وأشارت الدراسات الاخيرة الى أنه على الرغم من أن متوسط العينة يقع في الطبقة المتوسطة الا ان أقل المحترفين منهم يحصل على مرتبات أعلى من نظائرهم من المحترفين في المهن الاخرى، وفي دول العلم الثلث يميل معظم الخبراء والباحثين الى إصدار تقصيات حول القائم بالاتصال في هذه الدول منها أهم من جيل الرواد من جيل الرواد الذين تحرروا من سيطرة القوى الاستعمارية الاجنبية ، ومن ثمة فإنهم قد يستخدمون نفس حاجات الاغلبية في الدولة، فهذا الوضع قد يتغير الان في معظم دول العالم الثالث فالمحررون هم قادة التغيير في نظر القراء ذلك أنهم يمسكون بالمرآة التي يرى من خلالها المجتمع نفسه في شكله الجديد.²

ولعل ذلك يعود الى غياب البحوث الخاصة بدراسة القائم بالاتصال في العلم الثالث والذي قد يعود في معظم الاحوال الى حداثة الدراسات الاعلامية والبحوث العلمية التي تعتمد على المسح الوثائقي للنظم والقوانين التي تصف النظم الاعلامية وسياستها في هذه الدول وفي مصر نجد 80% من عينة الدراسة باتجاهات القائم بالاتصال نحو المهنة والوسيلة والرسالة والجمهور مع الاشارة في نتائج الدراسة الى أن ارتباط الايجابية يكون عادة مع الانتماء الطبقي المتوسط اكثر من غيرها من الفئات.³

ولم تشر دراسة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية (عواطف عبد الرحمان وآخرون 1992).

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط2، القاهرة: عالم الكتب، 2003، ص155.

² المرجع السابق، ص156.

³ المرجع السابق، ص157.

الى الانتماء الطبقي صراحة ولكن يمكن التعميم بانتحاء النسبة الأكبر من العينة الى الطبقة المتوسطة من خلال فئات السكن حيث يقطن الاكبر في القاهرة وضواحيها 54% وتعليم الأولاد في مدارس اللغات 24.9% والاشترك في عضوية النوادي الاجتماعية 52% وهي تعتبر مؤشرات الانتماء الى الطبقة المتوسطة، وبعضهم في أعلى هذه الطبقة طبقا لتفصيلات التصنيف الاحصائي.

من جانب آخر يمثل الذكور النسبة الأكبر حيث تصل الى 78.5% بينما نسبة الاناث لا تزيد عن 21.5% وهي نسبة محدودة لا تشير الى مشاركة فاعلة للإناث في انتاج محتوى الصحف وتقع النسبة الأكبر من العينة في مرحلة الشباب حيث نسبة 41% في المرحلة العمرية من سن 30-40 سنة.¹

وبالإضافة الى الخصائص السابقة ركزت من البحوث على عدد من الخصائص ذات العلاقة بعملية الاقناع وقدما اهتم ارسطوا بخصائص المصدر بدلا من الرسالة وقال أن القائم بالاتصال المؤثر يجب أن يكون مرغوبا بالإضافة الى الاحساس بالموضوع وأهميته بجانب الخصائص الذهنية وأكد ميكافلي على اهمية السلطة بالنسبة للقائم بالاتصال ويركز دارسوا الاقناع الان على ثلاث خصائص أساسية هي المصدقية، الجاذبية القوة. بجانب خصائص اخرى مضافة مثل الحيوية والانتماء الاجتماعي والسلطة والثقة وهذه ايضا يمكن أن تضيف الى تصدير المصدر ولكن معظم الباحثين ركزوا على الخصائص الثلاث الاولى:

1/ المصدقية: ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين اساسين هما الخبرة وزيادة في القائم

بالاتصال.

ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة، والذكاء والانجاز المهني المركز الاجتماعي، الشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع.

¹ المرجع السابق، ص 157.

ويشير عنصر الثقة الى ادراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز وهو في هذه الحالة لن يجني شيئاً لقبول المتلقي توصيات الرسالة، والمصدر الموثوق فيه يميل الى تقديم معلومات موضوعية عما يمكن ان يحدث في العالم الحقيقي، وبالتالي فإن التوصيات التي تقوم على هذه المعلومات يمكن تصديقها، إلا أن المشكلة عادة ما تكمن في ان الشخص الخبير قد لا يكون موثوقاً فيه.¹

الجاذبية:

نظراً لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعياً، فقد ركز الكثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل والمودة وكذلك الحب وذلك بناء على الفرض القائل بأن المصدر او القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيراً عن الشخص المحايد والذي ليس له جاذبية في عملية الاقناع.

1- نحن ننجذب الى الاشخاص الذين يشبهوننا ونتأثر بهم عن الاشخاص الذين يختلفون عنا وهناك عنصران للكشف عن التشابه به او التماثل، التشابه في الخصائص الديموغرافية وكذلك في الخصائص الفكرية او العقائدية فالمتلقي يميل الى التأثر بالقائم بالاتصال الذي يشاركه خصائصه العامة مثل العمر، التعليم المهنة ومستوى الدخل الدين، العرق، مقر الإقامة، حيث يرى المتلقي أنه يمكن التوحد معه لأنه غالباً ما يكون له نفس الحاجات والأهداف.

وكذلك يميل المتلقي إلى القائم بالاتصال الذي يشاركه في الآراء والاتجاهات ويرى الباحثون أن عنصر الخصائص الفكرية والعقائدية أكثر قوة من التشابه الديمغرافي.²

2- وكذلك تزيد المودة من التفاعل بين الاشخاص مما يدفعهم الى ان ينجذبوا الى بعضهم ومن جانب آخر فإن التشابه والمودة يقودان الى الحب والحب يشير الى التشابه مع القائم بالاتصال.

¹المرجع السابق: 157-158.

²المرجع السابق، ص 159.

ويعتبر التدعيم مدخلا لان نحب الآخرين، حيث نحب من يشيننا ونكره من يعاقبا والقائم بالاتصال الذي يشيننا يصبح جاذبا لنا وقد يتزايد الحب مع زيادة العائد الذي يتمثل في تخفيف التوتر والضغط والعزلة والخوف حيث نحب الذي يبعثنا عن الاحساس بالتوتر ويمدنا بالإرشادات الخاصة بتكليف مشاعرنا، وسائل تمدنا بالتسلية والمعلومات الخاصة بالتكليف مع مشاعرنا، وفي وقت الازمات نسعى لمزيد من المعلومات التي ترفع عتتا التوتر.

وبالإضافة الى تخفيف التوتر فنحن نميل إلى اكتساب تقدير الآخرين او القبول الاجتماعي ونحب من يساعدنا على ذلك والقرب أيضا يسمح لنا بالتبادل المعلومات وزيادة التفاعل وسيكون الحب نتيجة أيضا لهذا التفاعل الناتج عن القرب والذي يتمثل أكثر في الاتصال المواجهي، وذلك بجانب اننا نحن من يتعاون معنا او يشاركونا محولاتنا الحصول على العائد¹.

قوة المصدر:

قد لا يملك البعض المصدقية او الجاذبية ولكن يضل لهم التأثير في تغيير الاتجاهات الافراد وسلوكهم، هؤلاء يكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبطه للأمر وكذلك أهميته بالإضافة الى قدرته على التدقيق والتمحيص وادراك المتلقي للضبط والسيطرة يظهر في قدرة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب وهذا يعادل تماما التأثير بالإذعان وادراكه للأهمية يظل مرهونا بقدر اهتمام المصدر برضا المتلقي من عدمه وادراكه للتدقيق يكون امتدادا لقدرة المصدر على ملاحظة تكيف او رضا المتلقي.

والاذعان يشمل توقعات الجمهور لتوصيات المصدر بدون تعهدات خاصة منه وبذلك فإن التأثير قد يظهر في واقعية المتلقي للحصول على الثواب أو تجنب العقاب الذي يمكن أن يفرضها المصدر ورأى كليمان أن قدرة المصدر غالبا ما تستخدم التهديد لتحقيق الاذعان وهذا ما يجعل القوة يقل تأثيرها في المدى الطويل عن المصدقية والجاذبية فالأفراد يفضلون الاقتناع عندما يعودون بالعائد عن التهديد بالعقاب، التهديد القوي غالبا ما يؤدي الى

¹ المرجع السابق: ص، 159

الانفجار وينتج عنه التحدي بدلا من الازعان وقد دعمت دراسة هيلمان وجارنز الفرض القائل بأن الوعد بالثواب.¹

ومن خلال الدراسات السابقة انتهى أليكس 142-140: A . S. T.A.N85 الى عرض جوانب تأثير خصائص المصدر أو القائم بالاتصال في عملية الإقناع كالاتي:

- ليس هناك تأثير المصدقية في تذكر الرسالة .
- عدم صحة الفرض الخاص بالتأثير الساكن للموافقة مع المصدر أقل مصداقية لا تتزايد بمرور الزمن.
- يضاف تأثير المحتوى أيضا على عملية الإقناع، ويظهر التباين واضحا بين المصادر المتباينة المصدقية كلما قلت الادلة التي تدعم الرسالة.
- الشخص المتحيز بصفة عامة اقل تأثرا عن غير المتحيز ويمكن أن يكون أكثر تأثرا إذا أضيفت عناصر القوة والجاذبية.²
- تزيد الخبرة من تأثير الشخص المتحيز، حيث لا يتم الحكم على الشخص الخبير بالتحيز، ولكن العكس من ذلك تضيف تأثرا اقناعا أكثر من الثقة.
- التغيير الذاتي للآراء يمكن أن يضل باقيا اذا ما تبع بالتوحد والاذعان .
- الجاذبية لها تأثير اكبر وعناصر الحب والتشابه والمودة الجاذبية العضوية لها علاقة ايجابية بتغيير الآراء.
- التأثير الإقناعي للقائم بالاتصال الخبير والأكثر جاذبية يظهر أكثر عندما يدافعون عن مواقف غير متوقعة وغير مرغوبة، الاقل جاذبية يمكن ان يكون له تأثير يدافع عن مواقف مرغوبة غير متوقعة.

¹ المرجع نفسه ص160.

² المرجع نفسه ص161-162.

- مصداقية المصدر او القائم بالاتصال لها تأثير اكبر من الجاذبية فعادة ما تتأثر بالشخص الخبير .

بجانب العلاقة بين الخصائص السابقة وقدرة القائم بالاتصال على الاقناع فإن وفرة هذه الخصائص، واحساس الآخرين بما يعكس تقديريهم للقائم بالاتصال الذي ينعكس بالتالي على احساسه بالذات فينمي قدراته ومهاراته بما يتفق مع هذا الاحساس والذي يتبلور في الناتج الاعلامي في النهاية

إننا يمكن أن نؤكد على خصائص القائم بالاتصال في حملات التوعية والارشاد التي تستهدف اقناع المتلقين برأي وفكرة ما¹.

المطلب الخامس: مسؤوليات القائم بالاتصال:

طبقا للقيم التي يجب أن يلتزم بها الصحفي وهو يبحث عن الخبر ويصوغه ويقدمه لقارئه، تجعله يتحمل مسؤوليات متعددة كتالي:

أولاً: مسؤوليته تجاه نفسه

ثانياً: مسؤوليته تجاه مصدره

ثالثاً: مسؤوليته تجاه المجتمع.

أ- مسؤوليته تجاه نفسه:

نظراً لأن عالمنا أصبح يركز على التخصص الدقيق فلا بد للصحافي الجيد من:

1 / معرفة جيدة بالمجال الذي يعمل فيه، وهذه المعرفة طريقها العلم والتخصص الدقيق، بالإضافة الى الإلمام

بعلوم العصر وثقافته وتياراته المتعددة.

2/ مهارة تبرز كفاءته وتدفع به الى مقدمة الصفوف في مجال تخصصه.

3 / تحرك واسع يجعله في مواقع الأحداث، او على الاقل على استعداد دائم للوصول إليها.

¹ المرجع نفسه، ص 163-164.

إلا أن المسؤولية الاعلامية الاخلاقية تضيف الى ذلك عنصر "القيم" كي لا تتحول العملية الاعلامية الى مجرد سباق من أجل الأخبار وتسويقها فالعملية الاخبارية هنا هدفها إعطاء القوة والمناعة والقدرة على شق طريق الهداية، وذلك طريق الاقناع العقلي والاستمالة الوجدانية السامية.¹

فبجانب المهارات العلمية والمهنية للقائم بالاتصال هناك التزامه بالقيم من حيث:²

_ الايمان الصادق الذي يمنعه من الزلل والزيف والانحراف

_الفهم الصحيح لدوره ورسالته تجاه مجتمعه ودينه

_الاخلاص الصادق للدفاع عن دوره في أداء هذه الرسالة.

والمسؤولية الاسلامية للإعلامي تجعله يقف سدا منيعا ضد كل زيف أو تحريف أو كسب سريع على

حساب الحقيقة وذلك على النحو التالي:

1 / حسن الاداء المهني، فليس معي الالتزام الصحفي بقيم وسلوكيات أخلاقية أن يركن الى الراحة والهدوء

الى أن تأتيه الاخبار فيقدمها بدوره الى الجمهور ، لكنه يبحث ويتقرب عن طريقا.³

2/ مشاركته في الاحداث عن طريق تواجده الدائم والسريع في مكان الخبر.

3 / توجيه الأسئلة الى المتواجدين في مكان الحادث، من شهود عيان وناجحين ومصابين عند استطاعتهم

الحديث ومسؤولين

¹مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية، دار الشرق، القاهرة، د.ت، ص161.

² أمينة احمد حسن، دور المؤسسات التربوية في إعداد الداعية، المؤتمر الدولي للأعداد الدعاة 18-22 أبريل 1987، ص17.

³ المرجع السابق، ص161.

— قراءة وتحليل التقارير والوثائق وخطط العمل الخاصة بالواقعة التي يقدمها، فمهمة الصحفي المتخصص أن يستخلص الخبر ويقدمه لقارئه وذلك كله في مشروعية تامة دون اللجوء الى الكذب والتلفيق أو كل ما يمس الشرف.

— الامتناع عن نشر ما يمس العقيدة والآداب العامة أو ما يوحي بالانحلال الخلقي أو يرغب في الجريمة أو العنف أو الانتحار أو يبعث الرعب أو يثير الغرائز.¹

وإذا دعت الضرورة الى تناول ذلك فيتم في أسلوب انتقادي هدفه دحض السلوكيات غير السوية بشكل عام.

— الثقة المتبادلة بينه وبين جمهوره والتي تتأكد عن طريق:

* عدم المبالغة في سرد الاخبار والاحداث مراعاة للحقائق الثابتة

* تحري الدقة في الحصول على الاخبار والتأكد من صحتها قبل نشرها.

* عدم الجري وراء الاخبار الغير حقيقية وإلباسها ثوبا جذابا يشد القارئين.

* عدم نشر أخبار ذات صبغة معينة لخدمة جهة معينة بغض النظر عن الحقيقة الكامنة في الخبر فالجمهور يقرأ أو ينتقد وليس مجرد استقبال فقط.

* خدمة الحقيقة وحدها وعدم نشر جزء منها فقط لخدمته أو لخدمة صحيفته أو أي جهة أخرى،

فالموضوعية هي الأساس الاوّل بغية الحقيقة.

* عدم تحكم المزاج الشخصي في التهجم على الناس دون سند من الحقيقة.

* تقديم الحقائق مجردة، وعدم الخلط بين الخبر والرأي، فالأخير مكانه الافتتاحية والاعمدة والصفحات

الخاصة بالرأي، وعلى الكاتب أن يقدم رأيه بوضوح تام.

¹ عبد العليم عبد الرحمان حضر، مسؤولية رجال الاعلام الاسلامي، صحيفة الشرق الأوسط، 22 فيفري 1987.

*النقد الذاتي والموضوعي فإذا أخطأ الصحافي فلا ضرر اطلاقاً في أن يعترف لقارئه وفوراً بخطئه خاصة وأن الحقيقة لا تغيب في ظل تعدد الوسائل الاتصالية... فلاعتراف بالخطأ لن يقلل من قيمة الصحافي لدى الجمهور على العكس سيجدد ثقته به.¹

ب- مسؤولية الصحافي تجاه مصدره:

الجملة التي تقول "الصحافي مجموعة من المصادر" توضح أهمية مصادر الأخبار في الحصول على المعلومات وتقديمها للقراء، والمسؤولية الاعلامية تحتم احترام مصادر المعلومات فالصحافي ليس هدفه الحصول على الخبر بأية وسيلة فقط ولكن الطريقة التي يحصل بها عن الخبر هي التي تحدد على المستوى البعيد وضعه ومصدره ونوعياتهم ومدى ارتباطهم به من عدمه.

وقد يفقد الصحافي كان يمكن أن يسبق به، لكن ليس ذلك آخر المطاف مادام مصدره لم يصرح بنشره، بل طلب صراحة عدم النشر فالمحافظة على المصادر أمر حيوي، ويجب العمل على أن يضيف الى تلك المصادر مصادر أخرى جديدة فكلما تعددت المصادر اتسعت دائرة الصحافي وزادت فرصته في السبق بالأخبار والموضوعات، وبالتالي دفعه الى مقدمة الصفوف في صحيفته وبالنسبة للجمهور.

فهناك أصول أخلاقية ومهنية لمسؤولية الصحفي اتجاه مصدره لايجوز تجاوزها، فالصحافي الذي رصيده ثقة القراء والمصادر معا، يجب أن يحافظ على هذه الثقة ويدعمها ويضيف اليها رصيда جديدا.

والاصول المهنية في التعامل مع المصدر يجب أن تقوم على الثقة المطلقة من المصدر، وهذه الثقة تأتي من طبيعة التعامل، فهي إما أن تتأكد مع مرور الايام أو تنقطع نهائياً.²

¹ مرعى مدكور، الصحافة الاخبارية، مرجع سابق 163.

² المرجع السابق، ص 163.

وهناك ثلاث حالات يتوقف الصحافي عندها ولو مؤقتا - عن النشر ليعالج الموضوعات أو الاخبار بطريقة خاصة¹.

1/ عندما يطلب المصدر من الصحافي عدم النشر، كأن يضمّن كلامه جملة صريحة تقول أن المعلومات التي يقدمها ليست للنشر.

لكن ليس معنى هذا الالتزام هو قطع الطريق على الصحافي والفصل بينه وبين الخبر أو المعلومات التي طلب المصدر عدم نشرها، فقد يبحث عنها لدى مصدر آخر، مع عدم الكشف هذه المعلومات المصدر والآخر وأنه سينشرها وفي تلك الحالة قد يصرح له بالنشر ويضيف جديدا .

2/ عندما يصرح المصدر بمعلومات أو وقائع أو أخبار هامة لكنه في الوقت نفسه يطلب عدم نشر اسمه أو أن تنسب المعلومات اليه، ويحدث ذلك في الحالات التي يحاول المصدر فيها عدم الزج في معارك أو الوقوف في وجه تيار أو غير ذلك وإذا قبل الصحافي هذا المبدأ قبل الحصول على المعلومات أو الاخبار فعليه يلتزم بهذا الوعد الذي قطعه على نفسه حتى لو أدى ذلك الى متاعب كثيرة ومتعددة بالنسبة له².

ونظرا لتعدد المشاكل بالنسبة لمدى حرية الصحافي في المحافظة على سرية مصادره وعدم الكشف عنها فقد حسم مجلس النقابة الصحفيين الموقف بالتأكيد على³.

1/ إن الحفاظ على سرية مصادر المعلومات والاخبار الصحفية، هو التزام قانوني ومهني وأخلاقي، على الصحافي أن يلتزم به في جميع الاحوال والظروف والخروج عليه بشكل انتهاك كالقانون النقابة وميثاق الشرف الصحفي.

¹ المرجع السابق، ص164.

² المرجع السابق، ص164.

³ محظر اجتماع مجلس نقابة الصحفيين بجلسة طارئة في 8 نوفمبر 1948 لبحث قضية المثارة حول افشاء مصدر الخبر المنشور بجريدة "المساء" يوم 22 أكتوبر 1984 بعنوان تحقيقات المدعي الاشتراكي وراء ارتفاع الدولار.

2/ أنه ليس من حق أية جهة من الجهات التحقيق أو غيرها مطالبة الصحفي إفشاء مصدر معلوماته أو إخباره، لأن ذلك يتعارض مع قانون النقابة وميثاق الشرف.

3/ قد يلي المصدر بمعلومات لكنه يطلب عدم نشرها بنصها أي لا تأخذ كلماته بنصها كي لا تكون حجة عليه عندما تثير زوابع أو ردود أفعال مضادة.

4/ في بعض الحالات يقدم المصدر للصحافي في بيانات أو معلومات أو تقارير، لكنه يطلب عدم النشر الا في موعده المحدد، وعلى الصحافي الالتزام بذلك.

ج- مسؤولية الصحفي اتجاه مجتمعه:

الدور الهام الذي يجب أن تؤديه الصحافة في مجتمعاتنا الاسلامية يتطلب التزاما من الصحافي نحو جمهوره من القراء هذا الالتزام يستدعي الوثوق من الافكار او الوقائع او الاخبار التي ييئها الى قراءة عن طريق النشر أو الاذاعة. أو غير من الوسائل الاتصالية بحيث لا تتعارض هذه المعلومات مع ديننا الاسلامي أو تتضمن دعاية ضارة بالناس أو اشاعات تثير البلبلة بين صفوف المجتمع¹.

ولما كان الصحفي هو حلقة الوصل بين منابع الاخبار وبين جمهوره من القراء فهناك مجموعة التزامات يعمل في إطارها منها:

1/ ألا يتعارض ما ينشره مع قيم المجتمع الدينية فمثلا الغرض من نشر الجريمة هو العبرة أولا ثم الاعلام بذلك.²

2/ معرفة الصحافي جمهوره من القراء، وهذه المعرفة تعطي صورة واضحة له عن اهتمامات هذا الجمهور وما يجب أن تقدمه له الصحافة بالفعل.

¹ اجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية، ص47.

² عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، سلسلة المكتبة الثقافية، العدد78، القاهرة، دار القلم، 1 فيفري 1963، ص44.

3/ أن يعرف حدوده تماما، ويلتزم بقوانين المجتمع ولا يجعل من الصحافة سيفا مسلطا على العدالة.

4/ الموضوعية في مخاطبة القراء، فإذا كان الصحافي لديه وسيلة اعلامية للقارئ لا يحرم من وسيلة أخرى

قد توضح له الجوانب أخرى التي حجت عنه الحقيقية وفي هذه الحالة تنعدم الثقة ومن الصعب إرجاعها، فالإتهام هو مجرد اتهام حتى تثبت الادانة أو عكسها وليس من الصحيح نشر معلومات غير مؤكدة وإن تم تكذيبها تساهم في إيذاء الأبرياء وطعنهم في أعراضهم.

5/ اتباع الوسائل المشروعة في الحصول على الاخبار والمعلومات، وعدم اللجوء الى الوسائل غير أخلاقية

كالكذب أو الرشوة أو ايهام المصدر بمعرفة حقائق معينة ليؤكد لها فتكون بمثابة أخبار أو نفيها.

6/ الوضوح وعدم ارهاق القارئ أو جعله يلجأ الى وسيلة اتصالية أخرى للإشباع روح حب الاستطلاع

والمعرفة لديه، خاصة في ظل التنافس الصحفي الذي يسود عالمنا اليوم ولهذا الوضوح جوانب متعددة منها:

_ الأرقام

_ الأسماء

_ الإعلان

_ سياسة المحطة أو الصحيفة (الوسيلة الاعلامية)

_ اللغة

_ عدم التناقض

فالوضوح في المعلومات المقدمة للقارئ سيزيل الأرباك واللبس والتفكير في أسئلة متعددة والبحث عن

إجابات عنها، أما عدم التعامل الجيد مع المعلومات فالمسؤول عنه وبصفة أساسية هو الصحافي.

فالأرقام يجب أن يتعامل معها الصحفي بدفة ويحصل عليها من مصادر رسمية أو معروفة أو شهود عيان أو يكون قد رآها بنفسه ولا معنى للأرقام الا بمقارنتها بأرقام أخرى.¹

المطلب الخامس: العوامل التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الإذاعة:

أ- العوامل السياسية والاجتماعية التي تؤثر على القائمين بالأخبار.

تشكل العوامل السياسية والاجتماعية الظروف المحيطة بالقائمين على الأخبار في الإذاعة بل تعتبر أهم المؤثرات _السياسية والاجتماعية _ على رأس العوامل الاخرى التي لها تأثيرها على القائمين بالأخبار ويمكن تقسيم هذه العوامل الى ثلاث عوامل على النحو التالي:

أ-1 عامل السيطرة الحكومية على الاذاعة:

الاذاعة كوسيلة اعلامية يمكنها أن تقوم بالكثير لخدمة المجتمع الذي تعمل فيه اعلاميا الا أن هذه الخدمة تتأثر بشكل مباشر بالأوضاع والظروف السياسية والاجتماعية والثقافية في المجتمع وهذه الاعتبارات تحدد الى درجة كبيرة مدى مركزية او لا مركزية الاذاعة والنظرة الى الاذاعة في الدول النامية بصفة عامة تؤكد أن هذه الوسيلة استخدمت ولازالت تستخدم كأداة سياسية، أكثر من كونها أداة اعلامية لخدمة الجماهير. فالظروف التي لا يست دخول الاذاعة الى الدول النامية، خاصة بعد الاستقلال، توضح أن هذه الوسيلة استخدمت كسلاح للدعاية السياسية للسلطة القائمة شأنها في ذلك شأن وسائل الاعلام الاخرى وقبل الاستقلال كانت أيضا أداة للدعاية للسلطات الاجنبية المستعمرة.

فالقائمين بالاتصال في حجرة الاخبار ونتاج اخباري وجميع القائمين بالأخبار (حراس البوابة) رغم ادراكهم لهذا العامل السياسي وتأثيره عليهم وعدم اقتناعهم به الا أنه يمكن القول أنهم جميعا يعملون في ظل العامل الذي

¹ مرعى مذكور، المرجع السابق ص 169-170.

استقر في وجدانهم وأصبح بمثابة دستور غير مكتوب يعملون من خلاله بحيث يمكن التنبؤ بما سيقدمه كل منهم من حيث الشكل والمضمون فالجميع بلا استثناء يحكمهم فكر واحد واتجاه واحد. ويسيروا في عملهم على نمط واحد ومتكرر أساسه الأول والآخر لأنهم موظفون في الدولة عليهم تحقيق الاتفاق والاجماع على الأهداف السياسية للدولة وتأكيد أن العامل ينعكس على العملية الإخبارية فالقائم بالأخبار في الإذاعة يقدم الأخبار في ظل العمل السياسي وهو يشعر أنه موظف حكومي عليه إرضاء المسؤولين ومحاولة بعض القيادات في تقديم أخبارها وإبرازها في نشرته بغض النظر عن قيمة الخبر الذي يقدمه ومدى اهتمام المستمع به.¹

أ- 2 عامل التدخل والتوجيه في العملية الإخبارية:

من المبادئ الإعلامية التي يأخذ بها خبراء الإعلام، أن الإعلام لا ينتظر أن تقرر له السياسة مساره ولكنه يكفل للسياسة أن تصل إلى أهدافها ولهذا فإن للإعلام طريق آخر غير طريق المسؤولين عن رسم السياسة وإن كان يلتقيان عند هدف واحد فالسياسة لها وسائلها، والإعلام الإذاعي له لغته ووسائله ولقد أكد القائم بالاتصال مدى تأثير عامل التدخل والتوجيه على ممارستهم العمل الإخباري وكيف أن هذا العامل يشكل قيادا على حركة العاملين في حجرة الأخبار وقد أجمع القائمين بالاتصال على أن هذا العامل عائقا لهم وأن القصور في أداء عملهم الإخباري ليس في كونهم لا يدركون أبعاد مسؤوليتهم بل في إحساسهم بهذا التدخل الوجيه فلا يمكن اغفال هذا العامل عند تحديد العوامل السياسية التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الإذاعة ولازال عامل التدخل والتوجيه قائما وقد اختلف شكل التدخل عما كان من حيث ضرورة عرض الأخبار قبل إذاعتها على الرقيب ولازال الرقيب ومساعدوه لهم حق التدخل في شكل تعليمات وتوجيهات تصدر قبل الإذاعة وتبث من تتبع هذه التعليمات والتوجيهات على مدى عامين كاملين أن سبب التدخل غير معروف للقائم بالاتصال وعليه أن ينفذ التعليمات دون معرفة سببها.

¹ يوسف مزروق، المرجع السابق، ص 57.

ولا شك أن التدخل والتوجيه يشكل عاملا مؤثرا في عمل القائمين بالاتصال في الاذاعة وهو عامل يتعارض تماما مع حق المواطن في أن يعلم وهو حق قرره الاعلان العلمي لحقوق الانسان والاجهزة الاعلامية ومن بينها الاذاعة مسئولة على أن يقف المواطن والبيانات والمعلومات منها قبل أن يستمع اليها من أجهزة اعلامية أخرى وذلك جريا على المبدأ القائل " إن الأثر الاول الذي يدوم طويلا" فالتراخي في اذاعة الاخبار تثير الشكوك والاثر الاول للخبر أو الرأي لا يحى بسهولة، كما يصعب معارضته، وتحقيق هذا المبدأ يقتضي أن تعمل الاذاعة وفق أساليب تتلاءم مع خصائصها كوسيلة اعلامية وهذه الاساليب فهي:

أسلوب السرعة: فينبغي أن يضيق البعد الزمني بين حدوث واقعة ما بين اذاعتها.

أسلوب الوضوح: فالإعلام لا يحقق رسالته الا اذا كان ما يقال واضحا للجماهير بقدر ما هو واضح لرجال الاعلام.

أسلوب الصدق: فينبغي أن تذاق الحقيقة ولو كانت مريرة.¹

والواقع أن عامل التدخل والتوجيه كثير ما يقضي على هذه الاساليب التي تجعل من الاذاعة وسيلة فعالة من وسائل الاعلام والاخبار ففي ظل عامل التدخل والتوجيه يقضي على اسلوب السرعة في الاخبار فإذا كانت الاذاعة في طبيعتها يمكنها قطع البرامج للإذاعة خبر هام، أو الإضفاء صفة الأهمية على خبر ما فكثيرا ما تكون التعليمات والتوجيهات عاملا من عوامل بطء الحركة الاخبارية وهذا يفقد المستمع ثقته في الاذاعة خاصة واذا استمع الى اخباره من اذاعات اخرى .²

أما تأثير عامل التدخل والتوجيه على اسلوب الوضوح فيكفي الإشارة الى أن أسباب التعليمات والتوجيهات التي تعطي للقائمين بالخبر غير معروفة لهم فالتعليمات سواء كانت بالمنع أو التأجيل أو التكرار أو

¹ محمد عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1972، ص396.

² يوسف مرزوق، المرجع السابق، ص169-170.

