



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام و الإتصال



تخصص: إستراتيجيات الإعلام ورهانات الإتصال في الفضاء العمومي

القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية

دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالإتصال في قنوات

(الجزائرية الثالثة، دزاير تي.في و قناة الخبر)

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الدكتور:

مالفي عبد القادر

إعداد الطالب:

بن عودة موسى

لجنة المناقشة

د.غالم عبد الوهاب.....أستاذ محاضر (أ) جامعة مستغانم رئيسا

د.مالفي عبد القادر.....أستاذ محاضر (أ) جامعة مستغانم مشرفا ومقررا

د.نفوسي مرتاض لمياء..... أستاذة محاضرة (أ) جامعة مستغانم عضوا مناقشا

د.غمشي بن عمر.....أستاذ محاضر (أ) جامعة وهران عضوا مناقشا

د. بغداد باي عبد القادر.....أستاذ محاضر (أ)...المركز الجامعي غليزان عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2017 - 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلِ
رَبِّكَ
زَكَرِيُّ بْنُ عَلِيٍّ
مَلَأْنَا

شكر

الشكر الأول لله رب العالمين

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا وعلما وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا إلى أساتذتي في مختلف الأطوار التعليمية وأخص بالذكر أساتذتي الكرام في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم وعلى رأسهم المشرف الدكتور "مالفي عبد القادر" الذي ساعدنا و أرشدنا في إنجاز عملنا.

كما نتجه بالشكر إلى كل مسؤولي وعمال القنوات التلفزيونية الثلاث: التلفزيون الجزائري، قناة الخبر و دزير تي .في.و كل من ساندنا من بعيد أو من قريب في إنجاز هذا العمل لما قدموه لنا من تسهيلات في عملية البحث و التجاوب معنا

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة، والذين تشرفت بقبولهم مناقشة هذه الأطروحة

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي

إلى ياقوتة الحياة ومنيرة الدرب من جعلتني إنسانا

ضمن أناس يطمحون إلى أرقى حياة يملؤها العلم و الحب و السلم إلى الغالية التي

أرضعتني الكرامة و الحب وقدمت لي ما تملك في سبيل هذه اللحظات إلى "أمي الحبيبة"

إلى الذي علمني أصول الحياة و منحني الثقة إلى من غاب عن بصري

ولم يغب عن قلبي إلى نبع الحنان والعطف والرحمة في عالم البرزخ

حيث ملكوت الله والغفران إلى "والدي" الغالي رحمه الله.

إلى من شاطروني عبء الحياة وانتظروا ثمرة جهدي بصبر وأناة

إخواني وأخواتي وكل عائلتي وأصدقائي

ملخص الدراسة

تتناول دراستنا موضوع: **القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية** ، حيث قمنا بإجراء دراسة تحليلية مقارنة للنشرات الإخبارية الرئيسية في القنوات الفضائية الجزائرية (الجزائرية الثالثة، دزاير تي في وقناة الخبر) ، وهذا لمعرفة شكلها ومضمونها وأهم القيم الخبرية التي تتضمنها وهذا بإنتهاجنا لطرق البحث العلمي باستخدام تقنية تحليل المضمون ، كما نتناول في دراستنا القائم بالإنصال في هذه القنوات من خلال التعرف على سماته العامة وخصائصه التأهيلية و أوضاعه الإجتماعية و ظروف عمله والضغوطات التي قد يتعرض لها داخل وخارج مؤسسته ، ونظرته لمفهوم القيم ودوره في عملية جمع الأخبار وتحريرها وتعامله مع مصادر الأخبار المختلفة خلال ممارسة عمله الميداني، وقد قمنا بتوزيع إستمارات عليهم لمعرفة كل هذا .

وأبرز ما توصلت إليه الدراسة: وجود تشابه في مصفوفة القيم الخبرية في القناة العمومية الجزائرية الثالثة وقناتي الخبر و دزاير تي في مع إختلاف طفيف في ترتيب هذه القيم، كما أن هذه القنوات تركز على الأخبار القريبة من المواطن وتعتمد على مصادر متنوعة في تغطيتها الإخبارية، بالمقابل توصلنا إلى تأثير عدد من الضغوطات الداخلية والخارجية على القائم بالإنصال أهمها ضغط مصادر الأخبار والسياسة التحريرية للقناة وهو ما يوجهه في تغطيته للأخبار ، كما توصلنا إلى وعي القائم بالإنصال بموضوع القيم الإخبارية إلا أن دوره محدود في إختيارها وترتيبها .

Résumé

Notre étude s'est portée sur les valeurs de l'information dans les télévisions satellitaires Algérienne.

D'abord, nous avons fait une étude comparative des journaux télévisés de trois chaînes satellitaires algériennes (A3, Dzair-Tv, et El-khabar T.V) dans le but de connaître la forme, le contenu et les valeurs qu'ils véhiculent avec une approche d'analyse du contenu. Ensuite, notre étude s'est portée sur le chargé de la communication au sein même de ces chaînes afin de cerner son profil, ses compétences et les pressions qu'il subit dans l'exercice de ses fonctions, quelles soient en dehors ou à l'intérieur même de son entreprise. Nous voulions aussi avoir son point de vue et sa vision personnelle sur les valeurs de l'éthique du métier dans la collecte et la rédaction des informations en distribuant des questionnaires aux chargés de la communication.

À la fin, il s'est avéré après constatation qu'il existe une certaine similitude dans le respect des très proches des citoyens et varient les sources d'informations dans la couverture des informations, force et de constater que les chargés de communications subissent une légère pression dont la principale vient des sources et la politique de la rédaction de la chaîne en question et pouvons dire que le chargé de la communication a une conscience sans faille sur les valeurs de l'information mais son rôle est très limité si bien dans le choix que dans le classement.

Abstract

In our study, we discuss the subject of news values under the heading of news values in the Algerian satellite channels (ALGERIE 3, DZAIR TV AND ELKHABAR CHANNEL) where we conducted a comparative analysis of the main news bulletins in the Algerian satellite channels this is in order to know its form, content, and the most important news values it contains. This is by adopting the methods of scientific research using the content analysis technique, as we deal in our study of communication in these channels through the recognition of its general characteristics and its rehabilitation characteristics and social conditions and pressures that may be exposed in and Outside his organization and his view of the concept of values and its role in the process of collecting news and editing and dealing with various sources of news during the exercise of his field work and we have distributed investments to them to know all this The most prominent findings of the study and the existence of similarity in the matrix of news values in the third Algerian public channel EL-KHABAR AND DZAIR TV CHANNELS, with a slight difference in the order of these values and these channels focus on the news close to the citizen and rely on various sources in the coverage of news in return we have the effect of a number of pressures Internal and external on the contact list the most important pressure news sources and the editorial policy of the channel and is what it faces in the coverage of the news as we have reached the awareness of the contact with the subject of values of news, but its role is limited in the selection and arrangement.

مقدمة

مقدمة

تشهد الجزائر في الآونة الأخيرة ثورة حقيقية في مجال الإعلام بصفة عامة وفي الإعلام السمعي البصري بصفة خاصة والذي تم فتحه أمام القطاع الخاص للاستثمار فيه ما تمخض عنه ظهور عدد لبأس به من القنوات الفضائية الخاصة والتي أصبحت تشكل رافدا من روافد تزويد المشاهد الجزائري بالأخبار والمعلومات رغم غموض الوضعية القانونية لنشاطها إذ تحصلت خمس قنوات فقط على الإعتماد كمكاتب قنوات أجنبية تخضع للقانون الجزائري إلا أنها تنشط إعلاميا وتقوم بتغطية الأحداث الوطنية والإقليمية والدولية ما سمح للمشاهد الجزائري بإمكانية اختيار وانتقاء ما يعرض على شاشات هذه القنوات التي تتنوع برامجها كما ونوعا، وأصبحت منافسا حقيقيا للقنوات التلفزيونية العمومية التي إحتكرت قطاع السمعي البصري لسنوات طويلة رغم إقرار الدولة الجزائرية بالتعددية الإعلامية بعد التعددية الحزبية منذ تاريخ ال 5 أكتوبر من سنة 1988 وهو ما انعكس ايجابيا على الصحافة المكتوبة الجزائرية دون غيرها من وسائل الإعلام الثقيلة على غرار الإذاعة والتلفزيون. ورغم الغموض الذي يكتنف تسيير هذه القنوات الفضائية الخاصة لا من حيث التمويل أو الأطر القانونية المسيرة لها إلا أنها استطاعت في وقت وجيز أن تدخل غمار المنافسة مع القنوات الحكومية، للتغير بذلك خارطة الإعلامية بالجزائر وظهور بنية إعلامية جديدة قوامها فتح المجال السمعي البصري أمام الإعلاميين الشباب وتكريس مبدأ حق المواطن في الإعلام وكذا حرية الرأي والتعبير .

إن ظهور القنوات الفضائية الخاصة مع مطلع سنة 2012 والذي تزامن مع الحراك

العربي أو ما أصطلح عليه بالربيع العربي أو الثورات العربية جاء في وقت أصبح

الإعلام يلعب دورا كبيرا في حياة المواطن ودعامة أساسية لمختلف الدول وأصبح سلاحا

نو حدين ، ما حتم على الدولة الجزائرية التقطن للخطر الكبير الذي يحقق باستقرار البلاد

ليشهد القطاع السمعي البصري في الجزائر العديد من التغيرات خاصة على الصعيد القانوني فقد تميزت سنة 2012 بإصدار قانون إعلامي جديد مهد لتطوير القطاع لتشهد سنة 2014 ولأول مرة في الجزائر إصدار قانون خاص بالسمعي البصري حيث تم بعد صدوره إنشاء العديد من القنوات التلفزيونية من طرف رجال المال والأعمال وبعض ملاك الجرائد، ومع بروز أرباب العمل وتحول نظرتهم ومشاريعهم الاستثمارية إلى القطاع السمعي البصري وإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة همها الربح المادي والبقاء في السوق، هذا المنطق خلق نوعا ما فوضى في تسيير هذه القنوات إداريا و إعلاميا خاصة من حيث المواد القانونية، فتم فتح الأبواب على مصراعيها للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والعمومية وتجنيدها لخدمة الدولة والإنصات لانشغالات المواطن الجزائري، فلا يوجد فرق كبير بين ما يعرض في الإعلام العمومي ولا الخاص سواء من حيث نوعية البرامج المطروحة أو الأخبار المتداولة والتي هي في معظمها متشابهة وتتعلق أساسا بتغطية أنشطة الحكومة والأحزاب السياسية ومختلف النشاطات الثقافية والرياضية والمسائل الاقتصادية ما جعل القنوات الفضائية العمومية والخاصة تتنافس في ما بينها لاستمالة المشاهد والبحث عن إشباع حاجاته، هذا التنافس حتم على هذه القنوات تنويع مادتها الإعلامية خاصة في ما يخص المواد الإخبارية والتي تختلف من قناة لأخرى، فإذا كانت الأخبار تمثل جانبا مهما من حياة المجتمع المعاصر فإنها في الوقت نفسه تعكس زاوية تناول ورؤية خاصة نحو الأحداث والوقائع موضوع التغطية الإخبارية حيث أن

الخبر الجاهز في الفضائيات لم يعد الخبر الصحفي الذي يعطي وصفا طبيعيا لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها وأساليب عرضها ،ولأن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق الثورة التكنولوجية نجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعا لإعلام مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية، ثقافية ،اجتماعية ،اقتصادية وسياسية تركت أثارا واضحة في صيرورة العملية الإخبارية ، فنجد مسؤولي القنوات التلفزيونية يحرصون على إنتقاء الأخبار و ترتيبها وفق عدد من المعايير المهنية وغير المهنية وظروف عمل القائم بالإتصال والعراقيل والضغوطات الممارسة عليه أثناء أدائه لمهامه الإعلامية إضافة إلى جملة من الأولويات أهمها طبيعة ملكية القناة وسياستها التحريرية وطبيعة جمهورها وغيرها من العوامل التي تتحكم في محتوى النشرات الإخبارية كما ونوعا ،ولعل أهم ما تحتويه المواد الإعلامية للنشرات الإخبارية نجد قيمة الخبر أو المعايير والعوامل التي تجعل حارس البوابة يركز عليها دون سواها ،هذه القيم التي تختلف من نظام إعلامي لأخر بل تختلف حتى داخل نفس النظام تبقى من أهم العوامل المتحكمة في طرق تغطية الأحداث وبث الأخبار،ولمعرفة مضامين نشرات الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية(الجزائرية الثالثة، دزاير تي في وقناة الخبر) من خلال أطروحتنا سنحاول وضع مصفوفة قيم إخبارية لكل قناة ومعرفة الفوارق بينها في معالجة الأخبار وترتيبها والعوامل المؤثرة فيها وذلك بتعرضنا إلى الشقين النظري والتطبيقي الميداني وهو الآخر حاولنا التوسع فيه من خلال

تحليل محتوى النشرات الإخبارية من جهة ومعرفة خصائص القائم بالاتصال وظروف عمله من جهة أخرى حيث نجد غياب قوانين واطر تسيير الطاقم من خلال عقود العمل وحقوق وواجبات عمالها، هذا الجو المشحون والمناخ اثر ومزال يؤثر في ظروف وبيئة العمل الصحفي بهذه القنوات الخاصة الفتية اي ان الظروف المهنية والاجتماعية للصحفيين هي الشغل الشاغل لمهنيي السمعي البصري ،فسنحاول من خلال دراستنا هذه التطرق الى العنصر الرئيسي في عملية الاتصال وهو القائم بالاتصال أو المرسل أي الصحفيون الجزائريون والشروط التي يخضعون لها وكيفية حصولهم على الأخبار والمعلومات والضغوط المهنية والإدارية الداخلية والخارجية في المؤسسات السمعية البصرية العمومية والخاصة وهذا من خلال دراستنا الميدانية على مستوى بعض القنوات الفضائية الجزائرية على غرار الجزائرية الثالثة،قناة الخبر و دزاير تي- في وذلك للاطلاع على أوضاعهم السوسيو مهيمة وإجراء مقارنة بين هذه الأوضاع في القطاعين العام والخاص، و لمعالجة الموضوع من كل جوانبة قسمنا دراستنا إلى جانب منهجي، نظري وتطبيقي، حيث حاولنا في الجانب المنهجي تقديم الموضوع ضمن مقدمة عامة تحدثنا فيها عن بعض جوانب موضوعنا وأهم المحاور التي سنركز عليها ، بعدها تحديد إشكالية دراستنا و طرح التساؤلات الفرعية ، وأسباب اختيار الدراسة، مع أهداف وأهمية الدراسة، و نوعية الدراسة ومنهجية وأدوات الدراسة(الملاحظة ،تحليل مضمون، الإستمارة و المقابلة) التي إعتدنا عليها ، والخلفية النظرية التي إرتكزنا ،إضافة الى عرض بعض الدراسات

السابقة المشابهة والتي قسمناها الى دراسات عربية وأخرى غربية لمعرفة ما توصل إليه الباحثين حول القيم الخبرية، كما ركزنا على مفاهيم الدراسة والتعريفات الإجرائية ، وكذلك تعرضنا إلى فئات ووحدات تحليل المضمون، أما الإطار النظري فقسمناه إلى ثلاثة فصول شمل كل فصل ثلاثة مباحث، الفصل الأول بعنوان: القيم الخبرية ركزنا فيه على إعطاء تعاريف مختلفة للخبر والقيم الخبر ومدخل دراستها وهذا في المبحث الأول المعنون بالخبر و القيم الخبرية ،أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى عناصر القيم الخبرية والعوامل المؤثرة فيها ،في حيث تناول المبحث الثالث:القيم الخبرية في مختلف الأنظمة الإعلامية،في حين تناول الفصل الثاني النشرة الإخبارية التلفزيونية بتحديد مفهومها، أنواعها ،وظائفها ،طرق بنائها وطاقت إعدادها والأنواع الصحفية ،وقد قسمناه هو الآخر إلى ثلاث مباحث ، حيث تطرق المبحث الأول لتعريف النشرة الإخبارية التلفزيونية وأنواعها ،أما المبحث الثاني فركزنا فيه على طاقم إعداد النشرة ،في حين تطرقنا، في المبحث الثالث إلى الأنواع الصحفية في نشرة الأخبار التلفزيونية،بينما ختمنا الجانب النظري بالفصل الثالث المعنون المشهد السمعي البصري في الجزائر،ويتناول هذا الفصل ظروف ظهور التلفزيون في الجزائر وتطوره التاريخي، إضافة الى تعرضنا للمنظومة القانونية والتشريعية المسيرة لقطاع السمعي البصري، و معرفة وضعية الصحفيين الجزائريين مهنيا وقانونيا ،وقد تضمن هذا الفصل المباحث الثلاث التالية: تطور التلفزيون في الجزائر، التشريعات والإصلاحات الإعلامية في الجزائر،أما المبحث الثالث

فتناول: الصحفي الجزائري بين المهنة والتشريع، وقد ركزنا في دراستنا على الجانب
التطبيقي والذي قسمناه الى فصلين إذ تناول الفصل الأول نتائج التحليل الكمي والكيفي
لمضمون نشرات الأخبار في القنوات الثلاث، وقسمناه الى ثلاثة مباحث: تعرضنا في
المبحث الأول إلى تشخيص القنوات التلفزيونية (الجزائرية الثالثة، دزير تي في وقناة
الخبر)، أما المبحث الثاني فتناول التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون لنشرات
الأخبار في قنوات الدراسة، بينما تطرق المبحث الثالث إلى التحليل الكمي والكيفي لفئات
مضمون القيم الخبرية في نشرات الأخبار في قنوات الدراسة، أما الفصل الثاني من
الجانب التطبيق قمنا فيه بالتحليل الكمي والكيفي للاستمارة الخاصة بالقائم بالاتصال في
قنوات الدراسة، وتم تقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث، إذ يتناول المبحث الأول السمات
العامة والخصائص المهنية والاجتماعية للقائم بالاتصال في نشرات الأخبار، في حين
تعرض المبحث الثاني للعوامل والضغطات المؤثرة على القائم بالاتصال في النشرات
الإخبارية، وختمنا بمبحث ثالث تعرضنا فيه إلى تصورات القائم بالاتصال لموضوع القيم
الإخبارية في نشرات الأخبار

الجانب المنهجي

1-الإشكالية

من خلال متابعة الأحداث بالجزائر وتناولها من طرف وسائل الإعلام المرئية المحلية العمومية والخاصة يظهر لنا تباين واختلاف في طرق تناول الأخبار من وسيلة لأخرى وطريقة عرضها وكذا طبيعة المصادر التي تعتمد عليها فأصبحت الحاجة ملحة إلى المزيد من التمهيص والتدقيق والمهنية في نقل الأخبار وإثبات صحتها ،ولعل هذه النقطة المتعلقة بالمصداقية والموضوعية في التناول والعرض هي التي شكلت جدلا حول مهنية العديد من القنوات الفضائية الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة والتي فرضت على القائم بالاتصال في هذه القنوات اتخاذ كل التدابير وتوفير الإمكانيات الضرورية لضمان تغطية إخبارية مهنية تحترم أخلاقيات العمل الإعلامي وإثبات القدرة والكفاءة على نقل الحقيقة بشكل موضوعي ومن ثمة توجيه الرأي العام إلى نفس اتجاه الخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية، كما أن هناك من النشرات الإخبارية التلفزيونية ما يهتم بموضوعات محددة ويتبع سياسة ما في طرح وترتيب الأخبار، وأخرى تخالفها تماما في التوجه ،

وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر تخضع إلى نوع من القص .
إذن بعدما قلنا أن المؤسسات الإعلامية تتبع سياسة تنويع الأخبار في نشراتها وتقديم الأخبار ذات الأهمية والجدارة أو بإتباع ما يسمى بالقيمة الخبرية ، نجد الآن اختلاف أهمية الأحداث ونسبة الجدارة والاستحقاق لنشرها بالنسبة لكل مؤسسة إعلامية ، أي أن كل مؤسسة لها وجهة نظرها حول الأحداث ولها قيمها الإخبارية الخاصة بها ، ولتكوين تلك النظرة هناك عوامل عديدة ومؤثرات في القيم الإخبارية. سنحاول في هذا البحث أن نبين ما هي القيمة الخبرية في نشرات الأخبار الخاصة بالقنوات الفضائية الجزائرية من خلال تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات أولا وهي القيمة والخبر والقيمة الخبرية ، ثم

العلاقات التي ترتبط بالقيم الإخبارية وهي عناصرها ومحدداتها والعوامل المؤثرة فيها وتدخلها في بناء النشرات وتصنيف الأخبار، سنقوم بدراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة وركزنا على القناة الفضائية العمومية: الجزائرية الثالثة، وقناتي الخبر وديزير تي - في التابعتين للقطاع الخاص ، وذلك بهدف الكشف عن تأثيرات مختلف العوامل على قيمها الخبرية، فما هي أهم القيم الإخبارية التي يركز عليها بناء النشرات الرئيسية في قنوات:الجزائرية الثالثة،الخبر و دزير تي- في ، وما هي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها وهل للقائم بالاتصال دور في ذلك ؟

(2) - تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي المواضيع الأكثر تناولا في نشرات الجزائرية الثالثة، دزير تي - في وقناة الخبر؟
- 2- هل يوجد إختلاف في شكل ومضمون النشرات الإخبارية في القنوات الثلاث؟
- 3- ما دور القائم بالاتصال في إختيار قيم إخبارية والمفاضلة بينها؟

(3) - أسباب إختيار البحث:

- نقص الاهتمام بدراسة القيم الإخبارية في الإعلام الجزائري خاصة السمي البصري حيث أن أغلب الدراسات اهتمت بدراسة القنوات الفضائية العربية والأجنبية.
- قلة الدراسات الخاصة بالجوانب المؤثرة على القائم بالاتصال وهو المنتج للمادة الإخبارية والتركيز فقط على تأثير المادة الإخبارية على المتلقي.

- الحاجة الماسة لدراسات تحليل مضمون القنوات الفضائية الجزائرية وتقييم أدائها الإعلامي من خلال النزول إلى الميدان وبعيدا عن الجانب النظري، وكذا معرفة الأسس المهنية التي يقوم عليها الإعلام السمعي البصري الناجح خاصة في ما يتعلق بالتقييم الإخبارية كونها نقطة بداية المسار الاتصالي والذي يفترض احترام أخلاقيات العمل الإعلامي.

(4)- أهمية الدراسة:

هذه الدراسة تتناول موضوعا جديدا وهو دراسة القنوات الخاصة في الجزائر حديثة النشأ إضافة إلى تحليل المضامين الإعلامية للمؤسسات السمعية البصرية الجزائرية والتعرف على أهم القيم الخبرية التي تركز عليها والعوامل التي تتحكم في ذلك، إضافة إلى القيام بدراسة ميدانية حول القائم بالإتصال في هذه القنوات ومعرفة سماته العامة و خصائصه التأهيلية وظروف عمله والعوامل المؤثرة عليه وعلى أدائه الإعلامي و تكمن أهمية الدراسة في ما يلي:

1- دراسة المشهد السمعي البصري في الجزائري

2- معرفة ظروف الممارسة الإعلامية للقائم بالإتصال في القنوات العمومية والخاصة وتأثره بالضغوط الداخلية والخارجية.

3- الوصول إلى وضع مصفوفة قيم إخبارية ومعرفة الفوارق بين النشرات في القنوات العمومية والخاصة.

(5)- أهداف الدراسة: الغاية من أي بحث علمي أو دراسة علمية هي الوصول إلى نتائج علمية بالدرجة الأولى وذلك بإتباع خطوات البحث العلمي من أجل الكشف عن الحقائق

للتعمق في المواضيع ودراسة مختلف جوانبها وتسليط الضوء على الجوانب الغامضة منها، ومن خلال بحثنا هذا فإننا نصبو إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن تلخيصها في ما يلي:

- تقديم مقارنة علمية حول الجدل القائم عن مصداقية ومهنية القنوات الفضائية الجزائرية في ما يتعلق بتغطية الأحداث في الجزائر.

- تزويد الساحة الإعلامية الجزائرية بدراسة أكاديمية وعلمية خاصة أن تجربة القنوات الفضائية الجزائرية انطلقت منذ مدة قصيرة وهي في بداياتها الأولى وتتقصها التجربة.

- معرفة الفروق المهنية التي تصنع الفارق في الاحترافية المهنية بين القنوات التلفزيونية.

- التعرف على طرق تشكيل المضامين الإعلامية في القنوات الفضائية العمومية والخاصة.

- التعرف على ظروف عمل القائم بالاتصال والعوامل التي تؤثر عليه وتتحكم فيه وعلاقته بالمصدر، المتلقي، السلطة.

(6) - منهج البحث:

يشير مدلول المنهج العلمي إلى تلك الإجراءات والعمليات العلمية التي يتبعها الباحث من أجل إكتشاف الحقيقة والوصول إلى نتائج علمية تتعلق بالظواهر الطبيعية والإنسانية بالإجابة على التساؤلات المطروحة، والمنهج المستخدم تفرضه طبيعة الموضوع، وبعد فحص عنوان الدراسة ونظرا للاعتماد على الجانب الميداني بالدرجة الأولى و كذا طبيعة الموضوع ارتأينا استخدام

المنهج المسحي والذي يعد من أهم المناهج المستخدمة في ميدان علوم الإعلام والاتصال، فهو يهدف إلى تسجيل وتحليل وتفسير مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة، ونعتمد على المنهج الوصفي التحليلي ذلك أن بحثنا يهتم بوصف وتحليل الظاهرة للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث، وتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها، فالمنهج الوصفي هو: " مجموعة الإجراءات البحثية إلى تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث"⁽¹⁾. الأمر الذي يسمح بالوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها والاستفادة منها في، وقد تم استخدام منهج المسح على مستويين: المضمون والقائم بالاتصال، فالأول لمعرفة مضامين النشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات التلفزيونية الثلاث أما الثاني فنهدف من خلاله لمعرفة ظروف عمل القائم بالاتصال في هذه المؤسسات والضغوط الداخلية والخارجية التي تؤثر عليه أثناء أدائه لمهامه والعوامل المتحكمة في صياغة الأخبار وترتيب القيم الخبرية، من خلال الاعتماد على المنهج المقارن والذي يسمح لنا بمعرفة أوجه الشبه ونقاط الاختلاف بين مضمون نشرات الأخبار الخاصة بقناة الجزائرية الثالثة وقناة دزير تي- في وقناة الخبر بهدف التعرف على القيم الخبرية لكل قناة و وضع مصفوفة لهذه القيم.

(1) - محمد عبد الرحمان عبد الله محمد بدوي، مناهج و طرق البحث الاجتماعي، د ط، دار المعرفة الجامعية مصر، 2000،

7) أدوات جمع البيانات :

"نقصد بها جميع الأدوات و الوسائل المستخدمة من طرف الباحث في جمعه للمعلومات و البيانات المستهدفة للبحث من خلال استخدامه لمنهج أو أكثر" (1).

يكون تحليلنا للبيانات و المعلومات من خلال تنظيمها و تحليلها وصفا ، و هذا من أجل استخلاص النتائج و الحصول على البيانات و المعلومات اللازمة عن البحث ، فلكل دراسة أدوات خاصة بها تخدم أهداف البحث والتي تنطلق من الإشكالية المطروحة وكذا نوعية الدراسة لذلك اخترنا ما يلي:

* الملاحظة :

بمعناها العام " هي توجيه الحواس لمشاهدة و مراقبة سلوك معين و تسجيل ذلك السلوك أو خصائصه" (2)، و هي عبارة عن نشاط يقوم به الباحث من خلال مراحل متعددة التي يمر بها بحثه فهو يجمع الحقائق المتعلقة التي تساعده في تحديد المشكلة و ذلك عن طريق ما يراه بعينه أو ما يسمعه بأذنه أو بكافة حواسه الأخر و تطبيق الملاحظة على الجماعات الصغيرة كجماعات العلاج و جماعات التجريب، و هناك من يعرفها بأنها: انتباه مقصود و منظم و مضبوط للظواهر أو الحوادث أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها و قوانينها ، و اعتمدنا الملاحظة من أجل تكوين صورة أولية حول إشكاليتنا المطروحة و طبيعة البيانات و المعلومات التي سوف نجمعها، واخترنا الملاحظة البسيطة والتي تعرف

(1) - أحمد بن مرسل، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، الجزائر 2005

ص 214 .

(2) - عامر مصباح، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 124 ص 125.

بأنها: "ملاحظة إستطلاعية إستكشافية لا يكون لها مستقب ولا تخضع للضبط العلمي، والهدف من الملاحظة البسيطة الحصول على معلومات وبيانات أولية عن الظاهرة موضوع البحث لتكوين فكرة أو تصوير مبدئي لما يكون مجال الملاحظة غير محدد بشكل دقيق فيما يتعلق بالظاهرة أو السلوك، لذلك تكون مشاهدات عابرة ومقدمة للدراسة العميقة اللازمة"⁽¹⁾، وقد إستفدنا كثيرا من أداة الملاحظة في الدراسة فقد إرتكزنا عليها من خلال الزيارات التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة، حيث كان من الضروري ملاحظة بعض السمات التي تميز مجتمع البحث بصفة عامة، وأفراد العينة بصفة خاصة، إضافة إلى ملاحظة العلاقات المتواجدة داخل المؤسسة وذلك من خلال مختلف التعاملات التي تحدث بين أفراد المجتمع المبحوث.

تحليل المضمون:

والتي تعد كأداة لجمع البيانات وهي تعد من بين أكثر الأدوات البحثية المستخدمة لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية التلفزيونية: وتحليل المضمون هو "تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة، مسموعة، أو سمعية بصرية، تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم والتي يعرض محتواها بشكل رقمي، إنها تسمح بسحب كمي أو كيفي"⁽²⁾.

دراستنا تهدف إلى الوصف الكمي الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهري لمادة الاتصال وهو تحليل مضمون عينة من النشرات الإخبارية التي تبثها القنوات التلفزيونية الثلاث .

(1) - المرجع نفسه، ص73.

(2) - موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 218 .

- وقد إتبعنا سلسلة من الخطوات المنهجية في تحليلنا لمضمون النشرات الإخبارية وهي الخطوات التي حددها محمد عبد الحميد وهي: التحليل المبدئي، وضع الفرضيات، ترميز بيانات التحليل وصولاً إلى تفسير النتائج و إرتكزنا على نوعين من التحليل: الكمي والكيفي.

- **التحليل الكمي:** يقوم هذا التحليل على إعطاء تفسير كمي للبيانات والمعطيات وحساب تكراراتها ونسبها المئوية.

- **التحليل الكيفي:** هذا التحليل لا يركز على الأرقام والنسب بل على الصفات والخصائص التي تميز المضامين عن بعضها البعض للتعرف على مضامين نشرات الأخبار وتحليلها شكلاً ومضموناً واستعملنا تحليل المضمون في مستويين:

- **تحليل المضمون الظاهري:** أي الإكتفاء بالتحليل الشكلي والظاهري المعلن في المادة الإخبارية للنشرات.

- **تحليل المضمون المستتر (الإستدلالي):** يسعى إلى التعمق في تحليل المضامين بالتعرف على خلفياتها ومعانيها الكامنة (المستترة) فالكلمات مثلاً تحمل في طياتها دلالات خفية وكامنة وكذلك الصور والفيديوهات، وللتوفيق بين المستويين الظاهري والمستتر التزمنا بالدقة في إجراء إختبار الصدق والثبات والطي يعد خطوة مهمة وأساسية في تحليل المضمون، وبعد قيامنا بكل هذا توصلنا الى وضع تحديد لفئات تحليل المضمون.

وحدات التحليل: إعتدنا في تحليلنا لمضمون النشرات على ثلاثة أنواع من فئات التحليل:

أ- **فئات الشكل:** تجيب عن السؤال كيف قيل؟ وتضم:

- فئة النوع الصحفي (خبر، تقرير، روبرتاج، بورترية).

- فئة القالب الفني: الهرم المعكوس، الهرم المعتدل، والهرم المتدرج.

- ب- فئات المضمون: هي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ وتضم ما يلي:
- فئة الموضوع: تضم هذه الفئة تحديد مضمون مواضيع النشرة الإخبارية ومركز الاهتمام فيها (سياسي، إجتماعي، ثقافي، إقتصادي، أممي عسكري،....).
 - فئة طريقة عرض الخبر: مجرد، تفسيري، ملون.
 - فئة مصادر القناة: الصحفي، المراسل، وكالات الأنباء، الصحف، قنوات تلفزيونية، الأنترنت، أخرى.
 - فئة طبيعة البث: مستمر، متقطع.
 - فئة طبيعة مصادر الصحفي: معلومة، مجهولة، استنتاجات.
 - فئة نوع المصادر: مصادر حية، مصادر غير حية.
 - فئة مستوى التغطية الإخبارية: تمهيدية، تقريرية، متابعة.
 - فئة جغرافية الخبر: محلي، إقليمي، دولي.
 - فئة نوع الصور: حية، أرشيفية، ثابتة، لا توجد Off.

ج - فئة القيم الإخبارية: الشهرة، الضخامة، الصراع، التنمية، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، القرب، التوقيت.

2- الاستمارة:

تعرف على أنها مجموعة من التساؤلات الاستفهامية رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة توجه إلى أشخاص معينين يعدون مصدر لجمع المعلومات يتولون التأشير أو ملأ المعلومات المطلوبة تشمل على التساؤلات أو عبارات وفقرات أو رسوم و إشكال تدور حول مشكلة بحث جديرة بالاهتمام كي توجه إلى عينة من المبحوثين ممن لهم صلة بالمشكلة المبحوثة و يطلب منهم الإجابة أو التأشير أو الاختبار تحت إشراف الباحث أو

من ينوب عنه أو من دونهم و إعادتها إلى مصدرها لاستكمال بقية الإجراءات و استخدمنا الاستمارة من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظواهر المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة.

واستعملنا الاستمارة لملاءمتها لطبيعة موضوعنا، فهي تمكننا من جمع المعطيات الكمية من الميدان من اجل تفسيرها وتحليلها والاستمارة ليست مجرد أسئلة فقط وإنما هي وثيقة تدون عليها إجابات وانفعالات واتجاهات وأراء الأفراد أي القائمين بالاتصال في قنوات الجزائرية الثالثة ، دزاير تي - في وقناة الخبر نحو موضوع الدراسة وتكون عبارة عن أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة تكون موجهة لأفراد مجتمع البحث أو العينة المختارة.

الأسئلة المغلقة: و هي الأسئلة التي تحدد إجابتها المتوقعة و يطلب من مفردة البحث اختيار الإجابة التي يراها مناسبة و يوجد شكلان للسؤال المغلق و هما: سؤال مغلق ذو إجابة واحدة، وسؤال مغلق متعدد الإجابات.

و أسئلة مفتوحة و استخدمت لقياس اتجاهات و أراء المستقصى منه.

تم توزيع الاستمارات يوم 26 أكتوبر 2016 و استرجعت يوم 10 نوفمبر 2016 و قد وزعت 176 استمارة و استرجعت منها 146 تم توزيعها على القائمين بالاتصال في القنوات الثلاث ،و تناولت الاستمارة السمات العامة للقائم بالاتصال إضافة إلى ثلاثة محاور موزعة على الشكل التالي:

المحور الأول: الخصاص التأهيلية للقائم بالاتصال.

المحور الثاني: تأثير الضغوطات الداخلية والخارجية على القائم بالاتصال في قنوات الدراسة.

المحور الثالث : نظرة القائم بالاتصال للقيم الخبرية والعوامل المتحكمة فيها في قنوات الدراسة .

* المقابلة :

يعرفها انجلش " بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف الحصول على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو للاستعانة بها على المعلومات التي تزيد من فهمنا لطبيعة الموضوع الذي نعالجه مباشرة من مصادر مبحوثين دون واسطة" (1).

فالمقابلة هي اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث ومبحوث واحد أو أكثر وذلك من شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء و مواقف محددة بطرح مجموعة من الأسئلة ، إختارنا المقابلة في هذه الدراسة كأداة لجمع البيانات كون دراستنا ميدانية تستلزم المقابلة لجمع المعلومات اللازمة و المتعلقة بموضوع الدراسة ، وقد جمعنا المقابلات مع بعض الباحثين في الإعلام والاتصال من أساتذة وأكاديميين إضافة إلى بعض ممتهني السمعي البصري في الجزائر و مقابلات مع الطاقم العامل بالقنوات التلفزيونية خاصة المسؤولين كمدراء الأخبار ورؤساء قسم الأخبار، وأجرينا المقابلات في مرحلة الدراسة التمهيدية عند استطلاعنا لموضوع دراستنا والتي كانت تهدف أساسا إلى جمع القدر الوافي من المعلومات التي تساعدنا في ضبط الإشكالية وطرح تساؤلات دراستنا الميدانية، وتجاوز اعتمادنا للمقابلة هذه المرحلة من البحث لبيتعادها

(1) - عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات ، منهج البحث العلمي ، ط 1 ، مكتبة المنار للنشر و التوزيع الأردن ، 1989 ، ص75.

إلى مرحلة جمع الوثائق والمعطيات بغية الحصول على قدر اكبر من المعلومات التي تفيدنا في موضوع بحثنا هذا.

و بهدف الحصول على اكبر قدر من المعلومات اعتمدنا على المقابلة الغير مقننة أي غير الموجهة و ذلك لإعطاء الحرية الكافية للمستجوبين في الإجابة على الأسئلة المطروحة التي يرونها مناسبة حيث طرحنا أسئلة عامة بطريقة حرة غير موجهة لإثارة العديد من النقاط والأبعاد والخفيات قصد الاستكشاف.

(8)- مجتمع البحث و اختيار العينة :

*مجتمع البحث :

يمكن تعريف مجتمع البحث على أنه " مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر و الوحدات) محددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات ، أو هي " جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"⁽¹⁾، وقد اخترنا ما يتلاءم مع دراستنا للحصول على القدر الكافي من المعلومات والمعطيات التي تفيدنا في استخلاص نتائج جيدة، ويتمثل مجتمع دراستنا في النشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات التلفزيونية الثلاث:الجزائرية الثالثة، دزاير تي في و الخبر.

عينة البحث:

(1)- أحمد بن مرسل ، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، الجزائر 2005 ، ص 166 .

تعرف العينة بأنها : " مجموعة من وحدات المعاينة تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا متكافئا مع المجتمع الأصلي و يمكن تعميم نتائجها عليه"⁽¹⁾ ، ونظرا لطبيعة الموضوع المختار للبحث استلزم ذلك أن نقوم بتحديد العينة بدقة من عناصر مجتمع البحث وذلك للوصول إلى التقديرات التي تتطابق مع مجتمع البحث الأصلي فالعينة هي : " أداة إنتقاء مجموعة محدودة نسبيا من مجموع أفراد العينة "⁽²⁾ .

- أ-إختيار عينة النشرات: إمن خلال دراستنا الميدانية قمنا بتحليل النشرات الرئيسية للقنوات الفضائية الثلاث(الجزائرية الثالثة،دزاير تي في وقناة الخبر) خلال ثلاثة أشهر(سبتمبر،أكتوبر ونوفمبر 2016)،ويأتي إختيارنا لهذه الفترة لما تعرفه من حراك سياسي وإجتماعي وإقتصادي خاصة بعد الدخول الإجتماعي وعودة أغلب المؤسسات الحكومية وغير الحكومية إلى النشاط بعد العطلة الصيفية،ونظرا لصعوبة الحصر الشامل والكلي لمجتمع البحث المكون من 276 نشرة إخبارية،إعتمدنا في بحثنا هذا على العينة العشوائية المنتظمة بإستخدام أسلوب الدورة لتلاؤمه ودراستنا حيث يعطي فرصة متساوية لأيام بث النشرات الإخبارية في تمثيل العينة،ويمنحنا بناء وصناعة فترات زمنية منتظمة وهو ما يجعل تحليلنا للأخبار موضوعي وفعال ويوصلنا إلى نتائج جيدة، حيث قمنا باختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول للدارسة بشكل عشوائي (السبت 03 سبتمبر

(1)- سمير محمد حسن ، دراسات مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام ، عالم الكتاب ، الدار اللبنانية المصرية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1990، ص 293 .

(2)- عبد الهادي أحمد الجوهري و على عبد الرزاق إبراهيم، مدخل إلى المناهج و تصميم البحوث الإجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002، ص77.

2016)، ثم إختارنا المفردة الثانية يوم الأحد من الأسبوع الثاني من نفس الشهر، والمفردة الثالثة يوم الإثنين للأسبوع الثالث وصولاً إلى آخر يوم من الدراسة الأربعاء 30 نوفمبر 2016، لنحصل في الأخير على 36 نشرة إخبارية موزعة على القنوات الثلاث بالتساوي بمعدل 12 نشرة لكل قناة،
مواصفات عينة الدراسة:

التاريخ	الأسبوع والشهر	الأيام
2016-09-03	01 من الشهر 01	السبت
2016-09-13	02 من الشهر 01	الأحد
2016-09-21	03 من الشهر 01	الإثنين
2016-09-27	04 من الشهر 01	الثلاثاء
2016-10-05	01 من الشهر 02	الأربعاء
2016-10-13	02 من الشهر 02	الخميس
2016-10-21	03 من الشهر 02	الجمعة
2016-10-29	04 من الشهر 02	السبت
2016-11-06	01 من الشهر 03	الأحد
2016-11-14	02 من الشهر 03	الإثنين
2016-11-22	03 من الشهر 03	الثلاثاء

2016-11-30	04 من الشهر 03	الأربعاء
------------	----------------	----------

- أما بالنسبة لعدد الأخبار فقد بلغ إجمالي عدد الأخبار في نشرات قناة الجزائرية الثالثة 368 خبرا بمساحة زمنية قدرها (597 دقيقة و 52 ثانية و 9 أجزاء من المائة) ، في حين بلغ إجمالي عدد الأخبار في نشرات قناة دزاير تي في 169 خبرا بمساحة زمنية قدرها (343 دقيقة و 06 ثواني و 48 جزء من المائة) ، في حين بلغ عدد أخبار نشرات قناة الخبر 274 خبرا بتوقيت إجمالي يقدر ب (305 دقائق و 10 ثواني و 15 جزء من المائة).

-وقد اعتمدنا على أسلوب تقدير القيم في النشرات الإخبارية وذلك بمشاهدة الخبر وهو وحدة التحليل والاستماع إلى التعليق وتحديد الكلمات الدالة والجمل والصور التي تتضمن قيما إخبارية لنقوم بعدها بالإشارة إلى القيمة الإخبارية .

ب- عينة الصحفيين: إختارنا جميع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار والتحرير وهذا لمحدودية عددهم وقدرتنا على إمكانية دراستهم والوصول إليهم وتوزيع الإستثمارات عليهم في قنوات: الجزائرية الثالثة- قناة الخبر وقناة دزاير تي- في (بغض النظر عن المراسلين الذين تم إستبعادهم من المجتمع الأصلي وهذا لصعوبة الوصول إليهم ودورهم المحدود في تزويد هذه القنوات بالأخبار إذ أن حصة الأسد من الأخبار يقوم بجمعها الصحفيون الدائمون هذا من جهة، كما إستبعدنا الصحفيين المتربصين الذين هم في فترة عمل تجريبية، وقد بلغ عدد الصحفيين في هذه المؤسسات الإعلامية خلال موسم 2015/ 2016 بهذه القنوات 176 موزعين كالاتي:

الجزائرية الثالثة: 98 صحفيا

قناة الخبر: 32 صحفيا .

قناة دزاير تي في: 46 صحفيا

- لكن مع إمتناع بعض صحفيي هذه القناة عن الإجابة عن إستمارة الإستبيان أو عدم إرجاعها لنا ورفضهم التعاون معنا دون ذكرهم للأسباب، فقد تقلص مجتمع البحث إلى 80 صحفيا بالجزائرية الثالثة.

26 صحفيا بقناة الخبر و 40 صحفيا في قناة دزاير تي في أي بمجموع 146 صحفيا

(9)- مجال الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة وضمان التحكم فيها، حددنا مجال الدراسة التي نكرها الكثير من الباحثين الاجتماعيين وهي المجال المكاني، والمجال الزماني، والمجال البشري.

المجال الجغرافي (المكاني): مقرات قنوات الجزائرية الثالثة بساحة الشهداء في العاصمة، قناة دزاير تي في بحي السعيد حمدين بين عكنون ،وقناة الخبر بالمنطقة الصناعية للعاشور.

المجال البشري: يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في كل الصحفيين الدائمين الذين يزاولون مهنة الصحافة في ميدان السمعى البصري (بإختلاف الرتب و أقسام العمل) في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	المؤسسة الإعلامية
54.79	80	الجزائرية الثالثة
27.40	40	دزاير تي في
17.81	26	الخبر
100	146	المجموع

المجال الزمني: قمنا بتسجيل النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث لمدة ثلاثة أشهر حيث بدأنا من 1 سبتمبر 2016 إلى غاية 30 نوفمبر 2016 تمكنا في هذه الفترة من الاحتكاك بمجتمع بحثنا والمتمثل في القائم بالإتصال في القنوات الثلاث ومسؤوليها حيث قمنا بجمع العديد من المعطيات التي أفادتنا في تحليلنا، وقد إختارنا هذه الفترة بإعتبارها تمثل إطلاق برامج الشبكة العادية في القنوات الثلاث إضافة الى أنها تشهد حراك إعلامي و إجتماعي كبير لتزامنها والدخول الإجتماعي، كما إمتدت دراستنا إلى فترات متعاقبة حيث كنا في كل مرة نقصد المؤسسات الإعلامية الثلاث للحصول على معلومات ومعطيات إضافية، أما فيما يتعلق بعملية توزيع الاستمارات على النحو الآتي:

القناة الجزائرية الثالثة: توزيع (98) استمارة بحث في الفترة الممتدة بين (26 إلى غاية 31 أكتوبر 2016).

قناة دزاير تي في : توزيع (46) استمارة في الفترة الممتدة بين (02 نوفمبر إلى 06 نوفمبر 2016).

قناة الخبر : توزيع (32) استمارة في الفترة الممتدة ما بين (7 نوفمبر إلى غاية 10 نوفمبر 2016).

10- إجراء الصدق والثبات: يعد إجراء الصدق والثبات من الخطوات الأساسية والشروط اللازمة في البحوث التي تركز على تحليل المضمون وهذا لإعطاء البحث مزيداً من الصدق والموضوعية ويعطي نتائج يمن القول أنها ثابتة وهو ما يؤكد أيضاً صحة إجراءات البحث، ونعني بصدق ثبات تحليل المضمون أنه إذا أعيد المقياس نفسه للمادة موضوع التحليل تكون النتائج والاستنتاجات نفسها، وتحقيقاً للموضوعية و لقياس ثبات التحليل قمنا بأول دراسة إختبارية للتأكد من ثبات المنهجية المتبعة، بعدها قمنا بالإستعانة بثلاثة أساتذة بالترميز مختصين في الإعلام و الإتصال لتحكيم استمارة تحليل المضمون حيث قاموا بعملية ترميز المعطيات وفئات التحليل ومراجعة عينة الدراسة بعد إطلاعهم على التعريفات الإجرائية للفئات وعناصرها التي قدمناها لهم، وقد أعطى الأساتذة المحكمون مجموعة من الملاحظات التي قمنا بإستغلالها في إجراء بعض التعديلات على استمارة تحليل المضمون، و بإجراء إختبار قبلي لاستمارة تحليل المضمون على عينة من نشرات الأخبار شملت نشرة إخبارية لكل قناة، لنقوم بعدها بحساب ثبات التحليل وفق معادلة هولستي، و المحكمين الثلاث هم على النحو الآتي: (أ) د بدر الدين زواقة، د فلاق صالح شبرة، د محمد عبد الله ثاني)، وتم ترميزهم على النحو الآتي:

أ.د. بد الدين زواقة : (أ).

د. فلاق صالح شبرة : (ب) .

د. محمد عبد الله ثاني : (ج) .

وبعد إتباع خطوات تحليل المضمون، كما هي مفصلة في قسم الملاحق (الملحق الأول) توصلنا إلى أن معامل الثبات يقارب (0.92%)، وهي نسبة كافية لاعتمادها في هذه الدراسة.

ب) قمنا بعرض الإستمارة الخاصة بالقائم بالإتصال في قنوات الدراسة في شكلها الأولي على نفس الأساتذة المحكمين والذين قدموا لنا ملاحظات جد قيمة قمنا من خلالها بإجراء بعض التعديلات والتصحيحات والإضافات إلى أن وصلنا إلى تصميم الإستمارة في شكلها النهائي لنقوم بتوزيعها على المبحوثين.

11- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تعد مرحلة تحديد المصطلحات من أهم المراحل في أي بحث علمي باعتبارها المنطلق لأي باحث في عمله ، لذا فتحديد المصطلحات و المفاهيم تسهل عمل الباحث وتمكنه من رسم طريق صحيح لبحثه و الوصول إلى نتائج دقيقة وواضحة في بحثه.

و يشير المفهوم إلى مجموع الآراء و الأفكار أو المعاني التي تطلق على الشيء بعينه والذي بدوره قد يكون اسما يطلق على أشياء عديدة تجمع بينهم ميزة مشتركة.

و على الباحث تحديد المفهوم التجريدي و المفهوم الإجرائي للمفاهيم الأساسية الواردة في دراسته، فالأول يسمح للباحث بضبط الإطار النظري للدراسة و هو يقتضي تحديده إجرائيا، أما المفهوم الإجرائي فهو تحويل لما هو نظري و تجريدي إلى ما هو عملي وملموس ، أي ماذا نقصد بهذا المفهوم في دراستنا الميدانية ، أما المفاهيم التي سنستخدمها في دراستنا و التي تشكل لنا المفاهيم الأساسية فتتمثل في ما يلي :

1- الخبر:

إصطلاحاً: هناك تعريفات كثيرة للخبر نذكر من بينها:

تعريف Nil Mac Neil "نيل ماك نيل": الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير إهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة"¹

أما الألماني "فرانس فابر" فيعرفه بأنه: "ذلك النوع الصحفي الرئيسي الذي يقوم بنقل معلومات بشكل ملتزم حول وقائع معينة بأسلوب مكثف بأسرع طريقة ممكنة، وينبغي أن يكون واقعيًا وملتزمًا ومقنعًا"²

إجرائياً: هو من بين أهم الأنواع الصحفية يقوم بنقل معلومات بشكل ملتزم حول وقائع وأحداث معينة والتي يصنفها القائمون على المؤسسات الإعلامية على أنها مهمة بالنسبة للمتلقي، ويتسم الخبر بقدر كبير من الآنية والفاعلية والقدرة على التأثير .

2- القيم الخبرية:

إصطلاحاً:

تسمى أيضا "معايير الأخبار" وهي : " مجموعة من المبادئ التي تكون الحس الانتقائي لدى الصحفيين، كما يعتقد بأنه ليست قواعد مكتوبة يسترشد بها محرر الأخبار، بل

¹(Mac Neil Training in Journalisme,Mac Milton Company new year ,1995,p132.)

(2) ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، المكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 1980، ص 90.

تخضع لعملية الفهم والتعليم من خلال ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير بها النظام الإخباري⁽¹⁾.

إجرائيا: هي مجموعة الخصائص أو الصفات أو العناصر أو المقاييس التي يتم على أساسها عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر أو البث أو هي المقياس الذي يتم على أساسه تحديد أهمية الأنباء، وتختلف القيم الخبرية باختلاف النظم الإعلامية السائدة في المجتمعات ونذكر من بين هذه القيم: الجدة، الأهمية، الصراع، قرب المكان، السلبية الصراع، الطرافة، التأثير..... الخ

3- التلفزيون:

إصطلاحا: "عبارة عن وسيلة لبث واستقبال الصور والأصوات عبر مسافات طويلة، وإلى عدد غير محدود من الأمكنة، إنه وسيلة لنشر وإذاعة المعلومات"².

كما يعرف بأنه: "وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة"³.

4- القائم بالاتصال:

إصطلاحا: "هو الشخص أو مجموعة من الأشخاص المشكلين لفريق منظم و الذي يقوم ببداية عملية الاتصال من خلال تحضير الرسالة و إرسال المعلومات والمعطيات عن

(1) - محمد مصالحة حمدان، صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، مجلة التوثيق الإعلامي، ع2، الجزائر، 1994، ص 27.

(2) . أ. بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، ط1، بناية الصحافة، دمشق، 1990، ص38.

(3) . زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، القاهرة: دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985، ص 65.

طريقة وسيلة إعلامية ، وهو أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من صحفيين، مراسلين، مندوبين، مصورين... الخ

إجرائيا: هو كل فاعل أساسي في جمع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة الثلاث إنطلاقا من الخروج لتغطية الأحداث والأخبار وتجميع المعلومات والمعطيات ثم تركيبها وتحريرها وتسليمها لحارس البوابة لبثها في النشرات الإخبارية أو هو الصحفي الذي داخل القناة التلفزيونية أو مسؤول عن العملية الإخبارية (مقدم، محرر، محقق، رئيس قسم) .

نشرة الأخبار:

إصطلاحا: ورد في معجم مصطلحات الإعلام تعريف لنشرة الأخبار وهي: "نشرة تتضمن الأخبار المختلفة وتقوم بإصدارها وكالة أنباء وتطلق أيضا على نشرات الأخبار في الراديو والتلفزيون"¹، و تتكون نشرة الأخبار التلفزيونية من مجموعة هامة من الأخبار تقدم خلال فترة زمنية محددة ولها مواعيد ثابتة يوميا ورقة طريق القناة التلفزيونية.

إجرائيا: هي نوع صحفي يتضمن العديد من الأنواع التحريرية الصحفية كالخبر، التقارير، الروبورتاج والتحقيقات والأحاديث والمقابلات الصحفية تقدم في فترة زمنية محددة بهدف تقديم معلومات حول وقائع وأحداث باستخدام الصوت والصورة عبر القنوات التلفزيونية ليشاهدها الجمهور، في وقت محدد وثابت .

(1) - أحمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 2006، ص 15.

الفضائيات التلفزيونية:

إصطلاحاً: تُعرف بأنها: "وسيلة من وسائل الاتصال، تعتمد الصوت والصورة معاً، لإرسال البرامج التلفازية عبر الأقمار الصناعية بشبكات اتصال أرضية، ترسل وتستقبل من أحد الأقمار الصناعية"⁽¹⁾.

وتعرف أيضاً بأنها "كافة القنوات التلفزيونية التي يمكن استقبالها عن طريق اجهزة خاصة (طبق -هوائي) من الأقمار الصناعية دون الحاجة إلى محطات ارسال أرضية"⁽²⁾، ويقصد بها بأنها جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفتوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة.

إجرائياً: هي القنوات الفضائية جزائرية المحتوى سواء العمومية والخاصة والتي تقدم مادة إعلامية وبرامج متنوعة موجهة للجمهور الجزائري وطاقتهم هذه القنوات جزائري وملكيته وتسييرها بإطارات جزائرية و يمكن استقبالها عن طريق الأقمار الصناعية .

12- الدراسات السابقة:

إن الاطلاع علي الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع أي دراسة يبقي مهما لأي باحث للاطلاع على أفكار الباحثين الذين سبقوه بالتطرق للموضوع و التعرف علي النتائج التي حققوها بالدراسات السابقة فهي مرحلة مهمة لا ينبغي لاي باحث إهمالها استنادا إلى

(1) - الشماس عيسى ، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب: دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية، العدد 2، ص46، 2005.

(2) - سليمان شلال حميد، قنوات البث الفضائي وتأثيراتها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الموصل، مجلة دراسات وصلية، العدد 33، ص58، 2009.

حقيقة علمية مفادها أن العلم تراكمي وأن أساس نجاح البحوث العلمية هو انطلاقها من نتائج دراسات سابقة، فإننا سنقوم بعرض بعض الدراسات الميدانية التي سبقتنا في تناول الموضوع والتي تتقاسم مع بحثنا في بعض الجزئيات حيث استفدنا من نتائجها في إثراء موضوع البحث وهي على النحو التالي:

أ- الدراسات السابقة باللغة العربية

ب- الدراسات السابقة باللغة الفرنسية

أولا الدراسات باللغة العربية :

1- دراسة لبنى جلال سكيك: "إستخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية، نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا" (1)

- تتلخص إشكالية الدراسة ما هو أثر استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في النشرة الرئيسية لأخبار التلفزيون الجزائري ،
التساؤلات الفرعية:

ما هي أشكال و وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال ؟

(1)- لبنى جلال سكيك: إستخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية ،نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا،رسالة ماجستير غم، جامعة الجزائر 3 ، 2008/2007.

حلت التكنولوجيا الحديثة محل التكنولوجيا التماثلية كيف تم الانتقال؟ ما هي مزايا و خصائص استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة

- ما هي تكنولوجيا البث التلفزيوني و في ما تكمن مختلف جوانبها ؟

- ما هي أهم مصادر جمع المادة الإخبارية المصورة و المكتوبة؟

- ما مدى اهتمام التلفزيون بالوظيفة الإخبارية و مختلف القيم الإخبارية ؟

- ما أهمية التبادل الإخباري للتلفزيون ؟ و ما هي أهم الشبكات لهذا التبادل؟

- ما هي عناصر النشرة الإخبارية ؟ و أهم المراحل التي تم بها النشرة الإخبارية التلفزيونية ؟

ما هي أهم التغييرات التي طرأت على النشرة الرئيسية للتلفزيون الجزائري في العهد الرقمي ؟ و ما مدى استفادته من هذه التكنولوجيا الحديثة ؟

- تهدف الدراسة إلى معرفة مختلف وسائل و أجهزة التكنولوجيا المعلومات في التلفزيون و التعرف على حال نشرات الأخبار في ظل التكنولوجيا الرقمية الحديثة.

- انتهجت الباحثة في دراستها على الدراسة الوصفية و منهج دراسة الحالة و إستعانت الباحثة بأدوات بحثية لجمع البيانات و المعطيات كالملاحظة و المقابلة مع مدير الأخبار و رؤساء التحرير و التقنيين و بعض الصحفيين في قسم الأخبار بالتلفزيون الجزائري

نتائج الدراسة: توصلت الباحثة بعد عملها الميداني إلى جملة من النتائج و الإستنتاجات نلخصها في ما يلي :

_ التطور التكنولوجي و التكنولوجيا الرقمية الحديثة تعد مؤثر قوي في عملية إعداد نشرات الأخبار التلفزيونية .

قوة التلفزيون تابعة من تركيبته الثلاثية : النص ، الصوت ، الصورة و نشرة التلفزيون الجزائري إستطاعت تحقيق التكافؤ بين هذه العناصر

_ شدة غزارة و تدفق المعلومات و الاخبار .

_ السرعة في الأداء و في نشر و توزيع الأخبار المصورة

_ مدونة الإتصال بين المحررين و رؤساء التحرير

_ التلفزيون الجزائري لم ينتقل كلية إلي المرحلة الرقمية فهو لا يزال يتعامل مع الأنظمة التماثلية بأجهزتها .

_ تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها الدراسة الوحيدة آنذاك التي تناولت موضوع إستخدام التكنولوجيا الرقمية في نشرة الأخبار للتلفزيون الجزائري و تبرر أهمية الدراسة إلي كونها مطلوبة في الوقت الحالي و مدي الحاجة إلي تطوير المؤسسات الإعلامية من أجل الدخول إلي عصر المعلومات و مواكبة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال الحديثة.

3- دراسة رضوان بوقرة: "بنية الأخبار في القنوات الفضائية العربية قناة الجزيرة

نموذجاً - دراسة وصفية تحليلية" (1)

- تدور إشكالية هذه الدراسة حول الدور الكبير الذي تلعبه قناة الجزيرة الإخبارية في تغطية الإخبار و الأحداث العلمية و استفادتها من التطورات التكنولوجية و التوظيف الأمثل للكوادر البشرية و لدراسة ذلك طرح الباحث الإشكالية التالية: كيف هي بنية نشرات الأخبار في قناة الجزيرة؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هو مفهوم الصناعة الخبرية في التلفزيون؟
- كيف تتم عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون؟
- هل شكلت القنوات الفضائية العربية طفرة في واقع الإعلام العربي ؟
- ما هي المواضيع الأكثر في تغطية نشرات أخبار قناة الجزيرة ؟
- ما هي المعايير التي على أساسها تختار قناة الجزيرة قصصها الإخبارية ؟
- هل تحافظ نشرات قناة الجزيرة على بنائها من حيث الشكل أم هي تتطور باستمرار ؟
- ما هي المصادر التي تعتمد عليها الجزيرة في الحصول على أخبارها ؟

(1) - رضوان بوقرة، بينة الأخبار في القنوات الفضائية العربية، قناة الجزيرة نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2005-2006

- كيف توظف قناة الجزيرة تكنولوجيا الاتصال في نشراتها الإخبارية ؟

- أي أنواع الصور التي تستخدمها قناة الجزيرة في نشراتها الإخبارية ؟

* للإجابة على إشكالية الدراسة و تساؤلاتها الفرعية استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي و الاستعانة بأداتي الملاحظة العلمية و تحليل مضمون نشرات أخبار قناة الجزيرة و تمثل مجتمع بحث الدراسة في جميع النشرات الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة في الفترة ما بين 2005/06/01 الى 2005/07/31 و وقع الاختيار على التحليل 12 نشرة إخبارية

نتائج الدراسة: انطلاقا من تحليل عينة الدراسة توصل الباحث إلى جملة من النتائج:

- 1- بسبب المنافسة و التطورات التكنولوجية و كثرة المستجدات الإخبارية فإن قناة الجزيرة لا تعرف تحديدا صارما لبنية نشراتها الإخبارية فهذه الأخبار تعرف تغييرات مستمرة
- 2- في ما يتعلق بالأنواع الصحفية التي تستعملها قناة الجزيرة في نشراتها الإخبارية هي في أغلبها خبرية قلما تستعمل أنواع الرأي
- 3- يعتبر شريط العناوين الخاص بقناة الجزيرة من أهم مميزاتها و يعد أيضا أحد أسباب نجاحها
- 4- توظف قناة الجزيرة في نشرتها الإخبارية الخبر بكثرة لنقل الأحداث
- 5- توظف قناة الجزيرة الإخبارية الوسائل التكنولوجية بشكل كبير في نشراتها الإخبارية
- 6- تركز قناة الجزيرة في نشراتها الإخبارية على المواضيع السياسية و الأمنية و العسكرية تليها الأخبار الخفيفة و المنوعة
- 7- تستخدم قناة الجزيرة في نشراتها على صور الإيضاح لتبسيط الخبر

8- تعتمد الجزيرة على مصادرها الداخلية في استسقاء الأخبار و تعتمد على المصادر الخارجية بشكل ضعيف و بشكل عدم التصريح قناة الجزيرة بمصادرها نقطة ضعف أداءها الإعلامي و يهدد مصداقيتها .

- تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها بالرصد و التحليل البناء العام لنشرات أخبار قناة و مقارنتها بالقنوات الفضائية ذات الخبرة الواسعة مع تقديم نموذج لبناء نشرات إخبارية في الفضائيات العربية تنافس نظيرتها الأجنبية على السبق الصحفي و تحقيق الإنتشار .

3 - دراسة فورية عكاك: " القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة: دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي"⁽¹⁾

سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن القيم الخبرية التي تتضمنها صحفية الخبر و يومية الشروق اللتين ظهرتا نتيجة التحول السياسي و الاقتصادي والاجتماعي في الساحة الجزائرية مطلع التسعينيات و الذي نجم عنه إنفتاح إعلامي و ظهور عدد من العناوين الصحفية الخاصة مما أدى إلي ظهور مضامين خبرية متنوعة شكلا و مضمونا و حاولت الباحثة التطرق إلي إشكالية مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في صحيفتي الخبر و الشروق اليومي في الحسابان في عملية إنتقاء و نشر الأخبار الداخلية و ما هي العوامل المؤثرة في صياغتها و تشكيلها ؟

(1) - فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2011-2012.

التساؤلات الفرعية :

- 1_ ما نوعية الأخبار الداخلية المنشورة في صحف الدراسة ؟
 - 2_ ما هي طريقة عرض الأخبار الداخلية في صحف الدراسة؟
 - 3_ ما هي أبرز المصادر التي تعتمد عليها صحف الدراسة في تغطية الأخبار الداخلية المنشورة علي صفحاتها ؟
 - 4_ ما نوع التغطية الإخبارية المعتمدة في صحف الدراسة ؟
 - 5_ ما هي القيم الخبرية الأكثر تواجدا وانتشارا في الأخبار الداخلية المنشورة بصحف الدراسة؟
 - 6_ ما هو الاتجاه العام للقيم الخبرية في صحف الدراسة ؟
 - 7_ ما تصور القائم بالاتصال في صحف الدراسة لماهية الخبر و للعناصر الخبرية التي يقوم عليها ؟
 - 8_ ما هي المعايير الغالبة في انتقاء أو استبعاد الأخبار الداخلية ؟
 - 9_ ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في صحف الدراسة و تؤثر على كفاءة تغطيتها الإخبارية للأحداث .
- وسعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن مصفوفة في عملية انتقاء و نشر الأخبار القيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في صحف الدراسة

التعرف على القائمين بالاتصال من حيث خصائصهم الاجتماعية و المهنية و توجهاتهم الإيديولوجية و نوعية المعايير التي يستخدمونها في إنتقاء و نشر الأخبار الداخلية و للإجابة علي تساؤلات الدراسة إتمدت الباحثة علي منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي و قد تم إستخدامه علي مستوي المضمون و القائم بالاتصال، و للحصول علي بيانات علمية إتمدت الدراسة علي أداتين في إطار المنهج المستخدم من خلال تحليل المضمون و الإستبيان.

تحليل المضمون تمثل في تحليل الأخبار الداخلية المنشورة في يوميي الخبر و الشروق اليومي ابتداء من جانفي 2007 إلي غاية ديسمبر 2007 ، كما تم توزيع استمارة علي القائمين بالاتصال علي مستوي الجريدتين .

من نتائج هذه الدراسة :

كشفت عن تبني صحيفتي الخبر و الشروق اليومي لمصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها القائمون بالاتصال في الحسبان في عملية انتقاء و نشر الأخبار الداخلية ، و تمثلت القيم الخبرية في صحيفة الخبر في : الضخامة و الحجم ، الصراع ، القرني ، السلبية ، الآتية و الإشارة ، الشهرة ، الاهتمامات الإنسانية ، الأهمية ، الإيجابية المصالحة الوطنية ، السيادة الوطنية و التنمية و الغرابة و الطرافة

- و جاءت القيم الخبرية مرتبة في يومية الشروق اليومي علي النحو الاتي :
الضخامة و الحجم ، الصراع ، القرب ، الإثارة ، السلبية ، الإيجابية ، الشهرة ، الاهتمامات الإنسانية ، الآتية ، الأهمية ، المصالحة الوطنية ، الغرابة و الطرافة ، السيادة الوطنية و التنمية .

- عملية إنتاج الأخبار تتم من خلال عمل مؤسسي تتوزع فيه الأدوار علي كافة العاملين في الصحافة حيث لا يعتمد في جمع الأخبار و انتقائها و ترشيحها للنشر على قرارات فردية بل من طرف قرار مؤسسي .
 - كما كشفت الدراسة أن القائمين بالاتصال في جريدتي الخبر و الشروق اليومي يتمتعون بهامش من الحرية أثناء عملهم لكن من دون إهمال لتدخل حارس البوابة في انتقاء و ترشيح الأخبار الداخلية للنشر.
 - تعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها من حيث تعرضها للقيم الخيرية المتبناة في الصحافة الجزائرية الخاصة الناطقة باللغة العربية إذ لم يسبق ان تم تناول هذا الموضوع من قبل. فقد اكتفت الدراسات الجزائرية في هذا المجال بمحاولة الكشف عن القيم الخيرية في صحافة القطاع العام بما فيها التلفزيون.
- 5- دراسة أحمد نواري: "تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري : دراسة وصفية و تحليلية لنماذج من عينات النشرة الرئيسية فترة 2001 " (1)

التساؤلات الفرعية:

- ما هي قيم و أنواع بناء الأخبار في التلفزيون الجزائري؟
- ما مدى سلامة بناء أخبار النشرة من حيث ترتيب و توازن و تجانس الأخبار ؟

(1) - أحمد نواري، تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لنماذج من النشرة الرئيسية ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2001 .

- ما مدى سلامة تحرير الأخبار من أنواع صحفية كالخبر التقرير، الريبورتاج و البور تيره و التحقيق و الحديث؟

- ما مدى سلامة تحرير الصورة لمطابقة مضمون المادة الإخبارية

- ما مدى استخدام قواعد و خصائص الأسلوب السليم في التلفزيون

فرضيات الدراسة: دعم الباحث تصوره للبحث بالفرضيات التالية:

1 - إن الأخبار التلفزيون الجزائري تحرر بطريقة سليمة وفق الأساليب المتعارف عليها

2- او ان تحريرها يتراوح بين الطريقة السليمة و الطريقة غير السليمة؟

3- او ان تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري يتم بطريقة غير سليمة و للإجابة على

تساؤلات الدراسة و التحقق من فرضياتها استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي مع

استخدام أداتي الملاحظة و تحليل المضمون و تمثلت عينة الدراسة في أرشيف التلفزيون

ليستقر الاختيار على سنة 2001 لأشهر : ماي، جوان ، وجويلية مع اختيار 12 نشرة

إخبارية لتحليل مضمونها.

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى النتائج التالية :

- القيم الإخبارية التي تعكسها أخبار التلفزيون الجزائري تركز القرب كقيمة إخبارية

إمتداد لتكوين عرض الاخبار الوطنية علي الدولية .

- ترتيب عناصر الأخبار بين الموجز و العرض لا يعكس أهمية الأخبار فالعرض يكرس

دوما في صدراته عرض الأخبار السياسية .

- عدم توازن نوعيات الأخبار في بناء النشرات للإفراط في عرض الأخبار الوطنية علي حساب التوازن مع الأخبار الدولية و عدم توازن الأخبار السياسية مع الأخبار الثقافية و الإقتصادية .

- تحرير الخبر في النشرة ظهر غير سليم ، أما التقارير فلا تراعي فيها الأجزاء الثلاثة (تمهيد ، حسم ، خاتمة) و عليه فإن فرضية البحث التي تحققت هي الفرضية الثالثة : بأن أخبار التلفزيون الجزائري لا تحرر بطريقة سليمة وفق الأساليب المتعارف عليها فلم يثبت سلامة تحرير حتي نموذج واحد من نماذج العينات المدروسة و قد توصل الباحث من خلال دراسته هذه أن تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري هو فوضي من تداخل و إختلاط الأنواع الصحفية و عدم تمييز العناصر الأساسية

الموضوع من عناصره الثانوية التفصيلية

- تمكن أهمية هذه الدراسة في كونها من بين الدراسات الرائدة في تحليل مضمون وسائل الإعلام السمعية البصرية و هي التلفزيون الجزائري و أعطى الباحث حملة من الملاحظات حول واقع تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري و ضرورة مراجعة قواعد و أساليب التحرير و كذا مواكبة التطور التكنولوجي خاصة في ظل العولمة الإعلامية .

6- دراسة صابر حسن محمد عمر: " التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الفضائية: دراسة مقارنة بين القنوات العربية و الأجنبية" (1) .

- حدد الباحث مشكلة بحثه في التعرف علي مواضيع و أشكال التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية الإخبارية العربية و الأجنبية و القيم الخبرية التي تحكمها ، و لتحقيق أهداف مشكلة البحث تتعلق بموضوعات التغطية الإخبارية و أشكالها و مصادرها و قيمها و أوجه الاختلافات فيما بينها بشكل عام ، ثم قام الباحث بالإجابة عليها من خلال المنهج الوصفي و باستخدام أسلوب تحليل المحتوى ، و قد حدد الباحث مجتمع بحثه في النشرات الإخبارية الرئيسية المسائية للقنوات الإخبارية الفضائية و هي (الجزيرة ، العربية ، cnn، و قناة ال bbc) مع تحديد عينة عشوائية معتمدا علي ما يعرف بالأسبوع الصناعي .

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها

- أهم المواقع الجغرافية التي دارت حولها الأحداث هي منطقة الشرق الأوسط و الأقل تغطية هي أفريقيا أمريكا الوسطى و الجنوبية
- الموضوعات السياسية و الحكومية كانت أكثر الفئات تكرارا.

(1)- محمد صابر عمر ، التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية ، دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية،رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب ،جامعة الملك سعود،السعودية،2007.

أما الأقل تكرارا فكانت الأخبار التي تهتم بالطفل و التعليم

- حول مصادر التغطية الإخبارية التي تعتمد عليها القنوات هي مصادرها الخاصة بنسبة 96.7 %

- وجود أوجه إختلاف بين القنوات الفضائية العربية و نظيراتها الأجنبية .

- تتميز هذه الدراسة بكونها من بين المحاولات المادية للمقارنة بين النشرات الإخبارية العربية و نظيراتها الأجنبية .

7 - دراسة هشام حمزة : "إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية في أوقات الازمات دراسة حالة: تجربة قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان و العراق" (1)

تم تحديد مشكلة هذا البحث في قياس مدى قدرة القنوات التلفزيونية الاخبارية العربية على ادارة لأخبار في أوقات الحروب و الأزمات مع التركيز على تغطية قناة أبو ظبي للحروب في أفغانستان و العراق.

و قد تمت بلورة المشكلة البحثية من خلال المحاولة على التساؤلات العامة

أهمها: كيف أدارت القنوات التلفزيونية الإخبارية العربية أقسام الأخبار

(1) - هشام حمزة، إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية في أوقات الأزمات، دراسة حالة تجربة قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق، رسالة ماجستير فير منشورة، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2007.

و مراكزها و وحداتها في أوقات الأزمات و الحروب.

كيف أدارت قناة ابو ظبي نظامها الاخباري اثناء الحرب في افغانستان و العراق.

وللاجابة على هذه التساؤلات قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي مستعينا بمجموعة من وسائل جمع البيانات على غرار المقابلة، والاستمارة وقد امتد البحث على مدتين منفصلتين :

الأولى بين 7 اكتوبر 2001 الى نهاية 2001 والثانية تبدأ من 20 افريل .

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى النتائج التالية

- تبين ان ثنائي الجزيرة و ابو ظبي الإخباريتين استطاعتا كسر الحصار والاحتكار اللذين فرضتهما المؤسسات الاعلامية الغربية وبالتالي نجاح القنوات في تغطية الحرب في افغانستان و العراق، لكن سرعان ما تراجع حجم تغطية القنوات مع مرور الوقت بسبب التضيق الممارس عليهما خاصة من طرف السلطات العراقية.

- تبرز أهمية هذه الدراسة في توضيحها لادارة اخبار التلفزيون اثناء الحروب والأزمات و طرق الاستعداد لتغطيتها اداريا و ميدانيا للتغلب على العوائق والصعوبات ولنقل صورة موضوعية لأحداث ذات قيمة عند الجمهور، وكذا اختبار قدرة القناة على مواكبة الأزمات.

8- دراسة حسينة رحال: "متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية الجزائرية والفرنسية -

دراسة حالة - نشرة المساء" (1)

(1) - حسينة رحال، متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية الجزائرية والفرنسية، دراسة حالة نشرة المساء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بن

يوسف بن خدة ، الجزائر، 1999.

حددت الباحثة جملة من الأهداف للوصول إليها أهمها:

- التعرف على عادات المشاهد الجزائري في متابعة الأخبار الوطنية، العربية والدولية.

- التعرف على الأخبار التي يتابعها المشاهد الجزائري وما يفضله من أخبار.

- مدى حرص المشاهد الجزائري على الاهتمام بأخبار القناة الوطنية أم القنوات الفرنسية.

- معرفة أهم القنوات وأكثرها متابعة من طرف الجمهور الجزائري .

وقد طرحت الباحثة في إشكالية دراستها الميدانية دور التلفزيون الجزائري في الحديث عن الواقع الجزائري خلال العشرية السوداء خاصة بعد ظهور تكتلات إعلامية كبيرة وتسليط كبرى القنوات العالمية الضوء على الجزائري وإستهداف إستقرارها ،هذا ما جعل المشاهد الجزائري في حيرة من أمره وفي موقف مفاضلة بين أخبار التلفزيون الجزائري وأخبار باقي القنوات الأجنبية أهمها القنوات الفرنسية وإنطلاقا من هذا الاشكالية وضعت الباحثة مجموعة من الفرضيات:

- نشرات الأخبار الفرنسية لها قدرة على جذب المشاهد الجزائري.

- نشرات الأخبار التلفزيونية الجزائرية لا تستطيع إشباع حاجات مشاهديها ومدعم بأخبار كافية.

وللإجابة على هذه الفرضيات قامت الباحثة بالإعتماد على المنهج الوصفي لوصف خصائص النشرات التلفزيونية الجزائرية ونظيرتها الفرنسية، معتمدة على تقنية دراسة الحالة لتفسير سلوك المشاهد الجزائري.

نتائج الدراسة : توصلت الباحثة الى النتائج التالية:

- يقوم المشاهد الجزائري بترتيب الأخبار التي يتابعها حيث يتابع الأخبار الوطنية ثم العربية لتليها الدولية.
- نفي الفرضية القائلة بأن المشاهد الجزائري أكثر متابعة لأخبار التلفزيون الفرنسي على حساب التلفزيون الجزائري، حيث يلجأ المشاهد الجزائري الى متابعة الأخبار المحلية في التلفزيون المحلي.
- تأثير بعض المتغيرات على عادات مشاهدة الأخبار كالسن والجنس، إذ أن الذكور أكثر متابعة للأخبار من الإناث إلى جانب المستوى التعليمي في حين بعض المتغيرات لم تؤثر على مشاهدة كمكان الإقامة مثلاً.
- تكمّن أهمية هذه الدراسة في كونها سلّطت الضوء على نشرات التلفزيون الجزائري ونظيرتها في التلفزيون الفرنسي، ومحاولة مقارنة مستوى أخبار كل قناة ومدى إقبال المشاهد الجزائري على متابعتها خاصة خلال العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر، كما حددت الباحثة أهمية قطاع السمع البصري ودوره في التأثير السياسي على المتلقي، كما أن مستوى الأخبار التي يبثها التلفزيون الجزائري جعلت بعض القنوات تتغلغل وتنتشر في المجتمع الجزائري وتحاول تغليطه بالضغط والتأثير وتشويه الوقائع.

9 - دراسة شطاح محمد: "النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية"⁽¹⁾ :

تتلخص إشكالية الدراسة حول التطور الكبير الذي عرفه التلفزيون الجزائري وقيامه بالأدوار الإخبارية، حيث تحتل نشرة الثامنة مكانة متميزة في شبكة البرامج من حيث تجنيد القدرات المادية والبشرية لتقديم نشرة إخبارية تجذب إهتمام المشاهد الجزائري شكلا ومضمونا وسعى الباحث للإجابة على الإشكالية: إلى أي مدى وفق القائمون في التلفزيون الجزائري في جذب المشاهد الجزائري من حيث موضوعات النشرة الإخبارية وترتيبها وطريقة معالجتها؟

التساؤلات الفرعية:

- في الجانب النظري:

ما هي الوضعية الراهنة للعملية الإخبارية ومنها نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري؟

- في الجانب التطبيقي الدراسة تتطرق من سؤالين كبيرين تتفرع منهما أسئلة ثانوية:

أولا: ما مدى إهتمام النشرة الإخبارية الرئيسية بمقومات الأخبار؟

(1) - شطاح محمد، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004.

ثانيا: ما هي إتجاهات مشاهدي نشرة أخبار التلفزيون الجزائري المقدمة في الساعة الثامنة من حيث الشكل والمضمون؟

وللإجابة على هذه الإشكالية وتساؤلات الدراسة إعتد الباحث على المزوجة بين الأداة والمنهج حيث استخدم أداتي الاستمارة وتحليل المضمون كأسلوب بحثي للوصف حيث استخرج الأخبار الأكثر أهمية ومعدل ترددها وتوزيعها وإتجاهها ،وقد قام الباحث بتحليل عينة من النشرات الإخبارية من خلال تسجيل الأسبوع الإخباري المختار وإعادة مشاهدته وحساب عدد المواضيع وزمنها بالدقيقة وملاحظة عملية إعداد النشرات الإخبارية و الإحتكاك مع الصحفيين ورؤساء التحرير،وقد مس تحليل المحتوى عينة من نشرات التلفزيون الجزائري (النشرة الرئيسية) ،وتم توزيع إستمارة البحث على 400 مفردة(100 أستاذ،100 طالب،100 إداري،100 مهني في مهن حرة) وهذا للتعرف على عادات المشاهدة.

نتائج الدراسة:

- متوسط زمن النشرة إتجه نحو إستغراق وقت أطول من سنوات ما قبل عام 2000.
- نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري تميل الى الأخبار الطويلة .
- طغيان الأخبار السياسية وبالتالي طغيان الأخبار الرسمية.
- هيمنة الأخبار الوطنية.
- نسبة كبيرة من الأخبار يغلب عليها الطابع الايجابي.

- الشخصيات المحورية في نشرة الأخبار كان رئيس الجمهورية، متبوع برئيس الحكومة .

- نجاح النشرة في تحقيق التوافق بين الصوت والصورة.

- إقبال المشاهد الجزائري على متابعة نشرة الأخبار الرئيسية وإتفق معظمهم على ملاءمة التوقيت كما إتفق المبحوثون على أن طول النشرة متوسط عموماً، كما يفضل المبحوثون الأخبار الوطنية على بقية الأخبار (العربية والدولية).

- نشرة التلفزيون الجزائري تحسنت في توظيف التكنولوجيا الجديدة.

تكن أهمية هذه الدراسة في كونها إهتمت بعناصر العملية الإخبارية المضمون (الرسالة)، الجمهور، الوسيلة إلى جانب القائم بالإعلام فقد أملت الدراسة بكل عناصر العملية الإخبارية.

10- دراسة بوججوف الزهرة: القيم الإخبارية في عصر العولمة، دراسة تحليلية

وصفية لنشرة world news بمحطة CNN الأمريكية. (1)

- إنطلقت الباحثة في دراستها من إشكالية التطور الكبير الذي عرفه قطاع الإعلام خاصة السمي البصري والذي إنعكس على شكل ومضمون الأخبار في مختلف القنوات، وقناة CNN الأمريكية من بين المؤسسات الإعلامية الرائدة عالمياً في استخدام التكنولوجيا الحديثة بإمتلاكها أجهزة جد متطورة وإمكانات بشرية تقوم بجمع الأخبار

(1) - بوججوف الزهرة، القيم الخيرية في عصر العولمة، دراسة تحليلية لنشرة سي أن أن، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2009.

ومعالجتها وبنها بعد إنتقائها على أساس القيم الإخبارية التي تحملها وما يتمشى مع العولمة وتحدياتها، وقد طرحت الباحثة الإشكالية التالية: ماهي القيم الإخبارية التي تروج لها نشرة world news في قناة CNN الأمريكية؟

التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة المواضيع التي تتضمنها الأخبار في محطة CNN؟

- هل تغطي العناصر المرئية على الأخبار في محطة CNN ؟

- هل القيم الإخبارية في محطة CNN تؤثر على مصداقية الخبر فيها؟

فرضيات الدراسة:

1- تهتم محطة CNN من خلال نشرة world news بكل القيم الإخبارية.

2- تروج محطة CNN من خلال الأركان الإخبارية ل world news إلى قيم العولمة.

وتهدف الباحثة لتحقيق جملة من الأهداف من بينها: معرفة القيم الجديدة التي أفرزتها العولمة وتأثيرها على الأخبار في محطة CNN وبالتالي معرفة النموذج الأمريكي للأخبار.

وللتحقق من الفرضيات والإجابة على إشكالية الدراسة إتمدت الباحثة على المنهج المسحي والإستعانة بأدوات بحثية لجمع المعلومات والمعطيات كتحليل المحتوى والملاحظة، وقد تم إختيار عينة من النشرات الإخبارية ل محطة CNN في الفترة الممتدة

ما بين 20 ديسمبر 2008 و 20 فيفري 2009، حيث تم تسجيل تسع نشرات بطريقة عشوائية وإخضاعها للتحليل.

نتائج الدراسة:

- بالنسبة للفرضية الأولى لم تتحقق لأن القيم الإخبارية في نشرة world news ب محطة CNN الأمريكية إقتصرت على قيمة التمشهد، الآنية، الشهر، والسلبية ولم ترد باقي القيم الإخبارية خلال فترة الدراسة.

- أما عن الفرضية الثانية فقد تحققت حيث أن محطة CNN الأمريكية ومن خلال نشرة world news تروج لقيم العولمة ويظهر هذا من خلال تكرار وترتيب قيم العولمة في أخبار السياسة وكذا أخبار الإقتصاد والرياضة وأيضاً الأخبار المتنوعة . ففي أخبار السياسة نجد الترويج للشخصيات السياسية الغربية، الترويج للصراعات والحروب في أخبار دول الجنوب، و في الإقتصاد و الرياضة نجد الترويج للسلع و الشركات الغربية و كذا الترويج لمشاهير الرياضة الغربيين، أما في الأخبار المتنوعة فنجد الترويج للثقافات الأمريكية و الترويج لمشاهير الفن الأمريكي

-فقناة CNN الأمريكية تعمل على ترويج كل ما هو أمريكي

تكن أهمية هذه الدراسة في كونها إضافة علمية في ميدان السمي البصري حاولت التطرق لموضوع الأخبار من حيث البناء، المصادر، القوالب، الكتابة، التقديم وكذا إنتقاء هذه الأخبار خاصة بعد إجتياح العولمة للمجال الإخباري.

ثانياً: باللغة الأجنبية:

1- دراسة : Straughan, Dulcie, Murdock⁽¹⁾

سعت هذه الدراسة إلى قياس حضور بعض القيم الإخبارية الغربية وتأثيرها على الجمهور من خلال نصوص إخبارية. أما القيم الإخبارية التي حددت لإجراء الدراسة فهي : الوقت -التقارب الثقافي- الصراع وقيمة الأهمية ،وسعت الدراسة إلى اختيار هذه القيم سواء مجتمعة أو كل قيمة لوحدها ،واهتمامات الجمهور بهذه القيمة أو تلك يتحدد من خلال القيمة التي يركز عليها.و لإجراء الدراسة تم جمع 40 مجموعة من المواد الإخبارية وكل مجموعة تتكون من مادة إخبارية تحتوي على قيمة إخبارية معينة ، وتقابلها مادة إخبارية بدون قيمة إخبارية، وتم التطبيق على عينة من 240 طالب في مادة المدخل إلى الاتصال الجماهيري للسنة الثالثة بإحدى معاهد الإعلام بجنوب الولايات المتحدة الأمريكية.

تم تقسيم العينة إلى مجموعتين، مجموعة تقرأ المادة الإخبارية بالقيم الإخبارية ومجموعة تقرأ المادة الإخبارية بدون قيم إخبارية، ثم تقوم كل مجموعة بملء استمارة متعلقة باهتمام المشاهد من خلال المواد الإخبارية.

نتائج الدراسة:

كشفت النتائج أن المواد التي تتضمن الصراع والتقارب الثقافي حازت اهتمامات العينة أكثر من المواد التي لا تتضمن قيم إخبارية.

أيضا كشفت الدراسة عن علاقة وطيدة بين درجة قراءة الصحف ومشاهدة الأخبار التلفزيونية وكذا الاهتمام بالأخبار الدولية، وخاصة بالنسبة لأفراد العينة الذين سبق وأن

⁽¹⁾-Straughan, Dulci, Murdock : a study of news values and their effect on reader interst in theird world news annual metting of the association for education, august san antario, 1987.

زاروا دولا أجنبية بنسبة بسيطة (وعموما فان الدراسة كشفت عن أن اهتمامات العينة كان مرتبنا أكثر بأخبار الولايات المتحدة والبلدان القريبة ثقافيا منها كأوربا، كندا. الخلاصة من هذه الدراسة هو أن قيمة التقارب الثقافي التي قد نعبر عنها نحن بالقرب النفسياً وحتى القرب المكاني تبدو أكثر القيم حضورا في الدراسات التي سعت إلى اختبار موضوع القيم الإخبارية، بل أن العديد من التلفزيونات في العالم تولي هذا الجانب اهتماما كبيرا في بناء موضوعات النشرات الإخبارية أو في ترتيب موضوعاتها.

2- دراسة (1) Philippe Dohet, J.P. Desaulniers

أجرى هذه الدراسة الباحثان Philippe Dohet, J.P. Desaulniers ، وهما أستاذان بقسم الاتصال بجامعة مونتريال بكندا تحت عنوان l'univers du télé journal québécois، ركزت هذه الدراسة كما يشير الباحثان على البعد الجغرافي من خلال تحليل أو فك رموز décryptage النشرات، وتناولت الدراسة الفترة من 1987-02-20 الى 1987-03-20 لنشرات أخبار المحطتين راديو كندا (CFTM) télémetropole و (CBFI) وانطلقت الدراسة من ملاحظة أن 60% من سكان منطقة الكيبك لا يطالعون الصحف أو أية يومية، الا أنهم يخصصون يوميا أربع ساعات ونصف لمشاهدة التلفزيون.

لاحظ الباحثين أيضا تفاوت في المناطق الجغرافية للخبر خاصة بين الأخبار الوطنية و الأخبار الدولية، كما لاحظت التفاوت في المعالجة حسب مكان وقوع الحدث .

(1).Jean Pierre Desaulniers, Philippe Dohet : l'univers du télé journal québécois in communication information vol N°2, hiver 1980. pp : 199-209.

نتائج الدراسة:

- قام الباحثان بتقسيم الأخبار حسب الموقع الجغرافي إلى أخبار محلية، جهوية وطنية ودولية، تأكد من خلالها اهتمام المحطتين بمنطقة الكيبك على حساب المواقع الأخرى الأمر الذي الباحثان يؤكدان على الطابع العرقي للتغطية الإخبارية في المحطتين.
- قام الباحثان بتحديد المناطق التي شملتها التغطية بالكيبك وكندا، أوربا، الولايات المتحدة، الشرق الأوسط، إفريقيا، المنظمات الدولية.
- توصلت الدراسة إلى أن مجمل الأحداث المعروضة في النشرة الإخبارية تركزت في منطقة الكيبك بنسبة 53% في حين لم تغطي كندا سوى 13% وهذا يعارض فكرة أن التلفزيون هو نافذة على العالم ووسيلة التقترح على الخارج.

3- دراسة (1) Tony Harcup and Deirdre O'Neill: what is News?

تبحث هذه الدراسة كيفية إعداد الصحفيين للأخبار وفقا لسلم القيم الإخبارية، واستندت إلى الدراسة التي قام الباحثان (Johan Galtung and Mari Ruge) (1965) حول موضوع بنية الأخبار الخارجية، وقام الباحثان بتحليل مضمون عشر صحف إنجليزية، حول موضوع القيم الإخبارية، كما وظفا المنهج المسحي بأداة تحليل المضمون، وجاءت نتائج الدراسة على النحو الآتي: الأخبار السيئة جاءت في المرتبة الأولى في الصحف مجتمعة ب(442) تكرارا، وفي المرتبة الثانية نجد قيمة المفاجئة (345) تكرارا، وفي المرتبة الثالثة قيمة التسلية ب(332) تكرارا، قيمة المتابعة ب(221)

⁽¹⁾- Tony Harcup and Deirdre O'Neill: What is news? News values revisited (again), Journalism Studies, published Taylor & Francis mars, 2016.

تكراراً، ثم تليها قيمة قوة النخبة (216) تكراراً، بينما قيمة الشهرة والأخبار الجيدة إحتلت ذيل ترتيب الجدول.

13- الخلفية النظرية للدراسة:

ترتكز دراستنا على نظريتي ترتيبات الأولويات (الأجندة سييتينغ) وحارس البوابة، والتي تعتبران مناسبتين لهذا النوع من الدراسات الإعلامية، شغلت دراسات وضع الأجندة الحيز الأكبر من اهتمامات الباحثين في حقل الإعلام الذين درسوا علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات قضايا الرأي العام والسياسة العامة، وقد كانت البداية في هذا المجال مع الباحثين: "ماكسويل ماكومب" و "دونالد شو" Maxwell Mc Combs et Donald Show صاحباً أول دراسة منشورة عن وضع الأجندة عام 1972، وتمثل المادة الخبرية المنشورة أو المذاعة في وسائل الإعلام المادة الخام التي تشكل أجندة وسائل الإعلام، وتحتل دراسات وضع الأجندة أهمية كبيرة في المجتمعات الديمقراطية التي تهتم بالرأي العام وتوجهاته من أجل صنع القرارات ووضع السياسات المختلفة، بينما في الدول الغير ديمقراطية (دول العالم الثالث خاصة) فتهتم بوضع الأجندة رغبة منها في السيطرة على الرأي العام وإخضاعه لسياساتها حيث يتم توظيف وسائل الإعلام وتجنيدتها لخدمة مصالح السلطة وتوجيه وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا معينة تخدم مصالح هرم السلطة وتشتيت انتباه الجمهور بشأن قضايا أخرى لا يراد له التفكير فيها.

وقد انتهت بحوث وضع الأجندة الى وجود ارتباط وثيق وإيجابي بين أولويات الاهتمامات الإنسانية في وسائل الإعلام أو حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام لقضية أو حدث معين وأولوية اهتمامات الجمهور أي حجم الاهتمام الذي يوليه الجمهور للحدث أو

القضية نفسها ،ولا يختلف إثنان حول وجود علاقة تأثير متبادلة بين إهتمامات الطرفين (الإعلام والجمهور)، فحراس البوابة في وسائل الإعلام يدركون ما يهتم به الجمهور وينعكس هذا التقدير من جانبهم على أجندة وسائل الإعلام والتي بدورها تؤثر على إهتمامات الرأي العام ،ودراستنا هذه تحاول الكشف عن العوامل التي تتحكم في بث الأخبار والقيم الخبرية الأكثر انتشارا في النشرات الإخبارية التلفزيونية في قنوات الجزائرية الثالثة، الخبر وقناة دزاير تي- في ،فالمؤسسات الثلاثة تقوم بوضع مجموعة من الأولويات والاعتبارات عند تغطية الأخبار ومعالجتها وهذه الأولويات تختلف من قناة لأخرى ،وتكون الأخبار الأكثر أهمية على رأس الأولويات تليها الأخبار المهمة فالأقل أهمية ،حيث تحرص القنوات التلفزيونية سواء العمومية أو الخاصة على وضع عدد من الأولويات في شكل أجندة يسهر على تنفيذها المسؤول الأول بالمؤسسة الإعلامية أو مدير الأخبار أو رئيس التحرير الذي يلعب دور حارس البوابة أو الصحفي في حد ذاته، حراس البوابة الإعلامية هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يستأثرون بإدراك وإهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية⁽¹⁾.

فيتم عقد إجتماعات عمل يومية مع أسرة التحرير بمعدل إجتماعين إلى أربع إجتماعات يومية وإجتماعات طارئة من خلالها يتم ترتيب الأخبار ومناقشها وإعطاء توجيهات للطاقم الصحفي والتركيز على القضايا والأحداث التي يراها حارس البوابة الأكثر أهمية فيتم تغطيتها جيدا وتخصيص حيز زمني كبير لها ووضع عناوين لها في بداية النشرة وهذا بهدف جذب أكبر عدد من الجمهور وتوجيه إهتمامه نحو قضايا معينة دون غيرها من

(1) - جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق ، ص 295.

القضايا، فالمسؤول على المؤسسة الإعلامية أو حارس البوابة يساعد أو يمنع مرور خبر أو يقوم بتعديله بإعادة صياغة جملة أو إعادة تركيب الصور فيقرر بذلك أهمية الأخبار أو الأحداث للمشاهد وللرأي العام، وهذا الإختيار للأخبار يرتبط بمجموعة من العوامل كقواعد المهنة وقوانين العمل أكثر مما ترتبط بالتفضيلات الشخصية لحارس البوابة أو القائم بالإتصال، وتوضح الدراسات في هذا الشأن أنه في هذا الشأن أنه في عمليات الإختيار تغلب المرجعيات الموجودة داخل مجموعة الزمالة ونظام المصادر على المرجعيات المتعلقة بالجمهور الذي يجهله الصحفيون ويعرفون أشياء قليلة عنه، وعليه فإن العوامل المهنية والتنظيمية و سلطة المؤسسة الإعلامية هي التي تمارس التأثير على حارس البوابة وخياراته، وعليه يمكننا القول أن المصدر الرئيسي لتوجيه حارس البوابة والطاقت الصحفي داخل غرف الأخبار ليس الجمهور وإنما إدارة المؤسسة والزملاء والرؤساء عبر التناصح والإرشاد وتبادل الخبرات في ما بينهم حيث يتكيف الصحفي مع هذه التوجيهات ويخضع لأولويات المؤسسة وحارس البوابة، " وتدخل مجموعة من العوامل الشخصية والذاتية للصحفيين مثل (الأخلاق والمواقف، القيم الشخصية والمهنية والخصائص الطبيعية الشخصية والسياسية)، التي تؤثر في تحيز الصحفيين في عملية تحرير الأخبار(1)

(1)-by William P. Cassidy : Gatekeeping Similar For Online, Print Journalists, Newspaper Research Journal , Vol. 27, No. 2 , Spring 2006,pp(7-8).

وقد إكتشف "برييد" في إحدى دراساته الأسباب التي تؤدي إلى توافق الصحفي مع توجهات الوسيلة الإعلامية ولخصها في العوامل التالية:

- 1- **السلطة المؤسسية والأحكام:** وتتمثل السلطة في إدارة المؤسسة الإعلامية سواء مديرها العام أو مالكيها أو مجلس إدارتها والتي تعمل على توجيه العمال بما فيهم الصحفيين من خلال وضع سياسة عامة وجب على الجميع احترامها والعمل على تحقيقها، كما يتم سن قانون داخلي يسير مختلف الأقسام ويبين الحقوق والواجبات وهو ما يجعل الصحفي يحترم هذه القوانين ولا يتجاوزها وكل هذا من شأنه إخضاعه لإرادة المؤسسة وتجعله يحترم الأولويات التي قامت بترتيبها.
- 2- **مشاعر الإحترام نحو الرؤساء:** ونقصد بالرؤساء سواء مالك المؤسسة أو مديرها أو مدير الأخبار أو رئيس التحرير وأصحاب المناصب السامية في المؤسسة الإعلامية حيث يصبح الصحفي تابعا لتوجيهات وإرشادات الرؤساء فيشاورهم في كل كبيرة وصغيرة فالمسؤول عليه في غرفة الأخبار هو من يسند إليه مهام التغطيات الإخبارية وهو من يقوم بمراجعة المادة الإخبارية قبل بثها ما يجعل الصحفي تحت وصاية حارس البوابة فيسعى الى كسب ثقته و إحترامه من خلال أداء المهام الموكلة إليه و إحترام توجيهاته.
- 3- **التطلع لمواقع أعلى في المؤسسة:** كل عامل في المؤسسات الإعلامية يتطلع إلى الصعود في مراتب أعلى من المنصب الذي يشغله ولا يكون ذلك إلا بالاجتهاد والعمل على كسب رضا إدارة المؤسسة وحارس البوابة وهذا الرضا لا يكون إلا من خلال تطبيق التعليمات والأوامر ،هذا التطلع لمراتب أعلى تجعل الصحفي يخضع لأوامر الرؤساء على حساب الأولويات المهنية.