التعديل تصل الى القائم بالأخبار دون اعلان عن أسبابها وعليه أن ينفذها دون أن يدري السبب في التعليلة أو التوجيه وهذا ينعكس بالتالي على ما يقدمه من أخبار للمستمع، وكذلك يتأثر أسلوب الصدق في الاخبار يعامل التدخل والتوجيهات فمن المعروف أنه على قدر احاطة الناس بالحقائق الضرورية وحريرتهم في تكون آرائهم الشخصية والتعبير عنها بحرية يستطيع الرأي العام الديمقراطي أن يقوم بوظيفته فإذا لم يكن الناس أحرارا في الفكر والتعبير عن أفكارهم بحرية، فليس ثمة ديمقراطية، فتوجيه الاخبار واحتكار تفسيرها لا يحقق النجاح المطلوب للإذاعة خاصة في عالمنا الحديث ويرجع ذلك الى سببين.¹

1/ قوة الاتصال الشخصي والنقل الشفوي للمعلومات

2/ الالتجاء الى مصادر أخرى لمعرفة الاخبار عن تلك تسيطر عليها السلطات الرسمية ثالثا عامل المحافظة على القيم الاجتماعية.

من المفروض أن يعمل القائمون بالأخبار في الاذاعة في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية وهذه النظرية تنادي بأن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت وأن على وسائل الاعلام القائمة في ظل النظام أن تخدم النظام السياسي والاجتماعي القائم عن طريق الاعلام والمناقشة الحرة المتاحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع وأن على وسائل الاعلام ومن بينها الاذاعة تقع مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والارقام حتى تستطيع الجماهير اصدار أحكام متزنة صحيحة على الاحداث العامة، كذلك على وسائل الاعلام أن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة لصالح الافراد والجماعات. وهذا العامل وإن كان يبدو عاملا اجتماعيا، الا أنه في الواقع يرتبط بالمفهوم السياسي الذي يسود حجرة الاخبار ويسيطر على جميع القائمين بالأخبار في الاذاعة.

إن في دراسة العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الاذاعة لا يمكن اغفال هذا العامل وتأثيره في عمل القائمين بالأخبار بحيث يمكن القول بأن النظام الاجتماعي الذي تعمل في اطاره الاذاعة يعتبر من القوى

¹ ابراهيم إمام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة: 1970 ، ص291.

الاساسية التي تؤثر على عملية الاخبار وما قد يشوبها من بعض القصور أحيانا، أن القائمين بالأخبار في الاذاعة يعملون في ظل ضغوط اجتماعية وسياسية فهذه الاخيرة قد توجد في الكثير من المجتمعات حتى تلك المجتمعات التي تأخذ بنظام الاعلام الحر، وأن الاختلاف في تأثير هذه الضغوط الاجتماعية على القائمين بالأخبار اختلاف في الدرجة وليس في الكيف وقد تبدوا هذه الحقائق مريرة أحيانا، ولكن ضرورة الاصلاح والمعالجة لكل قصور قد يشوب العملية الاخبارية في الاذاعة تحتم مواجهة هذه الحقائق وتحديدها وعرضها.

ب- العوامل المهنية والشخصية:¹

لا يمكن إغفال هذه العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الاذاعة فمن المعروف فإن هذه العوامل التي تؤثر على اختيار القائمين بالأخبار على المضمون الذي يقدمونه فهذا المضمون متصل ببعض الاعتبارات الذاتية والضغوط المهنية المفروضة عليهم والجوانب الذاتية التي يقصد بها قيم (حراس البوابة) والقيم السائدة في حجرة الاخبار وقيم الجمهور الذي يتلقى رسائلهم ويمكن تحديد هذه العوامل وتقسيمها الى:

أ/ أسلوب العمل في حجرة الاخبار والقيم السائدة في حجرة الاخبار تشغله أكثر مما تشغله بقرقيات الاخبار التي ترد اليه فهو ينتقي أخباره في ضل هذه القيم والقيم التي تسود غرفة الاخبار استقرت في وجدان جميع العاملين بها واصبحت بمثابة دستور غير مكتوب بحيث يمكن التنبؤ بما يقدمونه من اخبار وما يغفلون عنها فالجميع باستثناء فكر واحد اتجاه واحد ويعملون في ظل نمط واحد ومتكرر.

ويعمل القائمون بالأخبار على المحافظة على القيم التي اعتنقوها وأمنوا بها وهذه القيم أساسها. النظام السياسي وتقاليد العمل التي رسخت في وجدان كل قائم بالاتصال من خلال ما تلقاه من تعليمات وتوجيهات من رؤسائه المباشرين أو زملائه القدامى الذي تدرب على أيديهم وتأثر بهم فأساس اختيار الاخبار من طرف القائم بالاتصال في الغالب يكون أساسها الحفاظ على قيم حجرة الاخبار وما يسودها من معتقدات وتقاليد

¹ يوسف مرزوق: المرجع السابق، ص 137 - 138.

تكونت على مدار السنين وهناك أسباب تجعل القائم بالاتصال يخضع لهذا النمط التقليدي وأسلوب العمل في حجرة الاخبار والقيم السائدة فيها¹.

1/ أنهم يعملون في جهاز حكومي يخضع لجميع اللوائح الحكومية من حيث الثواب والعقاب والاشراف الاداري.

2/ يتساوى الثواب والعقاب بين القائم بالاتصال والموظف الحكومي فالعلاوات دورية والترقيات بالأقدمية والحوافز لا مكان لها وإن وجدت فالأساس الأختيار لهما أساس اداري.

3/ يسود جميع القائمين بالأخبار الشعور بالالتزام واحترام الرؤساء والزلاء القدامى فكل منهم يشعر بأنه عليه التزام للإذاعة.

4/ طبيعة العمل في حجرة الاخبار من حيث تعاون الجميع على تحقيق اهداف الدولة ومناقشة تحقيق الاهداف.

ب/ طموح القائمين وإطارهم الدلالي وقيمهم: لاشك أن طموح القائمين بالاتصال عامة خاصة في وسائل الاعلام له تأثير على العملية الاخبارية. وتطور فالسبق الصحفي والانفراد بالأخبار الهامة هدف من أهداف رجال الاخبار في الصحف لأن في كل هذا تحقيق لهم، في الحصول على المكانة الممتازة في المجتمع وبين أقرانهم من الصحفيين .

أما بالنسبة للإذاعة فطموح القائمين بالأخبار يتعدى الرغبة في إرضاء رؤساء العمل واخراج نشرة الاخبار بصورة لا تحتمل المؤاخذة والاسباب فهم جنود مجهولون لا يعرف عنهم المستمع شيئاً إن المذيع قارئ النشرة هو الذي يتمتع بالشهرة والمعرفة لدى المستمعين أما الذي بعد النشرة ويشرف عليها ويعدها للإذاعة لا تتعدى المعرفة

¹ المرجع السابق ص138.

به حدود حجرة الاخبار كما عبروا أنهم لا يشعر بهم احد من الجمهور المستقبليين لنشرات اخبارهم فهذا الشعور يؤثر على طموح القائم بالاتصال.¹

وهذا الاطار الدلالي والقيم الذاتية للقائمين بالأخبار يؤثر بلا شك على عملية الاخبار وبناء النشرة وانتقاء أخبارها.

ج/ضغوط المهنة والعوامل الشخصية: إن الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الاذاعة شديدة وقوية للارتباط هذه الضغوط باعتبارات ميكانيكية تعلق الاذاعة كوسيلة اعلامية لها خصائصها التي تتميز بها الصحافة فالإذاعة صحافة مسموعة قوامها الكلمة المداعة في الهواء والتي تنتهي بانتهاه بعثها من محطة الارسال وهذه الكلمة تفرض صياغة معينة لها مقومات البساطة، والوضوح والدقة الفورية وهذا ما يتطلب نم القائمين في الاذاعة فهما لطبيعة الوسيلة التي يقومون من خلالها أخبارهم وهم تأثرهم في أداء هذا الفهم في أداء عملهم داخل حجرة الاخبار لا يمكن انكارها بالإضافة الى الاعتبارات الزمنية فالإذاعة من خصائصها السرعة الفورية في نقل الاخبار علاوة على تعدد مواعيد نشرات الاخبار التي ترتبط بتوقعات محددة ومعلنة على القائم بالأخبار ضرورة مراعاتها. فمثلا ليس لديه الوقت وعقرب الثواني في الساعة يطارده ويضغط عليه مع كل دورة من دوراته ومع هذه المطاردة يصبح القائم بالأخبار خاضعا لضغوط الاعتبارات الزمنية. وقد يتأثر بهذه الضغوط في انتقائه لأخباره وترتيبها داخل نشره. وقد يعدل في آخر ثانية من وضع الاخبار أو ترتيبها أو حذف بعضها.²

¹ المرجع السابق، ص142.

² المرجع السابق، ص143.

ت-العوامل الفنية والمادية:

إن القائمين بالاتصال في الإذاعة يعملون في ظل امكانيات فنية ومادية صعبة للغاية وأن العملية الاخبارية بفضل اجتهادهم للتغلب على الصعاب التي تنتج عن ضعف وقصور الامكانيات المادية والفنية. وهذا النقص يتمثل في:

- 1/ حجرة الاخبار التي يمارسون فيها عملهم غير ملائمة على الاطلاق فهي مكتظة بالعاملين من محررين ومترجمين
- 2/ سوء التهوية في الصيف والشتاء تشتد البرودة
- 4/ عدم ملائمة أثاث حجرة الاخبار فلا توجد بها مكاتب الازمة او المقاعد المريحة التي تساعد العاملين في أداء عملهم على الوجه الاكمل
- 4/ الآلات الكاتبة غير صالحة لكتابة نشرة الاخبار بوضوح مما يتسبب عدة أخطاء كثيرة
- 5/ ارتباط ورق الكتابة وموادها بالميزانية مما يتسبب عنه كثير من الاحيان تعطل العمل لعدم توفر هذه المواد
- 6/ نقص الايدي العاملة المدرية في مجال الاخبار
- 7/ نقص التدريب للعاملين في الأخبار
- 8/ نقص الصحفيين اللازمين لتصحيح نشرات الأخبار.¹

¹ يوسف مرزوق، المرجع السابق، ص144-146.

المطلب السادس: الصحفي بين قائم بالاتصال وحارس بوابة:¹

هناك تبدل دور الحارس البوابة الاعلامية في ظل التغيرات الاعلامية الجديدة، وفق العديد من الاعتبارات، فالقائم بالاتصال لم يعد ذلك الصحافي الذي الذ يؤثر بالمادة الاعلامية اكثر من تأثيرها به، فبعد أن كان دوره رقيب على المادة الاعلامية، يحذف ويضيف، يغير ويبدل، انحصر دوره في حماية المادة الاعلامية حتى وصولها الى الجمهور، حراستها من التغيرات التي ربما تطالها من خلال سياسة المؤسسة الاعلامية، فحارس البوابة الاعلامية يسعى الى مواكبة التغيرات الاعلامية الحديثة، في تبني بعض المصطلحات التي يربطها بالتطورات التكنولوجية، والانفتاح الاعلامي وحرية الاعلام، بل يحاول تبرير عدم قدرته على التحكم بالمادة بأن العالم أصبح قرية كونية يمكن للجمهور المشاركة لصناعة المادة الاعلامية، والمشاركة الفاعلة في رسم خريطة المشهد الاعلامي.²

ولكن عدم تركيز على صناعة الرسالة الاعلامية بالشكل الهادف أفقد القائم بالاتصال دوره بالتحكم في المادة الاعلامية، وأفسح المجال لنظرية حارس البوابة بالانهايار السريع في العالم العربي كما يراه البعض والسبب في ذلك يعود الى آراء بعض الباحثين الأكاديميين بأن تأثير القائم بالاتصال لا يتعدى المادة الاعلامية، وهذا الرأي يلزمه الصواب اذ نحن نظرننا الى النظرية على دورها يتعلق بالقائم بالاتصال من خلال السمات والصفات التي يتمتع بها القائم بالاتصال من خلال دينه، وجنسه، وعرقه، وعوامل مؤثرة بصناعة المواد الاعلامية.³

لا يمكن اغفال هذا الدور فنظرية حارس البوابة منذ أن خرجت اهتمت بدراسة القائم بالاتصال في ظل المتغيرات الديموغرافية، وأصبح التركيز على هذه النظرية على تأثير القائم بالاتصال على المادة الاعلامية، وأن هناك العديد من الباحثين ينظرون الى نظرية حارس البوابة على أنها نظرية تأثيرية، فهذا الكلام يعد حقيقية اذا درست

¹ عبد الرحمان بن نامي المطيرة، دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثر الشخص الثالث أبحاث المؤتمر الدولي، الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة -عالم جديد، جامعة البديين 7-9 أبريل 2009، ص199.

² المرجع السابق، ص210.

³ المرجع السابق، ص211.

من خلال نظرتها للجمهور، فالنظرية لست نظرية تهتم بالجمهور بالدرجة الاولى واكنها نظرية تركز على القائم بالاتصال من خلال تحكمه وتأثيره على المادة العلمية.¹

وأضحى الدور الرئيسي للقائم بالاتصال وفق معايير هذه النظرية يحافظ على كيانه للمؤسسة الاعلامية، قبل أن ينظر الى قيم المجتمع فالقائم بالاتصال يحاول قدر الامكان السيطرة على المادة الاعلامية المخالفة لسياسة المؤسسة الاعلامية بالدرجة الاولى وبذلك فهو يحمي المؤسسة الاعلامية من الانتقادات، قبل حماية المجتمع.

فالقائم بالاتصال ليس لديه، ادراك حقيقي لطبيعة جمهوره ولهذا فهو لا يتصل بذلك الجمهور في الامر الواقع، فالمؤسسة لم تعد هدفها هو خدمة جمهور معين أو الجمهور بشكل عام، وذلك لأن العاملين في المؤسسة الإعلامية من القائمين بالاتصال وغيرهم من الموظفين بالمؤسسة الاعلامية يهدفون الى حماية المؤسسة الاعلامية فالقائمون بالاتصال يعملون وفق نظام معين كثيرا ما تحدد لهم الاحداث وتوضح الدراسات العديدة التي اهتمت بدراسة الادوار التي يقوم بها حارس البوابة، أن عملية انتقاء المعلومات ترتبط بقواعد العمل والمهنة والقواعد التنظيمية أكثر من ارتباطها بتفضيلات شخصية فالأدوار التي يقوم بها حارس البوابة انما تركز على التأثير على المادة الاعلامية بالدرجة الاولى، كذلك اكتساب التشجيع من الزملاء والرؤساء داخل المؤسسة الاعلامية.²

فالاهتمام بالأبحاث والدراسات التي ركزت على أدوار القائم بالاتصال التي يمارسها داخل المؤسسة الاعلامية، أظرت عمل صحفي داخل المؤسسة الاعلامية، حيث تمكنت تلك الدراسات والابحاث من التعرف على دور المؤسسة الاعلامية، كمؤسسة اجتماعية، الامر الذي يسمح بتجاوز الشكل الفردي لنشاط القائم بالاتصال، والتركيز على فكرة الانتقاء كسيورة منتظمة ترتيبا وذات ارتباط بشبكة معقدة من العلاقات الرقابية منها. وعند فحص بعض الأدوار التي يقوم بها حارس البوابة، ويتضح أن هذه الادوار التي يتخذ فيها العديد من

¹ المرجع السابق، ص212.

² المرجع السابق، ص213-215.

القرارات لم تكن ناجمة عن تقديرات شخصية بتهديد الثقافة أو النظام الاجتماعي السائد في المجتمع، وإنما ناجمة عن اقتزان جملة من القيم التي تتضمن معايير مهنية وتنظيمية، كالثقافة وعمليات انتاج الاخبار والسرعة. وتكشف الدراسات التي اهتمت بعمليات الانتقاء في نظرية حارس البوابة تقلب المرجعيات الموجودة داخل مجموعة الزمالة ونظام المصادر، على المرجعيات المتعلقة بالجمهور، الذي لا يعرفه القائم بالاتصال، ومعنى ذلك فإن تأثير القائم بالاتصال على المادة الاعلامية يأتي من السياقات المهنية والتنظيمية والبيروقراطية داخل المؤسسة الاعلامية والتي بدورها تمارس الأثير على اتخاذ حارس البوابة لخياراته التي تتعلق بالمادة الاعلامية.¹

إن نظرية حارس البوابة تأخذ العديد من الابعاد خاصة في ظل التطورات التقنية الجديدة التي سمحت للعديد من الافراد بأن يكونوا حراس بوابات اعلامية، وذلك من خلال قدرتهم على التأثير على المضمون الاعلامي، هذا الأمر أضعف الدور الذي يقوم به حراس البوابة في المؤسسات الاعلامية ولكنه لم يلغيه بالشكل التام، ومع ذلك يبقى تأثير حراس البوابة الاعلامية واضحا بشكل كبير بالمضمون الاعلامي، فالقائمون بالاتصال ونقصد بهم هنا، المحررون والصحفيون الميدانيون الذين يعتمدون بشكل كبير على المصادر في الحصول على المادة الاعلامية، يقعون ضحية حراس البوابة التي تختلف مسمياتهم وأماكنهم، فالمعلومات التي تأتي للمؤسسة الصحفية من القائم بالاتصال أو من أي مصدر آخر تخضع لتأثير حراس البوابة. الذين يجمعون على دور الصحفي الفرد.²

ولأن عددا كبيرا من المصادر مثل المسؤولين الحكوميين ورجال العلاقات العامة، يصنعون رسائلهم بالشكل الذي يتوافق مع سياسات المؤسسة الاعلامية ويجهدون في ذلك من خلال التأثير على المؤسسة الاعلامية، الأمر الذي أضعف دور حارس البوابة الاعلامية بالتأثير على مثل تلك المضامين الاعلامية، بسبب توافرها مع مصلحة المؤسسة الاعلامية، وليس كونها مادة جذابة وتتفق قيم حارس البوابة مع قيم المجتمع، وإنما المصلحة تبرز هنا

¹ المرجع السابق، ص 214-215.

² المرجع السابق، ص 215.

بشكل كبير والعوامل التي تلعب دورا بارزا في التأثير على اختيار المادة الاعلامية من قبل حراس البوابة الذين يخرجون على سياسة المؤسسة الاعلامية، وقواعد وأخلاقيات المهنة الغير مباشر لزملاء المهنة، والضغط التي يتعرضون لها من خارج المؤسسة الاعلامية والبناء الاجتماعي، والعلاقة مع القوى الاخرى التي تعد محكا له أهمية كبيرة في تقرير في شكل ونوع وحجم المادة الاعلامية ودلالاتها، وهذا يعني أن تأثير حراس البوابة على المضمون الاعلامي للرسالة الاعلامية يتأثر بفعل القوى المحيطة بالبوابة، وليس بذاتية أو الخوف من التأثير للمادة الاعلامية على الجمهور العام¹.

وقد أشارت بعض الدراسات الى أن حارس البوابة لا تشغله كثيرا المعاني الاجتماعية والرؤية النقدية لواقع تأثير المادة الاعلامية، وليس لديه ادراك حقيقي لطبيعة جمهوره، وأنه قد تختلف دوافعه عن القائم بالاتصال الذي ينتقل من مكان الى مكان آخر، من أجل أن يجمع المادة الاعلامية، وهو ما يؤثر بالتالي على ما يختاره من المواد الاعلامية، فالقائم بالاتصال يكون على دراية حقيقية بطبيعة الجمهور الذي يتعامل معه، ويعرف قدرة المادة الاعلامية على التأثير على الجمهور.²

أ- الفروق المهمة بين القائم بالاتصال وحراس البوابة.

1/ من حيث درجة المباشرة في صناعة الرسالة الاعلامية وانتاجها، يسهم القائم بالاتصال فيها بشكل مباشر وابداعي الى الحد ما، على حين يبدو حارس البوابة غير مباشر من خلال قراره بتمرير الرسالة تعديلها أو حتى حذفها.

2/ من حيث المسؤولية عن الدور، نجد أن المسؤولية القائم بالاتصال هي إسهامه المباشر في صياغة وانتاج الرسالة، في حين تكون مسؤولية حارس البوابة عن قراره حذف مادة معينة أو تمريرها حتى تصل الى المتلقي، وقد

¹ المرجع السابق، ص 216.

² المرجع السابق، ص 217.

يمارس القائم بالاتصال دور حارس بوابة غير أن المحك الرئيسي في توصيفه يضل في مدى الاسهام المباشر في صنع الرسالة الاتصالية مسؤوليته المباشرة عنها.¹

علاقة القائم بالاتصال بالجمهور²:

كان من الضروري ونحن بصدد تقييم الاداء الاخباري لجماعة الصحفيين العاملين بالجرائد أن نكشف عن رؤية هؤلاء الجمهور الذين يتوجهون اليه بالأخبار، ومدى فهمهم لخصائص واهتمامات وتفضيلات هذا الجمهور ومدى حرصهم على إيجاد علاقات سوية وقوية مع جمهور القراء باعتبارهم الهدف النهائي ومقصد لأي مادة صحفية منشورة على صفحات الجريدة.

فالجمهور ما هو الا جماعة من الناس تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة خاصة، وأن هذه الجماعة ليست متجانسة لما بينها من اختلافات اقتصادية واجتماعية وفكرية ودينية، وفي أساليب التصرف أو التعامل مع الصحف على ضوء تباين اهتماماتهم واحتياجاتهم ومصالحهم المختلفة ويعد مراعاة الصحفي لما يوجد بين الجمهور من عدم تجانس وفهمه لطبيعة الفروق القائمة بين فئاته، وإدراكه للاحتياجات واهتمامات هذه الفئات، وحرصه على تلبية هذه الاهتمامات، نقطة جوهرية لها تأثيرها في تحديد كفاءة عملية الانتقاء ونقل الخبر على صفحات أي جريدة، كما يعد تجاعل هذه الامور، أو النظر الى الجمهور بوصفه قطاعا متجانسا أو مجرد حاصل جمع عدد من الافراد، وعدم أخذه في الاعتبار كلية عند ممارسة الصحفي لمهامه الاخبارية، نقطة ضعف أساسية تنعكس سلبيا على كافة مراحل العملية الاخبارية.³

¹ أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم الرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة: 2008، ص49.

² عبد الفتاح عبد النبي، سيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، د.ت، ص219.

³ عبد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص220.

وقد سعينا الى التعرف على طبيعة الجمهور الذي يتوجه الى المبحوث بالأخبار التي يحصل عليها، فالغالبية العظمى من الصحفيين وعلى اختلاف مستوياتهم الوظيفية ليس لديها الا أفكار عامة وغير محدودة عن الجمهور الذي يخاطبوه بأخبارهم فيتسم رؤيتهم بالتعميم وعدم التحديد للجمهور وملاحظة العمل والتصرف داخل المؤسسة الصحفية، يكشف بوضوح أن احساس الصحفيين العاملين بالجزائر ، بجمهور القراء بالمعنى السابق تحديده، بأهمية إيجاد علاقة قوية مع هذا الجمهور، مسألة ليست واردة في أذهانهم ولا تشغلهم كثيرا، وأن التوجه الاساسي، عند تحرير وصياغة الاخبار والمواد الصحفية المختلفة، كما أشرنا من قبل يتجه لمخاطبة رؤساء العمل أو زملاء المهنة، أو المسؤولين في الدولة الذين يعتبرون لقطاع كبير من الصحفيين الجمهور الاساسي، ويحرصون دائما للرجوع اليهم لمعرفة انطباعاتهم وآرائهم فيما نشر من مضامين مختلفة وفي مقابل تزايد توجه المراكز الصحفية، الدنيا الى رؤساء العمل وزملاء المهنة عند تحرير الاخبار المختلفة يتزايد توجه المراكز الصحفية العليا من ناحية كبار المسؤولين في الدولة.¹

وهي توجهات معنية وخطيرة تفسر لنا أسباب ضعف المضامين الاخبارية وأيضا يجب معرفة مدى وفاء الاخبار المنشورة بالجزائر التي يعملون بها باحتياجات الافراد من المعرفة بجوهر ما يجري من أحداث في المجتمع فأوضحت أن ما ينشره كافيًا تماما وأن المشكلة لا تكمن في مدى كفاية ما ينشر ولكن قلة اقبال الجمهور أساسا على القراءة. رغم أهمية ما ينشر على حد تعبيرهم. وبعض الجرائد أكدت أن ما ينشر على حد تعبيرهم. وبعض الجرائد أكدت أن ما ينشر لا يكفي ويرجع ذلك الى ضآلة المساحة المخصصة للنشر.

وروتينية الاخبار وسطحيته، وتمحورها حول المصادر الرسمية، وميلها الى الدعاية الشخصية والانشاء وخلوها من الافادة أو التوجيه الى غيرها من السمات التي تشير الى عدم رضاء العديد من المستويات الصحفية الدنيا لما ينشر من اخبار، على صفحات الجرائد التي يعملون بها واقتناعهم بضعف هذه الاخبار، وتدني فعاليتها

¹ المرجع السابق، ص221.

في الحياة اليومية للأفراد، فقد تبني بوضوح عدم رضا القائم بالاتصال عن ما ينشره في الجريدة ف 25% تقول أن الجمهور لا يثق في الاخبار التي تنشرها الصحف وهذا راجع الى المسؤولين في الدولة نتيجة لعدم جدية تصريحاتهم أو تراجعهم عن وعودهم. وفيهم لما سبق أن أعلنته الصحف عل لسانهم وثانيا، على الصحفيين أنفسهم لتراخيهم على القيام بدورهم بالوجه الأكمل.

وشكلية معالجتهم الاخبارية. واستغرقهم في أمورهم الشخصية ومصالحهم الخاصة، وفي المقابل ذلك نجد أن البعض الآخر يؤكد على الثقة العمياء، التي يوليها الجمهور لكل ما ينشر على صفحات الصحف، مع تباين واضح في تصورات هؤلاء الافراد حول أسباب هذه الثقة. ففي حين أشار البعض الى جهل الجمهور وانخفاض وعيه الثقافي أشار البعض إلى تحسن ثقة الجمهور بالصحف بسبب مناخ الانفتاح والحرية والتنافس الصحفي بين الجرائد المختلفة لكسب مصداقية الجمهور.¹

المطلب الثامن: الدراسات التي تختبر القائم بالاتصال:

قد ظهرت دراسات مختلفة تناولت الخصائص المختلفة للصحفيين ومدى رضائهم عن عملهم

1/ نموذج تصوري للقوى الاجتماعية والسيكولوجية التي تؤثر على اختيار القائم بالاتصال للمادة

الاعلانية:

يعتمد هذا النموذج التصوري أساسا على الدراسات العلمية التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية لقياس العوامل التي تؤثر على القائمين بالاتصال في المجتمع الأمريكي، قد تختلف عن الضغوط التي يتعرض لها في أي مجتمع آخر ولكن سيساعد هذا النموذج التصوري الذي يتضمن غالبية القوى التي تؤثر على الاعلاميين في أمريكا على تصميم نماذج مشابهة تستعرض الضغوط التي يتعرض لها رجال الاعمال في أي مجتمع المهتم الامر أن ندرس حراس البوابة كنظام يتأثر بأنظمة أخرى عديدة في إطار ظاهرة كلية.

¹المرجع السابق، ص 222.

يمكننا في البداية أن نقول النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الاعلام يعتبر من القوى السياسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على القيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على قبول المواطنين لها ويمكن أن تعتبر هذه المهمة أو الهدف متصلة بوظيفة التنشئة الاجتماعية، تعكس وسائل الاعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها المحافظة على القيم الثقافية والاجتماعية وضمان قبول المواطنين لهذا القيم. علاوة على هذا يهتم المجتمع الوصول ال اتفاق على المفاهيم والمبادئ الاساسية، حتى لا يتمزق وينهار من الداخل وتعمل وسائل الاعلام على تحقيق هذا الهدف باختيارها للأبناء واغفالها للبعض الموضوعات في الدول النامية.¹

يلجأ القادة عادة على وسائل الاعلام لضمان استخدامها في الوصول ال الاتفاق والاجماع حول الامور السياسية، وقد أثبتت الدراسات العلمية أن وسائل الاعلام في أمريكا تعمل على تثبيت بعض المفاهيم أو التقاليد بدون أن تخضع لأي نوع من السيطرة الحكومية، وربما كان لطابعها التجاري واعتمادها على الاعلان دور في أدائها الدور بهذا الشكل.²

فيتم تحقيق هذا الهدف بشكل غير مباشر عن طريق تأثير مصادر الاخبار على العاملين في وسائل الاعلام سواء في المجتمعات المتقدمة أو النامية فالصحفي يسعى الى معرفة الحقائق من مصادر الأنباء الهامة، أي الافراد الذين يشغلون مناصب هامة، يقدم أولئك الافراد معلومات التي يحسون أنها يستخدم قضيتهم أو أهدافهم وفي أغلب الأحوال ينشر القائمون بالاتصال تلك المعلومات وينسبونها الى مصدرها لأنهم محايدون أو لادعائهم الحياد، وعندما ينشر القائمون بالاتصال الحقائق كما وصلتهم أو يرجئون التعلق عليها لوقت آخر أو مكان آخر فإن تصرفهم هذا يعاون وظيفة تحقيق الاجماع والاتفاق.

¹ جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي 1975.ص285.

² المرجع السابق، ص285.

فالعنصر الأول الذي يؤثر على القائمين بالاتصال هو الحاجة الى المحافظة على قيم المجتمع وتقاليدته والهدف الثاني هو تحقيق الاجماع أو الاتفاق على الاهداف الاساسية وسنقدم في هذا المجال دراسة تركز على الموضوعات التي تعمل الجريدة على نشرها. فقد أظهرت هذه الدراسة أن الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي أو تهجمه قد لا تظهر أبدا في الجريدة.¹

بالإضافة الى هناك نظامان يساعدان على تألف أو انسجام مضمون وسائل الاعلام في أي مجتمع من المجتمعات وبشكل خاص في المجتمع الأمريكي وهذا النظامان هما:

الصحف قائدة الرأي وتأثيرها على الصحف الأصغر حجما، ووكالات الأنباء أو الهيئات التي تقوم ببيع أعمدة الرأي والقصص القصيرة والمسلسلات الفكاهية. فهذان النظامان ببعض الدراسات الهامة عن القائم بالاتصال ولكن سنشير بسرعة الى تقسيمات الدراسات التي تتناول القائم بالاتصال أو التحكم والسيطرة الاجتماعية في مجال الاعلام.²

تنقسم دراسات السيطرة الاجتماعية أو حراس البوابة الى أربعة دراسات أساسية.

1/ دراسات تتناول الظروف المحيطة على القائمين بالاتصال.

2/ دراسات تتناول تأثير النواحي المهنية عليهم.

3/ دراسات تهتم بالجوانب الفنية والمادية لعملهم.

4/ دراسات تختبر أو تقيس القائمين بالاتصال اي العاملين.³

¹المرجع السابق، ص285.

²المرجع السابق، ص285.

³Alex s.e de listen and j.blaine schuly. 'The leadership roie of the weekly newspaper as seen by community leader's people, society and man's communication pp236-237.

1-1 الدراسات التي تتناول تأثير الظروف المحيطة تهتم بالظروف التي تؤثر على اختيار الجريدة لمادتها التحريرية وكيف يؤثر اهتمام الجريدة بقصة معينة مقارنة باهتمام الصحف الاخرى.

بنفس القصة¹ كذلك ركز هذا النوع من الدراسات على الطريقة التي يتم بها نقل السياسة الى حجرة الاخبار والمحررين وقبول الصحفيين أو إلمامهم لتلك السياسة ونتائج القبول والرفض عليهم، كذلك تهتم بالموضوعات التي تحمل الجريدة نشرها أو تعمد عدم نشرها وأهمية هذا الهدف على القيم الثقافية واستمرارها. وبشكل عام أفكار الصحفيين المختلفة والضغط التي تفرض عليهم.

_ الدراسات التي تركز على تأثير النواحي المهنية، وتهتم مثلاً بالطريقة التي يؤثر بها نظام اخراج الجريدة على المحرر والذي يتلقى البرقيات مما يجعل مجالات اختيار محدودة جداً وكيف يؤثر التدريب المهني للصحفي على ادراكه للأخبار ويجمع التحليل المبتكر الذي قدمه الباحث وايت عن حارس البوابة الاعلامية يجمع بين تأثير الجوانب المهنية ومفاهيم لوين في عكس ثقافة الجريدة²، ومن الدراسات التي تتناول أداء القائم بالاتصال لعمله تحت تأثير ضغوط نفسية³.

ثانياً: الدراسات الفنية والمادية:

هذه الدراسة تتناول أسلوب سريان الاخبار أو انتقالها والنواحي الميكانيكية التي تتحكم في النشر، مثال لذلك الدراسة التي مولها معهد الصحافة الدولي بزيوريخ عن سريان الاخبار وتأخذ هذه الدراسة في الاعتبار نظرية "حارس البوابة" وان كانت تركز على التأثير النواحي الميكانيكية أو الآلية في التأثير وليس على التأثير الظروف المحيطة أو العوامل السيكولوجية⁴.

¹ w.breed*news paper opinion* jounalism.qanrellriy1995 vol32pp.277_84

² D.m White, "the Gatekeeper, A Case Study in the Selection of News", Journalism Quarterly, 1950, Vol, 27, pp.90- 238.

³ جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، مرجع سابق، ص273.

⁴ المرجع السابق، ص 273.

حراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيها سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية الى الوسيلة الاعلامية ومنها الى الجماعة.

يقول "لورين" أن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المحلية أو في الوسائل الاعلام الالكترونية وقد سمى لوين هذه المراحل "بوابات" وقال أن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر من المعلومات التي تستمر من خلالها وقد أشار لورين الى أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.¹

بمعنى آخر هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة الى يتم بمقتضاها نقل المعلومات يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي اليهم كما أن عن حقهم اجراء تعديلات على الرسالة التي تستمر فمثلا يستطيع أي فرد أن يقرر ما إذا كان سيكرر أو يردد اشاعة معينة أولا لا يرددها حينما تطول السلسلة نجد أن بعض المعلومات التي تخرج من نهايتها لا تشبه المعلومات التي دخلتها في البداية الا في نواحي قليلة فإذا أخذنا الاعتبار ما يحدث في السلاسل التي تحمل الأخبار حول العالم فمثلا اذا تتبعنا خبرا من الاخبار ينتقل على سبيل المثال من اليابان أو الهند الى مدينة في احدى ولايات أمريكا، نلاحظ انه يمر بمراحل كثيرة اول حارس بوابة في هذه الحالة هو الفرد الذي يلاحظ الحدث وقت وقوعه، بعد حارس البوابة الاول هذا يأتي حارس البوابة الثاني، المخبر الصحفي الذي يحصل على الخبر من شاهد العيان هذا.²

وفي النهاية لا بد من الاختيار بين المواد الكثيرة التي تصل الوكالة أو الصحفية فحراس البوابة في جميع تلك المراحل على طول السلسلة يسمحون لنسبة محدودة من آلاف المواد الاعلامية التي تصلهم بالانتقال الى المرحلة

¹ المرجع السابق، ص280.

² المرجع السابق، ص280.

التالية، وفي النهاية يختار المحرر في الجريدة عشرات الاخبار فقط لينقلها الى قرائه فكل قرار يتخذه بتوصيل أو نقل شيء، هو قرار بكبت أو اخفاء شيء آخر وما يخرج أو يدفن هو نتيجة للعديد من الضغوط المنافسة.¹

من الواضح أن حارس البوابة الذي يقول "نعم" أو "لا" على الرسائل التي تصله على طول السلسلة يلعب دورا هاما في الاتصال الاجتماعي، وبعض حراس البوابة أهم من غيرهم فنجد أن بسبة كبيرة جدا من السلاسل تركز الضوء على بعض الافراد في المجتمع فمن الممكن أن نقول عنهم انهم قادرة رأي أو ذو "نفوذ" يتميزون عن الآخرين بأنهم يقودون أكثر ويطلعون على وسائل الاعلام أكثر ولهم اتصالات شخصية أوسع.

من الآخرون وما ينقله أولئك الافراد نتيجة لقراءتهم واتصالاتهم الى الآخرين له أهمية خاصة كما يعتبرون أولئك الافراد بدورهم حراس بوابة.

المطلب التاسع: الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال الصحفي:

أ- الضغوط السياسية التي يتعرض لها القائم بالاتصال:

صنف الدكتور فاروق أبو زيد في دراسته عن النظم الصحفية في الوطن العربي العقوبات والجزاءات الموقعة على القائمين بالاتصال في الدول العربية، فحدد ثلاثة أنواع من الجزاءات والعقوبات على النحو التالي:

النوع الأول: الجزاءات والعقوبات القضائية، هو النوع الذي يسود النظام الصحفي الليبرالي، من حيث السلطات القضائية وحدها حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية.

النوع الثاني: الجزاء والعقوبات الإدارية. وهو النوع الذي يسود كلا من النظام الصحفي والسلطوي والنظام الصحفي والاشتراكي حيث يحق للسلطات الادارية (الحكومة أو من يمثلها) حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية.²

¹ المرجع السابق، ص 283

² فاروق أبو زيد: النظم الصحفية في الوطن العربي. القاهرة عالم الكتب 1982 ص 39.

النوع الثالث: الجزاءات والعقوبات القضائية والادارية: وهو النوع الذي يوجد أيضا في كل من النظام الصحفي والسلطوي والنظام الصحفي الاشتراكي حيث يعطي لكل من السلطات الادارية معا حق توقيع الجزاءات والعقوبات الصحفية.

ويقول التقرير السنوي للمنظمة العربية لحقوق الانسان عن الممارسات الصحفية في الوطن العربي عام 1995 أن ممارسة حرية الرأي والتعبير لم تكن أفضل حالا من ممارسة الحريات الاخرى "اذ شهدت ممارستها ضغوطا من جبهتين الاولى من جانب الحكومات، والثانية من جانب جماعات التطرف وقد مال الاتجاه العام لدى الحكومات العربية تقييد حرية الصحافة والنشر، وشمل ذلك سن القوانين جديدة تزيد من المحظورات وتكرس حماية الموظفين العموميين وتضعف الضمانات المتاحة للصحفيين، كما شمل وقف عدة صحف وتوقيف صحفيين واحالة بعضهم للمحاكمة، واستخدام الضرب أحيانا ضد بعض الصحفيين ويضرب التقرير الصادر في منتصف عام 1992 أمثلة حية للضغوط التي يتعرض لها الصحفيون من جانب بعض الحكومات العربية.¹

1/ في مصر: تم احالة 40 صحفيا وكاتبا الى التحقيق بموجب القانون 93 لسنة 1995 من بينهم معظم رؤساء التحرير صحف المعارضة كما تعرض رئيس تحرير صحيفة معارضة للحكم بالحبس لمدة عامين من محكمة جنائية في أول سابقة قضائية لتطبيق القانون الجديد.

2/ في المغرب: اتخذت السلطات الحكومية اجراءات تقييدية شملت حجز جريدة اسبوعية تصدر في الدار البيضاء "مارك آبدو"، وتوقيف جريدة أسبوعية أخرى تصدر من باريس.

3/ في الجزائر: جرى اعتقال بعض المرسلين والصحفيين من بينهم رئيس التحرير صحيفة "ليبرتي" وحضر صدور صحيفة "الوجه الآخر" لمدة ستة أشهر بدعوة نشر أخبار كاذبة وحظر صدور "ليبرتي" لمدة 15 يوما بدعوى نشر أخبار مغرضة.

¹ عبد الله زلطة، القائم بالاتصال في الصحافة، ط1، القاهرة: الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2007، ص298.

4/ في اليمن: استمر توقيف صحف الحزب الاشتراكي، وتوقيف عدة صحف مستقلة من بينها الشورى والايام والوحدى ويمن تايمز، وأحيلت الشورى ورئيس تحريرها للمحاكمة، وتعرض كاتب للفصل من عمله الجامعي واختطافه والاعتداء عليه بسبب مقالات نشرها عملا بجرية الرأي¹.

فالضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الوطن العربي، وهي ضغوط عديدة ومتنوعة يصعب حصرها تجدر الإشارة الى الندوة التي عقدها، اتحاد المحامين العرب بالقاهرة في منتصف شهر ديسمبر 1995 تحت عنوان "الحق في محاكمة عادلة في إفريقيا" وقد أوصت هذه الندوة المهمة الدول الإفريقية بضرورة التصديق على الصكوك الدولية ذات العلاقة بحق الانسان في محاكمة عادلة بما فيها البروتوكول الاختياري الملحق بالعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية وأدانت الندوة إنشاء المحاكم الخاصة كالمحاكم العسكرية حيث أن من حق اي شخص المحاكمة أمام قاضيه الطبيعي وأكدت أن توفير محاكمة عادلة في ظل المعايير الدولية والاقليمية حق ينطبق على كل الاتهامات الجنائية. حتى أكثرها خطورة.²

ب- الضغوط المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء الممارسة الاخبارية:

اهتم العديد من الباحثين بدراسة الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون في الحقل الصحفي وخاصة في غرفة الاخبار ومن بين هذه الدراسات دراسة بريد عن التحكم الاجتماعي في غرفة الاخبار، حيث أكد الباحث في دراسته على القوة الضغوط غير الرسمية التي تؤدي الى خضوع الكتاب والصحفيين الذين قد لا يتفقون مع السياسة الخاصة بالمؤسسة الاعلامية، ويرى بريد أن ميكانيزم السيطرة عبارة عن أدوات تشحت القائم بالاتصال لتوقع أو تجنب عدم موافقة رؤسائه على اساليب عمله وتتضمن هذه الأدوات:

¹ ملخص لتقرير المنظمة العربية لحقوق الانسان عن عام 1995، منشور في صلاح الدين حافظ "احوال الصحافة هي احوالنا فما الجديد؟" مقال منشور بالأهرام في 8-5-1996.

² عبد الله محمد زلطة، المرجع السابق، ص292.

استخدام السلطة الرسمية وتوقيع العقوبات مع امكانية اعطاء الموضوعات الخلافية للأشخاص مؤتمنين لتغطيتها.

الاحساس بالالتزام والتقدير من ناحية الرؤساء

المؤشرات الخاصة بتجنب الموضوعات، أو بأسلوب التناول بالشطب على أجزاء من الموضوعات

رغبة الصحفي في الاستمرار في وظيفته - وعدم الاضرار بفرض الترقى

المناقشات داخل مجالس التحرير.¹

كما يرى الباحثان إليوت وجولدج أن هناك ثلاث انواع من الضغوط التي تتبعها وسائل الاعلام في انتقاء الاخبار والوكالات.

الضغط الأول: ويأتي من الحكومة أو تفرضه الحكومة.

الضغط الثاني: فيتصل بكل وسيلة منفردة من وسائل الاتصال وتلعب فيه مفاهيم الاعلاميين الخاصة عن الاتصال دورا هاما.

الضغط الثالث: هو ضرورة التعبير عن احتياجات أو رغبات الجمهور.²

وقد تابع بعض الباحثين أسباب خضوع الصحفيين في الانظمة المختلفة ودواعي حرصهم على الالتزام بالسياسة التي تنتهجها الدولة أو الصحيفة، ويقول هؤلاء الباحثون إن الناشر سواء كان فردا أو جماعة أو حكومة يمتلك الجريدة ويتوقع من وجهة النظر التجارية أو الايدولوجية أن يطيعه العاملون، حيث ان سلطته التقليل من مكانة الصحفي الى جانب أنواع العقاب المختلفة وأقصاها إذ لم يطع الأوامر أو التعليمات.³

¹ سعيد محمد السيد، انتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، القاهرة: 1988 ، ص46-47.

² جيهان رشدي، الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة: 1986 ، ص 395.

³ جيهان مكاوي، حرية الفرد وحرية الصحافة، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة: 1981.ص151.

ج- حراس البوابات والضغوط المهنية:

يرى بعض الباحثين أن دور القائم بالاتصال الصحفي كحارس بوابة يعد نوعاً من أنواع الرقابية، ومن أبرز النتائج السلبية لهذه الرقابة. كما يقول هؤلاء الباحثون. تدهور مكانة المعايير المهنية التي ينبغي أن توجه العمل الصحفي ففي ظل هذا النوع من الرقابة تكون قدرة المادة الصحفية على خدمة السلطة هي المعيار الأساسي لصلاحيته نشرها. وليس مهماً في هذه الحالة أن تتوفر فيها معايير مهنية تتصل بدقتها، أي صدقها في التعبير عن الواقع أو علاقتها باهتمامات الرأي¹ وهذا الرأي يقصر مفهوم حارس البوابة رئيس التحرير المعين من قبل السلطة في معظم الدول النامية، إلا أن العديد من الباحثين وأساتذة الصحافة يعطون لهذا المفهوم بعد أعمق وأعم وأشمل إذ يلعب المندوب الصحفي ورئيس قسم الأخبار ومدير التحرير ونواب رئيس التحرير وسكرتير التحرير الفني والمراجع الصحفي وغيرهم، دور حارس البوابة في الصحيفة وكما يقول "ولبور شرام" فإنه كلما طالت قناة الاعلام زاد عدد النقاط التي يحق لشخص ما عند كل منها أن يقرر ما اذا كانت الرسالة تستقبل ويعاد ارسالها، وما اذا كان يعادل ارسالها معدله أو كما هي دون تغيير² ولقد لقيت نظرية حارس البوابة منذ أعلنها عالم النفس النمساوي «كورت لوين» عام 1944 اهتماماً كبيراً من جانب الباحثين وأساتذة الاتصال، خاصة ما يتعلق بالضغوط المهنية التي قد يتعرض لها حارس البوابة، أو ما يسببه من ضغوط على الصحفيين الذين يرون فيه رقيباً بديلاً للرقيب الحكومي.

¹حماد ابراهيم حماد، الصحافة والسلطة السياسية في الوطن العربي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، دراسة حالة لمشكلات العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتأثيرها على السياسات التحريرية في الصحافة المصرية (1960-1981)، كلية الاعلام جامعة القاهرة 1994.

²ولبور شرام، أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية- دور الاعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحي القاهرة، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، 1970-ص 115.

د - الضغوط النفسية والعصبية التي يتعرض لها القائم بالاتصال:

اهتم عدد من الباحثين بدراسة المناخ " المناخ النفسي " للعاملين في المؤسسات المختلفة عرفه بعضهم بأنه عبارة عن المواقف أو الاتجاهات النفسية العامة التي يتخذها كل جمهور نوعي اتجاه كل ما يتصل بالمؤسسة التي ترتبط بها مصالحه وقد تكون هذه المواقف أو الاتجاهات النفسية ايجابية فيكون المناخ النفسي داخل المؤسسة وخارجها صحيا وصالحا لتطورها وتقدمها وقد تكون سلبية فيكون المناخ النفسي فاسدا أو غير صالح، ومن هنا كانت أهمية هذا المناخ النفسي وخطورته بالنسبة لكل مؤسسة في المجتمع المعاصر.¹

وعلى الصعيد الوضع الداخلي في الدول النامية، يعاني الصحفيون بها من أنواع مختلفة من التوتر فهم من ناحية قريبون من الحقائق السياسية في بلادهم مما يمكنهم من تأصيل العلاقات الشخصية المؤثرة على السياسات الداخلية ويعرفون الاسباب وراء أي شائعات وهم من ناحية اخرى على وعي بفجوة النفاق الموجودة دائما في أي نظام سياسي أي بين التصريحات العلنية والحسابات الداخلية² وتقول منظمة الصحفيين العالمية في دراستها التي أعدها رادى فاسيليف إن مهنته الصحافة قد أصبحت. لتعاطم أهميتها ومسؤوليتها أكثر مدعاة للتعب والانهماك اللذين يسيان بالدرجة الاولى، أمراض القلب بين الصحفيين.

ففي منطقة الخليج العربي أكدت دراسة أجريت على عينة من الصحفيين بثلاث صحف خليجية، في منتصف التسعينات من القرن العشرون أن الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون خاصة المحررون الأجانب الذين يعملون في صحف تصدر في قطر غير أقطارهم الأصلية. ورصدت الدراسة هذه الضغوط في عدم الاستقرار العائلي أو الوظيفي وخشية هؤلاء الصحفيين من الخطأ لعدم معرفة طبيعة العمل بهذا البلد أو ذاك، وظروفه

¹محمد محمد البادي، مدخل الى قياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 1979، ص3.

²جيهان مكايوي، المرجع السابق، ص19.

والخوف من الانهاء المفاجئ للتعاقد ونحطي بعض الصحفيين في المكافآت والترقيات والعلاوات وفرص السفر في مهمات صحفية الى الخارج.¹

أما الضغوط النفسية التي يوجهها الصحفي المواطن من أبناء دولة الخليج فتتمثل في عدم الثقة في قدراته وكفاءته، وندرة الفرص التي تتاح أمامه لإثبات مهاراته الصحفية، والتشكيك في مدى تحمله المسؤولية، وشعوره الدائم بأن المناصب القيادية والامتيازات الأدبية يستحوذ الصحفيون الوافدون على معظمها بحكم الاقدمية والخبرة والكثرة العددية.² في مصر لم تجد الدراسات المتعلقة بالضغوط النفسية والعصبية التي يتعرض لها الصحفيون اهتماما بجانب الباحثين إلا أن هناك بعض الدراسات التي أجريت على عينة من العاملين .

جاء الشعور السريع بالتعب في مقدمة الآثار النفسية، حيث اتضح أن الاسباب النفسية لشعور الفرد بالتعب تمثل أكثر من 50% من إجمالي الاسباب يضاف الى ذلك الشعور بالإحباط والقلق والأرق³، وفي دراسة أخرى أجريت على عينة من المواطنين المصريين، اتضح أن أكثر من 50% من الامراض يمكن اعتبار الضغوط أحد أسبابها، وحددت الدراسة بعض الامراض العضوية التي تصيب الفرد نتيجة كثرة الضغوط، كالصداع وارتفاع ضغط الدم وأمراض القلب.⁴

¹ عبد الله زلطة، المرجع السابق، ص341..

² أحمد نفاذي، أخبار الصفحة الاولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الامرات

العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام -جامعة القاهرة1995.

³ أماني عامر: ادارة الموارد البشرية، القاهرة: 1994، ص125.

⁴ المرجع السابق، ص125.

المطلب العاشر: نظرية حارس البوابة الاعلامية:

يرجع الفضل الى عالم النفس النمساوي الاصل والامريكي الجنسية "كيرت ليونين" 1977. في تطويرها ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الاعلامية وتعتبر دراسات ليونين من افضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الاعلامية حتى تصل الى الجمهور المستهدف توجد نقاط "بوابات" يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج وكلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتى تظهر في الوسيلة الاعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرر ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد ادخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يريدون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.¹

وقد اجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الاساسية لعملية حراس البوابة بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً للأساليب التحكم في غرفة الاخبار، والادراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الاعلامية ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الاخبار وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين امثال "بريد" و"كارتر" و"شارك" و"وجبير" و"جاد" و"ايت" وغيرهم.²

وأشارت هذه الدراسات الى أن الرسالة الاعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل الى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقاً للإصلاح نظرية المعلومات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات.³

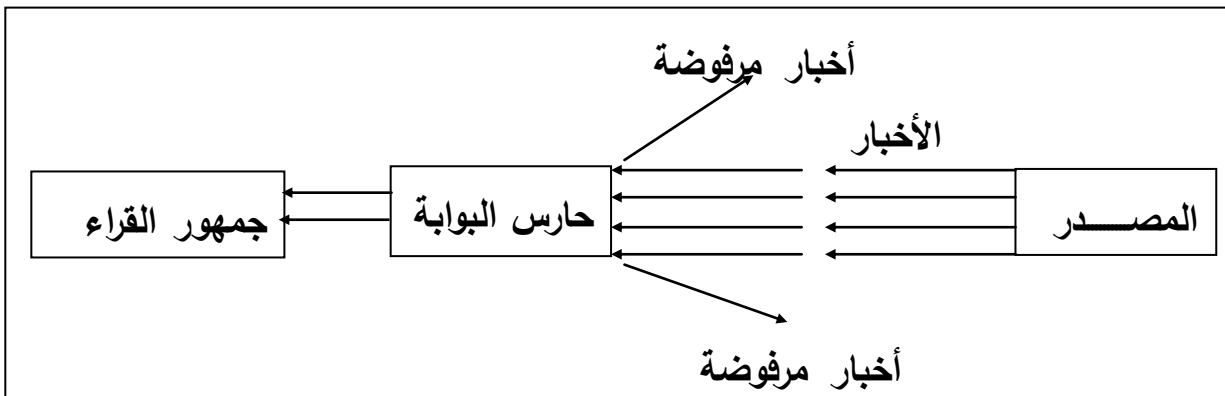
¹ حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص296.

² المرجع السابق، ص297.

³ المرجع السابق، ص297.

وأبسط انواع السلاسل هي سلسلة الاتصال الواجهي بين الفردين، 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، فالحدث الذي يقع في الهند مثلا يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل الى القارئ أو المستمع أو المشاهد، وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا يطلق عليه شانون أجهزة التقوية.

ومن الحلقات الاساسية التي أشار اليها "كيرت لوين" أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا يتمتع بالحق في أن يقرر ما اذا كانت الرسالة التي تلقاها، سيمررها كما هي الى الحلقات التالية، أو سيزيد عليها أو يحدف منها أو يلغيها تماما ومفهوم "حراس البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية الى الجمهور المستهدف وقد أشار "ليوين" ان فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.¹



مخطط يوضح نموذج لنظرية حارس البوابة²

¹ المرجع السابق، ص 298.

² مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط 1، بيروت: دار النهضة العربية، ص 156.

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية

المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة

المطلب الثالث: ظروف ومبررات قيام الاذاعات المحلية

المطلب الرابع: مراحل إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر

المطلب الخامس: خصائص الإذاعة المحلية

المطلب السادس: أهداف ووظائف الإذاعة المحلية

المطلب السابع: أسباب انتشار الاذاعات المحلية

المطلب الثامن: أسس التخطيط الإذاعة المحلية

المطلب الأول: نشأة الإذاعة في الجزائر

إن تجربة الإذاعة في الجزائر قصيرة وقتية مقارنة بتجارب أخرى في العالم، وهذا بحكم الظروف التاريخية التي مرت بها الدولة الجزائرية، رغم هذا فقد قطعت خطوات مقبولة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم في مجال الإذاعة المسموعة.

إن البداية الأولى للإذاعة في الجزائر كان في عام 1925 عندما قام احد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة التي لم تتعدى قوتها 100 كيلوواط لتقفز بعد ذلك في عام 1928 إلى 600 كيلوواط، ثم أقيمت محطتين للإرسال في قسنطينة، قوة الأولى 600 كيلوواط وبثت برامجها باللغة الفرنسية، والآخرى بقوة 250 كيلوواط وثبتت باللغة العربية، وفي عام 1942 تم إنشاء محطة في وهران قوتها 600 كيلوواط وفي الجزائر العاصمة قوتها 500 كيلوواط وفي نهاية الحرب العالمية الثانية كان الإرسال الإذاعي يغطي تقريبا أجزاء كبيرة من الأراضي الجزائرية بزيادة المحطات وتقوية موجات إرسالها.¹

أما أثناء الثورة التحريرية، فقد اعتمد الجزائريون في البدايات الأولى على إذاعة القاهرة وإذاعة تونس من أجل سماع صوتها في الوطن العربي، حيث كانت هذه الإذاعة تبث الأخبار حول الثورة الجزائرية واستماتة المجاهدين لرفع ظلم الاستعمار الفرنسي، واستمر هذا حتى إنشاء أول إذاعة سرية جزائرية في الجزائر بعد مؤتمر الصومام، وبدأ نشاطها في أوائل 1957، وكانت هذه الإذاعة عبارة عن سيارة تحمل معدات إذاعية تبث لمدة ساعتين في اليوم ليعاد نفس البرنامج في اليوم التالي باللغة العربية الفصحى، والقبائلية، وكانت تبدأ برمجتها ب: "هنا إذاعة الجزائر

¹ ماجي الحلواني، عاطف العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987، ص202.

الحرّة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر"، وقد تطورت فأصبحت تذيع نشرة الأخبار نقلا عن إذاعات أخرى، وبرامج مثل "تاريخ الجزائر" و"صدى الجزائر" ونشيد "قسما"¹.

أما بعد الاستقلال فقد التزمت الجزائر بما جاء في اتفاقيات أفيان،" حيث حددت بموجبه الشروط التي سيتم بمقتضاها نقل الراديو والتلفزيون إلى حيازة الجزائر، وبالفعل ففي أوت 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة، وبالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني فقد قامت بتكليف شخصية جزائرية للإشراف على برامج الإذاعية الجزائرية إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية في أوت 1963 صدر قرار ينظم راديو وتلفزيون الجزائر من أجل بناء وتنمية المجتمع الجزائري.²

وعلى الرغم من أن الجزائر يبين لم تكن لهم الكفاءة اللازمة في تسيير هذا الجهاز لانعدام المتخصصين وكذا قلة الإمكانيات، إلا أن الدولة الجزائرية سعت منذ الوهلة الأولى إلى تحمل المسؤولية هذا القطاع وتطويره نظرا لحساسيته وأهميته في بناء الدولة المستقبلية، ومن أجل ذلك أنشأت محطتان جديدتان للإرسال، الأولى بعين البيضاء قرب قسنطينة والثانية قرب وهران وذلك سنة 1966 ترسلان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلوواط وضاعفت هذه الموجة سنة 1968 فصارت 600 كيلوواط، حيث أصبح الراديو يسمع في جميع مدن الشمال ثم انشأت محطة على الموجة الطولية قوتها 1000 كيلوواط ومحطة أقوى على الموجة القصيرة وذلك سنة 1970، وهذا ما جعل صوت الإذاعة الجزائرية يسمع بنسبة 98% تحار في كل القطر الجزائري وبنسبة 100% ليلا وحتى من طرف المهاجرين في الخارج.³

¹ عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1945-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص58-59.

² ماجي الحلواني، عاطف العابد: مرجع سابق، ص203.

³ تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط1، الجزائر: دار الخلدونية، 2008، ص138.

وليست هذه هي الجهود فقط وإنما سعت الجزائر إلى وضع جملة من النصوص القانونية والتنظيمية من أجل تنظيم الإعلام في الجزائر، وهذا ما تضمنه الميثاق الوطني سنة 1976، وقانون الإعلام لسنة 1982 و1990، وهذا من أجل التأطير للعمل الإعلامي وإنجاح مهامه وأدواره.

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة:

إن للإذاعة مكانة خاصة جدا لدى الجمهور المستمتع والمتتبع لفقراتها وبرامجها، ففي كثير من الأحيان نجد أن الأفراد الذين يداومون على الاستماع لبرامج الراديو يكونون مع هذا الأخير علاقة حميمة ودافئة وذلك مع المذيعين ومعدّي البرامج من خلال التواصل الدائم، فيصبح الراديو بمثابة الرفيق والصاحب والأنيس في فترات الوحدة والوحشة، وهذا دليل على ان الراديو له تأثير على العقول وقلوب المستمعين وكذلك يقدم خدمات متنوعة ويلبي حاجات تكون دافع التعرض والاستماع بالرغم من أن التلفزيون أخذ حصة كبيرة من الجمهور إلا أن الإذاعة بقيت تحظى بالقبول والاهتمام الدائم نظرا للمميزات والخصائص التي تتمتع بها، وهذا سنعرضه فيما يلي:

إن الإذاعة المسموعة الراديو قادرة على تجاوز واختراق كل الحواجز الطبيعية، ويمكن لموجات الراديو أن تجوب العالم في لمح البصر، وقد أكدت الدراسات ان موجات الأثير تدور حول الكرة الأرضية في نحو ثمن الثانية، وفي هذا يقول بوب سيلر Bob SILLER: إنه منذ أن ظهر المذياع وهو يلعب دورا حيويا في تزويد العالم بالأخبار بسرعة وكفاءة، وقد ظلت هذه الصفة الإعلامية هي التي تميز المذياع، ذلك انه إذ لم يتوفر عنصر السرعة في الخبر الإذاعي فإن تفوق المذياع في نقل الأخبار سوف يضعف ويضمحل.¹

¹ محمد علي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 2007، ص165-167.

إن الإذاعة المسموعة يمكن ان تخاطب جميع الشرائح والفئات الاجتماعية، فهي تصل إلى الأطفال والفئة الأقل تعليماً، والأميين والمتقنين.¹ ويرجع السبب في ذلك أن الراديو يستعمل لغة سهلة وبسيطة ومفهومة لدى الجميع.

تتماز الإذاعة المسموعة بشيء من الحيوية، تنبض بصوت الإنسان بالإضافة إلى الموسيقى والمؤثرات، فتقدم خدمة للمتلقى في قالب فني جذاب وممتع.²

يعتبر الراديو من اسهل الاعلام استخداما، فلكي تستمع لهذه الوسيلة تحتاج إلى حاسة السمع فقط فيمكنك الاستماع للراديو وانت تؤدي أعمال مختلفة، وانت في السيارة، وانت في مكان العمل، أي ان الاستماع لا يتطلب منك الانتباه والعناء الكبير، وهذا ما يتميز به عن بقية وسائل الاعلام.³

غن الراديو يؤثر في معظم الناس تأثيرا يولد حميمية أشبه بم يحدث بين شخصين ، تفتح العلاقة بينهما عالما كاملا من الاتصال الضمني.⁴

وما يميز الإذاعة المسموعة كذلك، هو قدرتها على احتواء المستمع، إثارة حاسة التخيل لديه، فهو دائما مدفوع أثناء الاستماع لبرامج الاذاعة للتخيل وتصور الأحداث والوقائع والشخصيات ومنهما يكون صور ومشاهد من خلال الأصوات التي يستقبلها.⁵

ولأن الفن الاذاعي يخلق حالات نفسية خاصة تجعل المتلقي في حالة استرخاء وراحة.

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة: دار الفجر، 2008، ص128.

² سهير جاد، سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفجر، 1999، ص26.

³ نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص10.

⁴ عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الاعلام، ط2، دار الكتاب المصرية اللبنانية، 1989، ص405.

⁵ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص179.

ومن أهم مميزات الراديو كذلك كلفة هذا الأخير سواء من الناحية المادية أي الوسائل والتجهيزات، أو من الناحية الفنية أي تحضير المادة الإعلامية¹.