4- طبيعة العمل: إن العمل الصحفي عمل جماعي يفرض على الصحفي التعامل مع عدد كبير من الزملاء حيث يتم تقاسم المهام في ما بينهم فيكون حلقة ضمن مجموعة من الحلقات التي تكمل العملية الإخبارية ما يجعله يتأقلم مع الزملاء و يخضع لإرادة الجماعة على حساب ميولاته الشخصية، لذلك فإن "الصحفي وبدلاً من أن ينتسب في عمله اليومي للمبادئ الإجتماعية والمهنية يعيد تقويم قيمه على المستوى البراغماتي للمجموعة"(1)

-وعليه نقول بأن حراسة البوابات الإعلامية هي: " العملية التي من خلالها تتشكل مجموعة واسعة من الأخبار المحتملة وغرابة الرسائل، التي تمر عبر سلسلة وحلقات بدءاً من مصدر الخبر وصولاً إلى المحررين، وتلقب بحراسة البوابة لأنها تتشكل من مجموعة من الخيارات المبنية من الواقع الاجتماعي، الذي ينقله القائم بالعملية الاتصالية عن طريق قنوات ووسائل الإتصال والإعلام، وتشمل عملية حراسة البوابات الإعلامية خمسة مستويات (تحليل الأفراد، روتين العمل والاتصالات، الخصائص التنظيمية، المؤسسات الاجتماعية، والنظام الاجتماعي)"(2)

(1)-Lang et Lang,The Inferencial Structure of Political Communications :A Study in Unwitting Bias,Public Opinion Quareterly ,Summer ,1955,in Wolf,Teorie ,cit,P185.

(2) -Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim, and Brenda Wrigley: individual and routine forces in gate keep VoI. 78,No.2 Summer2oo1,pp(233-236).

الجانب النظري

الفصل الأول: القيم الخبرية

المبحث الأول : الخبر و القيم الخبرية

المبحث الثاني: عناصر القيم الخبرية والعوامل المؤثرة فيها.

المبحث الثالث: القيم الخبرية في مختلف الأنظمة الإعلامية

تمهيد:

إهتم الباحثون في حقل الإعلام بمفهوم القيم الخبرية نظرا لأهميتها في صياغة الأخبار وتحريرها ودورها المهم في العملية الإخبارية وقد أثار جدلا واسعا وسطهم بسبب كثرة و إختلاف وجهات نظرهم وكذا عدم تفاهمهم أصلا عن وضع تعريف موحد جامع مانع لمصطلح القيم الإخبارية فكل واحد يعرفها من زاوية معينة، ويعود الاختلاف أيضا إلى العلاقة التي تربط القيم الإخبارية بمفهوم الخبر الذي يختلف من نظام إعلامي إلى آخر، فالتعريفات الكثيرة والمتشعبة للخبر انعكست على تحديد تعريف للقيم الإخبارية أو الخبرية كما نجده في بعض المصادر ،هذا التباين والجدل بين الباحثين وصل إلى حد إعطاء تسميات مخالفة لهذا المصطلح الذي يرى البعض أنه غربي مستورد، ونجدها تحت تسميات مختلفة كالعناصر الإخبارية، أو *choix des informations* أو

"les valeurs informationnelles" باللغة الفرنسية، و نجدها في المراجع الانجليزية: "News éléments" و "News valeurs" ،وهذا الإشكال طرح وجود عدة تعريفات متباينة للقيم الخبرية، في هذا الفصل سنحاول أن نبين ما هي القيمة الخبرية من خلال تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات أولا وهي القيمة والخبر والقيمة الخبرية ومداخل دراستها وعلاقتها ببعض المفاهيم المشابهة لها ، ثم نحدد عناصرها في مختلف الأنظمة الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها .

المبحث الأول: مفهوم الخبر والقيمة الخبرية

أولاً - مفهوم الخبر:

لا يوجد تعريف واحد جامع مانع للخبر والذي يختلف من بيئة إعلامية لأخرى ، ومن زمان إلى زمان فمفهوم الخبر في القرن الـ15 مختلف تماما عن مفهومه في القرن 21 م ، كذلك فإن الخبر في الدول المتقدمة يختلف عن الخبر السائد في الدول المتخلفة، وهو يتوقف على زمان ومكان نشاط الصحفي، هذا الأخير و عند خروجه للقيام بمهامه الصحفية من جمع للأخبار وتغطيات ميدانية يصطحب معه ثقافته التي تتبع من المجتمع الذي يعيش فيه ولا يستطيع فصل مهامه عن قيمه الشخصية من دين وعرق و إنتماء ، ويحترم ضوابط مؤسسته الإعلامية خاصة سياستها التحريرية ويتبع إرشادات وتوجيهات رئيس التحرير أو مالك المؤسسة، كما أن الصحفي مطالب باحترام القوانين والتشريعات السائدة والمناخ السياسي في البلد الذي يعمل فيه، إضافة إلى كفاءته المهنية وخبرته وتجربته الصحفية، وكل هذه الأمور تؤثر بشكل مباشر في جمع الأخبار ونشرها.

أ-المفهوم السلطوي للخبر: لم تحظ نظرية السلطة بالاهتمام على نفسه الذي لقيته مختلف النظريات الإعلامية الأخرى، ويرجع هذا إلى عدم مواكبته لعصرنا الحديث، غير أن الواقع الاتصالي المحلي والإقليمي والدولي يشير إلى أن النظرية ما تزال تحظى بالاهتمام في عدد معتبر من دول العالم، وخاصة منها دول العالم الأكثر تقدماً، وهذا حسبما أكده البروفيسور (بارتون باولو)(bertonpaulu) مدير قسم الراديو والتلفزيون في جامعة منسوت الأمريكية، الذي يقول «تعمل النظم على تحديد ما إذا كان ضرورياً فرض حظر على حرية التعبير في بعض الأحوال، وعلى موضوعات معينة أو لا»، ويمنع نشر

الأمر التي تراها بأنها شكل من أشكال الخطر على نظامها بغض النظر عن كونها ديمقراطية أو شيوعية، وهو كذلك ما نجده يتجسد في الدول النامية⁽¹⁾.

ت- المفهوم الليبرالي:

إن أقدم تعريف للخبر هو ما قدمه اللورد "نورثكليف" ونشره عام 1765 وقال أن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، وقد شاع استخدام هذا المفهوم لمدة طويلة من الزمن في الصحافة الغربية بشكل عام وخاصة في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية، و من بين أبرز المساهمين في صياغة تعريف للخبر نجد "جوزيف بوليتزر" و الذي يرى "أن الخبر يوجد عندما توجد الجدة والتميز والدراما والرومانسية والإثارة والتفرد وحب الاستطلاع والطرافة والفكاهة...، ويشترط في هذه الأخبار أن تكون صالحة عندما تدور حولها أحاديث القراء"⁽²⁾.

، ويعرف تشارلز دانا رئيس تحرير "نيويورك صن" أن الخبر هو أي شيء يجعل الناس تتكلم حول موضوع الحدث، كما عرّف (جيرالد جونسون) الخبر بأنه " وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور، كما هو مهم بالنسبة للصحفي نفسه، وهما قيمة الخبر التي تتحدد بمدى قابلية الموضوع للنشر من قبل الصحفي والقائم بالعملية الاتصالية"⁽³⁾.

و أغلب التعريفات تتفق على أن الأخبار هي الوقائع والأحداث التي حدثت بالفعل في العالم، وهذا بدليل أن كلمة "الأخبار" يقابلها باللغة الإنجليزية لفظ (NEWS)⁽⁴⁾،

(1) - جيهان رشدي، نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي للنشر، مصر، 1972، ص 97.

(2) - طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص 108.

(3) - طارق سيد أحمد الخلفي، نفس المرجع، ص 109.

(4) - مذكور مرعى، الصحافة الإخبارية، ط1، دار الشروق للنشر، مصر، 1968، ص 30.

ويطرح الباحث (Pamel J. Shomemaker) تعريفاً للخبر هو، "أن الأخبار عبارة عما يأتي في الصحف كل يوم، وهي أيضاً ما تتحدث عنه تلك البرامج الإخبارية التلفزيونية والإذاعية"⁽¹⁾.

ج- المفهوم الاشتراكي (الشمولي السوفييتي): مفهوم الخبر في النظام الاشتراكي يقوم على المفهوم الماركسي للصحافة، فالمفهوم الماركسي للخبر يعني جمع الأخبار والمعطيات والمعلومات وتحريرها وصياغتها بما يتماشى مع أهداف الماركسية ثم نشرها وبنها للجمهور المتلقي (الشعب)، فالخبر في مفهوم النظام الاشتراكي يقترب مفهومه في النظام السلطوي، وهذا من خلال الالتزام بأيدولوجية النظام السياسي والدفاع عنه وعن مؤسساته المختلفة، ويتصف بعدم الموضوعية والحياد والدقة في التغطية الإخبارية، ويتم توظيف الأخبار لتحقيق وظائف أيديولوجية وسياسية واجتماعية، والفرق بين مفهوم الخبر في النظام السلطوي والاشتراكي يكمن في أن النظام السلطوي خاص بتحقيق رغبات الطبقة الحاكمة وفق مبادئ النظام السلطوي، في حين أن الخبر في مفهوم النظام الاشتراكي يهدف إلى تحقيق غاية اجتماعية، وهي صالح المجتمع حسب مبادئ النظام الاشتراكي"⁽²⁾.

ويركز المفهوم الاشتراكي للخبر على ثلاثة مبادئ أساسية وهي: الواقعية والالتزام والجماعية.

د- مفهوم الخبر من وجهة نظر نظرية المسؤولية الاجتماعية: يرفض مفهوم المسؤولية الاجتماعية أن يكون الخبر فقط هو ما يثير اهتمام الجمهور بل للخبر وظيفة اجتماعية

⁽¹⁾-Pamel J. Shomemaker: article of news and worthiness, the European journal of m2communication, 2006, p105.

⁽²⁾- عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العماني، صناعة الأخبار و الأخبار الصحفية، ط1، دار الصفاء، الأردن 2012، ص82.

بتقديم حقائق ومعطيات و معلومات جديدة حول مختلف الأحداث والوقائع بعيدا عن عنصر الإثارة، و يمكن أن نلتمس تعريف الخبر في ضوء هذه النظرية الاجتماعية من خلال ما تقدم به (كارل وارن)(Carl-Warren) الذي يفسر الخبر على أساس نشاط إنساني يقدم معلومات جديدة تهم الرأي العام و تقيده، وكذلك يعرف الخبر بأنه "تقرير عن أي حدث أو حالة جديدة أو أنباء أو معلومات جديدة أو أشياء غير معروفة حتى الآن، ويعتقد أن الأخبار يجب أن تكون مشوقة ومسلية ومفيدة، وفي الوقت نفسه تقدم معلومات إلى عدد من الناس، وفي مكان معين وتجلب انتباه كل الناس"⁽¹⁾.

من خلال ما سبق نجد أن بعض الباحثين عند تعريفهم للخبر في نظرية المسؤولية الاجتماعية إستبعدوا تماما عنصر الإثارة في الخبر بينما لم يستبعده البعض الآخر وأضافوا له عناصر أخرى كالجدة والفائدة أو المصلحة أي أن الخبر خدمة اجتماعية يستفيد منها الجمهور بشكل رئيسي ضمن إطار من المسؤولية الاجتماعية.

هـ - مفهوم الخبر في الدول النامية: بعد نيل الدول النامية لإستقلالها السياسي من الدول المستعمرة سارعت إلى الإهتمام بإنشاء مؤسسات إعلامية كان هدفها بالدرجة الأولى إعلام المواطن ولكن هناك أهداف أعظم من ذلك وهي المساهمة في تثقيف وتعليم الأفراد والمساهمة في تحقيق التنمية، وعليه فإن الخبر يقوم على الأسس التالية:

1- لا يهمل المفهوم عنصر الإثارة بل يعطيها مفهوما مغايرا فهو يشير إلى الإهتمام أو الأهمية التي يتمتع بها الخبر أكثر وليس لجذب الإنتباه والذي قد يكون أقرب للانحراف في الدول الغربية.

2- تعريف الخبر في العالم الثالث لا يقتصر على عناصر الإثارة أو الفائدة أو الجدة بل يضيف صفات أخرى للخبر مثل الصدق والدقة والموضوعية والتي تساهم في تكوين

(1)- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، 1991، ص 35.

رأي عام حر ومبني على إتخاذ الجمهور المتلقي لمواقف وسلوكات سليمة مبنية على صحة ودقة المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام .

3- يلتزم الخبر في الدول النامية بتنمية المجتمع وتوعيته وترقيته دون ضغوط سلطوية أو إيديولوجية وإنما هو إلترام "مهني " يقوم على الإرادة الحرة والقناعة الشخصية للصحفي النابعة من وعيه ومعرفته لحاجات ومشاكل مجتمعه المتخلف

وظروفه الخاصة،لذا تتعامل الدول النامية مع وسائل الإعلام بحذر شديد خاصة في ظل تدفق الأخبار والمعلومات غير العادل والوافدة من دول الشمال، قمعارضة الهيمنة الأجنبية وهيمنة السلطة، والتركيز على مبدأ الاستقلالية، وإبراز الهوية الوطنية وبناء المجتمع، والتشجيع على الاستثمار الاقتصادي والصناعي، وهذا يجعل وسائل الإعلام المختلفة في خدمة التنمية والمجتمع والعمل على التطوير و الازدهار(1).

وعليه نقول أن مفهوم الخبر في الدول النامية هو نقل المعطيات والأحداث ووصفها بدقة وموضوعية تهتم بمصالح أكبر عدد من الجمهور وتثير إهتمامهم وتساهم في تنمية المجتمع وترقيته وتطويره .

و- المفهوم العربي للخبر:تعاني المكتبات العربية نقصا كبيرا في الكتب والمؤلفات التي تعرضت لفنون التحرير الصحفي بصفة عامة ولمفاهيم الخبر بصفة خاصة ، لذا فإن المفهوم العربي للخبر قد لا ينطبق على أي من المفاهيم السابقة بل يميل إلى تقليد الدول الغربية التي تؤثر في وسائل الإعلامية العربية شكلا ومضمونا ،وقد عرف رواد فن التحرير الصحفي والكتابة الصحفية في العالم العربي (الخبر الصحفي) تعريفات عدة كانت في معظمها متقاربة مع المفهوم الليبرالي وكذلك بها بعض صفات المسؤولية الاجتماعية للخبر وذلك بسبب تأثرهم بالمدارس الفكرية التي تعلموا فيها أبجديات الصحافة إضافة إلى ميل الدول المتخلفة إلى تقليد الدول المتقدمة على جميع الأصعدة

(1)- عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار، مرجع سابق، ص 79.

بما فيها الإعلام فالخبر حسبهم هو إعلام عن حدث جديد هام ومتميز يثير اهتمام أكبر عدد من القراء، يجب أن يحوي الخبر شيئاً خارجاً عن المألوف ليؤثر في الناس، لذا نجد بعض الإختلاف في تحديد مفهوم الخبر في الدول العربية وذلك لاختلاف المدارس فنجد المدرسة الفرنسية، الأمريكية والبريطانية وهذه بعض التعريفات:

تعريف عبد اللطيف حمزة: الخبر الصحفي مادة من أهم مواد الصحفية التي تهم حاجيات القراء، وحاجيات ومتطلبات الصحيفة نفسها، وتعتبر مورداً من موارد الثروة للصحف.

تعريف محمود أدهم: "الخبر كل وصف موضوعي دقيق، تطلع به الصحيفة أو المجلة لقرائها في لغة بسيطة وسهلة وواضحة، وعبارات قصيرة وواضحة، حول حدث ما، ومتابعته برأي وموقف لافت للنظر"⁽¹⁾.

تعريف منى حديدي: «تعبّر كلمة أخبار عن مواد يتم نشرها من خلال المرسل لتشكل معلومات بالنسبة للمستقبل»⁽²⁾.

من خلال المفاهيم العربية للخبر نلاحظ أن العرب لم يضيفوا أي جديد على المفاهيم الغربية و إكتفوا بترجمة التعاريف الأجنبية وإسقاطها على المجتمعات العربية رغم الإختلاف الكبير بينها من حيث التقدم التكنولوجي والنظام السياسي والديمقراطية السائدة في الغرب وهامش الحرية التي تتمتع بها الصحافة الغربية، إضافة إلى هذا فإن الدول العربية تنتمي إلى الدول المتخلفة التي تختلف فيها مهام الصحافة والصحفي عن المجتمعات المتقدمة، لذا لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نقول أن مفهوم الخبر في الدول العربية هو نفسة في الدول المتقدمة.

(1) - محمود أدهم، الأسس الفنية للتحريير الصحفي العام، القاهرة، 1984، ص 92.

(2) - منى الحديدي، الخبر، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 1، 2001، ص 94.

ثانيا - مفهوم القيمة:

أ- في اللغة: أوردت بعض معاجم اللغة معنى القيم فهي من "قام يقوم قوما وقياماً وقومه و قامه ، و القومة :المرّة الواحدة"⁽¹⁾، والقيم هي "جمع قيمة" وقام الأمر بمعنى إعتدل و إستوى.

ويعرف البروفيسور الجزائري **عزي عبد الرحمن** في كتابه "الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية": "القيمة ما يسمو ويوفر معنى للإنسان في حياته المادية والروحية"⁽²⁾، يقول زكي نجيب محمود عن القيمة: "تقوم في نفس الإنسان بالدور الذي يؤديه ربان في السفينة يجريها ويسيرها عن قصد مرسوم إلى هدف معلوم"⁽³⁾، بمعنى أن القيم هي إعتقادات توجه السلوك الإنساني فيقتنع بما يجب أن يقوم بفعله وما يجب أن يمتنع عنه، وهي ضوابط يجب الإلتزام بها وعدم مخالفتها وأن يتكيف معها .

في اللغات الأجنبية لمفهوم القيمة دلالات تقترب من دلالاته في اللغة العربية حيث يقال في اللغة اللاتينية **vallors** ويقال في اللغة الفرنسية **valeurs** وفي الانجليزية **values** أما في اللغة الألمانية فيقال **werte** وترجع كلمة **valeur** في أصلها الاشتقاقي إلى الفعل اللاتيني **valeo** ومعناه "أنا قوي" و "أنا في صحة جيدة" كما تدل على الشجاعة والبسالة، وتشتق كلمة قيمة في اللغة العربية من القيام وهو عكس الجلوس والقيام بمعنى العزم ومنه قوله تعالى: "وأنه لما قام عبد الله يدعوه كادوا يكونون عليه لبدا" (سورة الجن أية 19).

(1) - ابن منظور، لسان العرب، الجزء 5، دار المعارف، القاهرة، ص460.

(2) - عبد الرحمان عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، ط 1، دار المتوسطة للنشر، 2009، ص183.

(3) - صلاح قنصوه، نظرية القيم في الفكر المعاصر، دار السوبر للنشر، لبنان، 2010، ص 09.

تدل كلمة قيمة على معاني عديدة منها ماله علاقة بالجانب المادي و منها ماله علاقة بالجانب الروحي ومنها ماله علاقة بالمحيط الاجتماعي ويسعى الأفراد إلى تحقيق القيمة التي تنفعهم والابتعاد عن ما يضرهم حيث يقول الدكتور طه عبد الرحمن: "القيم هي جملة المقاصد التي يسعى القوم إلى إحقاقها متى كان فيها صلاحهم عاجلا أو آجلا أو إلى إزهاقها متى كان فيها فسادهم عاجلا أو آجلا"⁽¹⁾

ب- القيم في الفلسفة:

تعود جذور دراسة مفهوم القيم إلى علماء الفلسفة القدامى كسقراط، أفلاطون وأرسطو وذلك للأهمية الكبيرة للقيم في المجتمعات والتي يتم عن طريقها تحديد سلوكيات الأفراد وقد أثار مفهوم القيم اهتمام الفلاسفة وطرح جدلا واسعا بينهم ، ويرى الباحثون أن " أول من تطرق إلى هذا المفهوم الفلسفي للقيم باللغة الألمانية"لوتز" و اللاهوتي "ريتش"،وعلماء الاقتصاد النمساويون أمثال"هانجر" و"فون ايزر" و"فون بوم باتريك" ورسخ هذا المفهوم ونشره"نيتشه" فاحتلت نظريات القيمة المرتبة الأولى من إهتمامات الدراسات الفلسفية الألمانية عام 1900، و "ظهر مفهوم القيمة على النحو الحديث في القرن الحادي عشر وأشتق من اللاتينية valor التي تعني الاحترام المستحق من طرف الشخص"⁽²⁾

تعرف المعاجم الفلسفية القيم بأنها ظاهرة مادية أو روحية تلبى متطلبات معينة للإنسان أو الطبقة أو المجتمع وتخدم مصالحه وأهدافه فالبشر لا يدركون صفات الأشياء فحسب بل يقيمونها من زاوية منفعتها أو ضررها بالنسبة لحياتهم وتتسم القيم في نهاية المطاف بطابع إجتماعي فهي تظهر تعاملات الناس مع بعضهم البعض وأنشطتهم اليومية.

(1)- طه عبد الرحمن،الحق العربي في الاختلاف الفلسفي،ط 2،المركز الثقافي العربي،الدار البيضاء،المغرب،2006،ص 68.

(2)- بنت طاعة الله بكار ،قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية،رسالة ماجستير غ م ،جامع الجزائر،2001،ص 32

ج-القيم في علم الاجتماع: يشير قاموس علم الاجتماع ان مفهوم القيم لم ينتشر في العلوم الاجتماعية الا حديثا في العلوم الاجتماعية اذ يعد كل من "توماس" و"زنانيكي" أول من إستخدم هذا المفهوم في كتابهما "الفلاح الهولندي في أوربا وأمريكا" حيث عرفا القيمة الإجتماعية بأنها تعني أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة كما أن لها معنى محددًا حيث تصبح في ضوءه موضوعا معينًا أو نشاطا خاصا ،ومن بين التعريفات المهمة أيضا للمصطلح تعريف "كلاكهون" kluckholn فالقيمة هي تصور واضح أو مضمّر سمح لنا بالاختيار من الأساليب المتغيرة للسلوك والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل⁽¹⁾

تتكون القيمة من ثلاثة مكونات أساسية وهي: المكون المعرفي(المعطيات والمعارف النظرية التي يمكن عن طريقها تعليم القيم)،المكون الوجداني(المشاعر والأحاسيس التي تجعل الفرد يميل إلى قيم معينة وينفر من أخرى)،أما المكون الثالث فهو المكون السلوكي (تتم بواسطته ترجمه القيمة إلى سلوك وممارسة)،ويرجع الخلط في وضع تعريف لمفهوم القيمة لتشابهها مع عدد من المفاهيم كالاتجاه ،المعيار،الدافع،المعتقد،الرغبة،هذا التباين في الآراء حول مفهوم القيمة دفع بالبعض الى الدعوة الى استخدام مصطلح بديل للكلمة الانجليزية value مثل مصطلح الاتجاهات المشتركة .

د-القيم في الإعلام:ورد في الموسوعة الإعلامية معنى القيمة بمعنى أنها "المبدأ أو المستوى أو الخاصية التي تعد ثمينة أو مرغوبا فيها والتي تساعدنا على تحديد ما اذا كانت بعض الموضوعات جيدة او رديئة حسنة أو سيئة ،صحيحة أو خاطئة مفيدة أو

(1) - فوزية عكاك،القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية،مرجع سابق ،ص68.

عديمة مهمة أو عديمة الأهمية"⁽¹⁾ "هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر وهي خصائص أمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون"⁽²⁾

"القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع عليه"⁽³⁾

- "هي الإطار الإدراكي أو الدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال، ونقصد به فرداً أو مؤسسة إعلامية مهما كان نوعها قادراً على إدراك وانتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز"⁽⁴⁾.

* إن أول ما يجب أن نعرفه عند تناولنا لقيم الخبر الصحفي هو التمييز بين بعض المفاهيم المتقاربة في هذا المجال وهي القيم الخبرية، ومعايير نشر الخبر والصفات الواجب توفرها في الخبر، القيمة الإخبارية هي العناصر التي يجب توفرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن اعتباره خبراً، وهي لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار

(1) - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث والسابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 76 و 29.

(2) - نصر الدين العياضي، اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص 257.

(3) - سمير لعرج، القيم الإخبارية في الصحافة العمومية المغربية، رسالة ماجستير غ م، جامعة الجزائر، 1995، ص 35

(4) - هاشم حسن جاسم، القيم الإخبارية في الصحافة العراقية، الدراسة التحليلية للقيم الإخبارية في الصحافة اليومية (1988، 1996)، أطروحة دكتوراه غ م، العراق، 1996م، ص 43.

الصالحة للنشر، وإنما ليست هدفا في حد ذاتها بقدر كونها أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار، أما معايير النشر فهي الأسس التي يعتمدها الصحفيون عند اختيارهم لهذا الخبر الصالح للنشر وهي التي يسأل الصحفي نفسه عنها عندما يحصل على مادة الخبر هل تصلح للنشر أو هل قيمتها تؤهلها من الوصول إلى صفحات الجريدة، وهذه القيم متعارف عليها لدى الصحفيين المحترفين في كل مجتمع من المجتمعات أو في كل وسائل الإعلام وهي معايير غير مكتوبة ومطبقة بشكل نسبي بين الصحف ووسائل الإعلام المختلفة.

إن عناصر الخبر هي العامل الحاسم في تقييم الخبر إلى جانب سياسة الصحيفة أثناء عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر وإن عملية نشر الخبر لا تكون على أساس توفر أكبر عدد من العناصر وإنما على أساس قيمة ووزن كل عنصر من هذه العناصر المكونة للخبر مثل: "الجدة والآنية، الأهمية، القرب، الشهرة، الضخامة، الصراع والمنافسة، الغرابة والطرافة"، إن أي نظام اجتماعي يتضمن قيم و مبادئ يسعى لكي تكون جزء من المجتمع بقبول المواطنين بها كما أن وسائل الإعلام تسعى للمحافظة على هذه القيم بمعنى أن أي نظام اجتماعي يعمل على اقرار قيم خاصة به وتكون في نفس الوقت لدى مواطنيه⁽¹⁾

يستعمل علماء الرياضيات كلمة قيمة للدلالة على العدد الذي يقيس كمية معينة، ويستعمل رجال الاقتصاد القيمة للدلالة على تقدير مادي لسلعة معينة أي ثمنها ومقدارها، كما يستخدمها أهل الفن للدلالة على الكم والكيف والجمع بينهما أي العلاقة بين الأشكال والألوان، وعلماء اللغة يرون أن لكلمة قيمة دور في تحديد معنى الجملة وأن قيمة الألفاظ تكمن في الاستعمال الصحيح لها.

(1) - جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 305.

*من خلال كل التعريفات السابقة نجد إختلاف كبير في وضع تعريف موحد لمفهوم القيمة الذي يبقى غامضا يشوبه الخلط في الاستخدام وهذا الاختلاف راجع بالدرجة الأولى الى التراكمات العلمية والتاريخية والمنطلقات النظرية واختلاف التخصصات العلمية التي لا تجعل الباحثين يتفقون على تعريف واحد فعلماء الدين يهتمون بالقيم الدينية وعلماء النفس يعنون بالقيم النفسية ،وعلماء الاجتماع يهتمون بالقيم الاجتماعية وعلماء الاقتصاد يهتمون بالقيم الاقتصادية ،"القيم هي إدراك معرفي وإرادة نفسية ستدخل فيهما العقل والشعور ليتبلورا في ممارسات يجليها الواقع عبر السعي إلى تحقيق غايات معينة وفي معايير ثابتة ومقاييس موضوعية تحكمها تعاليم ملزمة وتوضحها تطبيقات منضبطة وترسخها تقاليد متداولة لكم من دون التجرد من فعل الذات بكل ما يعمل فيها من مؤثرات تتدخل في التمييز ثم في توجيه الرغبات مما يعكس مدى الالتزام بما تقرده تلك المعايير والمقاييس ومالها من سلطة كما يعكس رد فعل الآخر تجاه هذا السلوك مما يثير في النهاية معادلة ثنائية بين ما هو فردي وما هو جماعي ثم بين ما هو ظاهر وما هو باطن وكذا بين ما هو صواب وما هو خطأ"⁽¹⁾

*ط2تختلف القيم باختلاف المجتمعات بل حتى داخل المجتمعات نفسها، فما يكون أهم قيمة في مجتمع ما قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر وما يكون في مؤسسة إعلامية ضمن قد يختلف عن غيرها من المؤسسات حتى في نفس النظام الإعلامي، هذا لا يمنع من وجود قيم مشتركة بين الأمم والشعوب ونجد بعض القيم ثابتة لا تتغير بتغير الزمن وأخرى متغيرة ، والقيم تختلف درجة أهميتها فليست كل القيم ذات أهمية كبيرة بل القيم

(1) - عباس الجراري، مفهوم القيم وفلسفتها وإشكالية الواقع والمثال في منظور الإسلام، من أعمال ندوة "أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر، الدورة الربيعية لسنة 2001، مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، سلسلة "الدورات" مطبوعة المعرف الجديدة، الرباط، 2002، ص 126.

درجات على شكل هرم تم بناؤه يتدرج من الأهم إلى المهم فالأقل أهمية، فنجد القيم ذات الأولوية دائماً في الصدارة والعكس صحيح.

انطلاقاً من اختلاف تعريفات القيمة حاول **عبد النبي فتاح** وضع بعض المؤشرات العامة حول مدلول مفهوم القيمة:

- 1- أن القيم تعمل على توجيه السلوك الإنساني.
 - 2- أن ما يرغب فيه الفرد أو الجماعة هو حجر الزاوية في تحديد مدلول القيمة.
 - 3- القيم تنطوي على سمة الانتقائية والاختيار بمعنى أنها حكم يوجه الأفراد في اختيار البدائل في مجالات الحياة المختلفة.
 - 4- القيم يتم التعبير عنها صراحة بالكلام أو الكتابة كما قد تكون ضمنية لا تفصح عن نفسها بطريقة مباشرة ولكن قد تستشق من السلوك أحياناً.
 - 5- القيم ديناميكية بمعنى إمكانية تغييرها إذا ما تولدت صورة من صور التفاعل بين المرء بمحدداته الشخصية وبعض المثيرات الخارجية كان من شأنها أن تضع الفرد في مركز جديد من حيز القيم.
 - 6- أن القيم تتسم بالثبات النسبي أي المحافظة، إن القيم الرئيسية من موجهات السلوك الكبرى، فلو لم تكن تتصف بالثبات ولو كانت تتغير من حين لآخر لأختلطت على الناس معاني الخير والشر والحلال والحرام والواجب وما ينافيه.
- يضاف إلى هذه المؤشرات بعض **خصائص القيم** والتي نذكر منها:

- 1- **القيم إنسانية**: ترتبط بالبشر دون سواهم من الكائنات.
- 2- **القيم لا ترتبط بزمن معين** فهي إدراك له علاقة بالماضي والحاضر والمستقبل .
- 3- **المعيارية**: بمعنى أن القيم هي مقياس لإعطاء الأحكام وقياس السلوك البشري.

4-النسبية: بمعنى أن القيم غير ثابتة وتتغير من مجتمع لآخر بل قد تختلف حتى داخل نفس المجتمع.

5-الضدية: لكل قيمة ما يعاكسها ويكون ضدها فهي تمتلك اتجاهين مختلفين إما إيجابي أو سلبي،والسلبي هو ما يكون ضد القيمة.

* إن الاختلاف حول تحديد تعريف موحد لمفهوم القيمة إنعكس على تصنيف القيم ولكن يمكن أن نلخص مجموعة من تصنيفات القيم المتفق عليها فنجد:

*من المحتوى: صنفها "سبرنجر" في كتابه أنماط الرجال إلى ستة أنواع وهي القيم النظرية ، الجمالية،الاقتصادية،الاجتماعية،الدينية،السياسية.

*من حيث المقصد: حاول "بول روكاتش"تصنيفها من حيث مقصدها إلى : قيم وسائلية وهدفية أو غائية.

* من حيث الشدة:القيم الملزمة،التفضيلية،المثالية.

* من حيث العمومية: قيم عمومية وأخرى خاصة.

* من حيث الوضوح: قيم ظاهرة أو صريحة،قيم باطنية أو ضمنية.

* من حيث الدوام: قيم عابرة أو مادية ،قيم دائمة نسبيا أو روحية .

* من حيث النظم الاجتماعية:قيم بيئية،إيديولوجية،عائلية ،تربوية،تعليمية...الخ

*من حيث تاريخها:نجد قيم تقليدية وأخرى عصرية.

- مما ذكرناه سابقا نستنتج أن جل العلوم الاجتماعية تطرقت لمفهوم القيمة و باعتبار ميدان علوم الإعلام والاتصال عابر للتخصصات وله علاقة وطيدة مع مختلف العلوم

خاصة الاجتماعية منها فمن الطبيعي أن يتطرق الباحثون في ميدان الصحافة لمفهوم القيم خاصة القيم الخبرية والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالقيم الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية.

ثالثا: تعريف القيم الإخبارية: يوجد اختلاف بين الباحثين بشأن تعريف القيم الإخبارية التي لا نستطيع فهمها أو تحديدها دون التعرف على قيم المجتمع الذي صدرت فيه الأخبار أو الموجهة إليه، وهي تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى بل حتى من صحفي إلى صحفي آخر ولو كانا ينتميان إلى نفس المؤسسة، ومن مجتمع لآخر وحتى من زمن إلى زمن آخر، فالقيم الإخبارية التي كانت سائدة في الماضي ليست نفسها الآن بل تطورت مع تطور المؤسسات الإعلامية والحياة الاجتماعية وحتى مع التطور التكنولوجي الذي جعل المعلومات والأخبار تتدفق بسرعة كبيرة، وحتى إن وجدنا تشابها في القيم في بعض المؤسسات الإعلامية إلا أننا نجد اختلافا في إعطاء أهمية لقيمة إخبارية على قيمة أخرى وترتيبها وهذا لا يمنع من وجود قيم إخبارية مشتركة تم الاتفاق عليها من طرف المجتمع الصحفي العالمي .

إن وسائل الإعلام هي التي تعطي أهمية لبعض القيم الإخبارية على حساب قيم أخرى بسبب توجهاتها وسياساتها التحريرية وطبيعتها ملكيتها والإيديولوجية التي تملي عليها طرح قيم وحذف أخرى وكذا اختيار ما يتناسب والمجتمع الذي تنشط فيه أو ما يتناسب مع جمهورها، هذا ما يجعل هذه المؤسسات هي التي توجه جمهورها نحو مواضيع ووقائع وأحداث مهما كانت من خلال تسليط الضوء عليها بكثرة ومن ثم التأثير على اتجاهات الجمهور وترتيب أولوياته وإشباع حاجاته وجعله يعرف كل ما يحيط به من أحداث وأخبار ما يجعله يتخذ موقفا ويبدى آراء حولها.

القيم الخبر هي مجموعة العناصر التي تقوم عليها الأخبار فتجعل الحدث أو الواقعة يتطور ليصبح خبراً، و هناك من أطلق عليها مصطلح الجدارة الإخبارية "أي ذلك القياس الذي يتقرر بموجبه ما يختار وما يهمل من سجل الأحداث اليومية الحافل الذي يصل إلى المحررين"⁽¹⁾

بمعنى هناك أخبار جديرة بالنشر وأخرى ليست جديرة كما أن الأخبار الجديرة بالنشر نفسها يتم ترتيبها من الأهم إلى المهم فالأقل أهمية مع إعطاء الأكثر أهمية مساحة كافية أو مدة زمنية معتبرة ويتم ذلك من طرف حارس البوابة أو رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار وفي بعض الأحيان من طرف مدير المؤسسة نفسه، حيث يجب نشر أخبار لا تتعارض وتوجهات المؤسسة وخطها التحريري، فالقيم الخبرية تتشكل داخلها فلا يوجد أي مؤسسة دون قيم .

ويرى الدكتور إسماعيل إبراهيم أن: "العناصر الإخبارية للخبر هي تلك الأركان التي تحدد جودته وصلاحيته للنشر أو الإذاعة فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر أو الأركان قلت أهميته وأصبح نشره محل مناقشة"⁽²⁾

- إن جوهر الاختلاف حول تحديد مفهوم القيم الخبرية أساسه التمايز بين الأنظمة الإجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية وعوامل إيديولوجية فالقيم المنتشرة في المجتمعات الديمقراطية ليست نفسها في المجتمعات الاشتراكية والقيم السائدة في الدول المتقدمة تختلف عن نظيرتها في الدول المتخلفة، بمعنى أن القيم الإخبارية تختلف باختلاف الأنظمة السياسية والاجتماعية في البلدان التي لا تخلو من قيم معينة

(1) - فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، مؤسسة بدران وشركاؤه، لبنان، بدون سنة، ص 126.

(2) - إسماعيل إبراهيم، فن التحرير بين النظرية والتطبيق، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 17.

تتعرض بالإيجاب أو بالسلب على وسائل الإعلام ومن ثمة على القيم الإخبارية لهذه الوسائل، وعموماً يمكننا القول أن القيم الإخبارية والقيم الاجتماعية متلازمان ومتداخلان وعليه نستنتج أن:

- القيم الإخبارية تابعة لقيم المجتمع فالصحافة هي مرآة المجتمع ولسان حاله تنقل أحداثه وقضاياها وتنتشر الأخبار التي تهم أفرادها .

- التغيرات التي تطرأ على القيم الاجتماعية تؤثر في القيم الإخبارية.

- تشير بعض التعريفات إلى التفرقة بين القيم الخبرية والتي يسميها البعض عناصر الخبر وبين صفات الخبر التي تتمثل في الصدق، الموضوعية، الآنية والدقة فهذه الأخيرة هي الصفات التي يجب أن يتحلى بها الصحفي أو المحرر عند تعامله مع الأحداث والوقائع وفي نقله للأخبار وهي ليست من معايير النشر بل شروط أخلاقية ومهنية يجب احترامها، لهذا نجد عدة تصنيفات للقيم حيث صنفها بعض الباحثين حسب موقع الدول فنجد قيم خبرية في دول الشمال وأخرى في دول الجنوب بينما صنفها آخرون وفق الأنظمة السياسية والإيديولوجية السائدة في المجتمعات فنجد قيم في المجتمع الليبرالي، الاشتراكي، والأنظمة المختلطة بينما ينظر إليها بعض الباحثين على أنها قيم مشتركة في كل أنحاء العالم ويبقى الاختلاف في ترتيبها ودرجة أهميتها فقط، ومن خلال كل ما سبق يمكن أن نستخلص ما يلي:

- إختلاف الباحثين حول تحديد تعريف جامع مانع وموحد لمفهوم القيم.
- يوجد خلط وتداخل بين القيم الخبرية وصفات الخبر.
- اختلاف التسمية حيث نجدها في بعض المصادر عناصر الخبر .
- القيم الخبرية لها علاقة وطيدة مع القيم السائدة في مجتمع ما.
- القيم الخبرية تختلف باختلاف الأنظمة والإيديولوجيات السياسية .

- القيم الإخبارية تتشكل داخل المؤسسات الإعلامية وفق توجهاتها وخطها التحريري وطبيعة ملكيتها.

- من الصعب وضع قيم خبرية موحدة وجعلها ثابتة عالميا .
- تساهم عدة عوامل داخلية و خارجية في وضع مصفوفة القيم الخبرية.
- سيطرة القيم الخبرية الغربية في اختيار الأخبار على المستوى العالمي بسبب تحكم هذه الدول في المعلومة والتكنولوجيات الحديثة و الهيمنة الإعلامية.

وعموما نقول أن القيم الإخبارية :هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي ، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم ، تضفي الأولوية على الموضوعات التي تدور حولها الأخبار وعلى طريقة نشرها، وهناك بعض التقسيمات للأخبار تضفي أهمية للخبر: مثل الناحية الجغرافية أو الدينية أو الإنسانية، الجدة، الطرافة، القرب المكاني، التوقيت، الأهمية، السلبية، كلها معايير تزيد من قيمة الخبر .

رابعا - مداخل دراسة القيم:تلعب القيم الإخبارية دورا مهما في جعل الأخبار ذات أهمية لدى الجمهور وهذا الدور جعل العديد من الباحثين يهتم بدراستها وتسليط الضوء عليها فتنوعت واختلفت المداخل التي اهتمت بالقيم الخبرية :

أ- المدخل النفسي:يسعى هذا المدخل إلى معرفة ميولات وأهواء المتلقي وتلبية غرائزه وإشباع حاجاته الإنسانية و يؤكد على أن معظم الأخبار التي تؤثر في نفسية القارئ أو المشاهد أو المتلقي بصفة عامة تؤدي دورا مهما في توجيههم نحو مواضيع دون أخرى ، فكل خبر سيؤثر على نفسية المتلقي بالإيجاب أو السلب وقد أشار الباحث "فريزر بوند" Phrizar Bond إلى إثني عشرة قيمة تحقق ما أسماه "الجدارة الإخبارية" من بينها

الشهرة، الغرابة، الصراع والضخامة، ما يثير مزاج القارئ، ما يؤثر في مشاعره، ما يؤثر مباشرة على حافظة نقوده و ما يحقق له الفائدة الأكبر عدد من أفراد المجتمع .

ب- المدخل التنموي: نجده بكثرة في دول العالم الثالث التي تسعى إلى الاهتمام بكل ماله علاقة بالجانب التنموي، وينطلق هذا المدخل من البحث عن القيم الخبرية إنطلاقاً من وظائفها الاجتماعية والتنموية للأحداث والأخبار والوقائع، فتستغل هذه الدول وسائل الإعلام لدفع عجلة التنمية وجعل أفراد المجتمع يلتقون حول مواضيع تهم البلد ومن بين هذه القيم نجد التكامل، التنمية الاقتصادية والاجتماعية، المنفعة العامة، التثقيف والشمول، وهذه القيم الخبرية تساهم في أداء وسائل الإعلام لوظائف اجتماعية تخدم مصالح البلد وتجعل الأخبار مفضلة لدى الجمهور وقابلة للإذاعة والنشر والبت.

ت- المدخل السياسي والإيديولوجي: تتأثر وسائل الإعلام تأثراً مباشراً بالأنظمة السياسية فكا ما كانت هذه الأنظمة ديمقراطية وليبرالية كلما سادت حرية التعبير والعكس صحيح، فنجد مثلاً وسائل الإعلام العمومية تسعى لخدمة مصالح السلطة بينما نجد صحافة المعارضة تنتقد أحيانا السلطة، حتى أن بعض المؤسسات تكون لها انتماءات حزبية أو سياسية تنعكس على القيم الخبرية التي تنشرها أو تذيبها بمعنى أن كل ما يدعم الإيديولوجية السائدة يعد خبراً مهماً وكل ما يعارضها يتم الغاؤه من النشر أو البث نهائياً أو تعديله بما يتماشى معها .

ث- المدخل المؤسسي: تنشط المؤسسات الإعلامية داخل نظام اجتماعي وسياسي وثقافي واقتصادي معين يفرض عليها وضع أهدافها وتحديد استراتيجيتها وفق توجهات هذا المجتمع فعلاقة المؤسسة الإعلامية بباقي المؤسسات يحتم عليها تحديد مجموعة من القيم الخبرية وترتيبها.

ج- المدخل التنظيمي: تخضع أي مؤسسة إعلامية في تسييرها إلى هيكل تنظيمي يتبين من خلاله توزيع المهام والوظائف فنجد القسم الساسي، الاقتصادي، الرياضي

،الثقافي وأقسام أخرى وكل مؤسسة إعلامية تعطي أهمية لقسم على آخر فمثلا إذا كان للمؤسسة توجه سياسي فإنها تهتم أكثر بالمواضيع السياسية فهذا التنظيم والتوزيع في الأقسام يؤثر على تحديد القيم الخبرية.

مما سبق نستخلص أن معظم كتابات الباحثين حول القيم الخبرية هي مجرد نظرات إنطباعية وعامة وسطحية إلى حد ما ولم تستند إلى دراسات ميدانية وواقعية ومباشرة ،ما عدا دراسة "جالتونج و روج" Galtung et Rouge والتي تعد من بين أهك الدراسات في هذا المجال والتي توصلت إلى أن إنتقاء الصحفي أو حارس البوابة للأخبار هو المدخل الرئيسي للقيم الخبرية .

المبحث الثاني: عناصر القيم الإخبارية

عناصر القيم الخبرية هي مجمل الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد إتفاق مشترك حول هذه العناصر فذهب البعض إلى القول أن عناصر الخبر هي خمسة: التوقيت، القرب، الضخامة، الأهمية، القرب والشهرة، وقد ذهب البعض إلى حصرها في ثلاثة عناصر فقط وهي: الأهمية، القرب والشهرة وقال آخرون أن عناصر الخبر تفوق أربعة عشر عنصرا، وقد عرف ميدان الإعلام تطورا كبيرا بفضل التطور التكنولوجي الذي سمح بكسر الحواجز الزمانية والمكانية وسمح بظهور عدد هائل من المؤسسات الإعلامية و ظهرت قيم إخبارية مشتركة تتفق عليها جميع وسائل الإعلام مهما كان انتماؤها أو مكان نشاطها أو طبيعة الجمهور الموجهة إليه ويبقى الاختلاف فقط في درجة أهمية كل قيمة إخبارية وأهميتها وترتيبها بين القيم الأخرى ضمن أجندة كل وسيلة إعلامية، سنحاول إعطاء أهم القيم الإخبارية المتفق عليها:

1- الجدة (الآنية، الظرفية، الحالية، الحادثة): تسعى مختلف المؤسسات الإعلامية إلى تحقيق سبق الصحفي والانفراد بإذاعة أو بث أو نشر الخبر و بأسرع وقت ممكن، هذا ما يجعل المتلقي يهتم بهذه الأخبار خاصة في الإذاعة والتلفزيون حيث تحرص على وضع المتلقي في قلب الأحداث من خلال البث المباشر والحي للأحداث وتخصيص نشرات إخبارية على رأس كل ساعة أو قطع البث لفسح المجال للأخبار العاجلة بل ظهرت في الآونة الأخيرة طريقة شريط الأخبار الذي يمر أسفل الشاشة ويمكن المشاهد من معرفة الأخبار في وقتها، وفي هذا السياق ترى جيهان أحمد رشتى: "أن لهذه القيمة أهمية كبيرة في العالم العربي لأن بها يتحقق سبق الصحفي".⁽¹⁾

(1) - جيهان احمد رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 216

- ان السرعة في نقل الخبر وتوصيله للمتلقي هي أهم خطوة في العمل الصحفي خاصة في ظل المنافسة الشرسة بين وسائل الإعلام السمعية البصرية في ما بينها ومنافسة الانترنت لها وسعيها لتحقيق سبق الصحفي ،هذا التنافس قد يجعل هذه المؤسسات تقع في أخطاء بسبب التسرع وعدم أخذ الوقت الكافي للتحقق من صحة الخبر أو عدمها أو الاتصال بمصادر المعلومات ،ويرى أندريه جيد الروائي الفرنسي أن للوقت أهمية كبيرة للصحفي فحسبه : "الصحافة هي كل شيء سوف يصبح غدا أقل أهمية وإثارة من اليوم"⁽¹⁾

وهذا لا يعني أبدا أن الأخبار القديمة لا تصلح للنشر أو البث بل أحيانا قد تكون مادة دسمة لأخبار جديدة أو منطلقا للبحث في وقائع أخرى.

-تسيطر الدول المتقدمة على حصة الأسد في احتكار المعلومات والوقائع والأحداث الجديدة بفضل إمكاناتها المادية والبشرية التي تسمح بالوصول إلى الأحداث فور وقوعها ما يجعلها تتحكم في تدفق المعلومات ،هذا التدفق وسرعة الوصول ورغم إيجابياته إلا أنه يحمل بعض السلبيات أهمها نقص المعلومات التي تم بثها أو إذاعتها بسبب التركيز على عامل الزمن وإهمال الدقة وبالتالي عدم توصيل الرسالة للمتلقي الذي يبحث دائما عن إشباع حاجاته من إطلاع ومعرفة لما يدور حوله من وقائع وأحداث .

- ونقصد بالآنية نقل الخبر أو الحادثة أو الواقعة فور حدوثها ،"أن يكون مجاريا للأحداث وبأسرع وقت ممكن و يحتفظ الخبر بقيمته مادام غير معروف ولم يسبق نشره أو إذاعته ،ولهذا تتنافس وسائل الإعلام على النشر فور وقوع الحدث لتحقيق ما يسمى

(1) - ميلفن منتشر: تحرير الاخبار في الصحافة الإذاعة والتلفزيون،ترجمة أديب خضور ، ط 1، دار النشر،دمشق،سوريا

بالسبق الصحفي"⁽¹⁾، وتحظى هذه القيمة بمكانة هامة في وسائل الإعلام الغربية التي تتعامل مع الخبر كسلعة تجارية مركزة على الربح المالي أكثر من الدور الإعلامي ، ما جعل المؤسسات الإعلامية الغربية تتنافس في ما بينها للحصول على الأخبار الحصرية وترويجها إعلاميا ما أشعل التنافس بينها لتحقيق السبق الصحفي ،وجذب إنتباه وإهتمام الجمهور المتلقي أما المجتمعات الشيوعية فتتعامل مع قيمة الأنية بحذر إذ لا تتسرع في نشر الأخبار إلا بعد التأكد من صحتها من مصادر موثوقة ، وأخذ الموافقة من السلطات العليا لنشرها أو بثها وهذا قد يستغرق ساعات ويؤثر على الفورية في نقل الخبر ،وبعد التأكد من صحته وعدم تعارضه لقيم الدولة أو مبادئها الشيوعية يتم ترشيحه للبث ،إن تعامل المؤسسات الإعلامية الشيوعية مع قيمة الأنية بهذه الطريقة يفقد أخبارها قيمة الحالية أو الظرفية ويحرم جمهورها من تلقي المعلومات حول الأحداث والوقائع عند وقوعها وهذا بسبب الإجراءات التعسفية وطول مدة التحقق من الأخبار وإنتظار رأي السلطة وهو مايفقد هذه الأخبار مصداقيتها وقيمتها الإخبارية.

2- القرب:ونعني بمصطلح " القرب " : "هو قرب الخبر والحدث الصحفي من مصالح واهتمامات الجمهور، سواء كان القرب (الزماني أو الجغرافي)، وكذلك القرب العرقي والديني والتاريخي لأفراد المجتمع"⁽²⁾،ونجد نوعين من القرب أحدها جغرافي والآخر نفسي ،فالقرب الجغرافي أو المكاني كلما كانت الأخبار قريبة مكانيا من المتلقي زاد الاهتمام بها والعكس صحيح،فالفرد يهتم بالأخبار المحلية ثم الجهوية والوطنية ومن بعدها الإقليمية والدولية ،هذا الافتراض السائد عموما ، لكن اختلف الباحثون حول هذه القيمة فبالقرب في المجتمعات الغربية لا يحظى باهتمام كبير حيث أن الإعلام الغربي لا يتعامل مع الخبر من حيث مكان وقوعه بل تهتم بدرجة أهميته وتأثيره فقد نجد قناة

(1) - عبد الجواد سعيد ربيع،فن الخبر الصحفي ،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة ، 2005، ص75.

(2)- نعمات عثمان، الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية مصر، 2006، ص15 .

فرنسية مثلا تفتتح نشرتها الإخبارية على حادث هجومات جماعة بوكو حرام بنيجيريا رغم البعد الجغرافي بين البلدين ،بينما الدول النامية نجدها تهتم بقيمة القرب اذ تقوم بتغطية وبث الأخبار المحلية التي لها علاقة مباشرة بمكان البث أو تواجد القناة فنادرا ما نجد التلفزيون الجزائري يفتتح نشرته على حدث وقع بالولايات المتحدة الأمريكية أو مكان آخر بعيد جغرافيا عن الجزائر .

رغم الاختلاف بين الإعلام الغربي والإعلام في الدول النامية حول هذه القيمة إلا أنها تبقى مهمة عند نشر أو إذاعة أي خبر فالمتلقي يهتم بأخبار بلده أو مكان إقامته ويمكن تطبيق الصيغة التالية على هذه القيمة: "الأخبار الأكثر قربا الأخبار القريبة،الأخبار الأقل قربا ،الأخبار البعيدة أو كما عبر عنها بول مانينج" Paul Maning " حياتك هي قصتك"(1)

هذا في ما يخص القرب المكاني أو الجغرافي ،ونجد أيضا القرب النفسي أو العاطفي بمعنى أنه من البديهي أن يميل المتلقي سواء القارئ أو المستمع أو المشاهد إلى الأخبار القريبة إلى عاطفته وأحاسيسه وعقيدته الدينية وبعده التاريخي ،ف نجد مثلا المتلقي الجزائري يهتم بالقضية الفلسطينية أكثر من اهتمامه بالأزمة الإيرانية الأمريكية،وذلك بسبب القرب التاريخي بين الجزائر وفلسطين وحتى من حيث الانتماء العربي والعقيدة الإسلامية ،ونجد قيمة القرب النفسي أكثر في البلدان النامية التي تميل إلى الاهتمام بالأخبار ذات الاهتمام المشترك خاصة تلك التي تقع داخل الإقليم الذي تنتمي إليه ، فقناة مالية مثلا نجدها تهتم بالشؤون الإفريقية بينما قناة خليجية تهتم بأخبار دول الخليج والشرق الأوسط ،بينما في الدول الغربية تقل أهمية قيمة القرب النفسي

(1)- Paul Maning, News and news sources Magritical indtroduction, sage publications, London, 2001, p 61.

باعتبار المؤسسات الإعلامية الغربية تتعامل مع الخبر ولا تعطي أهمية لنفسية أو مشاعر متلقي هذا الخبر.

3- قيمة الشهرة:

تسمى أيضا قيمة الصفة أو النخبة، حيث أن أغلب وسائل الإعلام سواء في الدول النامية أو المتقدمة تعتبر هذه القيمة مهمة انطلاقا من فكرة انه كلما ازدادت شهرة الفرد موضوع الخبر كلما زادت أهمية هذا الخبر، فمعظم الأخبار ترتبط بشخصيات لها وزن في ميدان معين سواء السياسة أو الثقافة أو الرياضة أو من حيث المكانة الاجتماعية التي تحتلها وهذا لا ينطبق فقط على الأشخاص بل أيضا على البلدان، ويمكننا أن نميز بين نوعين من الشهرة:

أ- **دول النخبة (الصفوة):** أو الدول المشهورة حيث تركز وسائل الإعلام على الدول المتقدمة بسبب مكانتها الدولية وتحكمها في جل الميادين، وقد كان أول من أشار إلى اهتمام وسائل الإعلام بدول النخبة العالمان "جالتونج" و "روج" وهما من جنسية نرويجية حيث أوضحا انه: "كلما كان الخبر يتعلق بدول النخبة وهي الولايات المتحدة الأمريكية أو دول أوروبا الغربية أو كان يهم هذه الدول زادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء ونشره في الصحف وإذاعته في محطات الراديو والتلفزيون وهذا يعني أن إذاعة الأخبار تركز على دول النخبة وتتركز فيها"⁽¹⁾

فالدول المتقدمة هي مسرح لأهم الأحداث العالمية بفضل وزنها الاقتصادي والسياسي ما يجعلها محط أنظار مختلف وسائل الإعلام حتى تلك التي تنشط أو تنتمي الى الدول النامية وخير مثال على هذا هو تعامل مختلف وسائل الإعلام مع تفجيرات ميونيخ

(1)- سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2004، ص 199.

مطلع منتصف سنة 2016 والتي عرفت هلاك عشرين ألمانيا بعد عمل إرهابي من طرف انتحاري فان كل تلك الوسائل أعطت للحدث أهمية كبيرة جدا بما فيها الدول المتخلفة بينما في نفس اليوم هجومات عنيفة للتنظيم الإرهابي المسمى داعش بريف حلب خلف مائتي ضحية تم التطرق لها فقط في شريط الأخبار لبعض القنوات أو لم يتم ذكره أصلا وهنا نلمس التمييز الإعلامي إن صح التعبير فوسائل الإعلام لا تتعامل مع الأحداث والوقائع بل تتعامل بمنطق أسماء الدول ووزنها في الخارطة الجيوسياسية للعالم .

أ- أشخاص النخبة (المشهورون):

هم الأشخاص الذين لهم شعبية جماهيرية كبيرة ويحظون بنفوذ وشهرة كبيرة، ولا تمثل الشخصيات نفسها فقط بل قد تمثل منظمات وأحزاب مشهورة أو جمعيات أو مؤسسات، وتسلط مختلف وسائل الإعلام الضوء على أبرز وأشهر الشخصيات لأنها معروفة عند الجماهير التي تهتم بأخبارها وإنجازاتها، ونجد هذا الاهتمام أكثر في وسائل الإعلام الغربية نظرا لتعلق جماهيرها بشخصيات المشاهير وحبهم لمعرفة حياتهم الخاصة وآخر أخبارهم وإنجازاتهم، ويؤكد هوارد سميث "Smith Howard" الخبير التلفزيوني على أهمية قيمة الشهرة بقوله: "التلفزيون هو صورة وكلمة وشخصية، وأن الآلاف من الأشجار ضحت بحياتها ليصنع منها ورق الصحف الذي أستخدم في تغطية أخبار زيجات الممثلة العالمية اليزابيث تايلور." (1)

*تختلف درجة أهمية قيمة الشهرة من نظام إعلامي إلى آخر ، ففي النظام الشيوعي نجد وسائل الإعلام تركز على أخبار المؤسسات لا الأفراد وتتحاشى الخوض أو الحديث

(1) - نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 2007،

في الحياة الخاصة للزعماء الشيوعيين، بينما في الدول الغربية يتم التركيز على الأشخاص المشهورين والزعماء والفنانين والنجوم، وتتحدث بإسهاب عن حياتهم الشخصية وكل جديد أو تغيير يمس حياتهم إلى درجة الاهتمام بأدق وأصغر التفاصيل كلباس النجوم وتسريحاتهم، بينما في دول العالم الثالث فإن أخبار النخبة الحاكمة التي تتحكم في دواليب السلطة تكون من أولويات وسائل الإعلام بهذه البلدان.

* تعرضت قيمة الشهرة أو النخبة إلى جملة من الانتقادات، أهمها أن الاهتمام بدول النخبة فقط يهمل حق باقي الدول في البروز في وسائل الإعلام ويكرس هيمنة الدول الغربية عليها، كما أن الاهتمام بالشخصيات البارزة فقط ينقص من الدور الكبير الذي تلعبه باقي فئات المجتمع، كما أن تركيز وسائل الإعلام على الأشخاص أفقد من قيمة الأخبار التي أصبحت ذات طابع فردي وليس جماعي، إضافة إلى الاهتمام بالشخصيات على حساب القضايا والأحداث ذاتها، من جهة أخرى فإن الاهتمام بالشخصيات الحاكمة في الدول النامية يقلل من فرص التغيير الديمقراطي فيها ويمنع بروز شخصيات سياسية جديدة.

4- قيمة الإثارة (التشويق):

تسعى وسائل الإعلام خاصة الغربية إلى نشر وإذاعة وبث كل ما هو مثير ونشر الأحداث المتعلقة بحياة الأشخاص وأخبار الجنس والموت والغرائب والعجائب والطرائف التي تحدث هنا وهناك، ونجد هذه القيمة بكثرة في الصحف الصفراء وفي بعض القنوات التلفزيونية المتخصصة في بث أخبار الجرائم والفضائح ومخاطبة عواطف المتلقي وغرائزه، فالمواطن الغربي تجده حريصا على متابعة هذه الأخبار خاصة الشاذة منها والغريبة وغير المألوفة، بينما في الدول النامية فإن هذه القيمة أقل أهمية مقارنة ببقية القيم حيث تقوم وسائل الإعلام في هذه الدول بنشر أخبار مثيرة لكن بحذر مع احترام

عادات وتقاليد المجتمع والضوابط الأخلاقية والقانونية، حتى وان نلتمس فضول الجمهور إلا أن وسائل الإعلام النامية لا تفتح المجال كثيرا أمام هذا النوع من الأخبار المثيرة وغير المألوفة خوفا من غرس قيم جديدة تؤثر على قيم واستقرار المجتمع وقد ينفر منها المتلقي.

- تعرضت وسائل الإعلام إلى انتقادات لاذعة بسبب اهتمامها الزائد عن اللزوم بالأخبار المثيرة حيث اتهمها البعض بنشر الرذائل والفواحش داخل هذه المجتمعات وتشجيعها على الانحلال الخلقي وعدم مراعاتها للجانب الأخلاقي واهتمامها بالربح المادي على حساب الحس المعنوي من قيم و سلوكات والقيام بتلهية المتلقي عن قضايا مهمة.

5- الأهمية:

من بديهيات العمل الإعلامي أن مختلف وسائل الإعلام تقوم بنشر أو إذاعة أو بث الأخبار الأكثر أهمية فألاهم ثم المهم وصولا إلى الأقل أهمية، ومن خلال هذا الترتيب يتم المفاضلة بين الأخبار لتحديد موقعها في الجرائد أو النشرات الإخبارية والمساحة اللازمة لذلك، ويلعب رئيس قسم التحرير أو حارس البوابة أو في بعض الأحيان مدير المؤسسة الإعلامية دورا مهما في ترتيب الأخبار حسب أهميتها معتمدا على الجمهور الذي يستهلك هذه المواد الإخبارية، فكلما كان الخبر على درجة من الأهمية للجمهور المتلقي كلما رشح لأن يكون من بين الأخبار الرئيسية ذات الأهمية والعكس صحيح، تعد أهمية الخبر في حد ذاته نتاج عن تحليل وتقييم و قراءة وحكم على الخبر والتقطن إلى دلالاته اعتمادا على اطلاع مسبق للصحفي، يسمح له بوضع الخبر في سياق فكري ودلالي أشمل، فعلى سبيل المثال كل الأخبار التي تدور حول السلطة لها درجة من الأهمية، سواء كانت السلطة الحكومية أو السلطة الاقتصادية أو السلطة ذات الطبيعة

المعنوية أو الرمزية (الدينية، الفكرية...)، كما يعد أهم عنصر في الخبر، هو ما يهم الناس من (عرض عمل شخصيات، المشاهير، أسماء الشخصيات السياسية...) (1).
 - والأهمية لا تعني فقط أهمية الخبر بل تتجاوز ذلك إلى النتائج التي قد ترتبت بعد هذا الخبر فقد تكون النتائج أكثر أهمية، فمثلا خبر إنقطاع كابل الأنترنت بالسواحل الجزائرية لمدة أسبوع قد يبدو عاديا لبعض شرائح المجتمع، لكن تأثير هذا الخبر سيكون له وقع كبير على قطاعات حساسة كالاتصالات والبنوك ومراكز البريد فهذا هو الأكثر أهمية، فننظر للخبر ليس من الظاهر فقط بل ظاهرا وباطنا وهذا ما يسميه بعض الباحثين على رأسهم محمود أدهم "مغزى الحدث" بمعنى أنه كلما نتجت عن الخبر أحداث ونتائج أخرى مؤثرة كان ذلك سببا في إعطاء أولوية لهذا الخبر للبحث أو النشر.

-وتختلف درجة الاهتمام بقيمة الأهمية من نظام إعلامي إلى آخر ومن مجتمع إلى مجتمع، فنجد في النظام الشيوعي عنصر الأهمية يتم حصره في منصب الزعيم الذي يتولى زمام الحكم والتسيير، كما تركز هذه الوسائل على الأخبار التي تهتم عامة الناس وليس الأفراد أي المصلحة العامة تسبق مصلحة الأفراد "فالعمال البارزون، المدرس المثالي، الأبطال القوميون والفنانون يبرزهم الإعلام لأن المجهود الجماعي طبقا للفلسفة الشيوعية- هو الذي يستأثر بالأهمية، والتركيز بالذات على أشخاص ناجحين ومن ثم فإن الجماعة ككل ستتهض" (2)

هذا الطرح الشيوعي قد يقصي فئات كثيرة من المجتمع ويحرمهم من أخبارهم، أما في المجتمعات الغربية التي تعرف نوعا ما حرية في التعبير وإبداء الآراء فان وسائل

(1)-Andrew Boyd , Rapport of broadcast journalism, technique of radio and television, focal press, 2000, p20.

(2)-جون مارتين، انجو جروفور شودري، نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، ط 1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1991، ص23.

الإعلام تهتم بالحاكم والمحكوم أي أن الأخبار التي تهتم المواطن الغربي وتلبي اهتماماته هي الأخبار المهمة وهذا ينطبق كذلك على الحاكم وحاشيته أي كل الناس لهم نصيب من الأخبار، بينما في دول العالم الثالث فقيمة الأهمية تعطى للأخبار السياسية بالدرجة الأولى خاصة تلك التي تتناول نشاطات رئيس الدولة وأعضاء الحكومة والسلك الدبلوماسي.

من خلال ما سبق نستخلص أنه من الصعب تحديد قيمة الأهمية في مختلف وسائل الإعلام حيث طرحت عدة دراسات في هذا السياق لتحديد هذه القيمة ووجدت اختلافا كبيرا في تحديد الأهمية لدى مصالح الجمهور وما طرحه وسائل الإعلام من خلال مضامينها بسبب عدم معرفة الصحفيين لما يريده الجمهور أو ما يقدم الصحفيون من أخبار يعتقدون أنها مهمة، ولمعرفة قيمة الأهمية واهتمامات وتفضيلات جمهور وسائل الإعلام تبقى عملية إجراء دراسات وسبر للآراء وأبحاث في أوساط الجمهور لتحديد مستويات تفضيلاته إضافة إلى تحليل مضمون المواد الإعلامية، عموما و رغم دور البحوث الميدانية في الارتقاء بالعمل الإعلامي إلا أن تأثيرها ونتائجها تبقى محدودة وإن كانت صالحة لزمان ومكان معين فقد لا تصلح في زمان ومكان آخر.

6- قيمة الصراع: الحياة البشرية على مر العصور تحركها الصراعات سواء بين البشر أو ضد الطبيعة فقد شهد العالم صراعات وحروب ونزاعات دامت لقرون طويلة، فالصراع قد يمس الإنسان كصراع الأحزاب على السلطة، أو تنافس الدول وتبقى دول الجنوب أكثر البؤر توترا في العالم إذ هي مسرح للنزاعات الداخلية والصراعات القبلية وكذا الصراعات السياسية بين السلطة الحاكمة وأحزاب المعارضة، وقد يكون الصراع عسكريا من خلال المواجهة المباشرة بين أبناء البلد الواحد، هذه الصراعات والحروب هي مادة

دسمة لمختلف وسائل الإعلام،"فالخبر الصحفي لا بد أن يشبع لدى القارئ رغبته في تتبع هذا الجانب الدرامي من الحياة، فالصراع يشكل أحد مراكز الإهتمام الرئيسية عند الإنسان"⁽¹⁾

والصراع لا يأخذ فقط الجانب المادي كالمواجهات العسكرية ولكن يمس كذلك الجانب المعنوي من خلال الاختلاف في وجهات النظر والآراء ورغبة كل واحد في فرض أفكاره تخلق صراعا بين الأفراد، هذا ما يجعل وسائل الإعلام تعمل على تتبع الأحداث والقضايا التي تحمل صراعا بين طرفين أو عدة أطراف،"فتقتضي أن يكون في كل قصة خبرية طرفان يكونان الصراع في أحداث تتصف بالفورية، ما يخدم مصالح معينة للأشخاص أو للمجتمع أو للمؤسسة الإعلامية، وهو ما يعطي للخبر أهمية في اعتلاء هرم ترتيب الأخبار"⁽²⁾.

وتختلف أهمية قيمة الصراع من مجتمع لآخر، ففي المجتمع الغربي نجد قيمة الصراع من أهم القيم الخبرية الحاضرة في مختلف المواد الإخبارية، حيث تقوم هذه الوسائل بإفراد مساحات كبيرة وأوقات طويلة لأخبار الحروب والنزاعات والمواجهات العسكرية وتهتم بتغطيتها وتخصيص أطقم صحفية ضخمة لضمان معلومات فورية عن هذه الأحداث كما حدث في سوريا واليمن والعراق وليبيا وقبلهم في أفغانستان والبوسنة والهرسك حيث ظهر ما يسمى بالصحافة الحربية والتي يتم من خلال إيفاد صحفيين والنزج بهم وسط المعارك والمواجهات العسكرية ورصد كل كبيرة وصغيرة، وتهدف هذه المؤسسات الغربية إلى خدمة مصالح دولها وضرب استقرار بعض الأقاليم والدول وتشويه الحقائق وإظهارها على أنها مناطق غير مستقرة وعنيفة ومكان استقرار الإرهاب وبالتالي تشويه صورته

(1)- إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص 337.

(2)- نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية عصر البث الفضائي، مرجع سابق، ص 83.

دول الجنوب ومن ثمة إيجاد مبررات للتدخل في الشؤون الداخلية للشعوب إما سياسيا أو عسكريا باستخدام الأسلحة وضرب استقرار هذه الدول ونهب خيراتها وغالبا ما ترافق أخبار الصراعات دعاية إعلامية مغرضة وأخبار مزيفة لخدمة طرف على حساب طرف آخر .

بينما في دول العالم الثالث فان وسائل الإعلام تتعامل مع قيمة الصراع بحذر وتتجنبها أحيانا أو عدم إعطائها مساحات كبيرة أحيانا أخرى ، وتسعى بذلك إلى تهدئة الأوضاع وامتصاص غضب الشارع أو الرد على الإشاعات والحملات المغرضة التي تقودها وسائل الإعلام الغربية، هذه الأخيرة تساهم في تسويق الرعب والفرع والخوف وسط المجتمعات المتخلفة بالخصوص التي تجد نفسها تشعر دائما باللا أمن واللا إستقرار وتشويه سمعتها بين بقية الدول ، كما أن مختلف التغطيات الإخبارية تركز على الصراع والحروب والمواجهات الفكرية والعسكرية ولا تبحث في أسباب هذه الصراعات أو طرح حلول لها.

7-قيمة السلبية: يطلق عليها أيضا تسمية :

الأخبار العنيفة، السيئة، المروعة، القاسية، الساخنة، العدوانية، المحبطة، المظلمة، الدامية، والأخبار البائسة وتسميات أخرى ، ويعود الاهتمام بالأخبار السلبية إلى زمن بعيد حيث قدم "ستانلي ولتر" Stanly Walter عام 1930 تعريف للأخبار وربطها بالنساء والنقود والأفعال السيئة ويعكس هذا التعريف طريقة التعامل مع الأخبار في تلك الفترة وقيمة السلبية تشبه نوعا ما قيمة الصراع حيث تهتم وسائل الإعلام بنشر وإذاعة الأخبار السيئة بسبب ما تخلفه من ردود أفعال ، "فالأخبار السلبية تكون في أغلب الأحيان الأكثر عدم التوقعية، ولهذا نجد المشاهدين وجمهور وسائل الإعلام، سواء تعلق بقراء للصحف والمجلات، أو جمهور المستمعين للإذاعة، والجمهور المشاهدين للتلفزيون

يركزون على الأخبار الأكثر قلة، ويتعلق عنصر (السلبية) بالهدم في مختلف المجتمعات (1).

وتهتم المجتمعات الغربية بهذه القيمة بشكل أكبر من الاهتمام بالأخبار الإيجابية والتي تسعى إلى انتقاد الأفراد والجماعات ونشر الأخبار التي من شأنها أن تنقص من قيمتهم أمام الجمهور، هذا الاهتمام بقيمة السلبية والتركيز عليها يزيد من انتشارها وسط المجتمعات، ويقول الباحث عائض بن مرزوق الحربي بأن: «الخبر السلبي هو كل ما يحمل كلمات القذح والذم والشتائم» (2).

بالنسبة للدول الشيوعية فان وسائل الإعلام ممنوعة من الحديث عن تفاصيل حياة القادة والزعماء أو انتقادهم أو الإشارة إلى سلبية من سلبياتهم، بينما تتعامل مع صغار المسؤولين عكس ذلك حيث تقوم بإبراز نقائصهم وتقصيرهم في أداء مهامهم وهذا خدمة لمصالح الدولة حسبها والمساهمة في تصحيح الأخطاء ومتابعة كل من يتهاون في خدمة وطنه، أما في الدول النامية فالتعامل مع قيمة السلبية عكس الأنظمة الإعلامية الأخرى حيث تقوم وسائل الإعلام بالتشجيع على نشر الأخبار الإيجابية فقط وإعطاء صورة جميلة خالية من الانتقاد والنقائص وتقادي الخوض في الأخبار السلبية التي من شأنها ضرب أو زعزعة استقرار النظام السياسي السائد وتعكير جو عمل الحكومة ورئيس الدولة، هذا الطرح تم انتقاده حيث يحد من دور الصحافة إذ هي مرآة المجتمع تتعامل مع الإيجابي والسلبي بدون تمييز أو الإنحياز لطرف على حساب طرف آخر، وينقص من دورها في محاربة الفساد وإظهار أخطاء و تلاعبات الآخرين وهذا ما

(1) - سمير لعرج، بنية القيم الإخبارية، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 2 الجزائر، 2 جوان 2008، ص 02.

(2) - عائض بن مرزوق الحربي، درجة التسييس في قناة الحرة، دراسة تحليل مضمون لأخبار قناة الحرة التلفزيونية، ماجستير

غير منشورة، جامعة مالك سعود، الرياض، 2004، ص 26.

يجعل الجمهور يفقد الثقة في هذه المؤسسات الإعلامية ويتجه إلى وسائل الإعلام الغربية لانتقاء المعلومات والأخبار.

8- قيمة الاهتمامات الإنسانية:

نقصد بالاهتمامات الإنسانية كل ماله علاقة بعاطفة ووجدان الإنسان ويثير عواطفه وتعرف أيضا بأنها: "مجموعة من العناصر التي تضي على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا لها تأثيرها، كما يعبر في الكتب عن هذا العنصر بالتأثير وذلك بسبب تأثيره في حياة الناس بشكل أو بآخر".⁽¹⁾

فالأخبار والأحداث والوقائع تترك أثارا في الفرد وتؤثر على عاطفته فينفر من هذا ويتعلق بهذا ويفرح لمشاهدة شيء ما وقد يبكي بمجرد مشاهدة واقعة أو حادث حزين، فالفرد يتفاعل مع ما يشاهده أو يقرؤه أو يسمعه فيميل لهذا على حساب هذا ويبدى مواقف مع أو ضد المادة الإخبارية كصورة الطفل السوري الذي وجد ميتا على السواحل التركية التي جلبت تعاطف كل العالم لأنها خاطبت مشاعرهم وأحاسيسهم وبنث في قلوبهم الرأفة والرحمة فالنفس البشرية مجموعة مشاعر تحتاج مثيرا لتستيقظ وتظهر، والفرد في مجتمعه فاعل ومتفاعل مع كل ما يحيط به، ويقدم والتر ليمان شرحا وتفسيرا لهذه القيمة فيقول: "إن الجمهور لابد أن يشارك في الأخبار بنفس القدر الذي يشارك به في المسرحية عن طريق الاندماج الشخصي".⁽²⁾

وتختلف طريقة ودرجة التفاعل من شخص لآخر، وتظهر قيمة الاهتمامات الإنسانية في مختلف المجتمعات والأنظمة الإعلامية بدرجات متفاوتة، فنجد المجتمع الغربي يهتم

(1)-جواد عبد الستار، جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، ط 3، دار مجد لاوي، الأردن، 2001، ص 50.

(2)-البرت.ل.هستر، واي لان ج تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة

بالأخبار التي تثير مشاعر الجمهور من رافة ورحمة وتضامن مع الآخرين لإبراز الوجه الطيب والجانب الايجابي في الشعوب الغربية، بينما في المجتمعات الشيوعية فتعمل وسائل الإعلام على إبراز قيم التعاون والتضامن بين شعوبها والأخلاق السامية، أما في دول العالم الثالث فإنها توظف قيمة الاهتمامات الإنسانية للربط بين أفراد المجتمع وتوحيدهم نحو قضايا تهمهم، لكن من الصعب ان نجد هذه القيمة في البلدان النامية التي تعاني أزمات وصراعات وحروب مدمرة بسبب المغالاة في الحديث عن الانفصال والقبلية، فدور وسائل الإعلام في هذه الحالة هو لم الشمل وتوحيد أبناء الوطن الواحد.

9- الضخامة أو الحجم: تسمى كذلك قيمة التركيز أو العدد أو الزخم أو الوقع، وتقوم وسائل الإعلام بالتركيز على الأخبار التي تهم عدد كبير من الناس فنجد بعض المؤسسات تهتم بتغطية الأحداث التي تمس شريحة واسعة من الأشخاص و "يقصد بها إثارة أكبر عدد من الناس، وتسعى مختلف وسائل الإعلام إلى نشر وبث الأخبار التي تجذب انتباه أكبر عدد ممن الجماهير"⁽¹⁾، ويمكن أن نميز بين نوعين من الضخامة:

أ- **من حيث العدد:** بمعنى ارتباط الحدث بعدد كبير من الناس يرشحه للنشر أو البث مثل حدث الألعاب الاولمبية فالضخامة تكمن في عدد البلدان المشاركة والعدد الكبير للرياضيين وتنوع الرياضات الفردية والجماعية إضافة إلى عدد الجماهير التي ستتابع وتهتم بالحدث.

ب- **ضخامة الحدث:** في حد ذاته وان كان عدد الأطراف المشاركة فيه قليل كتوقيع اتفاقية النزاع حول إقليم دارفور مثلا بالسودان فطرفي الحوار هما ممثلين عن دولة السودان وأطراف من إقليم دارفور لكن الضخامة تتمثل في الحدث الذي يهم اكبر بلد

(1)- عبد اللطيف حمزة ، مدخل في فن التحرير الصحفي، ط 4 ، دار الفكر العربي، مصر، دس، ص 81.

إفريقي من حيث المساحة قبل تقسيمه، فالأساس الذي تقاس من خلاله قيمة الضخامة هو اهتمام الرأي العام بالأحداث.

- قيمة الضخامة نجدها في مختلف المجتمعات فوسائل الإعلام الغربية تهتم بضخامة الأرقام والأطراف المشاركة في الأحداث أو الموجه لها الخبر ،أما في دول العالم الثالث فيتم التعامل مع هذه القيمة من زاوية توافقها مع السلطة ،ورغم الاهتمام بهذه القيمة في مختلف الأنظمة الإعلامية إلا أن هذه القيمة لم تسلم هي الأخرى من الإنتقادات فالاهتمام بعدد من يهتم بالحدث قد يقصي فئات أخرى صغيرة الحجم اضافة إلى أن ضخامة الأحداث وكثرة الأخبار حولها قد تجعل وسائل الإعلام لا تنتبه أو تهمل بعض التفاصيل المهمة في الأحداث، إضافة إلى أن بعض وسائل الإعلام خاصة الغربية تقوم بتوجيه الرأي العام نحو أحداث وقضايا وتجعلها ضخمة وقد تقوم بتصغير أحداث ضخمة من خلال تجاهلها.

10- الغرابة والطرافة: نقصد بالغرابة الأخبار غير المألوفة أو النادرة أو الشاذة في المجتمع ،ونجد المجتمع الغربي يركز على هذا النوع من الأخبار بكثرة خاصة في الصحف الصفراء التي تجد الأخبار الطريفة مكانا لها ،وعادة ما يتم تركها في آخر الجريدة أو النشرات الإذاعية أو التلفزيونية ،أما في الدول النامية فعادة ما تعتمد وسائل الإعلام إلى توظيف هذه القيمة من اجل التسلية والترفيه والخروج بالمتلقي من جو الأخبار الثقيلة لجذب اهتمامه .

خلاصة:مما سبق نستنتج أن القيم السالفة الذكر هي المتفق عليها في مختلف المجتمعات وفي مختلف الأنظمة الإعلامية والتي تتغير بتغير الزمان والمكان ، ويختلف ترتيبها ودرجة أهميتها حسب خصوصية وخلفية كل وسيلة إعلامية، هذه القيم الإخبارية

تتحكم فيها جملة من العوامل كالنظام السياسي القائم، و حارس البوابة الذي يقوم بانتقاء واختيار والمفاضلة بين الأخبار قبل نشرها أو إذاعتها وانتظار تفاعل الجمهور معها.

ثانيا- العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية

تتنوع العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية وتختلف من نظام إعلامي لآخر وحتى داخل نفس النظام ،فالمؤسسات الإعلامية لا تنشط لنفسها بل تقدم خدمات إعلامية للجمهور الذي يمتلك سمات وخصائص متنوعة، كما أنها تنشط ضمن بيئة محدودة جغرافيا ومحكومة بنظام سياسي ومنظومة قانونية وتشريعية تدير نشاطها، كما أن لكل مؤسسة إعلامية خطها التحريري وسياستها التحريرية المبنية على معايير معينة وكل هذه العوامل وعوامل أخرى تتدخل بنسب كبيرة جدا في تحديد القيم الخبرية وتتحكم فيها ،في ما يلي سنحاول ذكر أهم العوامل المؤثرة في القيم الخبرية وهي:

1 - السلطة السياسية :

تنشط المؤسسات الإعلامية في بيئة سياسية تنعكس عليها بالإيجاب أو السلب حسب طبيعة العلاقة التي تربط المؤسسة بالنظام السياسي ،وعليه فإن العلاقة الموجودة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام موجودة في كل دول العالم وتطرح على أنها إشكالية تتمثل في تحكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام ، وهذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة سلطة الحكم ، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام ، وبالتالي لابد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها بالهيمنة على وسائل الإعلام والسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات

لتكييفها حسب رأي السلطة⁽¹⁾ ، فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تحت رحمة السلطة السياسية ما يفرض عليها التماشي والتكيف معها وعدم مخالفتها لضمان إستمرارها وتفاذي فرض القيود عليها وهذا ما يؤثر على النقل الموضوعي والصادق للحقيقة للجمهور ،"فلا شك أن السياسة العامة للدولة التي تقوم بالبحث الإذاعي ،وتتنوع أساليب السيطرة والتمويل ،واتجاهات العاملين ورغبات واحتياجات الجماهير كل تلك العوامل تؤثر إلى حد كبير في تحديد قيم الأخبار في المجتمعات المختلفة ،وقد يحتم هذا لأحيانا استقاء الأخبار من مصادر معينة وإغفال مصادر أخرى وتناول الخدمة الإخبارية بأسلوب معين واختيار الوقت المناسب لإذاعة أخبار معينة بشكل تفصيلي أو مختصر وتحديد موقع الأخبار داخل النشرة الإخبارية"⁽²⁾، وبهذا تتحول المؤسسة الإعلامية من خدمة أفراد الشعب إلى جهاز خاضع للدولة يعمل على التسويق لسياساتها والترويج لأفكارها ونشر كل ما هو إيجابي عنها وتفاذي الإنتقاد ،لذا لا نستطيع الكلام عن حرية الصحافة في أي مجتمع دون الكلام عن علاقتها بالسلطة وعمّا تريده السلطة من الصحافة وكيف تنظر إليها وما هي فلسفة الإعلام لدى النظام السياسي ،ففي كتابه الصحافة العربية:الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي ، قسم "وليام روو"William Rew الأنظمة العربية إلى ثلاثة أنواع :الصحافة التبعية والصحافة الموالية والصحافة التعددية ...وفي الأنواع الثلاثة التي توصل إليها الباحث يبقى هامش الحرية محدودا عند المؤسسة الإعلامية في الوطن العربي وهامش التدخل والتوجيه والسيطرة والتحكم كبيرا عبر وسائل وطرائق واليات مختلفة "⁽³⁾ ، وفي الجزائر كانت الصحافة مطالبة بخدمة مصالح الإشتراكية في ظل الحزب الواحد وحتى بعد إقرار

(1)-إبراهيم عبد الله المسلمي،التشريعات الإعلامية،دار الفكر العربي القاهرة،د س ، ص 331.

(2)-حسن عماد مكاوي،الأخبار الإذاعية والتلفزيونية ،الدار العربية للنشر والتوزيع،القاهرة، 2009، ص 114.

(3)-محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر،مجلة جامعة دمشق،العدد 3 و 4

،2003،ص114.

التعددية السياسية والإعلامية بعد أحداث أكتوبر 1988 بقي المشهد الإعلامي على حاله ولم تتغير عقلية السلطة التي تتحكم في دواليب الإعلام خاصة خلال العشرية السوداء، "وإن كان قطاع الإعلام قد تدعم فعلا بكثير من البنيات والهيكل المادية إلا أن الضبابية والظرفية وعدم الوضوح والدقة في إتخاذ القرار الإعلامي جعل من تلك الهياكل (المؤسسات الإعلامية) أشباه أطلال بحيث تقتصر وظيفتها الأساسية في كثير من الأحيان على ترديد الصدى، وهو ما جعل النظام السياسي القائم الطرف الوحيد الذي يتحكم في مدخلات ومخرجات العملية الإعلامية، وأصبح الإعلام الجزائري لا يتسع إلا لنقل صوت ورسالة واحدة فقط في أغلب الأحيان تمثل رأي السلطة أو من يتولى المدح والثناء عليها"⁽¹⁾

* للإشارة فإن التمايز بين دول العالم من حيث الأنظمة السياسية و الإقتصادية والبناء الإجتماعي والتركيبية الثقافية والترسانة القانونية و التنوع الفكري لها دور مهم وبارز في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام والتي يمكن أن تلعب دورها كسلطة رابعة لها قوتها وحضورها أو يمكن أن تكون مجرد مؤسسة تابعة للدولة لخدمة مصالحها، و هناك عدة وسائل تتحكم بها السلطة في تسيير وإدارة المؤسسات الإعلامية وإجبارها على الرضوخ لأوامرها والخضوع لها ، وتختلف الآليات من دولة لأخرى وتتمثل في :

الميكانيزم التشريعي ، الميكانيزم المالي ، ميكانيزم الرقابة .

أ- عن طريق التشريع :أي دولة ومهما كان نظامها السياسي تقوم على مبدأ سن القوانين لحماية إستقرارها و أفرادها في جميع المجالات بما فيها الحقل الإعلامي نظرا لأهميته وتصنيفه كسلطة رابعة ،وتكون هذه القوانين والتشريعات الإعلامية في صالح السلطة ووسيلة ضغط وردع ،على الصحفي إحترامها و يعاقب في حالة مخالفتها ما يحد

(1) - صالح بن بوزة، السياسات الإعلامية الجزائرية - المنطلقات النظرية والممارسات (1990-1979)، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد 13، 1996، ص35.

من حرته في معالجة الأخبار وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية .

ب- عن طريق التمويل : أو سلطة المال ، "حيث أن تمويل وسائل الإعلام يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت: السلطة السياسية أو الجماعات المالية أو جماعات الضغط كالجماعات الدينية والتكتلات النقابية والأحزاب السياسية والحركة الجمعوية ، وسلطة المال لها فاعلية كبيرة حيث أن السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها"⁽¹⁾، وفي الجزائر تعيش الصحافة من عائدات الإشهار الذي تحتكره الدولة والذي أصبح مصدرا رئيسيا للضغط على المؤسسات الإعلامية ويؤثر على سياستها التحريرية وترتيب أخبارها لذا تخضع القيم الخبرية لسلطة المال والمعلنين بل إن أغلب المؤسسات الإعلامية مهددة بالإفلاس والغلق خاصة مع الأزمة الاقتصادية التي تعيشها الجزائر في السنوات الثلاث الأخيرة إذ تحدث بعض التقارير عن غلق ستين صحيفة بسبب الضائقة المالية، وقد أصدر رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة في منتصف شهر أكتوبر 2017 بيانا دعا فيه إلى إنشاء صندوق لدعم الصحافة المكتوبة.

ج- عن طريق الرقابة : تمارس الدولة الرقابة على مضامين المؤسسات الإعلامية ولا تترك لها هامشا للحرية ، ما يجعل الصحفي يخضع لنوعين من الرقابة الأولى ذاتية من خلالها يتوخى الصحفي التطرق لمواضيع تتعارض وقوانين الدولة أو تنتقدها والثانية رقابة خارجية تضيق الخناق على ممارسة الصحافة بكل حرية وهذا ما ينعكس على القيم الخبرية ومراقبة الأخبار التي تنشر أو تعدل أو تحذف نهائيا و تتفاوت الرقابة المفروضة من نظام لآخر، كما نجد رقابة قبلية للمضامين الإعلامية وأخرى بعدية .

(1) - عبد الحفيظ الهرقام، الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي ،مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد

السياسة الإعلامية ، حتى وإن بذل مجهودات كبيرة في الحصول على الأخبار إلا أنه سيصطدم بالسياسة التحريرية التي تفرض عليه إما إلغاء مادته الإخبارية أو تعديلها أو إعادة صياغتها بما يتوافق معها ،"و يرتصف الصحفيون والمراسلون ومختلف العناصر الفاعلة في هيئة التحرير إلى سياسة تحريرية تعتبر اللسان الناطق للمؤسسة الإعلامية والمعبرة عن مواقفها وتوجهاتها تجاه مختلف القضايا في المجتمع والمستجدات في الساسة و الإقتصاد والتربية والثقافة وغيرها من المجالات، ولا يكون للصحفيين غالبا التأثير في معالم السياسة التحريرية التي قد تكون ثابتة أو متغيرة حسب المراحل التي تمر بها المؤسسة الإعلامية، ذلك أن المالك والناشر هو الذي يحددها بالإتفاق مع رؤساء التحرير والمتحكمين في نفاذ المخرجات"⁽¹⁾، ويكون ذلك بإعطاء التوجيهات والتعليمات للإلتزام بالسياسة التحريرية وإجبار الصحفي للخضوع لها ومعالجة الأخبار والقضايا وفق رؤية المالكين أو المسؤولين ،هذا الإجبار يتنافى مع أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تمنح الحرية للصحفي في معالجة المواضيع إلا تلك المواضيع التي تتعارض مع القيم أو القوانين المعمول بها وهذا ما يعانيه الإعلام الجزائري حيث تعالج المؤسسات الإعلامية المواضيع وفق أهواء مسؤوليها وأهدافهم التجارية وخير مثال على ذلك هو إمتناع أغلب القنوات الخاصة عن معالجة "قضية سيارات طحكوت" وذلك للحفاظ على العلاقة التجارية و الإشهارية معه على حساب نقل الحقيقة للمواطن الجزائري.

3- القيم الإخبارية والإيديولوجية: الإيديولوجية نقصد بها في الأصل العلم الذي يدرس مدى صحة أو خطأ الأفكار التي يحملها الناس ،أما حسب المعنى الشائع فهي: النظام

(1)-فلاق صالح شبرة، سلطة المال والخدمة العمومية في الميديا بالجزائر،مجلة الرواق،المركز الجامعي غليزان،العدد 4، ص

الفكري والعاطفي الشامل الذي يعبر عن مواقف الأفراد من العالم والمجتمع، وقد عرفها بيكر (Becker) بأنها: مجموعة من المرجعيات، تتكون من محددات قيمة متداخلة تساعد في تحديد رؤية الفرد للعالم والتكيف والتأقلم معه، أما هول (Hall) فيقول أن الإيديولوجيا: هي المرجعيات الذهنية، مثل: الأفكار، واللغة، والمفاهيم، التي تنشط وتتفاعل وفقها الجماعات في المجتمع وتؤثر في رؤيتها أثناء حراكها المجتمعي.

الإيديولوجيا هي مجموعة من الأفكار والمعتقدات التي تعمل بوصفها مرشدة للسلوك أو ضابطا له، أي هي مجموعة من الأفكار و القيم و المشاعر والمعتقدات التي تؤثر على نظرة الفرد لمختلف المواضيع، وهناك عدة أنواع من الإيديولوجية فجد الإيديولوجية السياسية والقانونية والفكرية والاقتصادية وغيرها، والإعلامية التي نقصد بها: "منظومة من الأفكار، يعبر عنها من خلال العملية الاتصالية التي تشمل القائم بالاتصال وطريقة استخدامه للنص أو اللغة أو الصورة (الساكنة أو المتحركة) التي تنقلها الوسيلة الإعلامية المطبوعة أو المسموعة أو المرئية"⁽¹⁾. فتؤثر بذلك في عملية المفاضلة بين الأخبار وترشيحها للنشر أو البث، ومعنى ذلك أن القيم الإخبارية الإخبارية تتأثر بالإيديولوجية ويجب أن تتوافق معها وأن لا تعارضها تماما، ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليذاع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية أي أن تأثير الإيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها، وهذه العملية تكون في أيدي رؤساء التحرير والناشرين والمحريين وحتى المخبرين أثناء جمع الأخبار، وتكون لديهم غالبا أفكار محددة في الطريقة الواجب إتباعها أثناء التحرير، وحتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية إلا أن هناك طريقة ما للتعرض

(1)-محمد بن سعود البشر، إيديولوجيا الإعلام، ط 3، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1437 هـ، ص 20.

لإيديولوجية ما ، كما أن مبدأ الحرية في حد ذاته إيديولوجية أي أن القائم بالاتصال قد تأثر بإيديولوجية الليبرالية ، إضافة إلى أن الحرية الإعلامية تؤدي بالشخص لإبداء رأيه بحرية ولا يمكن أن يكون رأي القائم بالاتصال بعيدا عن إيديولوجيته التي ترافقه أثناء مراحل عمله الصحفي.

وفي وقتنا الراهن أصبح الإعلام أداة في يد السلطة لتحقيق هيمنة إيديولوجية لزرع أفكار معينة تخدم مصالحها وتضمن استمرارها في الحكم وتسيير الأفراد خاصة في الدول البيروقراطية ودول العالم الثالث ، إذ يركز إعلامها على الأنشطة الرسمية للحكومة و الأحداث الوطنية وتسليط الضوء على الإنجازات التنموية الوطنية ورصد الجوانب الإيجابية فقط ، هذا التركيز يعود إلى أن تلك القيم الإخبارية خاضعة بشكل كبير إلى الإيديولوجية التي تطرحها السلطة والسياسة الإعلامية أي أن القيم الإخبارية تكتسي القيم الإيديولوجية والتي تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى ، فالقيم الإخبارية إذن عبارة عن بنية قيمية وإيديولوجية وذهنية وليست عبارة عن رصد أحداث وقعت فقط، فالأحداث والوقائع و التغطيات الإخبارية يجب أن تتضمن قيمة إيديولوجية كي تصبح في مستوى الأخبار القابلة للنشر أو الإذاعة أو البث ، هذه الإيديولوجية هي فكر المؤسسة الإعلامية أو السلطة السياسية أو المالكين الخواص أو الممولين أو المساهمين في المؤسسة الإعلامية.

4- القيم الإخبارية و القيم المجتمعية: كل مؤسسة إعلامية مهما كانت طبيعة ملكيتها تابعة لنظام إجتماعي معين تعمل في إطاره ، وأي نظام إجتماعي يقوم على أساس عدد من القيم والمبادئ يسعى لتجسيدها ونشرها في المجتمع وتقبلها من طرف أفرادها ، و وسائل الإعلام هي إنعكاس للمجتمع الذي تنشط فيه فتسعى إلى نشر ثقافة المجتمع وقيمه

المختلفة والعمل على تعزيزها وتفادي ما يؤثر عليها ، فمن الصعب الفصل بين القيم الإخبارية والقيم الإجتماعية

إذ تعد الأولى جزء قيم المجتمع، وفي هذا الإطار يرى "وارين بريد": "أنه في بعض الأحيان لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي ولكن القائم بالاتصال يغفل أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الإجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية فقد تضحى وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع مثل الرأسمالية والولاء للوطن و إحترام رجال الدين والقضاة والمجتمعات المحلية وتوقير كبار السن والقادة والأمهات ، وغالبا ما تتجنب وسائل الإعلام إنتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع"⁽¹⁾

القيم الخبرية تنشط ضمن وعاء القيم الاجتماعية فهي جزء منها ، وعندما تتعارض معها فإن الجمهور يتعامل بسلبية معها وينفر منها و لا يتقبلها لذا من الصعب أن تخالف المؤسسة الإعلامية النظام الاجتماعي الذي تنشط فيه و تنتمي إليه أو تكون ضده أو ضد أفراده ، فالإختلاف بين المجتمعات من حيث القيم في العالم يفرض بالضرورة تمايزا على مستوى السياسات الإعلامية وعلى مستوى طبيعة القيم الإخبارية التي تتبع من كل نظام ، وعليه نستخلص أن القيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية تخضع إلى طبيعة النظام الاجتماعي السائد في بيئة نشاطها وهذا ينطبق على وسائل الإعلام المحلية التي تنشط في رقعة جغرافية محددة، بينما كبرى المؤسسات الإعلامية فلا

(1)-حسن مكاي، نظريات الإعلام، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 189.

تأخذ قيم المجتمع بعين الاعتبار بل تعمل وفق أجنداث تملي عليها نشر أخبار تخدم مصالحها هي بالدرجة الأولى وليس مصالح المجتمع الدولي وهو المشهد الذي ينتشر في وقتنا الراهن مع التدفق الإعلامي الكبير وغير المتوازن فمؤسسات إعلامية كبيرة تنتج وتسوق لكل الأخبار ومجتمعات تستهلك كل هذه الأخبار وهو ما يجعلها تتأثر بسياسة وإيديولوجية من يتحكم في المعلومة.

5- تأثير القواعد المهنية على قيم الأخبار: القائم بالإتصال عنصر هام وفعال في العملية الصحفية فهو من يقوم بالتغطيات الإخبارية وجمع الأخبار وإنتقائها وتحريرها أو صياغتها لبثها للجمهور، وخلال هذه المهام لا يستطيع أن يفصل ذاته في عمله، وبالمقابل هو محاط بعوامل خارجية كطبيعة ملكية المؤسسة وسياستها التحريرية وقيم المجتمع فهو مطالب بتبني الموضوعية وعدم الإنساق وراء عواطفه وميولاته، فلا يستطيع تحريف الحقيقة أو الإفتراء أو الكذب أو نقل معلومات مغلوبة للرأي العام ويرى البعض أنه من الصعب فصل القيم الذاتية للصحفي عند قيامه بمهامه فهو في كل الأحوال لا يستطيع أن يتجاوز أو يتخلى عن قيمه وإيديولوجيته وعن أرائه الشخصية خلال مراحل العملية الإخبارية، لكن بعض الباحثين أشاروا أنه بإمكانه فصل ذاتيته والعمل إذ إلتمز بالموضوعية والنزاهة والصدق في نقل الحقيقة دون تحريف أو تزييف ونقل وجهات النظر المختلفة حول الأحداث والوقائع وتقديم الأدلة الملموسة والقرائن كالصور والتصريحات حول الحدث، إن للقواعد المهنية والأخلاقية تأثير كبير على الصحفي أو الإعلامي وبالتالي فهي تؤثر أيضا بدرجة كبيرة في القيم الإخبارية .

6- نوع الملكية والقيم الإخبارية: هناك عدة أنواع من الملكية لوسائل الإعلام ، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام ، وملكية الخواص أو الملكية المستقلة، الملكية الحزبية ، الملكية التعاونية، إضافة إلى وجود الملكية المشتركة بين الدولة والأشخاص،

وتتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية ، حيث تبقى هذه الوسيلة الإعلامية والقائمين بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام، إذ تأتي الإدارات والمؤسسات الموجهة والمنظمة للعمل الإعلامي ، أو الصيغ التنظيمية للعمل الإعلامي سواء كانت على المستوى الخاص أو الحكومي تأتي هذه البنى في مقدمة الإطار العملي أة أدوات تحقيق غرض المؤسسة وهدفها بجانب البنى الداخلية للمؤسسة التي تشكل الإطار الداخلي للمؤسسة ... مع إعتبار أن الخصائص البنيوية تؤثر على تخصيص الموارد الاقتصادية لوسائل الإعلام وتحدد أنماط وأشكال ملكية وسائل الإعلام... فتظهر تلك البنى في صور متنوعة ومختلفة من بلد لآخر بسبب الكثير من العوامل السياسة والاقتصادية والاجتماعية التي تبنى على أساسها معايير ملكية وسائل الإعلام" (1)، نمط الملكية هو الذي يؤثر على سير العملية الإعلامية ومن ثم على قيم الأخبار هذه الأخيرة يجب أن تعكس نظاما اجتماعيا يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة في وسائل الإعلام العمومية أي يدل على وجود المصلحة العامة، فالأخبار التي تحمل قيمة الصراع بين الأحزاب المعارضة والحكومة لا تعتبر ذات قيمة خبرية بالنسبة لوسائل الإعلام العمومية التي تركز على نشر الأخبار الإيجابية والتركيز على النشاطات الرسمية للوزراء والحكومة فالسلطة السياسية هي من يدير الإعلام لأنها هي الممول الرئيس وصاحب الملكية التامة، كما أن إشهار المؤسسات الوطنية يتوجه إلى الإعلام المساند للسلطة، وتبقى الصحافة الحزبية مرهونة بوجود الحزب وغير معنية بالإشهار، ومن هنا نجد سيطرة المال السياسي على العمل الإعلامي و القادر على إعادة رسم الطريق وتحويل مسار الأحداث ، أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضا بمن يسيطر عليها سواء المالك أو صاحب

(1)-محمد عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، ط1، دار عالم الكتب للنشر

والتوزيع، الرياض، 1996، ص 263.

المؤسسة أو التمويل والإشهار، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي، وكان لذلك أثره أيضاً في الأخبار، وبهذا أصبحت وسائل الإعلام تحت رحمة التحكم المالي الذي يسعى لكبح حرية الصحافة ورهن دورها في نقل الحقيقة بكل موضوعية ودون إنحياز لأي جهة ، وبهذا تصبح مجرد مؤسسات تابعة متأثرة وغير مستقلة وغير مؤثرة.

*إن أصبحت وسائل الإعلام تنشط تحت تأثير عدة متغيرات وضغوط أهمها السلطة السياسية والعامل الاقتصادي من خلال الملكية وسيطرة الإشهار وهي التي تتحكم في حق الإعلام للمواطن وترهنه وهذه العوامل الاقتصادية ذات تأثير بالغ على القيم الخبرية

7- تأثير الهيمنة العالمية على المعلومات :عرف العالم في السنوات الأخيرة تطورا إعلاميا وتكنولوجيا رهيبا أدى إلى تغيرات جديدة في البيئة الاتصالية والخرطة الإعلامية الدولية أدت إلى تكريس واقع الهيمنة الغربية على معطيات الإعلام إذ تسيطر وكالات الأنباء العالمية الأربع على تدفق الأخبار بنسبة تفوق تسعين في المائة ،إضافة إلى سيطرتها على الصناعات الإعلامية من خلال إنتاج الأفلام والأعمال السينمائية والتي تسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على أربعين في المائة من السوق العالمية ،وتعدد مظاهر الهيمنة الغربية لتشمل أيضا صناعة أدوات الاتصال والوسائل الإعلامية، كما تحتكر الشركات الأوروبية والأمريكية معظم أوقات الأقمار الصناعية،هذا ما عزز قوة الإعلام الغربي وتراجع الإعلام المحلي للدول المتخلفة التي أصبحت مجرد مستهلكة للمواد الإعلامية والأدوات الإتصالية وهو ما أثر على إعلامها وثقافة شعوبها التي أصبحت تعاني التبعية للغرب على جميع الأصعدة ،"وقد سيطرت لمدة ربع قرن من الزمان نظرية واحدة على التفكير العالمي الخاص بالإتصالات والعلاقات الثقافية وتتمثل هذه النظرية في الفكرة القائلة إنه لا ينبغي أن تحول أي حواجز دون تداول المعلومات

بين الأمم ،وتتوافق تقريبا نشأة مفهوم حرية تدفق المعلومات واتساع نطاقه مع الفترة الوجيزة أي المحموعة للهيمنة العالمية للولايات المتحدة⁽¹⁾ ،هذا التدفق وإن كان حرا إلا أنه يحمل في طياته الكثير من التهديدات لإمن وإستقرار ووحدة شعوب العالم الثالث التي أصبحت مهددة إعلاميا وسياسيا بفعل الحملات الإعلامية الممنهجة ضدها والتي أسقطت أنظمة حكم بأكملها وقسمت عددا من البلدان كما حدث في ما يصطلح عليه "بالربيع العربي" الذي إجتاح مصر،تونس،ليبيا،اليمن وسوريا،وهو ما يعكس حجم التبعية للدول المتقدمة ، و يظهر ضعف الإمكانيات المالية والبشرية ونقص الخبرات في نقل المعلومات والاتصالات لدول العالم الثالث مما لا يسمح لها دائما بتغطية الأحداث المحلية أو العالمية، ونتج عن هذا عدم التوازن في الأخبار بين الشمال والجنوب وهو ما يؤثر أيضا في إتجاه الأخبار و على القيم الإخبارية المتداولة في الوسائل الإعلامية

*إن من خلال تطرقنا لدراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية تتجلى لنا عوامل مختلفة ففي كل مجال هنا ما يؤثر في القيم الإخبارية ابتداء بالمؤسسة الإعلامية ومرورا بالسلطة السياسية وهما عنصران يتجلى كل منهما في القيم الإخبارية أي يؤثر فيها تأثيرا مباشرا ونفس الشيء بالنسبة إلى الإيديولوجية فلا توجد قيم إخبارية بعيدة عن أي منطق فكري أو إيديولوجية، ووصولاً إلى العوامل التي تؤثر فيها بصورة غير مباشرة وبإمكانها أن لا تؤثر أو تتخلص القيم الإخبارية من تأثيرها بطريقة أو بأخرى وهي العوامل الاجتماعية و الأخلاقية والمهنية والاقتصادية والهيمنة الإعلامية العالمية وهذه تعتبر موجهاً للقيم الإخبارية.

(1)-هربرت شيلر، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح،الاتصال والهيمنة الثقافية،مكتبة الأسرة، مصر ،2008،ص 44.

المبحث الثالث: القيم الإخبارية في مختلف الأنظمة الإعلامية

إنفق الباحثون في الحقل الإعلامي على وضع أربع نظريات تحدد عمل الصحافة في المجتمع وهي: النظرية السلطوية، النظرية الليبرالية، نظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية الشيوعية السوفييتية، هذه النظريات التي ظهرت في فترات متباعدة وفي بلدان مختلفة من حيث نظام الحكم والقوانين التي تسيروها وفي ظل ظروف إقتصادية وسياسية و إجتماعية مختلفة أثرت على عمل الصحافة والتي ترتبط بالبيئة التي تنشط فيها فلا نستطيع فصلها عن نظام الحكم أو الطابع الإقتصادي والحياة الاجتماعية، إضافة إلى عدة جوانب تتحكم في سير وتسيير المؤسسات الإعلامية وتحدد معالم خطها الافتتاحي وسياستها التحريرية التي تكون مع أو ضد السلطة الحاكمة أو تتخذ موقف الحياد وتتناول المواضيع والقضايا بموضوعية وشفافية ، ينما يرى الدكتور محمد سيد محمد: " أن نظريات الإعلام المعاصرة اليوم لا تخرج عن ثلاث فقط هي :النظرية الليبرالية، النظرية الشمولية، النظرية المختلطة، وذلك يرجع الى ما آلت إليه تجارب الديمقراطية في عالمنا المعاصر حيث أصبح الباحث المحايد يرى بوضوح نظامين ديمقراطيين بارزين، ونظاما ثالثا فيه ضبابية وتأرجح "(1).

1- القيم الإخبارية في المجتمعات الليبرالية: ارتبطت الليبرالية بمفهوم الحرية و نقصد بالصحافة الليبرالية تلك الصحافة التي تضع الفرد فوق الدولة وليس تحتها وقد تطورت ببطء في القرن السادس عشر وتطورت أكثر في القرن الثامن عشر بفضل مجموعة من الباحثين على رأسهم : "جون ملتون"، في القرن 17، "جون أرسكن" و "توماس جفرسون" في القرن 18، و "جون ستيوارت ميل" في القرن 19 ،بينما تعود أولى المحاولات الحديثة

(1)- إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، مرجع سابق، ص114.

حول القيم الخبرية الى القرن السابع عشر وبالضبط عام 1676 م بفضل الباحث كريستيان وايز Christian Wis "الذي سلط الضوء على موضوع الحقيقة والزيغ في نقل الأخبار ،ونظر أيضا إلى هذا الموضوع ايراختن هارتناك Hartnack Erachten عام 1788 مؤكدا على واقعية الأحداث ،كما ساهم الباحث توبيا بوسر عام 1690 بدراسة عن الصحف الألمانية الذي دعا إلى الاختيار بين الأحداث وانتقاء ما يستحق الذكر منها كالأعمال الرائعة والغريبة والكوارث والفيضانات والعواصف والاختراعات والاكتشافات الجديدة وأخبار الحروب وأخبار الأسماء الكبيرة وغيرها من الأخبار ذات الجدارة للنشر ،وفي عام 1695 قام الألماني كاسبير ستيلر Kasper Stiller بالبحث في القيم الخبرية داعيا محرري الأخبار إلى ضرورة التمييز بين ما هو مهم وما هو تافه ،وذكر تحديد القيم التالية: الجدة والطرافة، قرب المكان، التأثير ،الأهمية، والسلبية.

بينما طرح "ولتر ليبمان" في كتابه "الرأي العام" الذي صدر عام 1922 مجموعة من القيم على رأسها وضوح الحدث ،الغربة والدهشة، القرب الجغرافي، التأثير الشخصي وقيمة الصراع، وتعتبر محاولات هؤلاء الباحثين هي الأولى التي سلطت الضوء على موضوع القيم الإخبارية ،وازداد اهتمام الباحثين في ميدان الإعلام بهذا الموضوع إلى أن وصلت البحوث الإعلامية الحديثة التي حاولت التفصيل في هذا الموضوع ،ولعل ابرز هذه البحوث إسهامات "ولبر شرام" Wilber Shramm الذي وضع تقييما للأخبار الغربية أطلق عليه تسمية: "جزاء الاستجابة للخبر بمعنى أن المتلقي لوسيلة الإعلام يستجيب ويتابع الأخبار التي تحقق له الجزاء ويقسم "ولبر شرام" هذا الجزاء إلى نوعين : الجزاء العاجل أو الفوري والذي يتمثل في أخبار الحوادث والجرائم والرياضة والترفيه والأحداث الاجتماعية والتعليمية"⁽¹⁾، أما النوع الثاني فهو الجزاء المؤجل وهو الذي

(1) - حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 11.

يشمل أخبار العلوم والثقافة والصحة والأخبار الاقتصادية، وقد وجهت انتقادات لطح "ولبر شرام" بسبب اختلاف الجزاء الذي يحققه الخبر للفرد، فالخبر الذي يحقق جزاء عاجلا لفرد ما قد يحقق جزاء أجلا لفرد آخر وقد يتراوح بين الآجل والعاجل لفرد ثالث، "ولبر شرام" اهتم بمضمون الخبر بمعزل عن خصوصيات المتلقي الذي يلعب دور في عملية نقل الأخبار فهو الذي يستقبل الأخبار ويقوم بترتيبها وفق أولوياته و ميولاته الشخصية .

بينما حاول الباحثان "بادو" و "وارد" وضع إطار آخر لتقييم الأخبار الغربية يقوم على أربعة أبعاد هي: الجزاء بمعنى استجابة المتلقي للأخبار، الأهمية: ويقصد بها مدى تأثير الخبر بشكل مباشر على المتلقي، والبعد الثالث هو التفرد أو الغرابة ويقصد بها الأخبار غير المألوفة ، وأخيرا البروز ومعناه أن الخبر يكتسب أهمية لدى المتلقي إذا كان متصلا بشخص أو مكان أو حدث بارز⁽¹⁾.

قام الباحثان "جالتونج" و "ماري روج" Galtung et Ruge بإجراء دراسة لمعرفة القيم الإخبارية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال عام 1965 حيث أشار إلى مصفوفة القيم التي تضم اثني عشرة عنصرا وهي: التوقيت، الحجم أو الضخامة، الوضوح، القرب الثقافي، التوافق أو التناغم، الفجائية أو الغرابة، الاستمرارية، دول النخبة أو الدول الكبرى، شخصيات النخبة، شخصية الأحداث اي جعل الأخبار والأحداث ترتبط بأشخاص، السلبية، ويرى الباحثان أن أربع قيم رئيسية تتفرد بهم الدول المتقدمة وهي:

* دول النخبة أي تغطية الأخبار و الأحداث التي تقع بالولايات المتحدة الأمريكية وروسيا والدول التي تقود ركب التقدم.

(1). Naum Badu and Walter J Ward ,the nature in four dimensions , journalisme quarterly,1982,p p 243,244.

* شخصيات النخبة: بمعنى تسليط الضوء على الأخبار التي تخص الشخصيات البارزة والمشاهير ومتابعة ادق التفاصيل حتى لو تعلق الأمر بحياتهم الشخصية.

* شخصية الأحداث: بمعنى ربط الأحداث بأسماء شخصيات أو أفراد معينين وليس بمؤسسات اي الاهتمام بالأفراد على حساب الجماعات.

* السلبية: هي تلك الأخبار التي تكون مفاجئة لا ينتظر حدوثها وتكون لها آثار في الحياة الاجتماعية.

- وجهت عدة انتقادات لمصفوفة" روج و جالتونج" وللذان اهتما بأخبار فئة معينة فقط متجاهلين قضايا واهتمامات بقية شرائح المجتمع ورغم الإسهامات الكبيرة التي قدمها الباحثان النرويجيين من خلال وضع مصفوفة القيم الإخبارية والتي يتم على أساسها اختيار الأخبار لنشرها إلا أن البعض دعا إلى ضرورة إعادة النظر في هذه المصفوفة وخاصة في وقتنا الراهن الذي يشهد انفجار إعلاميا كبيرا وتدافقا غير مسبوق للمعلومات و الأخبار، والتطور التكنولوجي لمختلف وسائل الإعلام التي أصبحت تنقل الاحداث والوقائع من مكان حدوثها وبسرعة كبيرة بل أن هذه الوسائل أصبحت تتوقع حدوث أخبار بفضل محلليها وخبرائها.

- "وقد أضاف الباحث "الان بيل" لمصفوفة "روج و جالتونج" معيار نخبوية المصدر حيث يرى انه كلما زادت أهمية المصدر كلما زادت جدارة الخبر، فالقائم بالاتصال يهتم بالأخبار التي تصدرها جهات أو أشخاص تتمتع بالسلطة وكلما زادت هذه السلطة زادت أهمية الخبر، إن معيار النخبة الذي أشار إليه كل من جورج و جالتونج

لا يقتصر فقط على دول الصفوة أو أشخاص الصفوة محور الخبر بل يجب أن يمتد ليشمل أيضا المصدر الذي يدلي بالخبر⁽¹⁾.

- بينما اهتم فيليب غايار "Philippe Gaillard" بموضوع القيم الخبرية وحصرها في الحالية بمعنى أن الجمهور دائما يبحث عن الجديد وهو ما يجعلهم يهتمون بالأخبار الحالية والوقائع التي حدثت في وقت وجيز بعد حدوثها، إضافة إلى قيمة المعنى أو المغزى أي هل يشكل الحدث معنى للجمهور ومتلقي الخبر، الاهتمام الذي يشمل البعد الدرامي للأحداث والقرب النفسي والجغرافي وأخيرا الاهتمامات الإنسانية⁽²⁾.

- بينما قام بيشت "Bisht" بحصر القيم الخبرية في التوقيت، القرب، الصراع، البروز والأهمية والإجراءات الحكومية، قيمة مواضيع ومشاريع التنمية، الطقس والرياضة وقيمة متابعة الأحداث التاريخية.

*من خلال سردنا لأراء بعض الباحثين حول القيم الإخبارية في المجتمعات الليبرالية فإننا نستخلص تعامل المؤسسات الإعلامية فيها مع الخبر كسلعة ومنح حرية تبادل الأخبار ونقلها، فالإنسان يحتاج إلى معرفة الحقائق والاطلاع على الوقائع وكل ما يحيط به بكل حرية ودون وصاية من مسؤول أو من السلطة، ورغم هامش الحرية الذي تتمتع به المؤسسات الإعلامية الغربية وتحررها من قيود الدولة إلا أن الملكية الخاصة أدت إلى تهديد هذه الحرية بسبب تدخل رجال المال والأعمال في وضع السياسة التحريرية التي تخدم مصالحهم ما نتج عنه تحول الصحافة إلى أداة للترويج للسياسات والشركات ولو من خلال التزييف والتحريف ونقل الأخبار المشوهة، ويرى

(1) - فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية، مرجع سابق، ص 133.

(2) - Philippe Gaillard ,technique du journalisme,7 ème édition, c France ,édition que sais-je ?presse universitaires.

بعض الباحثين أن أوضاع الصحافة والإعلام في الدول الغربية بشكل والولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص قد ابتعدت عن مبادئ النظرية الليبرالية و أن السوق الإعلامية لم تعد حرة أو قادرة على توفير الفرص المتكافئة للتعبير الحر عن كل الأفراد ووجهات النظر وتغطية الأخبار من مصادر متعددة ومتنوعة⁽¹⁾، فلم يصبح الإخبار الهدف الأسمى للصحافة بل الهدف اقتصادي محض هدفه تحقيق أرباح تجارية وجمع الأموال على حساب حرية التعبير ونقل الأخبار بموضوعية ونزاهة للمتلقي.

- لقد انخرقت المجتمعات الليبرالية عن مسارها الذي كان يدعو إلى حرية التعبير ونقل الأفكار والمعلومات وتبادلها ونشرها وأصبحت المصلحة والمنفعة الخاصة هي التي تحرك المؤسسات الصحفية التي أصبحت تتقن في نقل الأخبار المثيرة و أخبار المشاهير والصراعات والجنس والإثارة التي حلت محل القيم الرأسمالية، وتعاطي المؤسسات الإعلامية الغربية مع هذا النوع من القيم جعلها تتوجه إلى الهيمنة ومحاولة سيطرتها على سوق الأخبار والأحداث العالمية فبعدما كانت الرأسمالية تدعو إلى حرية نقل المعلومات أصبحت تحتكر المعلومات وتوجه الصحفيين نحو أحداث ووقائع تراها هي مهمة لكنها في الواقع مجرد أخبار عادية تم تضخيمها ونفخها وإظهارها على أنها مهمة بالنسبة للمتلقي الذي أصبح يتعامل مع هذه المؤسسات بحذر وينتقي منها ما يهيمه .

- هذه القيم التي تسعى الدول الغربية على إشاعتها في العالم جعلتها توجه الفرد خاصة في دول العالم الثالث إلى أخبار معينة دون سواها وفق قاعدة "إي-راموني" الذي يرى أن الخبر أو نشرة الأخبار هي مزيج من الأنواع: الجنس، الموت، النكتة والطرافة (amour-humour-mort).

(1)- ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مطبوعات جامعة القاهرة، مصر 2005، ص 23.

2- القيم الخبرية في النظام الاشتراكي:

ترتبط وسائل الإعلام في النظام الاشتراكي مباشرة بالسلطة و أجهزة الدولة وتخضع لتسيير الدولة مما يجعلها في خدمة الحزب الحاكم وأداة إيديولوجية تعمل على توجيه الأفراد وإقناعهم بنجاعة مبادئ الدولة والنظام القائم فيها، و القيم الإخبارية في العالم الثاني أو في الأنظمة الماركسية هي انعكاس للمفهوم الماركسي للخبر حيث شدد لينين مباشرة بعد اعتلائه عرش الحكومة على ضرورة السيطرة على الصحافة لخدمة مصالح الحكومة وحصر مهامها في ثلاثة مهام رئيسية وهي: دعاية جماعية، محرك جماعي، ومنظم جماعي، هذا ما جعل النظام الإعلامي تابعا للنظام السياسي الذي يركز على الملكية العامة للمؤسسات حيث يتوجب على الصحفي في هذه الحالة الميل لجهة الحكومة ولو على حساب الضمير المهني والموضوعية وعدم الخوض في ما يخالف توجهات الحكومة وهذا ما وقف حجرة عثرة أمام حرية التعبير وإبداء الرأي التي أصبحت حكرا على الحزب الحاكم فقط، حيث يقول لينين: "أن حرية الكلمة والصحافة ينبغي أن تكون كاملة ولكن يجب أن تكون حرية التجمع كاملة هي أيضا وأضاف أيضا: الرأسماليون يطلقون حرية الصحافة على إلغاء الرقابة و إمكانية أن تتولى جميع الأحزاب نشر الصحف كما تشاء، ولكن في الحقيقة ليست هذه هي حرية الصحافة ولكن حرية الأغنياء والبورجوازية لكي يغالطوا الجماهير الشعبية المضطهدة والمستغلة"⁽¹⁾، و وفق نظرة لينين فإن وسائل الإعلام فقدت مصداقيتها وطغت الذاتية على الموضوعية في نقل الأخبار وتغطية الأحداث، فأصبحت مختلف المؤسسات الإعلامية تفتتح أخبارها بانجازات الحكومة والدعاية للاشتراكية وإخفاء الأخبار السلبية التي قد تهز استقرار الدولة، لكن سرعان ما تراجع الكثير من الدول عن تبني النظام الاشتراكي

(1) - مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، مطبعة عالم المعرفة، الكويت، 2005، ص 76.

خاصة بعد انهيار المعسكر الشرقي بقيادة الاتحاد السوفياتي الذي انهار إلى دويلات صغيرة واختفت معها بعض تقاليد تغطية الأخبار حيث أصبح المواطن يطلع على كل الأخبار بما فيها أخبار الكوارث والأحداث و الأخبار السيئة ،ورغم التطور الكبير الذي شهده العالم على كافة الأصعدة ،والتدفق الكبير للأخبار والمعلومات إلا أن بعض الدول بقيت متمسكة بالنظام الاشتراكي ما جعل المؤسسات الإعلامية لهذه الدول تكيف أخبارها مع هذا النظام وأصبح الخبر مرتبطا بالإيديولوجية ، ويعود هذا أساسا إلى خلفية النظام الإعلامي الاشتراكي الذي يركز على جملة من المبادئ أهمها:

* **البعد الواقعي للصحافة:** بمعنى قيام وسائل الإعلام المختلفة بنقل الوقائع والحقائق دون تشويه او تزيف للحياة الاجتماعية.

* **الالتزام:** بنقل القضايا المجتمعية والترويج للإيديولوجية وتشجيع الأفراد على اعتناق مبادئ الاشتراكية والتوعية والتحسيس بأهدافها.

* **البعد الجماعي:** بمعنى أن لا تركز الصحافة على الأفراد وإنما على الأنشطة الجماعية .

هذه المبادئ الثلاث تجعل الصحافة الاشتراكية ترفض تماما الملكية الخاصة لوسائل الإعلام وتقود إلى الملكية الجماعية لها عن طريق وصاية السلطة أو الأحزاب أو التكتلات والتمثيلات النقابية، وحسب هذا فان أهم ما يجعل الخبر يستحق البث أو النشر هو مدى اهتمامه بالحزب الحاكم بالدرجة الأولى بعدها قيمة المسؤولية الاجتماعية وعموما يمكننا تلخيص أهم القيم الإخبارية السائدة في النظام الإعلامي الاشتراكي وهي على النحو الآتي:

1- الالتزام الفكري: هو القيمة المهنية بمعنى أن انتقاء الأخبار يتم وفق القيم الاشتراكية وأساسه البعد الإيديولوجي.

2- نشاط الحزب: تتهافت وسائل الإعلام في النظام الاشتراكي على تغطية الأخبار التي يكون محورها الحزب الحاكم حيث سيتم تخصيص مساحات و أوقات كبيرة للحديث عن كل ما قام به الحزب من نشاطات وقرارات مهما كانت كبيرة أو صغيرة.

3- المسؤولية الاجتماعية: وسائل الإعلام لها مسؤولية وسط المجتمع الاشتراكي إذ بإمكانها انتقاد بعض القرارات دون المساس بالحزب الحاكم ودورها الرئيسي هو نقل معارف وعادات وتقاليد المجتمع ونشرها لتعزيز دور المجتمع وإذكاء روح الانتماء إليه.

4- التثقيف : أو ما يصطلح عليه بالتلقين المذهبي الذي يسعى إلى تربية الفرد وتنشئته وفق مبادئ الاشتراكية التي تسعى إلى ترقية الفرد من كل النواحي، فوسائل الإعلام من خلال مادتها الإخبارية تقوم بدور التثقيف والتربية والوعظ والإرشاد والتوجيه وكل خبر يحمل هذه الأسس.

5- الاهتمام الإنساني: أي أن وسائل الإعلام الاشتراكية تهتم بحاجات الإنسان وتلبية متطلباته وإشباع رغباته والتركيز على البعد الجماعي أكثر من الفردي فكما كان الخبر يهتم بجماعة ما إلا وتم ترشيحه واختياره للبحث أو النشر.

من خلال ما سبق نستنتج أن وسائل الإعلام في النظام الاشتراكي تتشط تحت رحمة الحكومة وتسييرها تابع من من البعد الإيديولوجي للنظام وكل القيم السابقة الذكر تشترك في كونها تتميز بالذاتية الاشتراكية وهو ما جعلها تتعرض لانتقادات لاذعة وجعل الكثير من وسائل الإعلام تتسلخ عن النظام الاشتراكي، فوسائل الإعلام وجدت لنقل الحقيقة بكل موضوعية وليس من أجل خدمة مصالح فئة

معينة على حساب فئة أخرى ،هذا البعد الاشتراكي في الأخبار جعل الجمهور يعزف عن وسائل الإعلام الاشتراكية ويتوجه إلى مؤسسات أخرى أكثر موضوعية وأكثر انفتاحا وليبرالية.

3-القيم الخبرية في الدول النامية(الأنظمة المختلطة):

تتميز الأنظمة المختلطة أو دول العالم الثالث بانتشارها الجغرافي في معظم أنحاء العالم حيث تتوزع على قارات:أمريكا،إفريقيا و آسيا واغلب هذه البلدان كانت مستعمرات قديمة ،وعرفت تأخرا في ظهور وسائل الإعلام بها الذي كانت تتحكم فيه القوة الاستعمارية وكانت يتميز بالدعاية والتضليل وهيمنتها على تدفق الأخبار والمعلومات والتحكم فيها ،هذا ما جعل الدول المتخلفة تتبنى أنظمة إعلامية مفروضة عليها تتميز بالتبعية للمستعمر ،وبعد انتشار الحركات التحررية ونيل اغلب هذه البلدان لاستقلالها حاولت تدارك ما فاتها من تطور في ميدان الإعلام فسارعت إلى إنشاء المؤسسات الإعلامية وتكوين إطاراتها سعيا منها للحفاظ على استقرارها السياسي واستقلاليتها الإعلامية ،فتبنت كل دولة الميل الى النظامين الاشتراكي والرأسمالي حسب توجهاتها وقناعاتها السياسية ،هذا الانحياز اثر على المنظومة الإعلامية لهذه الدول التي سعت إلى وضع مصفوفة للقيم الخبرية تتناسب وظروفها السياسية وتركيبتها الاجتماعية دون إغفال واقعها الاقتصادي.

*إن القاسم المشترك لدول العالم الثالث هو التاريخ المشترك حيث كانت مستعمرات لدول عظمى وهي حديثة الاستقلال تسعى الى تحقيق التطور في مختلف الميادين من خلال تركيزها على تشجيع التنمية والعمل على تحقيق الوحدة بين أبنائها والاستقرار السياسي وهو الشغل الشاغل لهذه الدول خاصة في الفترة الأخيرة بعد ظهور بؤر للتوتر والانتشار الرهيب للإرهاب وظهور منظمات إرهابية عابرة للحدود،"لذا تشهد المجتمعات النامية في

دول الجنوب تناقضا حادا بين الأوضاع الإعلامية الراهنة وبين الاحتياجات الاجتماعية والثقافية المتنامية لدى الشرائح الاجتماعية المختلفة، إذ رغم أن وسائل الإعلام تؤدي وظائفها تحت شعار الخدمة العامة وتلبية احتياجات السواد الأعظم من الناس إلا أن مفهوم الخدمة العامة يستلزم إعادة النظر في مفهومه⁽¹⁾، ومن هنا حملت المؤسسات الإعلامية على عاتقها مسؤولية المساهمة في البناء والتشييد ومرافقة التنمية في ظل جملة من الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية الصعبة التي انعكست على مهامها الإعلامية وأصبحت السلطة تنظر إلى هذه المؤسسات الإعلامية على أنها أداة لتوحيد الصفوف وشحن الهمم ودعوة جمهورها للاتحاد والالتفاف حول ما يهم الوطن ويعزز التضامن بين أفرادهِ وعليه سعي الدول النامية إلى تحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع وهو الأمر الذي دفع إلى تبني النظامين الرأسمالي والاشتراكي ومحاولة التأقلم معهما، "وقد تكون أهم وظيفة لوسائل الإعلام في الدول النامية الآن هي نشر وتفسير الأخبار والمعلومات، فمن بين مئات الآلاف من الأحداث التي تقع في العالم يوميا يقوم حراس البوابة الإعلامية باختيار وتقييم الحقائق والأفكار والأحداث التي تصنع الأخبار لجماهيرهم، وفي عملية الاختيار يستعينون ببعض الإرشادات التي تساعدهم على قياس القيمة الإخبارية للأحداث وتعارض عدد من الدول النامية نموذج الأخبار الغربية"⁽²⁾، هذا ما جعل المؤسسات الإعلامية تقوم بترتيب أجندة مليئة بالأولويات التي تتماشى مع هذه الأوضاع، وهو ما فرض ظهور نوع جديد من المعالجة الإعلامية في هذه البلدان المبنية على العمل الجماعي والالتزام بقضايا الوطن، فالإعلام في دول العالم الثالث يعمل على دعم وتعزيز شعور الأفراد بالانتماء والمشاركة في برامج التنمية

(1) - عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في مواجهة الاختراق الصهيوني، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص99-100.

(2) - حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص128.

والتغيير والمحافظة على القيم والتقاليد والمعايير الثقافية الأصلية، وعلى ضوء هذه المهام الملقاة على أجهزة الإعلام تتزايد الدعوى بقوة في المجتمعات النامية لكي تتبنى المعالجة الإخبارية مجموعة من القيم التي تتفق والوضع الحضاري لهذه المجتمعات وتطلعاتها لبناء نفسها.

مازالت العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام في دول العالم الثالث في مرحلة التكوين وهناك عدة نماذج تعكس هذه العلاقة، وفي هذا الإطار أجرى "ويليم روف" دراسة حول الصحافة العربية وأظهر جزء من هذه الدراسة أن هناك عدة أنماط صحفية من حيث الملكية وعلاقة الوسيلة الإعلامية بالسلطة: التجنيدية، الموالية، والمتنوعة، فالتجنيدية توجد في الدول التي تحتكر كليا وسائل الإعلام ومن ثم فالعلاقة بين السلطة والصحافة مباشرة مثل الجزائر وسوريا، والصحافة الموالية تسود في الدول التي تحتكر جزئيا وسائل الإعلام والعلاقة بين الهيئتين مباشرة ولكن فقط الى حد ما، خاصة في ما يتعلق بالصحافة الخاصة مثل الكويت وتونس، والصحافة المتنوعة تتبلور في الدول التي لا تحتكر وسائل الإعلام، إذ العلاقة لا تتقيد بعامل السلطة أو تتقيد بصفة غير مباشرة مثل لبنان⁽¹⁾.

وعليه نقول إن المعالجة الإعلامية للأخبار في دول العالم الثالث لا تتحكم فيها المؤسسات الإعلامية في حد ذاتها بل تخضع لضغوط وظروف خارجة عن نطاقها ونابعة من تجاربها التاريخية المريرة، وهو ما جعل السلطة تتحكم في دواليب الإعلام، حيث يرتكز نظام الحكم في هذه البلدان على ثلاثة ركائز أساسية وهي القوة العسكرية واستعمالها في قمع كل ما يعارض النظام، وجود إيديولوجية مقبولة وسط الجماهير، وثالثا الاعتماد على الإعلام في ترويج لسياسة الدولة وإحاقه بها وهو الاتجاه الغالب في صحافة العالم الثالث التي تميل إلى التعبير على سياسات الأنظمة التي

(1)- Willim Rugh ,The Arab Press,Syracuse University Press,New.York ,1979,p31.

تنتمي إليها وهو ما أضعف دور الصحافة في تقديم معالجة موضوعية وممارسة النقد ولا تقوم بأدوارها خارج العوامل المؤثرة خاصة هيمنة السلطة عليها التي تتحكم في الإعلام أما السيطرة على مضمونه من خلال إعلام رؤساء التحرير أو مدراء المؤسسات الإعلامية بالمواضيع الحساسة التي لا يجب التطرق إليها، أو عن طريق التشريع وسن قوانين ردعية إضافة إلى الرقابة المباشرة وغير المباشرة هناك طرق أخرى للتحكم في نشر الأخبار، ففي أغلب الأحيان تقرر الحقائق الإيديولوجية والسياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية في بلدان العالم الثالث نوع الأخبار التي تقرؤها الأمة وتسمعها وتشاهدها. (1).

- إن التباين والاختلاف بين دول العالم الثالث من حيث نظام الحكم أو طبيعة النظام الاقتصادي ساهم في عدم ظهور نظرية إعلامية خاصة بهذه الدول ما ساهم في اختلاف مفهوم القيم الخبرية في العالم الثالث، إضافة إلى الظروف الصعبة التي تعيشها هذه الدول من نزاعات سياسية وإيديولوجية وعدم الاستقرار انعكس على ثبات القيم الإخبارية، ورغم اختلاف وتفاوت هذه الدول من حيث الظروف إلا أن بعض الباحثين في تصنيفاتهم يتفقون على وضع مصفوفة للقيم الخبرية خاصة بالدول النامية، وسنحاول استعراض أهم القيم المتفق عليها في ما يلي:

✓ **تصنيف إجلال خليفة:** " حددتها في التوقع، الوقت، القرب، الأهمية، الضخامة أو الحجم، الشهرة، الصراع، الفائدة الذاتية، الغرابة، الأخلاق العامة" (2)

✓ **تصنيف السيد بخيث محمد درويش:** من خلال دراسته الميدانية للقيم الخبرية في الصحافة المصرية وبعد مقارنته للصحافة القومية وصحف المعارضة توصل إلى

(1)-جون مارتين، انجو جروفير شودري، مرجع سابق، ص 83.

(2)-إجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الإتصال الجماهيري، ج 1، ط 1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1980. ص 70.

تحديد وترتيب القيم التالية:

"الاثارة،التوقيت، الشهرة،الاهمية،التنمية،الضخامةالتشويق،الجدة،الصراع،المغزى،
الاهتمامات الإنسانية،قيمة القرب،قيمة الصالح العام،كما أشار الباحث إلى قيم النتائج
والغربة،الاهتمامات الحزبية،النزعة الوطنية،والحزبية إضافة الى قيم المنافسة."(1)

✓ بينما حسن هشام التميمي في دراسته للقيم الخبرية في الصحف العراقية فقد حدد
القيم الخبرية قام بتقسيمها الى ثلاث مستويات:(2)

المستوى الأول:القيم الأساسية وهي: الفورية،الأهمية،الإثارة،الشهرة.

المستوى الثاني:القيم المتوسطة وهي الغربة،الطرافة،الصراع،الاهتمامات
الإنسانية،والزعيم.

المستوى الثالث:القيم الثانوية وتتمثل في: التنمية،الاهتمام الإداري،الحزب والتعبئة.

من خلال رصدنا لبعض ما توصل إليه الباحثين في الإعلام والاتصال بالدول العربية
كعينة من دول العالم الثالث نلتمس الارتباط بين هذه القيم والتشابه الكبير بينها في
مختلف البلدان،والقاسم المشترك بينها هو خضوع أنظمتها الإعلامية لسيطرة السلطة في
اغلب الأحيان، و بعد الاطلاع على تصنيفات الباحثين يمكننا الإشارة إلى أهم القيم
الخبرية السائدة في دول العالم الثالث والمتفق عليها وهي:

1-**التنمية:**هي من بين أهم القيم الخبرية في دول العالم الثالث حيث يرتبط الخبر بما
يحملة من تنمية للمجتمع من خلال تسليط الضوء على أهم واكبر المشاريع والإشارة إلى

(1) - السيد بخيث محمد درويش،قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية ،دراسة تطبيقية في
الصحافة القومية والحزبية خلال 1987- 1990، ص 321-324.

(2) - هشام حسن التميمي،فلسفة الخبر الصحفي،دراسة في الإذاعة والتلفزيون،دار الفكر العربي،القاهرة،1993،ص285.

القطاعات الحساسة المعول عليها كالاقتصاد والفلاحة، وقد اكتسبت مسألة وسائل الإعلام والتنمية طابعا خاصا منذ خمسينات القرن الماضي ويمكن ذكر بعض الدراسات التي قامت بها منظمة اليونسكو ما بين 1950-1962: الإذاعة في التعليم الأساسي بالمناطق المتخلفة 1950، التلفزيون "مسح عالمي" 1953، وسائل الإعلام التنموية في آسيا 1960، وسائل الإعلام الجماهيرية في الدول النامية 1961، تطور وسائل الإعلام في إفريقيا 1962، إضافة إلى الدراسات التي قام بها بعض الأكاديميين ابتداء من 1958 كدراسة "لورن دانيال" عن زوال المجتمع التقليدي عام 1958، ودراسة "جبريل الموند" عن سياسة المناطق المتخلفة 1960 ودراسة ولبرم شرام تحت وصاية منظمة اليونسكو عن "وسائل الإعلام الجماهيرية والتنمية الوطنية" عام 1964⁽¹⁾، وقد توصلت هذه الأبحاث إلى استخلاص نتيجة مفادها وجود علاقة بين انتشار وسائل الإعلام وبعض مؤشرات التنمية التصنيع ودرجة التمدن، التعليم، والمشاركة في الحياة السياسية لكن يبدو أن دور وسائل الإعلام في التنمية تراجع بشكل كبير في السنوات الأخيرة حيث انه ورغم الانتشار الكبير لوسائل الإعلام بهذه البلدان إلا أنها لم تواكبه عجلة التنمية في باقي القطاعات، لكن رغم هذا تبقى بعض المؤسسات الإعلامية خاصة التابعة أو الموالية للسلطة تعمل على تغطية الأخبار التنموية لتوعية الجماهير بقضايا التنمية في شتى المجالات، وفي مختلف الفقرات الإخبارية التي تكتب في الجرائد والبرامج الخاصة بالقنوات الإذاعية والتلفزيونية بصفة عامة ونشرات الأخبار التلفزيونية بصفة خاصة .

(1) - عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع، رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار

الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 469.

2- المسؤولية الاجتماعية:

أي خبر يحمل في طياته قيمة المسؤولية وفي مختلف الأنظمة الإعلامية، خاصة في دول العالم الثالث حيث يتم مراعاة قيم المجتمع وعاداته وتقاليده وعدم نشر الأخبار التي تتنافى و أخلاقيات هذا المجتمع، و لا تمس بأمنه واستقراره والتقليل قدر المستطاع من الأخبار السلبية والتركيز على إعطاء صور جميلة عن هذه البلدان ونشر الأخبار الايجابية، وحسب (جاك لوك) فإن الخبر مسؤولية على الرغم من أن هذه القيمة الإخبارية لها قيمة واهتمام كبير لدى العوالم الثلاث، وهي ضرورة وحتمية لا يمكن الاستغناء عنها، لذا تعطي وسائل الإعلام في الدول النامية أهمية كبيرة لقيمة المسؤولية الاجتماعية التي تزيد من تحسين صورة السلطة لدى الجمهور، إلا أن بعض الأكاديميين ينتقدون هذه القيمة لأنها تقف حجر عثرة أمام نزاهة و مصداقية القائم بالاتصال وحرية التعبير وتقلل من دور المؤسسات الإعلامية خاصة مراقبة البيئة ونقل الأخبار بكل موضوعية سواء أكانت ايجابية أم سلبية.

3- **التثقيف والتعليم:** تعتبر المؤسسات الإعلامية من بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية في دول العالم الثالث إذ حملت على عاتقها مهمة تثقيف وترفيه جمهورها خاصة بعد ظهور الراديو والتلفزيون، وهذا مع السمات الثقافية للشعوب المتخلفة التي تنتشر فيها ظاهرة الأمية، " وتؤدي وسائل الإعلام دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية، والنمو الاجتماعي للفرد والجماعات، وكذلك في الوظيفة التربوية والتثقيفية، وهذا من خلال المحتوى والمضمون الإعلامي الذي يتم بثه ونشره في مختلف وسائل الإعلام"⁽¹⁾، فالخبر في هذه الحالة يقدم معلومات كافية للمتلقي كمعلومات حول الصحة أو إرشادات

(1)-مالك شعباني، دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 07، جانفي 2012، ص 219.

ونصائح ،وهنا تلعب وسائل الإعلام دور الإعلام والتثقيف و التعليم لتلبية حاجات الفرد المعرفية وتزويده بالقدر الكافي من المعلومات التي تهمة.

4-الوحدة الوطنية:

تعد هذه القيمة مكملة لبقية القيم التي ذكرناها سابقا، ولا يخفى على الجميع أن دول العالم الثالث هي بؤر للتوتر والنزاعات السياسية والصراعات القبلية فتلعب وسائل الإعلام دور تهدئة هذه الخلافات من خلال التركيز على مقومات الوحدة الوطنية و إشعار الجمهور بالانتماء للوطن وضرورة الاتحاد والتفاهم مع رسم صورة جيدة في أذهان المتلقين حول محاسن السلطة وإيجابيات الحكومة والحديث عن المواضيع التي تجمع أبناء الوطن الواحد والابتعاد عن كل ما من شأنه التفرقة بينهم وهنا تركز المؤسسات الإعلامية على قيمة الوحدة الوطنية من خلال تغطيتها للأحداث والوقائع أو معالجتها للأخبار فتركز على نشاطات الحكومة والسلطة ونقل تصريحاتهم ،وهو ما يعتبر كولاء للسلطة الحاكمة ،هذا ما جعل هذه القيمة الخبرية تتعرض لبعض الانتقادات خاصة في الدول النامية التي توجد بها مؤسسات إعلامية تميل إلى المعارضة والتي تتطرق إلى الأخبار السلبية وانتقاد عمل الحكومة،إن اعتماد وسائل الإعلام في دول العالم الثالث على القيم السابقة الذكر لا ينفي خضوعها لظروف داخلية وخارجية تتحكم في هذه القيم ولعل التدفق الإعلامي الحر من دول الشمال المتقدمة جعلها تعاني هيمنة إعلامية كبيرة تهدد قيمها الخبرية وطرق معالجتها للأخبار،فدول العالم المتقدم هي من تقرر أخبار العالم الثالث وتفرضها ، وهذا الطرح توصل إليه كذلك بعض الباحثين الذين استخلصوا ان مصفوفة القيم الخبرية في دول العالم الثالث تأخذ في الكثير من الأحيان من النظام الإعلامي الرأسمالي الليبرالي بالدرجة الأولى والنظام الاشتراكي بالدرجة الثانية وهو ما يعكس صور التبعية الإعلامية لهذه البلدان المتخلفة.

خلاصة الفصل

تختلف القيم الإخبارية من نظم إعلامي إلى آخر حيث تتحكم فيها جملة من العوامل على رأسها السلطة السياسية وطبيعة ملكية المؤسسة و إنتمائها، وسياستها الإعلامية التي تؤثر في خطها الافتتاحي، و قيم المجتمع الذي تنشط فيه.

من خلال ما سبق يمكن الإشارة إلى تحديد بعض القيم التي تشترك في النظام (السلطوي الرأسمالي والاشتراكي)، وحددت على النحو الآتي: (الآنية والفورية، القرب، الضخامة، الاهتمامات الإنسانية، الصراع، الشهرة، الغرابة، السلبية، الإيجابية، الأهمية)، هذا من جهة، ومن جهة أخرى القيم الخاصة بدول العالم الثالث وهي على النحو الآتي (التنمية، المسؤولية الاجتماعية، التعليم والتثقيف، الوحدة والوطنية).

الفصل الثاني: نشرة الأخبار التلفزيونية

المبحث الأول: تعريف النشرة الإخبارية وأنواعها.

المبحث الثاني: طاقم إعداد النشرة

المبحث الثالث: الأنواع الصحفية في نشرة الأخبار

تمهيد:

يلعب التلفزيون عدة أدوار ووظائف إعلامية على رأسها الوظيفة الإخبارية التي يقدم من خلالها معلومات ومعطيات وصور للمشاهد بالإعتماد على خصائصه الفنية والتقنية وقدرته في الوصول إلى جمهوره بدون حواجز بفضل ما يقدمه من أخبار من خلال البرامج والحصص التلفزيونية و في النشرات المتلفزة التي تمتزج فيها الأنواع الصحفية ويركز فيها حارس البوابة على جملة من الأولويات والمعايير التي يتم على أساسها ترتيب الأخبار وبتثا ، سنحاول في هذا الفصل الحديث بمزيد من الشرح والتفصيل عن النشرة التلفزيونية وأنواعها ووظائفها وطاقم إعدادها ومراحل إنجازها .

المبحث الأول : تعريف النشرة الإخبارية التلفزيونية

أولاً: تعريفها

تتاول العديد من الباحثين في مجال وسائل الإعلام بصفة عامة وفي ميدان السمعى البصرى بصفة خاصة مفهوم النشرة الإخبارية وقد عرفها كل باحث من الزاوية التى رآها مهمة فى تكوين نشرة الأخبار، يشتمل المصطلح على لفظين هما: (نشرة وأخبار)، النشرة جمع نشرات من نشرة شهرية، والنشرة بيان ينشر ليعلم ما يحتويه ، أما الأخبار فهى جمع خبر وتقى ما ينقل ويتحدث به ما كان فى خبر كان أى صار من الأمور الماضية ولم يعد له وجود، هذا من الناحية اللغوية ، و سنحاول عرض أهم التعاريف الاصطلاحية المتفق عليها:

عرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها: "نشرة تتضمن الأخبار المختلفة وتقوم بإصدارها وكالة أنباء، وتطلق أيضا على نشرات الأخبار فى الراديو والتلفزيون"⁽¹⁾

أو هي: " نشرة الأخبار الرئيسية التى تقدم فى مواعيد ثابتة فى كل من الراديو والتلفزيون، وتتاول مختلف الأحداث والقضايا المستجدة فى الداخل والخارج"⁽²⁾

*النشرة الإخبارية هي: موعد ثابت فى فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون لتقديم الأخبار ، ونظرا لحرص هذه المحطات على تقديم خدمة إخبارية متصلة لإحاطة المستمع لكل ما يجرى ، فإنها تقدم أكثر من نشرة على مدى الأربع والعشرين

(1)-احمد زكى بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصرى، القاهرة، 2006، ص 150.

(2)-محمود ابرقن، قاموس موسوعى للإعلام والاتصال ، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، ط 1، الجزائر، 2001، ص 105.

ساعة يوميا، وتقديم هذه النشرات في أوقات ثابتة ،وتشمل النشرات والتعليقات والمواضيع والتحليلات السياسية ورسائل المراسلين⁽¹⁾

*هو النوع الذي يشمل على اكبر عدد ممكن من الأنواع الصحفية والمتمثلة في الروبورتاجات ،التحقيقات،الحوادث وأحيانا تدعم بتحليل المختصين ،قصد إبداء آرائهم اتجاه مختلف المواضيع المطروحة للنقاش والتحليل،ينتظر من النشرة الإخبارية تشريحا لعالم الأحداث إلى أجزاء تعكس أهم ما وقع في الفضاء العمومي⁽²⁾

والنشرات التلفزيونية جاءت من فكرة النشرات الإخبارية الإذاعية التي تشبهها إلى حد كبير من حيث الشكل والمضمون والاختلاف الوحيد هو استعمال الصورة والمواد الفيلمية في التلفزيون واكتفاء الإذاعة بالصوت فقط ،و لم تكن النشرة الإخبارية ذات أهمية إلا بعد حصول محطة (BBC) على الحقوق المدنية التي سمحت بتمديد العرض الإخباري ونشرة الأخبار الليلية إلى ثلاثين دقيقة تزامناً مع حرب (و م ا) مع الفيتنام⁽³⁾، وتحدث الصحفي (غابريل دي برولي) عن البدايات الأولى لظهور نشرة الأخبار التلفزيونية، خلال منتصف الأربعينيات من القرن الماضي الذي أقر بصعوبة إنجاز نشرة الأخبار في ذلك الوقت⁽⁴⁾، وتاريخيا يعود إخراج أول نشرة تلفزيونية إخبارية في التلفزيون الفرنسي في نهاية الأربعينيات من القرن الماضي، وبالتحديد في (جوان 1949) والتي كلفت مجهودات تقنية كبيرة ،وكانت النشرة تبث ثلاث مرات في الأسبوعوفي مدة زمنية لا تتعدى (15) دقيقة كحد أقصى .

(1) - كرم شلبي معجم المصطلحات الاعلامية ، الشروق للنشر مصر، 1989م ،ص 603.

(2)-PatrickCharaudeau ,les conditions d une typologie des genres télévisuel d in formation ,revue réseau ,1997 ,p 14

(3) - عبد الرزاق محمد الدليمي ، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،(ط 1) ، الأردن،2012، ص211.

(4)Article de bulletin du CH TV , comité d'histoire de la télévision, n 17, décembre 1987- janvier 1988 , p3.

ويعود ظهور النشرات الإخبارية المصورة - بشكلها الحالي - إلى ستينات القرن الماضي حيث لم تكن من قبل مستقلة عن البرامج التلفزيونية التي لم تكن منتظمة بالشكل الذي هي عليه اليوم، وقد شهدت نفس الفترة تطورا وتقدما كبيرين في مجال الأخبار والحصص الإخبارية والتي حققت نسب مشاهدة عالية وذلك أن "الجمهور أصبح يثق في أخبار التلفزيون أكثر من غيرها من المصادر الإخبارية، لأنه أصبح يبحث عن أكثر من المعرفة في النشرات الإخبارية، بسبب تأثير تنوع المادة الفيلمية المصاحبة للأخبار التلفزيونية"⁽¹⁾

وقد وصفتها Colomb Marlène Gully بأنها: "برنامج موحد للمشاهدين إذ أن 75% من أجهزة الاستقبال تكون في حالة تشغيل عند تقديم الأخبار وهو ما يعني أن ثلاثة على أربعة من المشاهدين يتابعون الأخبار."⁽²⁾

*من خلال التعريف السابقة نقول أن النشرة الإخبارية هي نوع صحفي يتضمن أنواع صحفية أخرى كالخبر، التقرير، الروبورتاج يتم بثها على القنوات التلفزيونية بانتظام وفي توقيت محدد يسهر على تحضيرها طاقم صحفي مكتمل تهدف إلى تقديم معلومات للجمهور عن أهم ما يدور حوله من أحداث ووقائع سواء في الإطار المحلي أو الإطار الإقليمي أو الدولي وأحيانا تسمى بتوقيت بثها كقولنا نشرة المنتصف، نشرة الثامنة مثلا.

ثانيا - وظائف النشرة الإخبارية:

يرى بعض الخبراء في الاتصال أن تأثير التلفزيون على الحياة قد تجاوز في فعاليته كل ما عرفته الحضارة لمساهمته الفعالة في نشر الثقافة و تعميم المعرفة و تبادل المعلومات و الأخبار متجاوزا حدود الزمان والمكان، خاصة بإجتماع الصوت والصورة

- (1) -A ndrew Goodin ,tv news :striking the right balance in good win and whannel,edt 1990,p64.

(2). Colomb Marlène Gully,les informations télévisées,Edit puf,Paris,1995, p 9.

فيه ويعتبره علي الشعبي: " أحسن وسيلة إعلامية لنقل الأخبار ويرى أن دوره: "دور لا مثل له في تقديم المادة الإخبارية التي تتمتع بجاذبية فائقة دون وسائل الإعلام الأخرى" (1) ، لهذا نجد مجموعة من الوظائف المهمة التي ينبغي أن تستهدفها نشرة الأخبار في التلفزيون وتعمل على تحقيقها من خلال تضافر جهود الطاقم المكلف بإعدادها ومن أهم هذه الوظائف نذكر ما يلي:

- إشباع حاجات المشاهدين في التعرف على ما يحيط بهم من أخبار وتزويدهم بالمعلومات الكافية حول الأحداث المحلية، الاقليمية والعالمية.
 - مساعدة الدولة في تحقيق التنمية في مختلف المجالات.
 - تقديم الانتقادات والتعليق الموضوعي على مجريات الأحداث والسياسات المختلفة.
 - إثراء ثقافة المجتمع وجعله أكثر تنوعا وانفتاحا على الثقافات الأخرى
 - وتحطم قيود العزلة وتلغي الحواجز الجغرافية والمسافات بين الشعوب والأمم.
- ولا تستطيع النشرة الإخبارية القيام بوظائفها أو تحقيق الأهداف التي صممت من أجلها إلا إذا تم بناؤها وفق مجموعة من المعايير أهمها خدمة المشاهد وتلبية إهتماماته، مع إستعمال التكنولوجيا الحديثة في البث والتوزيع عبر التلفزيون" الذي يعد أقوى الأجهزة الإعلامية إذ يعتمد في مخاطبته للجماهير على الصوت و الصورة و الحركة و اللون فى أن واحد الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة و تقديم الثقافة و المعرفة فى صور جذابة ومبسطة (2) .

(1)- علي الشعبي، دور وسائل الاعلام بين التنقيف والترفيه، مكتبة الأفق، الكويت، 2004، ص، 23.

(2)- عبد الرزاق محمد الديلمى ،عولمة التلفزيون ،مكتبة جرير، عمان، 2005، ص19.

ثالثاً- أنواع النشرات الإخبارية:

1- من حيث الزمن:

أ- نشرات إخبارية عامة: تتجه لجميع فئات المشاهدين تقدم لهم ما يجري من أحداث هامة محلية، إقليمية وعالمية لها مواعيد ثابتة على خريطة البث لأي قناة تلفزيونية.

ب- النشرات الموجزة أو القصيرة: ويطلق عليها اسم موجز الأخبار وعادة ما تبث على رأس كل ساعة هي نشرات مصغرة تضم أهم الأنباء تتراوح مدتها بين دقيقة واحدة وثلاثة دقائق وتتناول أهم الأخبار على شكل عناوين وبشكل مختصر وذكر أهم ما في الخبر مع ترك التفاصيل إلى النشرات الإخبارية العامة وتقدم بسرعة وإيجاز شديدين وتبث بين الأوقات المخصصة للنشرات العامة أو الرئيسية.

ج - أخبار الومضة: تتضمن خبرا عاجلا في شكل أحداث ووقائع ذات أهمية خاصة، تجعله غير قابل للتأجيل وانتظار النشرات الإخبارية وأحيانا تستمر التغطية بالاستعانة بخبراء ومحللين.

د- النشرات الرئيسية: تراوح مدتها بين 15. 30 دقيقة، وتبث من 3. 4 مرات في اليوم في القنوات غير المتخصصة بالأخبار.

2- من حيث الجمهور المستهدف:

أ- النشرات المتخصصة: هي تلك النشرات التي تتضمن أحداثا أو وقائع في مجال من مجالات الحياة وأنظمتها مثل النشرات الإخبارية الرياضية أو الاقتصادية أو الثقافية... الخ

ب- النشرات المحلية: تقتصر فيها المحطات التلفزيونية على أهم الأخبار التي تحدث داخل البلد أو إحدى جهاته.

ج- نشرات الفئات: توجه هذه النشرات إلى شرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم أهم الأحداث والوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية كالأطفال أو المعوقين أو المرأة أو الشباب.

من خلال متابعتنا اليومية للمحطات التلفزيونية المختلفة وما تبثه من نشرات إخبارية نلتبس التطور المستمر لهذا النوع من البرامج التلفزيونية من جميع النواحي: الشكل، المدة، المضمون، البناء والترتيب، التقديم، استعمال الصور و من حيث إستخدام التكنولوجيات الحديثة، وهذا ما نجده في قاموس lycien szez الذي أعطى وصفا للنشرات الإخبارية بإعتبارها "نوع صحفي في طور التكوين"⁽¹⁾.

ان التطور الكبير الذي يعرفه قطاع السمعي البصري إنعكس إيجابا على النشرات الإخبارية التلفزيونية التي مازالت تبحث عن التحسين، وقد مسها التطور التكنولوجي على عدة مستويات:

أ- المستوى التقني إنعكس تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الأدوات والتجهيزات المستعملة في التغطيات الإخبارية وبث وإعادة بث الأخبار ونقل الأحداث بالصوت والصورة وبأقل جهد، كما أن شبكة الأنترنت وتطور الأقمار الصناعية سمحا بنقل الأحداث فور وقوعها وسهلا على الأطقم الصحفية ممارسة عملها بكل حرية .

ب- على مستوى مصادر المعلومات:

كانت المحطات التلفزيونية في السابق تعتمد بشكل كبير على المصادر الخارجية للحصول على الأخبار مقابل دفع أموال باهظة خاصة لوكالات الأنباء، أما اليوم فقد أصبحت تعتمد على مصادرها الذاتية بالإعتماد على صحفييها ومراسليها ومندوبيها للحصول على المعلومات والصور والأخبار وبأقل تكلفة من السابق، ويعد تطور التلفزيون

(1). Szez lycien :dictionnaire critique de la communication,Edi puf,paris,1993 .p121

وحاجته الماسة إلى الصور والفيديوهات ظهرت لاحقاً وكالات الأنباء المصورة التي تشبه كثيراً وكالات الأنباء التقليدية .

ج- على مستوى التحرير والتقديم:

سمح استعمال الكمبيوتر وتقنيات الإعلام الآلي بتقديم نشرة إخبارية جيدة بفضل مساعدة العناصر المرئية وطرق الإخراج الفني وزوايا التصوير ،يضاف إلى هذا طريقة تقديم الأخبار والتي عرفت تغيراً جذرياً هي الأخرى حيث أصبح المقدم يعمل بكل راحة ومن دون عناء أو مشاكل فالمقدم أصبح يقرأ مباشرة من الجهاز وهو ينظر مباشرة للكاميرا ،كما سهل الديكور الافتراضي والصور التوضيحية من مهام مقدم النشرة والذي يعتبر من أهم الفاعلين في نجاح نشرة الأخبار وجذب الجمهور لمتابعتها بإهتمام،وقد سمح تطور وسائل البث والإرسال وتوفر التكنولوجيات الحديث في تنوع مقدمي النشرات الإخبارية فيمكننا أن نجد أكثر من مقدم في نشرة واحد خاصة بعد ظهور تقديم الأخبار على شكل ثنائي أو ثلاث أ ورياعي إذ أصبح كل مقدم يهتم بتقديم ركن من أركان النشرة:الرياضة،الثقافة،الإقتصاد وغيرها من الأركان،كما سمح التطور التكنولوجي بقدرة رئيس التحرير على توجيه مقدم النشرة على المباشر وإرشاده وتذكيره بالأسئلة خاصة مع ضيوف النشرة أوفي حالة ارتكابه لخطأ ما .

د- تنوع أشكال النشرات الإخبارية:

سمح التطور التكنولوجي ب بروز اشكال جديدة للنشرات الإخبارية التي أصبحت تتميز بالإيجاز والإختصار والسرعة في تركيب المواد الإخبارية وتقديمها ،وظهرت طرق جديدة للمعالجة الإخبارية كالخوض في ما وراء الخبر بالتحليل والتعليل والتعمق في الأحداث الضخمة والوقائع التي تصبح إهتمام الرأي العام ،كما أتاحت تكنولوجيا الصورة للتلفزيون استخدام كم كبير من التقنيات أغنت النشرات المتلفزة وأضفت عليها كثيراً من الجاذبية

والوضوح، خاصة في جانب الصوت والصورة" فالخبر التلفزيوني يعتمد على عنصرين : الصورة سواء كانت هذه الصورة فيلماً أو صوراً ثابتة أو رسوماً بيانية أو صوراً من المصدر والعنصر الثاني الصوت الذي لها تأثيره الخاص وسحره على النفوس، "ويمثل الصوت العامل الثاني للصحفي التلفزيوني والعامل الأول بالنسبة للصحفي الإذاعي" (1)

إضافة إلى تحسين المواد البصرية بإضافة مؤثرات على الشريط المصور كالرسوم الخرائط، صور أو ملصقات أو قصاصات مأخوذة من صحف أو مجلات تضاف إلى صور ثابتة لإضافة معنى أو إيجاد إحساس معين يخدم الخبر، الكتابة الإلكترونية للعناوين المهمة، الصور الثابتة للشخصيات والأماكن ، الجداول والمخططات البيانية.

كما يمكن إضافة الاتصالات المختلفة عبر الأقمار الصناعية، وتقسيم الشاشة إلى عدة أقسام بما يخدم نقل الخبر الواحد وتغطيته من عدة جوانب من مراسلين أو ضيوف في أماكن متعددة، والشريط المصور الإخباري الذي يمر أسفل الشاشة، ومع اتساع ساعات البث وتوفر الأخبار وكثرة الأحداث أصبحت القنوات التلفزيونية تخصص حصص إخبارية خاصة ومجلات إخبارية لمعالجتها والتي تكمل الدور الذي تقوم به النشرات الإخبارية وعلى القائمين على إعدادها تفادي الأخبار الروتينية و معالجتها بشكل سهل وبسيط فالبساطة إحدى خصائص الخبر التلفزيوني المهمة، ولكن هذه البساطة لا يجب أن تكون على حساب الحقيقة، فالمشاهد العربي الذي قد "يفر من إعلام تقليدي يتميز بالرتابة وتكرار المادة الإعلامية"(2)

رابعاً- العوامل المتحكمة في بناء النشرة ومراحل إعدادها

أ- العوامل المتحكمة في بناء النشرة: تتنوع أخبار التلفزيون حسب تنوع مصادره حيث يتلقى يوميا عشرات الأخبار وكما هائلا من المعلومات وفي مختلف المجالات ومن شتى

(1) - عبد العزيز شرف ، الأسس الفنية في التحرير الصحفي ، دار الفرقان للنشر ، عمان، 1998، ص 35

(2) - عبد العزيز تركستاني، سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون ، الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال ، الرياض، 2004، ص 49.

الأماكن محليا وإقليميا وعالميا ومع ذلك لا يبث التلفزيون كل ما يصله من مادة مصورة حيث يحرص الطاقم الإخباري على إختيار مجموعة فقط من الأخبار التي تهم المشاهد لعرضها في النشرة الإخبارية المحدودة بعامل الزمن مما يزيد الضغط على معدي النشرات لانتقاء الأجود والأهم والأكثر تأثيرا، و البناء الجيد والمتكامل للنشرة يؤدي إلى جذب المشاهد وتحقيق نسب عالية من المشاهدة من بدايتها حتى نهايتها ،هذا ما يجبر الطاقم الإخباري أن يرتب الأخبار وفق معايير يعتقد أنها هي التي تهم الجمهور وذلك وفقا لعدة معايير ومؤشرات وأسس يتم وفقها تحديد شكل النشرة، و أهم الاعتبارات العامة التي تحكم إختيار أخبار النشرة هي :

أ- القيمة الإخبارية:

يتم ترتيب أخبار النشرة لعدة إعتبرات ومعايير أهمها إحترام أولويات هيئة التحرير والسياسة الإعلامية المنتهجة في المؤسسة ونوعية الأخبار ودرجة الأهمية التي تعطى لها من طرف حارس البوابة ،و عادة بأهم خبر تبدأ النشرة الإخبارية أو حدث وتختتم بالخبر الأقل أهمية،أو تبدأ بالأخبار الرسمية الثقيلة وتختتم بأخبار الرياضة أة الثقافة الخفيفة للتخفيف على المشاهد.

ب-الإختلاف والتنوع:

النشرة الإخبارية هي مزيج من المواضيع وفي شتى الميادين(السياسة،الرياضة،الإقتصاد،الثقافة) ،إضافة إلى تنوع طرق معالجة الأخبار وإستعمال أنواع صحفية مختلفة(الخبر.التقرير.التحقيق.الحديث التلفزيوني....)،وحتى التنوع في الأصوات التي تعلق على هذه الأخبار وكذا تنوع طرق التصوير واللقطات وأساليب التركيب وهو ما يسمح للنشرة من تجديد نفسها حتى لا تقع في الروتين الممل خاصة أنها تبث يوميا وفي أوقات ذروة المشاهدة هذا ما يجعل المشرفين عليها يبحثون

دائماً عن تجديدها وتنويع التقنيات وفنيات تحريرها صوتاً وصورة، و يرى محمد معوض وعبد العزيز بركات أن نشرة أخبار التلفزيون لابد أن تتنوع أخبارها وتشتمل على نوعيات مختلفة من القصص الإخبارية وأنه يمكن تقسيم المادة الإخبارية إلى ثلاث مجموعات⁽¹⁾

المجموعة الأولى: مجموعة الأنباء الرسمية وشبه الرسمية وهي تنصدر الأخبار في أغلب الدول النامية وهي الأخبار السياسية والعلاقات الدولية والحروب والدفاع والاقتصاد... الخ

المجموعة الثانية: تتضمن الأخبار الاجتماعية والثقافية والعلمية والفنية والدينية والقضائية وأخبار المجتمع.

المجموعة الثالثة: أخبار الاهتمامات الإنسانية والحوادث والجرائم والوارث والرياضة... الخ ويرى الباحث كرم شلبي بدوره أن هناك ثلاث أنواع من الأخبار بالنسبة لمحطات الإذاعة والتلفزيون

- الأخبار المحلية والوطنية.
- الأخبار العربية.
- الأخبار العالمية.

وتتفرع هذه الموضوعات إلى أخبار سياسية واقتصادية واجتماعية وعلمية ورياضية وغيرها.

ويقول عبد العزيز شرف: "إن السبب الكامن وراء انتقاء الخبر هو عنصر التنوع في أخبار النشرة بأن تنتقي لها تشكيلة متنوعة من الأخبار المحلية والوطنية والاقتصادية

(1)- محمد معوض وعبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص 74.

والاجتماعية والدينية لتلبية سلسلة واسعة النطاق من الأذواق ويفضل أن تختتم النشرة بقصة خبرية ذات طابع إنساني" (1)

ج- التوقيت: نقصد به ضرورة احترام العاملين في غرف الأخبار موعد تقديم الأخبار التي وقع اختيارها في وقت محدد ويجب مراعاة التوازن والتوقيت في اختيار مجموعة من الأخبار تتناسب مع فترات اليوم فأخبار نشرة الصباح تكون عادة سريعة ومختصرة لأن جمهور الصباح يكون متعجلاً للخروج للعمل، أما في النشرات الرئيسية لما بعد الظهر أو المساء تكون النشرة شاملة عادة ، فحداثة وانوية الأخبار من أهم القيم الإخبارية في الاذاعة والتلفزيون التي تراعى في اختيار الأخبار ، وفي هذا الصدد يقول الدكتور محمد علم الدين وأميرة العبسي "المنتج الصحفي هو أسرع المنتجات إصابة بالتلف..." (2)

لذلك يجب تفضي الأخبار التي وقعت فعلا على الأخبار المستقبلية والأخبار الماضية التي مر عليها وقت ، كما أن الدقة تقتضي استبعاد الأخبار المشكوك فيها إلا عند الضرورة بشرط إدراجها إلى مصدرها.

د- الاعتبارات الأخلاقية: من الاعتبارات الهامة التي تحكم عملية إختيار الأخبار أن تكون على أساس تقديم خدمة وافية للجمهور بتزويده بأكبر قدر من الأخبار عند الضرورة واستثناء الأخبار التافهة.

1-الموضوعية: تنادي هذه النظرية الموضوعية بضرورة التزام الموضوعية في اختيار الأخبار وتحريرها على أساسين:

(1)-عبد العزيز شرف ،اللغة الإعلامية ،دار الجيل،بيروت، ط1،1991،ص 237.

(2)-محمد علم الدين وأميرة العبسي،ادارة الصحف واقتصادياتها ،القاهرة،مركز جامعة القاهرة،ط2001،1،ص 58.

- أن الصحفي في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون مسؤول مسؤولية وظيفية وأخلاقية عن تقديم كل الأخبار التي تهم الجمهور دون تحيز خصوصا إذا كان الخبر متعلقا بآراء ووجهات نظر دون توجيهه لأي منهما.

والأساس الثاني هو أنه لا يمكن اكتساب ثقة الجمهور إلا بتقديم الحقائق كاملة بغض النظر عن الرأي الشخصي للصحفي أو المؤسسة الإعلامية في الأخبار حتى لو كانت مخالفة لتوجهاته، و الإعتقاد على مصادر موثوقة تزيد من قوة الخبر أو المعلومة، مصادر الأخبار هي: "الادوات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لجمع والتقاط أنباء الأحداث والوقائع والمعلومات والآراء المتعلقة بمجرياتها أولا بأول مع مراعاة توافر العناصر الإخبارية فيما ينقلون" (1)

لكن هناك من ينتقد هذا الطرح لأنه لا يمكن تطبيقه في العمل الصحفي لوجود العنصري الشخصي فيها فإذا لم ينعكس التحيز في الكلمة المكتوبة فإنه يرد من خلال طريقة الإلقاء وملامح الوجه ونبرة الصوت وتعبيرات الملامح

2- الإلتزام:

ترى نظرية المسؤولية الإجتماعية أن وسائل الإعلام خاصة الإذاعة والتلفزيون لما لهما من تأثير كبير على الجمهور وتحقيق أهدافه في التنقيف السياسي والاجتماعي وغير ذلك أن تنحاز بشكل واضح وصريح للخط الفكري الذي يصدر عنه النشئ 8اط الإخباري دون إدعاء للحيايد والموضوعية، وبهذا تمتزج الأخبار بالتعاليق كشيء واحد في الهدف، فالهدف الرئيسي هو إلتزام المسؤولية الإجتماعية بتنقيف الجمهور سياسيا

(1) - سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد ، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، 1984 ص82.

واجتماعيا وتوجيهه للصالح العام ،"فالتلفزيون بطبيعته وسيط قادر على الإقناع، وتكمن قوته في أنه يسبك الرأي ويقولبه حسب صياغة خاصة"⁽¹⁾.

ب- مراحل بناء النشرة

أ- مرحلة جمع الأخبار:

وتنقسم هذه المرحلة بدورها إلى عدة أقسام تبدأ هذه المرحلة بتجميع المعلومات والحقائق والبيانات من مصادرها، وهي عملية تتضمن معاينة الحدث والواقعة والوصول إلى مصادرها⁽²⁾، وتعمل حاليا وسائل الإعلام على جمع المعلومات والأخبار عن طريق المصادر الخاصة بطاقم صحفي مخصص للقيام بتلك العملية⁽³⁾، وكذلك عن طريق الوسائط الإلكترونية التي تمزج الكتابة بالصوت والصورة مع وجود النص التشعبي⁽⁴⁾. وتؤكد (ملفين مينشتر) على أن جمع الوقائع من قبل المخبر أو الباحث عن المعاني الثمينة، يكون يحفر ويشق طريقه إلى الأعماق، لا يقنع بالمادة السطحية، بالرغم من الحواجز والعقبات التي قد تعترض سبيله⁽⁵⁾. وعلى الصحفي قبل أن يبدأ بجمع المعلومات وإجراء التغطيات أن يكون على علم ودراية كاملة بمختلف المواضيع (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية) المحيطة بالعالم الأقرب إليه. كما يستوجب على الصحفي أن يقدر مدى تأثير الأخبار على الجمهور⁽⁶⁾، كما تؤكد (بنووارت) في السياق

(1) - قيس الياسري، الخبر الصحفي، دراسة نظرية و تطبيقية ، دار الحكمة للنشر والتوزيع، بغداد، 1987، ص12.

(2) - عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار الصحفية و التلفزيونية، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2012، ص23.

(3) -Rapport de développement durable, réalisée par Group M6 paris, 2013, p5.

(4) -Joan Francesc. Fondevila Gascón :Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain, n°7 - Volume 1, 2010,p83.

(5) - ملفين مينشتر، ترجمة أديب خضور، تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ط1، دمشق 2008، ص117.

(6) -group de syndica de la presse : réalise ton journal , France, novembre 2012, p2.

نفسه على ضرورة بحث الصحفيين عن الحقيقة وتقديمها للجمهور دون تزيف⁽¹⁾، وتستخدم بعض التقنيات والأدوات الصحفية لجمع المعلومات والأخبار والمتمثلة على العموم في المقابلة، الريبورتاج، التقرير والتحقيقو هي الانواع الصحفية الاكثر وجودا في النشرات الغخبارية والتي تتطلب نزول الصحفي الى الميدان والعودة بقدر كافي من المعلومات والحقائق وتجميع المعطيات بعدها يتم اختيار النوع الصحفي المناسب لمعالجة الموضوع.

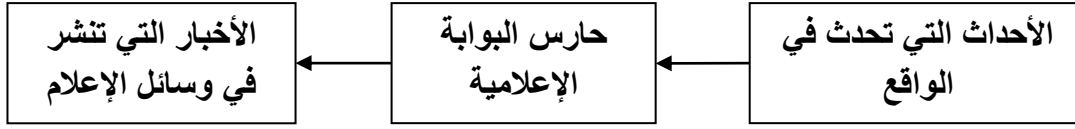
ب- المرحلة الثانية: مرحلة الاختيار :

بمجرد أن ينتهي الصحفي من مرحلة البحث و جمع المعلومات اللازمة، يباشر القائم على إعداد المادة الإخبارية المصورة التفكير في عملية انتقاء المحتوى المناسب (صوت، صور...) وهو ما يصطلح عليها بمرحلة الاختيار حيث تتم المفاضلة بين الأخبار وهذا وفق عدة إعتبارات أهمها تعليمات حارس البوابة وما يتماشى مع السياسة التحريرية والخط الافتتاحي للمؤسسة، وتعرف مرحلة الاختيار على أنها "عملية اختيار وانتقاء الأخبار التي تبث بتحديد مسبقا استخدامها كمادة للخبر وهذه العملية تخضع لمجموعة من الأسس والمعايير العديدة، تأتي في مقدمتها القيم التي تحكم النظام الإعلامي لتلك القناة التلفزيونية وبعد ذلك تجربة الأفراد والمعتقدات التي يؤمنون بها في صناعة الخبر.

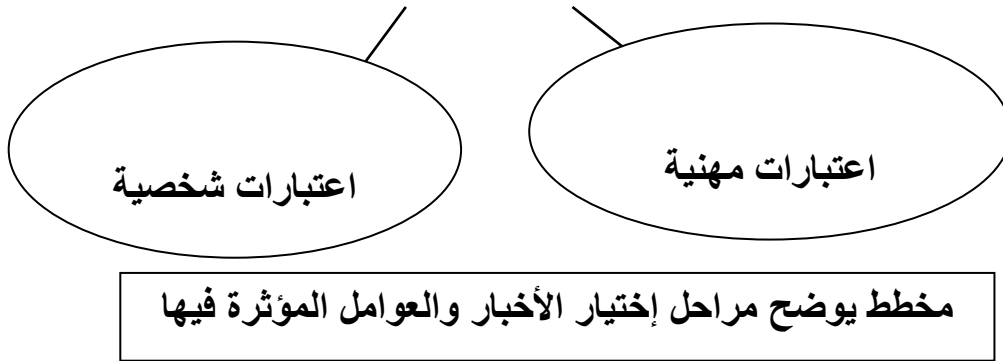
يقوم المكلف بتحرير النشرة الإخبارية (رئيس التحرير) بانتقاء الأخبار التي ستعرض، والأخبار التي يتم التخلي عنها وفق خطة ومنهجية إخبارية وإعلامية يتم تحديدها مسبقا، وكذلك يتم إدخال عملية لتقديم وتأخير الأخبار، حسب درجة الأهمية حيث يتم الانتقال من الأهم إلى المهم فالأقل أهمية ويتم اختيار الأخبار التي تقدم في نشرة الأخبار الرئيسية على حسب طبيعة الأخبار وأهميتها وتدخل فيها القيم الإخبارية التي تطرقنا إليها سالفاً،

(1) -Pennewaert : rapport de l'intervention de les professionnels des médias ,journée d'étude, Charleoi , 25 -6-2008,p 28.

وكذلك حسب طبيعة النظام السياسي ، وحسب التوافق مع الخط السياسي والتحريري العام للقناة التلفزيونية مع مراعاة اهتمامات الجمهور وفي ما يلي رسم توضيحي لعملية التصفية والاختيار (عملية الانتقاء) :



هنالك عاملين يؤثران على عملية التصفية والاختيار:



العوامل المؤثرة على انتقاء الأخبار: هنالك عوامل عديدة تدخل في عملية اختيار الأخبار يجب أن تأخذ بعين الاعتبار، أهمها:

1) السياسة الإعلامية:

هي مجموعة المبادئ والأهداف التي يركز عليها الإعلام والخطوط العريضة التي يلتزم بها لتحقيق أهدافه ،فهي الإطار العام الرسمي الذي يحدد أهداف الإعلام في المجتمع و طرق رقابته و تقييمه، وهي جزء من السياسة العامة للدولة وهي تتشكل بناء على تفاعل قوى المجتمع المختلفة، وهي المخولة لتحديد ما هو مقبول، وما هو مسموح به وفي الوقت نفسه ما هو ممنوع وغير مرغوب فيه، ولعل أبرز العوامل التي تتدخل في تشكيل السياسة الإعلامية هي العوامل البيئية أو الخارجية. أما العوامل الأخرى فهي العوامل الداخلية، والتي تتحدد في نوع الملكية فنذكر على سبيل المثال النمط الخاص ونمط الملكية

العمومية والنمط الحزبي و نمط الملكية المختلط بين الدولة والخواص، من المفروض أن السياسة الإعلامية ليست عنصراً من عناصر الخبر، وإنما هي شرط من شروط نشره أو صفة من صفاته، بمعنى إن امتناع جريدة ما عن نشر خبر معين لتعارضه مع سياستها لا ينفي عن الخبر صفته كخبر ولا يمنع الصحف الأخرى من نشره.

(2) السياسة التحريرية:

"تعني السياسة التحريرية تحمل كل الطاقم الصحفي والإعلامي مسؤولية كتابة ونشر و بث للمحتوى الإعلامي ومعالجته"⁽¹⁾، وتخضع السياسة التحريرية للمؤسسة التلفزيونية حسب التوجه العام للقناة، فعلى سبيل المثال في مجال النشرة التلفزيونية، نجد اختلافاً بين نشرة قناتي الجزيرة والعربية وإختلاف بين نشرة قناة عمومية وأخرى خاصة.

(3) القيم الشخصية للقائم الإتصال:

نذكر منها القيم الشخصية للقائم بالاتصال فإذا أخذنا الاتجاه الأمريكي وأصحاب المدرسة الأمريكية في الإعلام، فترجع عملية انتقاء واختيار الأخبار في (الصحافة المكتوبة، الإذاعية والتلفزيونية) إلى القيم الشخصية للقائم على العملية الاتصالية⁽²⁾.

(4) القيم المهنية:

المقصود بها مجموع القيم التي يتفق عليها المجتمع الصحفي فيما يتعلق بممارسات المهنة وتقاليدها، وهي تشمل أخلاقيات العمل وقد تكون مدونة في شكل مواثيق شرف، و يعد التلفزيون الوسيلة الأولى والأفضل في مجال الأخبار، هذا بالإضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقاً في المجال الإخباري، كل هذا لا يمكن

(1) – Rap port réalisée par Conseil de déontologie, code de déontologie journalistique, France 2013 , p 14.

(2) – المنصف العياري، عبد القادر شعباني، راغب جابر وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006 ، ص 14.

ان "يجعلنا نهمل مسألة أساسية، وهي أن الأخبار ليست نقلا للواقع بصفة اعتباطية، بل لابد من توفر مجموعة من الصفات في الخبر الصحفي التلفزيوني لعل أبرزها" (1):

1. **الدقة** : وهي نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله الدقيقة دون حذف يخل بسياق الحدث، ودون مبالغة تؤدي إلى فهم مغاير للحقيقة .

2. **الصدق أو الصحة** : ونعني به قيام الخبر على وقائع صحيحة غير مصنعة أو مفتعلة .

3. **الموضوعية** : أي إختفاء ذاتية الصحفي أو الجهاز الإعلامي عند صياغة الخبر أو اختيار الصور والمادة الفيلمية التي سيتم بثها، ويمكن لزاوية الإلتقاط ونوعية الأشخاص المرافقين للخبر والتركيز على تفاصيل دون أخرى أن تؤدي إلى فهم خاطيء لحقيقة الحدث.

4- **التوازن الخبري** : من خلال البحث عن وجهات النظر المختلفة دون الإنحياز إلى وجهة نظر دون أخرى أو التعتيم عن موقف طرف أساسي مؤثر في الحدث .

ولعل من شبه المستحيل أن تتحقق مثل هذه الصفات بشكل مطلق؛ فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي وجمهورها المستهدف ومواقفها من القضايا المطروحة. وذلك بدوره يؤثر على قرار بث الخبر من عدمه ، وعلى طريقة تناوله ..

5) **الجمهور**: تعد الأخبار بمثابة سلعة إخبارية تسعى لإرضاء حاجيات ورغبات الجمهور لكي يقبل عليها أو يتركها وينصرف عنها مطلقا (1)، فالجمهور يؤدي دورا مهما في السياسة التحريرية.

(1)- نفس المرجع، ص5

6) مصادر الأخبار: تؤدي مصادر الأخبار دورا مهما لدى القائم بالاتصال والجمهور على حد سواء. ففي دراسة أجريت في بريطانيا، أظهرت نتائج الاستبيان أن معظم الجمهور يعتمد على القنوات التلفزيونية خاصة منها المحلية كمصدر أساسي للأخبار⁽²⁾، وهذا ما يؤكد أهمية المصدر في العملية التحريرية.

ج-المرحلة الثالثة: معالجة الأخبار: يقصد بها الكيفية التي يتم بها صياغة الخبر و طريقة عرض واختيار العناوين الرئيسية والمكان الذي يحتله في ترتيب البناء الإخباري، وهو ما ينطبق على نشرات ومواجيز الأخبار التلفزيونية⁽³⁾.

بمجرد أن ننتهي من مرحلة البحث وجمع المعلومات اللازمة وتقرير زاوية المعالجة يباشر القائم على إعداد المادة الإخبارية المصورة في التفكير على الصور التي يريد التقاطها و يقوم بإعداد تطورات لتسلسل الأحداث.

تتمثل المعالجة أو الفعل الميداني في تحويل خبر يمكن أن ينشر أو يبيث مثل العديد من الأخبار الأخرى في بضع كلمات إلى حدث صحفي يحتل حيزا زمنيا واسعا في مختلف نشرات الأخبار التلفزيونية، أو في مختلف الصحف أو المجالات الإخبارية التي يشكل فيها مجالا واسعا من الصفحات الورقية التي تنتشر الخبر فنجد أن الجمهور المتلقي يتابع مختلف الأحداث السياسية، الاقتصادية، الدينية، الرياضية باهتمام، لكن موضوع درجة الاهتمام تختلف من متابع إلى آخر، ومن موضوع إلى آخر، فالخبر الذي يهم أكبر فئة من الشرائح الاجتماعية في مجتمع ما يشكل تداولاً واسعاً بين مختلف وسائل الإعلام. ولا يقتصر الحدث الميداني على الأخبار التي تنتشر وتبث في فترة قصيرة حول موضوع

(1) –Langer Jhon : tabloid television populaire journalism and the other news, London routle,1998 ,pp(1-5)

(2) -RAPPORT OF Essential Research :Radio: The Listeners' Perspective, LONDON, April 2013,P 12.

(3) – عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، رجع سابق، ص 23.

واحد، ولكنه يشتمل على كل الأصناف والأشكال الصحفية من (خبر، ريبورتاج ، تحقيق، بورترى، تعليق، تحليل...)

د- المرحلة الرابعة: صياغة الأخبار و تحريرها

من الضروري أن نفهم كيف تتم عملية تحرير الأخبار وصياغتها في وسائل الإعلام الإخبارية، التي من المتوقع أن تصور صورة دقيقة وموضوعية للواقع، فهي مثيرة جدا بالنظر إلى التأثير الهائل لهذه الأخيرة على بناء الوقائع والأحداث⁽¹⁾.

وتحرير الخبر التلفزيوني يعتبر نوعاً من الأنواع الصحفية التي تعالج المادة الإخبارية مثل (الخبر، التقرير والريبورتاج) وهو يختلف كلياً عن الخبر الصحفي أو الإذاعي، فالمشاهد يمكنه مشاهدة الخبر مرة واحدة عكس الجريدة التي يستطيع القارئ إعادة قراءة الخبر عدة مرات، وهذا ما يستلزم التحرير الجيد للخبر التلفزيوني والتنسيق بين الصوت والصورة وإعطاء أكبر عدد من المعلومات في وقت محدد وعدم ترك المشاهد يتساءل، ومن القواعد العامة في كتابة الخبر التلفزيوني:

* إستعمال الجمل القصيرة فالتعليق يكون مرافقا لصور معبرة وهي التي تنوب أحيانا مكان الجمل، إضافة إلى ضرورة تبسيط اللغة حتى يفهمها المشاهد .

* استخدام الأسلوب الإعلامي المتوازن والأبتعاد قدر المستطاع عن إستخدام الأسلوب الأدبي المليء بالإطناب الكلمات.

* استخدام أسلوب المضارع وإشعار المشاهد بالآنية.

* استخدام الكلمات التي تضيف الجديد للنص.

⁽¹⁾ -Donna Killingbeck :the role of television news in the construction of school, journal of criminal justice , No 8,2001,p189.

* كتابة الأرقام بالحروف لتسهيل عملية النطق بها وكتابة الأسماء صعبة النطق خاصة الأجنبية بلغتين مختلفتين لتسهيل نطقها .

* ضرورة تزامن النص مع الصور التي تم إختيارها .

* يجب أن يصاغ كل عنوان في جملة واحدة دقيقة في التعبير عن أهم ما في الخبر من جهة، وأن تكون مثيرة في ان واحد لجذب وشد الانتباه الى موضوع الخبر، وأن يكون من الأفضل العنوان قصيرا وبسيطا و يصاغ العنوان في زمن المضارع حتى لو كان الحدث وتكون العناوين مصحوبة لحن موسيقي مميز لها عن بقية فقرات النشرة وتكون العناوين مصحوبة بصوت موسيقي مصور لربط المشاهد وجذب اهتمامه.

المبحث الثاني : طاقم إعداد النشرة الإخبارية

إعداد أخبار النشرة يتطلب جهداً وتنسيقاً بين عدد كبير من العاملين بغرفة الأخبار، والتي تسمى أيضاً قاعة التحرير أو قسم الأخبار والتي ظهرت في الحقل الإعلامي مع مطلع التسعينات بسبب التدفق الإعلامي الكبير وظهور وظائف جديدة لها علاقة مباشرة بالصحافة، و يمر الخبر على عدة مراحل داخل غرف الأخبار مروراً من التقاط المعلومة من المصدر والخروج إلى الميدان للتحرير وصولاً إلى تجهيز المادة الإخبارية لبثها في نشرة الأخبار أو أي موعد إخباري ويمكننا أن نذكر أهم الفاعلين في غرف الأخبار والذين يختلفون من قناة لأخرى حسب الإمكانيات المادية والبشرية لكل قناة، فنجد القسم التقني والهندسي وهو المكلف بضبط الأمور التقنية والسهر على توفير التجهيزات وصيانتها والعمل على وضع استوديو البث أو الإنتاج قيد الخدمة في أي وقت، إضافة إلى قسم التحرير والذي يقوم بتجميع المواد الإخبارية وإعادة انتقائها وصياغتها وفق أسلوب صحفي يتماشى والخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية ويضم المحررون، المخرجون، المراسلين، المندوبين، المصورين، وموظفين آخرين وفي ما يلي أهم الفاعلين في غرف الأخبار :

1- مدير الأخبار: تتمثل مهمة الرئيسية في الجانب الإداري والإشرافي ومتابعة الأداء العام للمؤسسة الإعلامية من خلال عمليتي التقييم والتقويم وتوجيه الإرشادات اللازمة للطاقم الإخباري من خلال العمل على احترام السياسة التحريرية ورسم الخطط والاستراتيجيات لتحقيق الأهداف المنشودة.

2- رئيس التحرير: ونجده في بعض المراجع يلقب "بحارس البوابة" : هو المسؤول الأول على الطاقم الإخباري حيث يقوم بتوزيع المهام والتنسيق بينهم وتوجيههم وإعطاء إرشادات لتحريك العمل الإخباري والتحقق من المعلومات والأخبار التي قام بجمعها طاقم التغطية، ويكون حلق وصل بين أسرة التحرير و مدير المؤسسة، وينبغي لرئيس التحرير

أن تكون له القدرة على معرفة كل ما يدور من حوله من أحداث وعلية أن يكون دقيقا وموضوعيا في انتقاء الأخبار والموازنة بينها وتحري مدى صدقها وأن يتمتع بالحيوية والروح الجماعية وأن يمتلك سلسلة متينة من العلاقات داخل وخارج غرفة الأخبار، رئيس التحرير هو الصحفي المرجع وهو خبير في إنتاج الخبر و قادر على تقييم الصورة و الريبورتاج من حيث الشكل والمحتوى و قيمة الخبر الذي تم إنتاجه ومدى استجابته للمشروع التحريري أو الخط التحريري ورئيس التحرير هو بمثابة مدير سام ويمكننا تلخيص أهم ما يقوم به رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في النقاط التالية:

*الإشراف والحرص على عقد اجتماعات فريق العمل في مختلف الفترات صباحا ومساء وفي بعض المرات تتجاوز ثلاث اجتماعات يوميا في حالة وجود طارئ ما ويقوم من خلال هذه اللقاءات وضع رزنامة عمل وتكليف الطاقم كل واحد بمهمة معينة سواء المندوبين وأطقم التغطية أو الصحفيون.

* السهر على المتابعة الدقيقة للحصص الإخبارية ومراجعتها ومشاهدة الجاهز منها قبل بثه.

* تدقيق وضبط العناوين التي تكون في بداية كل نشرة والسهر على تنفيذ البث مع المخرج.

*تنفيذ النشرة الإخبارية مع المخرج.

*يجب على رئيس التحرير أن يكون ملما بالتطور التكنولوجي ويحسن استخدام أدواته وتقنياته في الارتقاء بالنشرة الإخبارية كما ونوعا.

3- رئيس المندوبين:يسمى أحيانا بمدير التكاليفات وأيضا رئيس وحدة واجبات المراسلين،وهو المسؤول عن الإدارة والتشغيل فهو يتصف بالتقييم السريع للأحداث وتكليف أطقم التغطية الإخبارية بتصوير الأحداث والقصص الإخبارية ،كما يتولى رئيس

المندوبين الاتصال بأطعم التغطية الإخبارية للتعرف على ما يقومون به من عمل لذلك يسمى أحيانا بالمنتج الميداني الذي يجب عليه التأكد من موضوعية مرؤوسيه وكفاءتهم وقدرتهم على نقل الحقيقة دون تشويه أو مبالغة أو تغليط، كما يقوم رئيس المندوبين بتأمين الحجوزات على الأقمار الصناعية في حالة تطلب الأمر لإجراء تحاليل وتفسيرات مع أصحاب القرار أو للاتصال بالمراسلين وكل هذا يتم بالتنسيق مع رئيس التحرير.

4- أسرة التحرير:

يعني قسم التحرير في قسم الأخبار عادة، والتي تقوم بإعادة صياغة وتحرير الأخبار وتجهيزها للبث في النشرة والتحقق منها وتصحيح الأخطاء في حالة وجودها ويطلق على القائم بهذه المهام تسمية "صحفي محرر" والذي يجب أن يتميز بالسرعة والدقة في التحرير والتحكم في تقنياته بلغة سليمة وبسيطة ويمكن تلخيص مهام محرري الأخبار في النقاط التالية:

- إعادة صياغة الأخبار وتحريرها بشكل يتفق مع طبيعة البث التلفزيوني.
- إستبعاد اللقطات والأصوات التي لا تتناسب مع المادة الإخبارية أو غير الصالحة
- ترجمة المواد الإخبارية الأجنبية التي ترد من مصادر الأخبار الأجنبية وتحريرها بأسلوب بسيط

- تحضير المواد الإخبارية المختلفة من تقارير و ريبورتاجات وبورتريهات...الخ، ويجب على المحرر إتقان لغة أجنبية على الأقل والتحكم في تقنيات الإعلام الآلي والإلمام بميدان معين خاصة عندما يتعلق الأمر بالمواضيع المتخصصة كالرياضة أو الاقتصاد أو الثقافة.

5- الفنيون:

وهم المصورون ومهندسي الصوت والصورة ومهندسي الإضاءة والذين لهم دور فاعل في تنفيذ النشرة الإخبارية وإعطائها صورة جمالية تعجب المتلقي وميزة الفنيين هي

التفاهم والتنسيق بينهم حيث كل واحد مكمل للآخر فمثلا الصوت مكمل للصور والتي تكملها الإضاءة.

6- المنسقون:

مهمتهم الرئيسية متابعة الأطقم الصحفية وربط الإتصال بهم باستمرار لمعرفة احتياجاتهم والاستماع لانشغالاتهم ومساعدتهم على تجاوز المشاكل في حالة وجودها.

7- أمناء المكتبة:

وقد نجد في بعض المؤسسات الإعلامية مصلحة مستقلة عن قسم الأخبار تدعى مصلحة التخزين أو الأرشيف حيث تقوم بتخزين وأرشفة مختلف المواد الإخبارية والحصص وال فقرات إضافة إلى مواد إخبارية قد يحتاجها قسم الأخبار في عملهم المستقبلي .

8- المخرج:

هو الشخص المسؤول عن بث النشرة الإخبارية على الهواء حيث يتولى تنفيذ الجانب التقني للنشرة ويراقب الشاشات ويعطي توجيهاته وتعليماته لمساعديه من أجل إحترام تسلسل بث المادة الإخبارية التي تكون في شكل سيناريو متسلسل ليؤمن بث النشرة ويتابع الدليل ويضمن العودة إلى الأستوديو عند نهاية كل تقرير، كما يضمن الانتقال من زاوية كاميرا إلى أخرى و يقوم بإرسال التقارير للبث على الهواء، وتصحيح ما يجب تصحيحه قبل بثها نهائيا ويجب عليه أن يتميز بقوة الملاحظة والإلمام بتقنيات العمل السمعي البصري والتحكم في الإعلام الآلي وأجهزة البث وكل هذا بالتنسيق مع رئيس التحرير الذي يكون بجانبه عند بث النشرة، وينفذ توجيهات رئيس التحرير، أي المسؤول على تنفيذ النشرة وفقا لما يحدده رئيس التحرير، وهو يجلس في غرفة المراقبة ليعطي تعليماته الى مجموعة الفنيين المعاونين له. (1)

(1)-محمد المعوض،الخبر التلفزيوني من المصدر الى الشاشة،دار الفكر العربي،القاهرة،مصر،1998،ص 168.