رغم دخول التلفزيون كوسيلة جديدة، لأنها تمزج بين الصورة والصوت إلا أن الإذاعة المسموعة ما زالت تحقق شيئاً واحداً نسبياً معتبراً من حيث مدة الاستماع فمثلاً في ألمانيا واليابان فإن نسبة الاستماع عالية حتى في أوقات الذروة للإرسال التلفزيوني، وجمهور أخبار الولايات المتحدة الأمريكية ما زال ضخماً، واثبتت بعض الدراسات أن برامج الإذاعة تعطي نتائج أفضل من برامج التلفزيون من حيث الاستماع².

أسهمت الإذاعة في خلق الإحساس الجمعي لدى أفراد وعدم الشعور بالوحدة، فأصبح الفرد يحس أنه عضو في مجتمع كبير يمكن التفاعل معه من خلال هذه الوسيلة³.

هذه إذن بعض مميزات الإذاعة المسموعة الراديو وليست كلها، إن خصائص البث الإذاعي جعلت منه رفيقاً دائماً للإنسان المعاصر، تؤنسه في بعض الأحيان وتخرجه من عزلته، وفي أحيان أخرى توفر له عوامل الراحة والاسترخاء وتخفف عنه حدة التوتر والضغط النفسية التي يعيشها في حياته، اليومية وبالتالي يمكن أن تقول الإذاعة حالة نفسية واجتماعية يعيشها المستمع ويتفاءل معها، كلوحة فنية فيها المتعة والاسترخاء.

المطلب الثالث: ظروف ومبررات قيام الإذاعات المحلية:

على الرغم من ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر حديثاً، مع بداية التسعينات، إلا أن الجزائر عرفت الإذاعات منذ عهد الاستعمار إلى غاية هذا التاريخ التسعينات، وهي إذاعة وهران، بشار، ورقلة، قسنطينة لتغطية الجهات الجغرافية: الشرق، الغرب، الجنوب الغربي، إلا أنها في عهد التعددية السياسية تحولت إلى إذاعات محلية،

¹ مرجع سابق، ص 179.

² محمد علي العويني، الراديو والتنمية السياسية، القاهرة: عالم الكتب، ص 20.

³ مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية وفلسفة الاقناع، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء، 2007، ص 22.

بدلا من محطات جهوية ففي الجزائر المستقلة لم تظهر الإذاعة المحلية إلا في السنوات الأخيرة وذلك للعوائق القانونية والسياسية، على الرغم من وجود مجتمعات محلية تمتاز في العادات والتقاليد واللهجات، وبعد التحولات السياسية والتعديلات القانونية شهد القطاع عدة تغيرات نحو حرية التعبير التعددية، الإعلامية التي سمحت بظهورها.¹

إذن عرفت الجزائر الإذاعات المحلية تحديدا لتعديل دستور سنة 1989. ومن ثم الإقرار بالتعددية السياسية وصدور قانون الإعلام الجديد 1990. الذي كرس التعددية والحرية الإعلامية وكانت البداية من بشار حيث انطلقت إذاعة الساورة في 20 أبريل 1991. ثم تلتها متيحة في 08 ماي 1991. والواحاتورقلة في 09 ماي من نفس السنة تتوالى بعد هذا التاريخ سلسلة انطلاق المحطات الإذاعية في الجزائر.

ولقد وزعت الإذاعات الأولى على طور الحدود لمواجهة المنافسة الخارجية للبلدان الشقيقة، بعدما عممت على كامل التراب الوطني، لتغطية عجز الإذاعة الوطنية أمام الزخم الهائل في الاعلام الأجنبي من جهة، وملليء الفراغ الاعلامي الذي يعاني منه الاعلام المحلي من جهة أخرى وتبقى الإذاعة الوطنية المسؤول الوحيد على تأسيس الإذاعات الجهوية، كونها الخبرة الوحيدة والنواة الأولى في الميدان الإذاعي الجزائري فيما يخص الإنتاج التسيير إضافة إلى كونها صاحبة المبادرة في إنشاء الإذاعات الجهوية، وهي فروع وامتداداتها.²

أن تأسيس هذه الإذاعات المحلية في الجزائر بدء من سنة 1991 إلى غاية 1994، كان بشكل ارجحالي وعشوائي ودون تخطيط مسبق، وغنما كانت فكرة تجسدت على أرض الواقع بسرعة بفضل الظروف التي كانت تعيشها الجزائر في تلك الفترة التحول الديمقراطي إذ لم يكن يوجد أي مرسوم أو قانون بإنشاء الإذاعات المحلية،

¹ لبنى لطيف، دور برنامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة:

2012، ص 216.

² نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية، 2008، ص ص 138.

وإنما تنشأ هذه المحطات من طرف المدير العام للإذاعة الوطنية وذلك بعد توفر الشروط اللازمة من وسائل تقنية واستعداد السلطات المحلية، فالإذاعات الفردية موجودة حاليا أنشأت بمبادرة فردية وانجزت بطريقة متسعة بقرار داخلي على مستوى الإذاعة المركزية وفي غياب الوزارة الوصية، أصبح مصيرها متعلقا بمصير أشخاص وليس بمصير قانون.¹

إذن ظهرت هذه الإذاعات المحلية، في ظروف تميزت بالصعوبة جدا من جهة، ومن جهة أخرى نعدها ظروفًا جيدة ومواتية، فمن أمثالها:

❖ **ظروف مواتية وجيدة:** فإن دستور 23 فيفري 1989 كان الجدار الفاصل الذي أقام حدا بين تصورين متناقضين والانتقال من الرأي الواحد إلى تعددية الأفكار والآراء والمناهج... إذ تميزت ظروف الجزائر في هذه الفترة بالتحول الديمقراطي والخروج من العهد الاشتراكي وبداية عهد جديد مع الاقتصاد الحر، والتعددية السياسية والحرية الإعلامية.

❖ **ظروف صعبة جدا:** حيث سبق تعديل الدستور، أحداث مأساوية ومشاكل جمّة تفاهمت وطفحت على السطح إلى أن انفجر الشارع الجزائري مطالبا بالتغيير الجذري في 05 أكتوبر 1988 وفي هذه الظروف الاجتماعية الصعبة ظهر الإسلاميون يهددون الوجود الملائكي الداعي للتغريب، وتداخل هذه الظروف السياسية مع ظروف المعيشة الصعبة والقاسية التي طبعت الشارع الجزائري مدينة وريفا.

وغلائها وارتفاع الاسعار وندرة المواد الغذائية في حين كان الشعب يلاحظ بوضوح الحياة الرفاهية التي كان يتمتع بها المسؤولين.

وهذا ما أدى إلى تأزم الوضع الأمني وظهور الإرهاب الذي لون سنوات التسعينات باللون الأحمر، بعدما لون نظام الشاذلي بن جديد من قليلة سنوات الثمانينات اللون الأسود.

¹ مرجع سابق، ص 139.

ويرى أبو جرة السلطاني أن هناك تغيرات خارجية أثرت على الداخل أهمها:

- التراجعات الضخمة في التجربة الاشتراكية أما المد الرأسمالي علميا.

- الانتشار الأفقي الصحة الاسلامية.¹

عودة الاسلام الثوري تمهيدا لسقوط إمبراطورية وبداية الحديث عن قيام جمهورية إسلامية في إيران إذن هي ظروف نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر والملاحم التي ميزت هذه الفترة الحرجة من تاريخها، ولذلك لا تستغرب ظهورها كان فوراً بلا تخطيط وسميت بالفترة الذهبية، كانت فعلاً ذهبية بالنسبة لقطاع الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة التي استفادت كثيراً من قانون الإعلام الجديد 1990. فراحت تمارس الحرية الصحفية بدون رقيب ولا قيود مما جعل الحكومة تشدد على هذه الحرية وتفرض الرقابة الصارمة والعقوبات، فلم يهناً الإعلام الجزائري، بمرحلته الذهبية التي ماتت قبل ولادتها، وكان يجب انتظار أكتوبر 1994، ليقدم لرئاسة الحكومة أول برنامج حقيقي لإنشاء محطات إذاعية محلية، وفيه إعطاء الأولوية للمناطق الحدودية المحلية، وكانت أماكن إنشاء هذه المحطات حسب الظروف، الكثافة والخصوصية المحلية. والظروف التقنية للإذاعة الوطنية في مناطق عجزها... وبعد دراسة دفاتر الشروط والاعتماد يتم قبولها والمصادقة عليها من قبل المديرية العامة للإذاعة، ويسند مشروع إنجاز المحطة إلى الإذاعة المركزية.

- التنظيم والتسيير: وتتولى تنسيقه الإذاعات الجهوية التكوينية والمتابعة، أما توفير المقر فهو مسؤوليات

الهيئات المحلية.

وبالنظر إلى هذا التاريخ أكتوبر 1994 نجد هناك سبعة إذاعات محلية تم تأسيسها بدون مرسوم اقرار وزاري

وهي الساورة، متيجة، الواحات، السهوب، الأهقار، العالية، الهضاب والتي ظهرت قبل هذا التاريخ، والذي أعطى

¹ مرجع سابق، ص 216-217.

لهذه الإذاعات المحلية الصبغة القانونية والرسمية والجدلية فالان الانطلاق الفعلية لهذه الإذاعات المحلية، وبشكل جدي، كان في عام 2004 قسمت الدولة الاعباء كالتالي:

- الإذاعة الوطنية: تتكفل بالعمل والأجهزة.
- الولاية: تتكفل بالمبنى وبعض السكنات الاطارات المهمة.
- مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي tda : تتكفل بجهاز الإرسال والاستقبال.¹

ويمكن حصر أهم أسباب ومبررات قيام الإذاعات المحلية في الجزائر، والتي تفاعلت ليتبلور عنها مشروع إنشائها وهي كالتالي:

1- الإقرار بالتعددية السياسية: فمع تعديل الدستور 1989 دخلت الجزائر عهدا جديدا نحو البيت الأبيض طاوية صفحة الساحة الحمراء، هذا الدستور الجديد الذي أقر التعددية السياسية بعدما كرس الدستور الذي كان قبله منطق الحزب الواحد والرأي الواحد، وهذا ما انطبع على الإعلام بأجهزته المختلفة حيث صدر قانون الإعلام الجديد عام 1990، يكرس الحرية الإعلامية والتعددية الفكرية وحرية الملك، مما جعل وسائل الإعلام خاصة الصحافة تستجيب لهذا القانون الجديد فعرفت الجزائر آنذاك 1990 - 1991 حرية والتعددية إعلامية لم تشهدها لا من قبل ولا من بعد، كما أصبح بإمكان حواص ان يمتلكوا صحفا وكمأن أن التعددية السياسية لا يمكن لهما أن تتعايش مع مركزية الحكم، فهما نقيضان. وكان لزاما أن يتحقق مع هذه التعددية لا مركزية في الحكم، وبشكل حقيقي وديمقراطي، ولهذا كان لازما أيضا ان يتحقق اللامركزية الإعلامية كسمة من سمات الحرية الإعلامية وديمقراطية الاتصال وهكذا أصبح ضرورة فتح قنوات إعلام على مستوى أفقي ومنح الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى سكان هذه المناطق أمر ملح.

¹ مرجع سابق، ص 217.

2- انتشار تكنولوجيا الفضائيات التلفزيونية والإذاعات: ففي عوامة تكنولوجيا الاتصال أصبحت

الثقافات المحلية مهددة بالانقراض في ظل ثقافة عامة متوحشة، ويلعب التلفزيون بفضاءاته الدور البالغ في الاهمية في نقل هذه الثقافة الغربية إلى مجتمعاتنا الإسلامية ولهذا جاءت الإذاعة المحلية في الجزائر لتقدم هذا الخطر وتحافظ على هوية مجتمعا وذاتية الثقافة، حيث ارتأت الإذاعة الجزائرية فتح العديد من المحطات الإذاعية المحلية والجهوية في مختلف مناطق الوطن، حفاظ على هويتنا وتاريخنا ومورثنا الحضاري والثقافي.¹

الرغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق النائية حتى تكون حافزا جديرا في التنمية المحلية في كافة المجالات، ولما كانت الإذاعة المركزية الإذاعة الوطنية لا تستطيع ان تصل إلى كل ربوع الوطن بأبعاده الجغرافية والثقافية والبشرية، مهما توافرت لديها الإمكانيات فكان مبررا قويا للبحث في سبيل الوصول إلى هذه المناطق التي لا تستطيع ان تغطيها الإذاعة المركزية.²

رغبة الدولة في الوصول على كافة المواطنين في كل شبر في الوطن، حيث جاءت الإذاعات المحلية في الجزائر بشكل فوري نظرا لحاجة الدولة الملحة في توصيل قراراتها إلى المواطنين في كافة أرجاء الوطن وإعلامهم وربطهم بكل ما يدور في الوطن ومجتمعهم إذ تعتبر الإذاعة المحلية في الجزائر جسرا " اي عدم قدرة الدولة على بسط نفوذها وسيطرتها على كامل ترابها فتبقى بعض المناطق بعيدة عن سيطرة وتحكم الدولة لهذا، وفي ظل ما يسمى " بالتنمية السياسية" والحكم الديمقراطي لا بد للدولة ان تحقق حتى كل مواطن في وطنه، أن يعلم وأن يشارك في صنع القرار.

¹ مرجع سابق، ص 218.

² مرجع سابق، ص 219.

ولهذا ظهرت الإذاعات في الجزائر كضرورة سياسية من جهة الدولة، كذلك ميزات هذه من جهة الدولة، كذلك ميزات هذه طلبات من الجهات لإنشاء هياكل بث تسمح لها بإيصال صوتها عبر القناة وهذا يعني محاولة تبني صيغة البرامج الجهوية وذلك للمليء الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه مختلف المناطق البعيدة عن المركز.¹

المطلب الرابع: مراحل إنشاء الإذاعات المحلية:

إن ظهور الإذاعة المحلية في الجزائر مر بعدة مراحل يمكن تقسيمها إلى ثلاثة فترات كالتالي:

أ- مرحلة الانطلاق 1991-1993:

تم خلالها إنشاء 7 إذاعات محلية في غياب كلي لأي دراسات سابقة للإمكانيات البث وطبيعة المحتوى ومقياس الانشاء أو تحديد لكيفيات التسيير والتمويل والتجهيز، وتميزت هذه الفترة بالنقص الكبير في مجال الهياكل المؤطرة والامكانيات المادية والبشرية والتجهيزات وغياب التصور الأول للأعراف والبرامج واقتصرت الوسائل التي وفرها القطاع على توفير المعدات الأولية طبقا لتصور موحد لجميع المحطات، اي استديو البث واستديو الانتاج وخلية التركيب، وخلية للمزج ووحدة للربورتاج كل الامدادات العادية، كالطاقة والتكليف والهندسة الصوتية والنقل... وقد تولت الإدارة المحلية تهيئة المرافق اما بالنسبة للمستخدمين فقد تم اعتماد نمط واحد يحدد عددهم ب21 بين مدير، وصحفيين وثلاثة تقنيين وثلاثة منشطين والباقي في مخرجين وإداريين لكل محطة.

ب- مرحلة التوسيع 1994-2001:

اتخذت الإذاعة المركزية سنة 1994 قرارا بإنشاء 124 إذاعة محلية على الحدود الجزائرية، نظرا للعرض سكان هذه المناطق للبث الوافد من الدول المجاورة.²

¹ مرجع سابق، ص 220.

² نبيلة جعفري، الإعلام الجهوي وتحقيق اشباع الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة في قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة: 2010، ص 100.

إن هذا القرار كان يهدف إلى تدعيم الإذاعات الموجودة، وتجهيز الإذاعات التي سوف يتم إنشائها وقدرت تكاليف إنشاء الإذاعة المحلية خلال تلك السنة بـ 14 مليار سنتيم، غير أن هذا التوسع كان دون إدخال تعديلات على المعطيات التقنية التي تم توضيحها سابقاً، إلا أن التركيز على زيادة الحجم الساعي للبرامج ومرة معظم المحطات من ساعتين إلى أربع ساعات ثم إلى ثماني ساعات، ومؤشر معبر على إرادة السلطات العمومية في ترسيخ وتيرة تغيير برامج الدولة في مجال الاتصال، وقد ترجمت شبكات الجانب الإخباري الذي يركز على الأحداث المحلية، الاختلافات الخاصة بكل محطة، وضمت تلك الشبكات الجانب الإخباري الذي يركز على الأحداث المحلية والجانب الثقافي والتربوي المتفتح على مظاهر التعبير الخصوصية وجانب التسلية، مع استعمال كل المرتكزات اللغوية، العربية واللهجات الشاوية وتجدر الإشارة إلى أن الشبكة البرمجية كانت ذات طابع شمولي، حيث لم تحدد الجماهير المستهدفة، ولم يعتمد إعدادها على أي سير.¹

أن تكاليف إنشاء المقررات وهيئتها المؤكدة للجماعات المحلية لكل ولاية بهما تأسيس إذاعة محلية، أصبح فيما بعد يشكل أحد المشاكل الهامة التي تعاني منها العديد من الإذاعات المحلية.

ت - مرحلة الشبكات 2004-حتى الآن:

وضعت الإذاعة المركزية برنامجاً جديداً يقضي بإنشاء سبع إذاعات محلية خلال 2002 بولايات سوق اهراس - سكيكدة - المسيلة - الشلف - معسكر - مستغانم - البيض على أن يتم البرنامج بالنسبة لباقي ولايات الوطن.

ما يميز هذه المرحلة هو بداية تبلور الاهتمام بمجال الإعلام المحلي المسموع وأهدافه من منطلق إعلامي وثقافي، حيث أن تجربة الإذاعات تأسست خلال المرحلة الأولى بدأت تطرح نتائجها، وتسجل مجالا يحتاج لكثير من النقاش المعمق والتناول الجدي للموضوع، بعيداً عن الارتجالية والخلفيات غير المعلنة، وهذا ما يفسر سلسلة

¹ مرجع سابق، ص 101.

الورشات التكوينية المتتالية التي نظمتها مؤسسة الإذاعة حول الإذاعات المحلية، وتوجت بالملتقى الوطني الأول حول الإذاعات المحلية في الجزائر، الذي انعقد بالجزائر العاصمة يومي 29 و30 جانفي 2003.¹

لقد تم استغلال هذه المرحلة لتحقيق أهداف محددة تخدم ديمومة الخدمة العمومية عن طريق الاستثمار المكثف في مرتكزات الارسال، وإدخال استعمال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، ورسالة المستخدمة تبعا للمقاييس المهنية العصرية، وتطوير الأساليب التفاعلية في مجالات أكثر مردودية من الماضي، وهذا في إطار الاختيار الرامي إلى إنشاء إذاعة في كل ولاية، الذي يبدو أن السلطات العمومية استقرت عليه نهائيا.

إن الفراغ القانوني فيما يتعلق بالإذاعات المحلية ظل قائما خلال كل المراحل، مما أدى إلى ارتفاع مفرطة في نظام تسيير هذه الإذاعات، وتجعلها في تبعية تامة للإذاعات المركزية حيث يقوم مدراء الإذاعات بناء على تعليمات وتوجيهات صادرة عن المدير العام للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، مع صلاحيات محدودة في اتخاذ القرار التي ينبغي دائما عندها الرجوع على الإذاعة المركزية.²

المطلب الخامس: خصائص الإذاعة المحلية:

للإذاعة مجموعة من السمات أهمها ما يلي:

أ - خدمة البيئة على المستوى المحلي:

وذلك من خلال ما يلي:

- الارتباط الوثيق والمباشر بالحياة اليومية لمواطني المجتمع المحلي.
- المساهمة الفعالة والإيجابية في معالجة مشاكل وقضايا المجتمع المحلي.
- العمل من أجل تطوير سلوكيات المواطن في المجتمع المحلي.

¹ مرجع سابق، ص102.

² مرجع سابق، ص102.

- إعلام المواطن في المجتمع المحلي ما يدور حوله على المستوى الإقليمي والدولي.
- مواكبة اهتمامات أبناء المجتمع المحلي وخلق روح المشاركة بينهم.
- تقديم خدمات خاصة بأبناء المجتمع المحلي إلى جانب الخدمات المحلية العامة مثل المرور.
- خدمة مقومات التنمية المحلية وضرورتها بما يخدم أهداف التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه ومجالاته.¹

ب- تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في برامج الإذاعة المحلية:

ويتحقق ذلك في إطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لهما من خلال إتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي للتعبير عن رأيه، وأيضاً مناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم.

ج- القائمون بالإعلام المحلي من أبناء الإقليم:

يتطلب الإعلام المحلي أن يكون القائمون بأداء رسالته من أبناء المجتمع المحلي المستهدف ممن يمثلون كوادراً إعلامية نابعة من البيئة التي يعملون فيها مدركين للقيم والعادات والتقاليد السائدة، متلاحمين مع لديهم الرغبة بالنمو من مجتمعهم المحلي بحكم الانتماء إليه.²

تحدث الإذاعة المحلية بلغة المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضاً لهجة سكان المنطقة المستهدفة.

¹ ناصر محمود عبد الفتاح امين، دور الإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين، دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد، أطروحة

دكتوراه غير منشورة كلية الإعلام، القاهرة: 2002، ص110.

² مرجع سابق، ص110.

د- المرونة والحركة السريعة:

تتسم الإذاعة المحلية الإذاعة المحلية بمرونة الحركة والقدرة على التحريك السريع لمتابعة الأحداث المحلية فور وقوعها وفي موقعها، إذ بحكم الصغر النسبي للإقليم الذي تخدمه الإذاعة المحلية فغن الوصول إلى موقع الأحداث متاح لهما أكثر من الإذاعة المركزية.¹

هـ- الإذاعة المحلية مشروع استثماري له عائد اقتصادي:

ان الإذاعة المحلية يعتبر في أحد جوانبها مشروعا استثماريا، وذلك من حيث العائد الذي تحققه والمرتبطة بدورها، وما تقوم به الإذاعة المحلية من بناء الإنسان في المجتمع وما تقدمه في مجال التدريب والتعليم وتنمية المهارات المختلفة النابعة من واقع البيئة، وايضا ما تقوم به من دور في معالجة وحل المشاكل المتعلقة بقضايا التنمية المحلية، التي تؤثر إلى حد كبير في مسار عملية التنمية في المجتمع المحلي.²

و- محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته وخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.³

وظائف الإذاعة:

إن وسائل الاعلام اليوم تلعب دورا كبيرا في حياة الأفراد، وهي مؤسسة كبقية المؤسسات تساهم في الحفاظ على نظام المجتمع واستمراره، وهي حلقة من حلقاته حيث لا يمكن الاستغناء عنها، وبطبيعة الحال فإن الامر لا يختلف بالنسبة للإذاعة المسموعة، حيث تقوم هذه الاخيرة بأدوار ووظائف عديدة، فحسب الباحثين والمختصين في وسائل الاتصال الجماهيري فإن الراديو يؤدي وظيفة الاخبار والتعليم، والترفيه، وهي وظائف تقليدية تنفرع

¹ منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، بيروت: الدار اللبنانية، المكتبة الإعلامية، 2006، ص163.

² ناصر محمود، عبد الفتاح أمين، مرجع سابق، ص ص 110-111.

³ طارق الشاري، الإعلام المحلي، ط1، عمان: أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص180.

عنها وظائف أخرى، كعمليات التوجيه، الارشاد والتوعية، الدعاية والاعلان، التنشئة الاجتماعية والتنمية إلى غيرها من الوظائف.¹

والملفت للانتباه أن الراديو في بدايته استخدم في نقل الرسائل بين السفن، وارسال ارشادات الاغاثة فكان له دور كبير في تقليص بعض الكوارث مثل ما حدث مع سفينة ريلك وتيتانيك² وقد استمر الراديو في ممارسة هذا الدور حتى أصبح وسيلة من وسائل نقل الأخبار، منافسا بذلك الصف التي سبقته بسنوات عديدة، وبعد ذلك تطور استخدام الراديو فاصبح يؤدي عدة وظائف وهي:

أ- الوظيفة الاخبارية للإذاعة:

تعتبر الإذاعة من بين اهم مصادر الاخبار والمعلومات، وقد كانت البداية محتشمة في هذا المجال بالنسبة للراديو، حيث كان يركز على المواد الترفيهية وبالخصوص الموسيقى، إضافة إلى أن الصحف قاومت هذا المولود الجديد لدرجة أنها حجبت عنه الاخبار خوفا من أن ينافسها في ذلك، لكن هذا الوضع لم يدم طويلا، فقد بدأت المحطات الإذاعية تبني لنفسها مكانة فيما يتعلق بنقل الأخبار، حيث بلغت الاخبار الإذاعية مع بداية عام 1938 - قبيل الحرب العالمية الثانية - ذروتها حيث التف الشعب الامريكى حول أجهزة الراديو يتابع باهتمام وقلق ما يحدث في القارة الأوربية.³

لقد تنامت الوظيفة الاخبارية بعد هذه الفترة وخاصة بعد ما ذكرنا سابقا أن الإذاعة تمتاز بالسرعة والفورية في نقل الأخبار عن الأحداث التي تقع، وهو غير متوفر بالنسبة لبقية الوسائل الاعلامية التي تحتاج غلى

¹ عبد الله محمد الرحمان، الاعلام المبادئ والأسس النظرية والمنهجية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004، ص22.

² جيهان احمد رشقي، الانظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، القاهرة: دار النهضة العربية، 1994، ص07.

³ وليام ريفرز وآخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة احمد طلعت البشيشي، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005،

جهد وتكاليف أكبر، ومع تطور تقنيات البحث الإذاعي تطورت معه الخدمات الإخبارية، من تغطية ومتابعة للأحداث وازدياد عدد المندوبين والمحررين الذين يقومون بإرسال الاخبار من مكان الحدث.¹

ب- الوظيفة الترفيهية للإذاعة:

إن الحياة المعاصرة تتميز بالتعقيد، وكثرة المشكلات التي تضع ظلالها على الأفراد، مما يسبب الضغوط النفسية، كالقلق والتوتر والاحساس بعدم الراحة والاطمئنان، وفي أحيان أخرى نجد الانسان المعاصر يميل إلى العزلة والانطواء ولا يتفاعل كثيرا مع الآخرين، لذلك نجده بحاجة إلى جو مغاير يخرج من بعض الحالات النفسية والسلبية التي ذكرناها، فيلجأ إلى وسائل الاعلام المختلفة والاذاعية المسموعة إحدى هذه الوسائل، حيث تقوم بتقديم برامج متنوعة تقوم بتسليته مستمعيها والترفيه عنهم ببث الاغاني والمنوعات وجميع البرامج الترفيهية الموسيقية والاعلاني الخفيفة، والمسرحيات الدرامية والغنائية، والمسابقات والألعاب وغيرها² وتعرض هذه البرامج في قوالب فنية جذابة، بداية مع صوت المذيع، والمؤثرات الصوتية والموسيقى، تجعل المستمع في حالة نفسية ومزاجيه إجابيه.

ج- الوظيفة التعليمية للإذاعة:

لقد استطاعت الإذاعة المسموعة من خلال بعض المحتويات التعليمية والتربوية والثقافية من رفع المستوى الثقافي للمستمع، حيث تقدم له معلومات متنوعة ومختلفة، والارشادات والنصائح المتعلقة بحياته اليومية، وتوجيهه في بعض الأعمال، وفي شق آخر تمكنت الإذاعة المسموعة من خفض نسبة الامية وهذا لسهولة استعمالها لان الكلمة المسموعة في الراديو لا تحتاج إلى معرفة بأصول القراءة والكتابة كما هو الحال بالنسبة للصحيفة او المجلة والكتاب³ وتقوم الاذاعة كذلك بعملية التعليم من خلال دروس اللغة، والمسابقات الثقافية والأدبية وتقدم الجديد

¹ محمد عوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، 1996، ص11.

² منير حجاب، مرجع سابق، ص180-181.

³ سهير جاد، سامية أحمد علي، مرجع سابق، ص19.

في عالم المعرفة والاكتشافات، وتعليم طرق الزراعة الحديثة، وتعلم المهارات وتنمية الابداع وزرع القيم والعادات وتغيير انماط السلوك، وخلق الميولات.¹

إن الراديو أصبح وسيلة فعالة في عملية التعليم والتثقيف والتنشئة الاجتماعية والتربية حيث يقدم من خلال البرامج أنماط سلوك مقبولة وتستعمل عملية الاندماج في المجتمع من خلال ثقافته وهناك تجارب اتخذت الراديو كوسيلة التعليم عن بعد، كالجامعات عبر الراديو، والبث الإذاعي في المدارس، وبهذا استطاعت ان توصل هذه الوظيفة.

أهداف الإذاعة المحلية:

إنه لمن الطبيعي ان تلتقي أهداف الإذاعة المحلية مع أهداف الاذاعات الأخرى، مع أهداف وسائل الإعلام الأخرى، وبالرغم من ذلك بعض الاختلافات للخصوصية التي تتمتع بها الإذاعة المحلية وتمثل أهداف هذه الأخيرة فيما يلي:

- تقوم الإذاعة المحلية بدور التنمية الشاملة على مستوى المجتمع المحلي وذلك من خلال نشر الأفكار وتغيير الاتجاهات والسلوكيات وبعث الشعور في أفراد المجتمع بضرورة وإلزامية التجديد، والابتكار من أجل حل المشكلات المختلفة، والسعي إلى تحقيق التقدم والتطور.²

- تؤدي الإذاعة المحلية دون الوسيط بين كل من السلطة والمواطن في المناطق التي تكون في بعض الأحيان شبه معزولة عن الإعلام إلا في المناسبات والأحداث الوطنية الكبرى.³

¹ مصطفى حميد كاظم الطائي، مرجع سابق، ص21.

² نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص56.

³ صالح بن بوزة، الصحافة الجهوية" المفهوم والخصائص والوظائف"، حوليات الجماعة، العدد03، 1994، ص173.

- تسعى الإذاعة المحلية إلى الاقتراب أكثر فأكثر من جمهورها، حيث تتبنى مشكلاته وتقدم المنتجات التي يتحمس المستمع لسماعها، فهي تتكلم في مكانه وباسمه، وقد عبرت الإذاعة الأمريكية W.M.C.A عن ذلك باتخاذها شعار نحن الإذاعة التي تستمع إليك.¹

- إن دور الإذاعة المحلية كبير في نشر الثقافة والتعليم ومحو الأمية وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها، وهذه المسألة تبقى بالنسبة للمجتمعات العربية حيوية، بل من الأولويات التي ينبغي أن يوضع لهما، تصور خاص بالنسبة للإذاعة المحلية، فتقريب المكروفون من المواطن سيكشف عن المواهب والطاقات الإبداعية ويجي التراث المحلي في نفوس المستمعين، مما يجعلهم دائما مرتبطون بكل ما هو أصيل ونابع من ثقافتهم.²

وفي سياق ثقافات المجتمعات دائما، ونظرا التحولات الكبيرة على المستوى الدولي في مجال التكنولوجيا الاتصال، وعولمة الاعلام وغيرها من الأفكار المستحدثة، فقد تصدرت الدول والحكومات وحتى الأفراد والجماعات لهذا الحد الكبير في مجال المعلومات والزخم الكبير من حيث الكم والكيف بالنسبة للوسائط الجديدة، ويقول أنتوطي دين رئيس لجنة برامج الإذاعة في اتحاد الإذاعات الأوروبية خلال ندوة اتحاد الإذاعات الدول العربية: "ان الإذاعة في أوربا بتشجيعها فكرة الإذاعات المحلية، وإذاعات المحلية وإذاعات المجتمع الصغيرة، لقد تمكنت من البقاء في وجه تحديات التقنيات المعاصرة واكتسبت المزيد من القوة الذاتية. قد أثبت هذا النمط من الاتصال فاعليته، فالشخصية المحلية لهذا النوع من الإذاعات تساعد الناس على أن يستجيبوا تلقائيا للموضوعات المتصلة بحياتهم، وكأننا رجعنا إلى الماضي أين طغى الاتصال الجماعات، فإذا عرجنا على بعض الأمثلة نجد أن في إيطاليا أكثر من

¹ عبد الحميد شكري، تكنولوجيا الاتصال: "الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون"، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 1996، ص59-

² محمد الأمين موقفي، (الإذاعات المحلية الفضاء الآخر)، مجلة الإذاعات العربية، العدد02، تونس: 1998، ص26.