9- المذيع (قارئ النشرة):

ويسمى أيضا مقدم النشرة وهو الشخص الوحيد الذي يظهر على الشاشة من بين عشرات الأفراد الذين سهروا على إعدادها فهو الوسيط بين المؤسسة الإعلامية والمشاهدين وناقل الرسالة الإعلامية وهو مسؤول عن تقديم النشرة وفق التسلسل المحدد في دليل النشرة بما يضمن تواتر كل العناصر المكونة لتلك النشرة، فهو الذي يحرر نصوص تقديم التقارير ويضيف معلومات أخرى في تقديمه لها، وهو الذي يقدم ويختتم كامل البرنامج، بطريقة قراءته للأخبار وحركاته فانه بإمكان المقدم إما أن يهول الأخبار أو أن يدخل دينامكية على النشرة فتكون سلسلة وطريفة، ويستقبل أيضا الضيوف بالأستوديو، وتتوفر فيه عديد الشروط أهمها: جودة الصوت وقوته، حسن الالقاء وسلاسته، المظهر الحسن، الجاذبية والشباب وقوة الشخصية والمرونة والتفاهم والتعاون مع زملائه إذ يجب أن يكون على علاقة جيدة مع كل الطاقم من المصور إلى المخرج، ويقوم بالتمهيد للقصص الإخبارية والربط بينها وهو الشخصية الوحيدة التي تظهر على شاشة التلفاز ولا يمكن الإستغناء عنه، والذي يتميز بالارتجال في بعض الأحيان للتغطية على بعض الأخطاء التي ترد في النشرة وحسن التعامل مع المباشر "فأداة المحرر قلمه والإذاعي صوته... بمعنى القدرة على الصياغة لدى المحرر يقابلها الأداء الصوتي لدى الإذاعي، فطريقة الإذاعي في الأداء (إلقاء/حوار) هي التي تحدد شخصيته وتبين عن قدرته وتشجع الجمهور لسمعه والتواصل معه وتبلور شخصية الإذاعي" (1)، وتقدم بعض القنوات أخبارها بمذيع واحد بينما تسمح قنوات أخرى لتقديم ثنائي للأخبار والذي يتطلب التفاهم الكبير بين المذيعين والتنسيق والتكامل بينهما، ومن أجل نجاح المقدم في مهمته يجب عليه التواجد المسبق ولوقت كاف بغرفة الأخبار للتمكن من قراءة ما تم تحريره من أخبار وقصص إخبارية من طرف المحررين، ويعتبر البعض أن نشرة الأخبار هي مقدم الأخبار وذلك لحضوره الدائم

(1)-حسن علي محمد، فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون، ط1، دار البيان للطباعة والنشر، مصر

في النشرة ودوره الكبير في جذب انتباه الجمهور بصوته وشكله وأسلوب تقديمه ،ويرى مختصون أن : "دور المذيع ثانوي في صناعة و إنتاج وبناء النشرة لكن الدور الأساسي لهذه الوظيفة يكمن في العلاقة الحميمة التي يقيمها مع المشاهدين"⁽¹⁾

10- أطقم التغطية الإخبارية:

من خصائص التغطية الإخبارية التلفزيونية أنها عمل جماعي يقوم به مجموعة من العاملين بالتلفزيون والذين تتنوع مهامهم ورتبهم المهنية حيث ينسقون مجهوداتهم وخبراتهم كل من منصبه في إعداد أركان النشرة والتعامل مع المواد الإخبارية، و التلفزيون من أهم وسائل الإعلام التي تلعب دورا كبيرا ومهما في التغطية الإخبارية للأحداث وفي مختلف ربوع العالم بالصوت والصورة وتنقلها وقت حدوثها ،فأصبحت التغطية التلفزيونية للأحداث تجذب إهتمام الجمهور اكثر من التغطية الصحفية للجرائد والصحف وكذا التغطية الإذاعية بالصوت فقط،فالصورة والصوت من نقاط قوة التغطية التلفزيونية وترى كارولين ديانا لويس : "أن مهناك مهمتان أساسيتان في التغطية التلفزيونية إحداهما جمع المعلومات والأخرى صب هذه المعلومات في قالب صحفي منطقي"⁽²⁾، بمعنى آخر فإن الصحفي يسعى بتغطيته الإخبارية للإجابة عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن الجمهور بشأن حدث أو واقعة ثم يتأكد منها ويحررها بأسلوب صحفي مناسب و إختيار نوع إخباري وقالب فني للمعالجة ،مع مراعاة عدة شروط من بينها السياسة التحريرية وقيم المجتمع وملكية المؤسسة ،إضافة إلى مهاراته الصحفية، وعلاقاته مع زملائه و رئيس التحرير وتعاملاته اليومية مع مصادر الأخبار و تمر عملية التغطية الإخبارية بعدة مراحل وهي :

⁽¹⁾ Patrick poivre d Arvor, l homme d image ,un métier,une passion,Edit Flamarion,Paris,1992,p13.

⁽²⁾ - كارولين ديانا لويس،التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي،المكتبة الأكاديمية،القااهرة،1993،ص 93.

1. وضع خطة لتغطية الخبر من مختلف جوانبه.
 2. التحضير المسبق لتغطية الخبر من خلال الإطلاع على المصادر غير الحية وتحضير التجهيزات ووسائل العمل من كاميرا وميكروفون إنقاط الصوت وسيارة التنقل .
 3. النزول إلى الميدان والإطلاع عن كثب على مجريات الأحداث والوقائع ومعرفة أسبابها وخلفياتها والحصول على معطيات جديدة و مهمة و الاحتكاك بمصادر متنوعة
 4. جمع المادة الإعلامية اللازمة من صور وفيديوهات وتصريحات وأرقام ومعطيات حول الحدث مع أخذ النقاط التالية بعين الاعتبار:
 - وصف الحدث وذكر التفاصيل كما وقعت بدون زيادة ولا نقصان .
 - وصف جو الحدث وذكر الأطراف الأساسية فيه والظروف المحيطة به وتداعياته ونتائجه إن وجدت.
 - الربط بين الأحداث بهدف اكتشاف العلاقات بحثا عن أخبار جديدة.
 - التأكد من صحة وقائع الخبر والمعلومات الخاصة بالأسماء والعناوين والأرقام والتواريخ.
 - التعريف بالأشخاص المشتركين في الحدث و بالأماكن التي وقع بها الحدث.
- وتتكون الأطقم التغطية الإخبارية مما يلي:
- أ-المراسلون:

يحظى عمل المراسل الصحفي في ما يتعلق بالتغطية الاعلامية بأهمية بالغة خاصة عندما يتعلق الأمر بأحداث أنية ومتسارعة " يشكل وجودهم في مواقع الاحداث بصحبة طاقم التصوير، المصدر الأبرز للقصة الاخبارية التي يقومون بتغطيتها سواء من حيث

المعلومات أو التطورات الإخبارية الخاصة بها ، وهو ما يحدد غالبا الطريقة التي سيتعامل معها محرر الخبر من داخل غرفة الأخبار في التعليق عليها⁽¹⁾.
و لكل مؤسسة إعلامية شبكة من المراسلين تتوزع بمختلف المناطق التابعة لتغطيتها الجغرافية وفي بعض الأحيان تكون خارج البلد حسب إمكانات كل قناة وحسب تخصصها وتتلخص مهمة المراسل بتغطية الأخبار والأحداث المختلفة ،ويجب على المراسل أن يعرف المنطقة المكلف بالمراسلة منها جيدا والإلمام بثقافتها وفي بعض الأحيان اتقان لغتها أو لهجتها المحلية وضرورة الاحتكاك اليومي مع أفراد هذا المجتمع ومختلف الفاعلين فيه خاصة المسؤولين.

ب- المندوب:

يقوم المندوب بالخروج الى الميدان في حال تلقيه المعلومة وأمر من رئيس المندوبين أو رئيس التحرير مباشرة حيث يقوم بجمع المادة الإخبارية من مكان الحدث ما يحتم عليه بذل جهد للتقرب من مصادر الأخبار الصحيحة والسريعة في رصد المعلومة والقيام بتغطية جيدة بالتعاون مع بقية الطاقم المرافق له فنجاح أي تغطية إخبارية يتوقف على مهارة المندوب ومدى التفاهم والتنسيق بين الطاقم.

ج- المصور:

عمل المصور مكمل لعمل المندوب أو المراسل ولا يقل أهمية عنهما ويعتمد عمله تصوير المشاهد المؤثرة بدقة وجودة تعجب المشاهد وتخدم المادة الإخبارية فعمل المصور هو عمل فني بامتياز يعتمد على المهارة والحس الفني ودقة الملاحظة ومعرفة استخدام كاميرا التصوير وتقنياتها المختلفة ،ويعتمد التلفزيون على عدة مصادر للصور وهي:

(1) - أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع بيروت، 2005 ، ص110

* صور حية من داخل الاستوديو.

* صورة حية من خارج الاستوديو.

* صورة مسجلة على أشرطة الفيديو أو شرائح فيلمية أو صور ثابتة ويتم بثها من خلال الأجهزة الخاصة بعرضها من داخل أجهزة العرض.

د- موزع الإضاءة:

يتمثل دوره الرئيسي في توفير الإضاءة حتى سهل نقل الصور بطريقة واضحة خاصة في الأماكن المظلمة كتصوير المشاهد في الليل أو تحت الغيوم ما يؤثر سلبا على نوعية الصور ،وتلعب الإضاءة دورا رئيسيا في نقل الصور سواء داخل أو خارج الاستوديو فسوء الإضاءة أو نقصها يفسد المشاهد واللقطات ما سيؤثر سلبا على المادة الإخبارية المراد جمعها ما يرشحها للبث أو عدم البث فذلك يتوقف على جودة التصوير ونوعية الإضاءة.

هـ- ملقط الصوت:

يعطي الصوت مزيدا من الحيوية والحركة وأكثر تعبيراً للصور الملتقطة من أماكن الأحداث ما يحتم على مندوب الأخبار اصطحاب تقني مختص في التقاط الصوت وهو المسؤول على كل النواحي الصوتية في النشرة الإخبارية فتعدد مهامه كتوصيل اللحن الموسيقي والكلمات والمؤثرات الصوتية وكافة الأصوات التي يتطلبها العرض الإخباري ويتحقق من عمل الميكروفونات ومستوى الصوت وجودته .

- رغم أهمية كل عنصر في طاقم التغطية الإخبارية إلا أن ثورة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال أتاحت الكثير من الفرص للصحفي أو المراسل للعب أدوار أخرى عدا رصد

الخبر أو المعلومة فأصبح بإمكانة التصوير بنفسه والتقاط الصوت والتحكم في الإضاءة ما يجعله العامل الرئيسي في إعداد النشرة الإخبارية.

11- أفراد العمل من خارج قسم الأخبار:

هم في الغالب أشخاص ينتمون إلى مؤسسات مستقلة عن المؤسسة الإعلامية يمتازون بالتخصص في ميدان معين يمكن للمؤسسة الإعلامية الاستعانة بهم كلما اقتضت الضرورة أحيانا بشكل دائم وأحيانا أخرى بصفة دورية ونذكر منهم ما يلي:

أ- **المحللون:** أو الخبراء في مجال معين والذين يتصفون بالإلمام بميدان ما وذوو كفاءة علمية مهمتهم التحليل والتعليق في بعض المواضيع وإبداء وجهات نظرهم فيها.

ب - **خبراء الطقس:** ينتمون إلى مؤسسات الرصد الجوي يقومون بإنتاج النشرات الجوية اليومية أو الطارئة وذلك بإعداد لوحات الجرافيك وخرائط الطقس وتعريف المتلقي بأحوال الطقس الآتية والتنبؤ بالوضع الجوية المستقبلية.

ملاحظة: في بعض المؤسسات الإعلامية ذات الإمكانيات المحدودة قد لا نجد رئيس التحرير بل مجرد صحفي فقط مكلف بتسيير قسم الأخبار دوره التنسيق بين زملائه تحت وصاية مدير المؤسسة بينما قد نجد مدير المؤسسة هو المسؤول الأول والمباشر على قسم الأخبار حيث يقوم هو شخصيا بانتقاء الأخبار وعقد الاجتماعات اليومية مع العمال وتكليفهم بمهام متنوعة، بالمقابل في المؤسسات الإعلامية الميسورة الحال نجد منصب مدير الأخبار و تتمثل مهمته الرئيسية في وضع الخطوط العريضة للسياسة العامة للمؤسسة ومراقبة العمال ويكون على اتصال مباشر مع مدير المؤسسة ورئيس التحرير وفي بعض الأحيان مباشرة مع عمال غرفة الأخبار.

المبحث الثالث: الأنواع الصحفية في نشرة الأخبار

قبل الحديث عن الأنواع الصحفية في التلفزيون واستخدامها في النشرات الإخبارية يجب التنبيه إلى أن مفهوم الأنواع في التلفزيون لازالت بحاجة إلى الجهد والتفكير قصد تحديدها وتوضيحها والسبب في ذلك لا يعود لقصر عمر التلفزيون بل يعود إلى عاملين أساسيين:

- ارتباط الإنتاج التلفزيوني الوثيق بالصحافة وبتفرغ الإنتاج الفني .

- استفادة الإنتاج التلفزيوني من التسهيلات التقنية الجديدة وتطور تكنولوجيات البث والتوزيع.

- يتفق الباحث نصر الدين العياضي مع أديب خضور على أن الأنواع الصحفية هي "صيغ وأشكال تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة تتميز بطابع الثبات والاستمرارية تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح تسعى لتقديم وتحليل وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات مستهدفة ذلك إيصال رسالة محددة للقارئ تخاطب بها ذهنه ومشاعره قصد ترسيخ قناعة محددة لديه ومن ثم تمكينه من فهم الواقع على ضوء هذه القناعة وبالتالي لان يسلك سلوكا يتوافق معها"⁽¹⁾

وطبيعة عرض الخبر هي المحدد الأساسي لنوع النشرة الإخبارية، فإذا تم عرض أي خبر مختصر فحن بصدد التطرق إلى شكل (النشرة الإخبارية)، وإذا تطرقنا إلى الخبر نفسه لكن بصفة الإيجاز والاختصار، فإننا نتطرق إلى شكل آخر وهو الموجز الإخباري، وإذا تم تدعيم الخبر ببعض المعلومات الإضافية أو الخلفيات المرتبطة بالخبر والحدث فيجيء في شكل التحليل الإخباري، وعندما يتعلق الأمر بالتعبير عن الرأي الخاص بالقائم بالاتصال أو القناة التلفزيونية فهنا نتحدث عن قالب التعليق الإخباري لذا سنحاول التطرق إلى الأنواع الصحفية التي يكثر استخدامها في النشرات الإخبارية وهي:

(1)- نصر الدين العياضي، مسألة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 151.

1- المقال الافتتاحي:

2- "هو نوع صحفي يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة ورؤيتها في مجال الحياة اليومية سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لكن غالبا يهتم بالقضايا الجادة تاركا القضايا الخفيفة لغيره من الفنون الصحفية الأخرى ويتولى رئيس التحرير بنفسه كتابة المقال الافتتاحي إذا كانت القضية سياسية وتستدعي الإدلاء برأي حاسم وبناء"⁽¹⁾

تقتضي العادة استغلال المقالات الافتتاحية في بداية النشرات الإخبارية والبرامج الخاصة للإذاعة والتلفزيون وأخذت هذه العادة عن الصحافة المكتوبة التي تكتب مقالاتها الافتتاحية في الصفحة الأولى وفي أهم زاوية وفي إطار واضح وبسيط ومتميز، وإذا كان القارئ للصحيفة يملك حرية الاختيار في بدء قراءة الصحيفة من أية صفحة يشاء سواء أراد التقديم أو التأخير فان المشاهد لا يمكنه ذلك.

و يقوم المقال الافتتاحي على الدمج المنسجم بين الصورة والصوت والنص وفي خاتمة المقال يمكن استغلال صورة أو أحاديث تتسجم مع غرض المقال ويفضل بعض كتاب المقالات الافتتاحية أن تكون الدعوة إلى اتخاذ مواقف عن طريق أشخاص أو شخصيات مشهورة ومؤثرة في المجتمع.

2-الخبر التلفزيوني:

يعرفه عبد الستار جواد: "الخبر هي معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة أحداث جارية أيا كان نوعها وفي أي مكان من العالم تقارن بمعلومات أساسية أخرى رويت بأمانة ودقة وجمعت على شكل خبر، وقد أختيرت بموضوعية ودونما موازنة مصطنعة أو

(1)-نبيل أبو راغب، العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للكتاب، القاهرة، 1999، ص 222.

دافع سياسي من قبل الصحفيين المحترفين تتضمنها نشرة إخبارية لأنها ممتعة ومهمة أو لأنها تناسب جمهور النشرة من وجهة نظر صحفية⁽¹⁾

إن تحليل هذا التعريف الشامل من شأنه أن يضع أمام الباحث الإعلامي إطارا عاما للعملية الإخبارية يلبي الى حد كبير حاجة دارسي الأخبار في فهم واضح لطبيعة الخبر فهو يقوم على أربعة ركائز:

- الأخبار هي أحداث وقعت بالفعل.
- الأخبار هي وقائع أنية أي وقائع جديدة
- الأخبار هي وقائع مهمة.
- الأخبار هي وقائع مختارة ومكتوبة في قالب صحفي.

يرى ولبر " شرام" أن الأخبار هي من العناصر الأساسية لوسائل الإعلام والخبر التلفزيوني هو أساس النشرات الإخبارية التلفزيونية وعنصرها الأول، والخبر التلفزيوني هو خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتلى أطقم التغطية الإخبارية نقله أو تسجيله على أفلام وشرائط والخبر التلفزيوني عبارة عن مجموعة من اللقطات المصورة الواحدة تلو الأخرى، ينتمي إلى الصحافة والنوع الإخباري، ويتراوح طوله في النشرات الإخبارية بين (20 و24ثا) في القنوات التلفزيونية التي تعرف تدفقا إخباريا كبيرا خاصة في الدول المتقدمة وتتراوح مدة الخبر التلفزيوني ما بين دقيقة ونصف ودقيقتين في القنوات التلفزيونية ذلت الامكانيات المادية والبشرية المحدودة والتي تنتشر في دول العالم الثالث، ويتنوع ويختلف الخبر التلفزيوني بتنوع واختلاف المواضيع والتخصصات والمجالات .

(1)-جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، ط 3، دار مجد لاوي، الأردن، 2001، ص 48.

3-التقرير: يتم من خلال وصف جميع التفاصيل والجوانب التي تهم المتلقي حيث يتم تدعيمها بالتصريحات والمعلومات و الصور و الوثائق لحدث أو وقائع كما عايشها المحرر و حصل عليها و ينقسم التقرير التلفزيوني في نشرات الأخبار إلى قسمين:

أ-التقرير الإخباري:

هو تقرير قائم على البحث في مصادر الأحداث و القضايا و الظواهر و تطوراتها الزمنية ، و حضور الصحفي في عين المكان في هذا النوع غير مطلوب، و هذا إما لأن الموضوع (التغطية) ينتظر حدوثه أو لأن الموضوع حدث فعلا و لا يستطيع الصحفي متابعته مباشرة بسبب البعد،"يقوم هذا النوع بعرض و شرح وتفسير بعض الزوايا أو الجوانب من الأخبار والأحداث بتقديم بيانات أو معلومات عنها لا يعطيها الخبر الصحفي ولا يخوض في تفاصيلها أو بتقديم الخلفية التاريخية للحدث الذي يتناوله والتي من شأنها إيضاح الجوانب الغامضة منه"⁽¹⁾

يقوم التقرير بأداء عدد من الوظائف:

1. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقه في النشر.
2. تقديم الخلفية التاريخية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، لتوضيح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.
3. إبراز زوايا جديدة عن حدث معروف.

(1) -فرانس فاير، الصحافة الاشتراكية،ترجمة نوال حنبلي وآخرون معهد الإعداد الإعلامي،دمشق،1977،ص 112.

4. تقديم تقييم لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير أو حتى التي يتوصل إليها بنفسه.

- و نظرا لاختلاف الخبر الصحفي عن التقرير فإن طريق كتابتهما تختلف شيئا ما عن بعضهما البعض، وغالبا ما يكتب بطريقة أو بقالب متشابهة بطريقة الهرم المعتدل أي أن هناك تمهيد للتقرير أو مدخل يقدم للموضوع الذي يتناوله التقرير وهذا التمهيد لا يعني الخلاصة أو أهم ما في التقرير ولكن الأخبار الهامة تأتي في صلب التقرير أو جسم الهرم الذي يحوي تفاصيل وصور عن الموضوع يكتبها الصحفي قبل أن ينتقل إلى الخاتمة التي تتضمن نتائج التقرير أو ما وصل إليه موضوع التقرير.

أنواع التقرير:

أ- **التقرير الحي:** هو التقرير الذي يكون فيه الصحفي شاهد عيان في تغطية الحدث و يركز على التصوير الحي للوقائع أكثر من التركيز على شرحها فهو يتناول الأحداث الجارية لكنه يركز على وصف الحدث نفسه وصفا دقيقا دون تحليل المعلومات والبيانات الخاصة به ، وتتراوح مدته من (1 إلى 3 دقائق).

ب - **تقرير عرض الشخصيات :** و هذا النوع الصحفي قليل الإستعمال لأنه يركز على صانعي الحدث ، مثلا : تكليف رئيس الجمهورية لشخصية ما بتشكيل الحكومة : يتطلب من الصحفي تقديم سيرة ذاتية لهذه الشخصية ، و يجب أن يحرر بطريقة علمية خالية من أي لمسات ذاتية.، وتتراوح مدته بين دقيقة ونصف وأربع دقائق.

ت- **التقرير التحليلي:** يتميز هذا النوع بالتعمق في الحدث من خلال الإلمام به وتحليله والبحث في خلفياته بالإستعانة بخبراء ومختصين في الموضوع الذي يدور حوله التقرير الذي يقوم بإعطاء توضيحات حول حدث ما يمكن استخدامه كأداة تمهيدية و شارحة لتقرير المواعيد المحددة ، وتتراوح مدته من (1.5 د إلى 3.5 د).

-إن التقسيم السابق لأنواع التقرير التلفزيوني يقوم على مضمون التقرير،بينما يوجد تقسيم آخر مبني على طريقة القاء التقرير في النشرة الإخبارية حيث يمكن أن نميز أربعة أساليب:

- إلقاء التقارير على الهواء مباشرة.
- تسجيلها في الاستوديو وإلقائها على الهواء في وقتها المحدد وتقدم كاملة من بدايتها حتى نهايتها في عرض واحد دون انقطاع.
- إلقائها على الهواء مباشرة مع السماح بمقاطعة التقرير في حالة وجود خبر عاجل أو استفسار ثم العودة إلى تقديم باقي التقرير .
- تسجيل فيلمها في الاستوديو وفي مواقع الأحداث ثم إجراء عملية الربط بواسطة التركيب.

و خلاصة القول أن التقرير الصحفي باختلاف أنواعه لا بد وأن يحتوي على:

- أ- مقدمة التقرير الصحفي: وهي عبارة عن تمهيد يهيئ القارئ للموضوع، وتعتمد على مدى جذب انتباه القارئ ومن ثم دفعه إلى متابعة بقية التقرير.
- ب- جسم التقرير الصحفي: وهو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير، كما يضم الشواهد والأدلة والحجج المنطقية التي تدعم الموضوع، وترتبط بين الوقائع.
- ت- خاتمة التقرير الصحفي: وهي التي يجب أن تضم تقييم المحرر لموضوع التقرير وتعرض النتائج التي وصل إليها المحرر.

4- الروبورتاج:

"هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشئها وتكوينها وتطوراتها، بحيث تحمل الكاميرا الى المشاهدين صورة الحاضر وتخلق فيهم الإحساس بالمشاركة يولد هذا

الإحساس تأثيراً قويا -نتكلم هنا عن الروبورتاج التلفزيوني- لا تستطيع أي وسيلة إعلام جماهيرية أخرى تحقيقه ،وهو الذي نسميه قوة تأثير الحضور أو المشاركة⁽¹⁾

ويسمح الروبورتاج التلفزيوني بالتعرف على حيثيات وخلفيات الاحداث ويوضح الأسباب ويجيب على الأسئلة الستة مما لا يترك أي مجال للمتلقي للتساؤل وهناك نوعين من الروبورتاج المصور :

أ-الروبورتاج الحي: هو الذي يطلق عليه المحترفون تغطية ويدور حول حدث اني يقدم المعلومات ذات الطابع الإخباري ويكون حضور الصحفي واضحا في الصورة التي تغطي الحدث باعتباره الشخصية الأساسية والمركزية.

ب-الروبورتاج الموضوعاتي:هو الذي يدور حول القضايا والاحداث غير الآنية ولا يلتزم بتقديم أخبار ومعطيات مرتبطة بحدث بعينه بل ينطلق منها لرصد ردود فعل المجتمع .

5- التصريح الإخباري:يعتبر أسهل أنواع التغطية الصحفية ويتمثل عادة في التصريحات والبيانات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون ويشترط في التصريح الإخباري لكي يرد في النشرة الإخبارية أن يكون يهم الرأي العامة ون يكون حاليا أو مستقبليا في موضوع مهم،وأن يتميز بالوضوح،الاختصار ،عدم التكرار وقصر مدته الزمنية.

6- المقابلة الإخبارية:نوع من المقابلات يقوم باستجواب شخص أو مجموعة أشخاص لهم صلة مباشرة مع الحدث محل التغطية يبحث من خلالها الصحفي أو المراسل على اجابة أو إجابات مختصرة من خلال طرح سؤال أو أكثر ويمكن أن تكون هذه المقابلات من موقع الحدث.

(1)-بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، ط1، بناية الصحافة ،دمشق، 1990، ص 132.

د- التعليق التلفزيوني: يقصد به إبداء رأي موضوعي حول موضوع ما أو حادثة معينة ويجب أن يتصف المعلق بالخبرة الكافية وتنوع ثقافته وإلمامه بالموضوع وخلفياته والتميز بروح الإقناع، ويوظف التعليق في التلفزيون وفق ثلاثة أشكال وهي:

• التعليق على الصورة: يقوم هذا النوع على كتابة نص لصورة موجودة

بغرض تفسيرها.

• التعليق بالصورة: تستخدم فيه الصورة يقوم على كتابة نص للربط بين مختلف

الصور.

• التعليق المصور: تعليق إخباري يشبه التعليق الإذاعي ولكن تستخدم فيه الصور

والتصريحات والبيانات كشواهد وأدله من أجل إقناع المتلقي.

ه- التحقيق التلفزيوني: التحقيق الصحفي كنوع صحفي لا يصبو الى تقديم

أخبار ومعلومات عن الوضعية أو المشكل ولا يهدف الى وصفها بنوع من التآني

والتفصيل وإن فعل ذلك فيصهره في إطار نظرة متماسكة ومتكاملة تصب في

اتجاه طرح المشكل قصد الدراسة والتحليل مجيب عن سؤال واحد ومركزي هو

لماذا؟⁽¹⁾

التحقيق الصحفي يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية والاقتصادية أو

السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة

التي يدور حولها التحقيق. كما يعتبرن التحقيق بمثابة فرضية تتطلب البحث، للوصول

إلى لنتائج والأسباب الحقيقية ليثبتها التاريخ⁽²⁾، ويقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة

أو مشكلة أو قضية أو فضيحة يلتقطها الصحفي الذي يعيش فيه، وبعد ذلك يقوم بجمع

المادة بمادة يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع ثم المزج بينها

(1)-نصر الدين العياضي، اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق ، ص 60.

(2) -MARK LEE HUNTER :L'enquête par hypothèse : manuel du journaliste d'investigation ,paris ,2009 , p02

للوصول إلى الحل الذي يراه صالحا لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي⁽¹⁾.

- و يقسم التحقيق الصحفي إلى تحقيق قصير وتحقيق للكشف ويعتبر الأول هو أنسب أنواع التحقيقات للاستخدام في نشرات الأخبار كونه يناسبها من حيث المدة الزمنية ومزيجها الإخباري الذي يتطلب التنوع في الأنواع الصحفية .

و- الحديث الصحفي:

هو عبارة عن نوع صحفي إخباري بالدرجة الأولى، قوامه إجراء المقابلة التي تتمحور حول شخص أو شخصية معينة⁽²⁾، الحصول على المعلومات والمعارف والأخبار، أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب غريبة وطريفة تخص شخصية معينة، ويوجد من الباحثين الذين فصلوا بين نوع الحديث الصحفي والمقابلة الصحفية، حيث تم ربط المقابلة بالريپورتاج الصحفي⁽³⁾.

فعلى الصعيد العالمي، أبرمت المؤسسات الإعلامية الفرنسية مع نظيرتها اليابانية اتفاقية صحفية حول طريقة ومنهجية لتحرير المقابلة الصحفية والتفريق بين المعلومات والتعليقات⁽⁴⁾.

ز- البورتريه: كان في البداية مقتصرًا على عالم الفن ثم دخل إلى ميدان الصحافة وأصبح فنا صحفيا مستقلا كباقي الأنواع الصحفية وهو من الانواع الإبداعية ويكون حول شخصية حية أي ما تزال على قيد الحياة، وكذلك عن شخصية متوفاة للتعريف بها

(1) - فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتاب للنشر، مصر، دس، ص 93.

(2) - CLEMI Académie Orléans Tours : fiche de L'interview radiophonique, , France, 2011 - 2012,p02.

(3) - غازي زين عوض الله، الأسس الفنية للحديث الصحفي، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1996، ص 10-11.

(4) - Roselyne Ringoot et Jean-Michel U tard: les genres journalistique, l'harmattan,2009,p267.

وبانجازاتها وتطلعاتها ويكون بأسلوب يغلب عليه لغة مليئة بالصور البيانية والمحسّنات البديعية واستعمال لقطات وصور تلفزيونية تجذب المشاهد.

خلاصة الفصل

تركز القنوات التلفزيونية على بناء النشرات الإخبارية التي تعد بمثابة واجهة القناة و هي تتويج لعمل كافة أعضاء الفريق الصحفي الذي قام بإنتاج التقارير وتعتبر عن الخط التحريري الذي قرره رئيس التحرير وفريقه إذ تساهم في جذب المشاهد فتعمل على تنويع المزيج الإخباري في النشرات وتكثيف الأخبار وتركيزها وتقديم أكبر عدد من الأخبار في أقل وقت ممكن مع الأخذ بعين الاعتبار للطرق الحديثة في تصميمها وإعدادها وإخراجها شكلا ومضمونا بفضل تعاون أفراد الطاقم سواء الفرق التقنية أو التحريرية وحتى الإدارية، ويتم ذلك بتوجيه المسؤولين وسرعة التنفيذ والتنسيق الكبير بين أعضاء الطاقم وتوزيع المهام للتحكم في عامل الزمن.

الفصل الثالث:المشهد السمعي البصري في الجزائر.

المبحث الأول : تطور التلفزيون في الجزائر.

المبحث الثاني: قانون السمعي البصري في الجزائر.

المبحث الثالث:الصحفي الجزائري بين المهنة والتشريع.

تمهيد

عرف قطاع السمعي البصري في الجزائر عدة تحولات عميقة بدء من إسترجاع السيادة على الإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى إقرار التعددية الإعلامية بعد ظهور عدة تشريعات إعلامية لتنظيم القطاع والتي أختتمت بتخصيص قانون للسمعي البصري لتنظيم المهنة خاصة مع الانفتاح الإعلامي الذي تعرفه الجزائري والذي كان من نتائجه ظهور عدة قنوات تلفزيونية خاصة متنوعة،موضوعاتية،إخبارية ومتخصصة والتي ساهمت في إشباع حاجات المواطن الجزائري الذي أصبح يفاضل بين هذه القنوات رغم الغموض القانوني الذي يشوب نشاطها،في هذا الفصل سنتطرق إلى تطور التلفزيون في الجزائر وأهم التشريعات الإعلامية التي رافقته إضافة إلى التعرض لوضعية الصحفي الجزائري والمشهد السمعي البصري الحالي في الجزائر.

المبحث الأول: تطور التلفزيون في الجزائر

أولاً-التلفزيون العمومي: مر التلفزيون الجزائري بعدة مراحل إذ تأثر بالظروف السياسية والإقتصادية والإجتماعية التي مرت بها الجزائر ويمكننا رصد المراحل التالية:

أ- مرحلة ما قبل الإستقلال:

في أواخر العشرينات من القرن العشرين ظهرت الإذاعة وكانت منذ بدايتها تابعة للحكومة الفرنسية تحت الإشراف الفني لوزارة البريد وكانت موجهة آنذاك للأقليات الأوربية الموجودة بالجزائر، لتبادر بعدها السلطات الاستعمارية بإنشاء قناة إذاعية بالعربية سنة 1943 وأخرى بالأمازيغية سنة 1948، أما بالنسبة للتلفزيون لم يكن عليه رفع كل التحديات التي واجهته منذ اللحظات الأولى التي ظهر فيها، حيث ظهر في مرحلة صعبة من تاريخ الجزائر وفي فترة حساسة جدا، فعلى غرار الإذاعة الجزائرية دخل التلفزيون في وقت متزامن مع إحتدام الصراع وإشتعال الثورة بين الجزائريين وفرنسا أو بعد وقت قصير حيث جاء أول تدشين تلفزي تابع للاستعمار يوم 24 ديسمبر 1956، وكانت أول محطة إرسال تقام بكاب "ماتيفو" تمنفوست حاليا على بعد 20 كلم من العاصمة وكانت مزودة بجهاز قدرته 500 واط مما جعل الإرسال يصل إلى مدينة الجزائر وضواحيها فقط"⁽¹⁾

وكانت تبث البرامج باللغتين العربية والفرنسية والتي لم يتجاوز حجمها الساعي 31 ساعة في الأسبوع، وكان التلفزيون أيضا وسيلة بالنسبة للفرنسيين للدعاية ودعم السياسة الفرنسية الداخلية والخارجية ونشر الثقافة الفرنسية وعادات وتقاليد ولغة المستعمر، فمحطة الجزائر لم تكن سوى محطة إرسال تابعة لمحطات التلفزيون الفرنسية وتحمل قيم المجتمع الفرنسي وتحاول الترويج للسياسة الإستعمارية المرجوة من احتلاله

(1) - رمضان بلعمري، القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيا

الجزائر، فكان التلفزيون آنذاك مصمما لخدمة النوايا الاستعمارية السياسية وكانت الإدارة الاستعمارية تهدف من وراء⁽¹⁾ إدخال هذا الجهاز الحساس إلى نشر ثقافة الهيمنة وتكريسها انطلاقا من مركز البث في فرنسا مرورا بالمحطة المركزية بالعاصمة ومحطتي قسنطينة ووهران ،يومها كانت البرامج المقدمة لخدمة وتمجيد المستعمر يتم تحضيرها في فرنسا وهي موجهة أصلا للمعمرين وتلبية لحاجاتهم الإعلامية ، وكما هو ملاحظ فان التلفزيون الاستعماري كان شبه محرم على الجزائريين إذ كان كل أفراد طاقمه أجنب أو فرنسيين حيث كان يتكون من 16 صحفيا و5 مصورين و 45 إداريا و 170 تقنيا أما في ما يخص مضامين البرامج فكانت هناك نشرة إخبارية بالعربية في بداية السهرة ومرة في الأسبوع يتم بث سهرة ترفيهية موجهة لجمهور الجزائريين الذي كان يشكل أقلية بالنظر إلى كون أغلبية الشعب لم يكن بمقدورها آنذاك شراء جهاز التلفاز .

ب-مرحلة الإستقلال:

بعد استقلال الجزائر اتخذت التدابير اللازمة من اجل استرجاع السيادة على مبنى الإذاعة والتلفزيون، لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية وتكملة الاستقلال السياسي ، وكذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن طمس الهوية الجزائرية الذي استعمله المستعمر طويلا، ليتم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للمرناة (التلفزيون) من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962، فقد كانت بنود اتفاقية ايفيان تقضي ببقاء مؤسسة المرناة (التلفزيون) تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية، إلى أن صدر المرسوم المؤرخ في الفاتح من أكتوبر 1962 تحولت بموجبه المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني،

عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة الجزائرية احتكار الدولة لها وتسييرها ومراقبتها .

مع نهاية الخمسينات وبداية الستينات بدأ التلفزيون ينتشر في بعض البلدان العربية، وتزامن ذلك مع خروج الجزائر من معركة التحرير ضد الإستعمار الفرنسي فسارعت إلى الإهتمام بهذه الوسيلة الإعلامية رغم المشاكل التقنية الكبيرة التي صادفتها إضافة إلى طبيعة وتركيبية المجتمع الجزائري الذي كان يعاني من الفقر ونقشي الأمية وتدني المستوى الثقافي للجزائريين، والذين لا يستطيعون لا الكتابة ولا القراءة، هذا ما يعني أن أغلب الجزائريين لا يمكنهم تصفح الجرائد فسارعت الدولة إلى الإهتمام بالميدان السمعي والسمعي البصري، وهذا ما حدث بعد سنوات قليلة من الاستقلال وبالضبط من سنة 1966 إذ بذلت السلطات الجزائرية جهودا جبارة لتقوية وتطوير الإذاعة والتلفزيون وتمحورت هذه المجهودات في ثلاثة محاور رئيسية وهي:

- ✓ **زيادة الدعم المالي:** وذلك من خلال الزيادة الكبيرة في المنحة التي تعطيها الدولة للإذاعة والتلفزيون من أجل التجهيزات وإقتناء وسائل عمل مريحة.
- ✓ **تكثيف الدعم التقني:** وذلك بتوسيع شبكات الإرسال وتوزيعها جغرافيا على الجهات الأربع للوطن وهذا بهدف توسيع شبكات الإرسال وتقويتها .
- ✓ **توفير أجهزة الاستقبال:** وهذا لتسهيل عملية التقاط البثين الإذاعي و التلفزيوني حتى يتمكن المواطن الجزائري من متابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

عملت الدولة الجزائرية على تحقيق التحول من إعلام ثوري إلى إعلام موجه ففي البداية كانت الوسائل والإمكانات المادية قليلة جدا وقد كانت بعض وسائل الإعلام تخضع في توجيهها وتسييرها لوزارة الإعلام، وقد كانت في المقابل وسائل أخرى تخضع لإشراف جبهة التحرير الوطني، وكانت الميزانية التي خصصتها المصالح المختصة بشؤون الثقافة والإعلام لهذا القطاع ضعيفة وبدأت هذه الميزانية في التحسن خاصة بعد سنة 1966 حيث صدر مرسوم بتاريخ 19 أكتوبر 1967 يقضي بإعادة هيكلة الإدارة

المركزية لوزارة الإعلام، وقد جعل هذا المرسوم جميع وسائل الإعلام بما فيها التلفزيون مؤسسات عمومية تابعة للدولة وتخضع لإشراف وزارة الإعلام⁽¹⁾

ولم يمر شهر واحد على هذا المرسوم حتى صدر مرسوم آخر في 11 نوفمبر 1967 نصت المادة الأولى منه على اعتبار: "الإذاعة والتلفزيون مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتتميز بالشخصية المعنوية واستقلالية وتحكّر بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية وبقيت المؤسسة تحت اسم الراديو والتلفزيون اللذان كانا يتقاسمان الميزانية والتي بلغت ذروتها سنة 1978 حيث قدرت ب 159 مليار دينار"⁽²⁾

وقد تبنت الجزائر آنذاك سياسة مركزية لاستيراد أجهزة الاستقبال للتوجه بعدها إلى إقامة صناعة في هذا المجال بقيادة المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية، وقد تمكن التلفزيون في وقت وجيز من التماشي مع مرحلة التطور، إلا أن التلفزيون الجزائري كان الوسيلة السمعية البصرية الوحيدة التي تنشط في الجزائر وتحت سيطرة السلطة إذ يعتبر الدكتور احمد حمدي في كتابه "دراسات في الصحافة الجزائرية" إن الصحافة الجزائرية في الفترة ما بين 1962 و 1982 حاله كاليتم الذي لا يلتفت إليه أي شخص إلا ليتصدق عليه أو ليقهره"⁽³⁾، وهذا للدلالة على التبعية الإدارية والمالية لمؤسسة التلفزيون للسلطة التي تتحكم وتراقب كل ما يبث فيه.

ج- مرحلة إعادة الهيكلة:

عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة الجزائرية أول تحولاتها منذ سنة 1986، بعد إعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون الجزائري RTA تم فصل التلفزيون عن الإذاعة وظهرت مؤسستين

(1) - زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 98.

(2) - صالح بن بوزة، وسائل الإعلام بعد الاستقلال (1962-1978)، مرجع سابق، ص 19.

(3) - أحمد حمدي، دراسات في الصحافة الجزائرية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 106.

أخرتتين وهما مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي ENDTD و مؤسسة السمعي البصري ENPA، وذلك بموجب المرسوم الرئاسي رقم 86-147 المؤرخ في 24 شوال 1406 هـ الموافق ل 1 جويلية 1986 الذي يتضمن تأسيس المؤسسة الوطنية للتلفزيون "وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ولها مهمة اجتماعية وثقافية وتتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلالية المالية، وتابعة لوصاية وزارة الاتصال والثقافة"⁽¹⁾، وبهذا أصبح التلفزيون مؤسسة مستقلة حيث تمت إعادة هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى أربع مؤسسات مستقلة وهي:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة ENTV.
- المؤسسة الوطنية للإذاعة ENRS .
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي و التلفزي ENTD .
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري ENPA .

هـ - مرحلة ما بعد إعادة الهيكلة:

تحول التلفزيون إلى مؤسسة عمومية ذات طابع إقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 21 افريل 1991، والذي قدم عدة تصورات وأهداف جديدة خاصة بتسيير المؤسسة الوطنية للتلفزة إذ نص على تحويل المؤسسة الوطنية للتلفزة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بعدما كانت في ظل مرسوم 1986 مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي والاختلاف بين الطبيعتين كبير جدا، كما حدد هذا المرسوم مهام المؤسسة وفق دفتر شروط وهي :

- احترام حرية التعبير والتعددية لمختلف التيارات والآراء والأفكار ضمن احترام مبدأ

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المرسوم الرئاسي رقم 86-147 المؤرخ في 1 جويلية 1986 الذي يتضمن تأسيس المؤسسة الوطنية للتلفزيون و المرسوم الرئاسي رقم 86-146 المؤرخ في 1 جويلية 1986 الذي يتضمن تأسيس المؤسسة الوطنية للإذاعة، الجريدة الرسمية، العدد 27 ، 02-07-1986.

المساواة في المعالجة للموضوعات والشفافية والاستقلالية واحترام توصيات المجلس الأعلى للإعلام والذي تم حله سنة 1993، وحولت مهامه إلى وزارة الاتصال والثقافة كما تضمن دفتر الشروط موضوعات أخرى كالهوية العمومية للقناة والتي يجب أن تركز على الركائز الثلاث: الإعلام، التربية والترفيه، كما يحدد كذلك حصص بث البرامج الوطنية وبعض القواعد العامة في ما يتعلق ببث الإعلان أو الإشهار.

- تعويض مجلس التوجيه بمجلس للإدارة يتكون من 10 أعضاء فقط لكنه يتمتع بصلاحيات أوسع مهمته السهر على ضمان استقلالية الخدمة العمومية للتلفزيون واحترام ما جاء في دفتر الشروط، ويرأس مجلس الإدارة من طرف المدير العام للمؤسسة على عكس مجلس التوجيه السابق الذي كان يترأسه وزير الإعلام والثقافة. ما يمكننا ملاحظته حول هذا المرسوم انه اتجه إلى منح استقلالية أكثر للمؤسسة الوطنية للتلفزة والتخلص تدريجيا من وصاية وزارة الإعلام والثقافة ووصايتها السابقة.

و- مرحلة إطلاق قنوات جديدة:

جاء السعي لإطلاق قناة تلفزيونية ثانية في الجزائر بهدف إيصال القناة المحلية بشكل أو بآخر عبر الساتل خارج الحدود الوطنية، وبهذه الأهداف شرعت التلفزة الوطنية في بث برامجها باتجاه دول شمال إفريقيا و جنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوربي " اوتل سات"، الذي يشمل حقل تغطية شمال الصحراء ابتداء من 20 أوت 1994، و هذه القفزة الفريدة من نوعها منذ الاستقلال ستمكن الجالية المقيمة بأوروبا والمغرب العربي من التقاط هذه البرامج التلفزيونية عن طريق الهوائيات المقعرة، وقد تم اختيار تاريخ 20 أوت 1994 لانطلاق البث التجريبي للقناة نحو الخارج، فكان هذا من بين أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون مع بداية التسعينيات لربط التواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج و لهذا كان ميلاد قناة الجزائر Canal Algérie في أكتوبر 1994،

وما هي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001، وتطور البث وتوسع نطاق التغطية بفضل الانتقال من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي وهو ما انعكس إيجاباً على أداء هذه القنوات كما ونوعاً واستقطب الجمهور داخل وخارج أرض الوطن .

ثانياً - القنوات الخاصة:

ظهرت في الجزائر مع الثورة التكنولوجية الكبيرة التي يعرفها العالم عموماً و الانفتاح السمعي البصري في الجزائر خصوصاً، إذ عرفت الجزائر في نهاية الثمانينات عدة تغيرات إقتصادية وسياسية خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988 والتي أسفرت عن إقرار التعددية السياسية ومعها التعددية الإعلامية ما ساهم في ظهور الصحافة الخاصة وتسمى أيضاً الصحافة المستقلة و ذلك بعد لائحة مولود حمروش و قانون الإعلام الجديد 90-07، و يوجد نوعاً ما تقارب بين مفهومي الصحافة المستقلة و الصحافة الخاصة و كثيراً ما أضيفت صفة الخوصصة لصفة الاستقلالية لكون هذه الأخيرة غير قابلة للتجسيد على أرض الواقع لعدة إعتبارات، كما اعتبرت كتابات أخرى أن تسمية صحافة مستقلة مبالغ فيها و الأصح هو تسميتها بالصحافة الخاصة التي تخضع لتوجيه السلطة أو تحديد اتجاهها ، لكن هذا لا يمنع من الجزم بتبعية هذه الصحافة لقوة المال و السياسة لأنها تتغذى من الإشهار. فالاستقلالية في مفهومها المطلق لا تتحقق ميدانياً، بحكم أن جل المؤسسات كانت و لازالت خاضعة لقوى مالية أو سياسية وتعتمد على موارد الإشهار لتغطية نفقاتها وتمويلها ، وقد عرفت الجزائر ثورة حقيقة في ميدان السمعي البصري خاصة بعد أحداث الربيع العربي نهاية 2011، حيث ظهرت أولى المحاولات لإطلاق قنوات تلفزيونية خاصة رغم العراقيل القانونية وغياب مواقف و رؤية واضحة من السلطة، حيث جاء هذا الانفتاح في وقت جد حساس وبسبب عدة ظروف أهمها الحراك

السياسي في المنطقة وظهور الانقلابات ضد الأنظمة العربية كما حدث في تونس، مصر، ليبيا، وبعض الدول العربية الأخرى كاليمن وأحداث سوريا، والتي جعلت دول العالم العربي تتعرض لحملة إعلامية شرسة يقودها الإعلام الغربي الهادف إلى زعزعة استقرار الدول، وهو ما تقطنت له الجزائر خاصة بعض المؤسسات الصحفية التي إغتتمت الفرصة وقامت بإطلاق قنوات خاصة بإطارات شابة فكانت جزائرية التأطير والمحتوى وإهتمت بنقل الصورة الحقيقية للجزائر للجمهور داخل وخارج الوطن، وحسب الباحث **الجيلالي كرايس**: فإن الساحة الإعلامية في الجزائر في أول المشوار، وهي تعاني من الارتجالية خاصة أنها لا تملك أي تجربة سابقة ولذلك هي أمام زخم إعلامي كبير وهذا ما جعلها غير قادرة على معرفة أي توجه ستختره من أجل مواكبة التحولات العالمية، بصراحة الإعلام الجزائري تائه سواء الرسمي أو الخاص وهو يعاني أزمة هوياتية وثقافية ولذلك عليه أن يحدد خياراته الكبرى بما يتماشى مع خصوصية المجتمع الجزائري، أما من الناحية السياسية ونقل الأخبار فنحن نقع بين المهادنة والتهمج وهذا لا يخدم العملية الإعلامية، نعم في البداية سيكون إقبال لكن سرعان ما سيدرك المشاهد أنها مجرد فقاعات لا أكثر ولا أقل، وفي ما يخص عملية الانفتاح التي هي في بدايتها ولها إيجابيات منها تنوع مصدر الخبر، حرية اختيار ما نتابعه إعلاميا، ظهور ملامح قنوات متخصصة هناك الإخبارية والرياضية والفنية والدينية وأهم شيء أنها محلية رغم كل ما هي فيه من تقليد ونقل لما يحدث في القنوات سواء العربية أو الغربية وحتى الإعلام التركي الذي أصبح يؤثر بشكل كبير، أما سلبيتها فهي غير معروفة الهوية لحد الآن هل نحن أمام إعلام جزائري محض، أم مجرد نزعات مشرقية أو غربية وهنا تكمن المشكلة، كذلك إشكالية الإدجلة وتخدق القنوات إما في تيار السلطة أو تيار المعارضة وهذا ما يزيد المشهد السياسي بؤسا، ونحن نريد احترافية ومهنية، وعمق ثقافي وهوياتي، لأننا كنا نخشى الاختراق الثقافي من القنوات الإعلامية المشرقية والمغربية لكن نحن اليوم نخترق من طرف إعلامنا المحلي الذي فقد البوصلة، وفي نقطة التشريعات الخاصة بالسمعي

البصري كشف الأستاذ كرايس أن كل ما نعرفه هو سلطة ضبط السمعي البصري وبطاقة الصحفي المحترف، لكن السؤال هل هناك صحفي محترف؟ وما حدود السمعي البصري؟ وما عليه أن يقدم؟ وما الذي يجب أن يحذر منه؟ في اعتقادي أن التجربة في بداياتها ومن حق السلطة أن تتدخل لضبط عملية الانتقال الإعلامي ومن جهة على تلك القنوات أن تثبت جدارتها وأن تبرهن أنها إعلام واعي واحترافي وأن تتجاوز مرحلة الهواة، الإعلام يقوم بدور رئيس اليوم في المجتمعات المتحضرة، ولذلك على القوانين أن تواكب تلك التطورات وعلى الصحفيين أيضا الابتعاد عن لعب دور المرتزقة وأن لا يكون هدفهم أكبر عدد من المشاهدين بل يجب أن يهتموا بجودة ما يقدمونه، وجديته وأن تكون لديهم مسؤولية في الطرح وفي النقاش، عليهم أن يبتعدوا عن التخندق السياسي، لأن إيصال الخبر لا يعني إثارة المواطن أو خلق البلبال، أو حتى مهادنة السلطة، الاحترافية والمهنية هي أكبر إنجاز ينتظر إعلامنا الخاص إن صح التعبير، لكن مسألة هل هي تتماشى أم لا تتماشى لا يمكن الجزم فيها بهذه السهولة لأننا في المراحل الأولى للإعلام وفي المراحل الأولى لتقنيته ولا اعتقد أن النجاح سيكون من الخطوة الأولى لذا يجب أن نرتقي إلى الاحترافية في الأداء الصحفي والإعلامي، لا تهويل ولا تبسيط، بل تقديم طرح وخط افتتاحي واضح، وخصص للنقاش الهادف والتعامل مع الجميع بنفس المنهجية بعيدا عن المغالطات لأن هذا لا يخدم مجتمعنا ولا ما تصبوا إليه القنوات لأن التركيز على المشاكل الاجتماعية سرعان ما سيضجر منه المواطن ويفكر في هجر قناة إلى أخرى حيث لا يمكن أن ننفي الخلفيات الفكرية والإيديولوجية عن أي وسيلة إعلامية لكن الإعلام الجزائري الحديث يعاني من إفراط في هذه الخاصية حيث تحولت القنوات إلى واجهات سياسية إما للسلطة الحاكمة أو الأحزاب السياسية، وهذا ما جعلها بدون مشروع واضح سوى كسب المشاهدين والاستفادة من عائدات الإشهار خاصة أن كل هذه القنوات دخلت على أنها قنوات أجنبية وتنشط في الجزائر، أي أن السلطة متخوفة وغير قادرة على الانفتاح بشكل كلي ولذلك على القنوات أن تختار نهج الاحترافية حتى ننقل إلى مرحلة

الإعلام المستقل والواعي، فلا بد على الإعلاميين والقنوات الإعلامية أن تبني نفسها بعيدا عن المال والسياسية وان تجتنب التخندق خلف أي تيار، عليها أن تكون قنوات إعلامية هدفها نقل الخبر وفتح النقشات وعدم إقصاء أي طرف نحن في أول الطريق وعلينا ان لا نحرق المراحل حتى تنجح العملية"⁽¹⁾.

ويمكننا التطرق لأهم إيجابيات هذه القنوات فنذكر ما يلي:

1- تغطية الأحداث المحلية:

ساهمت هذه القنوات الخاصة ورغم قلة إمكاناتها المادية والبشرية في تغطية الأحداث المحلية، الاقليمية والدولية، وأصبح المشاهد الجزائري يطلع على كل ما يدور حوله من أحداث خاصة المحلية منها، وهذا بسبب تركيز هذه القنوات على كل ما هو محلي بتجنيد مراسليها في مختلف الولايات الجزائرية خاصة وان أغلب هذه القنوات تأسست بجوار مؤسسات صحفية (الشروق، النهار، الخبر، الأوجاء،...) حيث قامت باستغلال مراسلي الصحف كمراسلين للقناة وهو ما نجحت فيه أغلب هذه القنوات، والتي استطاعت في وقت وجيز من إطلاق بثها من جذب الجمهور إليها، ويرى الباحث والإعلامي الطيب لعزب أن: "يرى أن الساحة الإعلامية الجزائرية تتميز اليوم بالتنوع في النشاطات المختلفة من الصحافة المكتوبة، والإلكترونية، والنشاط السمعي البصري العمومي والخاص، وهذا يعد ثراء وتنوع يجب ضبطه ليكون خادما حقيقيا لصورة الجزائر في الداخل والخارج، ويرقى إلى متطلبات المواطنين وحققهم في المعلومة الحقيقية والتي تدعو إلى الاستقرار قبل كل شيء، والحق في المعرفة والثقافة والترفيه الهادف، ففتح قطاع السمعي البصري

⁽¹⁾ - مقابلة مع الأستاذ كرايس الجيلالي، أستاذ محاضر في علم الاجتماع الإتصال، المركز الجامعي تيسمسيلت، يوم 28 مارس 2017، الساعة السادسة وخمس وثلاثين دقيقة مساء.

في جزائر يعد ظاهرة إعلامية صحية قيل كل شيء، ومن جهة أخرى الحق في الإعلام حق للمواطن هذا من الناحية الإيجابية. أما من الناحية التي يجب ضبطه فيها وقد تكون من خلال عدم الإيفاء بالشروط المهنية والأخلاقية هو قد يكون من هفوات و عدم تكوين بعض القنوات أو نقص في التكوين للعمل بكل مهنية واحترافية وفي الجانب يجب ضبط بقدر المستطاع هذا الجانب الذي يهم المواطن والدولة معا، وقانون الإعلام وقانون النشاط السمعي البصري هما يعدان قوة قانونية لضبط النشاط الإعلامي ، وإن تفعيلهما ميدانيا كفيل باحترام المهنة الإعلامية النبيلة و الدفع بالإعلاميين قدما إلى البحث عن المعلومة ونشرها مع احترام أخلاقيات المجتمع واحترام أحكام الدستور الذي يضمن: "حرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية وعلى الشبكات الإعلامية مضمونة ولا تُقيد بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية. لا يمكن استعمال هذه الحرية للمساس بكرامة الغير وحررياتهم وحقوقهم. نشر المعلومات والأفكار والصور والآراء بكل حرية مضمون في إطار القانون واحترام ثوابت الأمة وقيمها الدينية والأخلاقية والثقافية. لا يمكن أن تخضع جنحة الصحافة لعقوبة سالبة للحرية."

إن النشرات الإخبارية ومضامينها بالنسبة للجمهور يجب في وقت من الأوقات أن تتحلى بمسؤولية نقل الخبر للمواطن ، وعلى الصحفيين والقائمين على إخراج وإعداد النشرات تطوير الأسلوب الخبري لوصوله إلى كافة الجمهور ليتحلى هو الآخر بالمسؤولية ويعمل على تنمية بلده وزرع الثقة فيما بينه وبين الوسيلة الإعلامية التي تتحلى بالمصداقية والتي يجب أن تكون ، فكل وسيلة إعلامية سواء خاصة أو عمومية لها أهداف و معايير يجب أن تكون ، خاصة من ناحية الفئة الموجهة لها ، وعلى اعتبار الأخبار توجه لجمهور عريض فيجب أن تكون العوامل التي تتحكم هي التأكد من الخبر وثانيا مدى تأثيره الايجابي والسلبي على المتلقي الذي هو الأساس في ترجمة الخبر وتنشيط الخبر في المجتمع ايجابيا أو سلبيا ،وللارتقاء بالعمل السمعي البصري يجب تحفيز وتفعيل "الإبداع

الوطني" ودعّمه من أجل تنمية المواطن والوطن وإعطاء صورة حسنة محفزة عن الجزائر لتتميتها داخليا وأن تكون وجهة استثمارية حقيقية ورفع رايها دوما بين الأمم⁽¹⁾

2- الحضور في الساحة الإعلامية:

أصبحت القنوات الخاصة تمتلك قاعدة جماهيرية لبأس بها وذلك بفضل حضورها الدائم في الساحة الإعلامية على الصعيدين الداخلي والخارجي، فلم تكتفي بتغطية الأخبار المحلية فقط بل حتى الأخبار الإقليمية والدولية التي تثير اهتمام الجمهور الجزائري، ما جعلها تحظى باهتمام المشاهد، وحسب الإعلامي أمين حران "فإن القنوات الخاصة الجزائرية إستطاعت إسترجاع عدد كبير من المشاهدين الجزائريين من كبرى القنوات العالمية الرائدة في العالم من خلال تركيزه على الأخبار المحلية ومشاكل المواطن الجزائري الذي أصبح يشاهد ويطلع على أهم الأحداث الوطنية وفي مختلف القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية وله الحرية المطلقة في المفاضلة بينها، رغم بعض النقائص المهنية والمشاكل القانونية إلا أن هذه القنوات تلعب دورا جد مهم في تزويد المواطن باخر المستجدات وفي وقت حدوثها"⁽²⁾.

3- تمثيل القيم الجزائرية:

يرتبط الجمهور بالمواضيع القريبة إلى حياته اليومية لذا يفضل مشاهدة قناة محلية أكثر من قناة أجنبية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فان مضامين القنوات الجزائرية الخاصة ومن خلال شبكتها البرمجية تسعى إلى احترام القيم الجزائرية احتراما للمشاهد ولتركيبية المجتمع، وفي هذا الإطار يرى البروفيسور بدر الدين زواقة أن " معرفة واقع الساحة الإعلامية الجزائرية خاصة ميدان السمعي البصري يتطلب من الناحية الموضوعية

(1) - مقابلة مع الباحث والإعلامي الطيب لعزب ، يوم 30 جويلية 2017 ، الساعة الثالثة و النصف زوالا.

(2) - مقابلة مع الإعلامي أمين حران، رئيس قسم الأخبار في قناة دزاير تي ، 03 نوفمبر 2017، الخامسة وعشر دقائق مساء.

الإمام بالإعلام الجزائري إذا قصدنا الممارسة أو واقع المضامين أو واقع العلاقات مع الجمهور، لكن عموماً يمكن تقييمها من جانب مضامين قبل جانب الممارسة، واقع الممارسة من الناحية الموضوعية يجب مراجعة الصيرورة التاريخية من خلال التشريعات الإعلامية لقانوني 01-82 و قانون 07-90 ثم التعديلات التي جاءت بعدها فكانت الممارسات الإعلامية الخاصة ملائمة لكل التشريعات القانونية هذه الأخيرة جاءت بناء على التغير الاجتماعي أو التغيير السياسي مفروض داخليا أو خارجيا جعل من الساحة الإعلامية تتحى منحى وسائل الإعلام الخاصة لكن عموماً نلاحظ أن التجربة الخاصة يشوبها الكثير من الارتباك والاعتراب لاعتبارات كثيرة، وفي ما يخص إيجابيات وسلبيات فتح القطاع السمعي البصري فحسب الرؤية الشخصية للبروفيسور يرى أنه في الحرية التي تبنى على القيمة ليس فيها إيجابيات لكن الحرية التي تبنى على معطيات سياسية أو معطيات براغماتية يعتقد أن هناك سلبيات وهذا للأسف الذي حدث من خلال التعاطي الإعلامي مع الكثير من القضايا ونظرية الأجندة المفضوحة من خلال أولويات الأخبار، ومن السلبيات طبعاً غياب رؤية بناء مجتمع من طرف هذه المؤسسات الإعلامية أو مشروع مجتمع فأصبحت الكثير من البرامج لا تحقق الرؤية التي تريد الدولة تحقيقها وتجسيدها ولا تستجيب لتطلعات المجتمع، كما أ المشكلة في الجزائر وفي كل الدول النامية أو الدول العالم الثالث أنها لا تشكو من القوانين وان كانت القوانين جاءت بعد صراع وتدافع كبير بين مستويات ولكن مشكلتنا في الجزائر - حسبه - ليست في وجود القوانين ولكن في "تفعيل القوانين" و سلطة هذه القوانين فنحن لا نتقننا منظومة قوانين إعلامية وان كانت المنظومة التشريعية الخاصة بالسمعي البصري جاءت متأخرة لكنها كاملة ومتكاملة جاءت بعد إقرار عدة قوانين للإعلام 2012،90،82 وقانون السمعي البصري 2014⁽¹⁾.

(1) - مقابلة مع البروفيسور بدر الدين زواقة أستاذ محاضر بجامعة باتنة بتاريخ 11-07-2017 على الساعة 17 و 20 دقيقة.

4- المنافسة: بعد ظهورها في الساحة الإعلامية الجزائرية شكلت القنوات الخاصة منافسا حقيقيا للقنوات العمومية وحتى القنوات الأجنبية، هذا التنافس الإعلامي خلق ثراء وتنوعا إخباريا كبيرا، حيث أصبح الجمهور الجزائري يشاهد عدد كبير من الاخبار على شاشته عبر قنوات مختلفة ومن زوايا متعددة، هذا التنافس لا يقتصر فقط على القنوات التلفزيونية في ما بينها فقط بل حتى الصحافة المكتوبة التي تراجعت نسبة مقروئيتها في الجزائر منذ ظهور القنوات الخاصة، وهذا لقوة تأثير الصوت والصورة أكثر من الكلمة، وحسب الصحفي بالتلفزيون الجزائري فوزي ايت علي "فإن الساحة الإعلامية الجزائرية تشهد حقيقة تنافسا بين المؤسسة العمومية والقنوات الخاصة مع الإعلام الغربي الممنهج والذي إستطاعت أن تواجهه المؤسسات الجزائرية رغم إفتقارها للخبرة والإمكانات وأركز على التلفزيون الجزائري الذي يبقى مدرسة إعلامية في الجزائرية فكل العائلات تنتظر أمام الشاشة بشغف لنشرة الثامنة والتي تدوم لقراءة الساعة وهذا لتزويد المشاهد بأخر الأخبار وعلى جميع الأصعدة وعن الإعلام الخاص أقول أنها تجربة جيدة وقصيرة لا نستطيع مقارنتها مع مسيرة التلفزيون الجزائري حقيقة هناك بعض النقائص فيها لكن مع مرور الوقت سيتم تداركها خاصة إذا تم تقنين هذه القوانين، ولا يهم نوع ملكية القناة بقدر ما يهم إحترام أخلاقيات مهنة وقيم المجتمع وتلبية حاجات المشاهد الجزائري"⁽¹⁾

5- إشباع حاجيات الجمهور الجزائري:

بعد ظهور القنوات الخاصة أصبح الجمهور الجزائري يفاضل بين القنوات ونوعية الأخبار التي يهتم بها.

(1) - مقابلة مع الصحفي فوزي أيت علي، مدير الأخبار في التلفزيون الجزائري، يوم 07 نوفمبر 2016 على الساعة الواحد

سلبيات القنوات الخاصة:

1- غياب استيرتيجية إعلامية: يجمع كل منتبعي الساحة الإعلامية الجزائرية على وجود نقائص كبيرة في ميدان السمعي البصري الخاص والذي هو في بداياته الأولى فقط، ولعل أهم ما أجمعوا عليه هو الغياب التام لإستيرتيجية إعلامية تتبناها هذه القنوات التي تعمل بأسلوب إرتجالي من دون تخطيط للحاضر ولا تنظر الى أفق المستقبل، خاصة من حيث مضامينها الإعلامية التي أغلبها برامج تلفزيونية مستنسخة وأفكار قديمة لا تتماشى والظروف الحالية، وهذا بسبب تهميش الإطارات والكفاءات العلمية و الإستجداد برجال المال والأعمال، وهو ما يتطلب من هذه القنوات الخاصة رسم خارطة طريق وخطة عمل قريبة وبعيدة المدى لتحقيق البقاء في الساحة الإعلامية.

2- الفراغ القانوني: أغلب القنوات التلفزيونية الخاصة تنشط من دون غطاء قانوني حيث قامت الدولة بمنح خمسة تراخيص فقط لعدد من القنوات التي تنشط كقنوات أجنبية بمكاتب في الجزائر، في حين نجد أن عدد القنوات الخاصة فاق الستين قناة، وحسب البروفيسور عبد السلام بن زاوي فإن "هذه القنوات الخاصة إضافة للساحة الإعلامية الجزائرية إلا أن طابعها القانوني يبقى غامضا حيث تنشط خمس قنوات بإعتماد مكاتبها كقنوات أجنبية بينما باقي القنوات تنشط بطرق غير قانونية، لذا يحتاج هذا القطاع مزيد من التنظيم والصرامة في التسيير وتطبيق القانون على الجميع ووضع آليات للإرتقاء به، هذا من الناحية القانونية والشكلية بينما من حيث المضمون الإعلامي فإن أغلب هذه القنوات لازالت بعيدة كل البعد على الأداء الإعلامي الراقي الذي يتميز بالموضوعية في الطرح فأغلب البرامج مستوردة من قنوات وفضائيات عربية وعالمية، وأغلب هذه القنوات لم تقم بدراسة إحتياجات المشاهد الجزائري المتعطش لمواد إعلامية راقية بل جل البرامج يتم برمجتها بطرق "إرتجالية" من دون خطة مسبقة، وأصبحت هذه القنوات الخاصة "وعاء

للإشهار" حيث نجده بالساعات في اليوم الواحد وهذا للريح المادي ولو على حساب المشاهد وفي هذا الإطار نسجل كذلك فوضى في الإشهار التلفزيوني وطرق بثه وتوزيعه"⁽¹⁾.

ورغم ظهور قانون السمعي البصري في 2014 وتعيين رئيس الجمهورية لسلطة ضبط السمعي البصري الا أن الوضعية القانونية لنشاط هذه القنوات تبقى غامضة، ما يجعل الأداء الإعلامي الخاص محدود من حيث المهام ومقيد بأطر قانونية وهو سمة تطبع إعلام الدول النامية" فالإعلام في الدول النامية مقيد بقوانين وضوابط وخطوط حمراء لا يستوجب على القائم بالاتصال أن يتجاوزها، وصانع الرسالة الإعلامية يهتم بالموضوعات والقضايا المهمة والحساسة فتحول من الفاعل السلبي الذي يقرأ الواقع والتاريخ وفق معطيات معينة تخدم النظم في تلك الدول، فيصبح ذلك الطرف الإيجابي والفعال الذي يشارك في التنمية وتوعية الجماهير بالواقع الاجتماعي والسياسي، والعمل من أجل التقدم والتطور"⁽²⁾ لذا يجب إعادة تفعيل هذه القوانين لدعم القطاع السمعي البصري الخاص ودفعه.

3- أزمة التمويل: كما أشرنا سابقا فإن القنوات التلفزيونية الخاصة تنتشط بشكل فوضوي وهو ما انعكس على سوق الإشهار الذي يتم توزيعه عليها بصفة غير عادلة ما جعل القليل منها فقط يستفيد بينما أغلب القنوات تعاني من شح الإشهارات إضافة إلى غياب المنافسة الإشهارية الشريفة وكذا غياب الضوابط القانونية في هذا الشأن لا من حيث الحيز الزمني للإشهار ولا من حيث توحيد أسعاره

(1) - مقابلة مع عبد السلام بن زاوي أستاذ محاضر بجامعة الجزائر بتاريخ 19-11-2016 على الساعة العاشرة وعشر دقائق صباحا.

(2) - عظيم الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار و الأخبار الصحفية، مرجع سابق، ص83.

3- الرقابة: تعاني القنوات الخاصة من تضيق الخناق عليها من طرف السلطة التي تتماطل في منحها لتراخيص قانونية للممارسة أنشطتها الإعلامية إضافة إلى الضغط عليها بمنح الإشهار، ومنع بعض القنوات من تغطية الأنشطة الحكومية الرسمية كما حدث مع قناة الخبر، كما أن مضامين هذه القنوات مراقبة من طرف سلطة ضبط السمعي البصري التي قامت بتوجيه ملاحظات سلبية للقنوات الخاصة وتهديدها بالغلاق في الكثير من الأحيان، هذه الرقابة تحد من حرية الرأي والتعبير وتجعل مناخ العمل الإعلامي غير مهياً لإحتضان الإعلام الخاص، وحسب الدكتور غمشي الطيب فإن "القوانين والتشريعات الإعلامية في الجزائر تمارس التضيق على حرية التعبير وتؤثر على نزاهة الإعلام، فالرقابة المستمرة للسلطة جعلت الإعلام الجزائري يصب في إتجاه واحد وهد رصد كل ما هو ايجابي والابتعاد عن نقل الحقيقة بكل موضوعية فأغلب المواد الإخبارية لا تعكس تماما الواقع الجزائري المعاش، وهذا لتبعية المؤسسات للدولة التي تحتكر المعلومة الرسمية وتستعمل الإشهار كوسيلة ضغط"⁽¹⁾، و تتجلى أهمية احترام الحريات الشخصية عن طريق حق المواطن الجزائري في الإعلام النزيه الذي يضمن حوارا سياسيا و مشاركة فعلية في الحياة العمومية و هي من مبادئ النظام الديمقراطية الجزائري والذي يقوم على مبدأ توجيه الأجهزة الإعلامية و فرض الرقابة عليها و بالتالي ترسيخ الهيمنة. إلا أن المؤسسات الإعلامية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية تقع تحت هيمنة رجال المال، فاستقلال وسائل الإعلام الخاصة ليس تاما خاصة و أن المحتوى الإعلامي لحوالي ستين قناة تلفزيونية خاصة يركز في الأساس على أموال الإشهار وعليه نقول بأنه لا وجود لصحافة حيادية كمبدأ من مبادئ النظام الديمقراطي طالما أنها تخضع لتمويل و

(1) - مقابلة مع السيد غمشي بن عمر، أستاذ محاضر بجامعة وهران، قسم الإعلام والاتصال، بتاريخ 07 ماي 2017، على الساعة 11 وعشرين دقيقة صباحا.

دعم مالي مؤسساتي السياسة التحريرية والخط الافتتاحي لهذه المؤسسات الخاصة و التي نفسها مطالبة بالتقيد بأوامر السلطة والرضوخ لها لكسب عقود اشهارية و ضمان إستمراريتها.

المبحث الثاني: قانون السمعي البصري في الجزائري

ظهرت في الجزائر بعد الإستقلال عدة مشاريع قانونية وبعض القرارات و المراسيم التنفيذية تطرقت لوسائل الإعلام ،وظهر أول قانون خاص بالإعلام 82-01 في فيفري 1982 وفيه تم التطرق الى الإعلام السمعي البصري لأول مرة مرورا بقانون الإعلام 90-07 وصولا إلى اخر قانون عضوي للإعلام قانون 12-05 الذي تضمن 113 مادة قانونية ضمن 12 بابا، اما في ما يخص تنظيم قطاع السمعي البصري فجاء ضمن الباب الرابع من القانون وتم الفصل فيه من خلال تسع مواد فقط تبدأ من المادة 58 الى غاية المادة 66 من نفس القانون، ويلاحظ ايضا ان المشرع الجزائري لم يذكر كلمة "خاص" صراحة في المادة (61) من القانون التي تحدد من يمارس النشاط السمعي البصري حيث اكتفى بالقول: "يمارس النشاط السمعي البصري من طرف: هيئات عمومية-مؤسسات واجهزة القطاع العمومي- المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الخاص الجزائري"⁽²⁾،

- أما الأمر المهم الذي يشير إليه المختصون فهو ما ورد في نص الماد (63) من تعقيبات مسار الترخيص لإنشاء قنوات خاصة حيث يستوجب القانون حسب هذه المادة، إنشاء كل خدمة لاتصال السمعي البصري والتوزيع عبر خط الإرسال الإذاعي المسموع أو التلفزيوني وكذا استخدام الترددات الإذاعية الكهربائية إلى ترخيص يمنح بمرسوم ،وبعد الحصول على هذا الترخيص يجب إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط الاتصال السمعي البصري والمستفيد من الترخيص "،ومن أجل التفصيل في هذا القانون تم إقرار قانون خاص بممارسة النشاط السمعي البصري في الجزائر سنة 2014.

(2) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 12-05 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 هـ الموافق 12 يناير

سنة 2012، يتعلق بالإعلام العدد (2)، 05-01-2012، ص 05.

أولا قانون السمعي البصري 14-04:

بعد مناقشة مشروع قانون السمعي البصري والتي دامت قرابة ثلاثة أشهر تم المصادقة على قانون السمعي البصري بتاريخ 29 جانفي 2014 من قبل مجلس الأمة بعدما تمت المصادقة عليه من قبل المجلس الشعبي الوطني بتاريخ 19 جانفي 2014 وبالأغلبية الساحقة بعد إضافة بعد التعديلات عليه ليكون هذا القانون بداية انطلاق فعليته لإطلاق قنوات إذاعية وتلفزيونية جزائرية تنشط بطرق قانونية لخدمة الجمهور الجزائري تكريسا لمبدأ حق المواطن في الإعلام وقد نصت المادة الأولى من هذا القانون انه وطبقا لاحكام القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 صفر عام 1433 هـ الموافق 12 يناير 2012 والمتعلق بالاعلام يهدف هذا القانون الى تحديد القواعد المتعلقة بممارسة النشاط السمعي البصري وتنظيمه⁽¹⁾

وهو قانون م8عادي من حيث تدرج القوانين ،ويختلف عن القانون العضوي هذا الأخير يخضع لمراقبة مطابقة النص مع الدستور من طرف المجلس الدستوري رقابة قبلية إلزامية، إضافة الى رأي مجلس الدولة ،كما يشترط ان يصادق عليه من قبل الأغلبية المطلقة لأعضاء المجلس الشعبي الوطني وثلاثة أرباع أعضاء مجلس الأمة⁽²⁾

والقانون 14-04 المؤرخ في 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري في الجزائر أصدره رئيس الجمهورية بعد رأي مجلس الدولة ومصادقة البرلمان بغرفتيه ولا يشترط في المصادقة على القانون العادي الأغلبية المطلقة بل الأغلبية البسيطة وقد نشر في الجريدة الرسمية رقم 16 بتاريخ 23 مارس 2014، و جاء مكملا للقانون العضوي

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 14-04 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجزائر. العدد (16) ، ، 23 مارس 2014، ص 7.

(2) www.mouwazaf-dz.com/t15575 -تم الإطلاع عليه يوم 23-06-2017 على الساعة 19:35

للإعلام ومنظما للقطاع السمعي البصري في الجزائر ولرفع اللبس عن بعض المواد القانونية بالشرح والتفسير والتوسع .

يهدف القانون السمعي البصري إلى تنظيم حقل السمعي البصري ووضع الشروط والأطر القانونية لممارسته ،وقد عرض مشروع القانون على لجنة الثقافة والاتصال بالمجلس الشعبي الوطني من خلال استشارة ستين(60) خبيرا ومهنيا ورجال القانون من أجل إثرائه وتصحيح الثغرات وتدارك النقائص.

ظروف صدوره: هناك عدة ظروف صاحبت صدور قانون السمعي البصري نذكر منها:

1-الظروف الداخلية:

أ- الظروف الأمنية والسياسية:

عرفت الجزائر التعددية الحزبية بعد أحداث أكتوبر 1988 وصاحبها تعددية إعلامية خاصة في الصحافة المكتوبة حيث تم تأسيس جرائد عديد لكن سرعان ما عادت الدولة الى ممارسة التضييق على الصحفيين في العشرية السوداء خاصة بعد إطلاق حالة الطوارئ وتخوف السلطة من الانعكاسات والتداعيات التي تنتج عن هذا الانفتاح ما جعلها في كل مرة تقدم حجج أمنية في أغلبها ،وبعد فترة الركود والرتابة وتحسن الظروف الأمنية بدأت الصحافة الجزائر تستعيد توازنها ومنحت لها حرية اكبر خاصة بعد الإصلاحات السياسية التي باشرها رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة بعد خطابه يوم 15 افريل 2001 والذي تضمن الإعلان عن مراجعة قانون الإعلام الصادر في 03 افريل 1990،وبتاريخ ال 21 ماي 2011 انطلقت مشاورات حول الإصلاحات السياسية في الجزائر واستمرت إلى غاية 21 جويلية من نفس السنة وخلال هذه الفترة تم التطرق إلى واقع الإعلام في الجزائر،حيث اخذ قانون الإعلام حيزا مهما من اهتمامات الأسرة الإعلامية والطبقة السياسية والحركة الجمعوية ،واقر مجلس الوزراء المنعقد يومي 11 و

12 سبتمبر 2011 (بعد استلام تقرير هيئة المشاورات حول الإصلاحات السياسية) مشروع قانون عضوي متعلق بالإعلام.

ب- تجسيد مبادئ قانون الإعلام 2012:

ونص المشروع الذي أقره مجلس الوزراء على فتح المجال السمعي البصري وتشكيل هيئة ضابطة له، وهو ما تم تكريسه لاحقا في القانون العضوي المتعلق بالاعلام المصادق عليه من طرف المجلس الشعبي الوطني يوم 14 ديسمبر 2011.

وصدر القانون العضوي 05-12 المتعلق بالاعلام في الجريدة الرسمية رقم 02 الصادرة بتاريخ 21 صفر 1433 هـ الموافق ل 15 جانفي 2012 متضمنا 133 مادة، وأخذت الصحافة المكتوبة حصة الأسد وهامشا اكبر، وقد نص القانون في مادته 65 على أنه: "تحدد مهام وصلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري وكذا تشكيلتها وسيرها بموجب القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري"⁽¹⁾

واستجابة لما نصت عليه هذه المادة صدر قانون السمعي البصري بعد سنتين من صدور القانون العضوي المتعلق بالإعلام .

ج - الاستجابة لمطالب المعارضة ورجال الإعلام:

لقد كان فتح مجال السمعي البصري مطلبا للمعارضة السياسية في البلاد التي كانت ترى في احتكار الدولة لهذا القطاع الحساس تضيقا على حرية الرأي والتعبير في الجزائر والذي يعتبر تكريسا لمبادئ الديمقراطية الحقيقية، من جهة أخرى تعالت أصوات رجال الإعلام الذين طالبوا بضرورة مواكبة التطور الكبير الذي تعرفه دول العالم في ميدان السمعي البصري خاصة الدول العربية التي توجد بها عشرات القنوات

(1) - انظر نص المادة 65 من القانون العضوي 05-12، مرجع سابق.

التلفزيونية الداعمة للمشهد الإعلامي، وحتى فتح السمعي البصري كان مطلباً جماهيرياً من طرف المواطنين والمجتمع المدني.

د- نجاح تجربة الصحافة المكتوبة: عرفت الجزائر قفزة نوعية في ميدان الصحافة المكتوبة مع مطلع التسعينيات وتطورت مع مرور الوقت فزاد عدد العناوين الصحفية اليومية الناطقة باللغتين العربية والفرنسية والتي فاقت 130 عنواناً، هذا الثراء في الصحافة المكتوبة والتي لم ترتكب أخطاء جسيمة ساهم في فتح مجال حرية التعبير ما حفز رجال المال والأعمال على الإستثمار فيه.

2- الظروف الخارجية:

أ- التطور الإعلامي في العالم:

عرف العالم تنامياً سريعاً للقنوات الإذاعية والتلفزيونية بسبب التطور التكنولوجي الكبير وتماشياً والعولمة حيث ظهرت المئات إن لم نقل الآلاف من القنوات المختلفة التي استغلت تطور فضاء البث والارسال، وكانت أغلب هذه المؤسسات تتركز في الدول الصناعية العظمى وانتشرت لاحقاً في دول العالم الثالث التي وجدت نفسها مجبرة على دخول معركة البث الفضائي خاصة بعد التهديدات التي أصبحت عرضة لها من القنوات العالمية وبعض التكتلات الأجنبية التي تهدف إلى زعزعة استقرار دول الجنوب والهيمنة عليها إعلامياً.

ب- الانقلابات في الوطن العربي:

عرفت المنطقة العربية ظهور انقلابات سياسية ضد الحكام أو ما يصطلح عليه بثورات الربيع العربي مع مطلع 2011 بتونس ومصر ولاحقاً ليبيا واليمن وسوريا وصاحبتهما حملات إعلامية غربية مغرضة كان هدفها النيل من استقرار الدول العربية التي لم تستطع مؤسساتها الإعلامية التصدي لهذه الحملات الإعلامية، هذا ما جعل السلطات الجزائرية

تتقطن للخطر الكبير الذي أصبحت تواجهه الجزائر من بعض المؤسسات الإعلامية العالمية هذا التخوف سمح بظهور قنوات فضائية جزائرية من حيث الملكية والمحتوى والتي استطاعت في وقت وجيز فرض نفسها في الساحة الإعلامية المحلية والعالمية وتمكنت من التصدي للحملات الإعلامية الغربية بكل مهنية وكفاءة .

محتوى القانون:

يحتوي القانون على 113 مادة قانونية موزعة على سبعة ابواب

الباب الاول: أحكام عامة ويحتوي على فصلين

الفصل الأول: موضوع القانون ومجال تطبيقه

الفصل الثاني: تعاريف

الباب الثاني: تناول خدمات الاتصال السمعي البصري وتم تقسيمه الى ثلاثة فصول

الفصل الأول: تناول خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي.

الفصل الثاني: تناول خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة وتم تقسيمه الى فرعين:

الفرع الاول: تناول الرخصة

الفرع الثاني: تطرق الى شروط استعمال الرخصة.

الفصل الثالث: تناول بعض الأحكام المشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري .

الباب الثالث: أفردته المشرع لسلطة ضبط السمعي البصري وذلك في فصلين

الفصل الأول: مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري من حيث مجال الضبط، مجال المراقبة، المجال الاستشاري ومجال تسوية النزاعات الفصل الثاني: تطرق لتشكيل وتنظيم سير سلطة ضبط السمعي البصري

الباب الرابع: الایداع القانوني والأرشفة السمعية البصرية

الباب الخامس: العقوبات الادارية .

الباب السادس: الاحكام الجزائية .

الباب السابع: الأحكام الانتقالية والنهائية .

شروط إنشاء قناة تلفزيونية خاصة (مرخص لها):

ميز القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمعي البصري في الباب الثاني المتعلق بخدمات الاتصال السمعي البصري بين خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي في الفصل الأول وخدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة في الفصل الثاني والتي يقصد بها خدمات الاتصال التابعة للقطاع الخاص والتي تم إنشاؤها برخصة تمنح بموجب مرسوم، إذ فتح هذا القانون باب الاستثمار في قطاع السمعي البصري الذي كانت تحتكره السلطة من زمن طويل إذ كان مطلباً لرجال الإعلام والمدافعين عن حرية التعبير في الجزائر والتي هي تكريس للديمقراطية والتعددية الحزبية، إذ نصت المادة الخامسة من هذا القانون: "أن ممارسة النشاط السمعي البصري من طرف الأشخاص المعنوية التي تتشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات

وهيئات وأجهزة القطاع العمومي أو أشخاص معنوية يخضعون للقانون الجزائري وتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية⁽¹⁾

شروط إنشاء قناة تلفزيونية خاصة مرخص لها:

1-الموضوعاتية: هو أول شرط وضعه المشرع الجزائري في قانون السمعي البصري والمقصود بالموضوعاتية أي المتخصصة من حيث البرامج التي تتناولها وهي عكس القناة العامة التي تحتوي في تشكيلتها على برامج متنوعة في عدة ميادين كالثقافة والرياضة والاقتصاد والسياسة وغيرها من المواضيع وهذا الشرط نجده في نص المادة الخامسة من قانون 04-14 إضافة إلى المادة (17) والتي تنص على ما يلي: "تعد خدمة للاتصال السمعي البصري المرخص لها كل خدمة موضوعاتية للبث التلفزيوني تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في احكام هذا القانون"⁽²⁾

بمعنى أن القناة التلفزيونية الخاصة مطالبة بالتخصص في موضوع معين اما الرياضة او الثقافة أو التعليم، وقد أثار نص هذه المادة الكثير من النقاشات سواء داخل البرلمان بغرفتيه أو خارجه حيث أن نص هذه المادة - حسب الانتقادات - حصر القنوات التلفزيونية الخاصة في النوع الموضوعاتي فقط وهو ما يعتبر منافيا لحرية التعبير وتضييقا لها .

(1)- الجريدة الرّسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 16 ،مرجع سابق ،ص8.

(2)- نفس المرجع،ص 10.

2- الشروط الموضوعية الواجب توفرها في المرشحين لإنشاء خدمات السمعي البصري الموضوعاتية:

قدم قانون السمعي البصري 04-14 جملة من الشروط الموضوعية التي يجب توفرها في أي شخص يريد إنشاء خدمات اتصال سمعية بصرية ووردت هذه الشروط في نص المادة (19) وهذه الشروط هي:

* ان تثبت الشخصية المعنوية خضوعها للقانون الجزائري: أي أن تنشأ في ظل القانون الجزائري دون غيره، للتذكير أن كل القنوات التلفزيونية الخاصة التي تنشأ في الجزائر حاليا خاضعة لقوانين أجنبية تنشأ كقنوات أجنبية يمنح لها اعتماد من طرف وزارة الاتصال لفتح مكاتب في الجزائر.

"الشخص المعنوي هو كيان له أجهزة خاصة تمارس عملا معيناً وان هذه الفكرة تنتج عنها مجموعة آثار من الناحية القانونية تجعل من هذا الشخص قادراً على إبرام العقود وله ذمة مالية خاصة به كما يتمتع بأهلية القاضي"⁽¹⁾

- ان يتمتع بجميع حقوقه المدنية: فليس من حق الشخص الذي لديه سوابق عدلية أو محكوم عليه في إحدى القضايا أن يمنح له الحق في إنشاء قناة خاصة
- أن لا يكون محكوم عليه بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام.
- أن يكون رأس مالها الاجتماعي وطنياً خالصاً.
- ان يتم اثبات مصادر الاموال المستثمرة وهذا من اجل اعطاء شفافية اكثر لتمويل القنوات

(1) - محمد الصغير بعلي، مدخل للعلوم القانونية، نظرية القانون، نظرية الحق، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2006، ص

- ان يكون من بين المساهمين صحافيون محترفون وأشخاص مهنيون، وتم وضع هذا الشرط لحماية المهنة من الدخلاء وحتى لا يسيطر أصحاب المال على قطاع السمعي البصري وإضفاء مهنية أكثر على نشاط العاملين بهذه القنوات.
- ان يثبت المساهمون المولودون قبل جويلية 1942 انه لم يكن لهم سلوكا معاديا للثورة.

- إضافة إلى هذه الشروط نصت المادة (23) من ذات القانون على عدم امكانية الشخص الطبيعي أو المعنوي الخاص الخاضع للقانون الجزائري من المساهمة في اكثر من خدمة واحدة للاتصال السمعي البصري، كما لا يمكن لنفس المساهم أن يمتلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة أو بواسطة أشخاص آخرين بما فيهم الأصول والفروع من الدرجة الرابعة أكثر من أربعين في المائة من الرأسمال الاجتماعي أو في حقوق التصويت لنفس الشخص المعنوي الحائز على رخصة استغلال خدمة اتصال سمعي بصري⁽¹⁾

كما يجب أن تكون الحصص المشكلة للرأسمال الاجتماعي للشخص المعنوي الحائز على رخصة اسمية⁽²⁾.

1- الشروط الشكلية:

بعد الاستجابة للشروط الموضوعية وتوفرها في المترشح لإنشاء قناة تلفزيونية يتقدم إلى سلطة ضبط السمعي البصري المخولة بموجب هذا القانون لدراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري والبت فيها بطلب للحصول على رخصة وهذا ما نصت عليه المادة (63) من قانون الإعلام 05-12: "يخضع إنشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري والتوزيع عبر خط الإرسال الإذاعي المسموع أو التلفزيوني وكذا استخدام

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، مرجع سابق، ص 11.

(2) - نفس المرجع، ص 23.

الترددات الإذاعية الكهربائية إلى ترخيص يمنح بموجب مرسوم. يجب إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد من الترخيص⁽¹⁾

ويبلغ إعلان الترشح للرأي العام عبر أية وسيلة وطنية للإعلام ويحدد في الإعلان:

- القدرات المتوفرة للبث الأرضي و/أو عبر الساتل و/أو عبر الكابل
 - طبيعة خدمة الاتصال السمعي البصري المزمع إنشاؤها.
 - المنطقة الجغرافية المغطاة
 - اللغة أو لغات البث.
 - كل المعلومات الأخرى والمواصفات التقنية المكملة التي تضعها الهيئة العمومية المكلفة بالبث الإذاعي والتلفزي تحت تصرف سلطة ضبط السمعي البصري.
 - القواعد العامة للبرمجة.
 - القواعد المطبقة على الإشهار والرعاية والافتاء عبر التلفزيون
 - نسب الأعمال الفنية والبرامج الوطنية.
- تأخذ سلطة ضبط السمعي البصري في عين الاعتبار عند دراستها التي تكون بالاستماع العلني لملفات المترشحين الذين استوفوا جميع الشروط الموضوعية والشكلية السالفة الذكر ما يلي:
- تنوع المتعاملين مع ضرورة الحيطة من تعسف الوضعيات المهيمنة والممارسات الأخرى التي تعيق حرية المنافسة .
 - تجربة المترشحين في الأنشطة السمعية البصرية.
 - آفاق النمو الموارد لفائدة النشاط السمعي البصري .
 - المساهمة في الإنتاج الوطني للبرامج.

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 16، مرجع سابق، ص16.

- - تمنح بموجب مرسوم رخصة استغلال للمترشح المقبول بعد دراسة الطلب من طرف سلطة ضبط السمعي البصري وطبعاً بعد استيفاء الشروط اللازمة، وهذا وفق ما نصت عليه المادة 63 من قانون الإعلام 12-05.

ثانياً: سلطة ضبط السمعي البصري ARAV

إن موضوع ضبط السمعي البصري هو فكرة جديدة في عديد البلدان وهو "شكل حديث" من أشكال تدخل الدولة حسب ما قاله الرئيس السابق للمجلس الأعلى للسمعي البصري في فرنسا هارفي بوج Hervé Bourge والذي أوضح في مداخلة له خلال ملتقى حول السمعي البصري في الجزائر العاصمة المنعقد يوم 01-12-2012 أن: "الضبط يشكل شكلاً جديداً من أشكال تدخل الدولة والوسيط بين السلطات العمومية والمتعاملين والجمهور الواسع"، كما أشار أن الضبط يتلخص في أربع كلمات هي:

"الوساطة"، "التشاور"، "التكيف"، و "الاستقلالية"، كما أشار إلى أ، الضبط يضمن استقلالية وسائل الإعلام اتجاه مجموع السلطات دون أن تعتبر (وسائل الإعلام) نفسها خارج القوانين⁽¹⁾

- سلطة ضبط السمعي البصري في الجزائر هي هيئة مستقلة أنشئت بموجب القانون العضوي رقم 12-05، كفاعل جديد في الساحة الإعلامية، وجاءت تكملة لسلسلة الإصلاحات التي شرعت فيها السلطة السياسية في الجزائر، والتي من بينها تلك المتعلقة بتنظيم قطاع السمعي البصري، لضمان حرية التعبير و الصحافة في هذا الميدان، تساعد على خلق إرساء الديمقراطية في ظل احترام القواعد القانونية والأخلاقية، وهو ما سيساهم في الارتقاء بالعمل الإعلامي السمعي البصري ومواكبة التطور الذي يعرفه هذا القطاع الحساس بكل مهنية واحترافية لترقية المضمون الإعلامي تحترم فيه كل مقومات

⁽¹⁾ essalamonline.com/ar/feed/permalink/17733. أطلع عليه يوم 21-02-2016. على الساعة 10:30.

وأخلاقيات المجتمع وتحترم فيه أيضا المؤسسات ورموزها، وقد نصت المادة 64 من القانون العضوي 05-12 المتعلق بالإعلام على أنه: "تؤسس سلطة ضبط السمعي البصري وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي (1) يحدد مقرها بالجزائر العاصمة يمثلها الرئيس في جميع الأعمال المدنية والذي يتمتع بصفة التقاضي باسم الدولة كذلك كما أنه الامر بالصرف كذلك(2)

وحسب كلمة رئيس سلطة ضبط السمعي البصري الموجودة في موقع سلطة الضبط: "إنّ سلطة ضبط السمعي البصري، التي بالتأكيد تختلف حولها الرؤى، ينظر إليها البعض على أنّها "دركي" تمارس الرقابة والحراسة، بينما يعتبرها البعض الآخر، "حكما" تدفع باستمرار للامتثال لقواعد اللعبة، في حين يعتبرها آخرون "درعا" في وجه الانحرافات والمغالاة، كل هذا صحيح، ولكن هناك دور آخر تضطلع به سلطة ضبط السمعي البصري، كمؤسسة متفردة في نوعها تتمتع بالمهنية والاستقلالية، مما يسمح لها بمرافقة جميع الفاعلين في الميدان، مشرعين وممارسين، بهدف بناء صرح يمكن من إعطاء إضافة جديدة، تساهم في خلق فضاء لحرية التعبير المنشودة، فسلطة ضبط السمعي البصري، ليست فقط جهاز يمثله مجلسها وطاقمها الإداري، بل تعتبر وسيلة لتوطيد وترسيخ سلطتها من خلال مساعدة الجميع، أي جميع المؤسسات العمومية، والجمعيات، وكذا النقابيين والمؤسسات الخاصة.

فالجميع يمكن أن يساهم بما في ذلك المواطن العادي في لفت انتباهنا، لكل خلل أو نقص قد يسجله في هذا الميدان، وإنني مدرك جيدا، أننا أنا وزملائي، قد كلفنا بمهمة معقدة، تحتاج إلى كثير من الصبر وطول النفس، فبناء الأشياء ودوامها، لا يكون إلا

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، مرجع سابق، ص 21.

(2) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، مرجع سابق، ص 14.

بالعمل الطويل الشاق ، والإيمان بالحرية الديمقراطية والنزاهة في تسيير وإدارة أملاك المجتمع واحترام قيمه⁽¹⁾.

1-تشكيلة وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري:

تمارس سلطة ضبط السمعي البصري مهامها باستقلالية تامة ،ونصت المادة 57 من القانون 04-14 على أن تتشكل من تسعة (9) أعضاء يعينون بمرسوم رئاسي

- خمسة (5) أعضاء من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية .
 - عضوان (2) غير برلمانيين يقترحهما رئيس مجلس الأمة.
 - عضوان (2) غير برلمانيين يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني .
- و يتم إختيار سلطة ضبط السمعي البصري بناء على كفاءتهم وخبرتهم واهتمامهم بالنشاط السمعي البصري⁽²⁾ .

وبناء على ذلك عين رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة بتاريخ 19 جوان 2016 أعضاء أول تشكيلة للسلطة ضبط السمعي البصري على النحو التالي :

- السيد زواوي بن حمادي، رئيسا.
- السيد زهير إحدادن، عضوا.
- السيد زعيم خنشلاوي، عضوا.
- السيد عبد المالك حويو، عضوا.
- السيد أحمد بيوض، عضوا.
- السيدة عائشة قسول، عضوا.
- السيد عبد الرزاق زويينة، عضوا.

(1) www.arav.dz/ar/ -على الساعة 12:45-05-09-2016اطلع عليه يوم

(2) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، مرجع سابق،ص15.

• السيد غوتي مكاشة، عضوا.

• السيد لطفي شريط، عضوا.

- تحدد عهدة أعضاء سلطة ضبط السمعي البصري بست (6) سنوات غير قابلة للتجديد، كما تتنافى العضوية في سلطة ضبط السمعي البصري مع كل عهدة انتخابية وكل وظيفة عمومية وكل نشاط مهني أو كل مسؤولية تنفيذية في حزب سياسي ماعدا المهام المؤقتة في التعليم العالي والإشراف في البحث العلمي وهذا لإعطاء شفافية على ممارسة سلطة الضبط لمهامها جعل أعضائها يتفرغون لذلك.

- لا يمكن لعضو سلطة الضبط أن يتقاضى أتعابا أو أي مقابل آخر بصفة مباشرة أو غير مباشرة باستثناء مقابل الخدمات المقدمة قبل تسلمه لمهامه، كما لا يمكنه (العضو) أن يمتلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة مصالح ي مؤسسة سمعية بصرية أو سينمائية أو في مؤسسة للنشر أو للصحافة أو للإشهار أو للاتصالات ويمنع كذلك على كل عضو في سلطة ضبط السمع البصري ممارسة نشاط له علاقة بأي نشاط سمعي بصري خلال السنتين (2) الموالتين لنهاية عهده.

تتوفر سلطة ضبط السمعي البصري على مصالح تقنية وإدارية توضع تحت سلطة رئيسها وتسير من طرف أمين عام، والذي يعين بمرسوم رئاسي بناء على اقتراح من رئيس سلطة ضبط السمعي البصري، كذلك يعين رئيس سلطة ضبط السمعي البصري في الوظائف الأخرى بناء على إقتراح من الأمين العام.

ويشارك الأمين العام في مداولات سلطة ضبط السمعي البصري ويعد بشأنها محضرا ويعمل على تنفيذ القرارات المتخذة ولا يحق له التصويت، وتكون مداولات سلطة ضبط السمعي البصري وقراراتها باللغة الوطنية الرسمية، ولا تصح مداولات سلطة ضبط السمعي البصري الا بحضور خمسة (5) على الأقل من أعضائها وتتخذ القرارات بالأغلبية

المطلقة للأعضاء الحاضرين وفي حالة تساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا . (1)

مهامها: لسلطة الضبط مهام كثيرة ومتنوعة نصت عليها المادة 54 من ذات القانون والتي نذكر منها:

- ✓ السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ضمن الشروط المحددة في هذا القانون والتنظيم والتشريع الساري المفعول.
- ✓ السهر على عدم تحيز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام.
- ✓ السهر على ضمان الشفافية والموضوعية.
- ✓ السهر على ترقية اللغتين الوطنيتين والثقافة الوطنية ودعمها.
- ✓ السهر على أن تعكس اصناف البرامج التي يقدمها ناشرو خدمات الإتصال السمعي البصري التنوع الثقافي الوطني.
- ✓ السهر على إحترام الكرامة الإنسانية.
- ✓ السهر على حماية الطفل والمراهق.
- ✓ تسهيل وصول الأشخاص ذوي العاهات البصرية و / أو العاهات السمعية الى البرامج الموجهة للجمهور من طرف كل شخص معنوي يستغل خدمة إتصال سمعي بصري
- ✓ السهر الدائم على تامين حماية البيئة وترقية الثقافة البيئية والمحافظة على صحة السكان.

(1) - نفس المرجع، ص 14.

- ✓ السهر على أن لا يؤدي البث الحصري للأحداث الوطنية ذات الأهمية القصوى المحددة عن طريق التنظيم إلى حرمان جزء معتبر من الجمهور من إمكانية متابعتها على المباشر أو غير المباشر عن طريق خدمة تلفزيونية مجانية.
- ✓ مدرسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري والبث فيها علاوة على تخصيص الترددات الموضوعة تحت تصرفها من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبث الإذاعي والتلفزي من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي.
- ✓ تطبق سلطة ضبط السمعي البصري القواعد المتعلقة بشروط الإنتاج والبرمجة وبث حصص التعبير المباشر بالإضافة إلى حصص الوسائط السمعية البصرية خلال الحملات الانتخابية طبقاً للتشريع والتنظيم ساري المفعول.
- ✓ تطبق كفاءات بث البرامج المخصصة للتشكيلات السياسية والمنظمات الوطنية النقابية والمهنية المعتمدة وتحدد الشروط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الأشهار المقنع للمنتوجات أو بث حصص الاقتناء عبر التلفزيون وكذا القواعد المتعلقة ببث البيانات ذات المنفعة العامة الصادرة عن السلطات العمومية.

3- صلاحياتها:

تتمتع سلطة ضبط السمعي البصري بجملة من الصلاحيات التي تساهم في تحقيق مهامها سألغة الذكر خاصة في مجالات: الضبط، المراقبة والمجال الاستشاري وفي مجال تسوية المنازعات التي قد تنجم عن ممارسة النشاط السمعي البصري وقد وردت في نص المادة 55 من القانون 14-04 على الشكل التالي:

أ- في مجال الضبط: تعتبر سلطة ضبط السمعي البصري هيئة أقرها القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري المصادق عليه من طرف البرلمان سنة 2014 قصد ضبط هذا المجال في الجزائر وتعزيز مهمة الخدمة العمومية، وأهم صلاحيات السلطة في هذا المجال نذكر ما يلي:

- دراسة طلبات إنشاء خدمات الإتصال السمعي البصري والبت فيها.
 - تخصيص الترددات الموضوعة تحت تصرفها من طرف الهيئة العمومية المكلفة بالبت الإذاعي والتلفزي من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي في إطار الإجراءات المحددة في هذا القانون.
 - تحدد كل الشروط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الإشهار المقنع للمنتوجات أو بث حصص الإقتناء عبر التلفزيون.
- السهر على مطابقة أي برنامج سمعي- بصري أيا كانت دعامة بثه للقوانين و التنظيمات السارية، وتطبيق القواعد المتعلقة بشروط الإنتاج والبرمجة وبث حصص التعبير المباشر بالإضافة إلى حصص الوسائط السمعية البصرية خلال الحملات الانتخابية، وتقاسم نظرتها الاستشرافية مع الإعلاميين حول البرامج ذات المضامين الدينية حيث قيمتها سلطة الضبط بالمضامين الايجابية وسجلت تحسنا في هذا المستوى ،وفي هذا الصدد" فإن سلطة ضبط السمعي البصري تضع نفسها تحت تصرف شركائها الإعلاميين من أجل السمو بالبرامج ذات الطابع الديني إن من حيث الرصد أو المرافقة وهذا في حدود إمكانياتها واختصاصها.

الاستنتاج الأولي الذي يتبادر إلى أذهاننا يلقي على عاتقنا، كما على عاتق المؤسسات الأخرى، واجبا أخلاقيا منوطا بمسؤوليتنا الجماعية، مسؤولية سلطة ضبط السمعي البصري بمعية شركائها الإعلاميين، في سبيل العمل جنبا إلى جنب من أجل حماية، رعاية وتعزيز هويتنا الوطنية التي ارتوت منذ قرون من معين الإسلام الحنيف حتى صار مزاج الفرد الجزائري مستغرقا في أعماق معاييره وأغوار وجدانه بما في ذلك أسلوب حياته، نظام تمثلاته، طباعه، عاداته، أعرافه وتقاليده ،والحال أن الطابع المقدس لموروثنا الروحي التليد منصوص عليه في الدستور بما لا يدع أي مجال للمساومة في حرمة. (1)

(1)- www.arav.dz/ar اطلع عليه يوم 16 جوان 2017، الساعة 16:50.

- تطبيق كفاءات بث البرامج المخصصة للتشكيلات السياسية والمنظمات الوطنية النقابية والمهنية المعتمدة.
- تحديد قواعد بث البيانات ذات المنفعة العامة الصادرة عن السلطات العمومية.
- السهر على تطبيق واحترام المبادئ والقواعد المسيرة للنشاط السمعي البصري وكذا تطبيق دفتر الشروط.
- تطلب من ناشري وموزعي خدمات الاتصال السمعي البصري أية معلومة مفيدة لأداء مهامها كاملة.
- جمع المعلومات الضرورية من الإدارات والهيئات والمؤسسات دون الخضوع لأية حدود غير تلك المنصوص عليها في التنظيم والتشريع الساري المفعول وذلك من أجل إعداد آرائها وقراراتها.
- إعداد والمصادقة على نظامها الداخلي.

ب - في مجال الرقابة:

- مراقبة مدى احترام ومطابقة أي برنامج سمعي بصري كيفما كانت وسيلة بثه للقوانين والتنظيمات سارية المفعول.
- العمل على احترام القيم الوطنية مع الحرص على عدم الترويج للعنف، وفي هذا الإطار كانت سلطة ضبط السمعي البصري قد وجهت في مطلع شهر رمضان 1438 هـ /2017 م نداء للقنوات التلفزيونية الجزائرية من أجل احترام "مبادئ الصالح العام" تقاديا "للانزلاقات" المسجلة خلال السنوات الماضية مع إعداد برامج خاصة بالشهر الفضيل تكون بمثابة فضاء لليقظة الروحية و العقلانية جامعة للأصالة والحدثة" حسب ما صرح به رئيس سلطة الضبط لووكالة الأنباء الجزائرية.

- مراقبة استخدام ترددات البث الاذاعي والتلفزي لاجل اتخاذ الاجراءات القانونية اللازمة لاستقبال جيد للاشارات وذلك بالتنسيق مع الهيئة العمومية المكلفة بتسيير طيف الترددات الراديوية ومع الهيئة المكلفة بالبث الإذاعي و التلفزي.
- ضمان احترام الحد أدنى للحصص المخصصة للإنتاج السمعي البصري الوطني و التعبير باللغات الوطنية.
- مراقبة و "بكل الوسائل الملائمة" موضوع و مضمون و كفاءات برمجة الحصص الاشهارية،وحسب دفتر الشروط فإن الوقت المخصص للإشهار لا يجب أن يتعدى أكثر من 6 دقائق لكل ساعة و لا تفوق المدة الزمنية للومضة الإشهارية 3 دقائق وهذا ما لا تحترمه أغلب القنوات سواء العمومية والخاصة والتي تسعى للربح المادي من مداخيل الإشهار على حساب تقديم مادة إعلامية تستجيب لتطلعات المشاهد الجزائري.
- ج - **في المجال الاستشاري:** لسلطة الضبط صلاحيات كثيرة في هذا الجانب خاصة في ما يتعلق بإبداء الرأي وتقديم الاقتراحات والتوصيات ،أهم هذه الصلاحيات:
 - تبدي سلطة الضبط آرائها في الاستراتيجية الوطنية لتنمية النشاط السمعي البصري
 - إبداء الرأي في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي يتعلق بالنشاط السمعي البصري
 - تقديم توصيات من أجل ترقية المنافسة في مجال الأنشطة السمعية البصرية.
 - المشاركة في اطار الاستشارات الوطنية في تحديد موقف الجزائر من المفاوضات الدولية حول البث الاذاعي والتلفزي،خاصة ما يتعلق بالقواعد العامة لمنح الترددات.
 - التعاون مع السلطات أو الهيئات الوطنية أو الأجنبية التي تنشط في نفس المجال.

- إبداء رأيها في كل نزاع يتعلق بممارسة النشاط السمعي البصري بطلب من أي جهة قضائية .
 - تقديم اقتراحات وإبداء آراء حول إتوات إستخدام الترددات الراديوية والحزم الممنوحة للبث الإذاعي.
 - د- في مجال تسوية النزاعات: في هذا المجال أوكلت لسلطة الضبط عدة مهام أهمها:
 - مهمة التحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين .
 - " التحقيق في الشكاوى الصادرة عن الأحزاب السياسية والتنظيمات النقابية و/أو الجمعيات وكل شخص طبيعي أو معنوي آخر يخطر بها بانتهاك القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة الاتصال السمعي البصري." (1)
 - "تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري إلى النشاط البصري عبر الأنترنت." (2)
- رغم الدور الكبير الذي تلعبه سلطة ضبط السمعي البصري في مجال ترقية النشاط السمعي البصري وتوجيهه وضبطه لتقادي الوقوع في مخالفات قانونية إلا أن القوانين المسيرة لها تعاني من بعض النقص والثغرات التي قد احد من مهامها وصلاحياتها في إبداء رأيها في بعض القضايا وهو ماجعلها محل انتقاد من طرف بعض المهنيين ورجال القانون ،واهم هذه الانتقادات هي:

(1) - انظر نص المادة 55 من القانون 04-14، مرجع سابق.

(2) - انظر نص المادة 56 من القانون 04-14، مرجع سابق.

- عدم منح سلطة الضبط صلاحية توقيع ومنح القرار المتضمن رخصة إنشاء خدمة الإتصال السمعي البصري لصالح شخص معنوي خاص، فلقد نص قانون السمعي البصري 04-14 على ما يعرف بالسلطة المانحة وقد ورد في الفصل الثاني من الباب الأول والمتعلق بالتعريفات أو بالمصطلحات ،أن السلطة المانحة هي السلطة التنفيذية الموقعة على المرسوم المتضمن إنشاء خدمة الاتصال السمعي البصري لصالح شخص معنوي خاص يخضع للقانون الجزائري ،يعني هذا أن سلطة الضبط ليس من صلاحياتها الترخيص أو منح التراخيص بإنشاء القنوات الإذاعية أو التلفزيونية الخاصة أو الموضوعاتية وإنما هناك سلطة موازية و أعلى منها تسمى السلطة المانحة ،وهذا الأمر المستحدث غير معمول به في مجال إصدار الجرائد الورقية بالنسبة لسلطة ضبط الصحافة المكتوبة،بمعنى أدق السلطة هي التي تبت في طلبات إنشاء قنوات بالقبول أو الرفض وليست سلطة الضبط وهو ما يحد من دورها واستقلاليتها،ولم تحقق سلطة الضبط ما كان مطلوباً منها منذ أن عين على رأسها ميلود شرفي حيث حققت حصيلة "متباينة" لم ترقى إلى طموحات وتطلعات مهنيي القطاع،فقد كانت سلطة ضبط السمعي البصري هيئة "شكلية" غير قادرة على اتخاذ قرارات صارمة بحيث تكتفي بتوجيه "تحذيرات بسيطة" لا تتبعها أي نتيجة ملموسة،كما أن شغور المناصب في سلطة ضبط السمعي البصري دام إلى حد دفع بالوزير الأول عبد المالك سلال إلى التصريح في شهر ماي 2016 بأن الحكومة كلفت وزير الاتصال بتطهير مجال السمعي- البصري في أقرب الآجال وهو ما حدث فعلاً بتتصيب الأعضاء التسع في وظائفهم لتنفيذ مهام هذه المؤسسة، لاسيما السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري وفق الشروط التي يحددها التشريع والتنظيم المعمول بهما وعلى حياد الأشخاص المعنويين التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام و على ضمان الموضوعية و الشفافية بموجب القانون.

- أكد رئيس سلطة ضبط السمعي البصري زواوي بن حمادي على ضرورة "استكمال الجانب الانضباطي والتنظيمي للمجال السمعي البصري من أجل ضمان التنظيم الجيد وتقادي"التجاوزات"المسجلة وقال بن حمادي"لقد عملنا إلى حد اليوم بطريقة بيداغوجية ، لكن حان الوقت لاعتماد خطوة أخرى من أجل استكمال الطابع الانضباطي والتنظيمي لعملية تنظيم القطاع السمعي البصري،واعتبر أنه بالتطبيق الصارم للتنظيم "يمكننا الإسراع في تسوية وضعية القنوات الخاصة (الخاضعة للقانون الأجنبي) وذلك بالطبع بعد مطابقتها لدفتر الشروط"،واسترسل قائلاً"مع حكومة جديدة و وزير جديد للاتصال سنقدم بشكل جدي في ملف تنظيم القطاع السمعي البصري"،وذكر رئيس سلطة ضبط السمعي البصري بأن هذه القنوات الخاصة ليس لها دفتر شروط محدد خاص بها معتبرا أن هذه القنوات الخاصة تمثل قيمة مضافة في المجال السمعي البصري و أنه ليس من المجدي حذفها أو تشويه صورتها"⁽¹⁾

⁽¹⁾ أطلع عليه يوم 17 جوان 2017 على الساعة www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20170603/113781

المبحث الثالث: الصحفي الجزائري بين المهنة والتشريع

أولاً-تطور مفهوم الصحفي في التشريع الجزائري:

يعتبر القانون الأساسي للصحفيين أحد أهم الحريات العامة في إطار الصحافة ويمكن بسهولة إستخلاص أن معظم المواثيق الدولية قامت بإفراد قانون أساسي خاص بمهنة الصحفي يجعله يتميز عن القانون العام للعمل، وذلك من منطلق أن العمل الصحفي هو نشاط يقوم على نشر الأخبار والمعلومات ليساهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة في صناعة وتكوين الرأي العام كما أنه نشاط فكري له دور فعال في إحداث التغييرات المختلفة في البناء الاجتماعي ككل.

ومن أجل أن تلعب الصحافة أدوارها الريادية كان لابد من وضع وسن قانون ينظم مهنة الصحافة وقانون للصحفي بوجه خاص يحدد حقوقه وواجباته ووضع قواعد قانونية تنظم ممارسته الصحفية في ظروف جيدة بعيدا عن كل الضغوطات والمعوقات، وقد حرص المشرع الجزائري على ضمان الحقوق الأساسية للصحفيين من اجل تسهيل وصولهم إلى مصادر المعلومات وضمان حياة كريمة له تمكنه من التركيز جيدا على مهامه الإعلامية، ورغم كل المجهودات المبذولة من طرف مختلف الجهات إلا أن الصحفي الجزائري مزال يعاني بعض العراقيل والمعوقات التي تقف أمامه وهو ما اثر على أداء مهنته والمهام التي أوكلت له، والملاحظ أن مفهوم الصحفي في المواثيق والخطابات الرسمية تطور منذ الاستقلال 1962 إلى اليوم، من مفهوم الموظف إلي مفهوم المناضل، إلي مفهوم الملتزم، فمفهوم المهني، وصولا إلي مفهوم المكافح، فعون الدولة. وهنا يظهر مأزق بنية السلطة الجزائرية التي تريد أن تبقى الصحافة في خدمة مشاريع سلطوية وأهداف غير مهنية، لأن أهمية الإعلام في المجتمع المعاصر بقدر ما تقاس بعدد المؤسسات الإعلامية بقدر ما تقاس بأهمية تحديد مختلف المجتمعات

التعاريف الخاصة بها والمتعلقة بالأبعاد الثقافية والاجتماعية للصحافة كمؤسسة إجتماعية." (1).

وقد تطورت نظرة الجهات الرسمية للصحفي الجزائري من فترة زمنية لأخرى بسبب عدة عوامل على رأسها العوامل السياسية وتدخل السلطة في سن القوانين المسيرة للحقل الإعلامي في الجزائري، هذا ما انعكس على أدوار رجال وقد قدم الأستاذ رضوان بوجمعة من جامعة الجزائر في هذا المجال، إحدى أفضل المقاربات التي تتطرق للأدوار التي قام بها الصحفي الجزائري في آدائه لمهنة الصحافة وقد قسم تطور نظرة الخطاب الرسمي إلى دور الصحفي، إلى ستة مراحل أساسية وهي:

1- المرحلة الأولى: الصحفي الموظف (5 جويلية 1962-19 جوان 1965)

خرجت الجزائر من نير الإستعمار الفرنسي ضعيفة ومنهكة على جميع الأصعدة على غرار قطاع الإعلام حيث كان عدد الصحفيين يعدون على الأصابع ما خلق نقصا في تقديم خدمات إعلامية الى غاية استرجاع السيادة على الإذاعة والتلفزيون بتاريخ 28 أكتوبر 1962 حيث التحق بعض الشباب الجزائري بمهنة الإعلام لكنهم لم يكونوا يمتلكون المستوى العلمي والكفاءة اللازمة للقيام بمهمة ثقيلة بحجم الإعلام، وقد تبنت الدولة الجزائري النظام الإشتراكي الذي يقر بالملكية الجماعية لوسائل الإنتاج في المجالين الثقافي والإعلامي، ومن الناحية التشريعية نصت المادة 19 من دستور 1963 على ضمان الدولة الجزائرية لحرية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى وحرية الكلام والنقاش وحرية الرأي ولم يتم وضع تعريف أو الإشارة للصحفي لا في ميثاق طرابلس 1962 ولا ميثاق الجزائر 1964،

(1) - رمضان بلعمري، القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة ماجستير غير منشورة في تخصص

تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3،

ولم تتغير النظرة إلى الصحفي الذي كان مناضلا أثناء الثورة و أصبح بعد الاستقلال موظفا في حزب جبهة التحرير الوطني.

المرحلة الثانية: الصحفي الموظف المناضل (19 جوان 1965 –ديسمبر 1978)

بعد انقلاب 1965 تغيرت العديد من الأمور وفي شتى المجالات من بينها الإعلام الذي عرف تشديد الخناق عليه و إستعماله كوسيلة للدعاية السياسية وأصبح سلاحا بيد الحزب الواحد الذي كان يوجهه وفق أهدافه وخدمة لمصالحه، وبرز هذا منذ تولي هواري بومدين رئاسة الجزائر حيث أشار في إحدى خطاباته عام 1970 حيث تطرق فيه الى دور الصحافة الوطنية يطرح مشكل وظيفة ودور الصحفي الذي يجب عليه أن يوضح موقفه هل هو مع أو ضد الثورة بل يجب عليه أن لا يكون إلا ثوريا وملتزما ،ولم يتم في هذه المرحلة إشراك رجال العلام أو مدراء المؤسسات الإعلامية في رسم خارطة ومعالم الايديولوجية بل كان ينظر للصحفي كمجرد موظف تابع للإدارة ويقوم بتطبيق التعليمات فقط.

المرحلة الثالثة: الصحفي الملتزم بإيديولوجية الحزب (1979-1982)

أبرز ما ميز هذه المرحلة صدور أول قانون للإعلام في 6 فيفري 1982 في عهد الرئيس الراحل الشاذلي بن جديد، ووجدد هذا القانون تأكيده عزم السلطة السياسية السيطرة على وسائل الإعلام وإحتكار ملكيتها وهو ما عبرت عليه صراحة بعض مواد هذا القانون على غرار المادتين الأولى والسادسة، حيث نصت على أن: "الإعلام يعبر بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق الوطني عن إرادة الثورة وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية و يعمل الإعلام عن تعبئة كلّ القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية، فالإعلام قطاع من قطاعات السيادة

الوطنية، والصحفي عليه أن يلعب دوره كما ينبغي في شحذ الهمم وخدمة الحزب الواحد ومبادئه والمساهمة في التنمية، ولم تتغير نظرة السلطة للصحفي بل بقيت نفسها .

المرحلة الرابعة: الصحفي المهني (23 فيفري 1989 جانفي 1992)

سبقت هذه المرحلة أحداث 5 أكتوبر 1988 والتي تعتبر منعرجا حاسما في مسار الديمقراطية في الجزائرية والتي توجت بإقرار دستور فبراير 1989 والذي أعطى ضمانات مهمة للممارسة الإعلامية في الجزائر ومنع المساس بحرية الرأي والمعتقد، وظهرت عدد من الصحف خاصة الحزبية، وما دعم هذه الحرية صدور قانون الإعلام 90-07 بتاريخ 3 أبريل 1990 والذي رفع إحتكار السلطة لملكية وسائل الإعلام وأشار لأول مرة للصحفي المحترف في مادته (33)، بالمقابل أكد هذا القانون على ضرورة إلتزام الصحفي بأخلاقيات وآداب مهنة الصحافة، كما أعطى للصحفي الحق في رفض أي تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير، والبارز في هذه المرحلة وهو تغير النظرة الى الصحفي من مناضل وموظف في الحزب الواحد إلى مهني مسؤول وله حقوق وعليه واجبات يكفلها قانون الإعلام.

المرحلة الخامسة: الصحفي المكافح (فيفري 1992-1999)

أهم ما يميز هذه المرحلة إقرار حالة الطوارئ وإلغاء العمل بقانون الإعلام وحل المجلس الأعلى للإعلام، لتظهر في الساحة الإعلامية جملة من القيود والضغوط وفرضت على الصحفيين الرقابة، ومنعهم من التطرق إلى المواضيع الأمنية فتعرضوا إلى العديد من المضايقات والمتبعات القضائية ما جعل حرية الرأي والتعبير تتراجع بشكل كبير، حيث وجد الصحفي نفسه بين سندان السلطة وضغوطها وطريقة الإرهاب وهمجيته والذي نفذ عديد الإغتيالات في حق الصحفيين لتخويف وترهيب البقية .

المرحلة السادسة: الصحفي عون الدولة (أفريل 1999 إلى يومنا هذا)

منذ وصول الرئيس عبد العزيز بوتفليقة إلى كرسي الرئاسة لم يتردد في بداية حكمه من توجيه انتقادات لاذعة للأسرة الإعلامية وحملها مسؤولية بعض ما حدث في العشرية السوداء ودعا في الكثير من المناسبات إلى ضرورة عمل المؤسسات الإعلامية إلى جانب الدولة لتحقيق التنمية الشاملة، ومع إقرار ميثاق السلم والمصالحة الوطنية وتحقيق الإستقرار الأمني بدأت الصحافة الجزائرية تستعيد عافيتها وبريقها فظهرت عديد العناوين الصحفية وبعض القنوات التلفزيونية الخاصة وتم وضع قانون جديد للإعلام وقانون خاص بالسمعي البصري وتعيين سلطة ضبط المعى البصري ورفع عقوبة تجريم وسجن الصحفي الذي تمتع في هذه الفترة بهامش من الحرية مقارنة بالمراحل السابقة.

هذه هي أهم المراحل التي مر بها مفهوم الصحفي والأدوار التي أوكلت له في كل مرحلة، وفي ما يلي سنتعرض لبعض التعريفات والمواد القانونية التي أعطت تعريفا للصحفي ولعل ابرز هذه التعريفات ما يلي:

1- تنص المادة (2) من الأمر 68-525: على أنه يعتبر صحفيا مهنيا كل مستخدم في نشرة صحفية يومية، أو دورية تابعة تابعة للحزب أو الحكومة وفي وكالة وطنية أو هيئة وطنية للأنباء المكتوبة أو الناطقة أو المصورة متفرغ دوما للبحث عن الأنباء وانتقائها وتنسيقها وعرضها واستغلالها والذي يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والنظامية ذات الأجر كما يعتبر في عداد الصحفيين المهنيين، المرسلون، المصورون، المرسلون السينمائيون، والمرسلون الرسامون، ويمثل الصحفيين المهنيين المعاونين المباشرين والدائمون في التحرير"⁽¹⁾

(1)- بشير الدين مرغاد، الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من 1990-200، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، 2007، ص 22.

من خلال هذا التعريف نلتزم احتكار السلطة لمهنة الصحافة وضغطها على الصحفي الذي يتوجب عليه توفر شرط المواولة للحزب أو الدولة كشرط أساسي لممارسة مهنة الصحافة.

1- مفهوم الصحفي المحترف في قانون الإعلام 1982: عرف قانون الإعلام 82-01 الصحفي المحترف في المادة 33 منه اذ يعتبره كل مستخدم في صحيفة يومية او دورية تابعة للحزب او الدولة أوفي هيئة وطنية للأبناء المكتوبة أو الناطقة أو المصورة متفرغ دوما للبحث عن الأنباء وانتقائها وتنسيقها وعرضها واستغلالها والذي يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والمنتظمة والتي يتلقى مقابلها أجرا، ويشبه هذا التعريف ما سبق ذكره وهو الآخر يكرس مبدأ المواولة للسلطة كشرط للعمل في مهنة الصحافة.

2- مفهوم الصحفي المحترف من خلال قانون الاعلام 90-07: أفرد هذا القانون مادة خاصة تحدث فيها صراحة عن الصحفي المحترف ومهامه وذلك ماورد في المادة ال 28 من هذا القانون والذي تعرف الصحفي المحترف بانه الشخص المتفرغ للبحث عن الاخبار وجمعها وتقديمها خلال نشاطه الصحفي مقابل أجر ،و من خلال تحليلنا لما ورد في هذه المادة نلمس إسقاط شرط المواولة للدولة أو الحزب للعمل في مهنة الصحافة وهذا راجع الى التعددية الحزبية التي تم اقرارها في اكتوبر 1988 وهو ما انعكس إيجابا على التعددية الإعلامية الجزائرية .

3- مفهوم الصحفي المحترف في قانون الإعلام 2012: تعرف المادة 73 من هذا القانون الصحفي المحترف بأنه كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية أو دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري او وسيلة إعلام عبر الانترنت ،وقام هذا القانون بتوسيع نشاط الصحفي الذي كان مقتصرًا على الصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء ليشمل العاملين في

قطاع السمعي البصري والإعلام الإلكتروني وتوسع المشرع في تعريف الصحفي المحترف أمله الظروف التطورات الكبيرة التي عرفها الإعلام الجزائري وظهور أشكال صحفية جديدة ومؤسسات إعلامية .

ثانيا- حقوق وواجبات الصحفي:

أ-الحقوق :

أفرد المشرع الجزائري من خلال قوانين الإعلام عدة مواد قانونية تتحدث عن حقوق وواجبات الصحفي أثناء أداء مهامه الصحفية وهي كالتالي:

1-التوظيف:

حددت المادة (7) من المرسوم 08-140 الذي يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين شروط ممارسة مهنة الإعلام وذلك بضرورة حيازة المعني على شهادة التعليم العالي ذات الصلة المباشرة بالمهنة وألا يكون قد حكم عليه نهائيا بسبب جنابة او جنحة وان يكون متمتعا بحقوقه المدنية والوطنية ،غير انه يمكن لكل شخص يثبت مؤهلات تتناسب والأنشطة الصحفية الالتحاق بمهنة الصحافة"⁽¹⁾

من خلال هذه المادة نلاحظ أن المشرع الجزائري اشترط شهادة التعليم العالي في تخصص الإعلام لممارسة الصحافة إلا انه لم يعلق الباب على من يملك مؤهلات وقدرات تلائم المهنة ليكون صحفيا .

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،مرسوم رئاسي رقم 08-140 مؤرخ في 04 جمادي الأولى عام 1429 هـ الموافق 10 مايو 2008 م،يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين ،العدد (24)،ص04، 11-05-2008.

2-تنظيم علاقة العمل:

جاء الفصل الرابع من مرسوم 2008 المنظم لعلاقات عمل الصحفيين مع النواب "علاقات العمل" حيث أشار إلى ضرورة استعادة الصحفي من عقد مكتوب سواء لأجل محدود أو غير محدد بالتوقيت الكامل أو الجزئي، أشار المرسوم أيضا إلى ضرورة تحديد فترة التمرين بالنسبة للصحفي المتربص أو المبتدئ قبل توظيفه ووعي الفترة التي يتمتع فيها بجميع الحقوق التي يتمتع بها الصحفي الموظف، وهو ما نصت المادة التاسعة التي تشترط عقد عمل كتابي مهما كانت طبيعة العمل بين الصحفي أو معاون الصحافة، كما أشارت المادة (11) الى ضرورة تضمين العقد المبرم بين الصحفي والمؤسسة الصحفية لطبيعة عقد العمل، التصنيف المهني، مكان العمل، وكيفية دفع الأجرة، وكذا المكافآت والتعويضات المستحقة⁽¹⁾

كما كفل قانون الإعلام 2012 حق الصحفي في عقد عمل وحمايته مع رب العمل من خلال نص المادة (80) من القانون والتي أكدت على ضرورة وجود عقد مكتوب يحدد حقوق وواجبات طرفي العقد

3- مدة العمل:

ينص قانون العمل الجزائري على أن ساعات العمل القانونية للهامل خلال الأسبوع هي 40 ساعة مقسمة على خمسة أيام عمل ، أما مرسوم 2008 الذي يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل قد أشار إلى مدة العمل في المادة 15 حيث نصت على أنه: "يأخذ توزيع مدة العمل بعين الاعتبار خصوصيات كل جهاز صحافة"⁽²⁾.

(1)- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد(24)، مرجع سابق، ص 7.

(2)- نفس المرجع، ص 8.

4- السر المهني: "هو صفة تخلع عن موقف أو مركز أو خبر أو عمل مما يؤدي إلى وجود رابطة تتقبل بهذا الموقف أو المركز أو الخبر بالنسبة لمن حق العلم به بالنسبة لمن يقع عليه الإلتزام بعد إذاعته"⁽¹⁾ ان حماية حق الصحفي في عدم الكشف عن مصادر معلوماته تعتبر من أهم الوسائل التي يمكن ان تكفل تدفق المعلومات للجمهور ،وبالتالي ضمان حق المواطن في الإعلام ،ذلك أن هناك الكثير من النصوص القانونية في كل دول العالم التي يعاقب بمقتضاها موظفي الدولة أو الأشخاص الذين يطلعون على المعلومات بحكم مهنتهم على الكشف عن هذه المعلومات للصحفيين ولذلك فهم لا يكشفون عنها إلا إذا تعهد الصحفي بعدم تحديد هوياتهم أمام المحاكم أو الأجهزة الأمنية"⁽²⁾ .

فحماية حق الصحفي في عدم الكشف عن أسرار مهنته بشكل عام وعدم الكشف عن مصادر معلوماته يعد حقا من حقوقه وهو ما كفله قانون الإعلام الجزائري 2012 والذي اعتبر السر المهني حقا بالنسبة للصحفي والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام وهو ما ورد في نص المادة (85) من هذا القانون.

" يعد السر المهني حقا بالنسبة للصحفي والمدير المسؤول لكل وسيلة إعلام طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما"⁽³⁾، ولم يشر إلى أية حدود تقيد هذا الحق بشكل مباشر ما عدا التي جاءت بها المادة 94 والتي تنص على أن: " للصحفي الحق في الوصول إلى مصادر الأخبار ما عدا ما يتعلق ب:

- بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به.

(1) - عادل جبيري ، محمد الحبيب ، مدى المسؤولية للإخلال بالسر المهني أو الوظيفي ، ط 1 ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ، 2005، ص 16 .

(2) - سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، دار النشر للجامعات، مصر، ط 2004، ص 107.

(3) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد (2) ، مرجع سابق، ص 29.

- الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسا واضحا .
 - بسر البحث والتحقيق القضائي.
 - بالسر الاقتصادي الاستراتيجي .
 - الخبر الذي يؤدي إلى المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.
- * من خلال قراءتنا لمواد قانون الإعلام 07-90 و 05-12 نلتمس أن المشرع الجزائري لم يتم بتحديد الصيغة القانونية التي يتم وفقها إستدعاء الصحفي للوقوف أما القضاء بصفته شاهدا أو متهما ،هذا ما يشكل فراغا قانونيا ويجعل المواد القانونية الخاصة بالسر المهني في قانون الإعلام غير مفهومة ومفتوحة على التأويلات.

5-المدة التجريبية:أشار المشرع الجزائري للمدة التجريبية التي يخضع لها العامل قبل توظيفه بصفة دائمة وذلك في قانون العمل 11-90 نص في المادة 12 على أنه: "يمكن أن يخضع العامل الجديد عند توظيفه لمدة تجريبية لا تتعدى ستة أشهر كما يمكن أن ترفع هذه المدة الى اثني عشرة (12) شهرا لمناصب العمل ذات التأهيل،تحدد المدة التجريبية لكل فئة من فئات العمال أو مجموع العمال عن طريق التفاوض الجماعي"

- وقد أشار المرسوم 140-08 المنظم لعلاقات عمل الصحفيين إلى ضرورة تحديد فترة التمرين بالنسبة للصحفي المتربص أو المبتدئ قبل توظيفه وهي الفترة التي يتمتع فيها بجميع الحقوق التي يتمتع بها الصحفي الموظف ،فالمادة 14 تنص على أن مدة التجريب توضح مدتها في عقد العمل إلا انه لم يتم تحديد هذه المدة.

6 - العطل والراحة:

أورد القانون الجزائري الحق في العطلة والراحة وذلك ما ورد في قانون العمل 90-11 الذي ينص على حق العامل في الراحة، أما في مجال العمل الصحفي فقد نصت المادة 19 من مرسوم 2008 على استعادة الصحفي من أيام الراحة القانونية ومن راحة تعويضية حسب الشروط المحددة في الاتفاقية، كما نصت المادة ال 20 من نفس القانون: "أنه يستفيد من عطلة خاصة بمناسبة المؤتمرات المهنية والاتفاقية وايام الدراسة"⁽¹⁾

7- الأجر:

هو المقابل المادي الذي يتقاضاه الصحفي نظير ما يقدمه من أعمال ومهام إعلامية داخل مؤسسته، ولم يتطرق قانون الإعلام 90-07 ولا قانون 05-12 لمسألة تحديد الأجر الخاصة بالصحفيين وترك الإتفاقية الجماعية هي التي تحدد ذلك، وقد أشار الأمر 68-525 الصادر في 9 ديسمبر 1968 المتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، الى اجر الصحفي من خلال نص المادة 21 والتي نصت على حق الصحفي في تقاضي اجر عمله والذي يشتمل على مرتب ثم تعويضات عند الاقتضاء او يحدد مرتب الصحفي وفق الوظيفة التي يشغلها والدرجة التي يتبعها، وقانون العمل 90-11 كان اكثر وضوحا في مسألة الأجر الذي يستحقه العامل، فقد نصت مادته 80: "على حق العامل في اجر مقابل العمل المؤدى وتقاضي مرتبا او دخلا يتناسب ومجال العمل، اما في ميدان الصحافة فقد تم توقيع الاتفاقية الجماعية المتعلقة بالأجور بتاريخ 16 افريل 2012 وذلك بهدف تحديد الشبكة الاستدلالية الجديدة للأجور القاعدية والمرجعية لصحفيي وشبه صحفيي القطاع العمومي، وبتحديد القاعدة المرجعية لمناصب العمل والنظام التعويضي للصحفيين العاملين بمؤسسات القطاع العمومي، وقد جرى توقيع هذا

(1) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد(24)، مرجع سابق، ص 9.

الاتفاق الجماعي الذي حدد النقطة الاستدلالية للأجور القاعدية المرجعية ب 40 دينار جزائري من طرف وزير الاتصال الناصر مهل ومدراء مختلف المؤسسات العمومية لقطاع الاتصال، وكذا ممثلي الفروع النقابية لهذه المؤسسات وبحضور الأمين العام للاتحاد العام للعمال الجزائريين عبد المجيد سيدي السعيد، وفي السياق ذاته منحت الحكومة موافقتها حول هذا الإتفاق الجماعي الذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من جانفي 2013، وتعتبر المؤسسات المستفيدة من هذا الاتفاق الجماعي المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة ووكالة الأنباء الجزائرية والمؤسسة العمومية للتلفزيون ويوميات المجاهد، النصر، المساء، أوريزون، الشعب والجمهورية⁽¹⁾

8- الحق في التأمين والضمان الاجتماعي :

يستفيد الصحفي من حقه في التأمين والضمان الاجتماعي وهو ما ورد في المادة 90 من قانون الإعلام 90-05 والتي تنص على ضرورة: "اكتتاب تأمين خاص على حياة كل صحفي يرسل إلى مناطق الحرب أو أي منطقة قد تعرض حياته للخطر" وأشارت المادة 91: "ان للصحفي حق رفض التنقل ان لم يكن له تأمين"⁽²⁾

9- الحق في التدريب :

إن الحق في التدريب ورفع الكفاءة المهنية لا يعد مهما للصحفي فحسب بل ذو أهمية أكبر لمؤسسة إنتمائيه وحق من حقوق المجتمع الذي يستفيد من كفاءة ومهارة الصحفيين، "فالتأهيل العلمي والتدريب المهني يعد أحد العوامل الأساسية لتحقيق حرية الصحافة ومسئوليتها، ذلك أن التعليم والتدريب يؤدي إلى رفع الكفاءة وصقل القدرات يزيد من إحساس الصحفي باستقلاله ونزاهته وتمسكه برأيه وقدرته على التعبير عنه، والدفاع عن

(1) www.djazairpress.com/eldjadida,20/11/2016,20h30.

(2) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد (02) مرجع سابق، ص 10.

حقوقه بشكل عام⁽¹⁾ ، وفي هذا الإطار اقر المشرع الجزائري حق الصحفي في الحصول على دورات تدريبية للترقية من مستواه ،وهو ما جاء في نص المادة 129 من قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 التي تؤكد على تخصيص المؤسسة الاعلامية ما نسبته 2% من أرباحها السنوية لتكوين الصحفيين ،كما تضمنت المادة الخامسة من مرسوم 2008 المحدد لعلاقات العمل حق الصحفي في التكوين المتواصل لاسيما بغرض التخصص وقد ترك كفاءات تنفيذها للاتفاقية الجماعية،وهذا ما يعد مكسبا للصحفي والمؤسسة التي يعمل بها التي لا يمكنها تحقيق التطور دون تطوير كفاءة طاقمها وهو ما يتيح التكوين.

10- حق الصحفي في الوصول إلى مصادر المعلومات: للصحفي الحق في الوصول إلى مصادر المعلومات من خلال القيام بمهمة جمعه للأخبار ومن اجل إعطاء أكثر مصداقية لمادته الإخبارية وقد نصت المادة 83 من قانون الإعلام 2012 على حق الصحفي الوصول الى مصادر الخبر حيث تضمنت: "ضرورة قيام كل المؤسسات و الإدارات والهيئات بتزويد الصحفي بكل المعلومات وهو ما يضمن للمواطن الحق في الحصول على المعلومة،لكنفي نفس الوقت نجد ان المشرع الجزائري أعطى للسلطة الحق في حجب بعض المصادر التي تم تصنيفها بأنها سرية وهو ما نصت عليه المادة 84 من قانون 2012: " يعتبر الصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر ما عدا في الحالات الآتية:⁽²⁾

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به

- عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسا واضحا

(1) - سليمان صالح ،حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة،مصر،2002،ص 226.

(2) - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ،العدد (2)،مرجع سابق ص 8.

- عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي
- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي
- عندما يكون من شان الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد

11-البطاقة المهنية:

تعتبر البطاقة المهنية هوية الصحفي المحترف، وأهم شرط ضروري للمطالبة بحقوقه وحصوله على امتيازات. وتسهل له أداء مهامه أثناء خروجه للميدان وتكفل له حقوقه أما المشروع الجزائري فقد نص على حق الصحفي في الحصول على بطاقة تعريف مهنية في المادة 76 من القانون العضوي 12-05: "تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم" وهو ما أشار إليه أيضا المرسوم التنفيذي رقم 140-8 المؤرخ في 10 ماي 2008 المعلق بتحديد النظام النوعي للعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين في المادة (5) منه: "يحق للصحفي الحصول على بطاقة تعريف مهنية خاصة بالصحفي الدائم والتي يحدد شكلها وشروط تسليمها عن طريق التنظيم".⁽¹⁾

انطلاقا من المادة (2) من نفس المرسوم التي تنص على أن أحكام هذا المرسوم تطبق على كل الصحفيين الدائمين والمتعاقدين ... والمراسلين، ومن خلال دراستنا الميدانية وجدنا أن صحفيي القناة الجزائرية الثالثة العمومية يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف في حين، ينشط صحفيو باقي القنوات بوتائق إدارية فقط كبطاقة المهنية والأمر بالمهمة وبعضهم يمتلك بطاقة الصحفي المحترف في الصحافة المكتوبة ويشغل بها في القطاع السمعي البصري.

(1) نصر الدين مزاري، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في المغرب العربي "دراسة وصفية مقارنة بين الجزائر والمغرب من فترة الاستقلال إلى 2011 م، مذكرة ماجستير، غ م، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 2011، 3-2012، ص 29.

ب- واجبات الصحفي

* 1- إحترام أخلاقيات المهنة:

تعرف بأنها: " مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة لتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء"⁽¹⁾

وقد عرفها "جون هونبرج" (John honbreg) على أنها "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها"⁽²⁾.

إذن فأخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحساناً عند الجمهور، كما أنها أيضاً جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها في أداءه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان ورضا الرأي العام، ويمكننا أن نلخص أهم الأخلاقيات الواجب إحترامها من طرف الصحفي في النقاط التالية: .

أ- إحترام المصدر:

من خلال عمله الميداني يركز الصحفي على عدد من المصادر للحصول على الأخبار والمعلومات فهذا من حقوقه الأساسية لكن عليه إحترام المصدر من خلال إلتزامه ببعض

(1) - المرجع نفسه ص 19.

(2) - حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 153.

المعايير،"فالحق في الحصول على الأخبار و المعلومات لا يعتبر حقا خالصاً للصحفي إذ أنه يعد حقاً و واجبا في نفس الوقت، فهو حق الصحفي فيما يتضمنه من تمكينه من الحصول على الأخبار و المعلومات التي تمتع الإدارة في الإفصاح عنها، وأما كونه واجبا على الصحفي فذلك لأنه يفرض عليه إلزاما أخلاقيا هدفه المحافظة على مصدر الأخبار و المعلومات"⁽¹⁾، فالصحفي مطالب بكسب ثقة المصدر وإحترام أرائه ونقل تصريحاته بكل موضوعية من دون تزييف أو تحريف حتى يجنب المصدر الأضرار التي قد تلحق به.

ب- إحترام الحياة الخاصة للأفراد:

الحياة الخاصة للأفراد تعد حقا شخصيا لكل إنسان يجب على الصحفي إحترام هذه الخصوصية وعدم إنتهاكها بإستعمال طرق ملتوية كإستراق السمع أو التقاط الصور أو تسجيل الأحاديث الخاصة بطريقة خفية، وتسليط الأضواء على شخصيات عادية مما يسبب لهم المتاعب أو يسيء إلى سمعتهم ويضر بعائلاتهم، أو استغلال اسم شخص وصورته في الترويج لسلعة أو خدمة، فهذا يعد منافيا لأخلاقيات العمل الصحفي.

ج- إحترام أخلاقيات الإعلان الصحفي:

يتوجب على الصحفي أو مؤسسة إنتمائه عند تحرير أو تصميم إعلان معين إحترام خصوصيات المجتمع من خلال الألفاظ والصور والشخصيات التي تجسد الإعلان كما يجب أن لا يتضمن هذا الإعلان معلومات مغلوطة حول منتج أو خدمة، بالإضافة إلى إحترام المعايير الدولية المتعارف عليها فيما يخص المساحة الإعلانية .

(1) - أشرف رمضان عبد الحميد، حرية الصحافة، دراسة تحليلية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص

د- إحترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده:

الصحفي فرد من أفراد المجتمع يحتك يوميا مع بقية الأفراد ويتقاسم معهم نفس الهموم والأمال كما يتقاسم معهم بعض السمات المشتركة من عادات وتقاليده يجب عليه إحترامها،"فالصحافة مسؤولية خاصة تجاه صيانة الآداب العامة و حقوق الإنسان و المرأة و الأسرة و الطفولة و الأقليات و الملكية الفكرية للغير" (1)، ومن ثم يتعين على الصحفي أن لا ينشر أي مواد إعلامية تدعوا أو تشجع على إرتكاب الفحشاء أو الخروج عن الآداب العامة والأخلاق العامة، فلا يجوز للصحفي أن ينشر ما يستميل الغريزة الجنسية أو يحرض عليها أو ينشر ما يكون مرفوضا من جانب المجتمع لتناقضه مع قيمه ومثله العليا.

هـ- عدم التأثير على العدالة:

على الصحفي إحترام السلطة القضائية وإحترام قراراتها وأحكامها القضائية فلا يحق لأي صحفي أن يطعن في القضاء أو إخراج أسراره أو كل مامن شأنه أن يؤثر على سير القضاء .

2-الإلتزام بقواعد السلوك المهني:

" هي المبادئ والقيم التي يتعين على الصحفي الإلتزام بها ومراعاتها عند ممارسة عمله الصحفي، إذ أنها الوسيلة التي تضيء له الطريق وتوجهه في مختلف المواقف و الموضوعات التي يواجهها في العمل، التي تصون له كرامته وتحميه من التعرض لأي إذلال أو ضغط وتجعل قلمه لا يسمع سوى صوت ضميره".(2)،ويمكننا أن نتطرق إلى بعض القواعد:

(1) - نفس المرجع، ص 277.

(2) - سمان فوزي عمر، المسؤولية المدنية لصحفي، ط1، دار وائل لنشر، عمان، 2007، ص 45.

***الدقة والصدق وعدم تحريف عرض الحقائق:** إن الحصول على ثقة القارئ أو المستمع أو المشاهد هو أساس الصحافة المتميزة و الحق هو بذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للوسيلة الإعلامية دقيقاً ويتقل الحقيقة كاملة.

* **الحق في المعرفة:** ويقصد به حق المواطن في معرفة ما يدور حوله من أحداث ووقائع وأخبار حول الأنشطة الحكومية وغير الحكومية ويعتبر حرمان المواطن من هذا الحق حاجز أمام مصداقية الإعلام .

* **الموضوعية وعدم الإنحياز:** هي نقيض الذاتية، ونعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور بدون تأثير مباشر بالعواطف الشخصية أو الميولات أو وفق مصالح شخصية للصحفي فالصحفي مطالب بتبني الحياد أثناء أدائه لرسالته الإعلامية وعليه ضمان إستقلالية المهنة ونزاهة العامل في جمع ونشر الأنباء والمعلومات و الآراء على الجمهور.

* **المسؤولية:** أمام الفرد والمجتمع فالصحفي هو صوت ينقل آلام وأمال المجتمع وينور الرأي العام .

* **الامتناع عن التشهير و القذف:** الصحفي مطالب بامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من قيمته أو تسيء إلى كرامته وسمعته و يترتب على ذلك مخالفة مبدأ إحترام خصوصية الغير الني كفلها القانون مايؤدي أحيانا الوقوع في الجرائم كالقذف و السب.

* **إحترام السرية المهنية:** السرية المهنية هي حق وواجب في نفس هدفها هو حماية الصحفيين ومصادر معلوماتهم وخصوصيات بعض القطاعات الحساسة كالأمن وأسرار الدولة وأسرار القضاء ،وعموما يمكننا القول أن إحترام هذه الواجبات من شأنه حماية الصحفي والجمهور وقنوات الإتصال في نفس الوقت.

ثالثا- الضغوطات التي تواجه الصحفيين

لا يمكن الحكم على العمل أو الأداء الإعلامي منذ بداية التخطيط إلى غاية إصدار المادة الإخبارية ونشرها حتى ظهورها في شكلها النهائي دون النظر إلى ظروف عمل الصحفي والصعوبات التي يواجهها و هو ما يتطلب منه بذل الكثير من الجهد والوقت ومواجهة المخاطر والظروف الصعبة والاستثنائية للقيام بأداء رسالته الإعلامية النبيلة وهذه الظروف الخارجية بينما يصطد الصحفي أيضا بظروف داخلية كظروف تسيير المؤسسة وقوانينها الداخلية التي هي الأخرى قد تساهم في عرقلة الصحفي أو تحفيزه وعموما يمكننا تلخيص أهم الصعوبات التي يواجهها رط2جل الإعلام في ما يلي:

أولاً- الضغوطات الداخلية: يواجه الصحفي يوما بعض المشكلات التقليدية وعلى رأسها:

1- **الوقت:** يواجه الصحفي يوميا مشكل الوقت حيث يركض دائما حول رصد الأخبار في وقتها والوصول إليها قبل الآخرين لتحقيق الانفراد والسبق الصحفي وندخل فيها هنا عامل المصدر الذي يتحكم في وقت البث، والضغط المهني للوصول إلى الحقيقة، وفهم ما تعنيه "الحقيقة"، ما يعني أن إنتاج "الحقيقة" في القصص الإخبارية، وهو ما يتطلب وقتا للجمع والتحقق من الوقائع، أمر أساسي لإعداد المادة الخبرية⁽¹⁾.

2- **ضيق مساحة النشر أو البث:** من المشاكل العويصة التي تواجه الصحفي الذي يقوم بجمع مادته الإعلامية ويقوم بصياغتها لكن في آخر لحظة لا يجد المساحة في الجريدة لنشرها أو الإذاعة والتلفزيون لا يوجد وقت كافي لبثها فتقاني الصحفي وبذله للجهد لا يحتم بالضرورة نشر أو بث ما قام بجمعه من أخبار.

3- **الرقابة:** تشكل الرقابة التي تفرض على وسائل الإعلام من أهم المشاكل التي تواجه الصحفي داخل مؤسسته الإعلامية أو خارجها سواء من طرف المدير أو مسؤول

(1) -Kathy Roberts Forde : The Enduring Problem of Journalism, Journal of Magazine / New Media Research, Vol13, No1 , 2012, pp(1-2).

التحرير الذي يلعب دور حارس البوابة لذا يجب على الصحفي احترام السياسة التحريرية للمؤسسة والاستجابة لقرارات مسؤوله المباشر أو مراقبته لنفسه اي مراقبة ذاتية من دون الحاجة إلى رقيب ويقسم الدكتور سليمان جازع الشمري الى قسمين يترتب عليهما اختلاف في تعريف معنى هذه الرقابة ومصادرها:

أ- الرقابة الذاتية السلبية التي تخضع للظروف الخارجية كالضغوط الحكومية المباشرة وغير المباشرة.

ب- الرقابة الذاتية الايجابية التي تخضع لصياغات والتزام وضمير الصحفي او الكاتب، إضافة إلى الرقابة الخارجية التي تتمثل في السلطة التي تقم بسن القوانين والتشريعات التي تحد من حرية الصحفي وتقيده عمله.

4- صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات:

يجد الصحفيون صعوبة كبيرة في الوصول إلى المعلومات بسبب كثرة الأحداث والوقائع من جهة و صعوبة الوصول إلى المصدر الرئيسي للمعلومة بسبب بعض الممارسات غير الأخلاقية هدفها التضييق على حرية الصحفي و عرقلة أداء رسالته الإعلامية رغم إقرار المشرع الجزائري بحرية الوصول إلى المعلومة ،وهو الخاصية التي تميز الساحة الإعلامية في الدول المتخلفة التيطل8 "لا تحوي على دساتير وقوانين تنص على كيفية وصول المعلومة ،إحتكار المعلومة من طرف التلفزيونات والإذاعات الوطنية ،عدم تمكين كل التيارات الساسية للتعبير وعدم منحها نفس الفرص من طرف الحكومات في الفضاءات الإعلامية وحق وصول الصحفيين لمصدر المعلومة غير مؤطر قانونا"، ومن دون مصدر للمعلومة لا يستطيع الصحفي إعطاء الجمهور أخبار صادقة أو معلومات كافية حول حدث أو واقعة ما يجعله يعمل بطرق ملتوية بإقامة علاقات صداقة مع دوائر صنع القرار السياسي ونسب أخباره إلى مصدر دون ذكره أة الإشارة إليه ما يجعله في بعض الأحيان يقع في أخطاء مهنية جسيمة تنتافى ومهنة الصحافة التي

تعتبر مرآة عاكسة للحقيقة، ويتعامل الصحفيون مع عشرات المصادر يوميا ، وفي الكثير من الأحيان نجد أن الصحفيين يعتمدون على العلاقات والاتصالات مع (المسؤولين، ورجال السياسة، والاقتصاد، والرياضة...)، وهذا من أجل الحصول على الأخبار الصحفية⁽¹⁾.

على العموم يتحصل الصحفيين على الأخبار في غالب الأحيان من ثلاثة مصادر أساسية: "الأحداث التي تقع بصورة طبيعية كالكوارث والحوادث، الأنشطة المختلفة كالتدويرات واللقاءات المبرمجة، مبادرات وجهود الصحفيين"⁽²⁾.

- وقد حدد طه عبد العاطي نجم جملة من العوامل التي تعيق الصحفي في الوصول إلى المعلومات:⁽³⁾

- الضغط الذي تمارسه الحكومات على الوكالات الإخبارية من خلال تحديدها الوكالات الأجنبية المرخص لها بالتعامل.
- تأثير الحكومات في الصحفيين أثناء جمعهم الأخبار ويأتي ذلك عادة باعتقالهم أو تهديدهم بإلغاء التصريح الخاص الممنوح للصحيفة .
- التحكم في مصادر معلومات الصحيفة حيث تستطيع الحكومة أن تضيق الخناق على كل المعلومات التي تكون هي مصدرها.

5- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً هاماً مثل : الجنس ، والعمر ،

(1) - العياري المنصف ، شعباني عبد القادر، جابر راغب و آخرون، المعالجة الخيرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية، سلسلة البحوث و دراسات إذاعية (58) تونس، 2006، ص14.

(2) - محسن الإفرنجي، محاضرات في مساق التحرير الصحفي (الخبر الصحفي)، جامعة غزة الإسلامية ، كلية الآداب، مارس 2012، ص18.

(3) - طه عبد العاطي نجم ، الصحافة والحريات السياسية، دراسة في التوجهات الإيديولوجية ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004، ص57.

والدخل ، والطبقة الاجتماعية ، والتعليم ، والتخصص العلمي والخبرة المهنية وإتقان اللغات الأجنبية والتحكم في التكنولوجيا الرقمية والكفاءة المهنية كلها تؤثر في القائم بالاتصال وتنعكس بالإيجاب على أدائه لمهامه الميدانية وفي تعاملاته مع مصادر الأخبار وجمهور المتلقين.

6- المعايير المهنية للقائم بالاتصال :

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها وذلك على النحو التالي:

سياسة المؤسسة الإعلامية : تتعدد ضغوط المؤسسة وتتمثل في عوامل خارجية (وجود محطات منافسة) وداخلية مثل (نمط الملكية - والنظم الإدارية) ، فكل وسيلة إعلامية سياساتها الخاصة وتظهر هذه السياسة في الإهتمام بمواضيع معينة و إهمال أخرى ،و يتعلم القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية السياسة التحريرية عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة يتم ذلك من خلال : التعليمات التي يتلقاها من المسؤولين ،ومن الإحتكاك اليومي مع الزملاء خاصة القدامى منهم. هناك العديد من الأسباب التي تجعل الصحفي يخضع لسياسة الوسيلة الإعلامية منها : (سلطة المالك الذي يسير المؤسسة - شعور الصحفي بان هذه الوسيلة عمله - تطلعات الصحفيين لتحقيق أرباح اكبر عن طريق الوسيلة - عدم وجود تكتل لمعارضة سياسة الوسيلة)، فيجد الصحفي نفسه مطالباً بالإلتزام بالسياسة التحريرية للمؤسسة .

5-علاقات العمل وضغوطه

الصحفي حلقة مهمة ضمن سلسلة العملية الإتصالية في المؤسسات الإعلامية ولكنه لا يستطيع إنجاز المهام الموكلة إليه بمفرده بل بتعاونه مع الزملاء و بتوجيهات المسؤولين أو حراس البوابة داخل غرف الأخبار فيؤثر ويتأثر بالبيئة الداخلية للمؤسسة سواء الإدارة أو الزملاء ،وتعد بيئة العمل المحيطة بالصحفي داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها أحد

الأسباب المؤثرة في مستوى أدائه الوظيفي على غرار باقي المهن الأخرى⁽¹⁾، و يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً، وترسم من هذه العلاقات جماعات أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة خاصة أن طبيعة العمل الإعلامي تستوجب ذلك فالتلفزيون مثلاً نجد فرق عمل تتكون من صحفي، مصور، سائق، يتوجب عليهم التفاهم والتنسيق في ما بينهم لإنجاز مهام معينة وأي خلل في التفاهم سيؤثر سلباً على إنجاز عملهم وهذا ما يجعل الصحفي معتمداً بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال بحد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وكسب ثقة الجمهور ونيل ثقة و إحترام المؤسسة الإعلامية للحصول على ترقية ومكافآت و إمتيازات أخرى، هذه الدافعية للإنجاز قد تصبح نقمة، وقد إلتسنا من خلال دراستنا الميدانية في قنوات الجزائرية الثالثة، الخبر وقناة دزير تي في بعض الصراعات على المناصب وعدم توافق الرؤى بين عدد من الصحفيين داخل قسم معين أو بين قسم وقسم وهذا من شأنه تعطيل العمل الإعلامي والتأثير على نفسية العامل، فحسب علم إجتماع التنظيم و العمل فالضغط المهني: "حالة يعيشها العاملون داخل التنظيم تؤثر في السير الطبيعي للعمل وفي معنويات العاملين وفي العلاقات الإجتماعية لأسباب عديدة منها الرقابة اللصيقة والتهديد بالعقاب والطرده والعمل لساعات إضافية والإشراف الضعيف، وتوتر العلاقة مع الزملاء والعمل الممل وضغط المنافسين"⁽²⁾.

(1) - محمد صاحب سلطان، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الميسرة، عمان، الأردن، 2011، ص 45.

(2) - قاسيمي ناصر، دليل مصطلحات علم إجتماع التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر

ثانيا -الضغوط الخارجية:

1- قيم المجتمع وتقاليدِه :

الرسالة الإعلامية لا تكون لها قيمة إلا إذا كان لها قبول لدى الجمهور فالكثير من الرسائل الإعلامية تحمل مضامين قد تتنافى وقيم المجتمع أو عادات وتقاليد الجمهور وإعتقاداتهم وانتماءاتهم الدينية فالنظام الاجتماعي يؤثر بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال الذي يتوجب عليه غربة مواضيعه وتكييفها مع أطر المجتمع ولا يكون ذلك إلا بإحترام أخلاقيات المهنة وإحترام قيم المجتمع التي تضبط وتوجه الرسالة الإعلامية.

2- مصادر الأخبار :

توثق مصادر الأخبار للأحداث وتزود القائم بالاتصال بالمعلومات والمعطيات لكشف الحقيقة للجمهور وكلما كان المصدر موثوقا كلما زادت مصداقية الصحفي ومن ثمة مصداقية المؤسسة الإعلامية والعكس صحيح ،وقد أشارت أغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره ، وصعوبة استغنائه عن مصادره ،و أفضل وسيلة لمصداقية المعلومات تكون من خلال الاستعانة بالوثائق والأدلة و المنشورات الرسمية وكذلك إجراء مجموعة من اللقاءات مع الأشخاص المعنيين بتلك الأخبار بحيث تستند الحقائق التي يقدمها الصحفي إما إلى الوثائق الرسمية أو إلى التسجيلات بأصوات الناس الحقيقيين ويفيد ذلك الصحفيين في تحري الدقة و الموضوعية وتجنب الوقوع تحت طائلة القانون،كما يمكن للصحفي حماية مصدره بعدم ذكره أو الإشارة إليه فقط.

لكن الصحفي غالبا ما يجد صعوبات في الوصول إلى مصادر المعلومات وحاي إن وصل إليها فإنه لا يتحصل على ما يصبو إليه من حقائق أو معلومات فيلجأ في مثل هذه الحالات إلى استعمال طرق عديدة للوصول إليها، هذه الطرق تكون شرعية وغير شرعية بحسب الظروف السائدة والفرص المتاحة، ومن بين الأساليب التي يستعملها الصحفيين لجمع المعلومات الخبرية نذكر:

- معلومات غير قابلة للنشر: وهي عبارة عن معلومات يتلقاها من المصدر بحكم العلاقات الوطيدة بينهما غالباً، و يستطيع الصحفي أن يستخدم هذه المعلومات بشكل غير مباشر من خلال الاستقصاء و التحري عن جديتها وصدقها،ويمكن للتحفي أن يتحقق من المعلومات بالبحث عن مصادر أخرى لتأكيدھا.

- نشر المعلومة دون نسبتھا إلى المصدر: في هذه الحالة يستطيع الصحفي أن ينشر المعلومات بدون ذكر المصدر مباشرة ويستخدم عبارات مثل نذكر مصدر موثوق به أو "مصادر جد مقربة" أو إستعمال عبارة" مصادر لا ترقى إلى الشك" أو عبارة " كشف مسؤول حكومي"، وغيرها من العبارات التي يوثق بها الصحفي أخباره.

- أسلوب التسريب : يلجأ الصحفي أحيانا إلى تسريب معلومات ومعطيات وحقائق إلى الجمهور تكون ذات طابع سري بعد ان يحصل عليها من مصدر موثوق ويتأكد من صحتها والهدف من هذا التسريب هو الوصول إلى أهداف قد تكون شخصية أو لتصحيح أخطاء أو لتوضيح معطيات في قضية ما،وبالتالي يقوم بتسريب هذه المعلومات إلى أحد الصحفيين لنشرها وتحقيق المصلحة العامة، بدون ذكر مصدر المعلومات أو التلميح له أو الإشارة إليه .

وفي كل الحالات نجد أن الصحفي يعاني كثيرا من مشكل الوصول إلى مصدر المعلومة وهو ما يؤثر على أداء مهامه ومصداقية أخباره.

3-الجمهور :

يجد الصحفي صعوبات كبيرة في تلبية مطالب الجمهور وتحقيق جميع رغباته وإهتماماتهم ، ففي الكثير من الأحيان يلتقي الصحفي مع الجمهور أو جماعات ضاغطة عليه لإيصال أصواتهم أو نقل معاناتهم ما يجعل الصحفي في حرج فأحيانا الخط الإفتتاحي لمؤسسته يقف حجرة عثرة أمام نقل هذه الإنشغالات،فيفقد الصحفي ثقة الجمهور الذي

يتقادى التعامل معه مستقبلا ، و لاحظ الباحثان "اثيل دي سولا بول" و"شولمان" أن الجمهور يؤثر على القائم بالإتصال مثلما يؤثر القائم بالإتصال على الجمهور ، فالرسائل التي يقدمها القائم بالإتصال يحددها -إلى حد ما -توقعاته عن ردود فعل الجمهور ،وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الإتصال،ويؤثر تصور القائم بالإتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها ،وقد أظهرت الدراسات التجريبية التي عقدها "ريموند باور"أن نوع الجمهور الذي يعنقد القائم بالإتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة إختيار المحتوى وتنظيمه"⁽¹⁾.

وتقوم كبرى المؤسسات الإعلامية بإجراء المسوح والدراسات الميدانية قبل وأثناء وحتى بعد إعداد البرامج التلفزيونية لمعرفة آراء وإهتمامات الجمهور ومعرفة ما يرغب فيه لإشباع حاجاته فإذا كانت الصحافة هي السلطة الرابعة فإن الجمهور هو السلطة الخامسة.

4-التمويل:

هو الشغل الشاغل لأغلب المؤسسات الإعلامية سواء العمومية وبدرجة أكبر المؤسسات الخاصة التي تجد نفسها تحت رحمة التمويل الإشهاري، فالكثير من المؤسسات الإعلامية في الجزائر حاليا تعاني من مشكل التمويل بسبب قلة الإشهار و كثرة المؤسسات هذا ما جعل بعضها تغلق أبوابها وتعلن عن عدم قدرتها حتى على تسديد رواتب عمالها،ولجأت مؤسسات أخرى إلى تسريح بعض العمال أو تخفيض الرواتب الشهرية وهو ما سينعكس سلبا على شكل ومضمون المادة الإعلامية ويهدد إستقرار الصحفيين والمؤسسات الخاصة ،"ويبدو في الظاهر أن الإنفتاح على السمعي البصري في الجزائر أدى إلى الإستقلالية

(1)- صلاح الدين حافظ،شرف الكلمة وحرية الصحافة،مجلة الدراسات الإعلامية،العدد89،القاهرة،1997،ص219.

والانفلات من إعلام السلطة، لكن الاكراهات المالية جعلته إعلاما خاصا ليس مستقل خصوصا في ظل الأزمة الإقتصادية التي تمر بها الجزائر منذ سنة 2015"⁽¹⁾

5 - رقابة السلطة:

تمارس السلطة عملية الرقابة على ما تنشره أو تبثه وسائل الإعلام بطرق مباشرة أو غير مباشرة، وتعرف الرقابة على أنها: "إجراء يتضمن بصفة عامة قدرا من القيود والتحكم الذي تتطلبه المصلحة العامة أو كانت ثمة أسباب تدعو إليها من وجهة نظر المشرع، وعندئذ يضطر إلى تعيينها وتفصيل كيفية ومدى وجودها بالنسبة لموضوع الرقابة"⁽²⁾

(1) - فلاق صالح شبرة، سلطة المال والخدمة العمومية في الميديا بالجزائر، مجلة الرواق، المركز الجامعي غليزان، العدد 4، ص 14، ديسمبر 2016.

(2) - أشرف فهمي خوجة، التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2013، ص 16.

خلاصة الفصل

مما سبق نستخلص أن الجزائر تعرف في الآونة الأخيرة حراكا إعلاميا كبيرا يفرض على الدولة القيام بتفعيل القوانين الخاصة بممارسة مهنة الإعلام من أجل تنظيم أكبر لمهنة السمعي البصري، وفتح المجال أمام الإستثمار في هذا الميدان الحيوي، بالمقابل يتوجب على القائمين على القنوات سواء العمومية أو الخاصة مواكبة التطور التكنولوجي وتطوير قدراتها المادية والبشرية من خلال التكوين المستمر للصحفيين و الإهتمام بمتطلبات ورغبات الجمهور الجزائري ونقل الرسالة الإعلامية بموضوعية ونزاهة .

الجانب التطبيقي

الفصل الأول: نتائج التحليل الكمي والكيفي لمضمون

نشرات القنوات الفضائية الثلاث التلفزيونية

المبحث الأول:

تشخيص قنوات الدراسة الثلاث (الجزائرية الثالثة، دزاير تي - في ،وقناة الخبر)

المبحث الثاني:

التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون لنشرة الأخبار الرئيسية للقنوات الفضائية الثلاث.

المبحث الثالث:

التحليل الكمي والكيفي لفئات مضمون القيم الخبرية في النشرة الإخبارية التلفزيونية للفضائيات الثلاث.

المبحث الأول: تشخيص قنوات الدراسة

أولا: قناة الجزائرية الثالثة:

سعيًا منها لإيصال صوت الجزائر إلى دول العالم وتسويق صورة الجزائر في المحافل الدولية بادر التلفزيون الجزائري بالتفكير في إنشاء قناة فضائية عمومية تحمل على عاتقها تسويق التراث الجزائري ومواكبة التطور التكنولوجي والإعلامي لتحقيق إنتشار أكبر وقد تحقق ذلك عبر ضمان الإرسال بواسطة القمر الصناعي عربسات، ويعود هذا المشروع الى سنة 1998 وتم تنفيذه وتجسيده على أرض الواقع في ديسمبر 1999 وعرفت القناة ميلادها الرسمي يوم 5 جويلية 2001، وهي تبث عبر عدد من الأقمار الصناعية: النيل سات، عربسات، الهوتبيرد، أن أن أس 7، بدر 3، وسعت القناة في بداياتها الى الحضور الدائم والمشرف ونقل الصورة الحقيقية للجزائر وتفنيد ما كانت تتداوله بعض القنوات الأجنبية، وسعت القناة الى تحقيق الأهداف التالية :

- ✓ تقديم صورة الحقيقية والفعلية عن الجزائر .
- ✓ تحسين صورة الجزائر في المحافل الدولية والترويج لثرواتها (الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، الحضارية، ..)
- ✓ ترقية التراث والتعريف بالثقافة الجزائرية .
- ✓ مرافقة البرامج التنموية والمشاريع الكبرى .
- ✓ توسيع رقعة المشاهدة محليا، عربيا، اقليميا ودوليا .
- ✓ مواكبة التطور التكنولوجي الذي يعرفه قطاع السمعي البصري .
- ✓ دعم وتشجيع التعاون والتبادل مع المؤسسات الإعلامية العربية والعالمية .

تتمتع قناة الجزائرية الثالثة بهيكل مستقل شكلا عن القناة الأرضية ،فمدير القناة هو المسؤول الأول على إدارة شؤونها ويساعده مدير مساعد ويوجد بالقناة الهياكل والاقسام الإدارية التالية:

- دائرة البث والبرمجة: وتنقسم الى وحدتين الأولى تسهر على البث ومتابعته، أما الثانية فهي وحدة البرمجة وتعمل على ترتيب البرامج وتكييفها مع سياسة المؤسسة.
- وحدة انتاج البرامج: تتكون هذه الوحدة من رئيس قسم وسائل الإنتاج ورئيس تحرير انتاج الحصص.
- دائرة الشؤون الإدارية والمالية: تتكون من:
 - رئيس قسم إداري.
 - رئيس تحرير مركزي: يتفرع عنه رئيس تحرير مساعد مكلف بالحصص الاخبارية ،رئيس تحرير الاخبار مساعد مكلف بالروبورتاج السريع بالاصافة إلى رئيس تحرير يتفرع عنه كل من مساعد رئيس تحرير الأخبار ورئيس مكلف بنشر الحصص .

في الجدول الموالي نستعرض الموارد البشرية التي تمتلكها قناة الجزائرية الثالثة:

المصالح	المناصب	العدد	المجموع
المديرية	المدير	01	02
	مساعد المدير	01	
الدائرة الادارية والمالية	رئيس الدائرة	01	10
	رئيس القسم	01	
	عون المصلحة	01	
	مساعد للمصالح الإدارية	01	
	مساعد رئيسي للمصالح الإدارية	01	

	03	محاسب	
	02	كاتبة مديرية	
65	01	رئيس تحرير مركزي	تحرير الأخبار
	01	رئيس تحرير	
	04	مساعد رئيس تحرير	
	56	محرر محقق	
	02	رئيس نشرة	
	01	كبير المحققين	
40	01	رئيس وحدة إنتاج البرامج	وحدة الإنتاج
	01	رئيس قسم	
	01	رئيس تحرير	
	05	مساعد مخرج درجة أولى	
	02	مدير إنتاج	
	08	مساعد مدير الإنتاج	
	16	محرر محقق	
	05	مسير قناة	
	01	عون راقن	
19	01	رئيس الدائرة	دائرة البث
	02	رئيس وحدة البرامج	
	01	منشط من الدرجة الأولى	
	02	أرشيبي/وثائقي	

	03	مساعد المصالح الإدارية	والبرمجة
	04	مكلف بالايصال	
	04	ميرمج	
	02	مسير قناة	
136			المجموع

- للإشارة أن قسم الأخبار بقناة الجزائرية الثالثة يبقى تحت تصرف مديرية الأخبار للتلفزيون الجزائري حيث أن النشرات الإخبارية في القناتين هي نفسها، فالصحفي الذي يعمل في الأرضية أو الجزائرية الثالثة يقوم بجمع مادته الإخبارية ويضعها تحت تصرف مدير الأخبار ومديرية الأخبار بدورها لها مجموعة من الأقسام التابعة لها:

1- قسم الروبورتاج السريع: مهمته تغطية الأحداث والنشاطات اليومية التي تبث يوميا في نشرات الأخبار على أن لا تتجاوز مدة الروبورتاج دقيقتين على الأكثر، ويتفرع من هذا القسم ما يلي:

أ- قسم التنسيق مع المحطات الجهوية والمراكز الفرعية: توجد أربع محطات جهوية تابعة للتلفزيون الجزائري (بشار، وهران، قسنطينة، ورقلة)، وتم فتح خمس مراكز منذ سنة 2012 تتواجد بكل من: النعامة، تندوف، إليزي، أدرار، وتمنراست، إلا أن هذه المراكز لم تدخل حيز الخدمة في انتظار تكوين صحفيين وتوظيفهم بصفة دائمة بهذه المكاتب الجديدة.

ب- القسم السياسي: دوره متابعة وتغطية الأحداث والمواضيع السياسية.

ج- **القسم الإجتماعي:** إنتاج الحصص والأركان والتحقيقات الإجتماعية- القسم الثقافي: مهمته تتركز على تغطية الأنشطة الثقافية وإعداد البرامج التي تعرف بالثقافة الجزائرية على غرار الحصص التاريخية، برامج العادات والتقاليد وغيرها

هـ- **القسم الرياضي:** يهتم بمتابعة المواعيد الرياضية وتغطية الأحداث والبطولات- **القسم الدولي:** يشرف عليه رئيس تحرير النشرة ويساعده مساعدين اثنين مهمته إختيار المواضيع الدولية ذات الإهتمام المشترك ويركز القسم على الأخبار الإقليمية والعربية وأخبار الشرق الأوسط، وأحيانا يلجأ القسم الى قنوات تلفزيونية وهيئات إعلامية ووكالات الأنباء لانتقاء الأخبار في إطار التبادل الإعلامي، وهذا بالتنسيق مع المديرية الفرعية للتبادل الاخباري والتنسيق الدولي، كما يسهر القسم على متابعة شريط الأخبار والأخبار العاجلة التي تظهر أسفل الشاشة 24/24 ساعة

ز- **قسم الحصص الخاصة:** يشرف عليه رئيس تحرير بمساعدة مساعدين اثنين مهمته إعداد الحصص الإخبارية الخاصة والحصص القارة (في دائرة الضوء، حوار الساعة،...)

كما توجد بعض المديريات الفرعية التي تكمل دور الأقسام السابقة نذكر منها:

المديرية الفرعية التقنية: تهتم بالأمور التقنية وصيانة التجهيزات وتحضير وسائل العمل داخل القناة وخارجها

المديرية الفرعية للنشاطات الرياضية: دورها تغطية الأحداث والأخبار الرياضية المحلية والدولية وضمان نقل المباريات والبطولات

المديرية الفرعية للتنسيق الإخباري الوطني: مهمتها الرئيسية تتمثل في التنسيق مع المحطات الجهوية للتلفزيون وإستقبال مراسلاتها الإخبارية وبرامجها التلفزيونية.

المديرية الفرعية للتبادل الإخباري والتنسيق الدولي:

تعمل على التعاون الإخباري مع القنوات الأجنبية من خلال إستقبال وإرسال المعلومات والصور والمعطيات وفق إتفاقيات مبرمة بين التلفزيون الجزائري وعدد من القنوات تسمح بالتبادل الإخباري.

ثانيا: قناة الخبر kbc: (1)

قناة الخبر أو كاي بي سي kbc أي هيئة الخبر للإذاعة والتلفزيون باللغة الانجليزية تابعة لمؤسسة الخبر تحمل شعار "رؤية ورؤية" انطلق بثها التجريبي أواخر شهر ديسمبر 2013، وتم إطلاق بثها رسميا في شهر فيفري 2014 تبث على عدة أقمار صناعية: اتلانتيك بيرد 7، نايل سات، عربسات، والهوت بيرد، يتواجد مقرها بالمنطقة الصناعية العاشور تضم طاقم شاب، تعتمد القناة على شبكة برمجية متنوعة وترتكز على البرامج الإخبارية والسياسية، كان الهدف في البداية جعلها منارة إعلامية إخبارية رائدة في الجزائر خاصة أنها سليلة جريدة الخبر العريقة والتي فرضت نفسها في الساحة الإعلامية الجزائرية الا أن هذا الهدف لم يتحقق حيث تم تغيير طبيعة القناة من قناة إخبارية الى قناة عامة وهذا بحثا عن الموارد المالية لتغطية نفقات القناة التي عانت في بداياتها من أزمات مالية أثرت على مردوديتها كما ونوعا وجعلتها في كل مرة تقوم بتسريح عمالها وتوظيف عمال جدد ما أثر على إستقرارها، وعلى غير العادة فان قناة الخبر خالفت بقية القنوات الخاصة الجزائرية التي إعتمدت على موظفي الصحافة المكتوبة التابعة لها فمثلا معظم صحفيي قناة الشروق ينتمون لجريدة الشروق وقد غامر مسؤولو قناة الخبر بفصل

(1) - مقابلة مع السيد: عاطف قدارة، رئيس قسم الأخبار في قناة الخبر، يوم 09 نوفمبر على الساعة الثانية زوالا.

القناة على الجريدة وهو ماتربت عنه نتائج وخيمة وصلت لحد الإفلاس وأستقالة عدد كبير من الموظفين، ومازاد من مشاكل القناة هي نظرة السلطة لها والمضايقات التي تعرضت لها خاصة سنة 2015 بعد قضية "يسعد ريراب" الذي حاول شراء أسهم في مؤسسة الخبر الا أن العدالة والسلطة منعتة من ذلك حيث كان يهدف رجل الأعمال الى جعل القناة مؤسسة تلفزيونية رائدة من خلال تمويلها ومساعدتها على البحث عن موارد مالية تغطي احتياجاتها ،وتتعامل القناة مع مؤسسات الدولة كلها عدا رئاسة الجمهورية والوزارة الأولى منذ خطاب سلال في ماي 2015 الذي أكد ان الدولة ومؤسساتها تتعامل مع القنوات المعتمدة فقط وهي خمس قنوات.

الهيكل التنظيمي في القناة:

الرئيس المدير العام للقناة، مدير القناة ،مدير الإدارة والوسائل ، مدير الأخبار، رئيس قسم الأخبار

قسم الأخبار: يضم 26 صحفي موزعين بين محرر ،محقق، ومقدم إضافة الى 15 مراسلا صحفيا يتوزعون على الجهات الأربع للوطن ،ويسهر الطاقم على توفير المادة الإخبارية في موعدها حيث توجد ثلاث نشرات إخبارية تبث في الأوقات التالية: الواحدة والنصف،الخامسة والنصف والنشرة الرئيسية على الساعة السابعة والنصف مساء،وتقديم مواجيز إخبارية على رأس كل ساعة .

قسم الروبورتاج: يقوم بإعداد الروبورتاجات والخرجات الميدانية لمختلف التغطيات.

قسم الحصص الخاصة : يتكفل هذا القسم بتحضير واقتراح وإعداد حصص إخبارية خاصة.

قسم للمليديا: يضم ثلاثة موظفين يسهرون على متابعة شريط الأخبار، والأخبار العاجلة، والسهر على توفير البث وتحميل الحصص والنشرات الإخبارية على اليوتيوب وتسيير صفحة القناة على الفيس بوك.

- عملت إدارة قناة الخبر على توفير متطلبات العمل الإعلامي ماديا وبشريا رغم قلة إمكانياتها المالية، وسطرت برنامجا تكوينيا لفائدة طاقمها الشاب حيث كانت للقناة تجربة مع مؤسسة غير حكومية دانماركية مختصة في التكوين في المجال السمعي البصر بعقد مدته ثلاثين شهرا تم خلال هذه الفترة تكوين أغلب موظفي القناة وفي مختلف الأقسام وقد أشرف عليهم مكونين إثنين.

- عقد اتفاقية تكوينية مع مؤسسة البي بي سي البريطانية لمدة ستة أشهر وكان محور هذا التكوين ترجمة النص مع الصورة أشرف عليه خبير مصري.

دخلت القناة في مشاكل مع السلطة حيث تعرضت للكثير من المضايقات والمتابعات القضائية لصحفيها وحرمانها من تغطية النشاطات الرسمية للحكومة و عرقلة إستفادتها من الإشهار وهو ما انعكس سلبا على أدائها الإعلامي، ويرى مختصون أن القائمين على القناة كانوا يعولون عليها لتكون "الجزيرة الجزائرية" بسبب طرحها الجريء وسياستها التحريرية لكن فصل القناة عن الجريدة جعلها تعاني من جميع الجوانب المادية والبشرية وكان مصيرها مثل باقي الملاحق التي كانت تصدر مؤسسة الخبر كالخبر الرياضي، الخبر الأسبوعي، الخبر تسليية، وفي ما يلي سنذكر أهم الأسباب التي جعلت الخبر تعاني :

1- تسمية القناة:

إذا كانت الكتب تقرأ من عناوينها فإن إطلاق تسمية قناة يلعب دور كبير في جذب المشاهد إليها فالتسمية تعكس في غالب الأحيان مكان تواجد القناة (الولاية، البلد، الإقليم)

أو تعكس التخصص الذي تنشط فيه القناة ،وقد تم إختيار تسمية الخبر إلا أن هذا الإسم شامل وواسع و لم يكن الاختيار الأمثل ونفس الشيء ينطبق على إختصار القناة KBC وشعارها الذي تغير في الكثير من الأحيان، فإسم KBC ثقيل جدا ومن الصعب جدا التسويق له ، فالبعض ينطقه كاي بي سي (انجليزية) والبعض ينطقه كا بي سي (بالفرنسية) ، فلفظيا القناة لا تربطها أي صلة بالجريدة الأم " الخبر " ، كما أن شعار القناة كان غامضا في البداية إذ حمل "رؤية ورؤية" وتداركت القناة هذا الخل فتبنت شعار الجريدة "الصدق والمصداقية " والذي أعطى نوعا ما للقناة هويتها الحقيقية ، إلا انه لا يعكس طبيعة القناة التي اختارت أن تكون عامة ، فالشعار والاسم لا يتطابقان و طبيعة القناة العامة ،والصدق والمصداقية مناسبتان لقناة .

2-التسيير الإداري للقناة:

إن نجاح أي مؤسسة مهما كان نشاطها يرتبط إرتباطا وثيقا بمسيرها وقدرتهم على تجاوز المخاطر وتحقيق رضا العمال وفائدة المؤسسة،وهو مالم نجده في قناة الخبر التي عرفت عدة مشاكل داخلية فكانت في كل مرة تقوم بتغيير المسؤولين،عدم الإستقرار إنعكس سلبا على القناة التي وجدت نفسها تهتم بمشاكلها أكثر من مهامها الإعلامية،وقد اختارت القناة في بدايتها الاعلامي مدني عامر ليكون المسؤول الأول بالقناة ورغم امكاناته وطاقاته الإعلامية الكبيرة إلا أنه فشل في مهامه حيث عرفت القناة الكثير من المشاكل الداخلية والتي أثرت بشكل كبير على مردوديتها .

3-المشاكل المالية:

من الأخطاء التي وقع فيها مسؤولو قناة الخبر هي فصلها عن المؤسسة الأم "الخبر" عكس بقية القنوات الخاصة،وهو ما خلق مشاكل كبيرة لها خاصة من حيث التمويل

المالي والدعم م2البشري ،وما زاد من مشاكلها ضعف الموارد المالية من الإشهار بسبب الإنطلاقة الضعيفة للقناة من جهة و ضغوطات السلطة من جهة أخرى ماجعلها تعجز عن تسديد حقوق الإشتراك في القمر الصناعي وحتى دفع أجور عمالها في الكثير من الأحيان.

4-الضعف التقني :

تلعب جودة الصوت والصورة دورا مهما في جذب انتباه المشاهد وهذا راجع الى امكانيات القناة التقنية وهذا ما كان غائبا في قناة الخبر التي لم ترقى لمستوى تطلعات الجمهور الجزائري الذي كان ينتظرها بشغف لتكون إنعكاسا لجريدة الخبر التي تمتلك قاعدة جماهيرية ،يضاف الى هذا الانقطاعات المتكررة للبث في عدة فترات سواء بسبب عدم دفع حقوق الاشتراك او لأعطاب تقنية وقلة العتاد

5- عدم إستقرار الطاقم الصحفي:

قامت قناة الخبر بتوظيف مجموعة من الصحفيين الشباب وقد تم تكوين البعض منهم قبل دخولهم للقناة لكن أغلبهم لم يواصل في القناة بسبب عدة عوامل أهمها الأجر الزهيد،نقص التجهيزات التقنية،صرامة مسيري القناة،وإجراءات بعض القنوات الخاصة ، اضافة الى عدم اقتناع القناة بمستوى بعض الصحفيين ، وفسخ عقود آخرين لأسباب مختلفة ، لهذا لم تعرف القناة منذ انطلاقتها استقرارا في طاقمها البشري،حيث شهدت مغادرة وجوه اعلامية وقدم أسماء أخرى باستمرار .

6- ضعف الشبكة البرمجية:

قامت قناة الخبر بتسطير شبكة برمجية متنوعة إلا أنها لم تكن في مستوى تطلعات المشاهد ولم تكن تغطي المساحة الزمنية للبث حيث كان يلجأ المشرفون على البث لإعادة بث برامج لأكثر من مرة في اليوم و بث أشرطة وثائقية قديمة جدا لمأ الفراغ ،

فالمتتبع لبرامج القناة خاصة للنشرات الاخبارية التي تبثها يلاحظ تكرار لمحتوى الجريدة الورقية ، فلا أخبار جوارية ولا شبكة مراسلين قوية ، فأغلب المادة الخبرية متعلقة بالعاصمة وضواحيها، وإهمال تغطية أخبار الجزائر العميقة ماجعلها تخسر جمهور هذه المناطق ومتابعتهم لها ، رغم أن جريدة الخبر تملك أقوى شبكة مراسلين عبر الوطن ، لكن للأسف القناة لم تستغل التجربة الإعلامية للجريدة الأم ، مثلما فعلت كل من النهار والشروق ، فالتغطية بينها وبين المؤسسة الأم (جريدة الخبر) كانت واضحة خاصة في أشهرها الأولى ، فلا شيء كان يوحي أن للقناة علاقة بالجريدة الورقية، كما فشلت القناة في إطلاق برامج حوارية سياسية واجتماعية وترفيهية في المستوى ، فأغلب البرامج وجدت لملأ الشبكة البرمجية ، دون أي تخطيط ولا رؤية واضحة من المؤسسة ، ولا تعكس البتة شعار القناة ولا خط المؤسسة الأم (جريدة الخبر) ، وبدت القناة بعيدة كل البعد عن المشهد الإعلامي الوطني.

- إن المشاكل السالفة الذكر وعوامل أخرى جعلت القناة تسير نحو الهاوية حيث تنبأ لها الكثير بعدم المواصلة وهو ما حدث فعلا حيث تقرر رسميا حل الشركة ذات المسؤولية المحدودة "ورلد فيزيون" المنتج المنفذ لبرامج قناة الخبر منتصف شهر سبتمبر 2017، وفق ما تقتضيه الإجراءات القانونية المعمول بها ، وهذا بسبب العجز المالي الذي سجلته خلال السنوات الثلاث الاخيرة، وفي تصريحاته لجريدة الخبر أكد علي جري المسؤول الاول على الشركة انهم حاولوا مرارا وتكرارا إنقاذها بمضاعفة رأسمالها مرتين بسبب شح الأموال ومشاكل قطاع السمعي البصري الذي يسير بطرق مشبوهة حسبه، وبهذا القرار تخسر الساحة الإعلامية الجزائرية قناة كان بالأمس القريب يعول عليها المختصون والجمهور أمالا كبيرة للإرتقاء بالمشهد الإعلامي وتدعيم حرية التعبير إلا أن تجربة الكاي بي سي إنتهت بسبب وقوعها في أخطاء أوصلتها إلى هذه النتيجة الوخيمة

ثالثا :قناة دزاير تي في(1)

انطلقت القناة في البداية بالبث عبر الويب لعدد من البرامج ونقل مباريات البطولة الجزائرية وبدأت رسميا بثها بتاريخ 8 ماي 2013 كقناة عامة تنتوع برامجها ومضامينها حيث مزجت بين الاخبار،الرياضة ،الثقافة والبرامج الاجتماعية والترفيهية التثقيفية يوجد مقرها بالسعيد حمدين ببن عكون بوسط العاصمة ببنية تضم مجموعة من المؤسسات الإعلامية على غرار قناة دزاير نيوز وجريدتي وقت الجزائر و Le temps d algerie وهي مؤسسات تابعة لنفس المجمع الإعلامي الذي يمتلكه رجل الأعمال حداد، وتمتلك القناة امكانات مادية وبشرية هائلة سمحت لها بمنافسة مختلف المؤسسات الإعلامية ،قناة دزاير تي في:قناة تلفزيونية خاصة تابعة للمجمع الإعلامي الجديد

الرئيس المدير العام ،المدير العام،المدير التقني،مدير البرمجة، مدير البرمجة،مدير الانتاج ،مدير التسويق والعلاقات العامة، مدير الأخبار،قسم الأخبار،رؤساء التحرير(3)،نواب رؤساء التحرير: 6 ، رؤساء النشرات: 8 ،

رؤساء التحرير المختصين :2

الصحفيين : 90 صحفيا(محرر،محقق،مقدم)

الأقسام:

القسم الثقافي: مهمته تغطية الأنشطة والأحداث الثقافية وإنتاج البرامج ذات الطابع الثقافي

(1) - مقابلة مع السيد سمير عقون ،مدير الأخبار في قناة دزاير تي في ، يوم 13 نوفمبر 2016،على الساعة الثالثة زوالا.

القسم الرياضي: يسهر على إعداد الحصص الرياضية وضمان تغطية الأحداث والبطولات الرياضية

القسم الإقتصادي: يقوم بإنجاز ملحق النشرة الإقتصادية ومتابعة الشأن الإقتصادي

القسم الوطني: مهمته الأساسية متابعة أهم الأحداث الوطنية خاصة الزيارات الرسمية والأنشطة الحكومية

القسم الدولي: يرصد أهم الأخبار الإقليمية والدولية و إختيار بعضها ليكون ضمن النشرة خاصة وأنها تحتوي على لركن خاص بالمختصرات الدولية

القسم المحلي: يسهر على إنجاز النشرة المحلية بالتنسيق مع المراسلين المتوزعين عبر عدد من ولايات الوطن

القسم الفرنسي: يقوم بتحضير نشرة الاخبار باللغة الفرنسية وترجمة المواد الإخبارية لإستغلالها في النشرة

القسم الأمازيغي: مهمته إنجاز النشرة الأمازيغية إضافة إلى عدد من الحصص الأمازيغية والروبورتاجات

القسم الانجليزي: يعمل على إنجاز نشرة إخبارية ناطقة باللغة الإنجليزية

قسم المراسلين: توظف القناة 12 مراسلا يتوزعون على الجهات الأربع للوطن ومن خلال قراءة بسيطة في مكان تواجد هؤلاء المراسلين نجدهم يتمركزون بولايات الوسط وهذا ما يخلق نوع من عدم التوازن في تغطية الأحداث والأخبار المحلية

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون لنشرات لقنوات الثلاث

جدول رقم(01): المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث.

جدول رقم(02): توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث.

جدول رقم(03): المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية.

جدول رقم(04): توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار.

جدول رقم(05): توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية

جدول رقم(06): توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة

جدول رقم(07): توزيع طريقة عرض المادة الخبرية

جدول رقم(08): توزيع مصادر الأخبار في قنوات الدراسة

جدول رقم(09):توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة

جدول رقم(10): توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة.

جدول رقم(11): توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة.

جدول رقم(12): توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.

جدول رقم(13): توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار

جدول رقم(14): توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية.

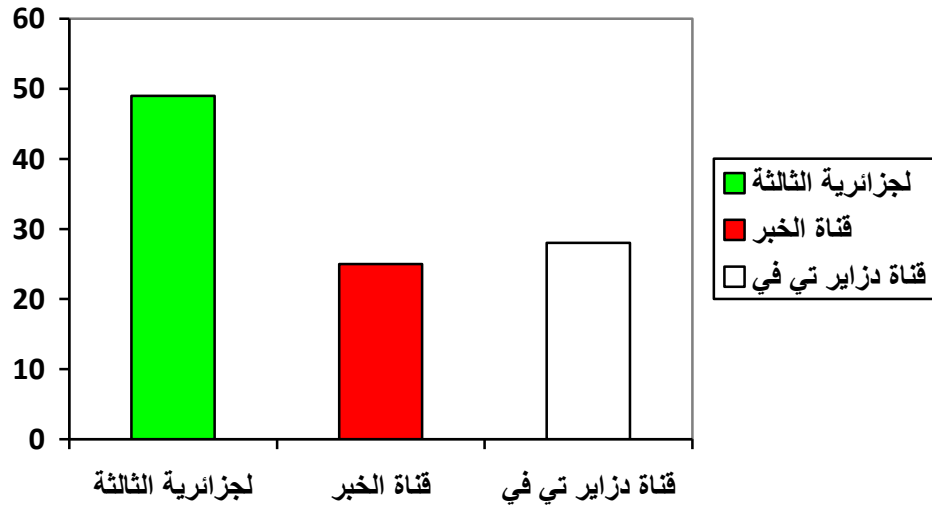
جدول رقم(01): المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث.

جدول رقم(01): المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث

الشهر	اليوم	دزائر تي في	قناة الخبر	الجزائرية الثالثة
سبتمبر	03 سبتمبر	29د35ثا04 ج	24د08ثا16 ج	52د07ثا25 ج
	13 سبتمبر	29د24ثا08 ج	26 د 17 ثا 48 ج	51 د 44 ثا 33 ج
	20 سبتمبر	29 د 56 ثا 06 ج	24د25 ثا 04 ج	4 د 29 ثا 07 ج
	27 سبتمبر	31 د 14 ثا 03 ج	28 د 34 ثا 39 ج	44 د 48 ثا 12 د
أكتوبر	05 أكتوبر	22 د 10 ثا 15 ج	37 د 47 ثا 11 ج	5 د 42 ثا 18 ج
	13 أكتوبر	31 د 39 ثا 13 ج	33 د 25 ثا 05 ج	5 د 35 ثا 34 ج
	21 اكتوبر	26 د 00 ثا 17 ج	25 د 04 ثا 14 ج	49 د 57 ثا 6 ج
	19 اكتوبر	32 د 59 ثا 23 ج	25 د 37 ثا 38 ج	5 د 49 ثا 21 ج
نوفمبر	07 نوفمبر	29 د 52 ثا 22 ج	31 د 41 ثا 04 ج	4 د 08 ثا 04 ج
	15 نوفمبر	28 د 31 ثا 15 ج	22 د 46 ثا 09 ج	4 د 16 ثا 10 ج
	23 نوفمبر	23 د 03 ثا 15 ج	23 د 37 ثا 22 ج	5 د 47 ثا 15 ج
	30 نوفمبر	28 د 40 ثا 07 ج	25 د 44 ثا 05 ج	45 د 19 ثا 24 ج
المجموع	343د06ثا48ج	305د10ثا15ج	597د52ثا9ج	
معدل التوقيت	28د33ثا17ج	25د26ثا37ج	49د48ثا33ج	

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

- بلغ التوقيت الكلي للنشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات الثلاث والتي تم تحليلها (36 نشرة) أزيد من 1245 دقيقة أي أكثر من 20 ساعة من الأخبار قمنا بتحليل مضمونها.
- بلغت مدة نشرات أخبار الجزائرية الثالثة أكثر من 597 دقيقة موزعة على 12 نشرة بمعدل 49 دقيقة للنشرة الواحدة.
- بلغت مدة نشرات أخبار دزير تي في أكثر من 343 دقيقة موزعة على 12 نشرة، بمعدل زمن قدره 28 دقيقة للنشرة الواحدة.
- بلغت مدة نشرات أخبار قناة الخبر 305 دقائق أكثر من دقيقة موزعة على 12 نشرة، بمعدل زمن قدره 25 دقيقة للنشرة الواحدة.



شكل رقم (01): المعدل الزمني لنشرات الأخبار في القنوات الثلاث

*من خلال المعطيات السابقة نستنتج أن مدة نشرة أخبار الجزائرية أطول بكثير من نشرتي دزاير تي في وقناة الخبر وهذا راجع إلى إمكانات القناة المادية والبشرية وامتلاكها لعدد من المحطات التلفزيونية التي تقوم بتزويدها بالأخبار.

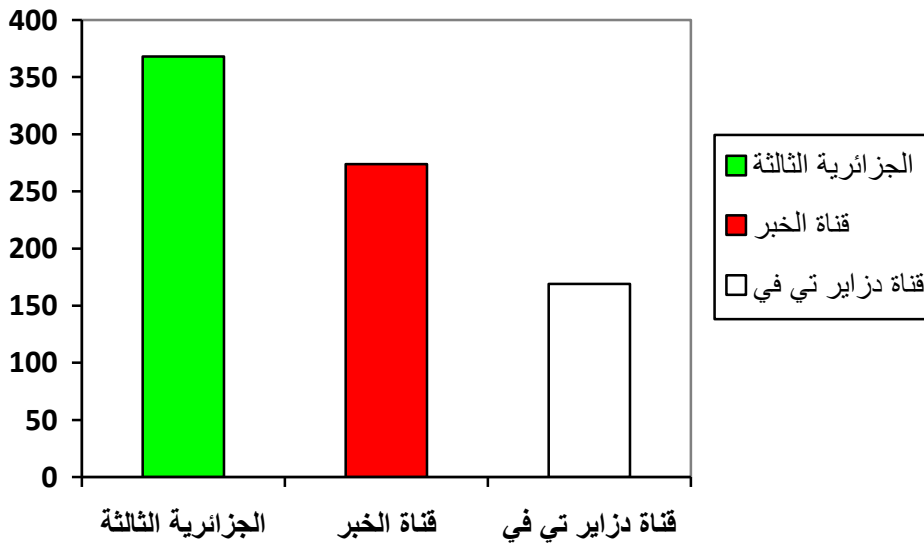
*معدل نشرة الجزائرية الثالثة تجاوز 49 دقيقة للنشرة الواحدة وهو معدل يفوق المعايير المتفق عليها في نشرة الأخبار التي لا يجب أن تتجاوز نصف ساعة، هذا ما يجعل نشرة التلفزيون الجزائري طويلة ومملة وتجعلها تقع في الرتبة وتجعل المشاهد ينفر منها وذلك لميلها لإستعمال الإطناب وإطالة الأخبار الرسمية خاصة عكس متطلبات التحرير التلفزيوني التي تستلزم إعطاء معلومات كثيرة في وقت وجيز.

*معدل نشرات دزاير تي في وقناة الخبر متقارب وفي حدود المعقول حيث لم يتجاوزا النصف ساعة وهذا ما يجعل النشرة تسير بريتم عالي وسريع وتجعل المشاهد لا يشعر بالملل.

جدول رقم 02 : توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث.

الشهر	اليوم	دزاير تي في	قناة الخبر	الجزائرية الثالثة
سبتمبر	03 سبتمبر	15	24	31
	13 سبتمبر	11	18	24
	20 سبتمبر	16	22	33
	27 سبتمبر	15	23	30
أكتوبر	05 أكتوبر	10	28	35
	13 أكتوبر	15	24	26
	21 أكتوبر	15	20	33
	29 أكتوبر	18	17	30
نوفمبر	06 نوفمبر	15	20	28
	14 نوفمبر	15	21	25
	22 نوفمبر	12	28	38
	30 نوفمبر	12	29	35
	المجموع	169	274	368
	المعدل	14	23	31

- بين الجدول اعلاه توزيع الاخبار التي تم بثها في قنوات الدراسة خلال ثلاثة اشهر (سبتمبر، اكتوبر، نوفمبر) وقد جاءت التكرارات على النحو التالي:
- بلغت الاخبار التي تعرضت للتحليل الى 811 خبرا تلفزيونيا منها 368 خبرا في نشرة اخبار الجزائرية الثالثة بمعدل 31 خبرا في النشرة الواحدة، و 274 خبرا في قناة الخبر بمعدل 23 خبرا في كل نشرة، و 169 خبر في قناة دزاير تي في بمعدل 14 خبرا في كل نشرة .
- نجد أن أخبار القنوات الخاصة اقل من أخبار القناة العمومية والتي جاءت في المرتبة الاولى من حيث عدد الاخبار تليها قناة الخبر وجاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة قناة دزاير تي في.