أربعة آلاف محطة محلية، ومئتان وخمسون محطة تعمل في بلد صغير كبلجيكا وحوالي مئة إذاعة محلية في بريطانيا موزعة بين هيئة الإذاعة البريطانية والإذاعة المستقلة.¹

تحاول الإذاعات المحلية ان تمس كل الفئات في المجتمع المحلي وهذا مالا يأتي عن طريق الإذاعات المركزية، وهذه مسألة مهمة، عندما تحرص الإذاعة المحلية على تغطية كل فئات مستمعيها باختلاف مستواهم التعليمي والاجتماعي، لذلك فإن عادة الاستماع مازالت منتشرة، فالتاجر لا يمنع عمله من الاستماع إلى الإذاعة، ويتصادق ان يشترك هو والزبون في تبادل آراء موضوع ذكر في الإذاعة وكذا الفلاح الذي يشتغل فترة البرامج ذات الصلة بنشاطه الفلاحي أو حتى الترفيه، ثم إن معظم الشرائح الاجتماعية داخل البوادي والصحاري أين تزداد نسبة الأمية تجد ملاذها في الإذاعة المحلية.²

ما يمكن قوله بعدما تطرقنا إلى جوانب الإذاعة المحلية أن لهذا الجهاز الاعلامي أهمية كبيرة في تحسين ظروف المجتمعات الصغيرة، من خلال رفع مستواهم التعليمي والثقافي، وزيادة درجة الوعي في مواجهة مشكلاتهم اليومية وفي الأحداث الكبرى المسطرة من طرف الحكومات، هذا من جهة ومن جهة فإن الإذاعات المحلية بحكم قربها من مستمعيها، حيث أن القائمين عليها من صحافيين ومراسلين ومعدّي البرامج هم في الغالب من نفس المنطقة، ويعايشون نفس الظروف، وعلى علم ودراسة بما يدور في هذه البيئة، فهم الأجدر بمعرفة حاجات ومتطلبات افراد المجتمع المحلي والمستمعين تحديدا وهذا ما سينعكس إيجابيا على محتوى الرسائل الإعلامية التي تكون في اتجاه خدمة المستمع وتلبية حاجاته المختلفة.

¹ سعد لبيب، الإذاعة في عصر التلفزيون وأقمار الاتصالات من الغرب نقلا عن موقع <http://www.Egypt.radio.TV>

² محمد الأمين موقفي، مرجع سابق، ص 27.

ولأن دور هذا الجهاز الاعلامي حيوي على مستوى المجتمع الكلي عوما وعلى مستوى المجتمع بشكل خاص، كان لزاما على الحكومات والدول ان تمنح كل الإمكانيات المادية والبشرية، وأن تضع السياسات وتخطط لهذا النوع من الإعلام من أجل تفعيله حتى يحقق أهداف التنمية الشاملة، ومواجهة تحديات الوضع الراهن.¹

المطلب السادس: أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

هناك عدة أسباب أدت إلى انتشار الإذاعات المحلية من أهمها:

- **العامل الجغرافي:** يعد العامل الجغرافي من اهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أية دولة فحجم وشكل الأرض في أية منطقة او دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي حيث لا تستطيع احيانا الإذاعة المركزية ان تغطي كل اجزاء الدولة، ولا يمكنها تغطية كل احتياجاتها.

- **عامل اللغة:** حيث تعتبر اللغة احد العوامل التي تؤثر على الانظمة الإذاعية إذ أن تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة قد تشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا يؤكد الحاجة إلى بالنسبة لسويسرا على المثال حيث يتحدث سكانها ثلاث لغات الألمانية والفرنسية والإيطالية.²

- **العامل الديمقراطي:** فإزاء تعقد المصالح بين الفئات الاجتماعية المختلفة وتشابك المصالح. وما تأكد من أهمية تماسك المجتمع وحرص كل فرد على استقلالية مجتمعه والدفاع عن مصالحه ومصالح هذا المجتمع في إطار وحدة الوطن ووجود حكومات أكثر ديمقراطية تعترف بحقوق مواطنيها وتعمل على التخفيف من قبضة الحكم المركزي، دائرة الحكم المحلي والادارة المحلية ذاتها قد فرضت نفسها كلغة اولى من لغات العصر.

¹ مرجع سابق، ص28.

² لبني لطيف، مرجع سابق، ص136.

- العامل التكنولوجي: لقد استطاعت الإذاعة المسموعة ان تطور نفسها في ضوء متغيرات العصر فالموجة التكنولوجية والتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت دافعا للإذاعة لتطوير نفسها والتوسع في مجالات عملها وإرسالها شكلا ومضمونا.¹

كما أن هذه التطورات خلقت نوعا من المنافسة بين الإذاعة والوسائل الإعلامية الأخرى مما أدى إلى البحث عن استراتيجيات جديدة للعمل الإذاعي وفي هذا الصدد يقول " عبد المجيد شكري" وكان أيضا على الإذاعة المسموعة الراديو ان تطور نفسها أمام منافسة الإذاعة المرئية التلفزيون بعد أن فقدت الكثير من أهميتها بسبب سحر الصوت والصورة والحركة واللون وكان من أبرز صور التطور هو العودة إلى المحلية وارتباطها الوثيق بالمجتمع الذي يقوم على خدمة المصالح الاستيطانية التي تربط بين افراد هذا المجتمع.²

- التحفيز للمشاركة في عملية التنمية: تمثل التنمية بكافة أبعادها من أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع ان تحقق أهداف التنمية وقد ادركت دول عديدة ان افضل أساليب الإعلام وتحقيق مشاركة فعالة من جانب الجماهير في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير وفي بيئاتهم المحلية، فأنشأت عدیدا من وسائل الإعلام المحلية كالصحف والمجلات والإذاعات وقنوات التلفزيون المحلية ومن هنا جاءت الإذاعات المحلية.³ لتلعب الدور المساعد في عمليات التنمية حيث تعول على أجهزة الحكم المحلي لبعث بذور التغيير في نفوس أهالي المجتمع المحلي وهي وسيلة توفيق بين مطالب المواطنين وتبيين الادارة المحلية فعن طريق الإذاعة المحلية تصل المواطنين خطط وتعليمات وقرارات

¹ منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، مرجع سابق، ص 163-164.

² لبنى لطيف: مرجع سابق، ص 133.

³ منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، مرجع سابق، ص 164.

واشارات الإدارة المحلية وعن طريق الإذاعة المحلية أيضا يسمع المسؤولين نبض المواطنين وأفكارهم، وأراءهم، مطالبهم.¹

المطلب السابع: أسس التخطيط للإذاعة المحلية:

عند التخطيط للإذاعة المحلية يجب الأخذ بعين الاعتبار بعدة عوامل أساسية تعتبر بمثابة الأسس التي يمكن أن يتم خلالها تحقيق أهداف الإذاعة المحلية وتمثل اهم هذه العوامل فيما يلي:

أ- نطاق التغطية الجغرافية:

يختلف نطاق التغطية الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية ووفقا للاطار الجغرافي تختلف المساحات

الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية على النحو التالي:

❖ الإذاعات المحلية التي تغطي مدينة كبيرة كما هو الحال في إذاعة الاسكندرية المحلية.

❖ الإذاعات الإقليمية التي تغطي إقليما يضم عدة محافظات.²

ب- الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة:

تعتبر الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة الإذاعية من العوامل المهمة، ووفقا لهذا الإطار الزمني للتخطيط

ينقسم التخطيط الإذاعي إلى:

❖ **تخطيط بعيد المدى:** وهو التخطيط الذي تكون أهدافه بعيدة المدى، وتحتاج إلى فترة زمنية طويلة

لتحقيقها.

❖ **تخطيط قصير المدى:** هو التخطيط الذي تكون أهدافه قصيرة المدى، وتحتاج إلى فترة زمنية قصيرة

لتحقيقها.

¹ مرجع سابق، ص164.

² مرجع سابق، ص168.

ويضاف إلى ذلك فترات الأزمات التي تستلزم معالجة خاصة تتناسب مع الحدث أو الأزمة الطارئة على سبيل المثال: أثناء وقوع الزلازل والكوارث البيئية أو نشوب الحروب.

والمقصود هنا أن تكون ساعات الإرسال التي تبثها الإذاعات المحلية ملائمة، من حيث عدد ساعات البث ومواعيده بما يلائم مع ظروف الجماهير المستهدفة، هذا إلى جانب قوة الإرسال ووضوحه مما يؤثر في عمليات التلقي.¹

ت- ثقافة المجتمع:

تعتبر ثقافة المجتمع من المتغيرات المهمة التي لا بد من وضعها في الاعتبار عند التخطيط للإذاعات المحلية، حيث أن الإذاعة المحلية تنطلق في اداء وظائفها من منطلق محلي يضع في اعتباره السمات الرئيسية للمجتمع المحلي الذي يحاط به، مما يستلزم معه أن تستمد كل إذاعة محلية برامجها من هذا المجتمع. ولذلك تعتبر ثقافة المجتمع المحلي مصدرا مهما وعاملا رئيسيا يؤثر على القائمين بالاتصال في اختيارهم للمادة الإذاعية التي يقدمونها.²

ث- القائم بالاتصال:

من الضروري اختيار العاملين من المدعين ومقدمي البرامج والمعددين بحيث يكونون أبناء المجتمع المحلي، لانهم أقدر من غيرهم على فهم طبيعة مجتمعهم وتحديد احتياجات أفرادهم او على الأقل ممن يدركون جيدا طبيعة هذا المجتمع ويتعاطفون معه. وكذلك لا بد من الاهتمام بتنظيم الدورات التدريبية للقائمين بالاتصال، والتي تعمل على تنمية مهاراتهم، وأيضا لكي يتفهموا بعمق مشكلات المجتمع ودوافعه ويكونوا على دراية بواقعة وتطلعاته.³

¹ مرجع سابق، ص168.

² مرجع سابق، ص169.

³ مرجع سابق، ص169.

ج- الجمهور المستهدف:

يعتبر المستقبلون لكل إذاعة محلية والذين يشكلون جمهور المستمعين والمشاهدين من اهم عناصر العملية

الاتصالية، حيث اهم المستهدفون من البث الإذاعي وهم في الوقت نفسه هدف العمل البراجمي كله.¹

¹ مرجع سابق، ص170.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

1) بطاقة فنية عن إذاعة المسيلة.

2) التحليل الكمي والكيفي لبيانات جداول الدراسة.

3) نتائج الدراسة.

نشأة وتطور اذاعة المسيلة الجهوية:¹

أ- النشأة:

يأتي انشاء اذاعة المسيلة الجهوية ضمن مخطط وطني يهدف الى اعلام جوارى .

يهتم ويتفاعل مع انشغالات المواطن اليومية في مختلف المجالات التنمية والحياة الاجتماعية ، والخدمة العمومية المنبثقة من ادارة وطنية جسدها الاذاعة الجزائرية من خلال تحويل مبدأ حق المواطن في الاعلام الى واقع ملموس تؤكد عشرات الاذاعات الجهوية المنتشرة عبر ربوع الوطن.

وقد بدا التحسيد الميداني لمشروع اذاعة المسيلة بداية 2002 وذلك باستغلال:

مقر المجلس الشعبي الولائي سابقا وإعادة تهيئته حيث اشرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة على انطلاق بعثها يوم الثلاثاء 07 اكتوبر 2003 اين امضى اول ورقة طريق للبت اليومي .

ان انطلاق البث هذا الصرح الاعلامي لم يكن عادي بالنسبة السكان ولاية المسيلة. اذ تحقق حلمهم الذي انتظروه طويلا، وأصبح بإمكان المواطن ان يتابع يوميا الاخبار المحلية من مختلف ربوع الولاية، وان يشارك ويتفاعل مع مختلف البرامج القريبة من اهتماماته وقضاياه، فبين الفينة والأخرى يتناهى الى السمع صوت يؤكد ان ما تستمع اليه يأتيك من اذاعة المسيلة الجهوية على الموجة FM 104.5 صوت الفه المجتمع وصار جزء من حياته اليومية .

ب- التطور:

لقد شهدت اذاعة المسيلة الجهوية منذ إنطلاقة بثها تطورات ومراحل عدة وخاصة فيما يتعلق بتنوع الشبكات البرمجية اضافة الى الحجم الساعي للبت اليومي وهو ما توضحه النقاط التالية :

¹مقابلة مع نعيحي النوري، رئيس مصلحة الادارة والمالية بإذاعة المسيلة، بتاريخ 04-2016-20 الساعة 10:15 صباحا.

- انطلاق البث بشبكة براجمية على مدى 4 ساعات يوميا من 09:00 صباحا الى 13:00 ظهرا وذلك من تاريخ 07 اكتوبر 2003 الى 04 جويلية 2004 .

- تم تطور الحجم الساعي للبث اليومي ليرتفع بتاريخ 5 جويلية 2004 الى 8 ساعات بث يوميا من الساعة 08:00 صباحا الى 16:00 مساء

- وبتاريخ 15 جوان 2006 تقرر توسيع حجم البث الساعي الى 12 ساعة بث يوميا من الساعة 07:00 صباحا الى الساعة 19:00 مساء .

حاليا البث اليومي يقارب 13 ساعة يوميا من الساعة 06:04 الى 19:30 مساء وفق شبكة برامج متنوعة .

بالاضافة الى كل هذا فان اذاعة المسيلة شاركت في مسابقات عدة منها مسابقة الميكروفون الذهبي بطبعته الاولى والثانية حيث تحصلت على جائزة الميكروفون للافضل برامج اطفال " براعم الامل "لموسم 2007.

1-أهداف إذاعة المسيلة¹ :

ان الاذاعة الجزائرية من المسيلة تسعى كغيرها من الاذاعات المحلية الى تحقيق الاهداف التالية :

- تركز شبكة برامجها على كل ما هو محلي ضمن نطاق بثها مع المساهمة في دعم البرامج الوطنية الكبرى،
- علاميا وتحسين المواطن باهمية انخراطه في العمل على تطوير المجتمع ورقية انطلاقا من الفرد وصولا الى الجماعة
- ابراز ثقافة وحضارة المسيلة العريقة وتنميتها ورفع العزلة عن بعض المناطق لتقريب المواطنين من بعضهم البعض .

- تشغيل الطاقات الاعلامية الشابة وتنشيط الجو الثقافي و الاعلامي للمنطقة .

- الاعلام عن طريق البث والنقل لكل تحقيقات والحصص والبرامج الاذاعية المحلية

¹www.radio-msila.fr

- المساهمة في نشر الثقافة الوطنية، والتعريف بالتراث الثقافي الوطني و الفنون الشعبية ومحاولة احياء التراث المحلي والمحافظة على بقائه .
- السهر على ان تلي شبكة البرامج الاحتجاجات الفعلية للمستمعين الذين تصلهم برامج الاذاعة خاصة اللغة .
- التعريف بتقاليد المنطقة والعمل على تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي .
- ترقية الانتاج الموسيقي وتشجيع المواهب المحلية و الجهوية .
- تنمية الاعمال المتصلة بهدفها مع مراعاة تطور التقنيات و التكنولوجيا في البث الاذاعي .
- المساهمة في التسلية والتنشيط الثقافي والفني وتطوير وسائل التسلية الرياضية .
- المساهمة في رفع المستوى الثقافي والتكويني لدى المواطنين وتوعيتهم من اجل تحقيق الاهداف والدفاع عن مصالح البلاد .

2- التنظيم القانوني للاذاعة المسيلة الجهوية:

منذ بدايته كان قطاع الاعلام في الجزائر من صحافة مرئية ومكتوبة وسمعية يقوم على القنوات الاذاعية الثلاث الى جانب قناة تلفزيونية واحدة وصحف وطنية عمومية ، حيث كان الاعلام المركزي يتشكل من اذاعة وطنية واحدة مما ادى الى اغفال متطلبات المواطنين الاعلامية الخاصة.

بعد صدور قانون الاعلام 1990 الذي اقر التعددية الاعلامية وحق المواطن في الاعلام كما جاء في المادة الثانية بالإضافة الى تضمين مواد اخرى ، حيث تناولت المادة 2 الصفة الشخصية والاستقلالية المادية والمعنوية للاذاعة الوطنية مما سمح لها بانشاء محطات محلية عبر الوطن حسب المادة 13 من القانون الاعلام عام 1990 المؤرخ في 8 رمضان 1418 هـ الموافق ل 03 افريل 1990 . والتي تنص على ان تولي اجهزة الاذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافة الشعبية والتكفل باستعمال الهجات الشعبية

للتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية والقيم العربية الاسلامية في المجتمع الجزائري وتحديدًا كيفية تطبيق هذا الاجراء عن طريق التنظيم¹.

3- هياكل اذاعة المسيلة الجهوية:

مثل كل الاذاعات توجد بإذاعة المسيلة الجهوية عدة اقسام تتكامل فيما بينها، وتضمن استمرارية البث والمادة الاذاعية وهي كالأتي:

أ- قسم الادارة:

- مديرة الاذاعة المشرفة على المؤسسة .
- 3 مساعدين اداريين
- كاتبة ادارية .

ب- قسم الاخبار:

- يتكون من رئيس الاخبار و 5 صحفيين .
- يضمن وفق برنامج عمله تقديم الفقرات التالية :
- المواجيز الاخبارية .
- اعداد الـرورتاجات الميدانية لنشر الاخبار المحلية اليومية .
- استقبال المراسلات من مختلف دوائر وبلديات الولاية واعدادها للبث .
- تقديم نشرة الاخبار المحلية يوميا على الساعة 12:00 و 19:00 مساء .
- يساهم قسم الاخبار اسبوعيا في اعداد وتقديم برامج اخبارية متنوعة .

¹ الجريدة الرسمية: العدد 14 ، قانون الاعلام رقم 09. 971 المؤرخ في 03 افريل 1990 ، الجزائر

ت - القسم الانتاج:

يتكون من رئيس قسم الانتاج و 4 منسطين، ويضمن يوميا المهام التالية:

- تحضير ورقة العمل اليومي المتضمنة لبرامج البث .
- ضمان البث اليومي احاجا وتنشيط .
- الاشراف على مختلف التسجيلات للبرامج وال فقرات .
- المساهمة في اعداد وتقديم العديد من البرامج .
- اعداد وتقديم برامج متنوعة اسبوعيا .

ث - القسم التقني:

- يتكون من رئيس القسم التقني و 4 تقنيين . يضمن المهام التالية:

- ضمان البث اليومي المباشر .
- ضمان مختلف التسجيلات اليومية الداخلية والخارجية .
- القيام بمختلف عمليات التركيب والمزج التي يتطلبها العمل .

يتم تحضير وإعداد شبكة البرامج من طرف قسم الانتاج تحت الاشراف المباشر لمدير المحطة ، ويراعي في

اعداد مجموعة من الشروط التي ينبغي الاستجابة لها .

- الطابع المحلي للأغلب برامجه.
- التنوع في المحتوى ومسح جميع شرائح المجتمع واطيافه .
- مراعات التقسيم الزمني للبرامج بما يتوافق مع مقاييس العمل في الاذاعات المحلية.
- التركيز على برامج التفاعلية مع المستمع .

ج- قسم الامن والحظيرة: ويتكون من:

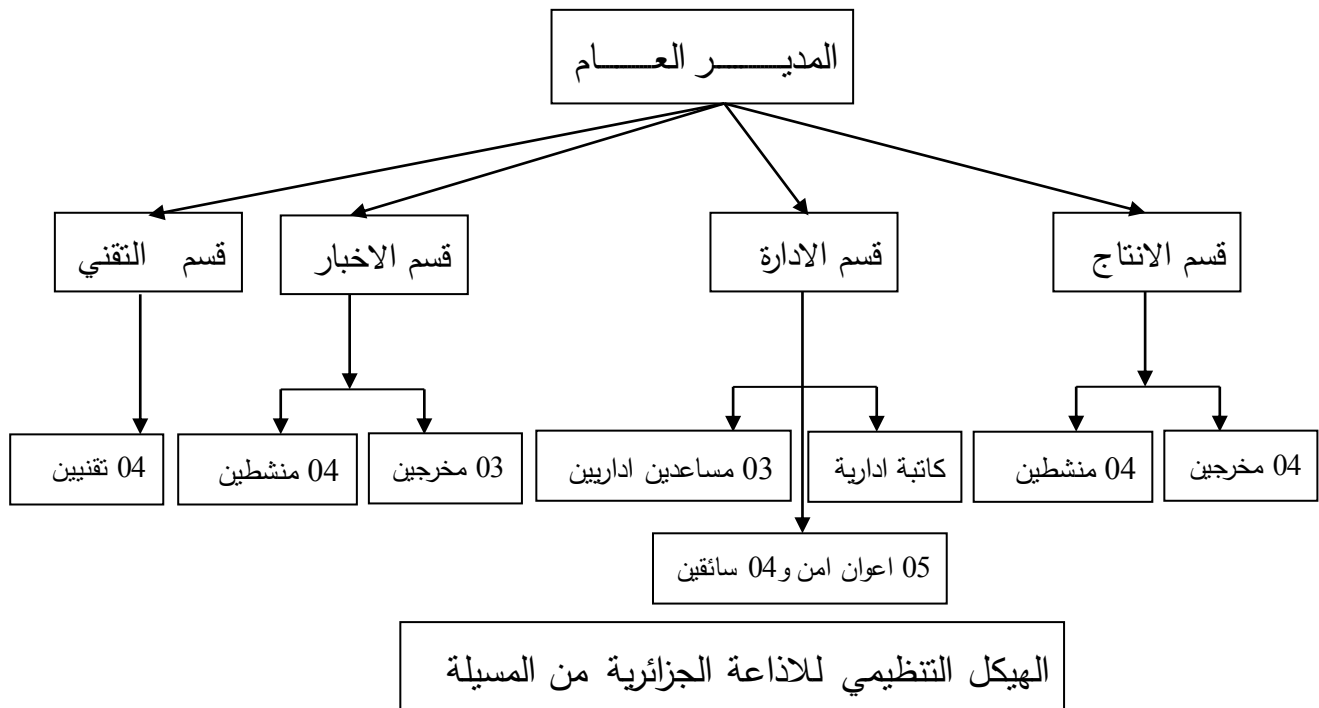
- 05 اعوان امن.

- 04 سائقين .

- 02 عمال نظافة .

- ثم قسم الامن والحظيرة .

رغم حداثة اذاعة المسيلة الجهوية ورغم عدم ادراك البعض قيمة الاشهار للمنتوج ودور الاذاعة المحلية الريادي في ذلك. رغم كل هذا بادر رجال الاعمال والمؤسسات العمومية والخاصة بغرض خدماتهم على الجمهور من خلال امواج اذاعة المسيلة . التي خصصت مكتبا لذلك، وقد لقيت مختلف العمليات الاشهارية منذ انطلاق الاذاعة نجاحا باعتراف المشهرين انفسهم .



المصدر: مقابلة مع نعيحي النوري، رئيس مصلحة الادارة والمالية نفس التاريخ والساعة .

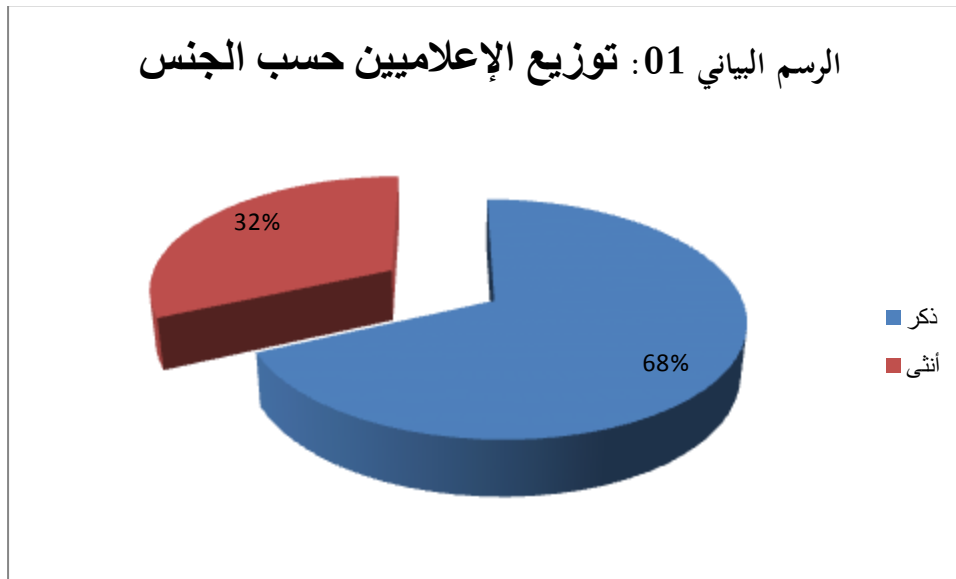
جدول رقم 01: توزيع الإعلاميين حسب الجنس.

النسبة %	التكرار	
68.2%	15	ذكر
31.8%	7	أنثى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يبين توزيع الإعلاميين وفق الجنس أن غالبية الإعلاميين بنسبة

68.2 % ذكور أما الإناث فنسبتهم 31.8%. أي الثلث وهي وإن كانت أقل لا تتنافى مع ولوج المرأة لمختلف

ميادين العمل ومنحها الدولة فرص نشاط بالتوازي مع الرجل.



جدول رقم 02: توزيع الإعلاميين حسب السن.

النسبة %	التكرار	
27.3%	6	29 - 25
50.0%	11	39 - 30
22.7%	5	49 - 40
0%	00	50 فأكثر
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 الذي يبين توزيع الإعلاميين وفق للفئة العمرية أن أعمار الإعلاميين

بين 25-50 فأكثر حيث تتوزع الأعمار كالتالي: 27.3 % من الفئة العمرية 25 - 29، 50 % في الفئة

العمرية من 30 - 39، 22.7 % في الفئة العمرية 40-49.

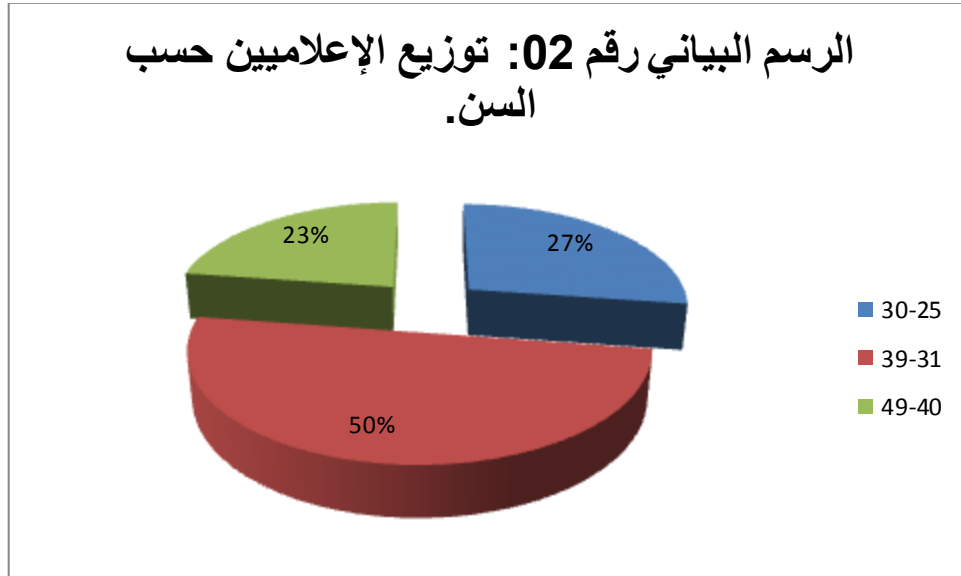
من خلال الجدول رقم 02 الذي يمثل توزيع الإعلاميين وفقا للفئة العمرية نجد أن نصف الإعلاميين في

سن الثلاثينيات فيما بلغت نسبة 27 % لسن العشرينات أي أن 77 % من أفراد العينة دون السن الأربعين مما

يدل أن العاملين بالإذاعة من فئة الشباب المتميز بالحماس والحيوية في العمل وقد بلغ المتوسط الحسابي لسن

المبحوثين 35 سنة الذي يؤكد شبابية العاملين وذلك حسب العملية التالية:

$$\frac{5 \times 45 \times 11 \times 35 \times 6 \times 25}{22} \cong 34.5$$



جدول رقم 03: توزيع الإعلاميين حسب التخصص العلمي.

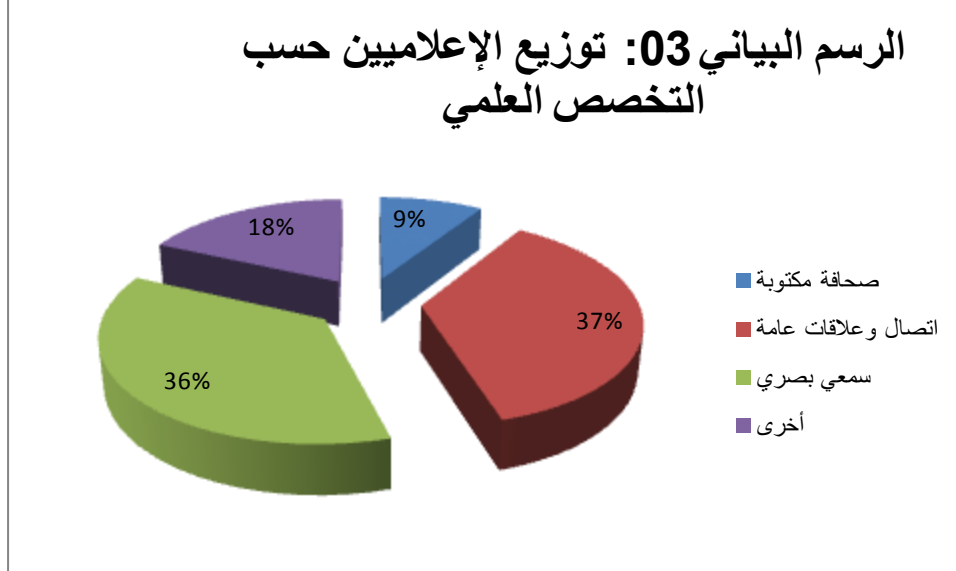
النسبة %	التكرار	
9.1%	2	صحافة مكتوبة
36.4%	8	اتصال وعلاقات عامة
36.4%	8	سمعي بصري
18.2%	4	أخرى
100.0	22	المجموع

يؤكد الجدول رقم 03 أن توزيع الإعلاميين في التخصصات اتصال وعلاقات عامة، سمعي بصري كانت النسب متساوية فيما بينهما 36.4% في حين صحافة مكتوبة كانت النسبة 9.1% أما التخصصات الأخرى هي علوم سياسية، صحافة سياسية وقانونية، تسويق أدب كانت نسبتها 18.2%.

من خلال الجدول رقم 03 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب متغير التخصص العلمي نلاحظ أن حوالي ثلث الإعلاميين 36.4% في تخصص يتوافق مع مهنة العمل الإذاعي سمعي / بصري فيما نجد أن حوالي نصف

الإعلاميين 45.5% في التخصصات الإعلامية الأخرى (صحافة مكتوبة - اتصال علاقات عامة) وبالتالي نجد

حوالي 82% من الإعلاميين هي تخصصات علمية إعلامية.



جدول رقم 04: توزيع الإعلاميين حسب الخبرة المهنية.

النسبة %	التكرار	
13.6%	3	5-3
40.9%	9	8-6
18.2%	4	11-9
27.3%	6	14-12
00%	0	15 فأكثر
100.0	22	المجموع

يوضح الجدول رقم 04 أن أغلبية الإعلاميين بنسبة 40.9 % كانت مدة عملهم 6-8 سنوات بينما

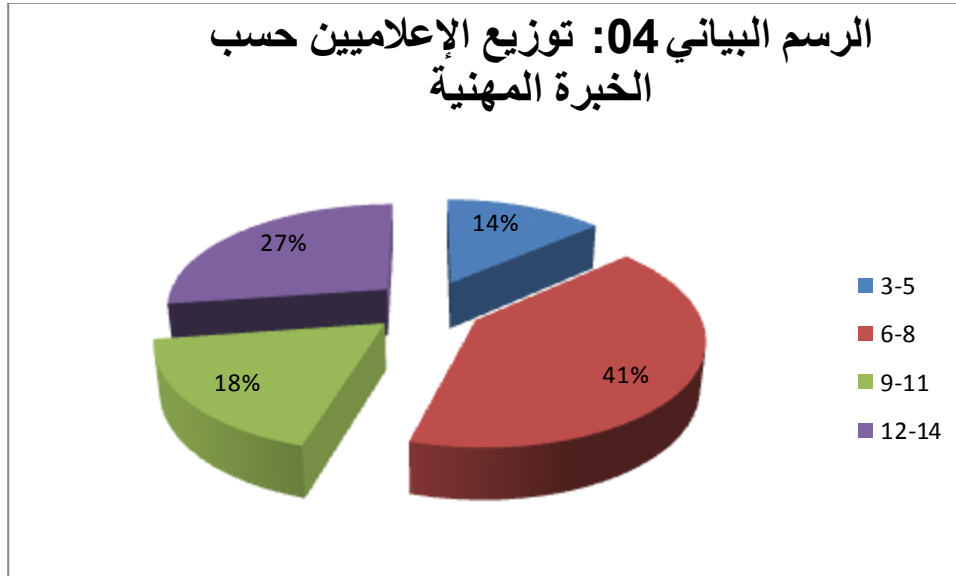
تراوحت فترة نسبة العمل 27.3 % لـ 14-12 سنة ثم تأتي نسبة 18.2 % من 11-9 سنة وأخيرا 13.6

% من 5-3 سنوات. بحساب المتوسط الحسابي:

$$\frac{6 \times 13 + 4 \times 10 + 9 \times 5 + 3 \times 4}{22} \cong 9$$

أي أن المتوسط الحسابي للخبرة المهنية يقدر بحوالي 9 سنوات وهو قدر لا بأس به في العمل المهني. بحيث

تقدر بداية الخبرة المهنية في معظم مجالات العمل بـ 5 سنوات.



جدول رقم 05: توزيع الإعلاميين حسب نوعية منصب العمل.

النسبة %	التكرار	
90.9%	20	منصب دائم
4.5%	1	غير مثبت وأعمل بشكل جزئي
4.5%	1	أعمل بالقطعة وأتقاضى أجرا على الموضوع
0%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

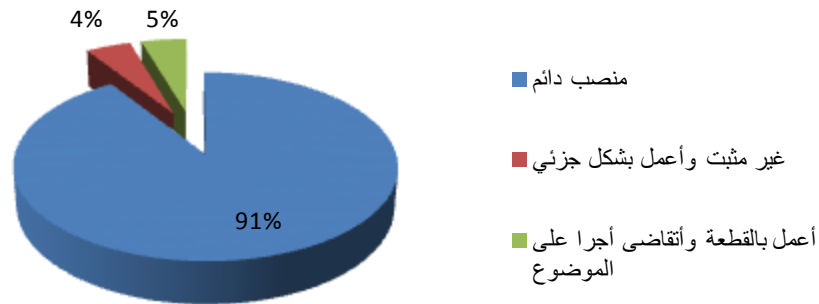
يظهر الجدول رقم 05 أن مدى ارتباط بالعمل في الإذاعة بمنصب دائم كانت النسبة 90.9 % بينما

تتساوى بغير مثبت وأعمل بشكل جزئي، أعمل بالقطعة وأتقاضى أجرا على الموضوع بنسبة 4.5 %.

أي أن جل الإعلاميين بالإذاعة ذو مناصب دائمة ما يعني استقرار مهني ونفسي أفضل والذي بدوره يؤدي

إلى إعطاء وآداء أكثر فعالية.

الرسم البياني رقم 05: توزيع الإعلاميين حسب نوعية منصب العمل.



جدول رقم 06: يبين طبيعة عمل الإعلامي في الإذاعة.

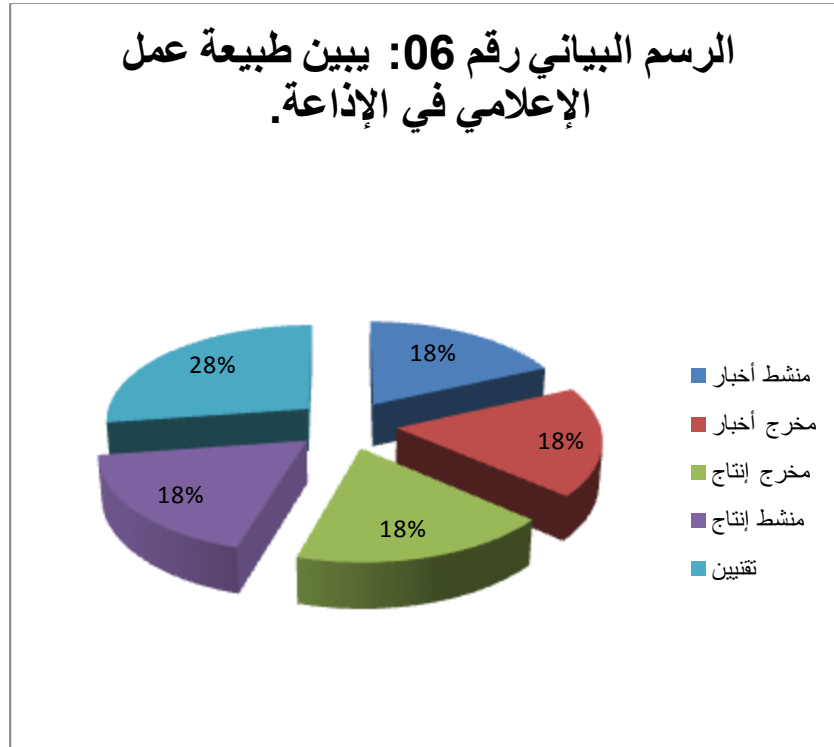
النسبة %	التكرار	
18.18%	4	منشط أخبار
18.18%	4	مخرج أخبار
18.18%	4	مخرج إنتاج
18.18%	4	منشط إنتاج
27.27%	6	تقنيين
100.0	22	المجموع

يتبين لنا أن النسب متساوية بين منشط أخبار ومخرج أخبار ومخرج إنتاج ومنشط إنتاج، تقنيين حيث قدرت

بـ 18.18%، بينما نجد عند التقنيين أو الفنيين 27.27% . وتساوي النسب يدل على وجود توازن بين

مختلف المهام داخل العمل الإذاعي وهذا يسهل عملية التنسيق بين الأعمال وتقاسم متوازي للأعمال وكل ذلك

يؤدي إلى نتائج أفضل ومردودية أحسن لفريق العمل.



جدول رقم 07: توزيع الإعلاميين حسب سبب اختيارهم للعمل الإذاعي.

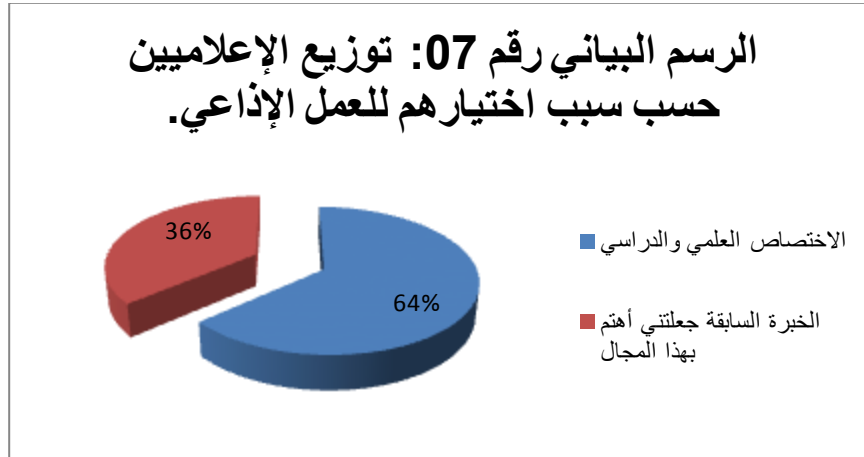
النسبة %	التكرار	
63.6%	14	الاختصاص العلمي والدراسي
36.4%	8	الخبرة السابقة جعلتني أهتم بهذا المجال
100.0	22	المجموع

أما سبب اختيارهم لهذا العمل فيتضح لنا من خلال الجدول رقم 07 أن 63.6 % سببهم هو

الاختصاص العلمي والدراسي أما نسبة 36.4 % السبب هو الخبرة السابقة جعلتني أهتم بهذا المجال.

من خلال الجدول يدل أن أغلب أفراد الإعلاميين كان منطلق اختيارهم للعمل الإذاعي هو منطلق علمي

وهذا مؤشر إيجابي للعمل المهني.



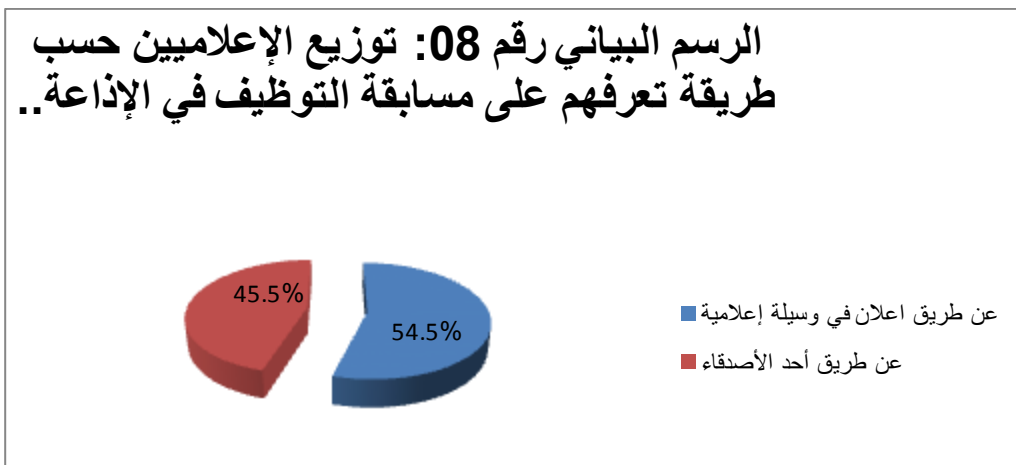
جدول رقم 08: توزيع الإعلاميين حسب طريقة تعرفهم على مسابقة التوظيف في الإذاعة.

النسبة %	التكرار	
54.5%	12	عن طريق اعلان في وسيلة إعلامية
45.5%	10	عن طريق أحد الأصدقاء
100.0	22	المجموع

جدول رقم 08 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب طريقة تعرفهم على مسابقة التوظيف في الإذاعة أن ما

نسبته 54.5 % من الإعلاميين علموا بشأن مسابقة توظيف من خلال إعلان في وسيلة إعلامية وقال 45.5

% منهم أنهم علموا بشأن المسابقة عن طريق أحد الأصدقاء.



جدول رقم 09: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في درجة توفر الامكانيات الفنية في الإذاعة.

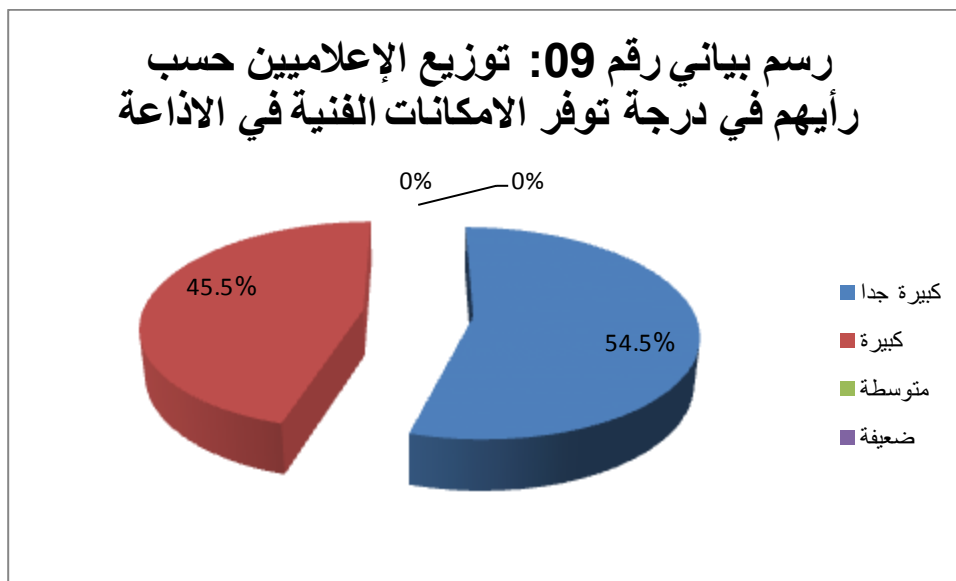
النسبة %	التكرار	
00%	0	كبيرة جدا
54.5%	12	كبيرة
45.5%	10	متوسطة
00%	0	ضعيفة
00%	0	ضعيفة جدا
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في درجة توفر الامكانيات

الفنية في الإذاعة أن رأي 54.5 % منهم يرون أن الإمكانيات متوفرة بدرجة كبيرة فيها بلغ رأي 45.5 %

يرون أن الإمكانيات متوفرة بدرجة متوسطة فيها فيما لم نسجل أي رأي حول ضعف الإمكانيات الفنية وهذا

يدل أن الإعلاميين راضون بالإجمال عن توفر الإمكانيات الفنية للعمل الإذاعي .



جدول رقم 10: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الأمور الفنية التي تستوجبها الإذاعة.

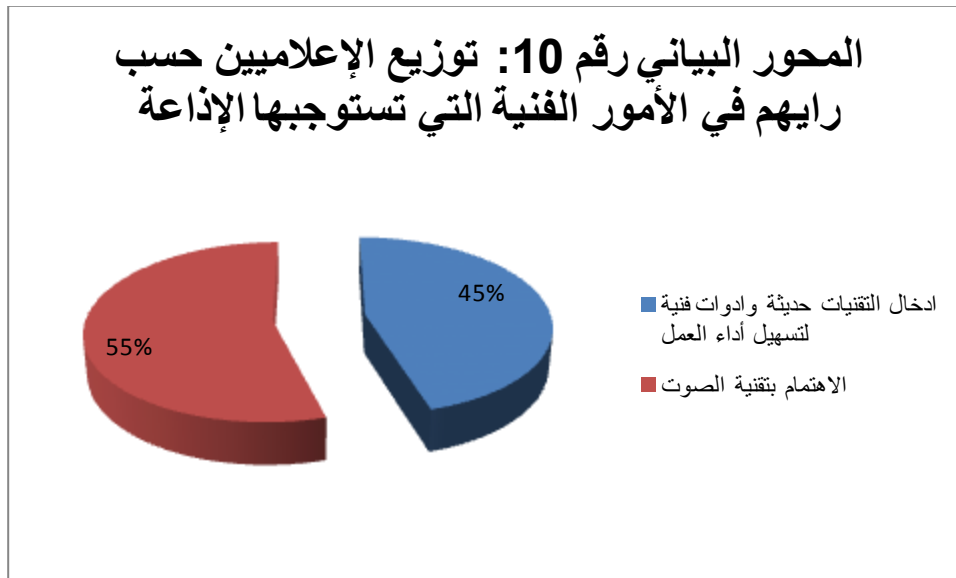
النسبة %	التكرار	
45.5%	10	ادخال التقنيات حديثة وأدوات فنية لتسهيل أداء العمل
54.5%	12	الاهتمام بتقنية الصوت
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الأمور الفنية التي

تستوجبها الإذاعة أن 45.5% يرون أن الإذاعة تستوجب إدخال تقنيات وأدوات فنية حديثة لتسهيل أداء العمل

الإذاعي وما يتطلبه من مواكبة التطورات العالمية فيما يرى 54.5% أن الاهتمام يجب أن ينصب على تطوير

تقنية الصوت لكون الصوت هو اساس العمل الإذاعي على عكس الوسائل الإعلامية الأخرى.



جدول رقم 11: توزيع الإعلاميين حسب جو العمل داخل المؤسسة الإذاعية.

النسبة %	التكرار	
22.7 %	5	يسود الحب والاحترام بينهم
22.7 %	5	يسود التنافس الشريف في بينهم
22.7 %	5	يتصفون بالعمل الفردي والأنانية
31.8 %	7	يسودهم العمل الجماعي الايجابي
00 %	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب جو العمل داخل المؤسسة الإذاعية

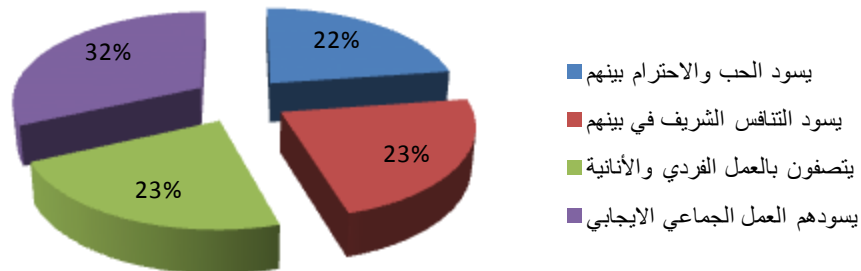
أن نسبة 31.8 % يرون أنهم يسود العمل الجماعي الإيجابي وتساوت النسب بين يسود الحب والاحترام بينهم،

يسود التنافس الشريف بينهم، يتصفون بالعمل الفردي والأنانية، بنسبة 22.7 %.

إن أغلبية أفراد العينة بنسبة 88 % يرون أن الجو النفسي للعمل داخل المؤسسة الإذاعية ايجابي ومناسب

للعمل والأداء الفعال وهذا أيضا أحد المؤشرات الإيجابية للعمل المهني في أي مؤسسة.

الرسم البياني رقم 11: توزيع الإعلاميين حسب جو العمل داخل المؤسسة الإذاعية..



جدول رقم 12: توزيع الإعلاميين حسب طبيعة العلاقة بين الإعلاميين والإدارة.

النسبة %	التكرار	
27.3%	6	علاقة ود وتعاون
72.7%	16	علاقة عمل عادية
0%	0	علاقة سيئة وغير عادية
100.0%	22	المجموع

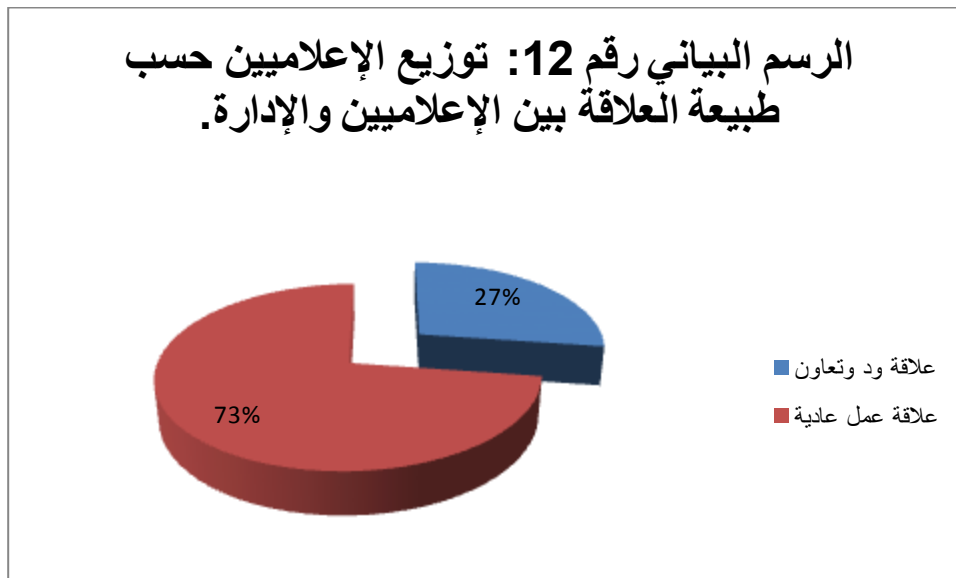
الجدول رقم 12 يصف العلاقة بين القائم بالاتصال وإدارة الإذاعة حيق قال 72.7 % علاقة عمل

عادية و 27.3 % علاقة ود وتعاون.

إن أكثر من ثلثي أفراد العينة 72 % يرون أن علاقة العمل العادية فإلمهم أنها ليست سلبية خاصة إذا

أضفنا لها نسبة 27 % ترى أنها علاقة ود وتعاون وهذه النتائج في مجملها لا تتعارض مع الجدول السابق

رقم 11.



جدول رقم 13: توزيع الإعلاميين حسب وتيرة الحضور لاجتماعات الإذاعة.

النسبة %	التكرار	
22.7%	5	دائما
27.3%	6	غالبا
31.8%	7	أحيانا
18.2%	4	نادرا
0%	0	لا أحضر
100.0	22	المجموع

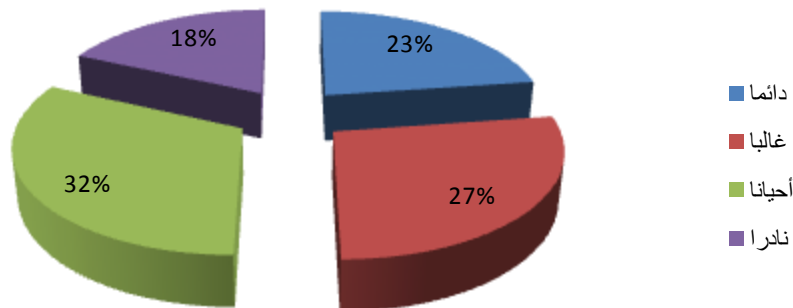
يوضح جدول رقم 13 وتيرة حضور العاملين للاجتماعات في الإذاعة حيث قال 31.8% أحيانا

و 27.3% غالبا و 22.7% دائما و 18.2% نادرا.

من خلال الجدول نجد 50% لا يحضرون بانتظام اجتماعات الإدارة وهذا مؤشر سلبي للعمل المهني

داخل المؤسسة ويوحى إلى وجود بعض التهاون ونقص الجدية أو لظروف معينة أخرى.

الرسم البياني رقم 13: توزيع الإعلاميين حسب وتيرة الحضور لاجتماعات الإذاعة.

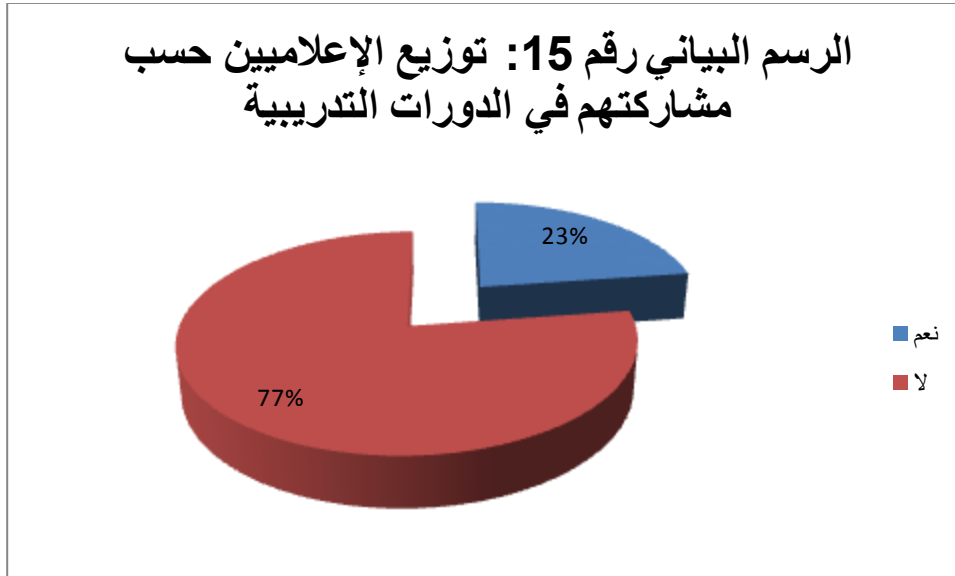


الجدول رقم 15: توزيع الإعلاميين حسب مشاركتهم في الدورات التدريبية.

التكرار	النسبة %	
5	22.7%	نعم
17	77.3%	لا
22	100.0	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب مشاركتهم في الدورات التدريبية نلاحظ أن 77.3 % لم يلتحقوا بدورات تدريبية وهذه النتيجة تبين على نقص فاضح في عدد الملتحقين بدورات التدريب بالرغم ان الكثير منهم ذو خبرة مهنية لا تقل عن 8 سنوات كما أكدته الجدول رقم 4 اي أن الأجر أن نصف الإعلاميين قد التحقوا بدورات تدريبية ولو مرة واحدة، وكل هذا يدل على نقص الاهتمام بالجانب التدريبي والتحسيني للمستوى المهني لدى الإعلاميين في إذاعة المسيلة.

الرسم البياني رقم 15: توزيع الإعلاميين حسب مشاركتهم في الدورات التدريبية



الجدول رقم 16: توزيع الإعلاميين حسب أسباب عدم المشاركة في الدورات التدريبية.

النسبة %	التكرار	
41.17%	7	نقص كبير في فرص المشاركة في الدورات التدريبية
29.41%	5	لم تبرمج
29.41%	5	لا توجد دورات تدريبية للمراسلين
100.0%	17	المجموع

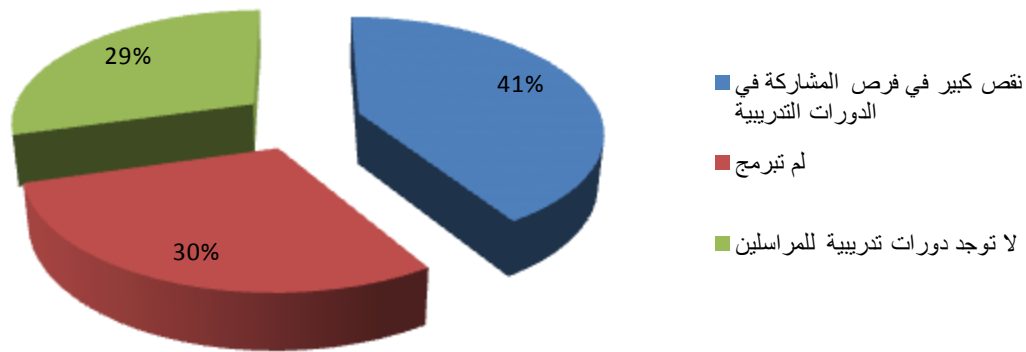
نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب أسباب عدم المشاركة في الدورات

التدريبية أن 41.17 % لم يلتحقوا بدورات تدريبية وذلك لنقص فرص المشاركة فيها وتساوت النسب بين عدم

برمجة أو عدم وجود دورات تدريبية للمراسلين بمجموع 58.82 % وهذا ما يؤكد نقص اهتمام المؤسسات

الإعلامية المختلفة في تنظيم دورات تدريبية متخصصة في العمل الإعلامي.

الرسم البياني رقم 16: توزيع الإعلاميين حسب أسباب عدم المشاركة في الدورات التدريبية.



الجدول رقم 17: توزيع الإعلاميين حسب سبب رغبتهم في الالتحاق بالدورات التدريبية.

النسبة %	التكرار	
31.8%	7	لان الدورات التي تعقد تدخل في إطار اهتمامي
63.6%	14	أجد أنني بحاجة لهذه الدورات
4.5%	1	لأني ملزم في إطار مهنتي
0%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب سبب رغبتهم في الالتحاق

بالدورات التدريبية أن نسبة 63.6 % يلتحقون بالدورات التدريبية لأنهم بحاجة لهذه الدورات ونسبة 31.8 %

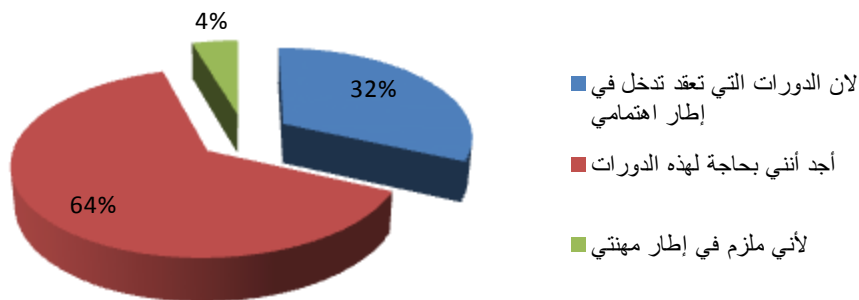
سبب التحاقهم أن هذه الدورات تدخل في إطار اهتمامهم ونسبة 4.5 % هم ملزمون بها في إطار مهنتهم.

نستنتج من خلال هذه الملاحظة أن عامل الرغبة الذاتية في تطوير المهارات والآداء المهني هو العامل

الأساسي لكل العاملين ما عدا فرد واحد وهو شاذ لا يقاس عليه ولا يؤثر في هذه النتيجة وهذا مؤشر إيجابي لدى

حب وتفاني الإعلاميين في مهنتهم ومختلف مهامهم.