الشكل رقم 02: توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث

يكشف لنا الشكل البياني السابق ما يلي:

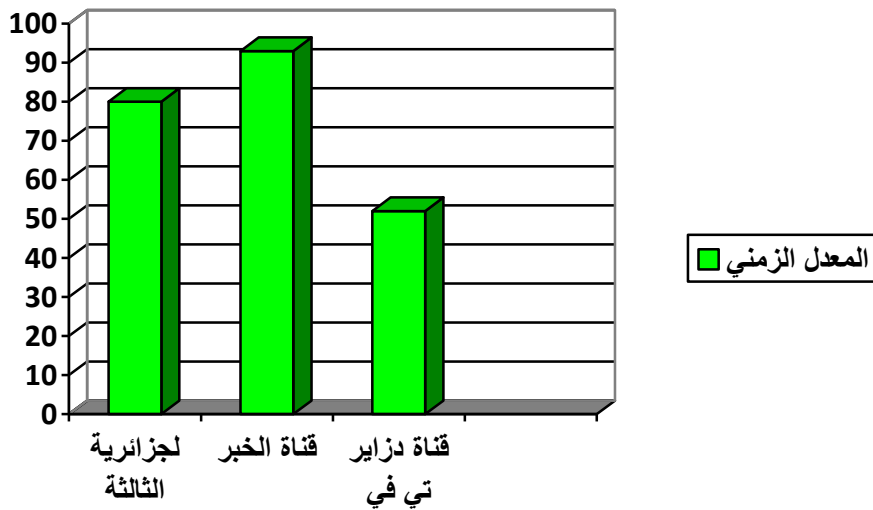
- يوجد اختلاف كبير في عدد الأخبار التي بثت في قنوات الدراسة الثلاث .

- ارتفاع عدد اخبار الجزائرية الثالثة والتي بلغت 45.38% من اجمالي الاخبار التي تعرضت للتحليل، بينما تاتي قناة الخبر في المرتبة الثانية بنسبة 33.78% تليها قناة دزاير باقل نسبة 20.48% .
- يعود هذا الاختلاف اساسا الى الاختلاف الكبير في القنوات من حيث الامكانيات المادية والبشرية فوجد قناة الجزائرية الثالثة تمتلك ازيد من 285 صحفي يسهرون على جمع المادة الاخبارية بالاضافة الى مراسلات المحطات التلفزيونية الجهوية، بينما نجد عدد صحفيي قناة الخبر لا يتعدى 30 صحفيا وبعض المراسلين في الولايات بينما نجد 60 صحفيا في قناة دزاير تي في و12 مراسلا.
- كما يرجع هذا الاختلاف في عدد الاخبار الى طول او قصر مدة نشرة الاخبار اذ نجد ان نشرة اخبار الجزائرية الثالثة مدتها تتجاوز في اغلب الاحيان خمسين دقيقة بينما في قناتي الخبر ودزاير تي في فان مدة النشرة لا يتجاوز معدلها ثلاثين دقيقة وهذا ما انعكس على عدد الاخبار.

- جدول رقم(03):المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية.

القناة الجزائرية الثالثة	قناة الخبر	قناة دزير تي في
78 ثا	93 ثا	48 ثا

- تعتبر عناوين النشرة الإخبارية هي واجهة النشرة الإخبارية والتي تجذب إهتمام المشاهدين إذ تركز عليها غرف تحرير الأخبار ويتم إختيارها بعناية ووفقا لمجموعة من المعايير خاصة أهمية وقيمة الخبر ومن خلال قراءتنا الأولية للجدول السابق ، نلاحظ تفاوت في عناوين النشرات للقنوات الثلاث من حيث المدة الزمنية إذ بلغت 93 ثانية في قناة الخبر وتلتها الجزائرية الثالثة بمعدل 78 ثانية ، وفي الأخير قناة دزير تي- في بمعدل (39 ثا).



شكل رقم(03):المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية

*من خلال الشكل السابق نلاحظ أن المعدل الزمني لعناوين نشرة أخبار قناة الخبر كان أكبر من معدل باقي القنوات وهذا راجع أساسا إلى تركيب وبناء نشرة قناة الخبر التي تلجأ إلى إستعمال عناوين رئيسية في بداية النشرة وتدعمها بعناوين أخرى في وسط النشرة ، هذا

الطول الزمني لا يعكس المدة الحقيقية للنشرة إذ تستهلك العناوين حيز زمني كبير في البداية والوسط والنهاية وهو ما ينعكس على مضمون النشرة والأخبار الفعلية، بالمقابل نجد المعدل الزمني لعناوين نشرة الجزائرية الثالثة قد تجاوز دقيقة واحدة وهذا إنعكاس لطول النشرة الإخبارية بالإضافة إلى الخط الإفتتاحي للقناة التي تركز في عناوينها على الأخبار الرسمية والثقيلة لجذب المشاهد، في حين نجد معدل عناوين نشرة (دزاير تي - في) في المرتبة الثالثة والأخيرة وبمدة أقل من دقيقة وهذا ما يستجيب لمعايير البناء الزمني للأخبار حيث تعكف هيئة تحرير الأخبار على إختصار العناوين في أقل مدة زمنية ممكنة من جهة وترك عامل التشويق للجمهور من جهة أخرى بعدم التطرق لكل الأخبار في العناوين والإكتفاء بالإشارة إلى بعض أهم الأخبار فقط.

ملاحظة: ليس فقط طول النشرة الإخبارية فقط هو الوحيد المتحكم في طول مدة العناوين بل يوجد عوامل أخرى لا تقل أهمية لعل أبرزها مقدم النشرة الإخبارية الذي يقوم بقراءة العناوين إما بشكل سريع أو بطيء، وقد تلجأ بعض القنوات إلى إستعمال مقدمين إثنين كثنائي (رجل وامرأة) في تقديم الأخبار وهذا أيضا يؤثر على تسارع قراءة العناوين، إضافة إلى الموسيقى المصاحبة للعناوين هي التي تجعل مقدم الأخبار يسرع أو يتأني في القراءة.

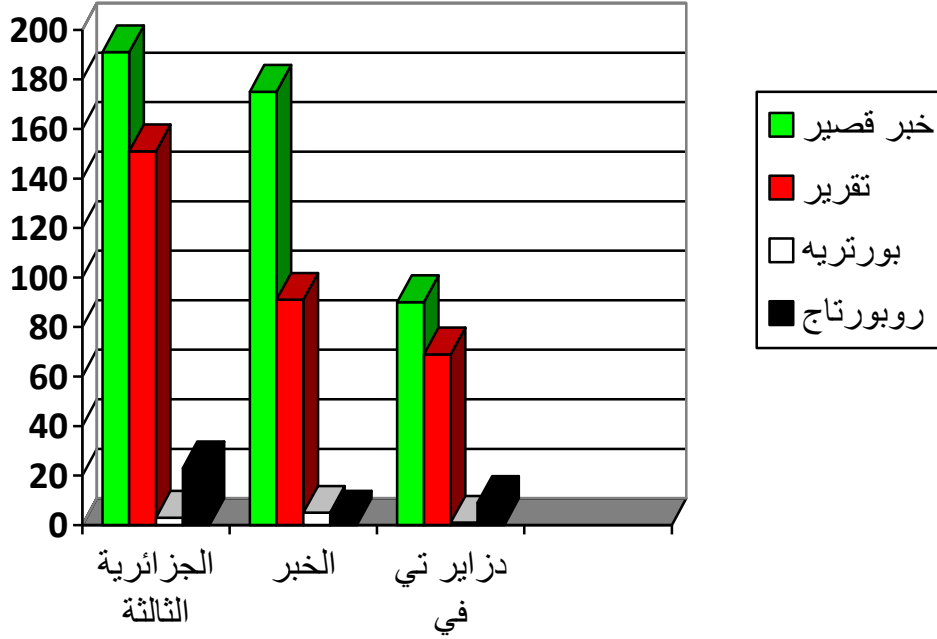
جدول رقم (4): توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار.

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع المادة الخبرية
%	ك	%	ك	%	ك	
51.90	191	63.87	175	53.23	90	خبر قصير
40.03	151	33.21	91	40.83	69	تقرير
0.82	03	1.82	05	0.59	01	بورترية
6.25	23	01.09	03	05.33	09	روبورتاج
100	368	100	274	100	169	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

تصدر الخبر القصير قائمة الأشكال التي صيغت بها المادة الإخبارية في قنوات الدراسة وذلك بالنسب التالية: قناة الخبر 63.87%، دزاير تي في 53.25%، الجزائرية الثالثة 51.90% من الأخبار تم صياغتها في شكل خبر قصير، وهذا بديهي بإعتبار دراستنا منحصرة حول نشرة الأخبار، فمن الطبيعي أن نجد احتلال النوع الصحفي (الخبر) مقدمة الجدول في القنوات الثلاث، ويختلف من موضوع إلى آخر على حسب الأهمية والقرب والنتائج المتوقعة منه، كما أننا لاحظنا عدم وجود معايير متحكممة في المدة الزمنية المستغرقة لبث خبر في النشرات الثلاث. والذي يليه التقرير بنسبة 40.83% في دزاير تي في - في و 40.03% في الجزائرية الثالثة، و 33.21% في قناة الخبر، ويأتي الروبورتاج في المرتبة الثالثة إذ بلغت نسبته 6.25% في الجزائرية الثالثة و 5.33% في قناة دزاير تي في بينما بلغ 1.09% في قناة الخبر، أما البورترية فجاء في المرتبة

الأخيرة وتوزع على قنوات الدراسة كما يلي 1.82% في قناة الخبر، 0.82% في الجزائرية الثالثة و 0.59% في دزاير تي في .



الشكل رقم (04): توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار

من خلال الشكل السابق نستنتج ما يلي:

- تفضل قنوات الدراسة معالجة أخبارها في شكل خبر قصير
- اعتماد قنوات الدراسة على التقرير في المرتبة الثانية.
- اعتماد القنوات على الروبورتاج في المرتبة الثالثة والبورترية بنسب قليلة جدا.
- يتم التركيز على الخبر القصير نظرا لرغبة قنوات الدراسة في اعطاء اكبر عدد من الاخبار في اقل مدة زمنية، كما ان الخبر التلفزيوني يتميز بالقصر والتركيز على اهم ما في الخبر وعدم التعمق في التفاصيل اذ يتم التركيز على زاوية معينة من الخبر وابرزها للمشاهد وتركيز المعلومات في أقل وقت ممكن.

- أظهرت نتائج التحليل الكمي اعتماد قنوات الدراسة على التقرير الصحفي الذي احتل المرتبة الثانية وذلك لأنه مناسب لتقديم كل ما يحيط بالأحداث والوقائع وتقديمها للمشاهد ليتعرف على خلفياتها وتفصيلها واعطائه أكبر عدد ممكن من المعلومات لتكوين رأي اتجاه هذه الأحداث، إضافة إلى هذا فإن التقرير يخوض في جزئيات وتفصيل بسيطة لكنها مهمة لتكتمل صورة الأحداث لدى المشاهد، ومن خلال معاينتنا للتقرير الصحفي المنجز من قبل الفريق الصحفي والإعلامي لكل قناة، لاحظنا أن التقرير الصحفي يرتبط بكل التفاصيل والجزئيات من (أرقام، إحصائيات، بيانات، أسباب، نتائج...) حول الحدث أو الواقعة، مدعومة بجملة من الصور والمقابلات والتصريحات ذات الصلة مباشرة بالحدث الذي يشغل اهتماما بالنسبة لفريق الصحفي المكلف بإعداد نشرة الأخبار.

- اعتمدت قنوات الدراسة على الروبورتاج ولو بنسب ضئيلة مقارنة بالأشكال الخبرية الأخرى، ويتم اللجوء إلى الروبورتاج لمعالجة المواضيع و الأحداث التي تحتاج إلى تعمق أكبر وتشارك فيها عدة جهات فيلجأ الصحفي إلى صياغة مادته الإخبارية وفق الروبورتاج الذي يجيب على كل الأسئلة ولا يترك للمشاهد مجالاً للتساؤل، وقد اعتمدت قنوات الدراسة على هذا الشكل الخبري بمعدل روبورتاج في كل نشرة وهذه النسبة الضئيلة تعود بالدرجة الأولى إلى الوقت الكبير الذي يحتاجه الصحفي لتحضير وإنجاز الروبورتاج، كما أن أغلب الأحداث والوقائع المهمة يتم معالجتها في القنوات التلفزيونية في شكل حصص إخبارية مطولة تستضيف عديد الأطراف ويكون فيها المجال الزمني أكبر للإسهاب في المعالجة، وقد تم توظيفه في قنوات الدراسة بهدف تحقيق أغراض تختلف عن الأنواع الصحفية السابقة، فغالبا ما لاحظنا أن الروبورتاج يرتبط ب) المهرجانات، والمسابقات والمنافسات الرياضية، معالم تاريخية وأثرية، الترويج لمناطق سياحية...).

- اعتمدت قنوات الدراسة على البورتريه بدرجة قليلة جدا ويعود اعتمادها على هذا النوع من اجل رسم صورة عن شخصيات بارزة ومتميزة لها علاقة بحدث معين وغالبا ما يكون البورتريه في اخر النشرة، وارتبط البورتريه بالوفاة أو بتخليد الذكرى السنوية، مثل ما يتم تناوله عن وفاة الرؤساء الجزائريين عند كل ذكرى سنوية.
- من خلال تحليلنا لنشرات الاخبار لهذه القنوات التلفزيونية لاحظنا عدم اعتمادها على القصة الاخبارية ويعود ذلك الى عامل الوقت اذ تاخذ القصص الاخبارية وقتا اكبر من بقية الاشكال الاخرى كما ان محرري الاخبار يلجأون الى الاهتمام باهم ما في الاحداث والوقائع ولا يخوضون في الجزئيات.
- وما يمكن استنتاجه حول الأنواع الصحفية المستخدمة في المضامين الإعلامية لمختلف النشرات الإخبارية، هو استحواذ كل من (الخبر، التقرير، والروبورتاج الصحفي) على بقية الأنواع الصحفية، كونها أنواعاً إخبارية وإعلامية بالدرجة الأولى، ملائمة للمضمون الإخباري لنشرة الأخبار للقنوات التلفزيونية الثلاث.

جدول رقم (05) : توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية.

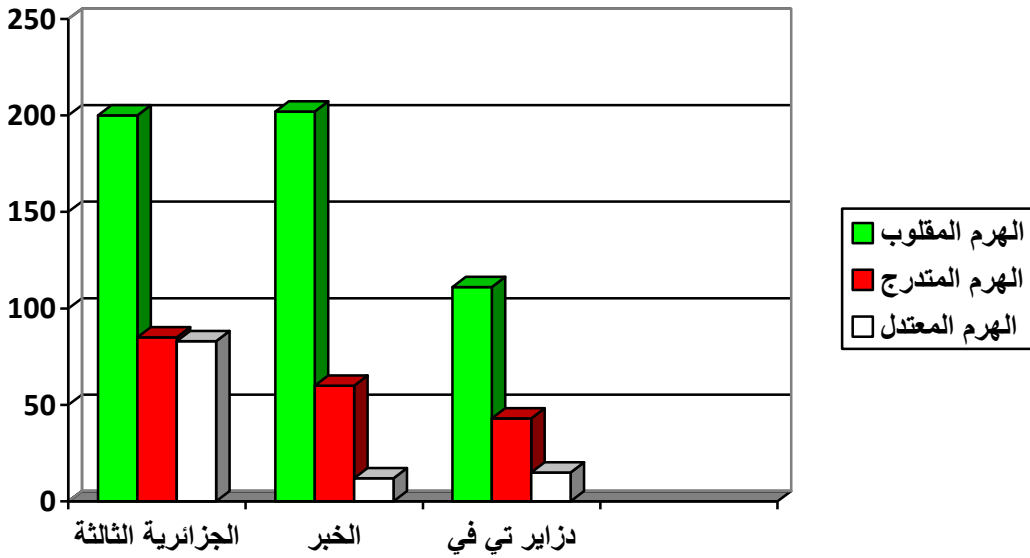
الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		القالب
%	ك	%	ك	%	ك	
54.35	200	73.12	202	65.68	111	الهرم المقلوب
23.10	85	21.90	60	25.44	43	الهرم المتدرج
22.55	83	04.38	12	08.88	15	الهرم المعتدل
100	368	100	274	100	169	المجموع

- أظهرت نتائج تحليل المضمون النشرات الإخبارية في قنوات الدراسة

اعتماد القائمين عليها على قالب الهرم المقلوب بالدرجة الأولى حيث جاءت النسب كما يلي: قناة الخبر 73.72 % ،دزاير تي في 65.68 % و 54.35% في الجزائرية الثالثة

- جاء الهرم المتدرج في المرتبة الثانية إذ بلغت نسبته 25.44% في دزاير تي في ،و 21.90% في قناة الخبر بينما بلغت النسبة 23.10 % في الجزائرية الثالثة .

- جاء الهرم المعتدل في المرتبة الثالثة حيث بلغت نسبته 22.55% و 8.88 % في قناة دزاير تي في و 4.38 % في قناة الخبر .



الشكل رقم (05) : توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية.

مما سبق نستخلص ما يلي:

*اعتماد قنوات الدراسة على قالب الهرم المقلوب بالدرجة الأولى في صياغة مادتها الخبرية، والذي يقوم على أساس الدخول المباشر في الموضوع المطروح في النشرة الإخبارية، فمذيع النشرة الإخبارية يقوم بتقديم المعلومات الأساسية عن الموضوع مهما كان نوعه في المقدمة، ويقوم بالإجابة عن الأسئلة المهمة حول الحدث أو الواقعة، خاصة عندما يكون الحدث في حد ذاته يشكل مركز أهمية و اهتمام لدى المشاهد في مختلف القنوات التلفزيونية، ومن خلال تحليلنا لنشرات الأخبار، وجدنا أن التفاصيل الأقل أهمية تمت قراءتها في جسم الخبر، وفي غالب الأحيان تكون التفاصيل مرتبطة بما قدمه مقدم النشرة عن الخبر في المقدمة، وفيما يتعلق بالخاتمة على العموم يتم تهميشها بتقديم أخبار أقل أهمية حول الخبر، والشيء المؤكد حول قالب الهرم المقلوب هو: العمل على إيصال الأخبار للجمهور المشاهد في القنوات التلفزيونية.

*استخدام قالب الهرم المتدرج بنسب معقولة ومتفاوتة نوعا ما في قنوات الدراسة، بينما اعتمدت القنوات على الهرم المعتدل بدرجة اقل خاصة في قناتي الخبر وديزير تي في وقالب الهرم المتدرج يعتمد على المقدمة العامة التي تحتوي على أهم ما جاء من أخبار وأحداث، وفي الجسم يتم استخدام فقرات إخبارية متدرجة أي: تفاصيل الخبر والاستعانة في كل فقرة باقتباسات وتصريحات، خاصة بالمستجوبين ذات صلة مباشرة بالحدث والواقعة، وفي الخاتمة يتم تلخيص أهم ما جاء في الخبر الصحفي، فالقالب الهرم المقلوب المتدرج، يعتبر ذا أهمية بالنسبة لمعدّي نشرات الأخبار التلفزيونية، وهو ما تم استنتاجه من خلال التحليل الكلي لعينة من الدراسة، والهرم المقلوب المتدرج سهّل عملية تقديم تفاصيل ومعلومات كثيرة في الخبر الواحد، وفق التدرج في العرض، ووفق ما يعرضه مقدم نشرة الأخبار في القنوات الثلاث، التي تم تحليلها.

*استخدمت الجزائرية الثالثة قالب الهرم المتدرج والمعتدل بنسب متقاربة جدا

عموما نقول أن قنوات الدراسة الثلاث تعتمد على قالب الهرم المقلوب في صياغة مادتها الاخبارية بالدرجة الأولى وهذا لتلائمه وطبيعة الخبر التلفزيوني والذي يركز على ذكر اهم ما في الخبر ليعرج الى المهم فالأقل اهمية ، وتقوم كل قناة تلفزيونية بتقييم الاخبار واهميتها وفق عدد من المعايير وعلى رأسها الخط الافتتاحي للقناة وسياستها التحريرية ،فمثلا ما يبدو مهما في قناة ما قد لا يبدو كذلك في قناة اخرى ،اضافة الى ان قنوات الدراسة تعتمد بشكل كبير على الخبر القصير وهو ما يتناسب مع الهرم المقلوب الذي ينطلق من اهم حدث ،مع التنويع في القوالب الفنية في النشرات الإخبارية في القنوات الثلاث بين الهرم (المقلوب، المقلوب المتدرج، المعتدل، والمعتدل المتدرج)⁽¹⁾، لكن

*الهرم المقلوب: تلخص الفقرة الأولى كل شئ حيث يتم التركيز فيها على أهم ما في الخبر لجذب المتلقي

موضوع الخبر هو الذي يفرض نوع القالب الملائم على حسب (الأهمية، وطول وقصر موضوع الخبر الصحفي، وكذلك حسب طبيعة النوع الصحفي الذي يتحكم في القالب الملائم للموضوع).

*الهرم المتدرج: ويقوم هذا القالب الفني على أساس تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج وهو بذلك يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب. بحيث يكون للخبر مقدمه تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر.

*الهرم المعتدل: يقوم على أساس التمهيد لموضوع الخبر في المقدمة التي تعتبر قمة هرم، والجسم يحتوي على تفاصيل الخبر، وهذا بالإجابة عن الأسئلة الرئيسية للخبر والحدث، وتكون الخاتمة تلخيصية مع تقديم بعض التفاصيل التي لم يتطرق إليها في الجسم.

جدول رقم(06): توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع الموضوع
%	ك	%	ك	%	ك	
28.53	105	27.74	76	24.26	41	سياسي
13.04	48	24.45	67	28.99	49	اجتماعي
20.65	76	10.94	30	21.89	37	اقتصادي
14.95	55	14.23	39	9.47	16	امني عسكري
10.60	39	05.47	15	4.14	07	ثقافي
02.99	11	0.73	02	4.14	07	ديني
01.63	06	02.19	06	0.59	01	علمي
07.61	28	14.23	39	6.51	11	أخرى
100	368	100	274	100	169	المجموع

- يبين الجدول السابق توزيع المادة الخبرية التي تم بثها في نشرات قنوات الدراسة وفق طبيعة الخبر:

بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة:

*احتلت الأخبار السياسية المرتبة الاولى بنسبة 28.53% وجاءت الأخبار الاقتصادية ثانيا بنسبة 20.65%، الأخبار العسكرية والأمنية حلت في المرتبة الثالثة بنسبة

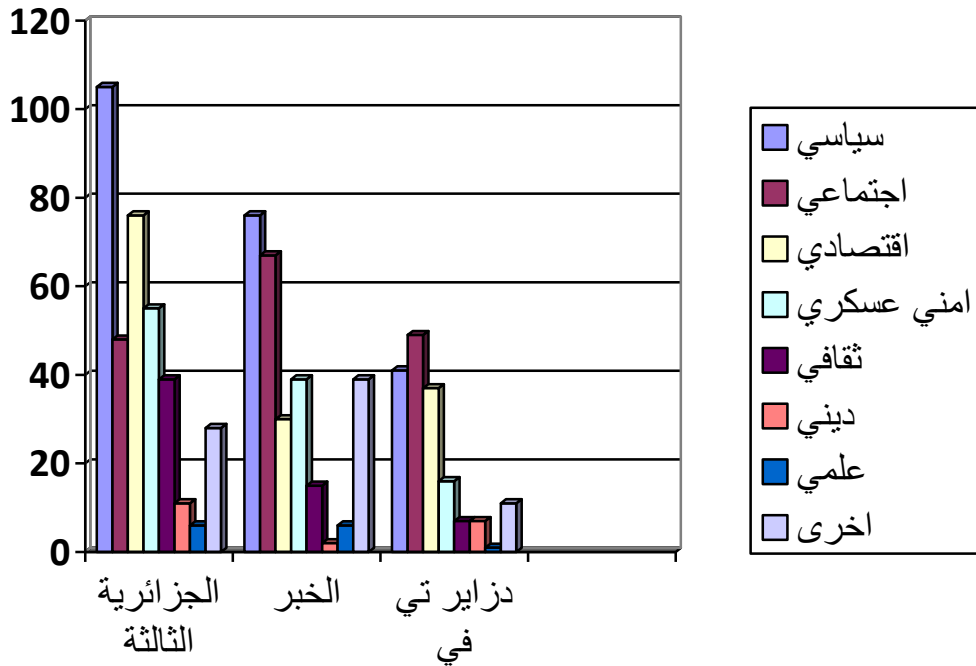
14.95% متبوعة بالأخبار الاجتماعية في المرتبة الرابعة ب 13.04% تليها الاخبار الثقافية خامسا بنسبة 10.60% و أخبار أخرى (رياضة،صحة،...) بنسبة 7.61% في المرتبة السادسة ،بينما جاءت الأخبار ذات الطابع الديني سابعا ب 2.99% بينما احتلت الأخبار العلمية المرتبة الأخيرة بنسبة 1.63%.

- قناة دزير تي في :

تصدرت الأخبار الاجتماعية قائمة الترتيب بنسبة 28.99% تليها الأخبار السياسية ب 24.26% وجاءت الأخبار الاقتصادية ثالثا ب 21.89%، واحتلت الأخبار الأمنية العسكرية المرتبة الرابعة بنسبة 9.47% ،تليها الأخبار الأخرى ب 6.51% ،بينما بلغت نسبة الأخبار الثقافية والدينية بنسبة 4.17% لكل منهما وحلت الأخبار العلمية في المرتبة الأخيرة ب نسبة 0.59%

قناة الخبر:

حلت الأخبار الساسية اولا بنسبة 27.74% ،تلتها الاخبار الاجتماعية ثانيا ب 25.45% وجاءت الاخبار الامنية العسكرية ثالثا ب 14.23% ونفس النسبة للاخبار الاخرى،متبوعة بالاخبار الاقتصادية خامسا بنسبة 10.94% تلتها الاخبار الثقافية ب 5.47% بعدها الاخبار العلمية ب 2.19% بينما حلت الاخبار الدينية في المرتبة الاخيرة بنسبة 0.73%



الشكل رقم (06): توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة

- من خلال النسب السابقة التي تحصلنا عليها نستنتج مايلي:
- جاءت الاخبار السياسية في المرتبة الاولى في قناتي الجزائرية الثالثة والخبر واحتل هذا النوع المرتبة الثالثة في قناة دزاير تي في .
- احتلت الاخبار الاجتماعية المرتبة الاولى في قناة دزاير تي في بينما احتلت المرتبة الثانية في قناتي الخبر والجزائرية الثالثة.
- جاءت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثانية في قناتي الجزائرية الثالثة و دزاير تي في ، واحتلت المرتبة الخامسة في قناة الخبر.
- احتلت الأخبار الأخرى المرتبة الثالثة في قناة الخبر واحتلت المرتبة الخامسة في قناة دزاير تي في ، و السادسة في الجزائرية الثالثة .

- حلت الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة في الجزائرية الثالثة والسادسة في قناتي الخبر وديزير تي في .
- جاءت الاخبار الدينية في المرتبة ما قبل الأخيرة (السابعة) في قناتي دزير تي في والجزائرية الثالثة وجاءى في المرتبة الثامنة والاخيرة في قناة الخبر .
- احتل الخبر العلمي المرتبة الاخيرة في قناتي دزير تي في والجزائرية الثالثة بينما حل سابعا في قناة الخبر .
- لم ترد الاخبار الرياضية ضمن نشرات الاخبار بشكل كبير وهذا راجع لتخصيص قنوات الدراسة لنشرات رياضية تعالج اخبار الرياضة فقط مستقلة عن نشرة الاخبار الرئيسية .
- نلاحظ ايضا وجود اختلاف في ترتيب الاخبار من حيث الموضوع .
- بعد تسجيلنا لهذه الملاحظات يمكن تقسيم النشرات الاخبارية الى قسمين:
- القسم الاول: يضم الاخبار السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والامنية العسكرية.
- القسم الثاني: يتكون من الاخبار الثقافية، الدينية، العلمية واخبار اخرى (رياضة، الصحة).
- تبين لنا نتائج تحليل مضمون نشرات اخبار القنوات المدروسة وجود تقارب بين قنوات الدراسة في نوع المواضيع الاخبارية المعالجة ويعود هذا الى تركيزها على المواضيع التي تهم المشاهد هذا الاخير الذي يعتبر القاسم المشترك بين قنوات الدراسة، كما ان التغطية الاخبارية لهذه القنوات مبنية على الاحداث والوقائع التي تقع بالجزائر

ولها علاقة مباشرة بالظروف التي تعيشها سواء السياسية، الاجتماعية الاقتصادية او الامنية هذه الاخيرة هي من اهتمامات القائم بالاتصال في قنوات الدراسة فطبيعة الاحداث الامنية تجبرها على تخصيص حيز زمني لها ضمن النشرات الاخبارية فمثلا موضوع الارهاب في الساحل الافريقي والتوتر الامني على الحدود الجزائرية خاصة الليبية والمالية منها هو مادة دسمة للصحفيين فنجد كل قناة تتطرق لهذا النوع من الاخبار والذي يهم الجمهور الجزائري، ونفس الكلام ينطبق على المواضيع السياسية والاجتماعية، فالصحفي يعيش وسط المجتمع الجزائري فينقل كل ما يهيمه ويثير اهتمامه وله صلة مباشرة مع الجزائر.

- تشابه المواضيع في قنوات الدراسة تجعل المشاهد يشعر بالملل والروتين في بعض الاحيان، بينما اختلاف الطرح وزاوية تناول المواضيع هو ما يزيد او يقلل من نسبة مشاهدتها .

- التركيز على الاخبار السياسية في قنوات الدراسة ماعدا قناة دزاير تي في التي ركزت على الاخبار الاجتماعية، يعود الى وفرة الاخبار السياسية والنقاشات التي تثيرها، اضافة الى الظروف التي تعيشها في الوقت الراهن الجزائر وسط حراك سياسي داخلي وخارجي كبير، خاصة الحراك المحلي بين المعارضة والموالاتة في ظل تمسك الاولى بالانتقال الديمقراطي للحكم بينما الموالاتة تدعو للابقاء على النظام الحالي، هذا الصراع جعل الاخبار السياسية تحضر بقوة في النشرات الاخبارية .

- اهتمت قنوات الدراسة بمواضيع اخبارية على راسها المواضيع السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والامنية العسكرية على حساب مواشع اخرى ومن ثمة توجيه اهتمام المشاهد واجباره على مشاهدة المواشيع التي ركزت عليها القنوات وبالتالي غياب التوازن في تناول المواضيع ونشرات الاخبار وهذا راجع اساسا الى ترتيب القنوات

التلفزيونية لاولوياتها وفق اجندة فتضع المواضيع التي تتناسب وتوجهات هيئة التحرير على راس الاخبار وتكثر منها .

- لم تعط قنوات الدراسة اهتماما كبيرا وكافيا للاخبار الثقافية، الدينية والعلمية وهذا راجع لاهتمامها بمواضيع السياسة، المجتمع، الاقتصاد والامن، كما ان هذه القنوات تخصص نشرات ثقافية ورياضية مستقلة عن النشرات الاخبارية بالاضافة الى حصص وفقرات دينية.

تبين لنا نتائج تحليل المضمون وجود تقارب بين قنوات الدراسة في نوع المواضيع المعالجة في النشرات الإخبارية إذ يوجد إختلاف طفيف فقط ويعود هذا إلى تركيز هذه القنوات على المواضيع التي تهم المشاهد والذي هو نفسه تقريبا إذ أن جمهور هذه القنوات هو نفسه، ما أن التغطية الإخبارية لهذه القنوات مبنية على الأحداث والوقائع التي تقع بالجزائر ولها علاقة مباشرة بالظروف التي تعيشها سواء السياسية أو الإجتماعية والإقتصادية وحتى الأمنية هذه الأخيرة التي هي قاسم مشترك ضمن إهتمامات القائم بالإتصال في قنوات الدراسة فطبيعة الأحداث الأمنية تجبرها على تخصيص حيز زمني لها ضمن النشرات فمثلا موضوع الإرهاب في الساحل الإفريقي والتوتر الأمني على الحدود الجزائرية خاصة على الحدود الليبية الجزائرية والحدود التونسية أيضا هو مادة دسمة للصحفيين فنجد كل قناة تتطرق لهذا الموضوع الشائك والذي يهم الجمهور والمشاهد الجزائري ونفس الكلام ينطبق على المواضيع السياسية والإقتصادية والإجتماعية، فالصحفي يعيش وسط المجتمع الجزائري فينقل كل ما يهمه له صلة مباشرة مع الجزائر .

تشابه المواضيع في قنوات الدراسة تجعل المشاهد يشعر بالروتين والملل في بعض الأحيان بينما إختلاف الطرح وزاوية تناول المادة الخبرية هو ما يزيد من نسبة مشاهدته أو يقلل منها.

ومما سبق نستنتج مايلي:

*التركيز على الأخبار السياسية في قنوات الدراسة ما عدا في قناة دزير تي في التي إهتمت بالأخبار الإجتماعية على حساب الأخبار السياسية ولكن بنسبة ضئيلة، ويعود الإهتمام بالأخبار السياسية لوفرة هذا النوع من الأخبار والنفاشات التي تثيرها، إضافة إلى الظروف التي تعيشها الجزائر والحراك السياسي المحلي من طرف المعارضة والموالاة في ظل تمسك الأولى بالانتقال الديمقراطي بينما الموالاة تدعو للحفاظ على الحكم الحالي هذا الصراع السياسي جعل الأخبار السياسية مادة إخبارية دسمة في متناول الصحفيين .

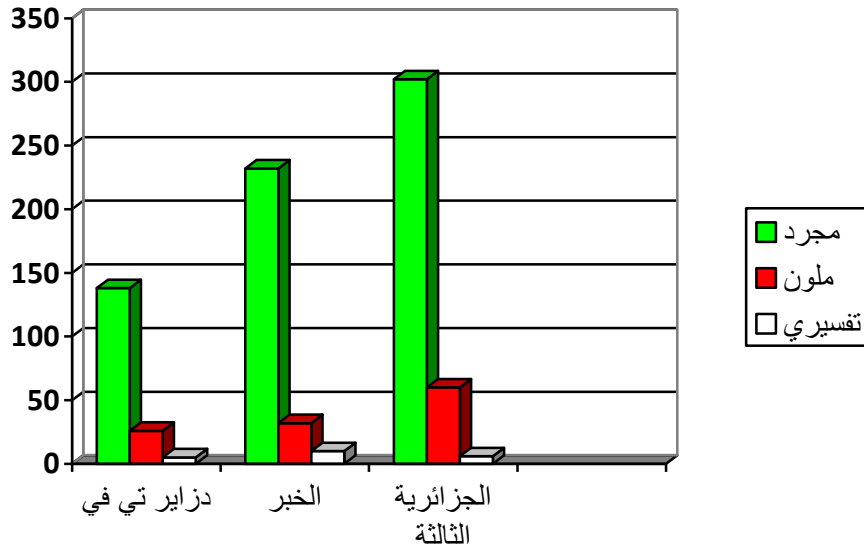
*إهتمت قنوات الدراسة بمواضيع إخبارية على رأسها أخبار سياسية، المجتمع، الإقتصاد والأمن العسكري على حساب مواضيع أخرى ومن ثمة توجيه إهتمام المشاهد وإجباره على مشاهدة المواضيع التي ركزت عليها القنوات وبالتالي غياب التوازن في تناول الأخبار في نشرات الأخبار .

*لم تعط قنوات الدراسة إهتماما كافيا للأخبار الثقافية، الدينية والعلمية وهذا راجع لإهتمامها بمواضيع السياسة، الإقتصاد والأمن والمجتمع إضافة إلى أن هذه القنوات تخصص نشرات ثقافية وحصص دينية مستقلة عن نشرة الأخبار .

جدول رقم (07) : توزيع طريقة عرض المادة الخبرية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		طريقة العرض
%	ك	%	ك	%	ك	
82.06	302	84.67	232	81.66	138	مجرد
16.30	60	11.68	32	15.38	26	ملون
01.63	06	03.65	10	02.96	05	تفسيري
100	368	100	274	100	169	المجموع

- من خلال نتائج تحليل المضمون نجد ارتفاع كبير لنسبة الاخبار المجردة في قنوات الدراسة اذ بلغت 84.67% في قناة الخبر و 82.66% في الجزائرية الثالثة، و 81.66% في قناة دزاير تي في .
- جاءت الاخبار الملونة في المرتبة الثانية حيث قدرت نسبتها ب 16.30% في الجزائرية الثالثة، 15.38% في قناة دزاير تي في ، و 11.68% في قناة الخبر .
- حلت الاخبار التفسيرية في المرتبة الثالثة والاخيرة بنسب ضئيلة حيث بلغت 3.65% في قناة الخبر، 2.96% في قناة دزاير تي في و 1.63% في الجزائرية الثالثة.



شكل رقم (07) : توزيع طريقة عرض المادة الإخبارية

من خلال الشكل السابق نستخلص ما يلي:

- تعالج قنوات الدراسة الثلاث المادة الخبرية وفق الأسلوب المجرد، إذ تقوم بعرض الأخبار كما وقعت دون تحريف أو زيادة وبأسلوب موضوعي حيث يلتزم الصحفيون بطرح الأخبار دون إبداء رأيهم فيها، والابتعاد قدر المستطاع عن التحيز أو الميل العاطفي، والخبر المجرد ما هو إلا نقل لواقعة أو حدث كما هو مع تدعيمه بأرقام وبيانات ومعطيات ورصد للانطباعات وفتح الفضاء للرأي والرأي الآخر .

- اعتماد قنوات الدراسة على الأخبار الملونة في الدرجة الثانية إذ تسعى كل قناة إلى جذب المشاهد وإقناعه بتوجهها فنجد مثلا قناة الخبر تقوم بتضخيم حدث احتجاجات المواطنين على السكن فتفرد له مساحة كبيرة وتقوم بالتركيز عليه في نشراتها الإخبارية بينما نجد قناة الجزائرية الثالثة تقوم بتصغير هذا الحدث أما تقوم بالحديث عليه لوقت قصير أو تجاهله تماما، وهنا نقول ان القناة التلفزيونية قد تقوم بتضخيم حدث صغير أو العكس أي تقوم بتصغير حدث كبير وهذا وفقا لتوجهاتها وسياستها التحريرية، بالمقابل قد تقوم القناة بإبداء

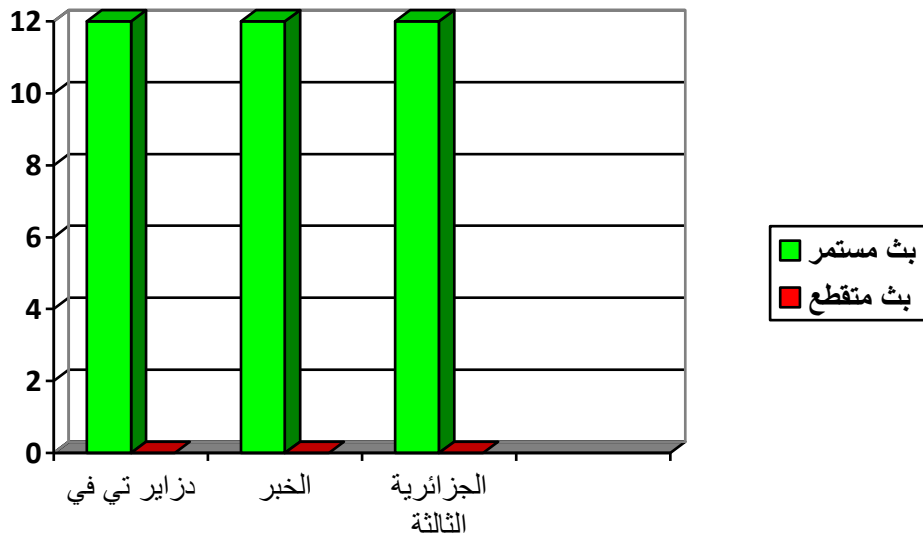
رأيها صراحة على لسان صحفييها اتجاه موضوع معين فتحكم على ايجابية او سلبية موضوع ما ،وتذم او تمدح شخصية ما علنا واحيانا اخرى لا تقوم بطرح الراي والراي الاخر مثل ما حدث مع قضية يسعد ربراب الذي كان يرغب في شراء مجمع الخبر واثار ضجة اعلامية كبيرة فلم تخف قناة الخبر دعمها علانية وانحيازها لرجل الاعمال بينما اكتفت الجزائرية الثالثة بتوضيح القوانين وعبرت صراحة عن موقف السلطة من هذه القضية.

- اعتماد القنوات على الخبر التفسيري والملون بنسب قليلة جدا راجع الى سياسة هذه القنوات ومسؤوليها الهادفة الى الطرح الموضوعي للمواضيع وتبني الحياد في اغلب المواضيع، فالأسلوب التفسيري يعتمد على تقديم الشرح والتفسير وخلفية وقوع الأحداث ويتم بالاستناد الى حقائق ووثائق وصور ومعطيات تدعم هذا الطرح، في حين أن معالجة الأخبار بأسلوب ملون من خلال حذف بعض الجوانب المهمة من الخبر وتوجيه المشاهد الى زوايا أخرى في الخبر كموضوع مرض الرئيس فان الجزائرية الثالثة تقوم بالحديث عن إنجازات الرئيس محليا ودوليا وتتقاضي إبراز الصور والفيديوهات التي تبين مرض الرئيس وحالته الصحية.

جدول رقم (08): توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		طبيعة البث
%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	100	12	100	12	مستمر
00	00	00	00	00	00	متقطع
100	12	100	12	100	12	المجموع

- يتضح لنا من الجدول السابق ما يلي:
- اعتماد قنوات الدراسة الثلاث على البث المستمر أثناء عرض نشراتها الإخبارية بنسبة 100% ولم تعتمد ابدا على البث المتقطع.
- البث المستمر: هو عرض نشرة الأخبار دون قطعها وبث خبر عاجل فيها حيث تكون المادة الخبرية جاهزة مسبقا.
- البث المتقطع: قطع نشرة الاخبار وبث خبر عاجل او اخبار عاجلة لم يكن ضمن ورقة طريق النشرة الإخبارية .



شكل رقم (08): توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة

- من خلال الشكل السابق نستنتج ان قنوات الدراسة الثلاث تعتمد في نشراتها الاخبارية البث المستمر والذي يخلو من الأخبار العاجلة وهذا راجع الى عدة أسباب أهمها:
- التحضير المسبق لمكونات نشرة الأخبار المادة الاخبارية مسبقا وترتيبها وفق مايراه حارس البوابة مناسباً والسياسة التحريرية ل يتم وضع ورقة طريق النشرة التي تنظم ترتيب الأخبار ومدتها الزمنية.
- صعوبة نقل الأخبار بالصوت والصورة خاصة من الناحية التقنية والتي تكلف الوقت والجهد ولتدارك هذا النقص لجأت القنوات الجزائرية العمومية والخاصة في الفترة الأخيرة إلى استعمال شريط الأخبار أسفل الشاشة والذي يشير إلى جديد الأخبار وينوه بالأخبار العاجلة بين الحين والآخر والتي لا تقبل التأخير وتهدف القنوات من خلالها إلى تحقيق سبق الصحفي وتحقيق أكبر نسبة مشاهدة، كما ان بعض القنوات لاسيما الخاصة تقوم بقطع برامجها التلفزيونية وفتح المجال لبث الأخبار العاجلة إذا كانت مهمة

جدا ويتم ضمان تغطية فورية ومباشرة للخبر العاجل أما إذا كانت الظروف التقنية لا تسمح بذلك فتكتفي بالإشارة إليه أسفل الشاشة .

ومن ايجابيات البث المستمر انه يسمح لطاخم النشرة بترتيب مادتهم الإخبارية وتفاذي عنصر المفاجأة بينما يعيب بعض المختصين ذلك نظرا للقيمة الإخبارية التي تتضمنها الأخبار العاجلة.

جدول رقم (09) : توزيع مصادر الأخبار في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		اسم القناة
%	ك	%	ك	%	ك	المصدر
91.58	337	78.47	215	71.01	120	الصحفي
4.89	18	07.66	21	11.83	20	المراسل
00	00	02.55	07	05.66	09	قنوات تلفزيونية
03.53	13	04.38	12	06.51	11	وكالات الأنباء
00	00	00.36	01	00.59	01	الانترنت
00	00	06.57	18	04.73	08	لا توجد
100	368	100	274	100	169	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

• بالنسبة لقناة الجزائرية الثالثة:

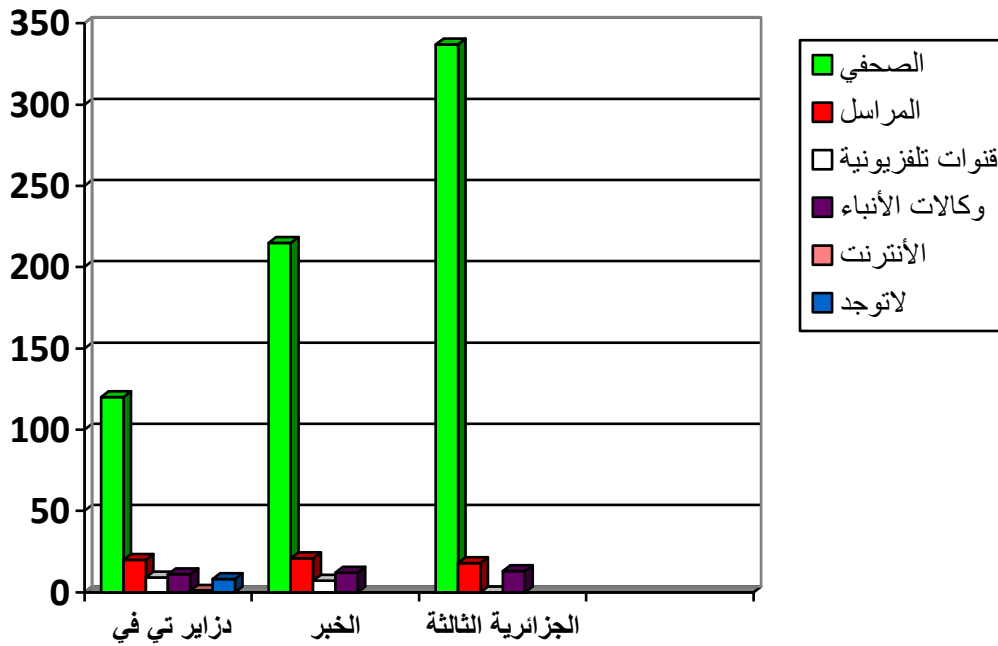
اعتمدت القناة على طاقمها الصحفي بالدرجة الاولى حيث بلغت النسبة 91.58%، وجاء اعتمادها على المراسلين ثانيا بنسبة 4.89%، واعتمدت في المرتبة الثالثة على وكالات الأنباء بنسبة قليلة لم تتجاوز 3.53%، بينما لم تعتمد ابدا على قنوات تلفزيونية اخرى او على مواقع للانترنت ولم تقم ابدا ببث اخبار دون مصدر.

بالنسبة لقناة دزاير تي في: اعتمدت القناة بالدرجة الاولى على صحفييها بنسبة

71.07%، واعتمدت على مراسليها ثانيا بنسبة 11.83%، واعتمدت على وكالات الأنباء ثالثا بنسبة 6.51%، وجاء اعتماد القناة على قنوات تلفزيونية أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة 5.66%، بينما الإخبار التي وردت بدون مصدر جاءت خامسا بنسبة 4.73%، وحل اعتماد القناة على الانترنت كمصدر للأخبار في المرتبة السادسة والاختيرة بنسبة 0.59% .

• بالنسبة لقناة الخبر:

- اعتمدت القناة في تغطيتها الإخبارية على طاقمها الصحفي بالدرجة الأولى بنسبة 78.74%، وبنسبة 7.66% على مراسليها في المرتبة الثانية، بينما نجد أخبار بدون مصدر ثالثا بنسبة 6.57%، واعتماد القناة على وكالات الأنباء جاء رابعا بنسبة 4.38%، جاء اعتماد القناة على قنوات تلفزيونية أخرى خامسا بنسبة 2.55%، وبلغت نسبة اعتماد القناة على الانترنت كمصدر لأخبارها 0.36% في المرتبة الأخيرة.



شكل رقم (09): توزيع مصادر الأخبار في قنوات الدراسة

من الشكل السابق نستنتج ما يلي:

- اعتماد قنوات الدراسة على طاقمها الصحفي في الحصول على الأخبار وتغطيتها وهذا راجع الى سياسة القنوات والتي تركز على امكانياتها البشرية الذاتية (الخاصة) والتي تهدف الى الوصول الى مصادر المعلومات، اضافة الى هذا فان هذه القنوات تمتلك امكانيات مادية وبشرية لبأس بها تسمح لها بالتحكم في تغطية الاخبار وتلجأ في ذلك الى الاعتماد على المراسلين المتوزعين عبر كامل التراب الوطني، اذ تمتلك كل قناة عدد من المراسلين فقناة دزاير تي في لديها 12 مراسلا اما قناة الخبر لديها 18 مراسلا بينما تعتمد قناة الجزائرية الثالثة على محطات التلفزيون الجهوية بكل من قسنطينة، وهران، بشار، وورقلة، ويمكن للمراسل ان يخفف الضغط على طاقم الاخبار ومساعدتهم في الوصول الى المعلومات التي تبدو بعيدة جغرافيا عن مكان تواجد القناة، كما ان استنجد القنوات بالمراسلين من شأنه خلق توازن

جغرافي في نشرة الاخبار ويمكن من الوصول الى الى المواطن في الجزائر العميقة ومن ثمة توسيع دائرة الاهتمام والمشاهدة.

- تعتمد قنوات الدراسة على وكالات الانباء خاصة وكالة الانباء الجزائرية وهذا راجع الى وجود عقد يربط هذه القنوات مع الوكالة يتم بموجبه حصولها على الاخبار.

- تعتمد قناتي الخبر وديزير تي في على مصادر اخرى للحصول على الاخبار وعلى راسها الاعتماد على قنوات تلفزيونية اخرى ويرجع ذلك الى محدودية امكانياتها المحدودة نوعا ما وسعيها خاصة في الحصول على اخبار اقليمية ودولية من قنوات اجنبية ،او الاعتماد على مواقع الانترنت وتلجا هذه القنوات الى الانترنت للحصول على المعلومات والاطار بسرعة اكبر وباقل التكاليف كما ان الانترنت تمكن القناة من الوصول الى المعلومات لا يمكن للقناة او الصحفي الوصول عليها ورغم ايجابيات الانترنت الا انها في بعض الاحيان قد تكون سلبية فكل ما ينشر عبرها يحتاج الى التحقق من صحته قبل بثه.

- اعتمدت قناتي الخبر وديزير تي على اخبار مجهولة المصدر وهذا ما يجعلها عرضة الى الانتقادات فقد تكون هذه الاخبار مغلوبة وهنا يتوجب على هذه القنوات التأكد من مصادر الخبر قبل بثه من اجل مصداقية اكبر.

*وعليه نقول أن التأكد من مصداقية الخبر لا يكون إلا بالإستناد إلى مصدر موثوق وهو مايزيد في درجة أهميته والثقة في مضمونه وعلى هذا الأساس وبفضل ما يتميز به التلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية فهو يحظى "بالثقة المتزايدة فيه كجهاز إخباري وكمصدر من مصادر المعرفة بالإنباء والمعلومات للمشاهدين ،يبعث على التصديق أكثر

من الوسائل الأخرى كما أنه يوحي أكثر بالموضوعية⁽¹⁾.

جدول رقم(10): توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة

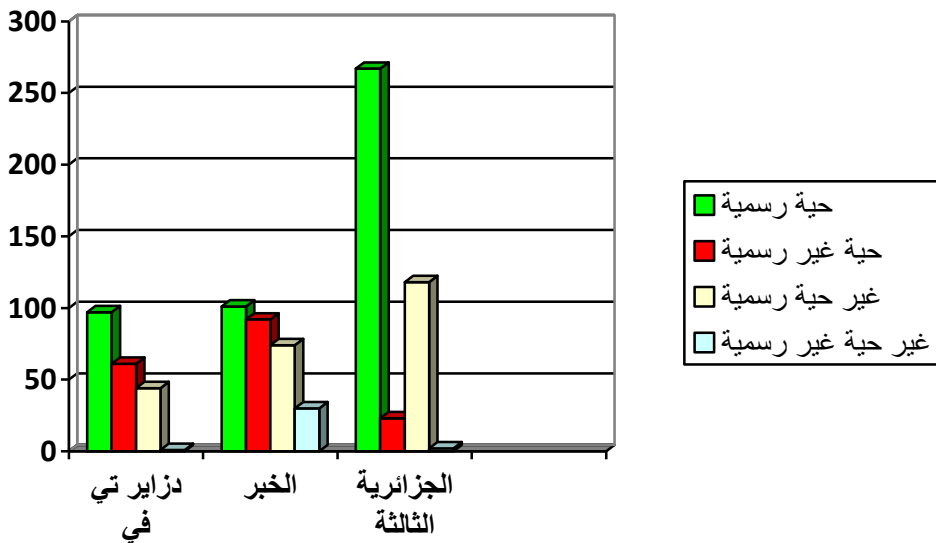
الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	
65.12	267	34.00	101	47.78	97	حية رسمية
05.61	23	30.98	92	30.05	61	حية غير رسمية
228.78	118	24.92	74	21.67	44	غير حية رسمية
00.49	02	10.10	30	0049	01	غير حية غير رسمية
100	410	100	297	100	203	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- اعتماد قنوات الدراسة على المصادر الحية للحصول على الأخبار حيث بلغت نسبة 65.12% في الجزائرية الثالثة، و47.78% في قناة دزاير تي في بينما بلغت 34% في قناة الخبر.

(1) - حسن الشامي، وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، مجلة المكتبة الثقافية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 473، القاهرة، 1992، ص133.

- تعتمد الجزائرية الثالثة على المصادر غير الحية الرسمية بنسبة 28.78% في المرتبة الثانية، بينما تعتمد كل من دزاير تي في وقناة الخبر عليها في المرتبة الثالثة بنسبة 21.98% و 24.92% على التوالي .
- تعتمد قناتي دزاير تي في والخبر على المصادر الحية غير الرسمية في المرتبة الثانية بنسبة 30.05% و 30.98% على التوالي في حين تعتمد الجزائرية الثالثة على هذا النوع من المصادر في المرتبة الثالثة بنسبة 5.61%.
- تعتمد قنوات الدراسة على المصادر غير الحية غير الرسمية بنسب قليلة حيث بلغت 10.10% في قناة الخبر ، و 0.49% في قناتي دزاير تي في والجزائرية الثالثة



شكل رقم (10): توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة

من خلال الشكل السابق نستخلص مايلي:

- اعتماد قنوات الدراسة على المصادر الحية الرسمية بالدرجة الأولى وهذا يعود أساسا الى طبيعة المواضيع المعالجة في النشرات الإخبارية والتي في معظمها أخبار سياسية تتطلب نقل تصريحات المسؤولين السياسيين وأصحاب القرار والجهات الرسمية بصفة عامة والاقتراس من البيانات والقرارات الرسمية.

- اعتماد قناتي الخبر وذيير تي في الدرجة الثانية على المصادر الحية غير الرسمية حيث يلجأ صحفيو هذه القنوات إلى المواطن كمصدر للمعلومة خاصة في الأخبار الاجتماعية التي تنقل واقع وانشغالات ومشاكل المواطن ما جعل هذه القنوات أكثر قربا منهم، حيث تعتمد اغلب القنوات التلفزيونية الخاصة الى تغطية الاخبار في ابعد نقطة في الوطن وفي الجزائر العميقة بالاعتماد على شبكة مراسليها المنتشرين في مختلف ولايات الوطن هذا من جهة،ومن جهة أخرى سهولة التواصل مع المواطن مقارنة بالوصول الى المسؤولين السياسيين وأصحاب القرار الذين يتعاملون بحذر مع القنوات الخاصة، هذا ما جعل الإعلام الرسمي يشهد تراجعا سريعا في الونة الأخيرة لعدة اعتبارات أهمها انخفاض سقف الحريات وتحكم السلطة في وسائل الاعلام العمومي من بينها التلفزيون ، مما دفع الناس إلى الإعلام غير الرسمي (القنوات الخاصة)بحثاً عن مجال أكبر للحرية، لأنه فتح الأعين على آلاف القضايا التي تصب في مصلحة الوطن، وأصبح أداة لمراقبة المسؤولين فالمواطن الآن يرفض أن يكون متلقياً للأخبار بعد أن جرب أن يكون صانعاً للخبر ومشاركاً في تحريره. بالمقابل تخلى الاعلام العمومي نوعا ما عن دوره الرقابي والتوعوي مما أفقده المصداقية رغم ذلك يجب الإشارة إلى انه ليس كل إعلام تابع للدولة هو إعلام سيء بالضرورة والدليل على ذلك هو تغيير المؤسسات الاعلامية العمومية لطريقة معالجتها للأخبار وإعطاء حيز في الأخبار لنقل

انشغالات المواطنين الجزائري،ومن خلال احتكاكنا بعدد كبير من الصحفيين في قنوات الدراسة اثناء دراستنا الميدانية أجمعوا على أن حرية التعبير والإعلام في الجزائر - مقارنة بالماضي- قطعت أشواطاً كبيرة نحو الاحترافية، مشيرين إلى أن تجربة التعددية الإعلامية لا تزال في طور التكوين وهي تتحسن بفضل عناصرها الشابة التي ستبلغ دون شك الاحترافية وتكون في مستوى تطلعات الجمهور الجزائري.

جدول رقم(11) : توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة.

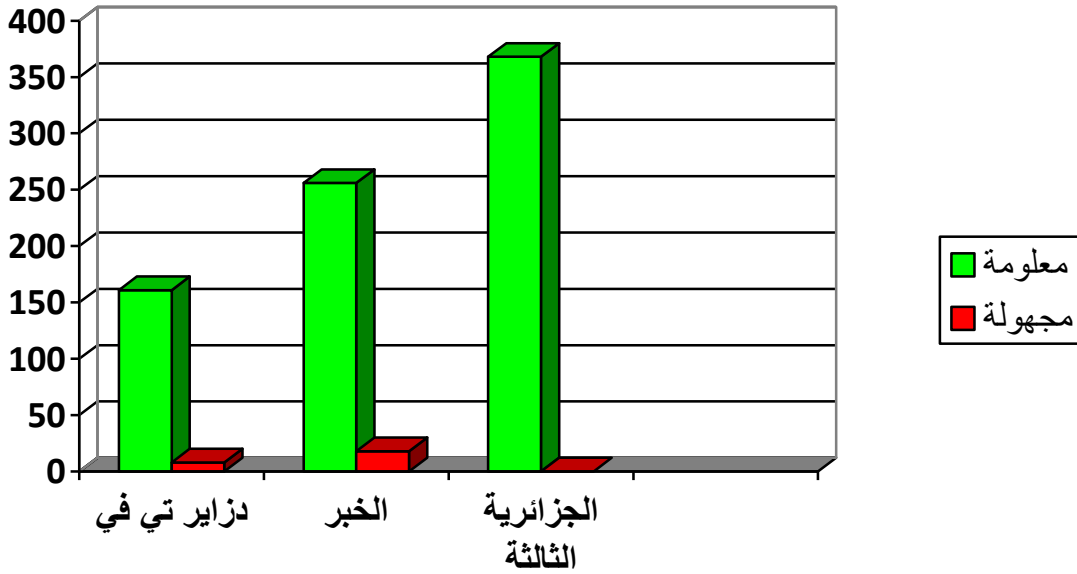
الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		طبيعة المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	
100	368	93.43	256	95.27	161	معلومة
00	00	6.57	18	4.73	08	مجهولة
100	368	100	274	100	169	المجموع

- من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي :

- 95.27% من أخبار قناة دزاير تي في 93.43% و 100% من مصادر معلومة

- 4.73% من أخبار دزاير تي في 6.57% من أخبار قناة الخبر من مصادر

مجهولة في حين لا نجد اي خبر مجهول المصدر في قناة الجزائرية الثالثة.4



شكل رقم (11): توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة

من خلال الشكل السابق نستنتج ما يلي:

- اعتماد قنوات الدراسة الثلاث بشكل كبير على أخبار ذات مصادر معلومة وهذا راجع إلى بحثها عن إعطاء مصداقية أكبر لأخبارها وذلك باللجوء إلى مصادر معلومة وذات ثقة .
- اعتماد قناتي دزاير تي في على أخبار مجهولة المصدر بنسب ضئيلة وهذا راجع إلى عدة أسباب يبقى أهمها تعمد هذه القنوات تجهيل مصدر الخبر.

جدول رقم(12): توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع الصور
%	ك	%	ك	%	ك	
76.73	300	50.65	194	55.34	145	حية
06.90	27	40.99	157	34.73	91	ارشيفية
05.63	22	06.53	25	06.49	17	ثابتة
10.74	42	01.83	07	03.44	09	لا توجد off
100	391	100	383	100	262	المجموع

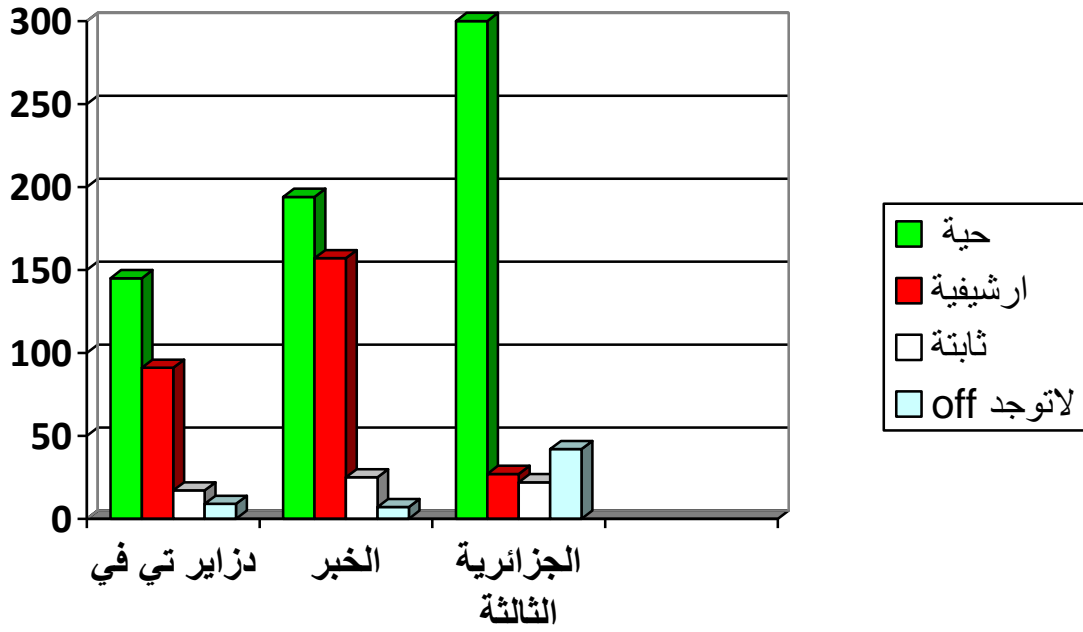
من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

تعتمد قنوات الدراسة على الصورة الحية بدرجة كبيرة حيث جاءت في المرتبة الأولى إذ بلغت نسبة 76.73% في الجزائرية الثالثة و55.34% في قناة دزاير TV و 50.65% في قناة الخبر.

إستعملت القنوات الثلاث الصورة الأرشيفية في المرتبة الثانية وبنسب متفاوتة إذ بلغت 40.99% في قناة الخبر و34.73% في دزاير TV وبنسبة 06.90% في الجزائرية الثالثة.

أستعملت الصور الثابتة في المرتبة الثالثة في كل من قناة الخبر بنسبة 06.53% وقناة دزاير TV بنسبة 06.49% بينما حلت في المرتبة الرابعة الجزائرية الثالثة بنسبة 05.63%.

قامت قنوات الدراسة بعرض أخبار بدون صور في المرتبة الأخيرة في قناتي الخبر و دزاير TV بنسبة 01.88% و 03.44% على التوالي واحتلت المرتبة الثالثة في الجزائرية الثالثة بنسبة 10.74%.



شكل رقم (12): توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

إستخدام قنوات الدراسة للصور الحية بشكل كبير يعود إلى إعتمادها على التغطية الحية للأحداث والوقائع وسعيها الدائم للتواجد في الميدان.

إعتقاد قنوات الدراسة على الصور الأرشيفية يعود إلى ترابط الأحداث ولجوء القنوات إلى إستعمال أرشيفها خاصة عندما يتعلق الأمر بالأخبار البعيدة جغرافيا(الدولية) ويتم توظيف

الأرشيف في تحرير الأخبار والتقارير لجعل المشاهد في صلب الأحداث وإعطاء خاصية الصورة للخبر التلفزيوني والتي تعتبر أصدق من ألف كلمة.

تعتمد قنوات الدراسة على الصور الثابتة في حال عدم توفر مادة فيلمية أو صعوبة الحصول على فيديوهات وكثيرا ما تستعمل الصور الثابتة في الأخبار الأمنية والعسكرية لعرض الخرائط وكذا في الأخبار الإقتصادية لعرض الأرقام والأشكال البيانية.

يتم عرض بعض الأخبار بدون صور (OFF) خاصة في الأخبار القصيرة والمقتضية والتي يكتفي مقدم الأخبار بقراءتها وعليه نستنتج أن الأخبار التلفزيونية تعتمد بشكل كبير على الصورة من أجل توثيق الأخبار، والخبر التلفزيوني الناجح هو الذي يجمع بين الصوت الجيد والصورة المعبرة ويحمل أخبار مهمة يعود التفوق الإخباري للتلفزيون الى "تكتيكات الصورة المستخدمة في إنتاجها واستقبال الجمهور لها وذلك لما تحويه من عناصر جذابة تكسبه حيوية ومصداقية أكبر، بل إنه يساعد في عدم نفور المشاهدين من مشاهدة أخبار أمس غير الطازجة إذا ما سمعها أو قرأها"⁽¹⁾، يتميز التلفزيون باستخدام بعض المؤثرات والخدع البصرية والتنويع في استخدام الصور ومزجها بالصوت والمؤثرات الصوتية وقد تكون من الواقع وفي بعض الأحيان يتم تصويرها "فإختصاص التلفزيون بالمؤثرات الإلكترونية المرئية دون غيره من وسائل الإعلام وتعتبر أحسن وأجود المؤثرات المرئية الخاصة، كما أنها أكثر إستخداما وشيوعا في مختلف برامجها وتستخدم بهدف جذب إنتباه المشاهدين كالقطع وهو الانتقال من صورة الى أخرى أو إظهار صورة فوق صورة أخرى لتجسيد الأفكار التي تجول في ذهن شخصية من

(1) - عبد الله الحيدري، الصورة والتلفزيون، بناء المعنى وصناعة المضمون، مطبوعات جامعة البحرين، البحرين، 2005، ص45.

شخصيات النص ،أو لإظهار الأشباح وتستخدم في إظهار عدة صور في وقت واحد ،والخلط وظهور منظر وتلاشي اخر وتستعمل في تغيير مفاهيم المكان والزمان⁽¹⁾

جدول رقم (13): توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع التغطية
%	ك	%	ك	%	ك	
02.17	08	04.01	11	01.18	02	تمهيدية
93.21	343	88.69	243	89.94	152	تقريرية
04.62	17	07.30	20	08.88	15	متبعة
100	368	100	274	100	169	المجموع

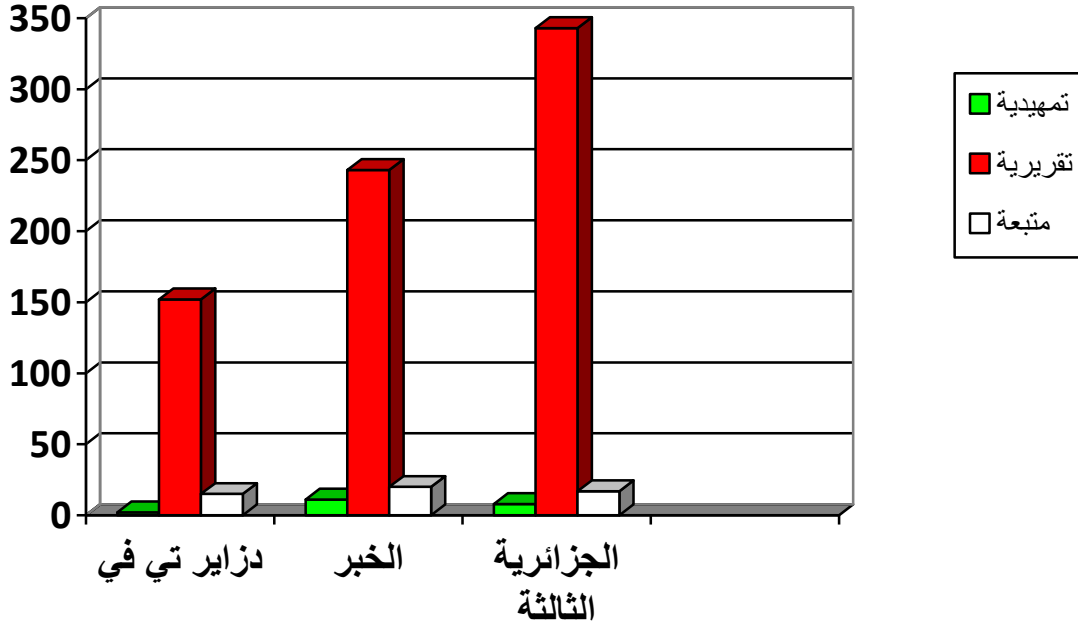
من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

إعتماد قنوات الدراسة على التغطية التقريرية للأخبار بالدرجة الأولى إذ بلغت نسبتها 93.21% في الجزائرية الثالثة و 89.94% في قناة دزاير TV وبلغت 88.69% في قناة الخبر.

تعتمد قنوات الدراسة على التغطية المتبعة للأحداث والوقائع في تغطيتها للأخبار في المرتبة الثانية إذ بلغت نسبة 08.88% في قناة دزاير TV و 07.30% في الخبر و 04.62% في الجزائرية الثالثة.

(1) - محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني ، دار الفكر العربي، القاهرة ،ص 97.

أما التغطية التمهيدية للأخبار في قنوات الدراسة فجاءت في المرتبة الثالثة إذ بلغت 04.01% بقناة الخبر و02.17% في الجزائرية الثالثة، 01.18% في قناة دزاير TV.



شكل رقم (13): توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار

من الشكل السابق نستخلص مايلي:إعتماد قنوات الدراسة على التغطية التقريرية للأخبار والتي تتميز بالسرعة والآنية حيث تقوم القنوات بمعالجة الأخبار فور وقوعها وهذا النوع من التغطية يجعل الصحفي في راحة ولا يبحث كثيرا عن الأخبار بل مجرد سماعه أو إخطاره بحدث أو واقعة يقوم بعمله الصحفي.

تعتمد قنوات الدراسة على التغطية المتبعة إذ أن بعض الأخبار لا تنتهي أهميتها بعد بثها بل قد تجعل الصحفي يتابع نتائج هذه الأخبار التي قد تدوم هذه المتابعة مدة زمنية أطول.

نادرا ما تقوم قنوات الدراسة بالتكهن والتمهيد لحدث أو خبر وهذا راجع لتركيزها على الأخبار التي وقعت فعلا وليس على الأخبار المتوقعة.

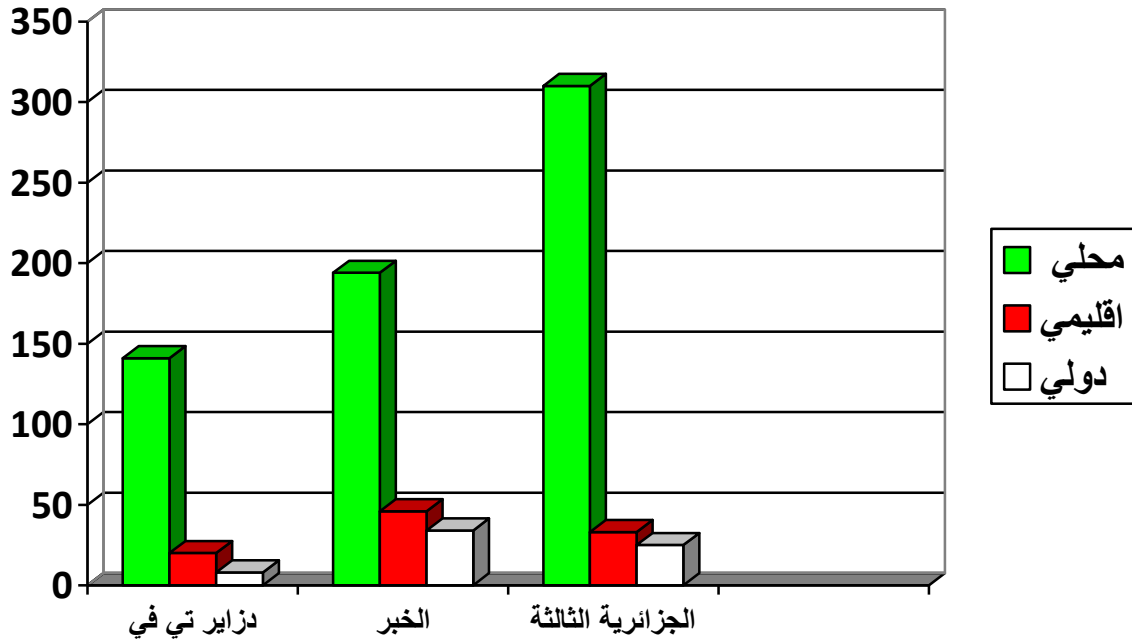
جدول رقم (14) : توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		جغرافية الخبر
%	ك	%	ك	%	ك	
84.24	310	70.80	194	83.43	141	محلي
08.97	33	16.79	46	11.83	20	اقليمي
06.79	25	12.41	34	04.73	08	دولي
100	368	100	274	100	169	المجموع

*من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:تركيز قنوات الدراسة على الأخبار المحلية يأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت النسبة 84.24% في الجزائرية الثالثة و83.43% في قناة دزاير TV ونسبة 70.80% في قناة الخبر.

إحتلت الأخبار الإقليمية المرتبة الثانية من حيث جغرافية الخبر إذ بلغت النسبة 16.79% في قناة الخبر، 11.83% دزاير TV و08.97% بالجزائرية الثالثة.

في المرتبة الثالثة تهتم القنوات التلفزيونية بالأخبار الدولية حيث بلغت النسبة 12.41% في قناة الخبر، 04.73% دزاير TV و06.79% الجزائرية الثالثة.



شكل رقم (14): توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية.

من خلال الشكل السابق نستنتج مايلي:

تقوم القنوات التلفزيونية محل الدراسة بتغطية الأخبار المحلية بنسبة كبيرة جدا وهذا راجع إلى طبيعة جمهور هذه القنوات إضافة إلى إهتمامها بطرح المواضيع ذات الإهتمام المحلي.

تعالج قنوات الدراسة المواضيع التي لها علاقة بالشأن الإقليمي على غرار أخبار دول الجوار الأمنية والسياسية وهو ما حتمته الظروف التي تمر بها الجزائر ومختلف الدول العربية ما جعل المؤسسات الإعلامية تتصدى للقنوات الأجنبية التي تقوم بتشويه صورة هذه الدول.

يتم التعرض لبعض الأخبار الدولية في قنوات الدراسة ولو بصفة قليلة حيث تركز قنوات الدراسة على الأخبار التي لها علاقة مباشرة مع مصلحة الجزائر أو المنطقة العربية.

المبحث الثالث: تحليل فئة القيم الخبرية لنشرات الأخبار في القنوات الثلاث

جدول رقم(15): توزيع القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية التلفزيونية.

جدول رقم(16): توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الجزائرية الثالثة على القيم الخبرية

جدول رقم(17): توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الخبر في على القيم الخبرية

جدول رقم(18): توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة دزاير تي على القيم الخبرية.

جدول رقم(19): توزيع قيمة القرب على مؤشرات الفرعية .

جدول رقم(20): توزيع قيمة الضخامة على مؤشرات الفرعية.

جدول رقم(21): توزيع قيمة الصراع على مؤشرات الفرعية.

جدول رقم(22): توزيع قيمة الشهرة على مؤشرات الفرعية .

جدول رقم(23): توزيع قيمة الإهتمامات على مؤشرات الفرعية.

جدول رقم(24): توزيع قيمة الأهمية على مؤشرات الفرعية.

جدول رقم(25): توزيع قيمة التنمية على مؤشرات الفرعية.

جدول رقم(15): توزيع القيم الخبرية في قنوات الدراسة

ملاحظة: (ت) هي ترتيب القيمة

الجزائرية الثالثة			قناة الخبر			دزاير تي في			إسم القناة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	القيمة
4	12.40	148	2	16.88	130	4	12.4	71	الشهرة
6	09.21	110	6	10.26	79	6	10.3	59	الاهتمامات الإنسانية
8	03.27	39	7	06.75	52	5	12.4	71	الأهمية
3	13.48	161	4	11.69	90	3	12.8	73	القرب
1	28.06	335	1	25.19	194	1	20	114	التوقيت
2	17.08	204	3	13.64	105	2	18.2	104	الضخامة
7	05.78	69	5	11.30	87	7	07.8	45	الصراع
5	10.72	128	8	04.29	33	8	05.7	33	التتمية
	100	1194		100	770		100	570	المجموع

بعد تحليلنا لمضمون نشرات أخبار القنوات المدروسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1- إحتلت قيمة التوقيت المرتبة الأولى في مصفوفة القيم الخبرية في القنوات الثلاث إذ بلغت نسبتها 28.08% في الجزائرية الثالثة و 25.19% في قناة الخبر و 20% في قناة دزاير.TV.

2- إحتلت قيمة الضخامة المرتبة الثانية في قناة الجزائرية الثالثة وديزير TV بنسبة قدرت بـ 17.08% و 18.25% على التوالي بينما جاءت في المرتبة الثالثة في قناة الخبر بنسبة 13.64%.

3- إحتلت قيمة القرب المرتبة الثالثة في الجزائرية الثالثة بنسبة 13.48% وبنسبة 12.81% في دزير TV بينما جاءت في المرتبة الرابعة في الخبر بنسبة بلغت 12.46%.

4- إحتلت قيمة الشهرة المرتبة الثانية في قناة الخبر بنسبة 16.88% بينما إحتلت المرتبة الرابعة في الجزائرية الثالثة بنسبة 12.40% ونفس الرتبة في دزير TV بنسبة 12.46%.

5- إحتلت قيمة الصراع المرتبة الخامسة في قناة الخبر بنسبة 11.30% والمرتبة السابعة في دزير TV بـ 07.89% والجزائرية الثالثة بـ 05.78%.

6- إحتلت قيمة الإهتمامات الإنسانية المرتبة السادسة في القنوات الثلاث في قناة الخبر بنسبة 10.26% وفي قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 09.21% و 10.35% في دزير TV.

7- إحتلت قيمة التنمية المرتبة الأخيرة في مصفوفة القيم حيث بلغت نسبتها 05.79% في دزير TV و 04.29% في قناة الخبر بينما إحتلت المرتبة الخامسة في الجزائرية الثالثة بنسبة 10.72%.

8- إحتلت قيمة الأهمية المرتبة الأخيرة في الجزائرية الثالثة بنسبة بلغت 03.27% وإحتلت المرتبة السابعة في قناة الخبر بـ 06.75% والمرتبة الخامسة في دزير TV بنسبة 12.46%.

بالنسبة للجزائرية الثالثة ترتيب القيم الخبرية جاء كمايلي:

التوقيت 28.06%، الضخامة 17.08%، القرب 13.48%، الشهرة
 التنمية 12.40%، الإهتمامات الإنسانية 09.21%، الصراع 05.78%،
 الأهمية 03.27%

قناة دزاير TV:

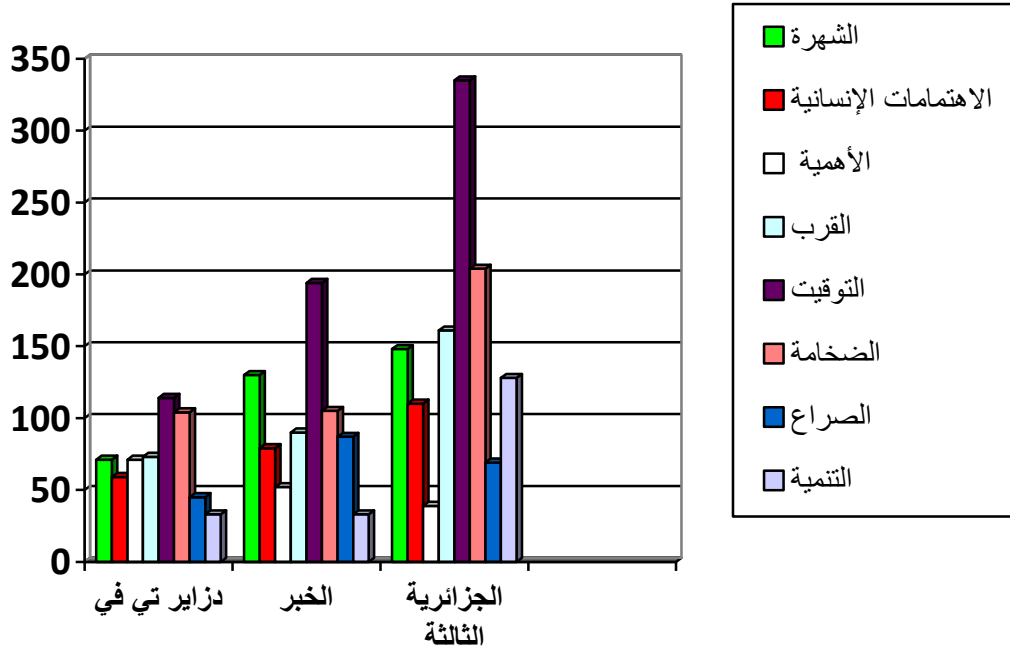
التوقيت 20%، الضخامة 18.25%، القرب 12.81%، الشهرة والأهمية
 12.46%

الإهتمامات الإنسانية 10.35%، الصراع 07.89%، التنمية 05.79%

قناة الخبر:

التوقيت 25.18%، الشهرة 16.88%، الضخامة 13.64%، القرب
 13.64%

الإهتمامات الإنسانية 10.26%، الصراع 11.30%، الأهمية 06.75%
 التنمية 04.29%



شكل رقم 15: توزيع القيم الخبرية في قنوات الدراسة

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

إهتمام قنوات الدراسة بقيم التوقيت، الضخامة والقرب والشهرة بالدرجة الأولى وهذا إستجابة لإهتمامات المشاهدين وتغطية هذه القنوات للأخبار فور وقوعها إذ تحتل قيمة التوقيت المرتبة الأولى في مصفوفة القيم، كما أن هذه القنوات تراعي ضخامة الأحداث والوقائع لنقلها للمشاهد أما قيمة القرب فإن سياسة تحرير الأخبار في القنوات تركز على قيمة القرب أثناء التغطية لجذب إهتمام المشاهد.

جاءت القيم التالية: الأهمية، الإهتمامات الإنسانية، الصراع والتنمية ضمن مصفوفة القيم مع إختلاف طفيف في النسب والترتيب بين القنوات فنجد مثلا الجزائرية الثالثة (باعتبارها قناة عمومية) تركز على قيمة التنمية وهذا لرصد واقع التنمية بالبلاد ومرافقتها فالقناة اداة السلطة لخدمة مصالح البلاد، بينما تركز القنوات الخاصة (الخبر، دزاير TV) على الإهتمامات الإنسانية وتحرص على الحضور الدائم للمواطن ضمن نشراتها الإخبارية

فتقوم بنقل إنشغالاته ومشاكله ضمن نشراتها الإخبارية أما قيمة الصراع فتقوم قنوات الدراسة بنقل خاصة الأزمات والحروب والنزاعات السياسية والعسكرية في بؤر التوتر خاصة بعدما أصطلح عليه بثورات " الربيع العربي".

إحتلت قيمة الأهمية المرتبة الأخيرة في مصفوفة القيم الخبرية في نشرات الجزائرية الثالثة التي تهتم بالأخبار الرسمية كتغطية الزيارات والنشاطات الحكومية والوزارية على حساب نقل أخبار تهم المشاهد وهذا راجع إلى ملكية القناة (عمومية) والتي تنقل الأخبار الرسمية أكثر من بقية الأخبار الأخرى.

يوجد بعض التشابه في مصفوفة القيم الخبرية في قنوات الدراسة وهذا لتقارب السياسات التحريرية لها رغم إختلاف طابع الملكية ويعود ذلك أيضا إلى إلتزام القنوات الخاصة بتوجيهات وتحذيرات وزارة الإتصال وسلطة ضبط السمعي البصري الهيئة المكلفة بمراقبة نشاط هذه القنوات تفاديا لوقوعها في عقوبات قانونية وغرامات مالية هذا من جهة، ومن جهة أخرى حساسية الظروف الأمنية والسياسية الداخلية والخارجية والتي تتطلب من الجميع التعاون والإلتفاف حول إستقرار الوطن.

جدول رقم(16): توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الجزائرية الثالثة على القيم الخبرية

التنمية		الصراع		الضخامة		التوقيت	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
%07.81	10	%34.78	24	%21.57	44	%30.75	103
%34.38	44	%02.90	02	%14.71	30	%10.75	36
%44.53	57	%08.70	06	%26.97	55	%20.30	68
01.56 %	02	%53.62	37	%12.75	26	%16.42	55
%03.13	04	%00	00	%08.82	18	%08.96	30
%02.34	03	%02.90	02	%06.37	13	%05.67	19
%04.69	06	%00	00	%05.88	12	%02.99	10
%01.56	02	%07.25	05	%02.94	06	%04.18	14
100	128	100	69	100	204	100	335

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

قيمة الشهرة:

تصدرت الأخبار السياسية التي تضمنت قيمة الشهرة قائمة ترتيب الموضوعات الأكثر استخداما لهذه القيمة حيث قدرت ب 43.24% واحتلت الأخبار الإقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 16.89% متبوعة في المرتبة الثالثة بالأخبار الأمنية ب 12.16%، في حين جاءت الأخبار الإجتماعية المتضمنة قيمة الشهرة في المرتبة الرابعة بنسبة 10.14%، في حين نجد الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة ب 9.46% ثم الأخبار الدينية سادسا ب 4.05% وحلت سابعا الأخبار الأخرى ب 2.70% بينما نجد الأخبار العلمية في المرتبة الثامن والأخيرة بنسبة 1.35%.

قيمة الإهتمامات الإنسانية:

احتلت الأخبار الإجتماعية المرتبة الأولى من حيث استخدام قيمة الإهتمامات الإنسانية بنسبة 30.91%، وتلتها الأخبار الإقتصادية ثانيا بنسبة 20%، واحتلت الموضوعات السياسية المرتبة الثالثة ب 13.64% في حين نجد الأخبار الثقافية في المرتبة الرابعة ب 10.91% متبوعة بالأخبار الأمنية في المرتبة الخامسة بنسبة 8.18%، وجاءت الأخبار الأخرى في المرتبة السادسة ب 6.36%، بينما احتلت الأخبار العلمية المرتبة السابعة بنسبة 5.45% ونجد الأخبار الدينية في المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة 4.55% من حيث تضمنها لقيمة الإهتمامات الإنسانية.

قيمة الأهمية: احتلت الأخبار الإجتماعية صدارة ترتيب الموضوعات التي تضمنت قيمة الأهمية حيث قدرت نسبتها ب 30.77% تليها الأخبار الإقتصادية ب 28.21% في المرتبة الثانية، والأخبار السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 20.51%، في حين نجد الأخبار الدينية في المرتبة الرابعة ب 10.26% متبوعة بالأخبار الأمنية، الثقافية، العلمية وأخبار أخرى بنفس النسبة 2.56%.

قيمة القرب:

احتلت الأخبار الأمنية صدارة ترتيب المواضيع التي تضمنت قيمة القرب بنسبة 26.09%، متبوعة بالأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 20.50% تلتها الأخبار الإقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 16.77%، في حين نجد الأخبار الثقافية في المرتبة الرابعة ب 14.29% وفي المرتبة الخامسة الأخبار السياسية بنسبة 12.42%، سادسا الأخبار العلمية ب 4.97%، سابعا نجد الأخبار الدينية ب 3.11% بينما حلت الأخبار الأخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.86%.

قيمة التوقيت:

احتلت الأخبار السياسية التي تضمنت قيمة التوقيت الأولى بنسبة 30.75%، متبوعة بالأخبار الإقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة 20.30%، متبوعة بالأخبار الأمنية في المرتبة الثالثة بنسبة 16.42% ونجد الأخبار الإجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة 10.75%، في حين حلت الأخبار الثقافية خامسا 8.96%، سادسا الأخبار الدينية بنسبة 5.67% سابعا نجد الأخبار الأخرى ب 4.18% بينما احتلت الأخبار العلمية المرتبة الثامنة و الأخيرة من حيث تضمنها لقيمة التوقيت بنسبة 2.99%.

قيمة الضخامة: احتلت الأخبار الإقتصادية صدارة ترتيب الأخبار التي تضمنت قيمة الضخامة بنسبة 26.97%، متبوعة بالأخبار السياسية في المرتبة الثانية بـ 21.57%، ثم الأخبار الإجتماعية ثالثا بنسبة 14.71%، كما نجد الأخبار الأمنية في المرتبة الرابعة بـ 12.75%، في حين حلت الأخبار الثقافية المرتبة الخامسة بنسبة 8.82%، سادسا نجد الأخبار الدينية بـ 6.37% سابعا الأخبار العلمية بنسبة 5.88%، بينما احتلت الأخبار الأخرى المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة 2.94% من حيث تضمنها لقيمة الضخامة.

قيمة الصراع:

نجد في المرتبة الأولى الأخبار الأمنية الأكثر تضمنا لقيمة الصراع بنسبة 53.62%، متبوعة بالأخبار السياسية في المرتبة الثانية بـ 34.78% وجاءت الأخبار الإقتصادية ثالثا بنسبة 8.70% متبوعة بالأخبار الأخرى في المرتبة الرابعة بـ 7.25% في حين نجد في المرتبة الخامسة الأخبار الإجتماعية والدينية بنفس النسبة 2.90% لكليهما بينما لم نجد أي خبر علمي أو ثقافي قد تضمن قيمة الصراع.

قيمة التنمية:

تصدر الأخبار الإقتصادية قائمة الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة التنمية حيث قدرت نسبتها بـ 44.53% متبوعة بالأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 34.38%، ثالثا نجد الأخبار السياسية بـ 7.81% متبوعة بالأخبار العلمية في المرتبة الرابعة بنسبة 4.69%، خامسا الأخبار الثقافية بـ 3.13% سادسا الأخبار الدينية بـ 2.34% تليها الأخبار الأخرى، والأخبار الأمنية في المراتب الأخيرة بنسبة 1.56% لكليهما.

جدول رقم (17): توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الخبر على القيم الخبرية

الأهمية		إهتمامات إنسانية		الشهرة		القيمة
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	نوع الخبر
12	%05.06	04	%40.77	53		سياسي
14	%35.44	28	%17.69	23		إجتماعي
09	%18.99	15	%15.38	20		إقتصادي
05	%10.13	08	%10.77	14		أمني
04	%06.33	05	%08.46	11		ثقافي
04	%01.27	01	%00	00		ديني
03	%03.78	03	%0.77	01		علمي
01	%18.99	15	%06.15	08		أخرى
52	100	79	100	130		المجموع

من خلال معطيات الجدول السابق نلاحظ مايلي:

قيمة الشهرة:

إحتلت الأخبار السياسية المرتبة الأولى بين الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الشهرة إذ قدرت نسبتها ب 40.77% متبوعة بالأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية ب 17.69%، ثالثا الأخبار الإقتصادية 15.38% رابعا الأخبار الأمنية بنسبة 10.77%، في حين نجد الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة ب 8.46%، متبوعة بالأخبار الأخرى في المرتبة السادسة ب 6.15% تليها الأخبار العلمية ب 0.77% بينما لم تتضمن أبدا الأخبار الدينية قيمة الشهرة.

الإهتمامات الإنسانية:

نجد الأخبار الإجتماعية في صدارة الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الإهتمامات الإنسانية بنسبة 35.44%، متبوعة بالأخبار الإقتصادية والأخبار الأخرى في المرتبة الثانية ب 18.99% لكليهما، وقد جاءت الأخبار الأمنية رابعا بنسبة 10.13%، متبوعة بالأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة ب 6.33%، سادسا نجد الأخبار العلمية ب 3.78% وفي المرتبة الأخيرة نجد الأخبار الدينية ب 1.27%.

الأهمية:

جاءت الأخبار الإجتماعية في صدارة ترتيب الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الأهمية حيث بلغت نسبتها 26.92% متبوعة بالأخبار السياسية في المرتبة الثانية ب 23.08%، ثالثا جاءت الأخبار الإقتصادية ب 17.31%، في حين نجد الأخبار الأمنية في المرتبة الرابعة ب 9.62%، خامسا جاءت كل من الأخبار الدينية والثقافية بنفس النسبة والتي

قدرت ب 7.69%، سابعا الأخبار العلمية ب 5.77% بينما حلت الأخبار الأخرى في المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة 1.92%.

قيمة القرب:

إحتلت الأخبار السياسية المرتبة الأولى من حيث تضمنها لقيمة القرب إذ بلغت نسبتها 28.89% متبوعة بالأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية ب 20%، ثالثا نجد الأخبار الأمنية ب 18.89%، رابعا جاءت الأخبار الإقتصادية ب 12.22%، في حين حلت الأخبار الثقافية في المرتبة الخامسة بنسبة 5.56% متبوعة بالأخبار الأخرى والأخبار العلمية بنفس النسبة 3.33% لكليهما.

قيمة التوقيت:

نجد الأخبار السياسية في ريادة ترتيب الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة التوقيت بنسبة 28.35%، متبوعة بالأخبار الإقتصادية ب 18.04%، ثالثا نجد الأخبار الإجتماعية بنسبة 17.01%، رابعا جاءت الأخبار الأمنية ب 14.95% متبوعة بالأخبار الأخرى ب 14.43% في المرتبة الخامسة في حين إحتلت الأخبار الثقافية المرتبة السادسة ب 5.15%، سابعا نجد الأخبار العلمية ب 1.55%، بينما إحتلت الأخبار الدينية المرتبة الأخيرة ب 0.52% وهي الأخبار الأقل تضمنا لقيمة التوقيت.

الضخامة:

إحتلت الأخبار السياسية صدارة الترتيب بين الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الضخامة بنسبة 32.38%، متبوعة بالأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية ب 22.86%، ثالثا نجد الأخبار الأخرى ب 16.19% رابعا جاءت الأخبار الأمنية ب 12.38%، خامسا الأخبار الإقتصادية ب 9.52%، سادسا الأخبار الثقافية بنسبة 4.76%، سابعا جاءت

الأخبار الدينية ب 1.90% بينما لم تتضمن الأخبار العلمية قيمة الضخامة محتلة المرتبة الأخيرة كالأقل أخبار تضمننا لقيمة الضخامة.

قيمة الصراع:

جاءت السياسية والأمنية في المرتبة الأولى من حيث تضمنها لقيمة الصراع بنسبة 33.33% لكليهما، ثالثا نجد الأخبار الإجتماعية ب 13.79%، متبوعة بالأخبار الإقتصادية في المرتبة الرابعة بنسبة 8.05، خامسا جاءت الأخبار الأخرى ب 6.90% سادسا نجد الأخبار الثقافية ب 4.60% بينما لم تتضمن الأخبار العلمية ، والأخبار الدينية قيمة الصراع كأقل الأخبار تضمننا لهذه القيمة.

قيمة التنمية:

إحتلت الأخبار الإقتصادية صدارة الأخبار من حيث تضمنها لقيمة التنمية إذ بلغت نسبتها 42.42% متبوعة بالأخبار الإجتماعية بنسبة 36.36% وجاءت الأخبار السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 21.21%، في حين لم تتضمن بقية الأخبار قيمة التنمية.

جدول رقم (18) : توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة دزير TV على القيم الخبرية

الأهمية		إهتمامات إنسانية		الشهرة		القيمة
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	نوع الخبر
16	%05.08	03	%36.62	26		سياسي
20	%37.29	22	%21.13	15		إجتماعي
13	%27.19	16	%15.50	11		إقتصادي
11	%10.17	06	%12.68	09		أمني
05	%05.08	03	%08.45	06		ثقافي
03	%01.69	01	%00	00		ديني
01	%01.69	01	%00	00		علمي
02	%11.87	07	%05.63	04		أخرى
71	100	59	100	71		المجموع

من خلال معطيات الجدول السابق نلاحظ مايلي:

قيمة الشهرة:

جاءت الأخبار السياسية في صدارة ترتيب الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الشهرة بنسبة 36.62%، متبوعة بالأخبار الإجتماعية ب 21.13% ثالثا جاءت الأخبار الإقتصادية ب 15.50%، في حين نجد في المرتبة الرابعة الأخبار الأمنية ب 12.68%، خامسا جاءت الأخبار الثقافية ب 8.45%،سادسا حلت الأخبار الأخرى ب 5.63% بينما لم تتضمن الأخبار العلمية، والأخبار الدينية قيمة الشهرة.

قيمة الإهتمامات الإنسانية:

إحتلت الأخبار الإجتماعية المرتبة الأولى الأكثر تضمنا لقيمة الإهتمامات الإنسانية بنسبة 37.29% متبوعة بالأخبار الإقتصادية في المرتبة الثانية ب 27.19%، ثالثا نجد الأخبار الأخرى بنسبة 11.87% أما الأخبار الأمنية ب 10.17% جاءت رابعا، في حين جاءت الأخبار السياسية والإقتصادية بنفس النسبة 5.08% في المرتبة الخامسة ، متبوعة بالأخبار الدينية والعلمية بنسبة 1.69% لكل منهما.

قيمة الأهمية:

جاءت الأخبار الإجتماعية في الصدارة من حيث تضمناها لقيمة الأهمية إذ بلغت نسبتها 28.17%، تليها الأخبار السياسية ب 22.54%، ثالثا نجد الأخبار الإقتصادية ب 18.31%، رابعا الأخبار الأمنية ب 15.50% في حين جاءت الأخبار الثقافية خامسا بنسبة 7.04% سادسا حلت الأخبار الدينية ب 4.23% سابعا الأخبار الأخرى ب 2.82% بينما جاءت الأخبار العلمية في المرتبة الأخيرة ب 1.41% وهي الأقل تضمنا لقيمة الأهمية.