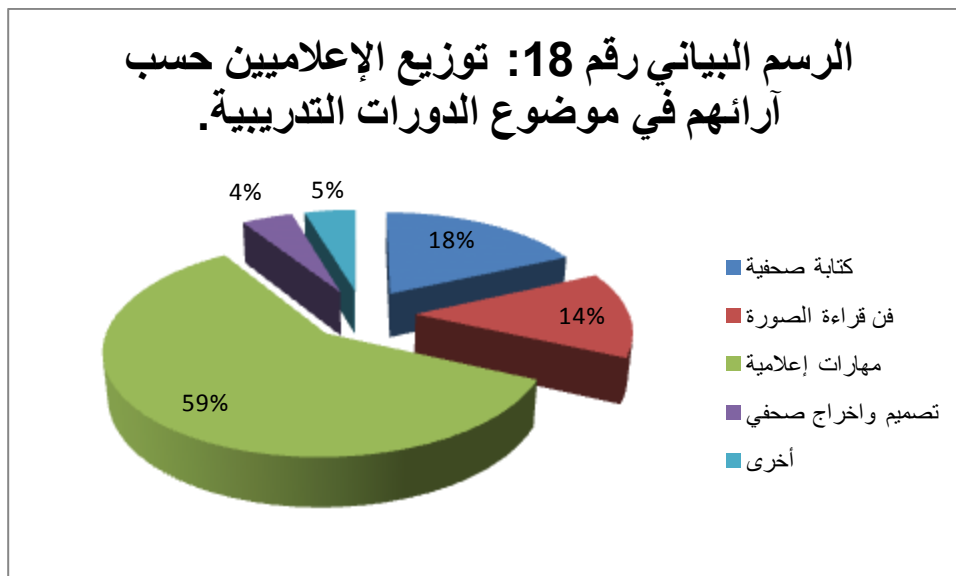
الرسم البياني رقم 17: توزيع الإعلاميين حسب سبب رغبتهم في الالتحاق بالدورات التدريبية.



الجدول رقم 18: توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في موضوع الدورات التدريبية.

النسبة %	التكرار	
18.2%	4	كتابة صحفية
13.6%	3	فن قراءة الصورة
59.1%	13	مهارات إعلامية
4.5%	1	تصميم وإخراج صحفي
4.5%	1	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في موضوع الدورات التدريبية أن نسبة 59.1% ترى أن موضوع الدورات هو مهارات إعلامية في حين نسبة 18.2% ترى أن موضوعها يكون كتابة صحفية ونسبة 13.6% ترى أن يكون حول فن قراءة الصورة وتتساوى النسب بين تصميم وإخراج صحفي، ومواضيع أخرى تمثلت في آخر مستجدات التسويق ودورات في الإنتاج والإخراج بنسبة 4.5%.



جدول رقم 19: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في هدف الدورات التدريبية.

النسبة %	التكرار	
36.4%	8	رفع مستوى الأداء العلمي واكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام الإذاعي
18.2%	4	اكتساب مهارات جديدة وفي فن مجال الاعلام الإذاعي
40.9%	9	التعرف على شخصيات وخبراء في مجال الأعلام الإذاعي
4.5%	1	أخرى
100.0	22	المجموع

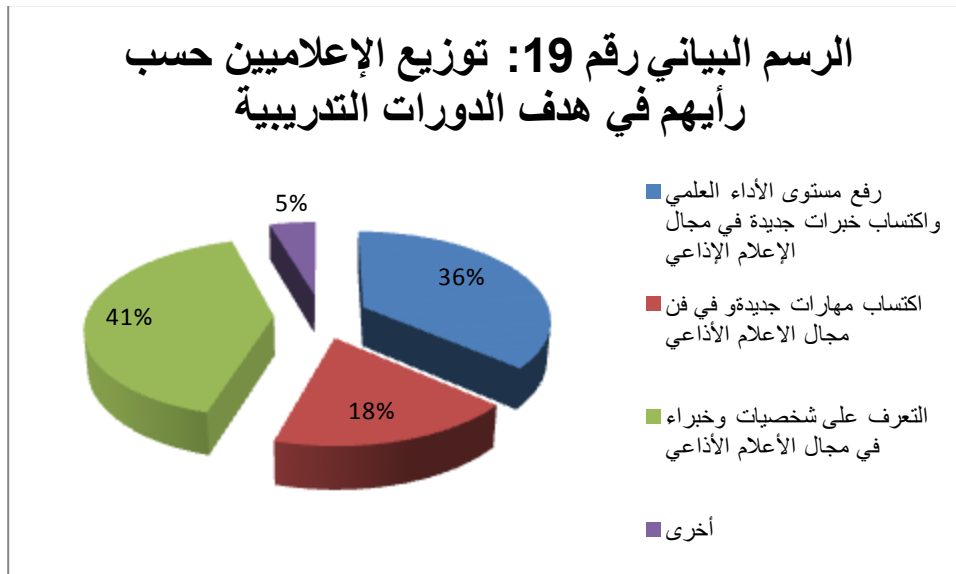
نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في هدف الدورات التدريبية

أن نسبة 40.9 % قالوا أن الدورات تهدف إلى التعرف على شخصيات وخبراء في مجال الإعلام الإذاعي

و 36.4 % قالوا برفع المستوى الأداء العلمي واكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام الإذاعي، 18.2 %

قالوا باكتساب مهارات جديدة في فن الإعلام الإذاعي و 4.5 % مهارات أخرى هي اكتساب خبرات متجددة

في مجال الإشهار الإذاعي.



جدول رقم 20: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الجهة الموفرة للدورات التدريبية.

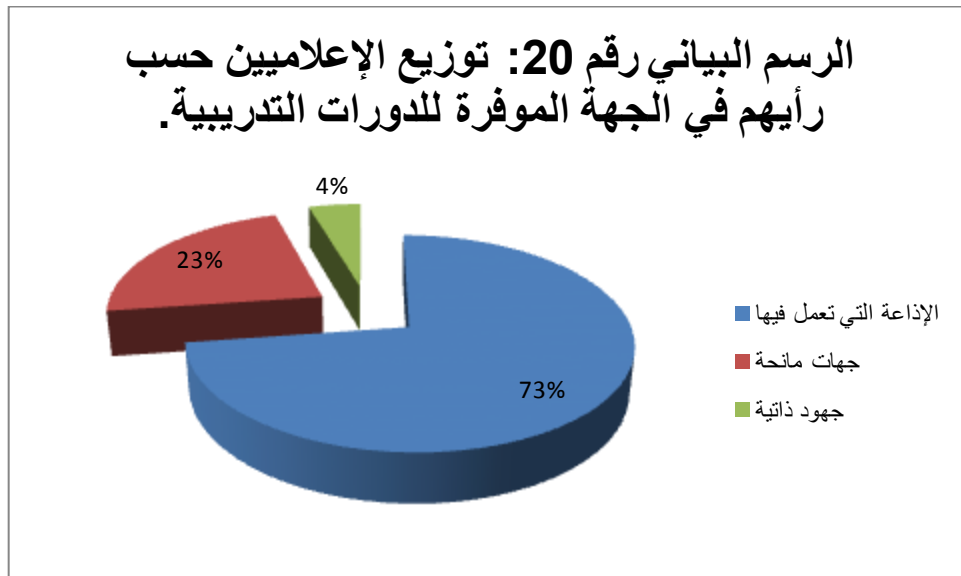
النسبة %	التكرار	
72.7%	16	الإذاعة التي تعمل فيها
22.7%	5	جهات مانحة
4.5%	1	جهود ذاتية
0%	0	مؤسسات خيرية
0%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في الجهة الموفرة للدورات

التدريبية أن نسبة 72.7 % هي الإذاعة التي يعمل بها هي الجهة الموفرة للدورات التدريبية ونسبة 22.7 % جهات مانحة ونسبة 4.5 % جهود ذاتية.

نلاحظ أن الإذاعة هي الراعي الأساسي لتوفير دورات تدريبية إلا أن ذلك لم يمنع من وجود جهات

خارجية وهذا أمر يؤكد على تحمل الإذاعة مسؤولية تدريب ومتابعة أعمالها.



جدول رقم 21: توزيع الإعلاميين حسب درجة حاجتهم للمهارات الاتصالية.

الإجمالي العام		ضعيفة		متوسطة		كبيرة جدا		كبيرة		درجة الحاجة للمهارات رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	22	/	00	13.6	3	40.9	9	45.5	10	درجة حاجتك للإمام بمتطلبات العمل الإذاعي
100	22	/	00	4.5	1	36.4	8	59.1	13	درجة حاجتك للثقافة العامة
100	22	/	00	31.8	7	9.1	2	59.1	13	درجة حاجتك للقدرة على التعبير والكتابة والمحادثة
100	22	/	00	22.7	5	13.6	3	63.6	14	درجة حاجتك للقدرة على الاختزال والإثارة في عرض الموضوعات
100	22	/	00	31.8	7	18.2	4	50	11	درجة حاجتك السرعة في تغطية الأخبار
100	22	/	00	13.6	3	27.3	6	59.1	13	درجة حاجتك لمعرفة التقنيات الفنية والإبداعية المتعلقة بمجال العمل
100	22	4.5	1	27.3	6	13.6	3	54.5	12	درجة حاجتك سرعة الكتابة أمام ضغط المتحدث
100	22	9.1	2	27.3	6	18.2	4	45.5	10	درجة حاجتك للقدرة على الإصغاء والاستماع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب درجة حاجتهم للمهارات الاتصالية حيث بلغت نسبة درجة الإلمام بمتطلبات العمل الإذاعي للعاملين في الإذاعة 45.5 % بدرجة كبيرة و40.9 % بدرجة كبيرة جدا و13.6 % بدرجة متوسطة اي حوالي 87 % يرون ان درجة حاجتهم بمتطلبات العمل الإذاعي كبيرة.

أما درجة الحاجة للثقافة العامة فكانت النسبة 59.1 % بدرجة كبيرة و36.4 % بدرجة كبيرة جدا و4.5 % درجة متوسطة أي أن درجة الحاجة الكبيرة لـ 95 % من الإعلاميين.

أما درجة حاجتك للقدره على التعبير والكتابة والمحادثه فجاءت نسبة 59.1 % بدرجة كبيرة 31.8 % بدرجة متوسطة و9.1 % بدرجة كبيرة جدا.

أما درجة حاجتك للقدره على الاختزال والإثارة في عرض الموضوعات فكانت النسبة 36.6 % بدرجة كبيرة و22.7 % بدرجة متوسطة 13.6 % بدرجة كبيرة جدا.

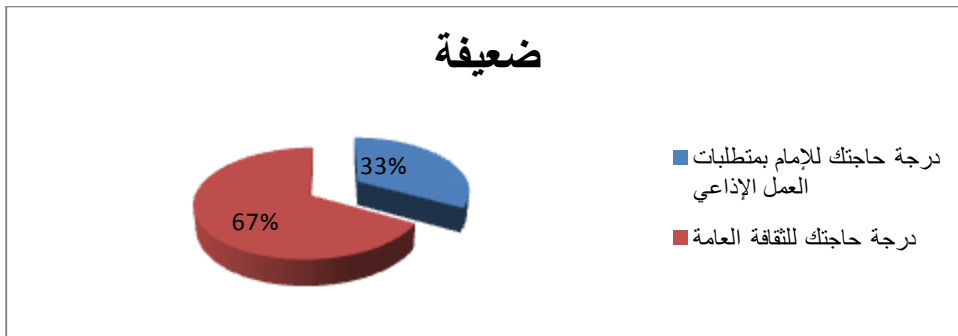
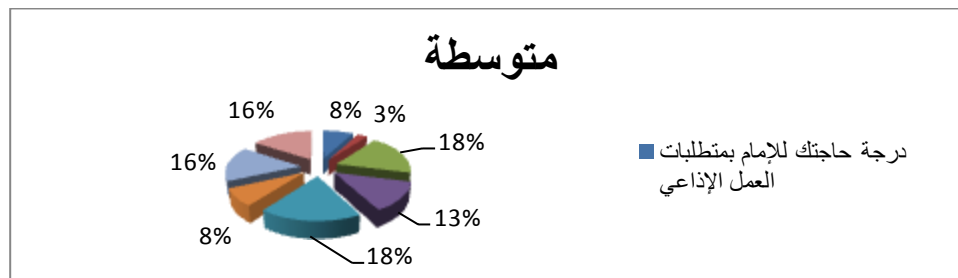
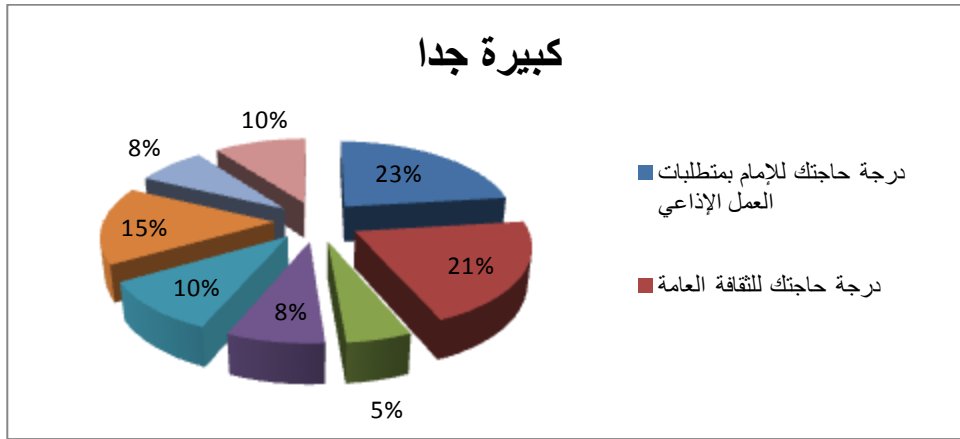
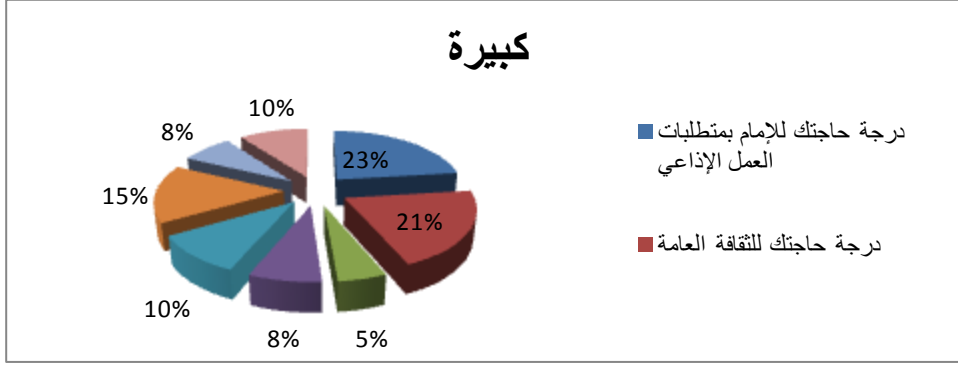
أما درجة حاجتك السرعة في تغطية الأخبار جاءت نسبة 50 % بدرجة كبيرة ونسبة 31.8 % بدرجة متوسطة في حين 18.2 % بدرجة كبيرة جدا.

أما درجة حاجتك لمعرفة التقنيات الفنية والإبداعية المتعلقة بمجال العمل كانت النسبة 59.1 % بدرجة كبيرة و27.3 % بدرجة كبيرة جدا، 13.6 % بدرجة متوسطة.

أما درجة حاجتك سرعة الكتابة أمام ضغط المتحدث فجاءت نسبة 54.5 % بدرجة كبيرة ونسبة 27.3 % بدرجة متوسطة ونسبة 13.6 % بدرجة كبيرة جدا ونسبة 4.5 % بدرجة ضعيفة.

أما درجة حاجتك للقدره على الإصغاء والاستماع فجاءت نسبة 45.5 % بدرجة كبيرة، 27.3 % بدرجة متوسطة، 18.2 % درجة كبيرة جدا 9.1 % بدرجة ضعيفة.

نستنتج من خلال كل هذه البيانات أن الإعلاميين في الإذاعة بحاجة ماسة لرفع مستوى مختلف المهارات الاتصالية بسبب نقص المستوى المهاري للأغلبية منهم وبالتالي وضرورة تكثيف دورات تدريبية ولتحسين المستوى ولارفع من الأداء.

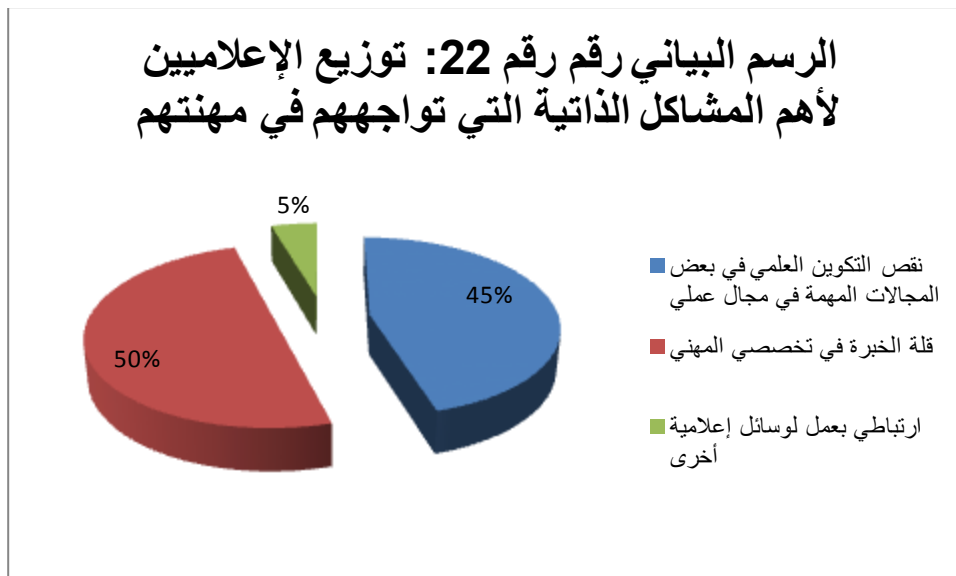


جدول رقم 22: توزيع الإعلاميين لأهم المشاكل الذاتية التي تواجههم في مهنتهم.

النسبة %	التكرار	
45.5%	10	نقص التكوين العلمي في بعض المجالات المهمة في مجال عملي
50.0%	11	قلة الخبرة في تخصصي المهني
4.5%	1	ارتباطي بعمل لوسائل إعلامية أخرى
00%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 الذي يبين توزيع الإعلاميين لأهم المشاكل الذاتية التي تواجههم في مهنتهم المشاكل الذاتية التي يعاني منها العامل في مهنته حيث قال 50% يرون قلة الخبرة في التخصص المهني ونسبة 45.5% في نقص التكوين العلمي في بعض المجالات المهمة في مجال عملي ونسبة 4.5% يرون المشكل في ارتباطهم بعمل لوسائل إعلامية أخرى.

نستنتج من كل هذا أن المشكل العلمي يتساوى مع مشكل الخبرة المهنية للعاملين الإعلاميين ما يعني أن المستوى العلمي لنصف العينة يحتاج لتعزيز ونفس الملاحظة مع النصف الآخر الذي يحتاج إلى الرسكلة العلمية.



الجدول رقم 23: توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي يواجههم فيما بينهم.

النسبة %	التكرار	
22.7%	5	عدم تعاونهم واحترامهم لزملائهم في العمل
45.5%	10	اعتمادهم واتكالهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به
31.8%	7	أخرى
100.0	22	المجموع

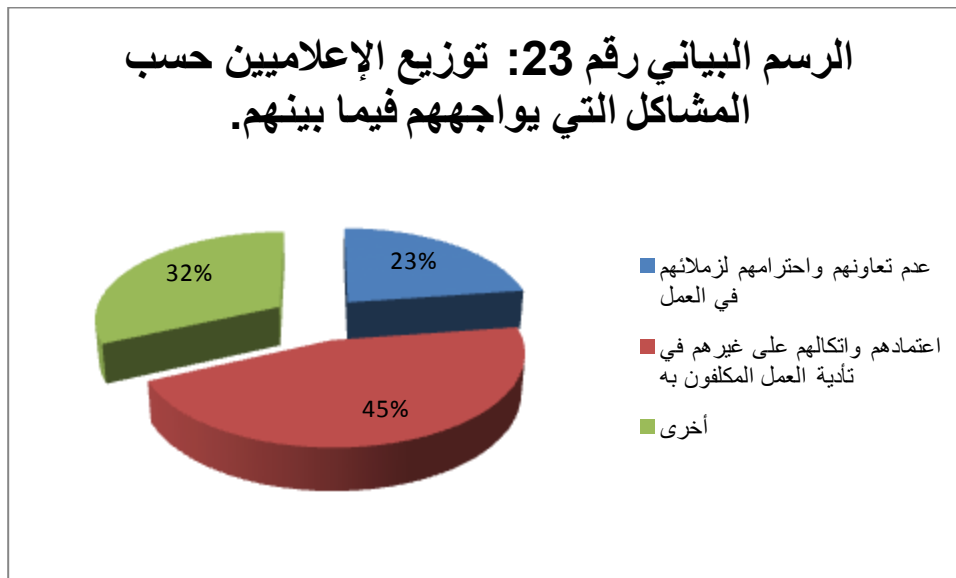
نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي يواجههم فيما بينهم

يظهر أن 45.5% يرون المشكل في اعتماد واتكال الزملاء على بعضهم البعض في تأدية العمل وقال 22.7%

% يرون في الأمر عدم تعاون عد ونقص الاحترام في العمل.

نستنتج من الجدول وجود نسبة معتبرة لروح الاتكالية بين العاملين وهذا مؤشر سلبي للعمل المهني الفعال

داخل المؤسسة.



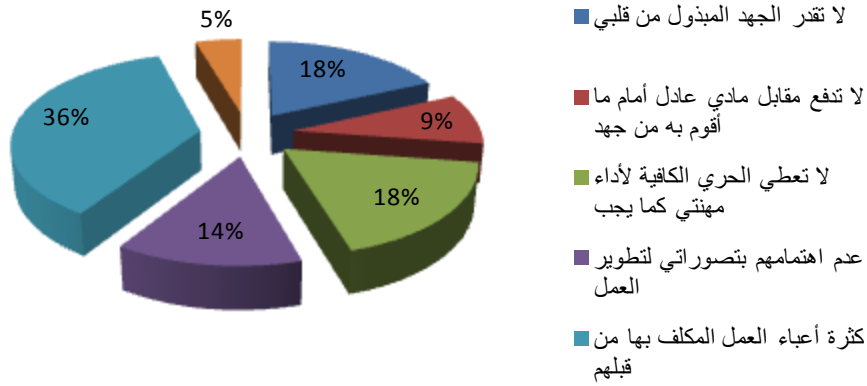
جدول رقم 24: توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي تواجههم من قبل إدارة الإذاعة.

النسبة %	التكرار	
18.2%	4	لا تقدر الجهد المبذول من قبلي
9.1%	2	لا تدفع مقابل مادي عادل أمام ما أقوم به من جهد
18.2%	4	لا تعطي الحري الكافية لأداء مهنتي كما يجب
13.6%	3	عدم اهتمامهم بتصوراتي لتطوير العمل
36.4%	8	كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم
4.5%	1	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي تواجههم من قبل إدارة الإذاعة العاملين يعانون من مشاكل من طرف الإدارة حيث قالوا أن كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم جاءت بنسبة 36.4 % أن عدم إعطاء الحرية الكافية لأداء مهنتي كما يجب وعدم تقدير مجهودات بنفس النسبة 18.2 % وعدم الاهتمام بالتصورات لتطوير العمل جاءت بنسبة 13.6 % أما عدم دفع مقابل مادي عادل أمام ما يؤدي من جهد فجاءت بنسبة 9.1 % .

نستنتج من خلال هذا الجدول تنوعا في مختلف المشاكل الصادرة من الجهة المسؤولة على افعلاميين والتي تدور في مجملها على الجانب المعنوي من نقص التقدير والتحضير للإعلامي أثناء أداء مهامه.

الرسم البياني رقم 24: توزيع الإعلاميين حسب المشاكل التي تواجههم من قبل إدارة الإذاعة.



جدول رقم 25: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في نقائص العمل في الإذاعة.

النسبة %	التكرار	
45.5%	10	ضعف التأهيل المهني للصحافة الإذاعي
27.3%	6	فقدان التدريب والتوجيه الكافي من إدارة الإذاعة
22.7%	5	عدم الاهتمام بمتطلبات العمل الإذاعي
4.5%	1	عدم الاجتهاد في تطوير الأداء والمردود المهني
0%	0	الروتين وعدم اهتمام بابتكار أفكار جديدة وإبداعية
0%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

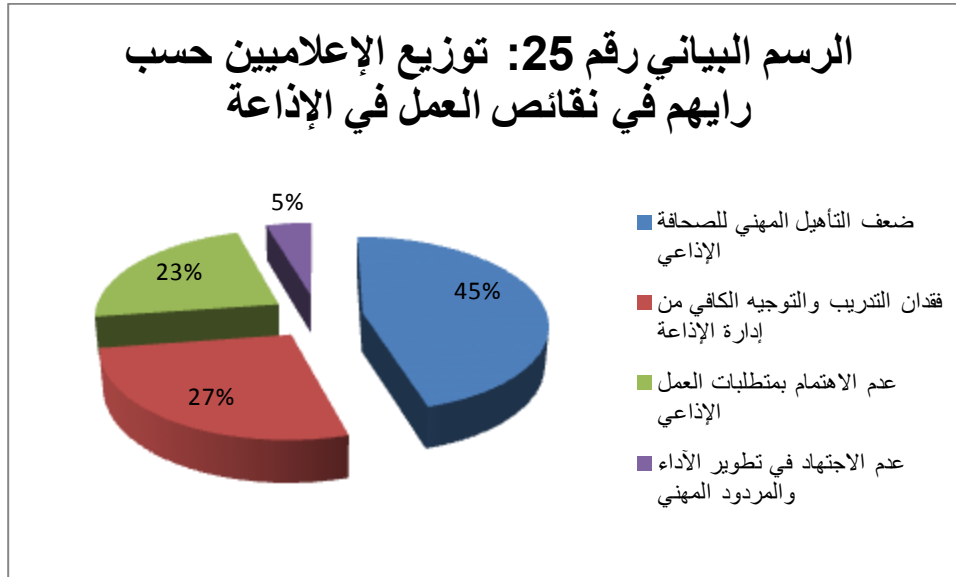
نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في نقائص العمل في الإذاعة

أن نسبة 45.5% قالوا أن أهم مأخذ هو ضعف التأهيل المهني للصحافة الإذاعي ونسبة 27.3% قالوا

فقدان التدريب والتوجيه الكافي من إدارة الإذاعة بينما نسبة 22.7% قالوا عدم الاهتمام بمتطلبات العمل

الإذاعي و4.5% قالوا عدم الاجتهاد في تطوير الأداء والمردود المهني.

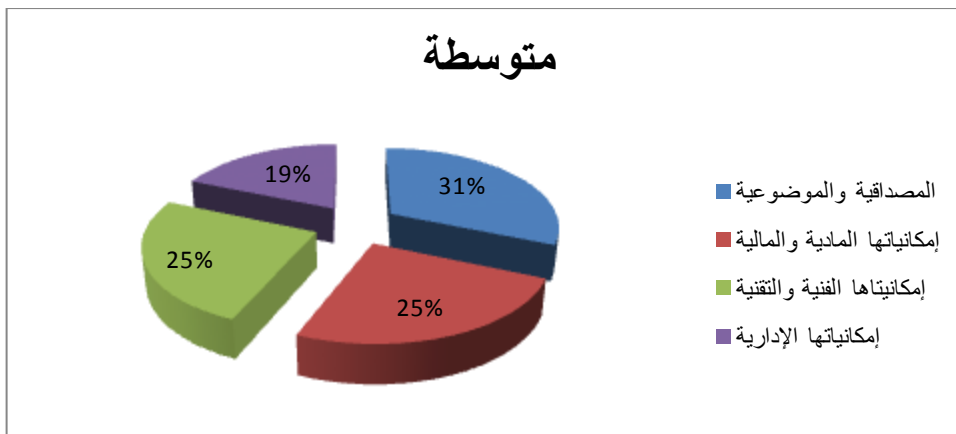
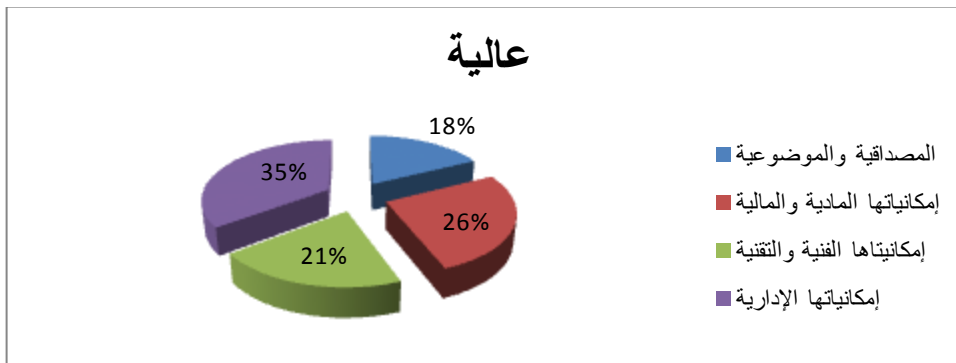
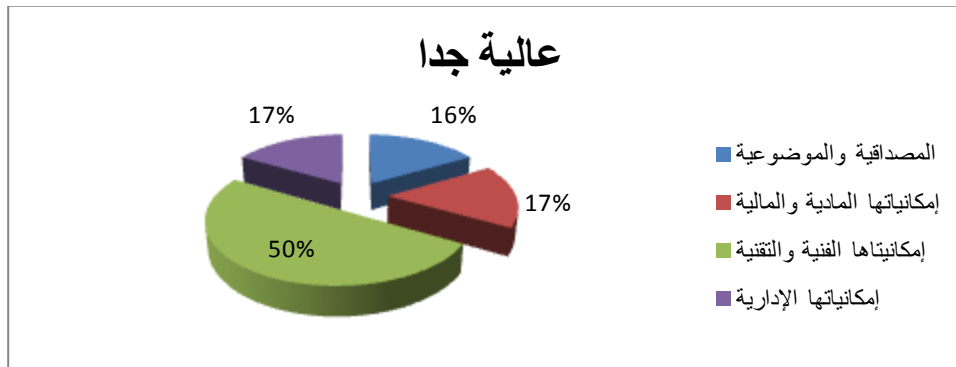
ونستنتج من الجدول على نقص التدريب والتوجيه الكافي من إدارة الإذاعة وهذا يؤكد على ما جاء في الجداول السابقة من نقص اهتمام الإدارة على تطوير قدرات الإعلاميين وتحسين من مستوى أدائهم في العمل والذي يمثل أحد المشاكل الأساسية التي تواجه الإعلاميين في مؤسستهم.



جدول رقم 26: توزيع الإعلاميين حسب تقييمهم لمختلف إمكانات الإذاعة.

التقييم		رأي الإعلاميين											
		عالية جدا		عالية		متوسطة		ضعيفة		ضعيفة جدا		الإجمالي العام	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المصداقية والموضوعية		1	4.5%	6	27.3%	15	68.2%	00	00%	00	00%	22	100%
إمكاناتها المادية والمالية		1	4.5%	9	40.9%	12	54.1%	00	00%	00	00%	22	100%
إمكاناتها الفنية والتقنية		3	13.6%	7	31.8%	12	54.5%	00	00%	00	00%	22	100%
إمكاناتها الإدارية		1	4.5%	12	54.5%	9	40.5%	00	00%	00	00%	22	100%
أخرى		00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب تقييمهم لمختلف إمكانات الإذاعة أن جانب المصدقية والموضوعية أخذ نسبة كبيرة جدا من التقييم الإيجابي بحوالي 95 % من آراء الإعلاميين ونفس المر مع جانب الإمكانيات المادية والمالية بنسبة تقييم إيجابي 95 % أما جانب الإمكانيات الفنية والتقنية فكانت درجة التقييم الإيجابي العالية بنسبة 45 % ونفس الأمر مع الإمكانيات الإدارية إلا أن 40 % يرونها متوسطة وكل هذه النتائج على العموم تشير على الرضا العام للإعلاميين بمختلف الإمكانيات المختلفة لدى المؤسسة الإذاعية.

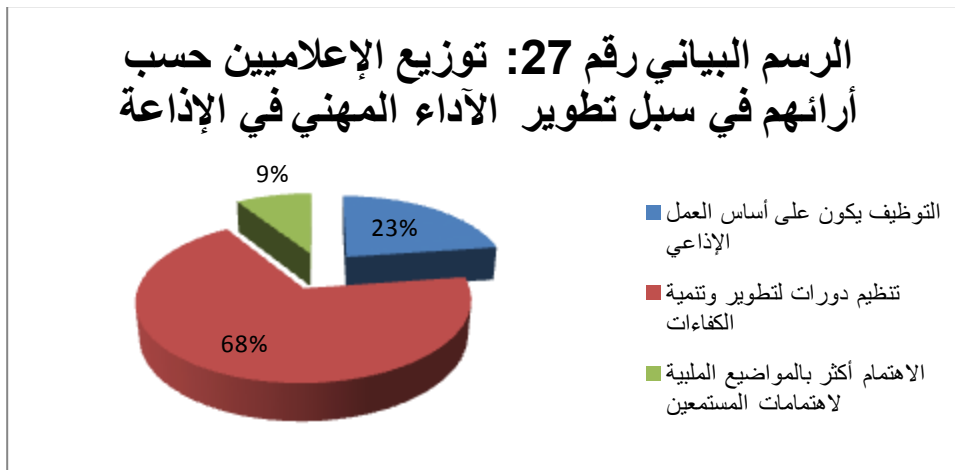


جدول رقم 27: توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في سبل تطوير الأداء المهني في الإذاعة.

النسبة %	التكرار	
22.7%	5	التوظيف يكون على أساس العمل الإذاعي
68.2%	15	تنظيم دورات لتطوير وتنمية الكفاءات
9.1%	2	الاهتمام أكثر بالمواضيع المللية لاهتمامات المستمعين
0%	0	تدعيم أجور العاملين وتحفيزهم
0%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 27 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب آرائهم في سبل تطوير الأداء المهني في الإذاعة أن نسبة 68.2% ترى الأولوية في تنظيم دورات لتطوير وتنمية الكفاءات أما 22.7% فتري أن الأولوية في التوظيف يكون على أساس العمل الإذاعي ورأى 9.1% الحل في الاهتمام أكثر بالمواضيع المللية لاهتمامات المستمعين.

من خلال هذه النتائج يتبين أن مقترحات التطوير لدى اغلبية الإعلاميين في تنظيم دورات تدريبية لتطوير وتنمية الكفاءات المهنية لدى الإعلاميين في مجال تخصصهم.



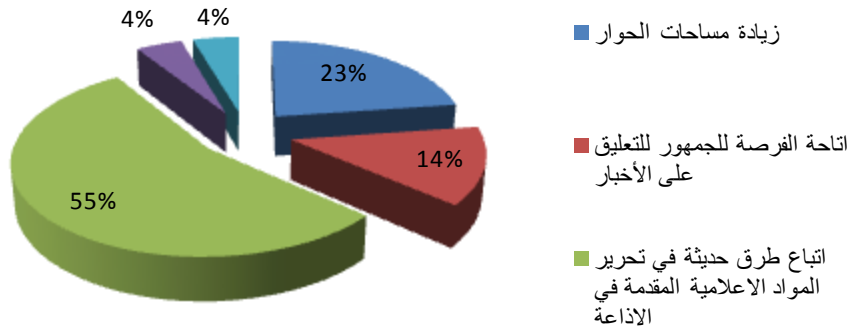
جدول رقم 28: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في كيفية كسب جمهور أكثر للإذاعة.

النسبة %	التكرار	
22.7%	5	زيادة مساحات الحوار
13.6%	3	اتاحة الفرصة للجمهور للتعليق على الأخبار
54.5%	12	اتباع طرق حديثة في تحرير المواد الاعلامية المقدمة في الاذاعة
4.5%	1	زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها
4.5%	1	توفير امكانية التواصل مع إدارة الإذاعة
00%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 28 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في كيفية كسب جمهور أكثر للإذاعة مقترحات لكسب جماهير أكثر للإذاعة حيث قال 54.5% اتباع طرق حديثة في تحرير المواد الاعلامية المقدمة في الاذاعة و 22.7% زيادة مساحات الحوار وقال 13.6% اتاحة الفرصة للجمهور للتعليق على الأخبار وتساوت زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها وتوفير امكانية التواصل مع إدارة الإذاعة بنسبة 4.5%.

من خلال هذا الجدول نستنتج أن أغلبية الإعلاميين متفقين ان الطريقة الأنسب لكسب جمهور أكبر هو اتباع طرق حديثة في تحرير المواد الإعلامية وإتاحة فرص أكبر للجمهور في المشاركة والتفاعل.

الرسم البياني رقم 28: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم في كيفية كسب جمهور أكثر للإذاعة



جدول رقم 29: توزيع الإعلاميين حسب رأيهم لأهم مقترحات لتطوير الخدمة الإعلامية في الإذاعة.

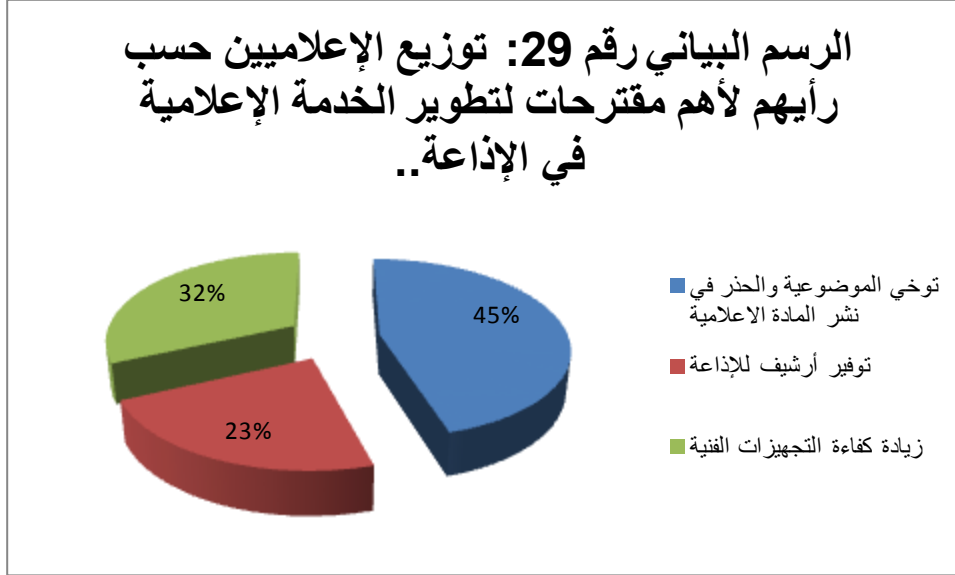
النسبة %	التكرار	الوصف
45.5%	10	توخي الموضوعية والحذر في نشر المادة الإعلامية
22.7%	5	توفير أرشيف للإذاعة
31.8%	7	زيادة كفاءة التجهيزات الفنية
00%	0	وضع معايير خاصة للنشر
00%	0	أخرى
100.0	22	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 29 الذي يبين توزيع الإعلاميين حسب رأيهم لأهم مقترحات لتطوير

الخدمة الإعلامية في الإذاعة أهم المقترحات لتطوير الخدمات الفنية والتقنية للإذاعة حيث قال 45.5% توخي

الموضوعية والحذر في نشر المادة الإعلامية وقال 31.8% زيادة كفاءة التجهيزات الفنية.

نستنتج من خلال الجدول ان نصف الإعلاميين يركزون على جانب أخلاقية العمل الإذاعي أكثر من الجوانب الأخرى المادية أو التقنية على عكس النصف الآخر الذي يراه في الجانب المادي والفني وهذا يدل على اختلاف وجهات النظر وعدم تجانس الإعلاميين في الرأي والأفكار.



خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- 1- بلغ عدد الإعلاميين العاملين في إذاعة المسيلة بما فيها التقنيين 22 فردا، 15 منهم ذكور و7 إناث وكانت نسبة أغلبتهم 82 % متخصصين علميا في المجال الإعلامي.
- 2- بلغ المتوسط الحسابي لسن الإعلاميين 35 سنة وهذا مؤشر على عنصر الشباب المهيمن على الإعلاميين العاملين في إذاعة المسيلة.
- 3- تتكون التركيبة العالية للإعلاميين في إذاعة المسيلة على 4 منشطي أخبار، و4 مخرجي أخبار، و4 ومنشطي إنتاج، و4 مخرجي إنتاج، و6 تقنيين (فنيين) وهي تركيبة متوازنة على العموم.
- 4- وجود الرضا الوظيفي لأغلبية الإعلاميين في مختلف جوانب العمل في الإذاعة حيث بلغت لدى 95 % منها اتجاه المصادقية والموضوعية ونفس النسبة 95 % تبين لها رضا وظيفي تجاه الإمكانيات المادية والمالية إلا أن جانب الإمكانيات الفنية فكان الرضا الوظيفي فقط لدى 45% ونفس النسبة تجاه الجوانب الإدارية 40% فقط.
- 5- بلغ المتوسط الحسابي للخبرة المهنية للإعلاميين العاملين في إذاعة المسيلة 9 سنوات وهو قدر لا بأس به خصوصا إذا ما قورن بمعيار تقييم الخبرة المهنية الذي يقدر في بدايته بـ 5 سنوات في أي مجال علمي كان.
- 6- أغلبية الإعلاميين لم يسبق وإن شاركوا في دورات رسكلة وتدريب مهني بنسبة 77 % وهذه دلالة على نقص اهتمام الجهة الوصية لأمر تحسين المستوى وتطوير الكفاءة لدى العامل خصوصا أن الأغلبية شباب يتطلب تحسين مستمر ومواكبة لتطورات السريعة الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال وخصوصا أن أغلبية الباحثين صرحوا بحاجتهم الكبيرة لتطوير مختلف المهارات الاتصالية حوالي أكثر من 75 % أي مهارة ومجال تكويني متصل بمتطلبات عملهم.

7- كانت أهم اقتراحات الإعلاميين في إذاعة المسيلة بضرورة تنظيم دورات تدريبية لتحسين المستوى وتنمية الكفاءات حسب رأي 68 % وفيما يرى 55 % أن أفضل الطرق لكسب جماهير أكثر هي اتباع طرق حديثة في تحرير المواد الإعلامية الإذاعية فيما رأى 45% أن تطوير الخدمة الإعلامية في الإذاعة يكون بتوخي الموضوعية ورأى 32 % التطوير يكون في زيادة كفاءة التجهيزات الفنية.

خاتمة

خاتمة:

إن القائم بالاتصال لا يقل أهمية عن العناصر الأخرى للعملية الاتصالية فهو ركن أساسي إذ بغيا به تختل أو تختفي العملية الاتصالية ككل والعنصر البشري يشكل اللبنة الأولى لنجاح أي عمل، فالقائم بالاتصال بكل مميزاته ومسؤولياته إستطاع أن يقوم بأداء عمله على أكمل وجه، وفي دراستنا ركزنا على كل الجوانب المحيطة به كونه من يوجه الرسالة الإعلامية للجماهير ويساهم بشكل مميز على نشهرها وغرسها في نفوسهم وبمآء أنه قدوة يحتذى بها لا بد عليه أن يكون ملما بكل جوانب عمله الذي يتطلب تطورا وتحسينا مستمرا مواكبا للتطور الإعلامي الحاصلة في مختلف المجالات.

إن دراسة القائم بالاتصال في الإذاعة التي تساهم بشكل فعال في بناء المجتمع إذ أن الإذاعة تعد إحدى أهم الوسائل العصرية تأثيرا في الجماهير ومن خلال دراستنا هذه لإذاعة المسيلة التي وضعت من أجل أن تساهم بشكل فعال في بث وتغطية كل ما يخص أفراد المجتمع المسيلي وذلك من خلال الحفاظ على عاداته وتقاليده. فالقائم بالاتصال فيها يعد الحجر الأساس وهو من يسير وينظم العمل داخلها سواء من ناحية التنشيط، التحرير، الإنتاج، الإخراج.

وفي نهاية هذا البحث يمكن القول أن لكل دراسة علمية حدود عندها ليكملها بحث آخر، كما أن قدرات الباحثين المادية والبشرية لا تستطيع أن تمكنهم من تغطية كافة جوانب موضوع الدراسة، لذلك فقد ركز هذا البحث على دراسة الواقع المهني للإعلامي الإذاعة الجزائرية، ولهذا فإن البحث بقدر ما ينتهي إليه من نتائج فإنه يشير بعض القضايا التي تصلح أن تكون تساؤلات لبحوث أخرى أكثر عمقا وشمولا.

قائمة المراجع

المراجع بالعربية:

1. ابراهيم إمام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة: 1970 .
2. اجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية.
3. احسان محمد الحسن، الاسس العلمية للمناهج البحث الاجتماعي، دار الفكر الطباعة والنشر، بيروت: 1981.
4. احمد شيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث، ط1، المكتب الجامعي الحديث، 1986.
5. أحمد صلاح الدين نفاذي، أخبار الصحافة الأولى، دراسة مقارنة في المضمون والقائمون بالاتصال في صحف أحمد نفاذي، أخبار الصفحة الاولى: دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد اسماعيل سليمان ابو جلال، الاذاعة ودورها في الوعي الامني، ط1، دار اسامة لنشر والتوزيع، الاردن: 2012.
6. أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم الرقابة ، دار المعرفة الجامعية، القاهرة: 2008.
7. أماني عامر: ادارة الموارد البشرية، القاهرة: 1994.
8. أمينة احمد حسن، دور المؤسسات التربوية في إعداد الداعية، المؤتمر الدولي للأعداد الدعاة 18- 22 أفريل 1987.
9. بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، بن عكنون الجزائر، 2003.
10. تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط1، الجزائر: دار الخلدونية، 2008.

11. جيرمي تنستول، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1988.
12. جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي 1975.
13. جيهان احمد رشتي، الانظمة الإذاعية في المجتمعات الغربية، القاهرة: دار النهضة العربية، 1994.
14. جيهان رشتي، الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة: 1986 .
15. جيهان مكاوي، حرية الفرد وحرية الصحافة، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة: 1981 .
16. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام كلية الإعلام، جامعة القاهرة: 2008.
17. خفاجة ميرفت علي، صابر فاطمة عوض: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط2، الإسكندرية، مصر، 2002.
18. سعد لبيب، الإذاعة في عصر التلفزيون وأقمار الاتصالرؤية من الغرب نقلا عن موقع [http://www. Egypt. radio. TV](http://www.Egypt.radio.TV)
19. سعيد محمد السيد، انتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، القاهرة: 1988 .
20. سهير جاد، سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون ، القاهرة: دار الفجر، 1999.
21. صالح بن بوزة، الصحافة الجهوية" المفهوم والخصائص والوظائف"، حوليات الجماعة، العدد03، 1994.
22. طارق الشاري، الاعلام الذاعي، داراسامة للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.
23. طارق الشاري، الإعلام المحلي، ط1، عمان: أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
24. طه عبد العاطي نجم، الاتصال الماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية: 2009.

25. عاطف العبد عبيد، نظريات الاعلام والراي العام، الاسس العلمية والتطبيقات العربية، ط1، دارالفكر العربي، القاهرة: 2002.
26. عبد الحميد شكري، تكنولوجيا الاتصال: "الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون"، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 1996.
27. عبد الرحمان بن نامي المطيرة، دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثر الشخص الثالث أبحاث المؤتمر الدولي، الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة -لعالم جديد، جامعة البدرين 7-9 أفريل 2009.
28. عبد العزيز شرف، مدخل الى وسائل الاعلام، ط2، دار الكتاب المصري. القاهرة: 1989.
29. عبد العليم عبد الرحمان حضر، مسؤولية رجال الاعلام الاسلامي ، صحيفة الشرق الأوسط، 22 فيفري 1987.
30. عبد الفتاح عبد النبي، سييسولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار ، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، د.ت.
31. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، سلسلة المكتبة الثقافية، العدد78، القاهرة ، دار القلم، 1 فيفري 1963.
32. عبد الله زلطة، القائم بالاتصال في الصحافة، ط1، القاهرة: الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2007 .
عواطف عبد الرحمان و آخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية.
33. عبد الله محمد الرحمان، الاعلام المبادئ والأسس النظرية والمنهجية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004.
34. عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الابحاث والرسائل الجامعية، ط1، مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1996.

35. عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، 2007.
36. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، 1996.
37. عبد النبي، الاداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف المصرية.
38. عصام انيس، عبد الحميد زكي، الوسائل المسموعة والمرئية، النشأة والتطور، ط1، دار المصرية اللبنانية:.
39. عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، 1999.
40. عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1945-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
41. فاروق أبو زيد: النظم الصحفية في الوطن العربي. القاهرة عالم الكتب 1982 .
42. فضيل دليو واخرون، اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، دار البحث، قسنطينة: 1999.
43. فضيل دليو، مدخل الى الاتصال الجماهيري، مخبر اجتماع الاتصال، 2003.
44. ماجي الحلواني، عاطف العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.
45. مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان: 2004.
46. محظر اجتماع مجلس نقابة الصحفيين بجلسة طارئة في 8 نوفمبر 1948 لبحث قضية المثارة حول افشاء مصدر

47. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة: 2004.
48. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط2، القاهرة: عالم الكتب، 2003.
49. محمد عبد الرحمن عبد الله، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة: 2002.
50. محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1972 .
51. محمد عبيدات وآخرون، عمان 1999، ص63 منهجية البحث العلمي ط1، دار وائل للطباعة والنشر.
52. محمد علي العويني، الراديو والتنمية السياسية، القاهرة: عالم الكتب.
53. محمد علي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 2007 .
54. محمد عوض، بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، 1996 .
55. محمد محمد البادي، مدخل الى قياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة ، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 1979.
56. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة: دار الفجر، 2008.
57. مرعى مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشرق، القاهرة، د.ت .
58. مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الاذاعية وفلسفة الاقناع، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء، 2007.
59. منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، بيروت: الدار اللبنانية، المكتبة الإعلامية، 2006.

60. مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط1، بيروت: دار النهضة العربية.

61. نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993.

62. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993.

63. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية،

2008.

64. ملخص لتقرير المنظمة العربية لحقوق الانسان عن عام 1995، منشور في صلاح الدين حافظ

"احوال الصحافة هي احوالنا فما الجديد؟" مقال منشور بالأهرام في 8-5-1996.

المراجع بالأجنبية:

1. Alex s.e de listen and j.blaine schuly. 'The leadership roie of the weekly newspaper as seen by community leader's people, society and man's communication.

2. D.m White, "the Gatekeeper, A Case Study in the Selection of News", Journalism Quarterly, 1950, Vol, 27.

3. w.breed*news paper opinion* jounalism.qanrellriy 1995 vol32.

المراجع المترجمة إلى العربية:

1. راڊي فاسليف: الحالة الاجتماعية للصحفيين، ترجمة جورج يوسف الشماس مؤسسة بترا للطباعة

والنشر، بيروت: 1982.

2. ولبور شرام، أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية- دور الاعلام في البلدان النامية، ترجمة محمد فتحي

القاهرة، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، 1970.

3. وليام ريفرز وآخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة احمد طلعت البشيشي،

الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005.

الرسائل الجامعية:

1. ابراهيم عبد الله المسلمي، الصحافة الاقليمية في مصر ودورها في تنمية المجتمعات المحلية، أطروحة غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة: 1981.
2. ألفت أغا، القائمون بالاتصال وقضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، القاهرة: 1990.
3. الاتحاد كالحليج والبيان بدولة الامارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة: 1995.
4. أمين منصور وافي، الاعلام والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الاقصى، رسالة دكتوراه، غير منشورة، 2006.
5. بركات عبد العزيز، التخطيط الإذاعي والمحلي ودوره في المجتمع، دراسة تطبيقية تحليلية على إذاعة القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام القاهرة: 1984.
6. بسيوني ابراهيم حمادة، العلاقة المتبادلة بين وسائل الاعلام والجمهور في اثاره وتحديد القضايا العامة في مصر - دراسة ميدانية وتحليل مضمون، أطروحة غير منشورة ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة: 1986.
7. حماد ابراهيم حماد، الصحافة والسلطة السياسية في الوطن العربي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، دراسة حالة لمشكلات العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتأثيرها على السياسات التحريرية في الصحافة المصرية (1960-1981) ، كلية الاعلام جامعة القاهرة 1994.
8. لبنى لطيف، دور برنامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة: 2012.

9. ناصر محمود عبد الفتاح امين، دور الإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين، دراسة تطبيقية على اقليم شمال الصعيد، أطروحة دكتوراه غير منشورة كلية الإعلام، القاهرة: 2002.
10. ناهد أحمد فوزي أبو العيون، تقويم التجربة المصرية في الاعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، أطروحة غير منشورة.
11. ناهد أحمد فوزي أبو العيون، تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين، أطروحة دكتوراه غير منشورة.
12. نبيلة جعفري، الإعلام الجهوي وتحقيق اشباع الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة في قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة: 2010.
13. والخليج والبيان بدولة الامرات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام - جامعة القاهرة 1995.
14. يحي جاد الله إبراهيم، أنماط الافادة من المعلومات من جانب الصحفيين المصريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأدب، جامعة القاهرة: 1996.
15. يوسف مرزوق، العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار في راديو القاهرة، أطروحة غير منشورة، كلية الأدب سوهاج، قسم الصحافة.
- الجرائد والمجلات:
1. محمد الأمين مواقفي، (الإذاعات المحلية الفضاء الآخر)، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس: 1998.
2. سعيد السيد: الضغوط المهنية والادارية على القائم بالاتصال المجلة العلمية لكلية الاعلام. العدد 1- يولو 1989.

3. سعيد محمد السيد: الضغوط المهنية والادارية على القائم بالاتصال المجلة العلمية لكلية الاعلام. العدد 1-يوليو 1989.
4. الخبر المنشور بجريدة "المساء" يوم 22 أكتوبر 1984 بعنوان تحقيقات المدعي الاشتراكي وراء ارتفاع الدولار.
5. سعيد محمد السيد، الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال، المجلة العلمية لكلية الإعلام العدد الأول، يوليو 1979.
6. نجوى فوال، قراءة في دراسة القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 32، العدد 3، سبتمبر 1995م.
7. الجريدة الرسمية: العدد 14 ، قانون الاعلام رقم 09. 971 المؤرخ في 03 افريل 1990 ، الجزائر.

المقابلات:

- مقابلة مع نعيجي النوري ،رئيس مصلحة الادارة والمالية بإذاعة المسيلة، بتاريخ 20- 04-2016 الساعة 10:15 صباحا.

المواقع الإلكترونية:

1. www.radio-msila.fr

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصّص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول:

واقع الأداء المهني لإعلاميي الاذاعة الجزائرية

دراسة ميدانية بإذاعة بالمسيلة

مذكّرة مكّملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال – تخصّص اتصال وعلاقات عامة –

إشراف الأستاذ:

بوحيلة رضوان

إعداد الطالبة:

وحشي أمينة

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرّية ولن يتمّ استغلالها إلاّ لأغراض علمية، لذا نرجو منكم الإجابة على الأسئلة المطروحة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية 2015/2016

المحور الأول: البيانات الشخصية

1 الجنس:

ذكر

أنثى

2 السن:

من 25-30 سنة

من 31-39 سنة

من 40-49 سنة

50 فأكثر

3 التخصص التعليمي:

صحافة مكتوبة

اتصال وعلاقات عامة

سمعي بصري

.....علوم أخرى أذكرها.

المحور الثاني: طرق عمل القائمين بالاتصال في الاذاعة.

4 كم هي مدة عملك بالاذاعة؟

- أقل من ثلاث سنوات
- من 3 سنوات إلى 5 سنوات
- من 6 سنوات إلى 8 سنوات
- من 9 سنوات إلى 11 سنة
- من 12 سنة إلى 14 سنة
- 15 سنة فأكثر

5 ما مدى ارتباطك بالعمل في الاذاعة:

- منصب دائم
- غير مثبت وأعمل بشكل جزئي
- أعمل بالقطعة وأتقاضى أجرا على الموضوع
- أعمل كمتربص

أخرى أذكرها.....

6 ما هي طبيعة عملك؟

- مذيع
- محرر
- مراسل
- مخرج
- منتج
- فني

أخرى أذكرها.....

7 ما سبب اختيارك لهذه المهنة؟

الاختصاص العلمي والدراسي الحاجة لفرصة عمل

الخبرة السابقة جعلتني أهتم بهذا المجال حب الشهرة

أخرى أذكرها.....

8 كيف علمت بأمر مسابقة التوظيف؟

عن طريق اعلان في وسيلة اعلامية

عن طريق أحد الأصدقاء

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: ادارة الاذاعة وعلاقتها بالاعلاميين.

9 ما درجة توفر الامكانيات الفنية للاذاعة المحلية (السيلة)؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

إذا كانت الاجابة بمتوسط إلى ضعيف علل.....

10 ما هي الامكانيات التي تحتاج اليها الاذاعة حاليا؟

ادخال اتقنيات حديثة وأدوات فنية لتسهيل أداء العمل

الاهتمام بتقنية الصوت

11 ما هو الجو النفسي بين العاملين في الاذاعة؟

يسود الحب والاحترام بينهم

يسود التنافس الشريف في بينهم

يتصفون بالعمل الفردي والأنانية

يسودهم العمل الجماعي الايجابي

أخرها أذكرها.....

12 كيف هي علاقتك بإدارة الاذاعة؟

علاقة ود وتعاون علاقة عمل عادية

علاقة سيئة وغير عادية أخرى أذكرها.....

13 ما هي وتيرة حضورك للاجتماعات في اذاعتكم؟

دائما غالبا أحيانا نادرا لا أحضر

14 ما هو هدف اجتماعات ادارة الاذاعة؟

تتعلق بأمور ادارية تتعلق بأمور مالية ومادية
تتعلق بأمور تقنية أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: الدورات التدريبية للعاملين في الاذاعة.

15 هل سبق وشاركت في دورات تدريبية؟

نعم لا

إذا كانت الاجابة بنعم لماذا؟.....

إذا كانت بلا لماذا؟.....

16 ما سبب التحاقك بالدورات التدريبية؟

لأن الدورات التي تعقد تدخل في اطار اهتمامي

أجد أنني بحاجة لهذه الدورات

لأني ملزم في اطار مهنتي

أخرى أذكرها.....

17 ما هو موضوع الدورات التدريبية؟

كتابة صحفية فن قراءة الصورة لغة عربية واعلام

مهارات اعلامية أنترنت صحافة الكترونية

تصميم واخراج صحفي حاسوب أخرى أذكرها.....

18 ما نوع الاستفادة من الدورات التدريبية؟

رفع مستوى الأداء العلمي واكتساب خبرات جديدة في مجال الاعلام الازاعي

اكتساب مهارات جديدة في فن التحرير للصحافة الازاعية

التعرف على شخصيات وخبراء في مجال الاعلام الازاعي

أخرى أذكرها.....

19 من هي الجهة المشرفة للدورات التدريبية؟

الاذاعة التي تعمل فيها

جهات مانحة

مؤسسات خيرية

جهود ذاتية

أخرى أذكرها.....

20 ما درجة حاجتك للمهارات؟

- ما درجة حاجتك للامام بمتطلبات العمل الازاعي؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- ما درجة حاجتك للثقافة العامة:

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- القدرة التعبير والمحادثة والكتابة؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- القدرة على الاختزال والإثارة في عرض الموضوعات؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- السرعة في تغطية الأخبار؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- معرفة التقنيات الفنية والابداعية المتعلقة بمجال العمل؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- سرعة الكتابة أمام ضغط المتحدث؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- القدرة على الاصغاء والاستماع؟

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

- أخرى :.....

كبيرة كبيرة جدا متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

المحور الخامس: المشاكل والمعوقات:

21 ما هي أهم المشاكل الذاتية التي تواجهك في مهنتك؟

- نقص التكوين العلمي في بعض المجالات المهمة في مجال عملي
- قلة الخبرة في تخصصي المهني
- ارتباطي بعمل لوسائل اعلامية أخرى
- أخرى أذكرها.....

22 ما هي المشاكل التي تواجهها مع العاملين؟

- عدم تعاونهم واحترامهم لزملائهم في العمل
- اعتمادهم واتكالمهم على غيرهم في تأدية العمل المكلفون به
- أخرى أذكرها.....

23 ما هي المشاكل التي تواجهها من طرف ادارة الاذاعة؟

- لا تقدر الجهد المبذول من قبلي
- لا تدفع مقابل مادي عادل أمام ما أقوم به من جهد
- لا تعطي الحري الكافية لأداء مهنتي كما يجب
- عدم اهتمامهم بتصوراتي لتطوير العمل
- كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم
- أخرى أذكرها.....

24 ما هي المآخذ التي تترب على العاملين في الاذاعة؟

- ضعف التأهيل المهني للصحافة الاذاعية
- فقدان التدريب والتوجيه الكافي من ادارة الاذاعة
- عدم الاهتمام بمتطلبات العمل الاذاعي
- عدم الاجتهاد في تطوير الأداء والمردود المهني
- الروتين وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة وابداعية
- أخرى أذكرها.....

26 كيف تقيم درجة الجوانب السالبة في مؤسستكم؟

المصدقية والموضوعية

عالية جدا عالية متوسطة

امكانياتها المادية والمالية

عالية جدا عالية متوسطة

امكانياتها الفنية والتقنية

عالية جدا عالية متوسطة

امكانياتها الادارية

عالية جدا عالية متوسطة

أخرى أذكرها.....

المحور السادس: مقترحات التطوير.

27 حسب رأيك ما هي سبل تطوير الأداء المهني في مؤسستكم؟

التوظيف يكون على أساس العمل الازاعي

تنظيم دورات لتطوير وتنمية الكفاءات

الاهتمام أكثر بالمواضيع الملبيه لاهتمامات المستمعين

تدعيم أجور العاملين وتحفيزهم

أخرى أذكرها.....

28 ما هي سبل كسب جماهير أكثر للاذاعة؟

زيادة مساحات الحوار

اتاحة الفرصة للجمهور للتعليق على الأخبار

اتباع طرق حديثة في تحرير المواد الاعلامية المقدمة في الاذاعة

زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها

توفير امكانية التواصل مع ادارة الاذاعة

أخرى أذكرها.....

29 ما هي أهم المقترحات لتطوير الخدمات الفنية والتقنية للإذاعة خدمات الإذاعة؟

وضع معايير خاصة للنشر الإذاعي

توعية الموضوعية والحذر في نشر المادة الإعلامية

توفير أرشيف للإذاعة

زيادة كفاءة التجهيزات الفنية

أخر أذكرها.....

الله