قيمة القرب:

إحتلت الأخبار الإجتماعية الصدارة من حيث تضمنها لقيمة القرب بنسبة 30.14%، متبوعة بالأخبار السياسية في المرتبة الثانية ب 28.77% ثالثا نجد الأخبار الإقتصادية ب 20.55%، رابعا جاءت الأخبار الأمنية ب 19.18%، خامسا نجد الأخبار الثقافية بنسبة 6.85% سادسا الأخبار الأخرى ب 5.45%، سابعا حلت الأخبار الدينية ب 2.74% بينما لم تتضمن الأخبار العلمية قيمة القرب.

قيمة التوقيت:

جاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى من حيث تضمنها لقيمة التوقيت بنسبة 22.81%، ونجد الأخبار الإقتصادية في المرتبة الثالثة بنسبة 21.93% تليها الأخبار الأمنية في المرتبة الرابعة ب 17.54%، خامسا نجد الأخبار الثقافية ب 6.14%، سادسا جاءت الأخبار الأخرى ب 3.51% بينما حلت الأخبار الدينية والعلمية في المرتبة السابعة بنسبة 0.88% لكل منهما.

قيمة الضخامة:

إحتلت الأخبار السياسية صدارة الترتيب كأكثر الأخبار تضمنا لقيمة الضخامة بنسبة 28.85% تليها الأخبار الإجتماعية بنسبة 25.96% ثالثا جاءت الأخبار الإجتماعية ب 20.19%، رابعا نجد الأخبار الأمنية ب 16.35%، خامسا حلت الأخبار الأخرى ب 4.81% بينما لم تتضمن الأخبار الدينية والعلمية قيمة الضخامة.

قيمة الصراع:

نجد الأخبار الأمنية في صدارة الأخبار الأكثر تضمنا لقيمة الصراع بنسبة 37.77%، تليها الأخبار السياسية ب 26.66% في المرتبة الثانية، في حين حلت الأخبار

الإجتماعية في المرتبة الثالثة ب 17.77%، رابعا نجد كل من الأخبار الأخرى و الأخبار الإقتصادية بنفس النسبة 6.66%، وفي المرتبة الخامسة جاءت الأخبار الثقافية ب 4.44%، بينما لم تتضمن الأخبار العلمية ، والأخبار الدينية قيمة الصراع.

التمية:

إحتلت الأخبار الإقتصادية المرتبة الأولى بنسبة 39.39% تليها الأخبار الإجتماعية في المرتبة الثانية ب 33.33%، ثالثا جاءت الأخبار السياسية ب 18.18%، رابعا نجد الأخبار الأخرى ب 6.66%، خامسا حلت الأخبار الثقافية ب 3.03% بينما لم تتضمن الأخبار العلمية ، الدينية والأمنية قيمة التتمية.

جدول رقم(19) : توزيع قيمة القرب على مؤشراتها الفرعية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		نوع القرب	
%	ك	%	ك	%	ك		
26.09	42	41.11	37	31.51	23	القرب النفسي	
21.12	34	14.44	13	24.66	18	وسط	القرب الجغرافي
18.63	30	13.33	12	17.81	13	غرب	
13.04	21	15.56	14	19.18	14	شرق	
21.12	34	15.56	14	06.58	05	جنوب	
100	161	100	90	100	73	المجموع	

من خلال تحليل مضمون نشرات أخبار القنوات المدروسة يتبين لنا أن قيمة القرب إحتلت المرتبة الثالثة في مصفوفة القيم الخبرية في قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 13.48% ودزاير TV ب 12.81% وجاءت في المرتبة الرابعة في قناة الخبر بنسبة 11.69% وتوزعت نسب هذه القيمة على مؤشراتها الفرعية كمايلي:

القرب الجغرافي جاء في المرتبة الأولى في قنوات الدراسة حيث قدرت نسبه ب 73.01% في الجزائرية الثالثة و69.49% في قناة دزاير TV و قدرت النسبة ب 59.89% في قناة الخبر، بينما جاء المؤشر الفرعي الذي يشير إلى الأخبار تحمل القرب النفسي في المرتبة الثانية حيث بلغت نسبه 41.11% في قناة الخبر وفي دزاير TV 31.51%، وبلغت النسبة في الجزائرية الثالثة 26.09%.

كما يكشف الجدول السابق أيضا عن التوزيع الجغرافي للمادة الخبرية في قنوات الدراسة وجاءت بالأرقام والنسب على النحو التالي:

جاءت أخبار المناطق الوسطى في المرتبة الأولى في قنوات الدراسة حيث بلغت نسبتها 21.12% في الجزائرية الثالثة و 24.66% بدزاير TV وإحتلت المرتبة الثالثة في قناة الخبر بنسبة 14.44%.

إحتلت أخبار ولايات الجنوب المرتبة الأولى مناصفة في الجزائرية الثالثة حيث بلغت نسبتها 21.12% و 15.56% في قناة الخبر فيما إحتلت المرتبة الرابعة في قناة دزاير TV إذ بلغت نسبتها 06.85%.

إحتلت أخبار الشرق المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV بنسبة 19.18% وبنسبة 15.56% في قناة الخبر والمرتبة الرابعة في الجزائرية الثالثة ب 13.04%.

جاءت أخبار الغرب في المرتبة الرابعة في قناة الخبر إذ بلغت نسبتها 13.33% وجاءت في المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV وفي الجزائرية الثالثة بلغت النسبة 18.63%

*من خلال نتائج تحليل المضمون والنسب السابقة الذكر نستنتج مايلي:

تهتم قنوات الدراسة بقيمة القرب إذ تقوم بتخصيص مساحات زمنية لا بأس بها ضمن نشراتها الإخبارية لأخبار الوطن بجهاته الأربع وإن اختلفت نسبة الإهتمام من منطقة لأخرى ونلمس حضور أخبار الجنوب بقوة نظرا لمطالبة السكان بحقهم في التنمية بعد التظاهر ضد الغاز الصخري إضافة إلى أن المناطق الصحراوية تعرف تناميا خطيرا لظاهرة التهريب وتسلل الجماعات الإرهابية من دول الجوار إضافة إلى الهجرة غير الشرعية للأفارقة على حدود الجنوب هذا ما جعل ولايات الجنوب تحظى بإهتمام من قنوات الدراسة.

ركزت قنوات الدراسة في تغطيتها الإخبارية على المناطق وهذا راجع أساسا إلى القرب الجغرافي لهذه المناطق من مكان ومقرات قنوات الدراسة والتي تتركز كلها في الجزائر العاصمة، إضافة إلى تواجد معظم مقرات المؤسسات والهيئات الحكومية ودوائر إتخاذ القرار التي تتميز بطابعها الوطني بالجزائر العاصمة.

يوجد بعض التوازن في تغطية الأخبار من حيث القرب الجغرافي وهذا راجع أساسا إلى تواجد مراسلين لقنوات الدراسة بعدد من ولايات الوطن (الخبر 18 مراسلا، دزاير TV 12 مراسلا) أما الجزائرية الثالثة فتعتمد على المؤسسات الجهوية للتلفزيون بكل من (وهران، قسنطينة، ورقلة وبشار).

وعليه نقول أن هذا الإختلاف الطفيف في عملية تغطية مختلف الأحداث والوقائع بولايات الوطن يعود بالدرجة الأولى إلى وجود أو عدم وجود مراسلين بهذه الولايات.

يعود إهتمام قنوات الدراسة بالقرب النفسي من خلال رصد أخبار لها علاقة مباشرة بنفسية المشاهد كأخبار الجالية بالخارج مثلا.

جدول رقم (20): توزيع قيمة الضخامة على مؤشراتها الفرعية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
20.59	42	28.57	30	21.15	22	الارقام الكبيرة
40.20	82	27.62	29	33.65	35	الاطراف الموجه لها
11.76	24	15.24	16	33.65	35	الاطراف المشاركة
08.33	17	02.86	03	01.92	02	الارتباط بمكان هام
19.12	39	25.71	27	09.62	10	ضخامة الحدث ذاته
100	204	100	105	100	104	المجموع

- بعد تحليلنا لمضمون نشرات الأخبار توصلنا إلى أن قيمة الضخامة احتلت المرتبة الثانية في مصفوفة القيم الخبرية لقناتي الجزائرية الثالثة ودزاير TV والمرتبة الثالثة في قناة الخبر، وتمثلت المؤشرات الفرعية لهذه القيمة على النحو التالي:

احتلت ضخامة الأطراف الموجهة لها المرتبة الأولى إذ بلغت النسبة 40.20% في الجزائرية الثالثة و33.65% في دزاير TV ونسبة 27.62% في قناة الخبر.

جاء المؤشر الذي يمثل الأرقام الكبيرة في المرتبة الثانية حيث بلغت النسبة 28.57% في قناة الخبر و20.59% في الجزائرية الثالثة وجاء في المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV بنسبة 21.15%.

إحتل مؤشر ضخامة الحدث المرتبة الثالثة إذ بلغ 25.71% في قناة الخبر و 19.12% في الجزائرية الثالثة، بينما إحتل المرتبة الرابعة في قناة دزاير TV بنسبة 09.62%.

إحتل مؤشر الأطراف المشاركة المرتبة الرابعة، وبلغ 15.24% في قناة الخبر و 11.76% في الجزائرية الثالثة بينما إحتل المرتبة الثانية في قناة دزاير TV بنسبة 33.65%.

إحتل مؤشر ضخامة المكان المرتبة الأخيرة إذ بلغ 08.33% في الجزائرية الثالثة و 02.86% بقناة الخبر، ونسبة 01.92% في قناة دزاير TV.

*بعد تحليلنا للأرقام والمعطيات الخاصة بالمؤشرات الفرعية لقيمة الضخامة نستنتج مايلي:

إهتمام قنوات الدراسة بالأخبار التي تهم مشاهديها إذ تبث الأخبار التي تنقل إنشغالات ومشاكل المشاهد والتي تتطلب تدخل الجهات الوصية، وهذا مايتفق مع نتائج الدراسة الميدانية إذ يعتبر صحفيو القنوات محط الدراسة ، أنهم يقومون بالتركيز في عملهم على الأخبار التي تهم أكبر عدد من المشاهدين.

عموما نقول أن الإهتمام بقيمة الضخامة تتحكم فيه عدة ظروف ومؤشرات ولا يعكس دائما إقبال الجمهور على المواضيع التي تحمل هذه القيمة، حيث أن المؤسسات الإعلامية تستطيع تضخيم الأحداث الصغيرة وإستعمال لغة التمويل وقد تقوم بتصغير أحداث ضخمة حسب ما يتماشى مع سياستها التحريرية وخطها الإفتتاحي.

جدول رقم (21) : توزيع قيمة الصراع على المؤشرات الفرعية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
17.39	12	04.60	04	11.11	05	مظاهرات / إضراب
28.99	20	11.49	10	22.22	10	نزاع/منافسة
02.9	02	32.18	28	33.33	15	خلاف في الرأي
08.7	06	10.34	09	06.67	03	كوارث طبيعية
42.03	29	41.38	36	26.76	12	إرهاب
100	69	100	87	100	45	المجموع

-بعد تحليلنا لنشرات أخبار القنوات المدروسة تبين لنا أن قيمة الصراع إحتلت المرتبة السابعة في قناتي الجزائرية الثالثة بنسبة 05.78% وقناة دزاير TV بنسبة 07.89% وإحتلت المرتبة الخامسة في قناة الخبر بنسبة تقدر ب 11.30%، وتوزعت نسب هذه القيمة على مؤشرات الفرعية كمايلي:

1- جاءت الأخبار التي تتناول قضايا الإرهاب في المرتبة الأولى إذ قدرت نسبتها في الجزائرية الثالثة ب 42.03% وفي قناة الخبر قدرت ب 41.38% وإحتلت المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV بنسبة 26.67%.

2- إحتل المؤشر الفرعي الخاص بالأخبار التي تعالج خلافات في الرأي المرتبة الثانية إذ بلغ 33.33% في قناة دزاير TV و 32.18% في قناة الخبر بينما إحتل المرتبة الخامسة والأخيرة في الجزائرية الثالثة بنسبة 02.09%.

3- إحتل المؤشر الفرعي الذي يتناول أخبار النزاعات والمنافسة المرتبة الثانية في قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 22.22% و 11.49% على التوالي .

4- إحتل المؤشر الفرعي الخاص بأخبار الكوارث الطبيعية المرتبة الرابعة حيث بلغ نسبة 08.70% في الجزائرية الثالثة ونسبة 10.34% في قناة الخبر، بينما إحتل المرتبة الخامسة والأخيرة في قناة دزاير TV ب 06.67%.

5- إحتل المؤشر الفرعي الذي يشير إلى أخبار المظاهرات والإضطرابات المرتبة الخامسة والأخيرة في قناة الخبر بنسبة 04.60% والمرتبة الرابعة في قناة دزاير TV بنسبة 11.11% والمرتبة الثالثة في الجزائرية الثالثة بنسبة قدرت ب 17.39%.

*تشير النتائج السابقة إلى عدم إهتمام قنوات الدراسة كثيرا بقيمة الصراع والتي إحتلت مراتب متأخرة في مصفوفة القيم الإخبارية للقنوات المدروسة.

إهتمام قنوات الدراسة على الأخبار التي تعالج موضوع الإرهاب بالدرجة الأولى وهو موضوع الساعة والذي يعكس الظروف الأمنية التي تمر بها مختلف دول العالم خاصة الإقليم العربي الذي أصبح يهدده الإرهاب، هذا الوضع حتم على قنوات الدراسة تخصيص مساحات زمنية ضمن نشراتها الإخبارية للتطرق لموضوع الإرهاب وجهود محاربهه سواء محليا أو إقليميا ودوليا.

تشكل مواضيع الصراع مادة دسمة لنشرات أخبار القنوات التلفزيونية خاصة ما يتعلق بالخلافات في الرأي والنزاعات والتي تكون الأحزاب السياسية طرفا فاعلا فيها خاصة مع

فتح فضاء السمعى البصرى فى الجزائر والذى فسح المجال أما حرية التعبير وإبداء الرأى والرأى الآخر خاصة أمام أحزاب المعارضة حيث أصبحت القنوات التلفزيونية خاصة الخاصة منبرا للتنافس السياسى بينما نجد أن الجزائرية الثالثة (كمؤسسة عمومية) تتفادى الخوض فى الخلافات أو النزاعات إذ تخصص مساحات قليلة جدا فى نشراتها الإخبارية للحديث عن الأحزاب السياسية خاصة المعارضة أو عرض موقفها إتجاه السلطة وهذا نوع من التضيق على الحريات خاصة حرية إبداء الرأى.

عموما نقول أن قنوات الدراسة تعالج الأخبار التى تحمل قيمة الصراع بما يتماشى وسياسة تحريرها وما تمليه ظروف الأحداث والوقائع عليها.

جدول رقم (22) : توزيع قيمة الشهرة على مؤشرات الفرعية في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في			
%	ك	%	ك	%	ك	المؤشرات الفرعية	
37.84	56	26.15	34	26.76	19	رسمي	الموقع
00	00	00	00	00	00	غير رسمي	
09.64	14	13.08	17	15.49	11	حزبي	
47.12	70	39.23	51	42.25	30	المجموع	
30.40	45	37.69	49	50.70	36	القضية	محور الاهتمام
14.19	21	23.08	30	07.04	05	الشخص	
08.11	12	00	00	00	00	الاثنان معا	
52.88	78	60.77	79	57.75	41	المجموع	
100	148	100	130	100	71	المجموع الكلي	

*بعد تحليلنا لمضمون المادة الإخبارية لنشرات أخبار الدراسة تبين لنا أن قيمة الشهرة احتلت المرتبة الرابعة في مصفوفة القيم الخبرية لقناة الجزائرية الثالثة بنسبة 12.40% ودزاير TV ب 12.46% واحتلت المرتبة الثانية في قناة الخبر بنسبة 16.88% وتوزعت هذه النسب على مؤشرات الفرعية على النحو التالي:

ركزت قنوات الدراسة على شهرة الشخصيات والقضية ضمن المؤشر الفرعي محور الإهتمام إذ احتلت المرتبة الأولى في قنوات الدراسة حيث بلغت نسبة 52.70% في الجزائرية الثالثة و 60.77% في قناة الخبر و 57.75% في دزاير TV.

بينما جاءت أخبار الشخصيات الحزبية والمسؤولين الرسميين في المرتبة الثانية إذ بلغت 42.26% في قناة دزاير TV و 39.23% في قناة الخبر ونسبة 47.30% في الجزائرية الثالثة.

وعن طبيعة الشهرة في قنوات الدراسة احتلت شهرة القضية المرتبة الأولى حيث قدرت ب 50.70% في قناة دزاير TV و 37.69% في قناة الخبر واحتلت المرتبة الثانية في الجزائرية الثالثة بنسبة 37.84%.

جاءت الأخبار التي تركز على شهرة الشخصيات الرسمية في المرتبة الأولى في الجزائرية الثالثة حيث بلغت 37.84% وبلغت 26.15% في قناة الخبر و 26.76% في قناة دزاير TV.

احتلت أخبار الشخصيات المشهورة (الفن والثقافة والنجوم الغناء) المرتبة الثالثة في الجزائرية الثالثة إذ بلغت نسبتها 14.19% والمرتبة الرابعة في قناتي الخبر بنسبة 23.08% ودزاير TV ب 07.04%.

جاءت أخبار مشاهير الأحزاب في المرتبة الرابعة في قناتي الخبر والجزائرية الثالثة إذ بلغت النسبة 13.08% و 09.46% على التوالي في حين احتلت المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV بنسبة 15.49%.

إهتمت قناة الجزائرية الثالثة بشهرة القضية والشخصيات وجاءت في الترتيب الخامس بنسبة 08.11% في حين لم تهتم قنواتي دزاير TV والخبر بشهرة القضية والشخصية معا حيث لم ترد ضمن أخبارها.

إستنتاج:

أوضحت نتائج تحليل محتوى أخبار نشرات قنوات الدراسة أن قيمة الشهرة إحتلت وسط ترتيب مصفوفة القيم الخبرية وركزت على شهرة الشخصيات الرسمية بالدرجة الأولى كالمسؤولين السياسيين والوزراء وأصحاب القرار وهذا شيء طبيعي حيث تعتبر شخصيات عمومية تؤكد حضورها الدائم على شاشات القنوات التلفزيونية للإدلاء بالتصريحات والرد على الإنشغالات والتساؤلات، كما إهتمت قنوات الدراسة بشهرة القضايا المعالجة.

إن تركيزالقنوات التلفزيونية على شهرة الشخصيات قد يؤدي بها إلى الإهتمام بالأشخاص على حساب القضية أو الحدث وهذا ما يجعل الأخبار في هذه الحالة فردانية.

جدول رقم (23): توزيع قيمة الاهتمامات الإنسانية على مؤشرات الفرعية

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
34.54	38	13.92	11	08.47	05	حاجات إنسانية
08.18	09	10.13	08	11.86	07	عواطف وأحاسيس
17.27	19	20.25	16	13.56	08	عمل جماعي
10.91	12	12.66	10	01.69	01	تجربة فردية
29.09	32	43.03	34	64.40	38	انشغالات الناس
100	110	100	79	100	59	المجموع

من خلال تحليل المعطيات توصلنا إلى أن قيمة الإهتمامات الإنسانية إحتلت المرتبة السادسة في مصفوفة القيم الخيرية لقنوات الدراسة إذ بلغت نسبتها 10.35% في دزاير TV و 10.26% في قناة الخبر و 09.21% في الجزائرية الثالثة هذه النسب توزعت على المؤشرات الفرعية على النحو التالي:

إحتل المؤشر الفرعي هموم ومعاناة الناس المرتبة الأولى في قناتي الخبر ودزاير TV بنسبة 64.40% و 43.03% على التوالي بينما جاءت في المرتبة الثانية في الجزائرية الثالثة بنسبة 29.09%.

إحتلت الأخبار التي تعالج الأعمال الجماعية المرتبة الثانية حيث بلغت النسبة 56.13% في قناة دزاير TV و 20.25% في قناة الخبر بينما جاءت في المرتبة الثالثة في الجزائرية الثالثة بنسبة 17.27%.

جاءت الأخبار التي تتعرض لتجارة الأفراد في المرتبة الرابعة إذ بلغت نسبتها 10.91% في الجزائرية الثالثة و 12.66% في قناة الخبر، في حين جاءت في المرتبة الخامسة في قناة دزاير TV ب 01.69%.

إحتلت الأخبار التي تخاطب عواطف ومشاعر الناس في المرتبة الخامسة في قناتي الجزائرية الثالثة والخبر إذ قدرت النسبة ب 08.18% و 10.13% بينما جاءت في المرتبة الثالثة في قناة دزاير TV ب 11.86%.

الإستنتاج:

بعد تحليلنا للمعطيات نلاحظ أن قيمة الإهتمامات الإنسانية تحتل مراتب أخيرة في مصفوفة القيم الخبرية لقنوات الدراسة ومنه نقول ان قنوات الدراسة لا تعنى بالجانب العاطفي للخبر.

بعض الأخبار التي جاءت في قنوات الدراسة تضمنت التطرق لهموم ومعاناة الناس خاصة إنشغال السكن وغياب التهيئة الحضرية ونقص الخدمات وإلتهاب أسعار المواد والبطالة وغيرها.

*سعت قنوات الدراسة إلى تناول التجارب والأعمال الجماعية وهذا لمرافقة أنشطة المجتمع المدني خاصة الجمعيات التي تقوم بالتوعية والتحسيس والقيام بأنشطة تطوعية وأعمال تضامنية وخيرية.

*كما أن إهتمام قناة الخبر بالتجارب الفردية يدل على حرص القناة على تشجيع الطاقات الشابة والأشخاص المبدعين والمتفانين في أعمالهم او ميدان تخصصهم.

عموما نقول أن قنوات الدراسة تقوم من خلال مادتها الإخبارية بتحريك عواطف ومشاعر المشاهدين للتفاعل مع ما تقدمه من أخبار.

جدول رقم (24): توزيع قيمة الأهمية على مؤشراتها الفرعية في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
69.23	27	40.38	21	57.75	41	يخاطب مصالح المشاهد
15.38	06	32.69	17	29.58	21	يلبي اهتمامات المشاهد
15.38	06	29.92	14	12.68	09	الارتباط بقضية جماهيرية
100	39	100	52	100	71	المجموع

*إحتل المؤشر الفرعي مخاطبة مصالح المشاهدين المرتبة الأولى بين مؤشرات قيمة الأهمية حيث قدرت نسبته 69.23% في الجزائرية الثالثة، 57.75% في قناة دزاير تي في و 40.38% في قناة الخبر.

*جاء المؤشر الفرعي تلبية اهتمامات المشاهدين في المرتبة الثانية حيث قدرت السب كالأتي: قناة الخبر 32.69%، دزاير تي في 29.58%، والجزائرية الثالثة 15.38%.

*إحتل مؤشر الارتباط بقضية جماهيرية المرتبة الثالثة والأخيرة حيث قدرت النسبة 29.92% في قناة الخبر، 15.38% في الجزائرية الثالثة و 12.68% في دزير تي في.

من خلال المعطيات السابقة نستخلص مايلي:

*إهتمام قنوات الدراسة بقيمة الأهمية حيث إحتلت المراتب الأولى خاصة في الجزائرية الثالثة حيث تهتم القنوات التلفزيونية ببث الأخبار التي تراها مهما وتهتم المشاهد، والإختلاف بين القنوات في معايير تصنيف أهمية الأخبار فكل قناة تشترط في الأهمية مجموعة من المعايير التي تفرض نفسها على القائم بالإتصال وتجعله يصنف الخبر من حيث درجة أهميته، وعموما نقول كلما كانت الأخبار ذات درجة من الأهمية بالنسبة للمشاهد وتلبي إهتماماته وتخاطب مصالحه كلما وجدت طريقها للبث في النشرات الإخبارية .

جدول رقم (25): توزيع قيمة التوقيت على مؤشرات الفرعية في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
1.49	05	1.55	03	0.88	01	الانفراد
92.84	311	80.41	156	84.21	96	الإعلان عن حدث
5.67	19	18.04	35	14.91	17	الإعلان عن جديد في حدث
100	335	100	194	100	114	المجموع

* جاء المؤشر الفرعي إعلان عن حدث في المرتبة الأولى بين مؤشرات قيمة التوقيت حيث قدرت نسبته ب: 92.84% في الجزائرية الثالثة، 84.21% في دزاير تي في، و 80.41% في قناة الخبر .

* احتل مؤشر الإعلان عن جديد في حدث المرتبة الثانية حيث قدرت النسب كالآتي: قناة الخبر 18.04%، دزاير تي في 14.91% و 5.67% في الجزائرية الثالثة.

* في المرتبة الأخيرة نجد مؤشر الإنفراد بنسب ضعيفة جدا : 1.55% في قناة الخبر، 1.49% الجزائرية الثالثة، و 0.88% في دزاير تي في.

من المعطيات السابقة نستخلص إهتمام قنوات الدراسة بقيمة التوقيت وذلك من خلال تركيز تغطيتها على الأخبار الحديث والتي تقع في وقت قريب من توقيت بث النشرة إذ نجد أغلب الأخبار تبدأ بعبارات (هذا الصباح، اليوم، منذ قليل، هذا المساء) ويلعب التوقيت دورا مهما في بث الاخبار فكلما كانت الأخبار أنية الحدوث كلما رشحت للبث وبالتالي تستقطب الجمهور الذي يبحث دائما عم الأخبار الجديدة والساخنة، خاصة في ظل التدفق

الإخباري الكبير حيث أصبح الجمهور يتلقى مئات الأخبار يوميا ومن وسائل إعلامية مختلفة لذا تسعى القنوات التلفزيونية الى بث الأخبار فور وقوعها، وفي المرتبة الثانية نجد القنوات تهتم بالإعلان عن جديد في حدث ، وذلك لأن متابعة تطورات وجديد الأحداث قد تكون أهم من الحدث في حد ذاته، بالمقابل نجد هذه القنوات لا تهتم كثيرا بالإنفراد وهذا راجع الى البيئة الإعلامية في الجزائر حيث يتم الحصول على المعلومات من طرفي صحفي المؤسسات الإعلامية في توقيت واحد تقريبا فالمصادر نفسها ونادرا ما تنفرد مؤسسة إعلامية ببث خبر ،بالإضافة الى أن الصحفيين يستهلكون وقتا كبيرا في التحقق من الأخبار قبل بثها فالمصداقية قبل الإنفراد.

بصفة عامة نقول أن قيمة التوقيت جد مهمة في الأخبار التي تبثها القنوات التلفزيونية إلا أنها تبقى مرتبطة بمجموعة من العوامل أهمها إمكانيات القناة المادية والبشرية والتي تسمح بالنقل المباشر والتغطية الفورية والآنية للأحداث ،إضافة إلى مصادر الأخبار والتي تتطلب وقتا وجهدا كبيرين من الصحفيين للوصول إليها والتأكد من صحة الخبر وهو ما يحول في الكثير من الأحيان من بث الأخبار وقت حدوثها،فالتأكد من الخبر أحد أهم العوامل التي تضمن مصداقية القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية،لذا يجب على القنوات التلفزيونية التأكد من الأخبار قبل بثها.

جدول رقم(26) : توزيع قيمة التنمية على مؤشراتها الفرعية في قنوات الدراسة

الجزائرية الثالثة		قناة الخبر		دزاير تي في		المؤشرات الفرعية
%	ك	%	ك	%	ك	
36.72	47	48.48	16	42.42	14	التنمية الاجتماعية
63.28	81	51.52	17	57.58	19	التنمية الاقتصادية
100	128	100	33	100	33	المجموع

*ركزت قنوات الدراسة على مؤشر التنمية الإقتصادية حيث جاء في المرتبة الأولى وبالنسب التالية:الجزائرية الثالثة 63.28%،دزاير تي في 57.58%،قناة الخبر 51.52%

*جاء مؤشر التنمية المحلية في المرتبة الثانية إذ بلغت النسب:48.48% في قناة الخبر،42.42% في دزاير تي في ،و 36.72% في الجزائرية الثالثة.

-نستخلص أن قنوات الدراسة تهتم بقيمة التنمية بنسب متفاوتة ،وتركز في نشراتها الإخبارية على التنمية الإقتصادية والاجتماعية ،هذا التركيز يعود إلى جملة من الأسباب أهمها الظروف الإقتصادية الصعبة التي يمر بها العالم بصفة عامة، و الإقتصاد الجزائري بصفة خاصة مع إنهيار أسعار البترول في السنوات الثلاث الأخيرة ،هذا ما جعل قنوات الدراسة تركز على إبراز التنمية الإقتصادية للبلاد من خلال تسليط الضوء عليها في النشرات الإخبارية،بينما التنمية الإجتماعية فأغلب مواضيع النشرة التي تحمل

هذه القيمة تركز على تنمية المجتمع الجزائري من خلال الإهتمام بالفئات الهشة وتوفير متطلبات الحياة.

* عموماً نقول أنه ورغم إنتماء قنوات الدراسة الثلاث الى دول العالم الثالث إلا أنها لم تركز على قيمة التنمية والتي من المفروض أن تكون من بين القيم الخيرية الرئيسية وهذا ما يعزز طرحنا السابق وهو تبني هذه القنوات للقيم الخيرية الغربية.

نتائج دراسة الفصل الأول: تحليل مضمون النشرات الإخبارية

* كشفت نتائج تحليل المضمون إختلاف المدة الزمنية المخصصة لنشرة الأخبار التلفزيونية من قناة لأخرى، حيث نجد النشرة التلفزيونية الرئيسية للجزائرية الثالثة هي الأطول بمعدل (49د48ثا33ج) ، والمرتبة الثانية عادت لنشرة دزاير تي في بمعدل (28د33ثا17ج)، والمرتبة الأخيرة عادت لنشرة قناة الخبر بمعدل (25د26ثا37ج).

* كشفت الدراسة أن أطول العناوين كانت من نصيب نشرة الأخبار التلفزيونية لقناة الخبر بمعدل (93 ثا)، و المرتبة الثانية عادت لنشرة الجزائرية الثالثة بمعدل (78 ثا) وفي الأخير نشرة قناة دزاير تي في بمعدل (48 ثا).

* يوجد اختلاف كبير في عدد الأخبار التي بثت في قنوات الدراسة الثلاث إذ نجد أن أخبار القنوات الخاصة اقل من أخبار القناة العمومية والتي جاءت في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار تليها قناة الخبر وجاءت في المرتبة الثالثة و الأخيرة قناة دزاير تي، و جاء توزيع عدد الأخبار على النحو التالي: 368 خبرا في نشرة أخبار الجزائرية الثالثة بمعدل 31 خبرا في النشرة الواحدة، و 274 خبرا في قناة الخبر بمعدل 23 خبرا في كل نشرة، و 169 خبر في قناة دزاير تي في بمعدل 14 خبرا في كل نشرة .

* في ما يخص الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة الأخبار تفضل قنوات الدراسة معالجة أخبارها في شكل خبر قصير ، وتعتمد على التقرير في المرتبة الثانية، بالمقابل تعتمد القنوات على الروبورتاج في المرتبة الثالثة و البورتريه بنسب قليلة جدا.

* في ما يتعلق بشكل صياغة القوالب التحريرية: نستخلص أن قنوات الدراسة الثلاث تنوع في إستخدام القوالب الفنية إذ تعتمد على قالب الهرم المقلوب في صياغة مادتها

الإخبارية بالدرجة الأولى، وفي المرتبة الثانية القلب المقلوب المتدرج، وفي المرتبة الأخيرة نجد الهرم المعتدل المتدرج .

* وجود تقارب بين قنوات الدراسة في نوع المواضيع الإخبارية المعالجة إذ نجد

أنها تهتم بمواضيع إخبارية على رأسها أخبار سياسية، المجتمع، الإقتصاد والأمن العسكري على حساب مواضيع أخرى ومن ثمة توجيه إهتمام المشاهد وإجباره على مشاهدة المواضيع التي ركزت عليها القنوات وبالتالي غياب التوازن في تناول الأخبار في نشرات الأخبار.

*لم تعط قنوات الدراسة إهتماما كافيا للأخبار الثقافية، الدينية والعلمية وهذا راجع لإهتمامها بمواضيع السياسة، الإقتصاد والأمن والمجتمع إضافة إلى أن هذه القنوات تخصص نشرات ثقافية وخصص دينية مستقلة عن نشرة الأخبار.

* أثبتت نتائج تحليل مضمون النشرات أن قنوات الدراسة الثلاث تعالج المادة الخبرية وفق الأسلوب المجرد في المرتبة الأولى، و اعتمادها على الأخبار الملونة في المرتبة الثانية، والأخبار التفسيرية ثالثا.

* اعتماد قنوات الدراسة على طاقمها الصحفي و امكاناتها البشرية الذاتية (الخاصة) في الحصول على الأخبار وتغطيتها في المرتبة الأولى،وثانيا تلجأ أيضا إلى الاعتماد على المراسلين المتوزعين عبر كامل التراب الوطني،كما تعتمد قنوات الدراسة على وكالات الأنباء خاصة وكالة الأنباء الجزائرية،في حين تعتمد قناتي الخبر و دزير تي في على مصادر أخرى للحصول على الأخبار وعلى رأسها الاعتماد على قنوات تلفزيونية أخرى،أو الاعتماد على مواقع الانترنت بينما المرتبة الأخيرة عادت لكل من المصادر الخاصة ب(الإذاعات، الصحف).

* إن قنوات الدراسة الثلاث تعتمد في نشراتها الإخبارية على البث المستمر والذي يخلو من الأخبار العاجلة في حين لم تستخدم القنوات أبدا البث المتقطع .

* أظهرت لنا نتائج الدراسة الخاصة بتحليل مضمون نشرات الأخبار احتلال نوع المصادر (الحية الرسمية) للمرتبة الأولى في القنوات الثلاث، بينما عادت المرتبة الثانية للمصادر (الحية غير الرسمية)، وهذا في القنوات التلفزيونية الثلاث، بينما عادت المرتبة الأخيرة للمصادر (غير الحية غير الرسمية)، وهذا في القنوات التلفزيونية الثلاث، بالمقابل تعتمد قناتي دزير تي في و الخبر أحيانا على أخبار مجهولة المصدر بنسب ضئيلة.

* إستخدام قنوات الدراسة للصور الحية بشكل كبير و إعتماها على التغطية الحية للأحداث والوقائع بالدرجة الأولى متبوعة بإستخدام الصور الأرشيفية في المرتبة الثانية، الصور الثابتة ثالثا، في حين احتلت الأخبار بدون صور Off المرتبة الأخيرة .

* في ما يخص مستوى التغطية الإخبارية أظهرت لنا نتائج تحليل مضمون نشرات الأخبار إعتما قنوات الدراسة على التغطية التقريرية للأخبار بالدرجة الأولى، التغطية المتبعة في المرتبة الثانية وحلت التغطية التمهيدية ثالثا.

* في ما يخص جغرافية الخبر كشفت الدراسة أن القنوات التلفزيونية الثلاث تركز على تغطية الأخبار المحلية بنسبة كبيرة جدا ،وفي المرتبة الثانية نجد المواضيع التي لها علاقة بالشأن الإقليمي، في حين جاءت الأخبار الدولية في المرتبة الأخيرة.

* أظهرت لنا نتائج دراسة تحليل المضمون الخاصة بموضوع القيم الخبرية المتناولة في النشرات الإخبارية التلفزيونية الرئيسية إهتمام قنوات الدراسة بقيم التوقيت، الضخامة والقرب والشهرة بالدرجة الأولى وهذا إذ تحتل قيمة التوقيت المرتبة الأولى في مصفوفة القيم، كما أن هذه القنوات تراعي ضخامة الأحداث والوقائع لنقلها للمشاهد أما قيمة القرب فإن

سياسة تحرير الأخبار في القنوات تركز على قيمة القرب أثناء التغطية لجذب إهتمام المشاهد.

وقد جاء ترتيب القيم وفق كل قناة على النحو الآتي:

الجزائرية الثالثة :

التوقيت، الضخامة، القرب، الشهرة، التنمية، الإهتمامات الإنسانية، الصراع، الأهمية.

- قناة دزاير TV:

التوقيت، الضخامة، القرب، الشهرة، الأهمية، الإهتمامات الإنسانية، الصراع، التنمية

- قناة الخبر:

التوقيت، الشهرة، الضخامة، القرب، الإهتمامات الإنسانية، الصراع، الأهمية، التنمية

* جاءت القيم التالية: الأهمية، الإهتمامات الإنسانية، الصراع والتنمية ضمن مصفوفة القيم مع إختلاف طفيف في النسب والترتيب بين القنوات فنجد مثلا الجزائرية الثالثة (باعتبارها قناة عمومية) تركز على قيمة التنمية، بينما تركز القنوات الخاصة (الخبر، دزاير TV) على الإهتمامات قيمة الصراع فتقوم قنوات الدراسة بنقل خاصة الأزمات والحروب والنزاعات السياسية .

* إحتلت قيمة الأهمية المرتبة الأخيرة في مصفوفة القيم الخبرية في نشرات الجزائرية الثالثة التي تهتم بالأخبار الرسمية كتغطية الزيارات والنشاطات الحكومية والوزارية على حساب نقل أخبار تهم المشاهد وهذا راجع إلى ملكية القناة (عمومية) والتي تنقل الأخبار الرسمية أكثر من بقية الأخبار الأخرى.

*يوجد بعض التشابه في مصفوفة القيم الخبرية وترتيبها في قنوات الدراسة وهذا لتقارب السياسات التحريرية لها رغم إختلاف طابع الملكية .

الفصل الثاني : التحليل الكمي والكيفي للاستمارة الخاصة بالقائم بالاتصال في قنوات الدراسة.

المبحث الأول:

السمات العامة والخصائص التأهيلية للقائمين بالاتصال في القنوات الثلاث

المبحث الثاني:

العوامل والضغطات المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في النشرات الإخبارية

المبحث الثالث:

تصورات القائم بالاتصال لموضوع القيم الإخبارية في قنوات الدراسة

الفصل الثاني: التحليل الكمي والكيفي لإستمارة القائم بالإنصال

السمات العامة والخصائص التأهيلية للقائم بالإنصال في قنوات الدراسة

جدول رقم(27): توزيع العينة حسب متغير الجنس.

جدول رقم(28): توزيع العينة حسب متغير السن.

جدول رقم(29): مكان إقامة القائم بالإنصال.

جدول رقم(30): المستوى التعليمي لدى القائم بالإنصال في النشرات الإخبارية

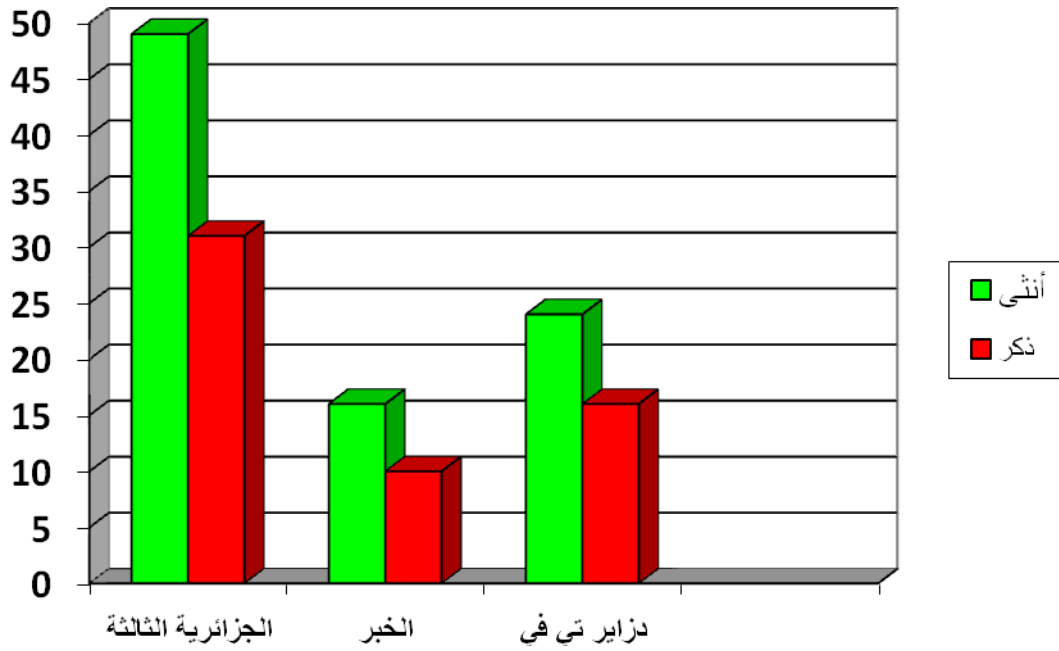
جدول رقم(31): التخصص العلمي للقائم بالإنصال في النشرات الإخبارية

جدول رقم(32): الرتبة المهنية للقائم بالإنصال.

جدول رقم (27) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%61.54	16	%60	24	%61.25	49	أنثى
%38.46	10	%40	16	%38.75	31	ذكر
100	26	100	40	100	80	المجموع

- من خلال الجدول السابق نلاحظ أن فئة الإناث أعلى من فئة الذكور والتي تجاوزت نسبتها الـ 60% في قنوات الدراسة الثلاث، حيث بلغت نسبة الإناث 61.25% في الجزائرية الثالثة و 38.75% ذكور، بينما في قناة دزاير تي في فبلغت نسبة الإناث 60% و الذكور 40%، أما في قناة الخبر فتقدر نسبة الإناث بـ 61.54% و الذكور بنسبة 38.46%.



شكل رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

- وهذا يرجع أساسا إلى طبيعة التركيب الديموغرافي للمجتمع الجزائري والذي تتفوق فيه نسبة الإناث على الذكور، يضاف إليه مؤشر المستوى الدراسي حيث نجد فئة الإناث هي الأكثر على مستوى الجامعات وبالتالي ينعكس هذا على العاملين في مختلف القطاعات من بينها الإعلام الذي يجذب الكثير من الفتيات، وقد يكون تفوق نسبة الإناث على الذكور مساعدا للمؤسسات الإعلامية بسبب مئابرتهن وعملهن الدؤوب للحصول على المعلومات إضافة إلى إستعمالهن في التقديم التلفزيوني لجذب المشاهد لذا تشتت القنوات التلفزيونية الشكل المقبول لتوظيف الصحفيين، بينما قد يكون هذا التفوق نقمة في بعض الأحيان خاصة عند التغطيات الإعلامية الطويلة التي تتطلب السفر إلى عدة ولايات أو في ظل وجود أحداث عنف أو شغب أو تغطية مباريات كرة القدم والتغطيات الليلية والتي تجد فيها عنصر الرجال.

جدول رقم (28): توزيع عينة الدراسة حسب السن

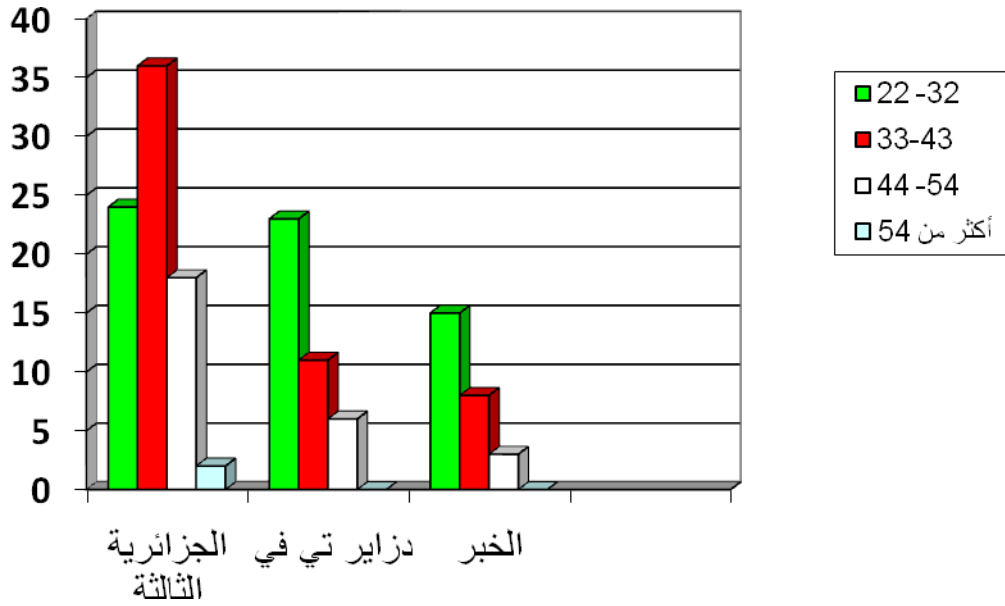
الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
%57.69	15	%57.5	23	%30	24	32- 22
%30.77	08	%27.5	11	%45	36	43-33
%11.54	03	%15	06	%22.5	18	54- 44
%00	00	%00	00	%2.5	02	أكثر من 54
100	26	100	40	100	80	المجموع

- من خلال الجدول السابق نلاحظ تباين في الفئات العمرية في قنوات الدراسة، حيث نجد أن صحفيي الجزائرية الثالثة أكبر سنا من قناتي الخبر و دزاير TV إذ أن 45% من صحفيي الجزائرية الثالثة تتراوح أعمارهم بين 33 و 43 سنة و 30% تتراوح أعمارهم ما بين 22 و 32 سنة، في حين بلغت نسبة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم بين 44 - 54 سنة 22.5% بينما نجد 2.5% من الصحفيين تفوق أعمارهم 54 سنة.

قناة دزاير TV:

بلغت نسبة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم بين 22 و 32 سنة 57.5% في حين الصحفيون الذين تتراوح أعمارهم بين 33 و 43 سنة بلغت نسبتهم 27.5% في حين نجد 15% تتراوح أعمارهم بين 44 و 54 سنة.

قناة الخبر: نجد 57.69% من صحفيي القناة تتراوح أعمارهم بين 22 و 32 سنة و 30.77% تتراوح أعمارهم بين 33 و 43 سنة بينما نجد أقل نسبة وهي 11.54% لفئة الصحفيين الذين تتراوح بين 44 و 54 سنة.



شكل رقم (17) : توزيع عينة الدراسة حسب السن.

من خلال الشكل السابق نكتشف سيطرة فئة الشباب على العمل الصحفي في قنوات الدراسة خاصة القنوات الخاصة وهذا راجع إلى إهتمام هذه الأخيرة بالموهب الشابة إضافة إلى التجربة القصيرة والحديثة هذه القنوات في ميدان السمعي البصري، كما أن قنوات الدراسة تعتمد على بعض الأسماء الإعلامية الكبيرة في السن للإستفادة من تجربتها وأغلب هؤلاء الكبار هم رؤساء أقسام مهمتهم توجيه وتأطير الطاقم الصحفي الشباب المتخرج حديثا لمساعدتهم على تطوير كفاءاتهم والإرتقاء بالعمل الصحفي للمؤسسات الإعلامية التي ينتمون إليها، ويساعد عنصر الشباب المؤسسات الإعلامية في تحقيق أهدافها لما يتميز به من حيوية ونشاط وسرعة في الأداء والتحمس للقيام بالمهام الميدانية.

جدول رقم (29): مكان إقامة المبحوثين

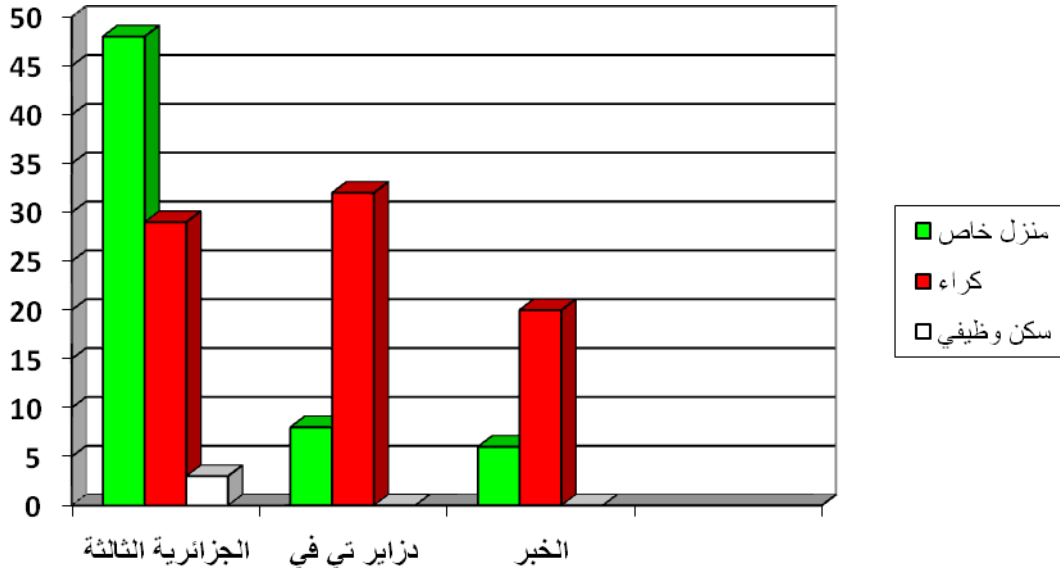
الخبر		دزائر TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
23.08%	06	20%	08	60%	48	منزل خاص
76.92%	20	80%	32	36.25%	29	كراء
00%	00	00%	00	3.75%	03	سكن وظيفي
100	26	100	40	100	80	المجموع

- من خلال جمعنا للمعطيات نلاحظ مايلي:

- صحفيو الجزائرية الثالثة أغلبهم يمتلك سكن خاص وهو ما قدر بنسبة 60% بينما 36.25% يقومون بكراء منزل في حين 3.75% منهم متحصل على سكن وظيفي تابع للمؤسسة.

- صحفيو قناة دزائر TV أغلبهم يقطن بسكنات مؤجرة بنسبة 80% في حين 20% يمتلكون سكنا خاصا، في حين نجد إنعدام سكنات وظيفية.

- في قناة الخبر 76.92% من صحفييها يقطنون بسكنات مؤجرة بينما 23.08% منهم لديه منزل خاص في حين نجد إنعدام تام للسكنات الوظيفية.



شكل رقم (18): مكان إقامة القائم بالإتصال

من خلال الشكل السابق نستنتج مايلي:

- تحسن حالة صحفيي الجزائرية الثالثة من حيث ظروف الإقامة وهذا راجع أساسا إلى حالتهم المادية والأجور المرتفعة نوعا ما التي يتقاضونها مقارنة بقناتي الخبر ودزير TV إضافة إلى أغلب الصحفيين ذوو خبرة وأقدمية مهنية ما جعلهم يستقرون بمنازل خاصة.

- أغلب صحفيي قناة دزير تي في والخبر يقيمون في سكنات مؤجرة وهذا راجع إلى أغلب هذا الصحفيين ينحدرون من خارج العاصمة وحديثي التوظيف ما حتم عليهم كراء سكنات جماعية أو غرف صغيرة تتناسب وظروفهم المادية وطبيعة أجورهم (المتوسطة) التي يتقاضونها.

- تقوم مؤسسة الجزائرية الثالثة بتوفير سكنات وظيفية لصحفييها ولو بنسب ضئيلة جدا وهذه السكنات يستفيد منها إطارات القناة فقط ذوو المناصب العالية وأصحاب الأقدمية.

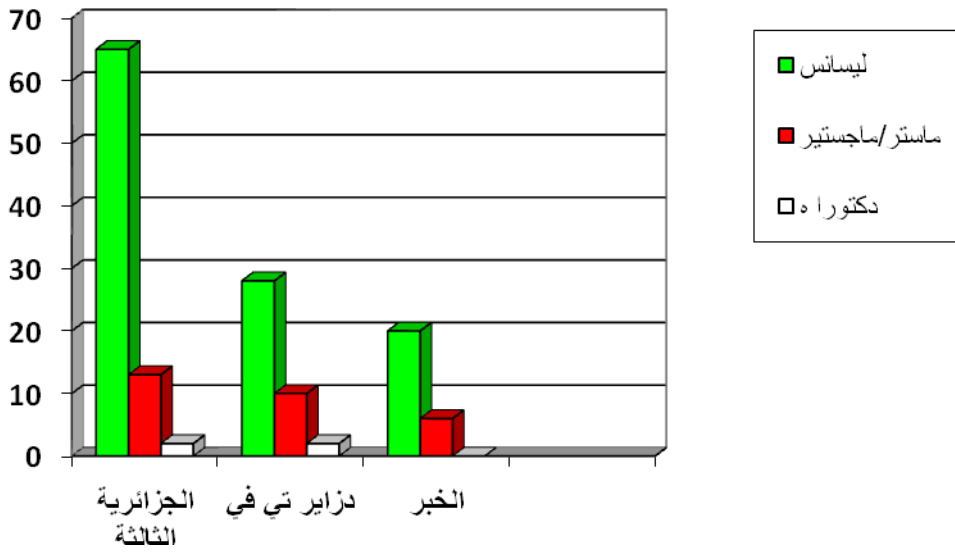
جدول رقم (30): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

القناة		الجزائرية الثالثة		دزاير TV		الخبر	
المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
ليسانس	65	%81.25	28	%70	20	%76.92	
ماستر/ماجستير	13	%16.25	10	%25	06	%23.08	
دكتوراه	02	%2.50	02	%05	00	%00	
المجموع	80	100	40	100	26	100	

- بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة الليسانس في الجزائرية الثالثة 81.25% و70% في قناة دزاير TV بينما بلغت 76.92% في قناة الخبر.

في حين بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة الماستر أو الماجستير 16.25% في الجزائرية الثالثة و25% في دزاير TV ، في حين بلغت 23.08% في قناة الخبر.

- بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة الدكتوراه في الجزائرية الثالثة 2.50% و05% في دزاير TV بينما لا يوجد أي صحفي متحصل على الدكتوراه في قناة الخبر.



شكل رقم (19): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

- من الشكل السابق نلاحظ أن كل الصحفيين في قنوات الدراسة الثلاث يمتلكون مؤهلات علمية لا بأس بها وأغلبهم متحصل على شهادة الليسانس وشهادات أعلى منها وهو ما يعكس إهتمام قنوات الدراسة بالمستوى العلمي والمؤهلات المعرفية للإلتحاق للعمل بها، إذ تشترط هذه القنوات مستوى الليسانس فما فوق للدخول إلى مسابقات التوظيف أو الإنتقاء وهو المستوى المطلوب للممارسة مهنة الصحافة، مع وجود فئة من الحاصلين شهادة الماستر والماجستير يزاولون مهنة الصحافة بقنوات الدراسة وبنسب متفاوتة.

- وعموما نقول أن الطاقم البشري لقنوات الدراسة يمتلك مؤهلات علمية تجعله يمارس مهنة الصحافة وهو ما ينعكس إيجابا على أدائه المهني بالمؤسسة.

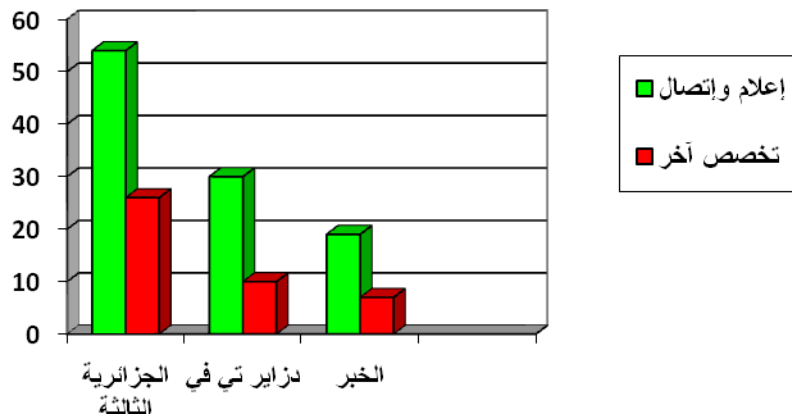
جدول رقم(31): توزيع التخصص العلمي للقائم بالإتصال.

القناة		الجزائرية الثالثة		دزاير TV		الخبر
التخصص	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
إعلام وإتصال	54	67.50%	30	75%	19	73.08%
تخصص آخر	26	32.50%	10	25%	07	26.92%
المجموع	80	100	40	100	26	100

- من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادة في الإعلام والإتصال 67.50% في الجزائرية الثالثة و 75% في دزاير TV بينما بلغت 73.08% في قناة الخبر.

- بلغت نسبة الصحفيين الحاصلين على شهادات في تخصصات أخرى 33.50% في الجزائرية الثالثة، و 25% في دزاير TV و 26.92% في قناة الخبر.



شكل رقم (20): توزيع التخصص العلمي للقائم بالإتصال

- يوضح الشكل السابق أن أغلب الصحفيين في قنوات الدراسة متحصّلين على شهادة جامعية في تخصص الإعلام والإتصال (سمعي بصري، صحافة مكتوبة، إتصال وعلاقات عامة، سبر الأراء) وهذا ما يشكل عاملا إيجابيا للصحفيين في حد ذاتهم ولمؤسساتهم الإعلامية، إذ يسهل هذا التخصص على الصحفي ولوج مهنة الصحافة بكل سهولة إذ سبق له التعرف على العمل الإعلامي من خلال التحصيل العلمي الجامعي والذي يجمع بين الإطار النظري والجانب التطبيقي فأغلب هؤلاء الصحفيين يعرفون أبجديات العمل الصحفي وأساسيات العمل الإعلامي من تحرير وتقديم وعمل ميداني، وهذا ما أتاح للمؤسسات الإعلامية الإستفادة من هذا الرصيد العلمي والمعرفي في ما يتعلق بتخصص الإعلام والإتصال إذ تكتفي بإنتقاء الصحفيين وفق معايير معينة ومن ثمة العمل على تدريبهم وإدماجهم مع الأطقم الصحفية مباشرة وفي وقت وجيز.

- كما نجد بعض الصحفيين المتحصّلين على شهادات جامعية في تخصصات أخرى أهمها (العلوم السياسية، الإقتصاد، الأدب) وهذا راجع إلى تنوع العمل الإعلامي الذي يستلزم بعض التخصصات إضافة إلى إمتلاك هؤلاء الصحفيين على موهبة التقديم التلفزيوني (صوت وصورة) ورغبتهم في خوض تجربة إعلامية، كما أن طبيعة بعض الحصص والبرامج التلفزيونية تتطلب من المقدم أو المعد التخصص في ميدان معين، كالبرامج الحوارية السياسية التي تستوجب التخصص في العلوم السياسية مثلا.

جدول رقم (32): الرتبة المهنية للقائم بالإتصال

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العمل الصحفي
%30.77	08	%35	14	%45	36	محرر
%19.23	05	%20	08	%7.50	06	مقدم
%7.69	02	%05	02	%12.50	10	محقق
%23.08	06	%22.50	09	%17.50	14	محرر+مقدم
%7.69	02	%05	02	%05	04	رئيس تحرير
%3.85	01	%2.50	01	%2.50	02	نائب رئيس تحرير
%3.85	01	%2.50	01	%6.25	05	رئيس قسم
%3.85	01	%7.50	03	%3.75	03	نائب رئيس تحرير
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

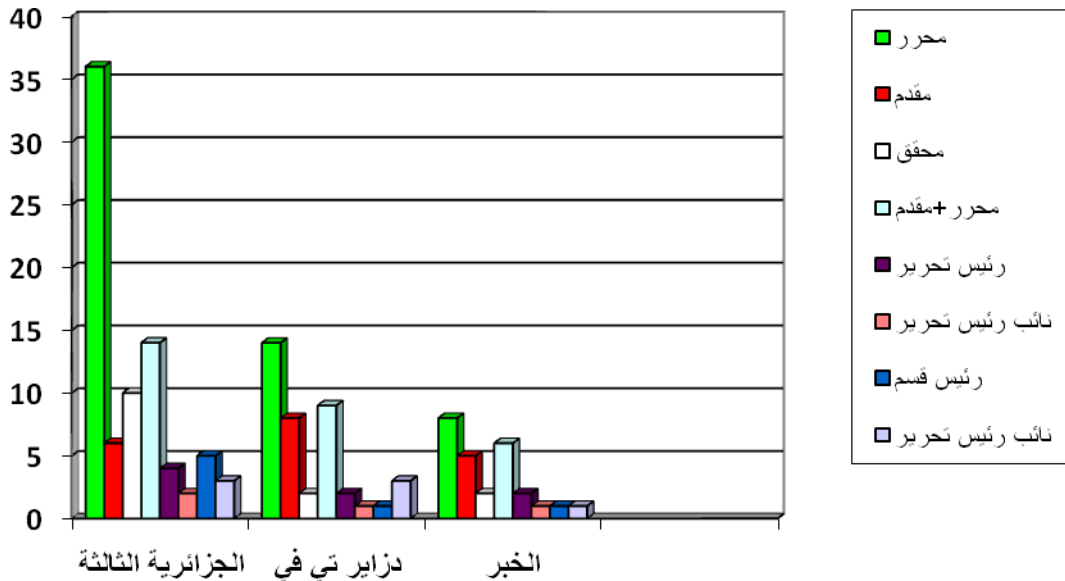
- الجزائرية الثالثة: يتوزع الصحفيون في القناة على عدد من الرتب الصحفية حسب طبيعة عملهم ونشاطهم الصحفي إذ نجد أن أغلب صحفي القناة محررين حيث بلغت النسبة %45، %17.50 منهم محرر+مقدم، بينما بلغ نسبة الصحفيين في رتبة محقق %12.50، رئيس قسم %6.25، مقدم %7.50، رئيس قسم %6.25، رئيس تحرير %5، نائب رئيس قسم 3.75، نائب رئيس تحرير %2.5.

- قناة دزاير TV:

بلغت نسبة المحررين 35% وهي أعلى نسبة في القناة متبوعة برتبة محرر ومقدم ب 22.50%، ورتبة مقدم 20%، نائب رئيس قسم 7.5%، رئيس تحرير 5% في حين بلغت رتبة رئيس قسم ونائب رئيس تحرير 2.50% وهي أقل نسبة.

- قناة الخبر:

نجد أعلى نسبة تحتلها رتبة محرر صحفي بنسبة 30.77%، متبوعة برتبة محرر ومقدم ب 23.08% ورتبة مقدم صحفي ب 19.23% في حيث نجد نسبة 7.69% لكل من رتبة محقق ورئيس تحرير، ونسبة 3.85% لكل من نائب رئيس تحرير، رئيس قسم، نائب رئيس قسم.



شكل رقم (21): الرتبة المهنية للقائم بالإتصال

- من خلال الشكل السابق نستنتج أن قنوات الدراسة تقوم بتوزيع المهام وتقسيم العمل الصحفي على طاقمها وهذا من أجل قيام كل فرد من أفراد المؤسسة بأداء عمله وواجباته الصحفية الموكلة إليه ويتم توزيع العمل على الرتب الصحفية التي

يشغلها الطاقم الصحفي إذ نجد أن أغلب نسبة هي رتبة محرر صحفي التي إحتلت الريادة في قنوات الدراسة وهذا راجع إلى الدور الكبير الذي يلعبه المحرر الصحفي الذي يعتبر حجر الزاوية في هرم قاعة الأخبار إذ يقوم بصياغة المادة الإخبارية التي تم جمعها والحصول عليها وترجمتها في نوع صحفي معين (خبر - تقرير - روبرتاج) وهي قالب من القوالب الفنية، ونجد محرر ومقدم في المرتبة الثانية حيث أن رتبة محرر هي أول رتبة يمر عليها أي صحفي مبتدئ ليتدرج بعدها إلى رتبة محرر ومقدم، والمقدم الصحفي له دور كبير في جذب الجمهور لمشاهدة النشرات الإخبارية، ونجد رتبة مقدم صحفي في المرتبة الثالثة تليها رتبة محقق وعليه يمكننا ترتيب العمل الصحفي كالآتي: محرر، محرر ومقدم، مقدم، إضافة إلى رتبة محقق.

- هذا التقسيم في الرتب لا يعني بالضرورة تقسيم المهام إذ نجد أغلب الصحفيين وفي مختلف الرتب يقومون بنفس الأعمال والمهام من خرجات ميدانية، وتقديم وتحرير خاصة في القنوات الخاصة ذات الإمكانيات البشرية المحدودة، كما أن مهنة الصحفي التلفزيوني تغيرت ولم تعد كالسابق بفعل التحديات الراهنة التي تتطلب من الصحفيين التمكن من عدة تقنيات في ان واحد مابين التصوير والتركيب والتحرير والتقديم، فالصحفي الناجح هو المتكامل الذي يتحكم في كل جوانب العمل الإعلامي السمعي البصري، و يسهر على توجيه وإرشاد هؤلاء الصحفيين عدد من إطارات القنوات التي تقوم بتنصيب رؤساء تحرير وتعين نواب لهم وكذا رؤساء أقسام ونواب لهم، وهذا التوزيع في الرتب راجع إلى الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة.

الجزائرية الثالثة: مدير أخبار - نائب مدير أخبار - رئيس تحرير - نائب رئيس تحرير - رئيس قسم - نائب رئيس قسم.

دزاير TV: مدير الأخبار- رئيس التحرير- نائب رئيس تحرير- رئيس قسم- نائب رئيس قسم.

قناة الخبر: نفس ترتيب قناة دزاير TV، أما في ما يخص عدد إطارات قسم الأخبار فيتحكم فيه حجم القناة وعدد الصحفيين، إذ كلما زاد عدد الصحفيين زاد عدد المسؤولين عليهم والعكس.

المبحث الأول: الإهتمامات المهنية للقائم بالإتصال.

جدول رقم(33): دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال.

جدول رقم(34): مدة الخبرة المهنية للقائم بالإتصال في القناة.

جدول رقم(35): ميدان خبرة القائم بالإتصال خارج القناة.

جدول رقم(36): طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة.

جدول رقم(37): إمتلاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف.

جدول رقم(38): قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالإتصال.

جدول رقم(39): حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية.

جدول رقم(40): مشاركة القائم بالاتصال في دورات تدريبية.

جدول رقم(41): كفاية المصاريف المالية عند خروج القائم بالاتصال في مهمة.

جدول رقم(42): عوامل نجاح القائم بالاتصال حسب المبحوثين

جدول رقم(33) : دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الدافع
23.08%	06	17.50%	07	18.75%	15	يتلاءم والتخصص العلمي
3.85%	01	2.50%	01	1.25%	01	الشهرة
73.08%	19	80%	32	77.50%	62	حب المهنة
00%	00	00%	00	2.50%	02	الأجر الجيد
100	26	100	40	100	80	المجموع

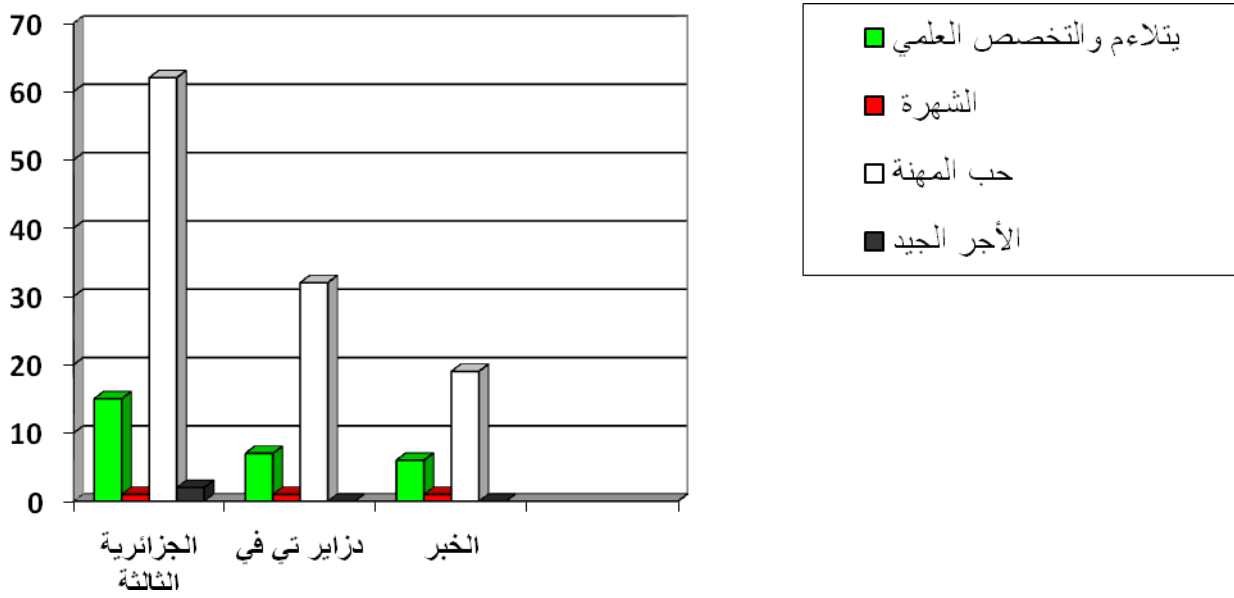
جاءت دوافع إختيار المبحوثين للعمل في ميدان الصحافة وفق ما يلي:

إحتل دافع حب المهنة المرتبة الأولى في القنوات الثلاث حيث قدرت النسب على النحو التالي: 77.50% في الجزائرية الثالثة، و 80% في قناة دزاير TV و 73.08% في قناة الخبر.

إحتل دافع ملاءمة التخصص العلمي المرتبة الثانية في دوافع إختيار مهنة الصحافة إذ قدرت نسبة الصحفيين 18.75% في الجزائرية الثالثة و 17.50% في دزاير TV في حين 23.08% من صحفيي قناة الخبر إختاروا مهنة الصحافة لتلاؤمها وتخصصهم العلمي.

جاء دافع الشهرة كعامل في إختيار مهنة الصحافة من طرف المبحوثين في المرتبة الثالثة في قناتي دزاير TV والخبر حيث قدرت النسبة ب 2.50% و 3.85% على التوالي في حين حلت في المرتبة الرابعة والأخيرة في الجزائرية الثالثة بنسبة 1.25%.

لا يوجد أي صحفي في قناتي الخبر و دزاير TV إختار مهنة الصحافة بدافع الأجر الجيد بينما 2.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة كان دافعهم الأجر الجيد.



شكل رقم(22) : دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال.

من خلال جمعنا للمعطيات السابقة نلاحظ أن الصحفيين إختاروا هذه المهنة بدافع حبها بالدرجة الأولى وتلاؤمها وتخصصهم العلمي بالدرجة الثانية، وهذا مؤشر جيد فحب المهنة والتخصص فيها يجعل الصحفي يتحكم في عمله.

جدول رقم (34): توزيع مدة الخبرة المهنية للقائم بالإتصال في القناة.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	مدة الخبرة
31.77%	08	30%	12	00%	00	أقل من سنة
69.23%	18	70%	28	31.25%	25	من سنة إلى 5سنوات
00%	00	00%	00	35%	28	من 5 إلى 10سنوات
00%	00	00%	00	18.75%	15	من 10 إلى 15سنة
00%	00	00%	00	15%	12	أكثر من 15سنة
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

قناة الجزائرية الثالثة:

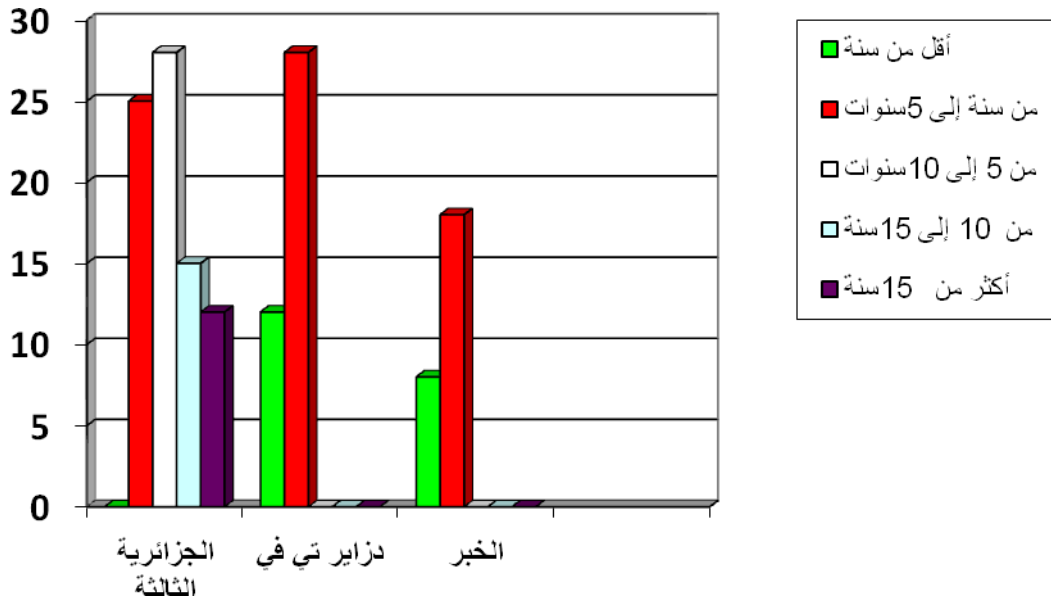
- 31.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة تتراوح خبرتهم بالقناة بين سنة و 5 سنوات، في حين نجد 35% منهم تتراوح خبرتهم ما بين 5 و 10 سنوات، ونجد 18.75% تتراوح خبرتهم بين 10 و 15 سنة، بينما نجد 15% من الصحفيين تفوق خبرتهم 15 سنة.

قناة دزاير TV:

70% من صحفيي القناة تتراوح خبرتهم المهنية بين سنة و 5سنوات بينما 30% منهم تقل خبرتهم عن سنة.

قناة الخبر:

69.23% من صحفيي القناة تتراوح خبرتهم بين سنة و 5 سنوات و 31.77% منهم تقل تجربتهم عن سنة.



شكل رقم (23): مدة الخبرة المهنية للقائم بالإتصال في القناة.

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

- يتمتع صحفيو قناة الجزائرية الثالثة بالخبرة المهنية مقارنة بصحفيي قناتي دزاير TV والخبر وهذا راجع إلى قدم إنشاء هذه المؤسسة والذي يعود إلى عام 2001، إذ نجد معظم الصحفيين تفوق خبرتهم الخمس سنوات، بينما نجد أن صحفيي دزاير TV والخبر أقل خبرة إذ لا تتعدى سنوات خبرة الطاقم الصحفي في القناتين 5 سنوات وهذا راجع إلى عمر القناتين إذ يعود تاريخ إنشاء دزاير TV إلى عام 2013 بينما قناة الخبر 2014 كما نجد نسبة لا بأس بها من الصحفيين الذين تقل خبرتهم عن سنة واحدة في القناتين وهذا راجع إلى عاملين:

العامل الأول : هو بدأ القناتين في التوسع وتعزيز الطاقم الصحفي بعناصر جديدة .

العامل الثاني: هو إقدام هذه القنوات الخاصة على إقالة الصحفيين المبتدئين لأسباب مختلفة أهمها المستوى الصحفي والقدرة على منح الإضافة للقناة، كما نجد أن بعض الصحفيين قاموا بالإستقالة من مناصبهم للإلتحاق بقنوات أخرى بسبب دوافع مختلفة أهمها الجانب المالي، والهروب من بعض الضغوطات المهنية الداخلية، وتوفر مؤسسات سمعية بصرية بديلة خاصة مع ظهور قنوات تلفزيونية خاصة، ما يجعل الصحفي يغير المؤسسة حسب الحوافز المادية وإغراءات هذه القنوات.

جدول رقم (35): ميدان خبرة القائم بالإتصال خارج القناة.

القناة		الجزائرية الثالثة		دزير TV		الخبر	
ميدان الخبرة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
صحافة مكتوبة	43	53.75%	12	30%	10	38.46%	
إذاعة	14	17.50%	04	10%	00	00%	
قناة تلفزيونية	03	3.75%	08	20%	03	11.54%	
لا توجد	20	25%	16	40%	13	50%	
المجموع	80	100	40	100	26	100	

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

قناة الجزائرية الثالثة:

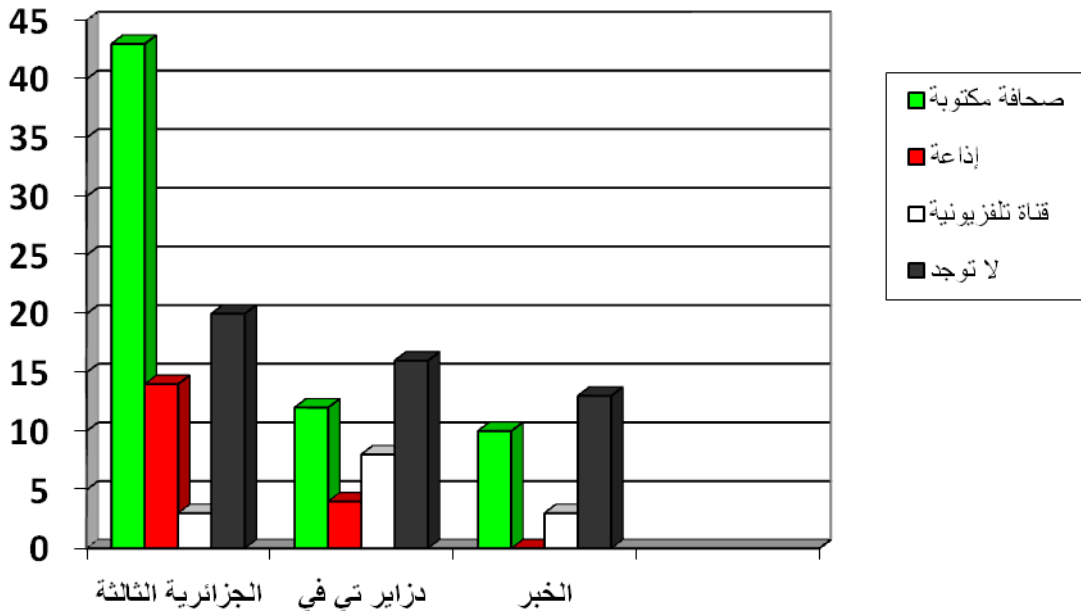
يتبين لنا أن 53.75% من صحفي التلفزيون الجزائري سبق لهم العمل في ميدان الصحافة المكتوبة، بينما نجد 25% لم يسبق له العمل في أي مؤسسة إعلامية، بنسبة 25% في حين 17.50% من الصحفيين لهم تجربة في الإعلام المسموع و3.75% في قناة تلفزيونية.

قناة دزير TV:

40% من عمال لا يمتلكون خبرة مهنية في الإعلام ولم يسبق لهم العمل في أي مؤسسة إعلامية قبل إلتحاقهم بالقناة و30% منهم سبق لهم العمل في ميدان الصحافة المكتوبة و20% في قناة تلفزيونية في حين سجلنا 10% من الصحفيين سبق لهم العمل في الإذاعة.

قناة الخبر:

50% من الصحفيين من دون تجربة إعلامية، و38.46% سبق لهم العمل في الصحافة المكتوبة و 11.54% سبق لهم العمل في قناة تلفزيونية قبل إلتحاقهم بقناة الخبر.



شكل رقم (24): ميدان خبرة القائم بالإتصال خارج القناة.

من الشكل السابق نجد تباين في نسب الخبرة المهنية قبل الإلتحاق بالعمل في قنوات الدراسة إذ نجد أن صحفيي الجزائرية الثالثة لهم تجربة مسبقة في ميدان الإعلام خاصة في الصحافة المكتوبة التي تبقى المدرسة الأم في تكوين الصحفيين، إذ تعد الصحف

محطة أغلب الصحفيين الأولى وهذا راجع إلى كثرة العناوين الصحفية من جهة وسهولة العمل بهذه الصحف من جهة أخرى خاصة كمراسل صحفي إذ نجد أن أغلب المؤسسات الصحفية تعتمد على طلبة الإعلام كمراسلين لها مستغلة قدراتهم العلمية ورغبتهم الكبيرة في الإلتحاق بمهنة الصحافة وهو ما يكلف مصاريف قليلة جدا للصحف مقارنة بتوظيف أصحاب الشهادات أو أصحاب التجربة.

- صحفيو القنوات الخاصة أقل تجربة من القناة العمومية وهذا راجع إلى صغر سن الصحفيين والذين إكتسبوا بعض الخبرة سواء في الصحافة المكتوبة أو في قنوات تلفزيونية خاصة.

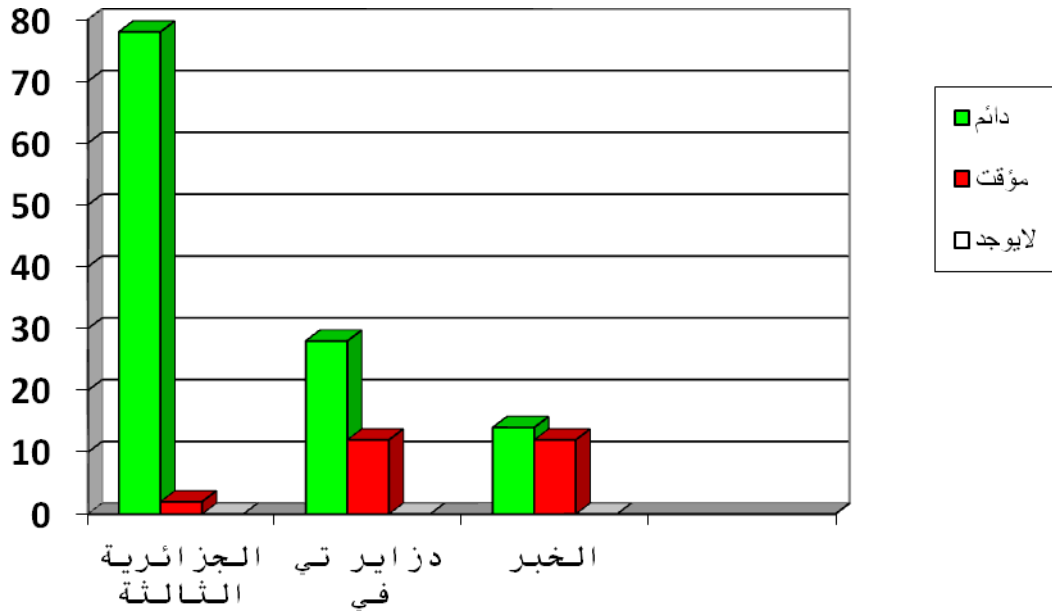
- عموما يمكننا القول بأن الصحفيين الذين يمتلكون تجربة مهنية في ميدان الصحافة تخلو عن مهنتهم القديمة و إلتحقوا بالقنوات الخاصة بسبب الريح المادي من جهة ومن جهة أخرى طبيعة المهن التي كانوا يزاولونها إذ أن أغلبهم كان يعمل مراسلا صحفيا أو عامل بالقطعة (الإذاعة) ولا يمتلك عقد عمل وبالتالي يستفيد من كامل حقوقه (أجر دائم، حقوق الضمان الإجتماعي، الحق في العطلة.....) وغيرها من الحقوق المهنية.

جدول رقم (36): طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العقد
53.85%	14	70%	28	97.50%	78	دائم
46.15%	12	30%	12	2.50%	02	مؤقت
00%	00	00%	00	00%	00	لا يوجد
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

- أغلب صحفيي الجزائرية الثالثة يعملون وفق عقود عمل دائمة إذ بلغت النسبة 97.5% بينما 2.5% منهم يعملون بعقود عمل مؤقتة، أما في قناة دزاير TV ف 70% من الصحفيين دائمين و 30% يعملون بعقود عمل مؤقتة، بينما في قناة الخبر ف 53.85% من صحفييها يعملون بعقود دائمة و 46.15% منهم بعقود مؤقتة.



شكل رقم (25): طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة.

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

- توظيف الصحفيين في قنوات الدراسة الثلاث يتم عن طريق عقد بين القناة والمستخدم وهذا إستجابة لقانون التشغيل في الجزائر.

- معظم الصحفيين في الجزائرية الثالثة يمتلكون عقود عمل دائمة وهذا راجع إلى سياسة القناة كمؤسسة عمومية التوظيف فيها يمر وفق مراحل حيث يتم توظيف الصحفي لمدة تجريبية محددة ب 3 أشهر بعدها يتم توظيفه بشكل مباشر وبصفة دائمة إلا أنه في بعض الحالات يتم تمديد الفترة التجريبية للصحفي حسب ما يراه مسؤوله المباشر .

- نجد في قناتي دزير تي في والخبر عدد من الصحفيين يعملون في إطار عقود عمل محدودة أو مؤقتة وهذا راجع أساسا إلى الإمكانيات المادية للقناة بالدرجة الأولى.

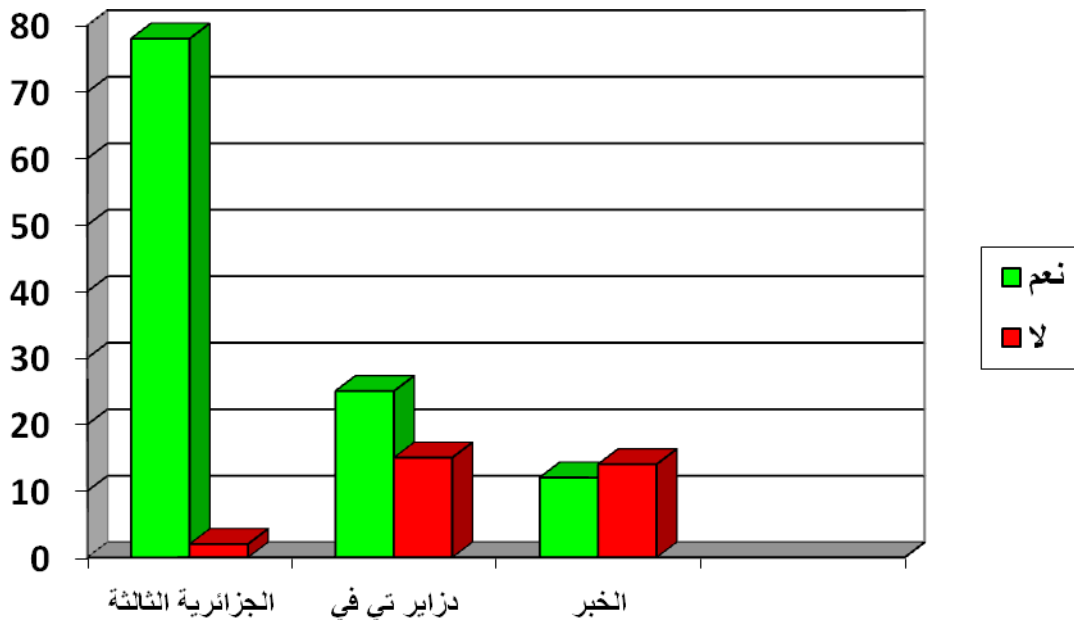
- وعموما نقول أن كل الصحفيين لديهم عقود عمل (دائمة، مؤقتة) وهو ما يجعلهم يستفيدون من حقوقهم من جهة وهو ما يعكس إحترام المؤسسات الإعلامية خاصة

الخاصة منها لقانون العمل الجزائري،وهذا عامل محفز للالتحاق بهذه المؤسسات وهو ما ط2ينعكس بالإيجاب على الرضا الوظيفي للعامل ومن ثمة على أدائه الإعلامي.

جدول رقم (37): إمتلاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف

اسم القناة		الجزائرية الثالثة		دزاير TV		الخبر	
إمتلاك البطاقة		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
نعم		97.50%	78	62.50%	25	46.15%	12
لا		2.50%	02	37.50%	15	53.85%	14
المجموع		100	80	100	40	100	26

- يتبين لنا أن 97.50% من صحفي الجزائرية الثالثة يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف في حين نجد 2.50% منهم لا يمتلكونها، أما قناة دزاير TV نجد 62.5% من الصحفيين لديهم بطاقة الصحفي المحترف و37.5% منهم لا يمتلكونها بينما نجد قناة الخبر 46.15% من الصحفيين لديهم بطاقة الصحفي المحترف و53.85% بدون بطاقة.



شكل رقم (26): إمتلاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف

نستنتج من الشكل السابق أن معظم صحفيي الجزائرية الثالثة يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف أما في قناتي دزاير TV والخبر فالنسب متفاوتة إذ نجد قناة دزاير TV في المرتبة الثانية من حيث إمتلاك صحفييها لبطاقة الصحفي المحترف في حين نجد في قناة الخبر أن من لا يمتلكون البطاقة أكثر من الذين يمتلكونها وهذا الإختلاف راجع إلى عدة أسباب أهمها:

- إهتمام وزارة الإتصال بالمؤسسات العمومية على حساب المؤسسات الخاصة في تحضير وتوزيع بطاقة الصحفي المحترف إذ بادرت الوزارة بتسوية وضعية صحفيي القطاع العام في المقام الأول ثم الإنتقال إلى تسوية وضعية صحفيي القطاع الخاص وتسليم البطاقات لأصحابها.

- نجد تفاوت في إمتلاك بطاقة الصحفي المحترف أو في القنوات الخاصة وهذا بسبب الإجراءات القانونية من جهة وكذا عدم إستقرار عمال هذه القنوات وهو ما إنعكس على عملية الإستفادة من بطاقة الصحفي.

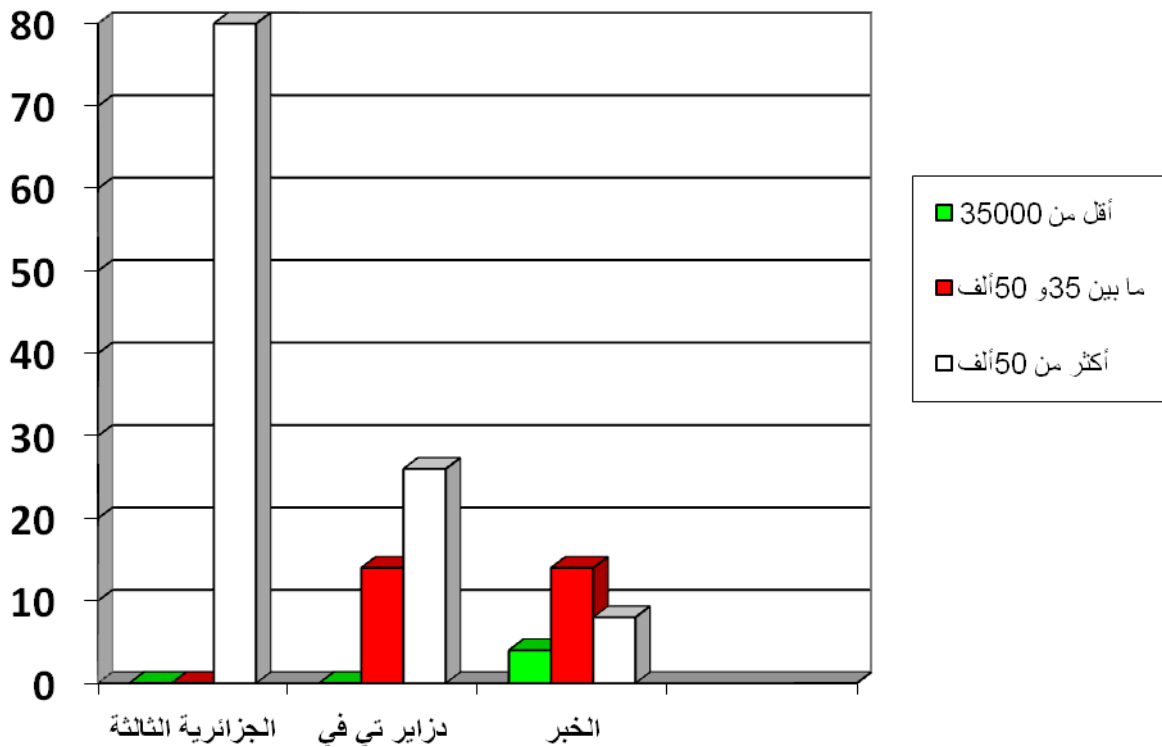
- أغلب المستفيدين من بطاقة الصحفي المحترف في قنوات الدراسة إستفادوا منها نظير عملهم في الصحف فمثلا صحفيو قناة دزاير تي في تحصلوا عليها عن طريق جريدتي وقت الجزائر و le Temps d'Algérie بينما صحفيو قناة الخبر تحصلوا عليها عن طريق جريدة الخبر.

جدول رقم (38): قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالإتصال.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
15.38%	04	00%	00	00%	00	أقل من 35000
53.85%	14	35%	14	00%	00	ما بين 35 و 50 ألف
30.77%	08	65%	26	100	80	أكثر من 50 ألف
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- 100% من عمال الجزائرية الثالثة أجورهم تتجاوز ال 50 ألف دينار و 35% من صحفيي دزاير TV أجورهم تتراوح ما بين 35 و 50 ألف دينار بينما 65% أجورهم تتجاوز 50 ألف دينار، في حين نجد 15.38% من صحفيي الخبر أجورهم أقل من 35 ألف دينار و 53.85% منهم تتراوح أجورهم ما بين 35 و 50 ألف دينار في حين 30.77% تتجاوز أجورهم 50 ألف دينار.



شكل رقم (27): قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالإتصال.

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

- إرتفاع أجور صحفيي الجزائرية الثالثة مقارنة بالقنوات الأخرى، وهذا راجع إلى مراجعة أجور صحفيي القناة مع مطلع 2013 وتحسين وضعيتهم المادية حيث كان أجر الصحفي لا يتجاوز 45 ألف دينار وبعد مراجعة شبكة الأجور فإن الصحفي المبتدئ يتقاضى 56 ألف دينار ويرتفع الأجر حسب سنوات الخبرة والرتبة الصحفية التي يشغلها الموظف، بينما نجد قناة دزير TV أجور صحفييها متوسطة نوعا ما وقريبة من أجور صحفيي الجزائرية الثالثة وهذا راجع إلى عدة أسباب أهمها:

ملكية القناة لرئيس منتدى المؤسسات الإقتصادية حداد والذي يساهم في البحبوحة المالية للقناة، إذ تربطه علاقات جيدة مع رؤساء المؤسسات الإقتصادية ما يساهم في جذبهم كمعلمين وعلاقاته الوطيدة مع السلطة، ومن جهة أخرى إنتماء القناة إلى مجمع إعلامي

يضم عدة مؤسسات وهي صحيفتي وقت الجزائر Le temps d'Algerie وقناة دزاير نيوز ما جعل عائدات الإشهار ترفع للمجمع وهو ما إنعكس على أجور العمال.

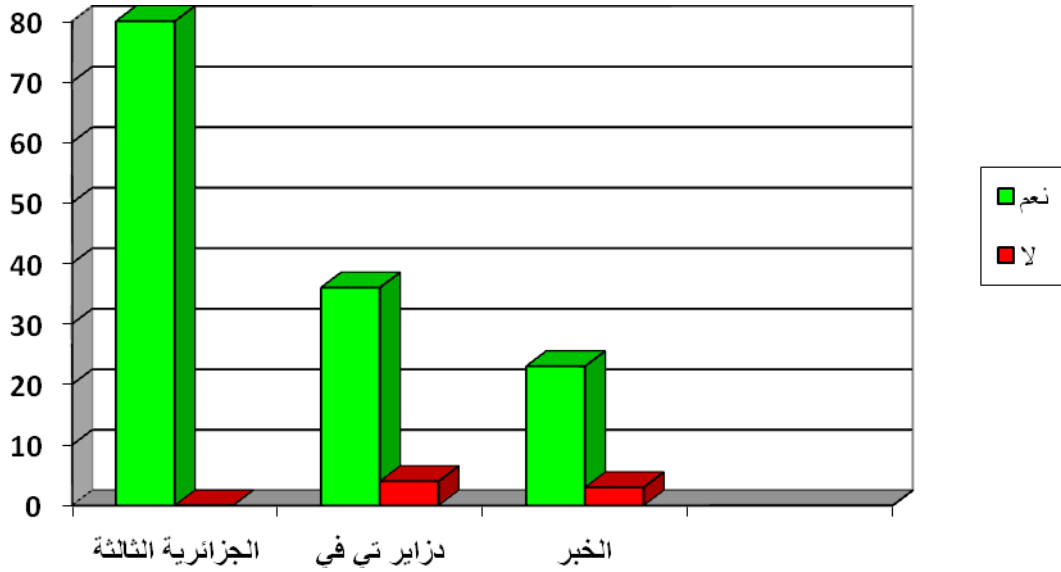
- قناة صحفيو الخبر هي أقل أجرا مقارنة بالقنوات الأخرى وهذا راجع إلى نقص الموارد المالية للقناة بسبب حرمانها من الإشهار ومن جهة أخرى حقوق الحجز في القمر الصناعي والتي تفوق 800 مليون شهريا وهو ما إنعكس سلبا على أجور الصحفيين مما جعل القناة تفقد كل مرة صحفيتها بسبب توجههم إلى قنوات أخرى بسبب الإغراء المادي و التحفيزات المالية.

جدول رقم (39): حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البديل
88.46%	23	90%	36	100%	80	نعم
11.54%	03	10%	04	00%	00	لا
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي

- كل عمال الجزائرية الثالثة يستفيدون من عطل بعد أدائهم لعملهم في حين 90% من صحفيي دزاير TV يحصلون على عطل و 10% منهم لا يحصلون على عطل، أما قناة الخبر ف 88.46% من الصحفيين يستفيدون من عطل و 11.54% منهم لا يستفيدون.



شكل رقم (28): حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية.

- من الشكل السابق نستنتج أن كل صحفي الجزائرية الثالثة يستفيدون من عطل قانونية وفق ما يسمح لهم به القانون وهو حق مشروع إذ نجد أنهم يستفيدون من عطلتين سنويتين، عطلة سنوية مدتها شهر وعطلة متنوعة مدتها 15 يوما بالإضافة إلى عطل تعويضية في حال بذلهم مجهودات أكبر أو بعد تكليفهم بمهام خارج العاصمة إضافة إلى عطلة نهاية الأسبوع والتي يستفيد منها الصحفي حسب جدول عمله.

- عدم إستفادة صحفيي دزير TV والخبر من عطل قانونية بنسب قليلة جدا راجع إلى سياسة إدارة هذه القنوات التي تضغط على الصحفيين بحرمانهم من عطل قانونية، في حين تتراوح العطل في هذه القنوات ما بين 10 أيام والشهر في سنة وهو ما يتنافى مع قانون العمل الجزائري (يومي ونصف عن كل شهر) أي شهر على الأقل وحتى عطلة نهاية الأسبوع مرات يحرم منها الصحفي أو يتحصل على يوم واحد فقط، ومن خلال تدقيقنا في جدول عمل الصحفيين فإن معدل ساعات العمل في قناة الجزائرية الثالثة يتراوح ما بين 25 إلى 32 ساعة في الأسبوع بينما في قناتي دزير TV والخبر فمعدل

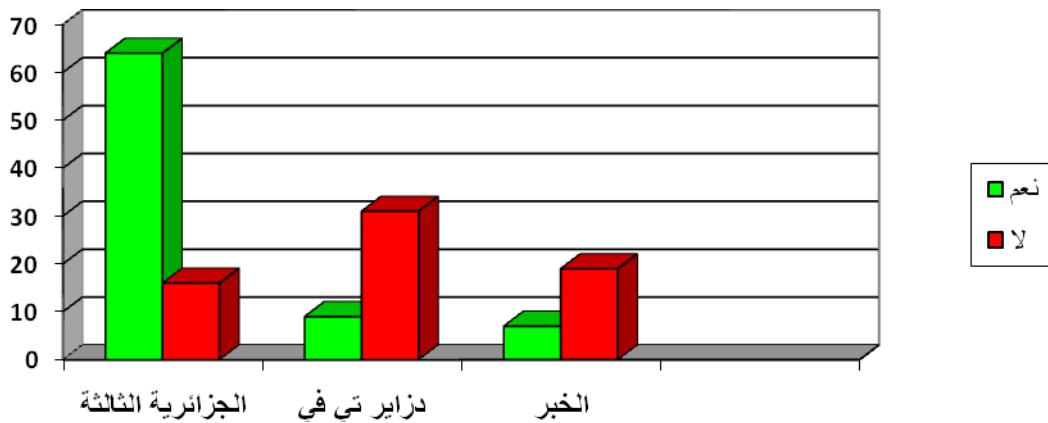
ساعات العمل في الأسبوع يتراوح ما بين 40 و 46 ساعة أسبوعيا وأحيانا أخرى تتجاوز هذا المعدل حسب الظروف والأحداث.

جدول رقم (40): مشاركة القائم بالإتصال في دورات تدريبية

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الإستفادة من دورات
%26.92	07	%22.50	09	%80	64	نعم
%73.08	19	%77.50	31	%20	16	لا
100	26	100	40	100	80	المجموع

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- 80% من عمال الجزائرية الثالثة إستفادت من دورات تكوينية و 20% منهم لم يستفيدوا، أما في قناة دزاير TV ف 22.50% من الصحفيين فقط إستفادوا من التكوين و 77.50% منهم لم يستفد، أما قناة الخبر ف 26.92% منهم إستفاد من دورات تدريبية و 73.08% منهم لم يستفيدوا.



شكل رقم (29): مشاركة القائم بالإتصال في دورات تدريبية

من خلال الشكل السابق نستخلص ما يلي:

- إستفادة أغلب عمال الجزائرية الثالثة (القطاع العمومي) من دورات تدريبية لتحسين مستواهم ومواكبة التطور وهذا راجع إلى إستراتيجية المؤسسة التي تحمل على عاتقها تكوين عمالها إذ تقوم بتخصيص ميزانية ضخمة كذلك وعقد إتفاقيات شراكة مع بعض المؤسسات العملاقة على غرار هيئة BBC (بي بي سي) البريطانية وحسب مدير الأخبار بالتلفزيون الجزائري فوزي آيت علي فإن هذه الدورات تتركز في معظمها حول فنيات التحرير والتقديم التلفزيوني والعمل الميداني ويشرف عليها خبراء كبار في السمي البصري.

- نقص التكوين في قناتي الخبر وديزايير TV وهذا راجع إلى التجربة الإعلامية القصيرة لهاتين المؤسستين والتي لم تتجاوز 4 سنوات فقط، ومن جهة أخرى نقص الإمكانيات المادية هذا ما جعل هذه القنوات على القيام بتكوين قصير لعمالها قبيل دخولهم إلى المؤسسة وتحت إشراف عمال من نفس المؤسسة يمتلكون الخبرة في مؤسسات أخرى، وحسب السيد عاطف قدارة مدير الأخبار في قناة الخبر فإن القناة عقدت إتفاقية شراكة مع مؤسسة BBC لكن عدد المتكويين سيكون محدود لقلة الأموال.

جدول رقم (41): كفاية المصاريف عند خروج القائم بالإتصال في مهمة

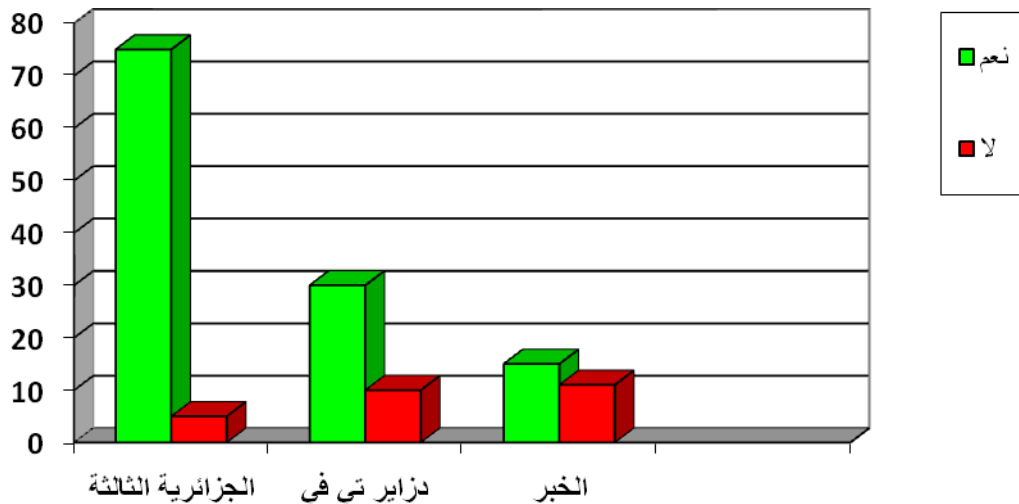
القناة		الجزائرية الثالثة		دزاير TV		الخبر	
البديل	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
نعم	75	%93.75	30	%75	15	%57.69	
لا	05	%06.25	10	%25	11	%42.31	
المجموع	80	100	40	100	26	100	

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

93.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة تكفيهم المصاريف عند خروجهم في مهمة و6.25% منهم لا تكفيهم المصاريف.

75% من صحفيي قناة دزاير TV تكفيهم المصاريف في حين 25% لا تكفيهم.

57.69% من الصحفيين تكفيهم المصاريف و42.31% منهم لا تكفيهم.



U2 شكل رقم (30): كفاية المصاريف المالية عند خروج القائم بالاتصال في مهمة

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

- رضا صحفيي الجزائرية الثالثة عن المصاريف التي يستفيدون منها عند خروجهم في مهمة إذ تقوم القناة بتوفير النقل والإيواء إضافة إلى مبلغ مالي حسب بعد المسافة وتوقيت المهمة ومدتها هذا من جهة، كما أن أغلب الصحفيين عند خروجهم في مهام يتم التكفل بهم من طرف السلطات المحلية للولاية التي وجهوا إليها سواء عند تغطية التظاهرات أو إعداد الروبورتاجات.

- قناة دزاير TV تدفع مصاريف لصحفييها عند خروجهم في مهام وهذه المصاريف كافية إلى مقبول جدا من طرف الطاقم الصحفي للقناة التي توفر كل ظروف العمل المناسبة بما فيها الشق المالي من أجور وعلاوات وتحفيزات مادية.

- قناة الخبر حلت في المرتبة الأخيرة من حيث كفاية المصاريف وهذا راجع أساسا إلى الظروف المالية للقناة ونقص عائدات الإشهار مقارنة ببقية القنوات.

جدول رقم (42) : عوامل نجاح القائم بالاتصال حسب المبحوثين.

الخبر		دزائر TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
15.38%	04	10%	04	7.50%	06	الموهبة
53.85%	14	45%	18	50%	40	التجربة
00%	00	7.50%	03	3.75%	03	نوع المنصب
23.07%	06	27.50%	11	25%	20	الأعمال المقدمة
7.69%	02	10%	04	13.75%	11	التكوين الأكاديمي
100	26	100	40	100	80	المجموع

يوضح الجدول السابق عوامل نجاح الصحفي في رأي المبحوثين حيث جاءت النتائج على النحو التالي:

الجزائرية الثالثة: جاء ترتيب عوامل نجاح الصحفي حسب إجابات صحفيي القناة على النحو التالي:

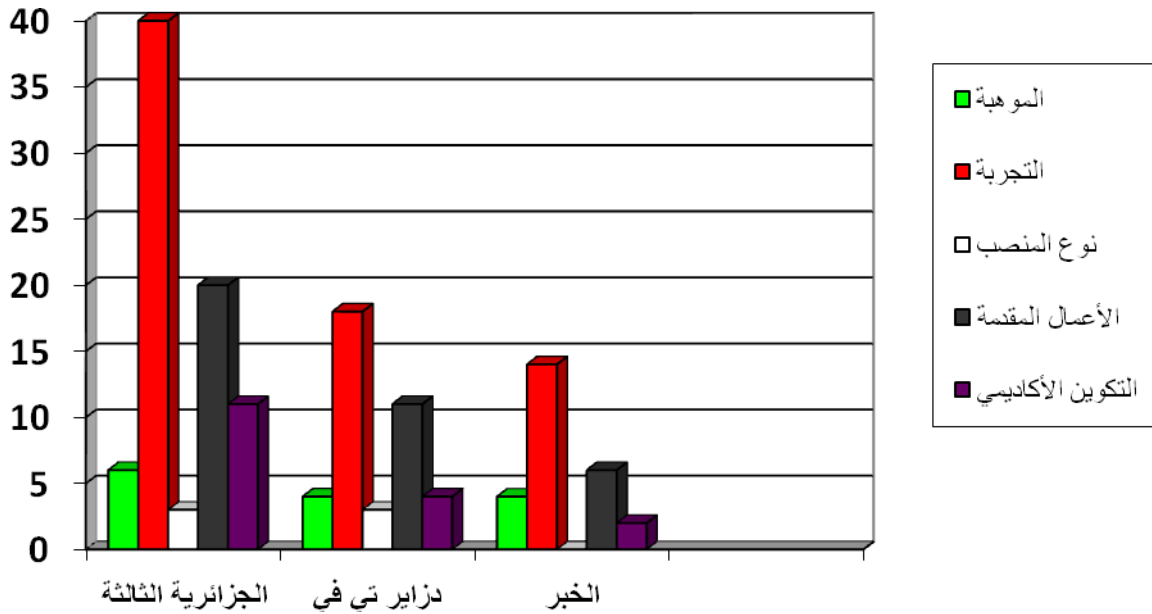
1/ التجربة 50% ، 2/ الأعمال المقدمة 25% ، 3/ التكوين الأكاديمي 13.75% ،
4/ الموهبة 7.50% ، 5/ نوع المنصب 3.75%.

قناة دزائر TV:

1/ التجربة 75% ، 2/ الأعمال المقدمة 27.50% ، 3/ التكوين الأكاديمي 10% ،
4/ الموهبة 10% ، 5/ نوع المنصب 7.50%.

قناة الخبر:

1/ التجربة 53.85% ، 2/ الأعمال المقدمة 23.07% ، 3/ الموهبة 15.38% ،
4/ التكوين الأكاديمي 7.69% 5/ نوع المنصب 00%



شكل رقم (31):عوامل نجاح القائم بالإتصال حسب المبحوثين

- من خلال النتائج والنسب السابقة نستنتج أن هناك عدة عوامل لنجاح الصحفي حسب آراء المبحوثين حيث إحتلت الخبرة المرتبة الأولى من بين العوامل إذ أن الخبرة المهنية تلعب دورا هاما في نجاح الصحفي في أداء مهامه فتراكمات الممارسة وإكتساب التجربة من شأنها مساعدة الصحفي في القيام بعمله على أكمل وجه والتعامل مع الأخبار تغطية، تحرير أو كتابة وتقديم، في حين نجد الأعمال المقدمة في المرتبة الثانية فنوع العمل المقدم (سواء حصة أو روبرتاج، أو تقديم) يجعل الصحفي ناجحا، فنجاح أي عمل نتيجة الصحفي يعني نجاحه والعكس صحيح، في حين جاء التكوين الأكاديمي فعل الصحفي في ميدان تخصصه وتكوينه الأكاديمي يجعله يندمج بسرعة مع طبيعة العمل الصحفي فتخصص الإعلام في الجامعة سمح للصحفي بإكتساب معارف أكاديمية نظرية وممارسة بعض الأنشطة التطبيقية هذا ما يسمح للصحفي ترجمة معارفه في ميدان عمله،

في حين نجد أن عامل الموهبة حل في المرتبة الرابعة من حيث عوامل نجاح الصحفي حسب أراء المبحوثين، وهذا راجع إلى أن الصحفي ينجح في عمله ولو أن هذا العامل ليس حاسما إلا أنه مهم.

وعموما نقول أن نجاح الصحفي هو إلتقاء مجموعة من العوامل بدء بإكتساب الخبرة وأعماله المنجزة والتكوين الأكاديمي في ميدان الإعلام تضاف لها الموهبة تجعل الصحفي ناجحا.

المبحث الثاني: الضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال في القنوات الثلاث

- جدول رقم(43): طبيعة الضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال .
- جدول رقم(44): مصادر القائم بالاتصال أثناء التغطية الإخبارية.
- جدول رقم(45): دور القائم بالاتصال إزاء المصدر.
- جدول رقم(46): مدى إعتقاد القائم بالاتصال على الجمهور كمصدر للخبر.
- جدول رقم(47): طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة.
- جدول رقم(48): تأثير السياسة التحريرية على القائم بالاتصال.
- جدول رقم(49): مدى تلقي القائم بالاتصال لتعليمات حارس البوابة.
- جدول رقم(50): حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل.
- جدول رقم(51): تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل.
- جدول رقم(52): عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا.
- جدول رقم(53): تعرض المادة الخبرية للقائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء.
- جدول رقم(54): طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائه في العمل.
- جدول رقم(55): تعرض القائم بالاتصال لعقوبات في مؤسسته.
- جدول رقم(56): نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالاتصال.
- جدول رقم(57): شعور القائم بالاتصال بالإستقرار المهني.
- جدول رقم(58): رأي القائم بالاتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه.

جدول رقم(43): طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال .

الخبر		دزاير TV			الجزائرية الثالثة			إسم القناة	
الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الضغط
01	%26.92	07	01	%27.50	11	01	%23.75	19	الضغط من السلطة
02	%23.08	06	02	%20	08	02	%16.25	13	ضغط مسؤول العمل
08	%03.85	01	08	%02.50	02	06	%08.75	07	الزملاء في العمل
03	%19.23	05	03	%15	06	03	%15	12	السياسة التحريرية
05	%07.69	02	05	%10	04	05	%10	08	مصادر الأخبار
04	%11.54	03	07	%25	01	08	%06.25	05	نقص الإمكانيات والتجهيزات
07	%03.85	01	06	%07.50	03	07	%07.50	06	أخلاقيات المهنة
06	%03.85	01	04	%12.50	05	04	%12.50	10	ضغط الجمهور
	100	26		100	40		100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- جاء الضغط من السلطة في المرتبة الأولى من خلال إجابات الصحفيين في قنوات الجزائرية الثالثة بنسبة %23.75، %27.50 من نظرائهم في قناة دزاير TV و %26.92 في قناة الخبر.

- إحتل ضغط مسؤول العمل المرتبة الثانية حيث سجلنا %16.25 من صحفيي الجزائرية الثالثة و %20 من نظرائهم في قناة دزاير تي في و %23.08 في قناة الخبر.

- تشكل السياسة التحريرية ضغطا يؤثر على عمل الصحفيين حيث جاءت في المرتبة الثالثة حيث كانت نسب الإجابات كمايلي: %15 من صحفيي الجزائرية الثالثة و %15 من نظرائهم في قناة دزاير TV و %19.23 في قناة الخبر.

- جاءت بقية الضغوط التي تؤثر على عمل الصحفيين متباينة ومختلفة في قنوات الدراسة ويمكن ترتيبها كما يلي:

في قناة الجزائرية الثالثة:

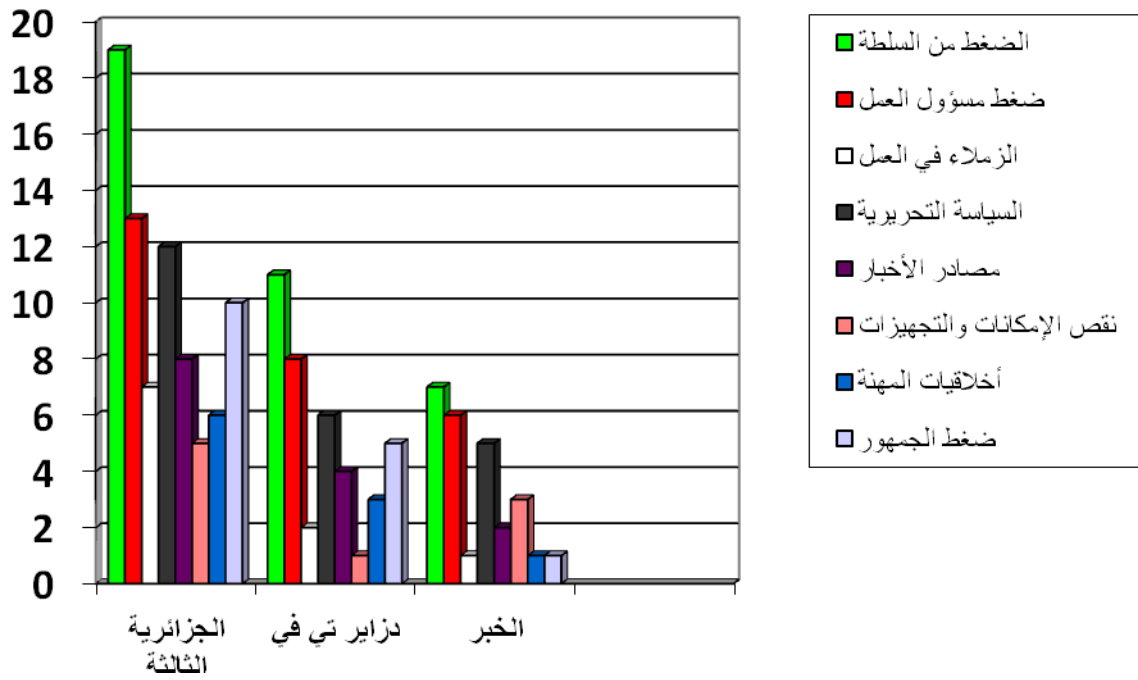
جاء ضغط الجمهور في المرتبة الرابعة بنسبة 12.50% متبوع بضغط مصادر الأخبار خامسا بنسبة 10%، سادسا ضغط زملاء العمل ب8.75%، سابعا أخلاقيات المهنة بنسبة 7.50% وأخيرا نقص الإمكانيات والتجهيزات بنسبة 6.25%.

قناة دزايـز TV:

حلت في المرتبة الرابعة ضغط الجمهور بنسبة 12.50%، خامسا مصادر الأخبار ب10% سادسا: أخلاقيات المهنة 7.50%، سابعا: نقص الإمكانيات والتجهيزات ب5% وأخيرا الزملاء في العمل ب2.50%.

قناة الخبر:

جاء في المرتبة الرابعة نقص الإمكانيات والتجهيزات بنسبة 11.54%، خامسا مصادر الأخبار ب7.69%، سادسا ضغط الجمهور بنسبة 3.85% ونفس النسبة بالنسبة لضغط الزملاء في العمل وأخلاقيات المهنة.



شكل رقم (32): الضغوط التي تؤثر على القائم بالإتصال

من خلال الأرقام والنسب السابقة نستخلص مايلي:

- يتعرض الصحفيون في قنوات الدراسة إلى مجموعة من الضغوط والتي تختلف درجة قوتها وترتيبها من قناة لأخرى ويمكننا أن نميز بين ثلاث أنواع من الضغوط:

1- **الضغوط القوية جدا وهي:** ضغط السلطة، ضغط مسؤول العمل، وضغط السياسة التحريية.

- تظهر ضغوطات السلطة في سن القوانين والتشريعات الإعلامية التي تنظم قطاع الإعلام عموما وقطاع السمعي البصري بالخصوص حيث تراقب سلطة ضبط السمعي البصري كل ما تبثه القنوات التلفزيونية (العمومية والخاصة) وتقوم بإعداد التقارير دورية لوزارة الإتصال، وتقوم بإعطاء الملاحظات وتسجيل كل المخالفات والتجاوزات المرتكبة مع إشعار المخالفين، وهذا يؤكد سيطرة السلطة على قطاع الإعلام خاصة السمعي البصري فرغم التعددية الإعلامية في الجزائر إلا أن السلطة لازالت تتحكم في دواليب

الإعلام من خلال ممارسة الرقابة عليه فالدولة الجزائرية مازالت تتعامل مع حرية التعبير بحذر لتفادي الإنزلاقات خاصة في ظل الظروف الداخلية والخارجية التي تعيشها البلاد خاصة الأمنية والإقتصادية، فالسلطة تدرك جيدا الدور الذي يلعبه الإعلام كسلطة رابعة من شأنها كشف الكثير من الغموض للجمهور قد يضر مصالح السلطة.

- يتعرض الصحفيون إلى ضغوط قوية من مسؤوليهم في العمل حيث يقومون بوضع جملة من التوجيهات يجب إحترامها، والتدخل الدائم للمسؤول قد يتحول إلى ضغط يؤثر سلبا على الأداء المهني للصحفي.

- السياسة التحريرية هي الأخرى تشكل أحيانا ضغطا للصحفي الذي يجد نفسه مقيدا وموجها لا يستطيع المبادرة أو تغطية أخبار أو أحداث وفق رغبته الشخصية بل وفق ما تقضيه وما يتناسب مع السياسة التحريرية.

2-الضغوط القوية: وهي مصادر الأخبار، ضغط الجمهور وأخلاقيات المهنة.

- يعاني الصحفيون في الجزائر (خاصة في الإعلام السمعي البصري) من صعوبات كبيرة في الوصول إلى مصادر المعلومات وقد تكون هذه الصعوبات مفتعلة كحرمان قناة الخبر مثلا من تغطية بعض الأنشطة الوزارية الرسمية وعدم توجيه الدعوة لها من طرف طاقم الحكومة بسبب ما يسمى بأزمة "براب" هذا ما ينعكس سلبا على تغطية الأخبار، رغم سن قوانين تسمح للصحفي بالوصول إلى مصادر الأخبار وتسهيل مهامه في ذلك.

تشكل أخلاقيات المهنة ضغطا أمام الصحفيين الذين لا يستطيعون بث أو تغطية حدث يتنافى وأخلاق المجتمع فالصحفي في هذه الحالة مجبر على أن يراقب نفسه ويحترم قيم المجتمع والأداب العامة.

- رأس مال المؤسسات الإعلامية هو جمهورها الذي يسعى دوماً إلى إشباع حاجاته ورغباته الإعلامية هذا الإندفاع من الجمهور قد يشكل ضغطاً على الصحفي الذي يجد نفسه عرضة للانتقادات إذا لم يقم بإرضاء الجمهور.

3- الضغوط المتوسطة (ضغط زملاء العمل - نقص الإمكانيات والتجهيزات).

- العمل الإعلامي عمل جماعي ومن أجل نجاحه يجب تضافر جهود كافة الطاقم الصحفي (المصور، الصحفي، التقني، المخرج) وإذا حدث خلل حلقة من حلقات الطاقم فإن هذا يؤثر بالسلب على المادة الإخبارية فكلما تفاهم الطاقم كلما كان العمل ناجحاً ومتميزاً والعكس صحيح، وهذا التكامل لا يكتمل إلا إذا توفرت الإمكانيات والتجهيزات. وفي هذا الإطار تعاني قناتي دزير TV وقناة الخبر من نقص في بعض التجهيزات والتقنيات وهو ما يجعل عملها الإعلامي أحياناً ناقصاً ومحدوداً وروتيني فمثلاً قناة الخبر لا تستطيع حجز مساحة على الأقمار الصناعية لإجراء حوار على الهواء مع شخص من خارج الوطن.

- مما سبق يمكننا القول أن الصحافة تسمى مهنة المتاعب بسبب الظروف الصعبة التي يعمل فيها الصحفيون في الجزائر والذين يبرهنون من يوم لآخر عن تحديهم للصعاب ومواصلة أداء رسالتهم الإعلامية النبيلة محاولين تذليل الصعوبات بالإجتهد والتعاون لتقديم خدمة إخبارية متميزة تليق بالمشاهد الجزائري وتلبي حاجاته وإهتماماته.

جدول رقم (44) : ترتيب القائم بالاتصال لمصادره أثناء التغطية الإخبارية

قناة الخبر		دزاير TV			الجزائرية الثالثة			إسم القناة	
الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المصادر
03	%23.08	06	03	%15	06	02	%25	20	وكالات الأنباء
07	%3.85	01	07	%2.50	01	04	7.50%	06	الإذاعة
06	%3.85	01	04	%10	04	03	%10	08	قنوات تلفزيونية
02	%19.23	05	02	%22.5	09	05	%6.25	05	الصحف
04	%7.69	02	05	%10	04	06	%05	04	الجمهور
01	%34.62	09	01	%32.5	13	01	%42.5	34	الهيئات الرسمية والوزارات
05	%7.69	02	06	%7.50	03	07	%3.75	03	مواقع أنترنت
	100	26		100	40		100	80	المجموع

- من خلال الجدول السابق الذي يبين لنا ترتيب الصحفيين لمصادر المعلومات التي يعتمد عليها عند جمعهم للأخبار نلاحظ مايلي:

الجزائرية الثالثة: جاء الترتيب على النحو التالي

1/الهيئات الرسمية والوزارات42.50%

2/وكالات الأنباء25%

3/قنوات تلفزيونية10%

4/الإذاعة7.50%

5/الصحف6.25%

6/الجمهور05%

7/الأنترنت 3.75%

قناة دزاير TV:

1/الهيئات الرسمية والوزارات 32.50%

2/الصحف 22.50%

3/وكالات الأنباء 15%

4/قنوات تلفزيونية 10%

5/الجمهور 10%

6/الأنترنت 7.50%

7/الإذاعة 2.50%

قناة الخبر:

1/الهيئات الرسمية والوزارات 34.62%

2/وكالات الأنباء 23.08%

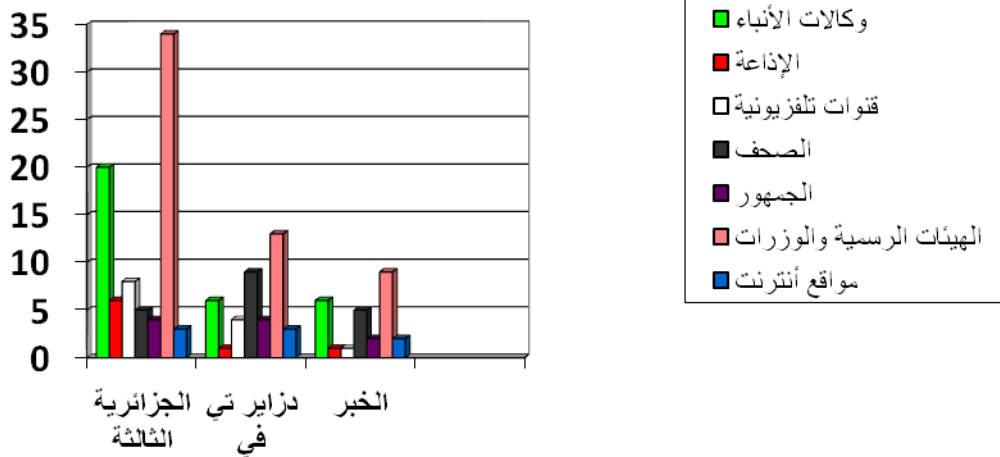
3/الصحف 19.23%

4/الجمهور 7.69%

5/الأنترنت 7.69%

6/قنوات تلفزيونية 3.85%

7/الإذاعة 3.85%



شكل رقم(33) : ترتيب القائم بالاتصال لمصادره أثناء التغطية الإخبارية

مما سبق نستخلص ما يلي:

- إعتقاد قنوات الدراسة الثلاث على عدد من مصادر المعلومات وعلى رأسها الهيئات الرسمية والوزارات التي تعتبر المزود الرئيسي لمختلف المؤسسات الإعلامية بالمعلومات الرسمية خاصة بعد إنفتاح هذه الهيئات والوزارات على جمهورها وعلى مختلف وسائل الإعلام من خلال البيانات والتقارير التي تعدها، فالصحفي يلجأ إليها للحصول على معلومات وأرقام دقيقة تجنبه الوقوع في أخطاء مهنية كما يلجأ إليها للحصول على الردود إنشغالات وإهتمامات المواطن ولو أن هذه الوزارات في الكثير من الأحيان تقوم بنشر ما يخدم مصلحتها فقط، وتتعامل الوزارات بشكل يومي مع القنوات التلفزيونية خاصة العمومية بإرسال تقارير ودعوات لتغطية الزيارات الوزارية والنشاط الحكومي بينما يجد صحفيو القطاع الخاص(دزايير TV) وخاصة قناة الخبر صعوبة في الدخول إلى الهيئات الرسمية والوزارات ففي مقابلة أجريناها مع مدير الأخبار لقناة الخبر السيد عاطف قدادرة الذي كشف لنا قناة الخبر مستهدفة من طرف بعض الأشخاص والشخصيات البارزة وهي تحرم من تغطية بعض الأنشطة الرسمية ما يجعل القناة تلجأ إلى طرق أخرى للحصول على الأخبار الرسمية سواء من وكالة الأنباء أو من المواقع الرسمية للوزارات.

- تلجأ قنوات الدراسة إلى وكالات الأنباء للحصول على الأخبار والمعلومات وهذا راجع لعدة أسباب أهمها توفر المعلومات لدى وكالات الأنباء وهو ما يجعل الصحفي يعمل في راحة وببذل أقل جهد إذ ينتقي الأخبار من مكتبه في مقر العمل ومطالعة برقيات وكالات الأنباء فيقرأها ويلخصها أو يقوم بترجمتها، وبالرغم من دور وكالات الأنباء في إمداد القنوات التلفزيونية إلا أنها تحد من دور الصحفي الذي يصبح مجرد مطالع للأخبار أو موظف إداري بينما مهنة الصحافة تتطلب العمل الميداني والحضور الدائم في مسرح الأحداث.

- تعتمد قنوات الدراسة (الخبر وديزير TV) على الصحف في على الأخبار وهذا راجع إلى طبيعة هذه المؤسسات التي لديها عناوين صحفية في الصحافة المكتوبة قناة الخبر (جريدة الخبر) قناة دزير TV (جريدة وقت الجزائر باللغتين العربية والفرنسية) هذا ما جعل الصحف مرجعا للقناتين لتزويد الجمهور بالأخبار.

رتب صحفيو القنوات الثلاث الجمهور من بين مصادر المعلومات خاصة في قناتي الخبر وديزير تي في وهذا راجع إلى إعطاء المواطن حصة الأسد في المضامين الإعلامية التي تبثها القنوات الخاصة خاصة في التغطية الإخبارية وذلك لإعتمادها على مراسلين في مختلف الولايات الجزائرية والذين بحكم قربهم من مواطني الجزائر العميقة يرصدون إنشغالات وإهتمامات سكان مختلف المناطق.

- تبقى الأنترنت من بين مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفيون في الحصول على الأخبار ولو بنسب ضئيلة في قنوات الدراسة خاصة في الجزائرية الثالثة وهذا راجع إلى عدم الثقة في مضامين الأنترنت والذي تحتم على المؤسسات الإعلامية التأكد من المعلومات وفحصها قبل بثها وهو ما يتطلب جهدا ووقتا كبيرين.

- إضافة إلى المصادر السابقة هناك مصادر أخرى وهي الإذاعة والقنوات التلفزيونية التي يستند عليها الصحفيون للحصول على الأخبار ومعلومات ويتم الإعتماد على قنوات تلفزيونية للحصول على الصور ومقاطع فيديو خاصة من طرف قناتي الخبر ووزاير تي في هذا ما جعل المختصين يتطرقون لحقوق نقل صور من دون إشعار المؤسسة الأصلية او دفع حقوق نقل الصور وهو ما طرح العديد من المشاكل للقنوات الخاصة.

جدول رقم(45): دور القائم بالإتصال إزاء المصدر في قنوات الدراسة

إسم القناة		الجزائرية الثالثة			دزاير TV			الخبر	
دور الصحفي	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
نقل تصريحات المصدر	60	75%	01	22	55%	01	12	46.15%	01
إنتقاء ما يتناسب مع سياسة المؤسسة	13	16.25%	02	07	17.50%	02	07	26.92%	02
صناعة الخبر مع المصدر	02	2.50%	04	03	7.50%	04	02	07.69%	04
توجيه تصريحات المصدر	01	1.25%	05	02	05%	05	01	03.85%	05
مناقشة المصدر	04	05%	03	06	15%	03	04	15.38%	03
المصدر يصنع الخبر	00	00%	06	00	00%	06	00	00%	06
المجموع	80	100		40	100		26	100	

من خلال المعطيات السابقة نلاحظ مايلي:

- يلعب صحفيو القنوات الثلاث دور نقل تصريحات المصدر بالدرجة الأولى حيث بلغت النسبة 75% في الجزائرية الثالثة و55% في قناة دزاير تي في، و46.15% في قناة الخبر.

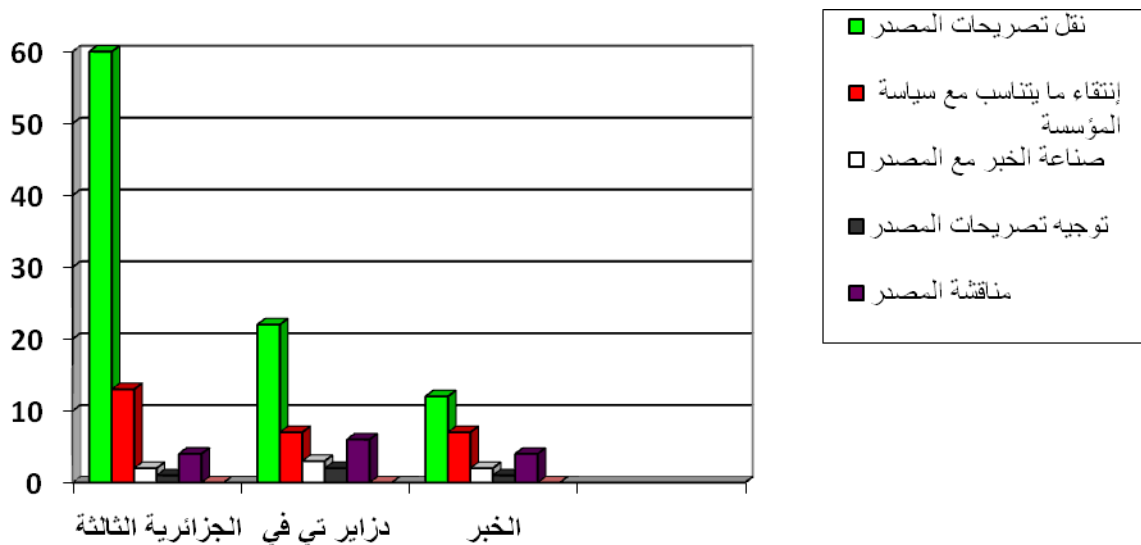
- تحتل المرتبة الثانية الفئة التي ترى أن دورها يتمثل في إنتقاء ما يتناسب مع سياسة التحرير من المصدر حيث قدرت النسب على النحو التالي: 16.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 17.50% في قناة دزاير TV و26.92% من صحفيي قناة الخبر.

- جاءت في المرتبة الثالثة فئة الصحفيين الذين يرون أن دورهم مناقشة المصدر حيث قدرت نسبتهم ب 05% في الجزائرية الثالثة و 15% في قناة دزاير تي في، و 15.38% في قناة الخبر.

- إحتلت المرتبة الرابعة الفئة التي ترى أن دورها هو صناعة الخبر مع المصدر حيث بلغت النسبة 2.50% في الجزائرية الثالثة و7.50% في قناة دزاير تي في وبلغت 7.69% في قناة الخبر.

- جاءت في المرتبة الخامسة فئة الصحفيين الذين يرون أن دورهم هو توجيه المصدر حيث بلغت النسبة 1.25% في الجزائرية الثالثة، و05% في دزاير تي في و3.85% في قناة الخبر.

- في ما يخص صنع المصدر للخبر فالصحفيون في القنوات الثلاث إمتنعوا عن الإجابة.



شكل رقم (34) : دور القائم بالاتصال إزاء المصدر.

من خلال النتائج السابقة نستخلص ما يلي:

- إكتفاء الصحفيين في القنوات الثلاث بدور نقل المعلومات من المصدر كما هي ما يجعل الأخبار تتصف بالرتابة وخالية من التحليل، كما يلجأ الصحفيون إلى تطويع

المعلومات التي يتلقونها من المصدر مع ما يتناسب مع السياسة التحريرية لمؤسساتهم الإعلامية وأحيانا يلجأ إلى الإجتهد في الشرح والتفسير والتعمق من خلال البحث في خلفيات الخبر، وعموما فإن مصدر المعلومات أصبح يعرف إهتمامات وتوجهات الصحفيين لذا يحاول دائما إعطاء قدر كافي من المعلومات للصحفيين الذين يقومون بصنع أخبارهم وفق هذه المعطيات.

جدول رقم (46) : مدى إعتاد الصحفيين على الجمهور كمصدر الأخبار

لا أعتد إطلاقا			نادرا			أحيانا			
الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	إسم القناة
05	16	43	10	14	30	11	10	07	التكرار
%19.23	%40	%53.75	%38.46	35	37.5	42.31	25	8.75	النسبة المئوية

- يبين الجدول السابق مدى إعتقاد صحفيي القنوات محل الدراسة على الجمهور كمصدر للأخبار حيث جاءت النسب على النحو التالي:

- 8.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة و 25% من صحفيي دزاير TV و 42.31% من صحفيي قناة الخبر يعتمدون أحيانا على الجمهور كمصدر للأخبار.

- 37.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة، و 35% من قناة دزاير TV و 38.46% من صحفيي قناة الخبر نادرا ما يعتمدون على الجمهور كمصدر للأخبار.

- 53.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 40% من صحفيي دزاير تي في و 19.23% من صحفيي قناة الخبر لا يعتمدون إطلاقا على الجمهور كمصدر للأخبار.

من خلال المعطيات السابقة نستخلص مايلي:

- أغلب الصحفيين في القنوات الثلاث لا يعتمدون على الجمهور كمصدر للخبر حيث إستخلصنا هذا في الجدول ما قبل السابق حيث جاء ترتيب الجمهور كمصدر للخبر في المرتبة الرابعة في قناة الخبر، والخامسة في قناة دزاير تي في والمرتبة السادسة في قناة الجزائرية الثالثة حيث تبين هذه النتائج محدودية دور الجمهور في الأخبار حيث أصبح مجرد متابع للأخبار ونادرا ما يكون هو مصدرا لها.

جدول رقم (47): طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	نوع الضغوط
7.69%	02	15%	06	20%	16	الزملاء في العمل
53.85%	14	50%	20	37.50%	30	ضغط الرؤساء
23.08%	06	20%	08	25%	20	السياسة التحريرية
3.85%	01	00%	00	8.75%	07	عامل الزمن
11.54%	03	15%	06	8.75%	07	نقص وسائل العمل
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

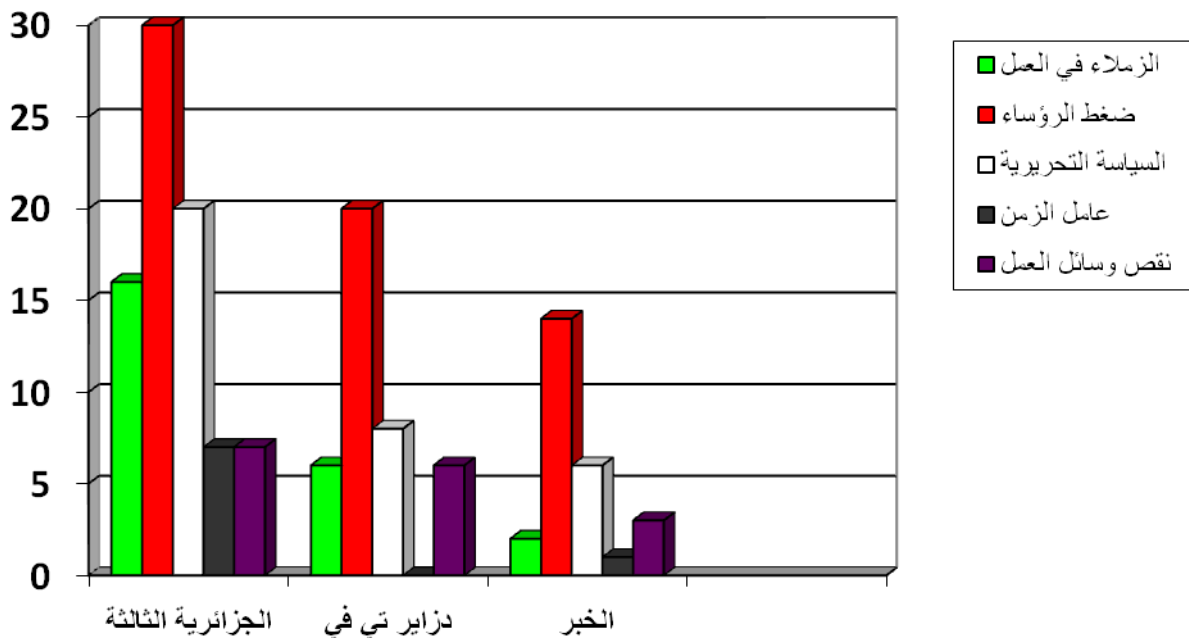
الجزائرية الثالثة:

37.50% من الصحفيين يتعرضون لضغوطات رؤساء التحرير، و25% منهم للسياسة التحريرية، في حين 20% منهم يتعرضون لضغوط من زملائهم، وبنسبة قليلة فإن الصحفيين يتعرضون لضغط العامل الزمني، ونقص وسائل العمل بنسبة 8.75% لكلا العاملين.

دزاير TV: 50% من الصحفيين يتعرضون لضغوط رؤسائهم، و15% منهم لنقص وسائل العمل في حين نجد الضغوط من زملاء العمل وضغط السياسة التحريرية بنسبة 15% و20% على التوالي.

قناة الخبر:

53.85% من الصحفيين يتعرضون لضغوطات رؤسائهم و23.08% منهم لضغط السياسة التحريرية في حين 11.54% من الصحفيين يعانون من نقص وسائل العمل و7.69% منهم يشكون من ضغط زملائهم في العمل في حين 3.85% منهم فقط يعانون من ضغط عامل الزمن.



شكل رقم (35): طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة

من الشكل السابق نستنتج مايلي:

- إختلاف وتنوع الضغوطات التي يعاني منها الصحفيين في القنوات الثلاث لكن القاسم المشترك بينهما وهو معاناة الصحفيين من ضغط الرؤساء بالدرجة الأولى وهذا راجع إلى مهام رؤساء الأقسام ومديري الأخبار وصرامتهم في مراقبة المادة الإخبارية وتكليف الصحفيين بأداء مهامهم الموكلة إليهم وكثرة القرارات والتعديلات التي تحدث أثناء جمع المادة الإخبارية وتحضيرها للبت هي التي تشكل نوعا من الضغط على الصحفي الذي

لا يشعر بالحرية في معالجة الأخبار كما أن التوجيهات والنصائح المتكررة وكثرة إجتماعات العمل يعتبرها الصحفيون ضغط عليهم.

- نجد ضغط السياسة التحريرية في الدرجة الثانية من حيث الضغوط التي يشتكي منها الصحفي، والسياسة التحريرية هي التي توجه الصحفي أثناء تغطيته الإخبارية وتجعل حرية الصحفي محدودة فأحيانا يقوم ببذل جهد كبير للحصول على خبر معين وفي نهاية المطاف يتم إلغاء الخبر من البث بسبب تعارضه مع السياسة التحريرية وهو ما يعتبره الصحفيون ضغطا أو العكس من ذلك فقد يجد الصحفي نفسه يعرض موضوعا معيناً هو شخصياً غير مقتنع به.

في قناتي الخبر وديزير TV يشتكي عمال المؤسسات من نقص الإمكانيات ووسائل العمل وهو ما يؤثر على عملهم كما وكيفا كنقص القاعات وحاسبات المونتاج والعدد المحدود من الكاميرات يجعل الصحفي دائما في صراع مع الزمن لتحضير مادته الإخبارية.

جدول رقم (48) : تأثير السياسة التحريرية على الصحفيين

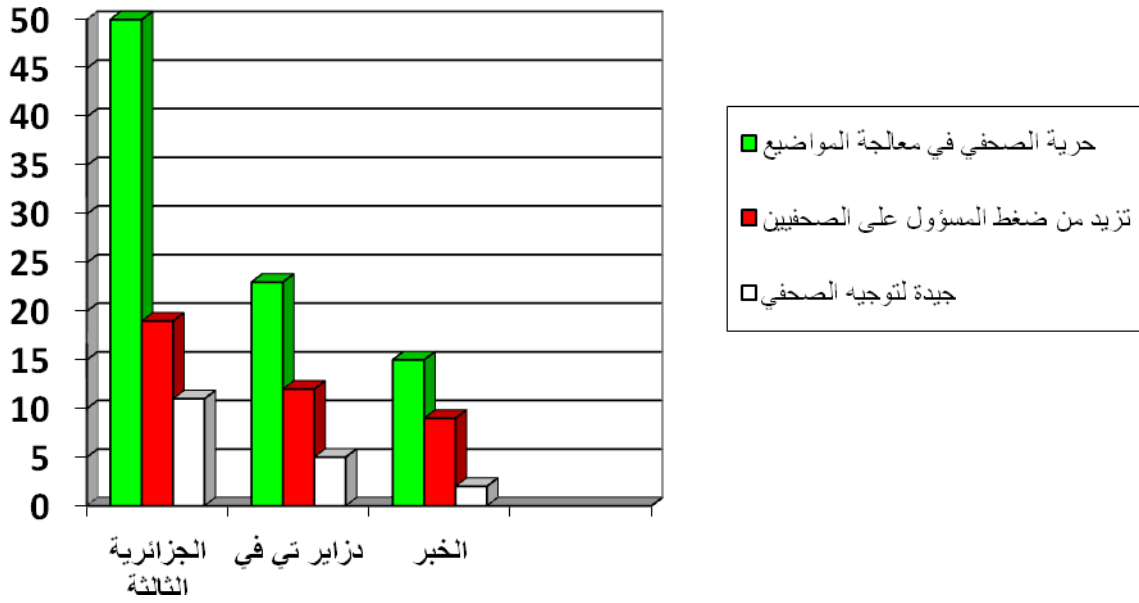
قناة الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	التأثير
57.69%	15	57.50%	23	62.50%	50	حرية الصحفي في معالجة المواضيع
34.62%	09	30%	12	23.75%	19	تزيد من ضغط المسؤول على الصحفيين
07.69%	02	12.50%	05	13.75%	11	جيدة لتوجيه الصحفي
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- إتفق المبحوثون على أن السياسة التحريرية المتبعة في القنوات الثلاث تحد من حرية الصحفي في معالجة المواضيع حيث قدرت النسب على النحو التالي: 62.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 57.50% من صحفيي دزاير تي في، و 57.69% من صحفيي قناة الخبر.

أجمع المبحوثون في قنوات الدراسة على أن السياسة التحريرية تزيد من ضغط المسؤول عليهم حيث جاءت في المرتبة الثانية إذ بلغت نسبة الإجابات 23.75% في الجزائرية الثالثة، 30% في قناة دزاير تي في و 34.62% في قناة الخبر.

- في المرتبة الثالثة نجد أن السياسة التحريرية جيدة لتوجيه الصحفي حيث جاءت الإجابات وفق النسب التالية: 13.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 12.50% في قناة دزاير تي في و 7.69% من صحفيي قناة الخبر.



شكل رقم (36): تأثير السياسة التحريرية على القائم بالإتصال

مما سبق نستخلص ما يلي:

- تلعب السياسة التحريرية دورا بارزا في توجيه الصحفيين ووضع حدود لمعالجتهم للأخبار ونقل الأحداث والوقائع، وتختلف السياسة التحريرية من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، هذه السياسة التحريرية حسب إجابات المبحوثين تحد من حرية معالجتهم للمواضيع وفق رغباتهم حيث يخضعون للرقابة داخل غرف الأخبار من طرف حارس البوابة (رئيس التحرير، أو مدير القناة، أو مدير الأخبار) والذي يقوم بفرض توجيهات وتعليمات يجب على الصحفي احترامها وتنفيذها هذا ما يجعل نوعا من الضغط على الصحفي، في حين نجد أن بعض الصحفيين يرون أن السياسة التحريرية جيدة لتوجيههم فكلما إحترم الصحفي هذه السياسة كلما رشح (ص 424) مادته الإخبارية للبت، خاصة في المؤسسات الإعلامية العمومية (قناة الجزائرية الثالثة) تكون مراقبة المحتوى الإخباري صارمة، فصحفيو القطاع العمومي الأكثر حذرا عند معالجة الأخبار خوفا من ارتكاب أخطاء مهنية تتنافى والسياسة التحريرية للمؤسسة، ورغم القرارات الفوقية إلا أن قناة

الجزائرية الثالثة في السنوات الثلاث الأخيرة (بعد ظهور القنوات الخاصة) التي أصبحت تنافسها وكسبت في وقت وجيز جمهورا كبيرا هذا ما فرض على المؤسسة العمومية للتلفزيون تغير نوعا من سياستها التحريرية التي كانت سابقا مبنية على إبراز الوجه الجمالي وإنجازات الحكومة فقط، اليوم أصبحنا نشاهد مضامين إخبارية أكثر قربا من واقع المواطن وأصبح المشاهد الجزائري يشاهد إنتقادات ورصد إنشغالاته في القناة العمومية، وهذا التغيير أو التعديل في السياسة التحريرية فرضته عدة ظروف أهمها ظهور عدد كبير من القنوات الخاصة والتدفق الإخباري الكبير للمعلومات عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي أصبحت متنفسا لنقل إنشغالات وهموم المواطن ومنبرا لنشر مئات الأخبار يوميا بالصوت والصورة والكتابة.

- مما سبق يمكننا القول أنه لكل مؤسسة إعلامية سياسة تحريرية يجب توضيحها لعمالها حتى يدركوا جيدا المهام الملقاة على عاتقهم والإلتزام بها عند معالجة الأخبار وبثها.

جدول رقم (49): مدى تلقي القائم بالاتصال لتعليمات حارس البوابة.

لا تصلني إطلاقا			تصلني إلى حد ما			تصل بشكل جيد			البديل
الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	الخبر	دزاير TV	الجزائرية 3	القناة
02	02	00	09	10	15	15	28	65	التكرار
%7.69	%05	%00	%34.65	%25	%18.75	%57.69	%70	%81.25	النسبة

من خلال المعطيات السابقة نلاحظ مايلي:

- يرى 81.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة و70% من نظرائهم في قناة دزاير تي في و57.69% من قناة الخبر أن تعليمات حارس البوابة حول السياسة التحريرية تصلهم بشكل جيد.

- 18.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة و25% من نظرائهم في قناة دزاير تي في و34.65% من قناة الخبر يرون أن تعليمات حارس البوابة تصلهم إلى حد ما.

- 05% من صحفيي دزاير TV و7.69% من نظرائهم في قناة الخبر يرون أن تعليمات حارس البوابة لا تصلهم إطلاقا.

من خلال النتائج السابقة نستخلص ما يلي:

- معظم الصحفيين في قنوات الدراسة تصلهم تعليمات حارس البوابة بشكل جيد ونسبة ضئيلة منهم لا تصلهم إطلاقا التعليمات وهذا راجع إلى فتح مسؤولي القنوات الحوار مع الطاقم الصحفي من خلال إجتماعات العمل اليومية التي تعطي فيها التعليمات والتوجيهات وطرق معالجة الأخبار وكيفية إنجاز مختلف التغطيات الإخبارية، وحارس البوابة ليس الوحيد المسؤول عن توجيه التعليمات لوحده بل قد يساعده رؤساء الأقسام (الثقافي ، الرياضي، الإقتصادي) لتخفيف الضغط عليه ولتوزيع المهام وأحيانا أخرى يتبادل أفراد قسم الأخبار النصائح في ما بينهم خاصة ذوو الخبرة المهنية للصحفيين

الشباب والجدد هذه التوجيهات تساهم بشكل فعال في تحسين أداء الصحفيين لمهامهم على أكمل وجه.

جدول رقم(50): حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
%84.62	22	%80	32	%71.25	57	دائما
%15.38	04	%20	08	%25	20	أحيانا
%00	00	%00	00	%3.75	03	نادرا
100	26	100	40	100	80	المجموع

- من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

71.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة، و80% من صحفيي قناة دزاير تي في

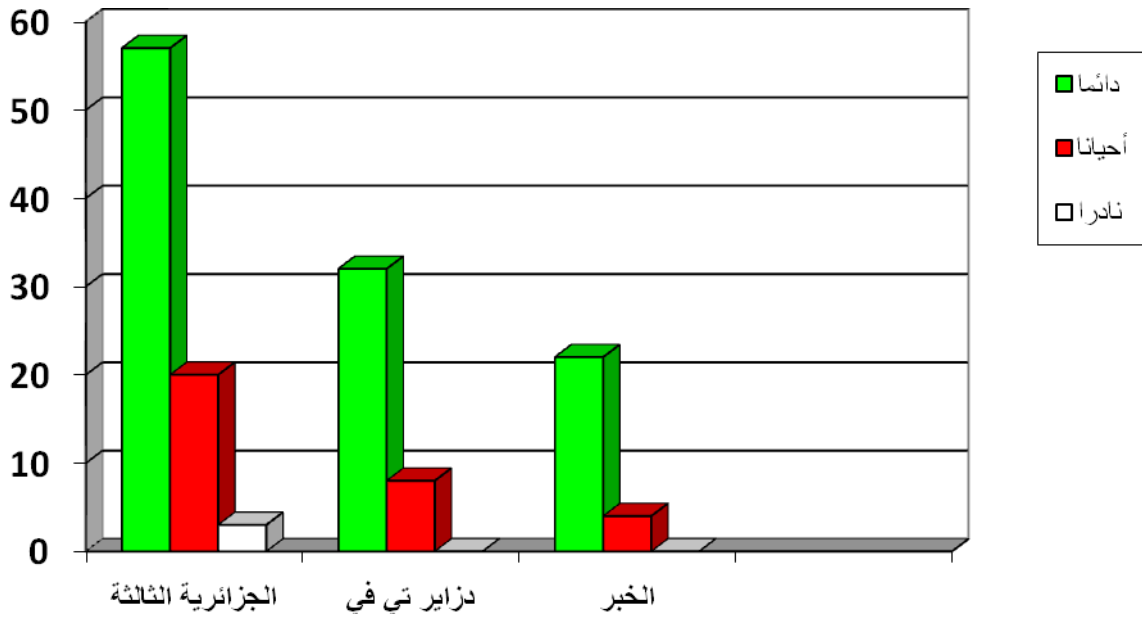
و84.62% من قناة الخبر يحضرون إجتماعات العمل بصفة دائمة.

25% من صحفيي الجزائرية الثالثة و20% من صحفيي دزاير تي في و15.38% من

قناة الخبر يحضرون إجتماعات العمل بصفة متذبذبة.

سجلنا أيضا أن 3.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة نادرا ما يحضرون إجتماعات

العمل.



شكل رقم (37): حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل.

من خلال النسب والمعطيات السابقة نستخلص مايلي:

أغلب المبحوثين في قنوات الدراسة الثلاث يحضرون إجتماعات العمل اليومية، وهذا تقليد صحفي حيث يجتمع الطاقم الإخباري يوميا من مرتين إلى أربع مرات في اليوم ويبقى إجتماع الفترة الصباحية من أهم الإجتماعات حيث يتم فيه توزيع المهام على الصحفيين وإستقبال إقتراحاتهم وتبادل الآراء والأفكار ورسم ورقة طريق النشرة الإخبارية، كما نجد أن أغلب القنوات التلفزيونية يقوم مسؤولوها بعقد إجتماعين على الأقل في اليوم وهذا بحكم طبيعة العمل الصحفي الذي يتم من خلاله تقسيم العمل والمهام على الفرق الصحفية فنجد فرقة صحفية تعمل صباحا وأخرى في المساء ويقوم حارس البوابة بين هذه الفرق التي تلتقي عند نهاية دوامها ويتم تبادل المهام، وعموما نقول أن إجتماع العمل اليومي جد مهم وضروري للمؤسسات الإعلامية لضمان عمل إخباري في المستوى، كما أن هذه الإجتماعات فرصة للعمال لطرح أفكارهم وحت إنشغالاتهم المهنية في بعض الأحيان.

جدول رقم(51) : تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل

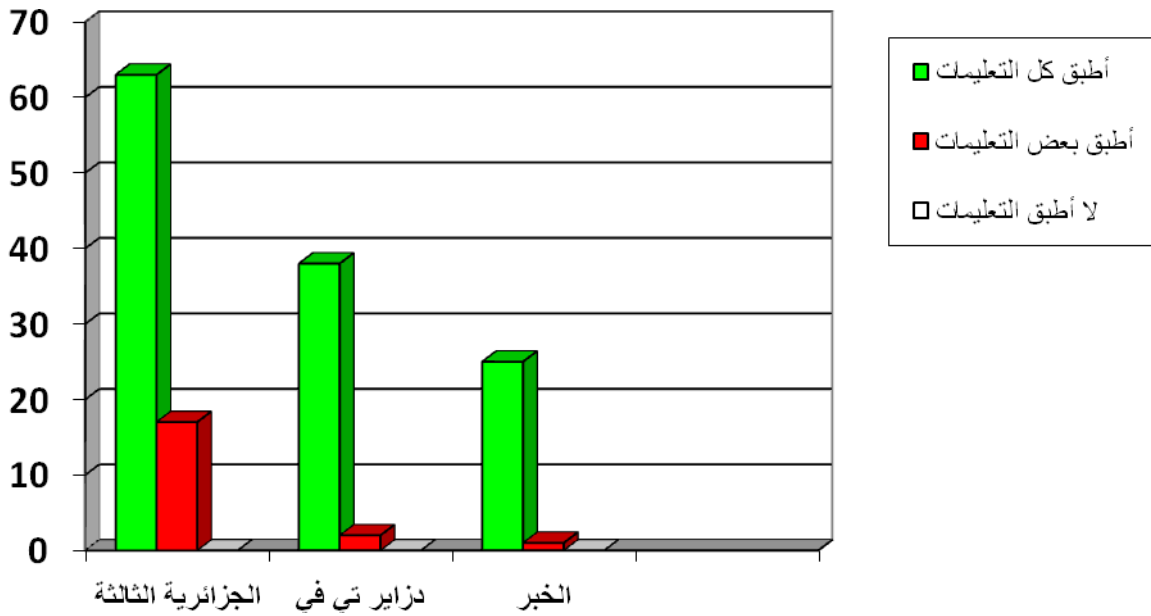
الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
%96.15	25	%90	38	%78.75	63	أطبق كل التعليمات
%03.85	01	%10	02	%21.25	17	أطبق بعض التعليمات
%00	00	%00	00	%00	00	لا أطبق التعليمات
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

78.75% من مبحوثي الجزائرية الثالثة يطبقون كل التعليمات التي تعطى لهم في إجتماعات العمل و90% في قناة دزاير تي في و96.15% في قناة الخبر يطبقون التعليمات كاملة.

21.25% من مبحوثي الجزائرية الثالثة و10% من مبحوثي قناة الخبر يطبقون بعض تعليمات إجتماعات العمل فقط.

مبحوثي قنوات الدراسة الثلاث إمتنعوا عن البديل "لا أطبق التعليمات" حيث بلغت نسبة الإجابة 00% في القنوات الثلاث.



شكل رقم (38): تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل

من خلال النسب السابقة نستنتج ما يلي:

تطبيق أغلب المبحوثين في قنوات الدراسة التعليمات التي يتلقونها في إجتماعات العمل وهذا راجع بالدرجة الأولى لوعيهم بأهمية هذه التعليمات وتخوفهم من مسؤوليهم في الدرجة الثانية، وغالبا ما تكون هذه التعليمات في شكل نصائح وتوجيهات وإرشادات مهنية الغاية منها تكييف المواضيع مع السياسة التحريرية أو توجيه الصحفيين إلى مهام معينة.

جدول رقم (52) : عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	عدد الأعمال
23.08%	06	20%	08	58.57%	47	عمل واحد
46.15%	12	40%	16	21.25%	17	عملين
15.38%	04	27.50%	11	12.50%	10	ثلاثة أعمال
15.38%	04	12.50%	05	07.50%	06	غير محدد
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

قناة الجزائرية الثالثة:

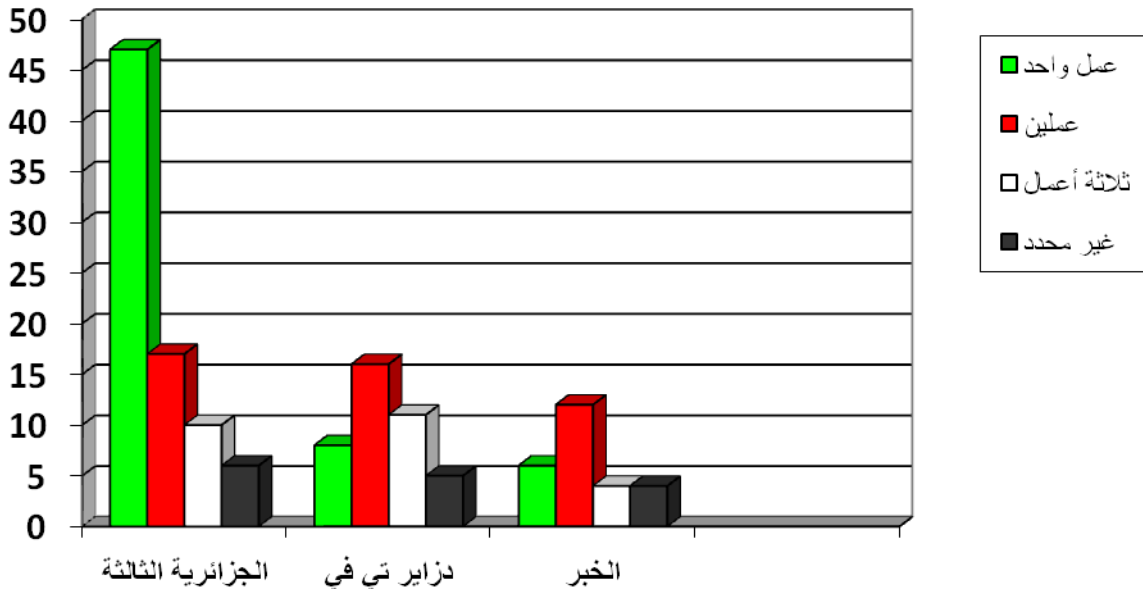
58.75% من مبحوثي القناة يقوم بإنجاز عمل واحد يوميا، و21.25% منهم ينجز عملين، في حين 12.50% ينجز ثلاثة أعمال بينما 7.50% يقوم بإنجاز عدد غير محدد من الأعمال يوميا.

قناة دزاير تي في:

20% من مبحوثي القناة ينجزون عملا واحد يوميا، و40% منهم ينجز عملين، في حين 27.50% ينجزون ثلاثة أعمال بينما نجد 12.50% ينجز عدد غير محدد من الأعمال يوميا.

قناة الخبر:

23.08% من مبحوثي القناة ينجزون عملا واحداً، 46.15% ينجز عملين إثنين، و15.38% ينجزون ثلاثة أعمال في حين 15.38% ينجزون عدد غير محدد من الأعمال يوميا.



شكل رقم (39): عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا.

من خلال المعطيات والنسب السابقة نستنتج مايلي:

أغلب الصحفيين في الجزائرية الثالثة يقومون بإنجاز عمل صحفي في اليوم وهذا راجع إلى توزيع المهام على الصحفيين وكثرتهم وهو ما يجعلهم يعملون في ظروف جيدة وبدون ضغط وهو ما ينعكس إيجابا على أدائهم المهني فالصحفي الذي توكل له مهمة إنجاز عمل واحد في اليوم يستطيع أن يبدع فيه ويتقنه.

أغلب المبحوثين في قناتي دزاير تي في والخبر يقومون بإنجاز أكثر من عملين في اليوم وهذا راجع أساسا إلى كثرة المواضيع الإخبارية والأحداث وقلة الإمكانيات البشرية للقنوات الخاصة وهو ما يجعل مسؤوليها يعتمدون على صحفي واحد لتغطية أكثر من

حدث، وهذا ما يتسبب في ضغط على الصحفي الذي يجد نفسه يصرع الزمن لتحضير المادة الإخبارية في وقتها.

وعليه نقول أن الصحفيين في الجزائرية الثالثة يعملون نوعا ما في راحة وبدون ضغوط مقارنة بزملائهم في قناتي الخبر وذيير تي في.

يمكننا الإشارة أيضا إلى أن طبيعة الأحداث وتسارع الوقائع هي التي تفرض على الصحفي إنجاز أكثر من عمل، فغالبا ما يجد الصحفي نفسه أمام تغطية أكثر من حدث في اليوم وهو لا يستطيع التحكم في عدد المواضيع التي يغطيها ولا يستطيع رفضها أو عدم تغطيتها، وللتغلب على هذه الضغوطات تستجد مختلف القنوات التلفزيونية من عمالها الذين يكونون في فترة راحة أو عطلة والإتصال بهم متى إقتضت الضرورة، وهو ما تنص عليه أغلب عقود عمل الصحفيين التي تنص إحدى موادها أن الصحفي يبقى تحت تصرف مؤسسته حتى خارج أوقات عمله ويجب عليه الحضور في حال تم الإتصال به.

جدول رقم (53) : تعرض المادة الخبرية للقائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء.

الخبر		دزائر TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
%30.77	08	%40	16	%33.75	27	دائما
%65.38	17	%55	22	%57.50	46	أحيانا
%03.85	01	%05	02	%08.75	07	أبدا
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:

الجزائرية الثالثة:

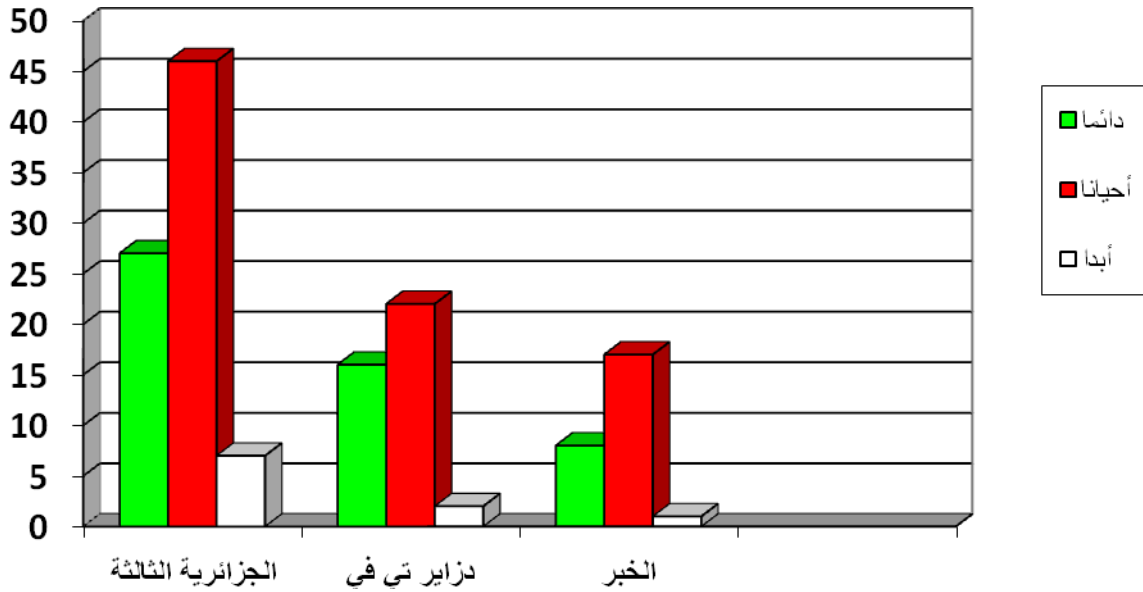
كشفت 33.75% من مبحوثي القناة أن مادتهم الإخبارية تتعرض للتعديل أو الإلغاء في حين يرى 57.50% منهم أنها أحيانا تتعرض لذلك، ونجد 8.75% منهم مادتهم الإخبارية لا يطرأ عليها أي تعديل أو لم تتعرض للإلغاء.

دزائر تي في:

40% من مبحوثي القناة مادتهم الإخبارية تتعرض للتعديل و الإلغاء بصفة دائمة في حين 55% منهم يرون أنها أحيانا تتعرض لذلك، بينما نجد 05% فقط مادتهم الإخبارية لا يطرأ عليها أي تغيير ولا تتعرض للإلغاء.

قناة الخبر:

يرى 30.77% من مبحوثي القناة أن مادتهم الإخبارية تتعرض دائما إلى التعديل أو الإلغاء، و 65.38% منهم أحيانا تتعرض مادتهم الإخبارية لذلك، في حين 3.85% فقط من الصحفيين مادتهم الإخبارية لا تتعرض أبدا إلى التغيير ولا إلى الإلغاء.



شكل رقم (40) : تعرض المادة الخبرية للقوائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء.

من خلال الأرقام والنسب السابقة نستخلص مايلي:

تعرض المادة الإخبارية التي يحضرها الصحفي بصفة كبيرة إلى التعديل أو الإلغاء وهذا راجع إلى الرقابة الممارسة داخل غرف الأخبار وهي نوعين الرقابة الذاتية، ورقابة حارس البوابة، فالأولى يمارسها الصحفي مع نفسه إذ يقوم بنفسه بوزن وتقييم مادته الإخبارية ومدى ملاءمتها للبث ويأخذ في الحسبان مجموعة من المعايير أهمها إحترام السياسة التحريرية وعدم التعارض معها، أما الرقابة الثانية فتتمثل في رقابة حارس البوابة الذي يقوم بمراجعة كل المواد الإخبارية التي تم تحضيرها وإعطاء مجموعة من الملاحظات للصحفيين ويطلب منهم تعديل مادتهم الإخبارية، وهناك عدة أنواع من التعديل فنجد التعديل في التحرير من خلال حذف جمل أو إضافة جمل أو تعديل في الصور وأحيانا أخرى في طريقة بناء المادة الإخبارية وأحيانا أخرى يتدخل حارس البوابة ويلغي الموضوع نهائيا من البث لأسباب يراها هو موضوعية.

ليست كل المواضيع قابلة للتعديل أو الإلغاء بل هناك مواضيع حساسة يجب التعامل معها بحذر خاصة تلك المتعلقة بسياسة الدولة أو أمنها أو بقضاياهم الرأي العام الجزائري.

تتعامل القنوات الخاصة(دزاير تي في والخبر) بحذر مع المواد الإخبارية التي يتم جمعها وهذا سعيًا من هذه القنوات إلى عدم الوقوع في المحذور، ونجد مسؤولي هذه القنوات يمارسون رقابة شديدة على الصحفيين والذي تنقص أغلبهم التجربة الإعلامية.

الجزائرية الثالثة و باعتبارها مؤسسة عمومية هي الأخرى يسعى مسؤولوها دائما إلى تقديم مادة إخبارية تخدم مصالح السلطة وتلغي المواد الإخبارية التي تتعارض مع ذلك.

وعموما نقول أن قنوات الدراسة تتعامل بحذر مع المواد الإخبارية وتمارس رقابة ذاتية على صحفييها وتجبرهم على إحترام سياستها التحريرية وتطويع مادتهم الإخبارية وفقها.

جدول رقم (54) : طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائه في العمل

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
%30.77	08	%30	12	%25	20	جيدة
%46.15	12	%47.50	19	%53.75	43	حسنة
%23.08	06	%22.50	09	%21.25	17	سيئة
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

صنف صحفيو قنوات الدراسة علاقاتهم برؤسائهم في العمل كما يلي:

الجزائرية الثالثة:

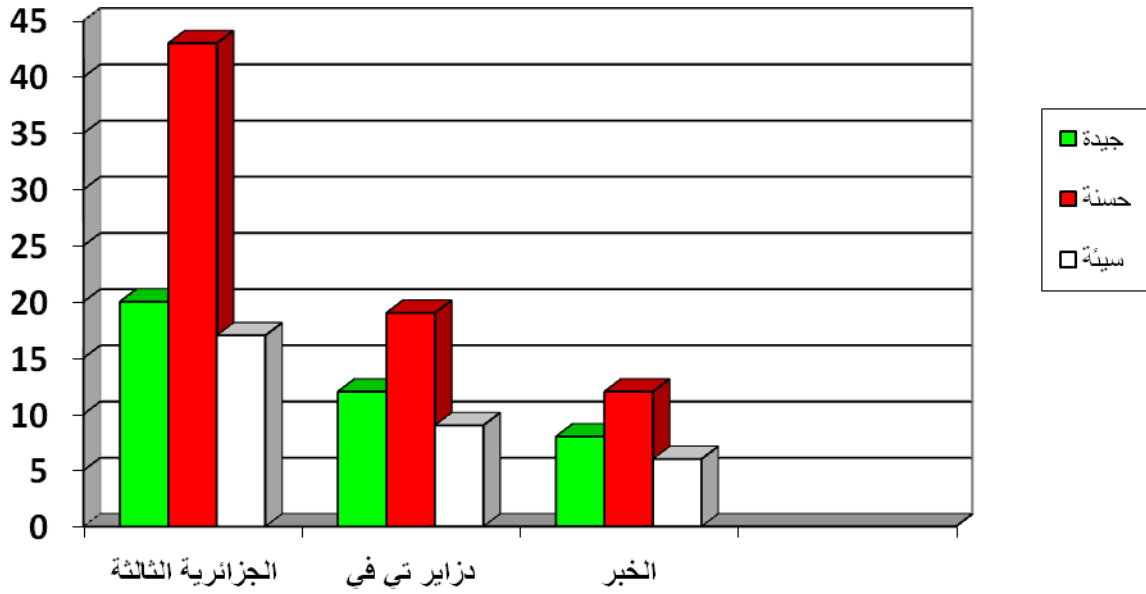
25% منهم أجاب بأنها جيدة، 53.75% يصنفها أنها علاقة حسنة في حين يرى 21.25% أنها علاقة سيئة.

دزاير TV:

يرى 30% من صحفيي القناة أن علاقاتهم برؤسائهم جيدة و 47.50% يصنفها علاقة حسنة في حين نجده 22.50% منهم يراها علاقة سيئة.

قناة الخبر:

30.77% من الصحفيين يصنفون علاقاتهم مع رؤسائهم بأنها جيدة، في حين يرى 46.15% منهم أنها حسنة، بينما 23.08% من مبحوثي القناة أجابوا بأنها علاقة سيئة.



شكل رقم (41) : طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائه في العمل

من خلال المعطيات النسب السابقة نستخلص وجود علاقة عمل حسنة بين الصحفيين ورؤسائهم في القنوات الثلاث وهذا ما يساعد على خلق جو عمل مريح ومحفز لبذل المزيد من الجهد والتفاني في العمل، حيث يلعب المسؤول أو حارس البوابة دورا كبيرا داخل وخارج غرفة الأخبار حيث لا يكتفي فقط بإجتماعات العمل أو إعطاء التعليمات والتوجيهات وفرض العقوبات بل يساهم في التقريب بين أسرة التحرير والوساطة بين الإدارة والصحفيين، وهذا لإبعاد الضغوطات عليهم. فالعمل الإعلامي هو عمل جماعي يتطلب التفاهم والتنسيق وتبادل الأفكار.

توجد بعض المشاكل بين الصحفيين ورؤسائهم وهو ما تولد عنه علاقة عمل سيئة قد تعرقل العمل الإعلامي وتعود أسباب هذه العلاقة السيئة في الغالب إلى نزاعات شخصية حول مناصب المسؤولية والصراع من أجل الترقية ما يجعل الصحفي يرفض وصاية حارس البوابة عليه ويفضل التعامل مع مسؤول القناة أو الإعتماد على نفسه وعدم تقبل تدخل الآخرين في عمله، وقد نجد داخل غرف الأخبار تكتلات عمل بين مجموعة من

الصحفيين أو تكتل قسم على قسم آخر سواء بسبب عدم التفاهم أو التنافس أو الغيرة المهنية.

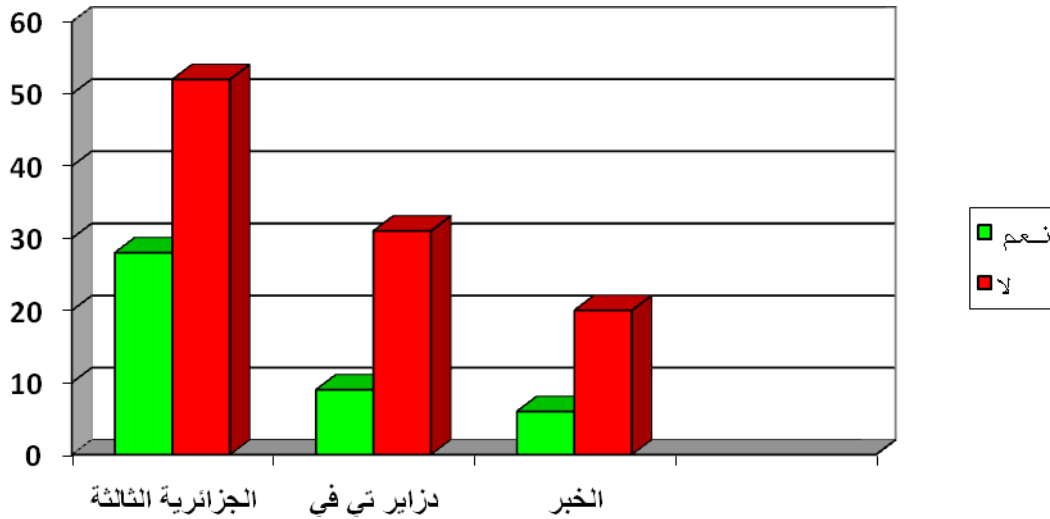
* عموما نقول أن علاقة العمل الجيدة بين المسؤول والصحفيين تنعكس إيجابا على الأداء الإعلامي الفردي والجماعي ومن ثمة تساهم في نجاح القناة.

جدول رقم (55): تعرض القائم بالإتصال لعقوبات في مؤسسته

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
23.08%	06	22.50%	09	35%	28	نعم
76.92%	20	77.50%	31	65%	52	لا
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال جمعنا للمعطيات السابقة نلاحظ ما يلي:

- 35% من صحفيي الجزائرية الثالثة تعرضوا لعقوبات مهنية داخل مؤسستهم في حين 65% منهم لم يعاقبوا.
- 22.50% من صحفيي دزاير TV تعرضوا لعقوبات و 77.50% لم يتعرضوا لها.
- 23.08% من صحفيي قناة الخبر تعرضوا لعقوبات و 76.92% لم يتعرضوا.



شكل رقم (42): تعرض القائم بالإتصال لعقوبات في مؤسسته

من الشكل السابق نستنتج ما يلي:

- أغلب الصحفيين في القنوات الثلاث لم يتعرضوا لعقوبات مهنية وهذا راجع إلى وعيهم التام بالمسؤولية الملقاة على عاتقهم وإحترام الخط لمؤسساتهم بالإضافة إلى المراقبة الحريصة والدائمة عليهم من طرف مسؤوليهم (رؤساء الأقسام) وإعطائهم توجيهات ونصائح مهنية تجنبهم الوقوع في الأخطاء الجسيمة والتي تكلفهم عقوبات مهنية متنوعة.

جدول رقم (56): نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالإتصال

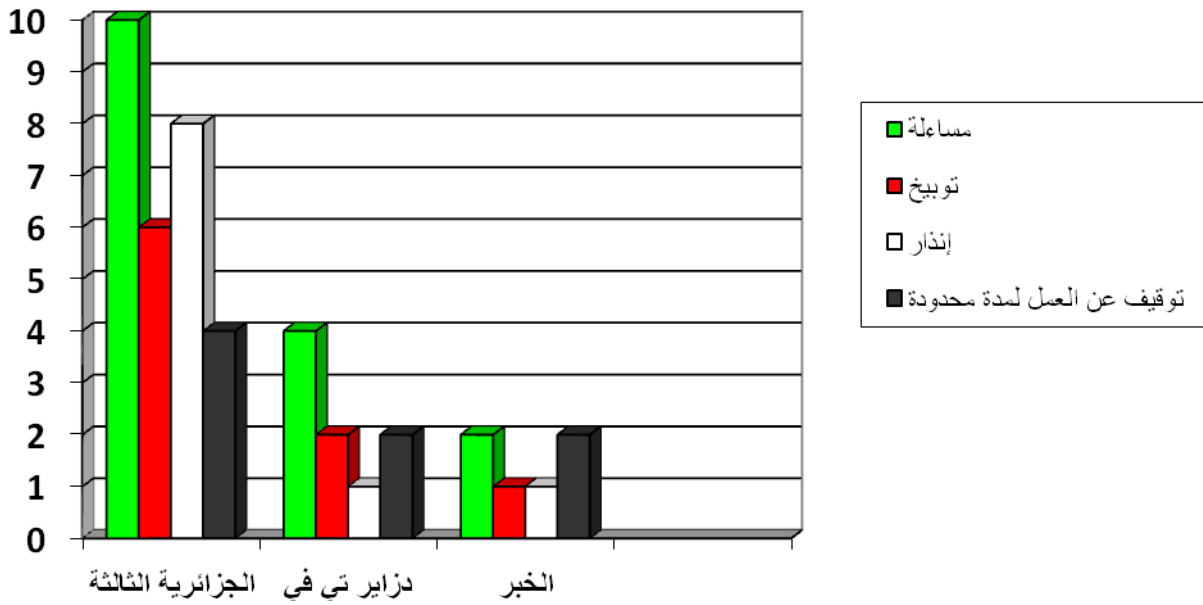
الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	نوع العقوبة
33.33%	02	44.44%	04	35.71%	10	مساءلة
16.67%	01	22.22%	02	21.43%	06	توبيخ
16.67%	01	11.11%	01	28.57%	08	إنذار
33.33%	02	22.22%	02	14.29%	04	توقيف عن العمل لمدة محدودة
100	06	100	09	100	28	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

الجزائرية الثالثة: تنوعت العقوبات المهنية التي تعرض لها صحفيو الجزائرية الثالثة حيث نجد عقوبة المساءلة في المرتبة الأولى ب 35.71% في حين عقوبة الإنذار 28.57% والتوبيخ 21.43% في حين نجد 14.29% من صحفي القناة تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل لمدة محدودة.

قناة دزاير TV: نجد 44.44% من صحفيي القناة الذين يتعرضون لعقوبات المساءلة، و 22.22% منهم يتعرض للتوبيخ ونفس النسبة منهم تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل و 11.11% منهم تعرضوا لعقوبة الإنذار.

قناة الخبر: 33.33% من صحفيي القناة المعاقبين تعرضوا للمساءلة و 33.33% تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل لمدة محدودة في حين نجد 16.67% من الصحفيين تراوحت عقوباتهم بين التوبيخ والإنذار بنفس النسبة.



شكل رقم (43): نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالإتصال

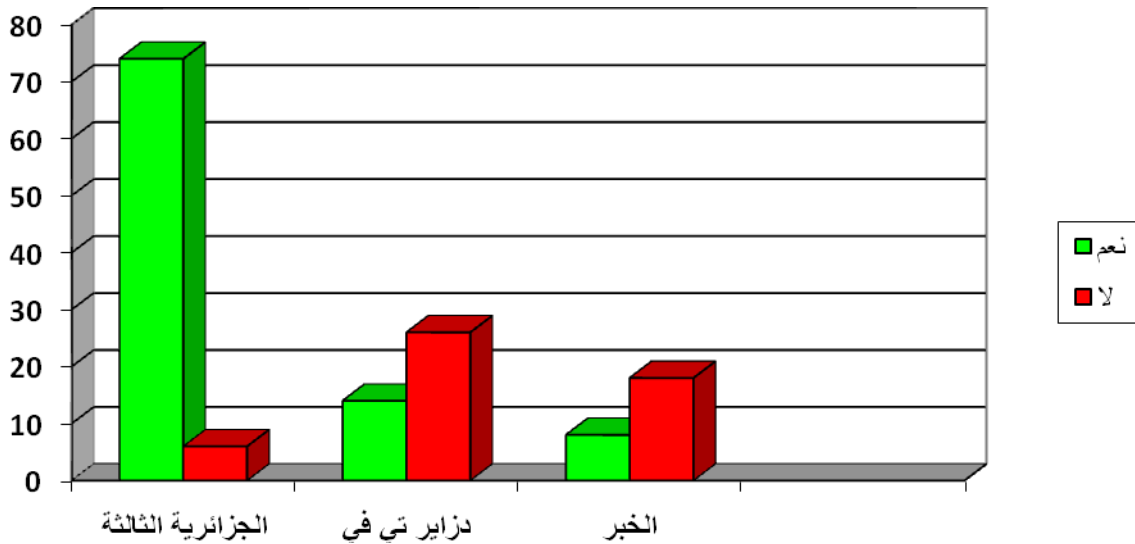
من خلال الشكل السابق نستخلص ما يلي:

- صرامة المؤسسات الإعلامية الثلاثة في التعامل مع طاقمها الصحفي من خلال تسليط عدد من العقوبات في ارتكاب أخطاء مهنية وتختلف درجة العقوبة حسب درجة الخطأ، ويتم تسليط العقوبات إستنادا على القانون الداخلي للمؤسسة أو الإتفاقية المشتركة أو حسب ما تضمنته بنود عقد العمل، وأي مخالفة تعرض صاحبها إلى العقوبات وهو ما يجعل الصحفيين أكثر إنضباطا في مهنتهم.

جدول رقم (57): شعور القائم بالإتصال بالإستقرار المهني.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الشعور بالأمن الوظيفي
30.76%	08	35%	14	92.50%	74	نعم
69.23%	18	65%	26	07.50%	06	لا
100	26	100	40	100	80	المجموع

- من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 92.5% من صحفيي الجزائرية الثالثة يشعرون بالرضا الوظيفي بينما 7.5% منهم لايشعرون به، أما في قناة دزاير TV فإن 35% من صحفييها يشعرون بالرضا أما 65% منهم لايشعرون به في حين صحفيي قناة الخبر فإن 30.76% يشعرون بالرضا الوظيفي في حين 69.23% منهم يشعرون بالرضا.



شكل رقم (44): شعور القائم بالإتصال بالإستقرار المهني.

من خلال الشكل السابق نستنتج مايلي:

- صحفيو الجزائرية الثالثة (مؤسسة عمومية) أغلبهم يشعر بالرضا الوظيفي وهذا راجع أساسا إلى طبيعة عقود عملهم التي تربطهم بمؤسستهم التي تحصى حقوقهم وتوضح واجباتهم وتحدد المسؤولية الملقاة على عاتق كل صحفي أو مسؤول عليه، في حين فإن نسبة عدم الرضا الوظيفي في قناتي دزاير TV والخبر مرتفعة وهذا راجع أيضا إلى طبيعة عقود الصحفيين وتسلط إدارة القنوات التي تقوم بتسريح عمالها كل مرة من دون أسباب ودون تعويض، فمثلا قناة الخبر شهدت عدم إستقرار داخل طاقمها الصحفي والذي كل مرة يتغير بسبب تخوف الصحفيين من غلق القناة بعد تهديدها من طرف وهذا بعد قضية "يسعد ربراب".

- عدم الشعور بالرضا الوظيفي يؤثر على إستقرار المؤسسة وينقص من أدائها الإعلامي.

جدول رقم (58) : رأي القائم بالإتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه.

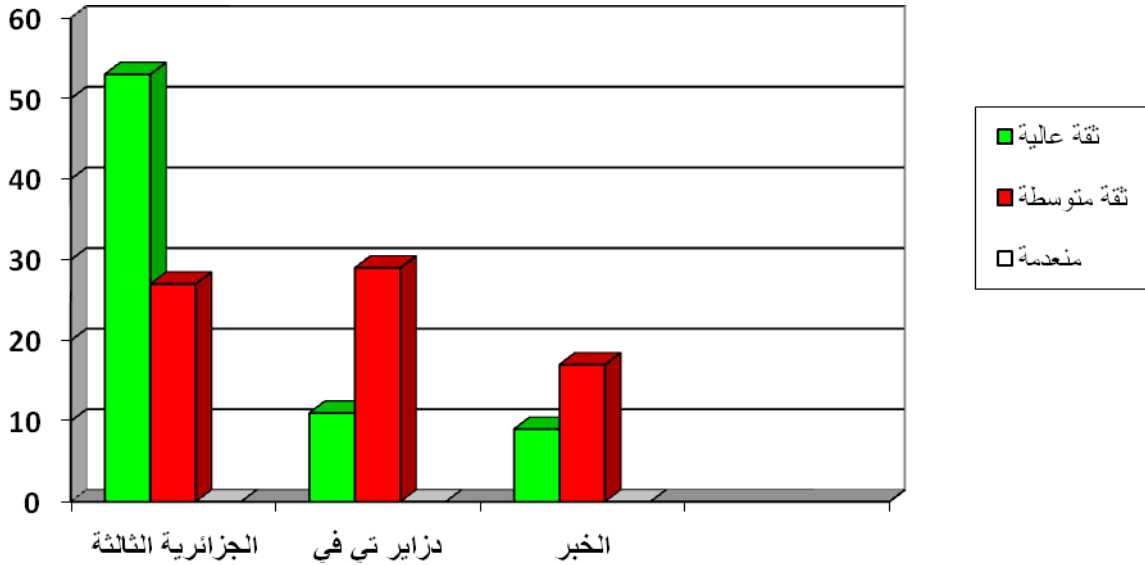
الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
65.38%	09	72.50%	11	66.25%	53	ثقة عالية
34.62%	17	27.50%	29	33.75%	27	ثقة متوسطة
00%	00	00%	00	00%	00	منعدمة
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

يعتقد 66.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة ان الجمهور يثق ثقة عالية في ما تقدمه القناة في نشراتها الإخبارية، ويرى 33.75% منهم أن ثقة الجمهور في قنواتهم متوسطة بينما لا يرى أي صحفي أن قنواتهم ليست محل ثقة.

تشير النتائج إلى أن 72.50% من صحفيي دزاير تي في يعتقدون أن الجمهور يثق ثقة عالية في ما تقدمه قنواتهم من أخبار في حين يرى 27.50% منهم أن هذه الثقة متوسطة بينما لم نجد أي صحفي يرى بأن قنواته ليست محل ثقة.

65.38% من صحفيي قناة الخبر يرون أن قنواتهم محل ثقة عالية من طرف الجمهور بينما 34.62% منهم يرى أن هذه الثقة متوسطة، في حين لم يرى ولا صحفي أن قنواته ليست محل ثقة.



شكل رقم (45) : رأي القائم بالإتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه.

من خلال المعطيات والنسب السابقة نستنتج مايلي: ثقة الصحفيين في ما يقدمونه من أخبار للجمهور الذي يعتقدون أنه يثق فيهم ثقة عالية نظرا لجملة من المعطيات أهمها: إهتمام قنوات الدراسة بنقل إنشغالات ومشاكل الجمهور والتقرب منه ليس فقط في النشرات الإخبارية بل حتى في الحصص الإخبارية التي تلبى إهتمامات وحاجات الجمهور خاصة في قناتي الخبر ودزير تي في (القنوات الخاصة)، أما قناة الجزائرية الثالثة فبدأت في الأشهر الأخيرة تتكيف مع الوضع الإعلامي الراهن وإستجابت لمنطق المنافسة التي فرضتها عليها القنوات الخاصة والتي يتميز بعضها بعدم المهنية ونقص التجربة ما جعل الجمهور يعود إلى القناة العمومية لمتابعة البرامج والأخبار .

هذه الثقة العالية للجمهور في قنوات الدراسة الثلاث تجعلها تؤثر فيه بشكل فعال وتوجهه، هذه الثقة تصنعها عدة عوامل أهمها الصدق والموضوعية والقرب من الجمهور .

ميل عدد من مبحوثي القنوات الثلاث إلى الإعتقاد بأن الجمهور يثق فيهم ثقة متوسطة راجع إلى عدة أسباب أهمها ميل القناة إلى السلطة (الجزائرية الثالثة) أو عدم الموضوعية والبحث عن الإثارة (قناتي الخبر ودزير تي في) وهو ما يجعل الجمهور يثق نسبيا فقط .

عموما نقول أن المعطيات السابقة مبنية على أفكار وتخمينات صحفيي قنوات الدراسة وليست مبنية على أسس علمية هذا لا يمنع القول بأن رؤية وتصور الصحفي لجمهوره أحد معايير القيمة الإخبارية حيث يرى أغلب الصحفيين أن أهمية الخبر تكمن في كونه مهما لأكبر عدد من الجمهور، ورغم أهمية معرفة إهتمامات وانتقادات الجمهور لوسائل الإعلام إلا أن أغلب القنوات التلفزيونية الجزائرية تقوم بإعداد وإنجاز برامج بصفة إرتجالية دون الإرتكاز على الأسس العلمية في دراسة الجمهور أو القيام بسبر الآراء أو الميدانية لمعرفة ردود فعل الجمهور قبل أثناء وبعد بث مختلف الماد الإعلامية، والملاحظ في ساحتنا الإعلامية الجزائرية هو إكتفاء المؤسسات الإعلامية بأراء جمهورها عبر صفحات مواقع التواصل الإجتماعي فقط وهذا غير كافي لمعرفة ردود أفعال الجمهور الواسع.

المبحث الثالث: نظرة القائم بالاتصال للقيم الخبرية والعوامل المتحكمة فيها

مفهوم القيم الخبرية حسب القائم بالاتصال.

جدول رقم(59): دور القائم بالاتصال أثناء التغطية الإخبارية.

جدول رقم(60): الأولويات التي يراعيها القائم بالاتصال أثناء جمع الأخبار .

جدول رقم(61): الأولويات التي يراعيها القائم بالاتصال عند تحرير الأخبار .

جدول رقم(62):العوامل المتحكمة في بث الأخبار حسب القائم بالاتصال.

جدول رقم(63): ترتيب القائم بالاتصال للقيم الإخبارية الأكثر تحكما في بث أخبار

النشرات.

مفهوم القيم الخبرية حسب المبحوثين

- من خلال طرحنا لهذا السؤال المفتوح على المبحوثين والمتعلق بتعريفهم للقيم الخبرية حيث لمسنا خلط الصحفيين بين القيم الخبرية وعناصر الخبر إذ لم يوفق معظمهم في وضع تعريف محدد ودقيق لمفهوم القيم الخبرية إذ كانت إجابات بعض الصحفيين في القنوات الثلاثة متركزة على أن القيم الخبرية هي الجدية، والآنية والموضوعية والدقة وأن القيم الخبرية هي قيمة الخبر التي تعطيها له المؤسسة الإعلامية ومن خلالها يتم بث أ إلغاء بث هذا الخبر وعلى أساسها يتم ترتيب الأخبار من الأهم إلى المهم. بالمقابل نجد فئة قليلة جدا أعطت تعريفا قريبا من التعريف الصحيح للقيم الخبرية.

- وعليه نستنتج أن معظم الصحفيين يجهلون تعريف القيم الخبرية إلا أنهم يتعاملون بها يوميا وعلى أساسها يقومون بإعداد أخبارهم والتي تعودوا عليها يوميا من خلال ما تمليه عليهم السياسة التحريرية للمؤسسة أو مسؤوليها أو حارس البوابة.

جدول رقم(59) : دور القائم بالإتصال أثناء التغطية الإخبارية.

الخبر		دزاير TV		الجزائرية الثالثة		اسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	دور الصحفي
46.15%	12	47.50%	19	57.50%	46	نقل الوقائع كما هي
30.77%	08	30%	12	37.50%	30	إنقاء وما يتناسب وسياسة تحرير المؤسسة
23.08%	06	22.50%	09	05%	04	شرح وتفسير الوقائع
00%	00	00%	00	00%	00	إبداء الرأي الشخصي
100	26	100	40	100	80	المجموع

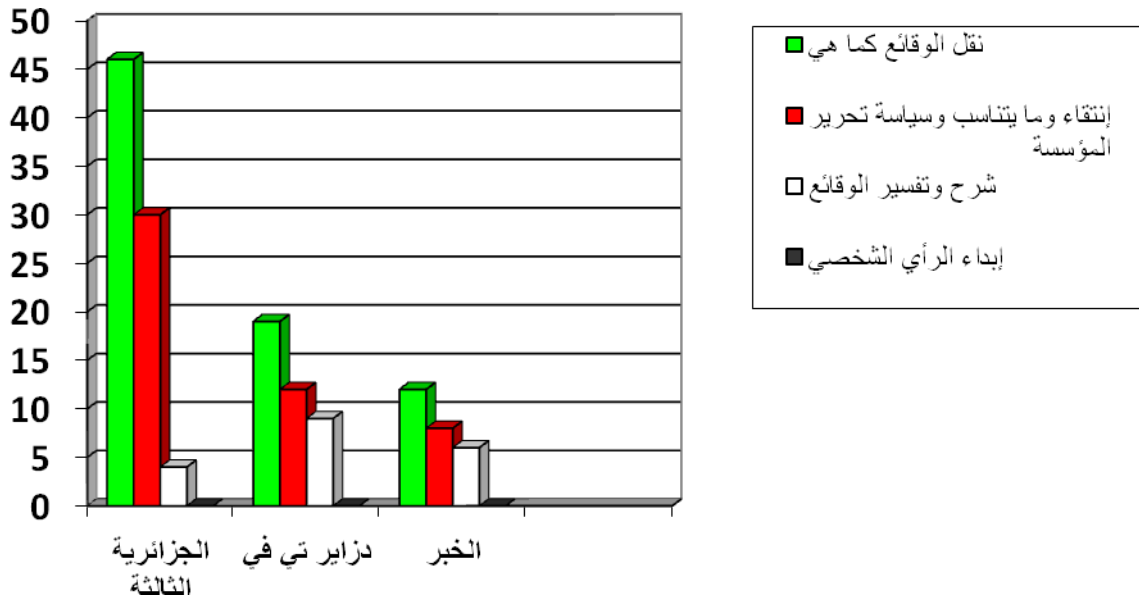
من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- يلعب الصحفي دور نقل الوقائع كما هي في المرتبة الأولى في القنوات الثلاث حيث جاءت النسب كما يلي: 57.50% في الجزائرية الثالثة و 47.50% في دزاير TV و 46.15% في قناة الخبر.

- في المرتبة الثانية جاء فئة الصحفيين الذين يرون أن دورهم هو إنقاء ما يتناسب وسياسة التحريرية للمؤسسة حيث قدرت النسبة ب 37.50% من صحفي الجزائرية الثالثة، 30% في قناة دزاير TV و 30.77% في قناة الخبر.

- في المرتبة الثالثة نجد الفئة التي رأت أن دور الصحفي أثناء التغطية الإخبارية هو شرح وتفسير الوقائع حيث بلغت نسبة هذه الفئة 23.08% في قناة الخبر، 22.50% في قناة دزاير TV ونسبة 5% فقط في قناة الجزائرية الثالثة.

- في المرتبة الأخيرة نجد فئة إبداء الرأي الشخصي والتي تتعدم تماما في القنوات الثلاث.



شكل رقم(46) : دور القائم بالإتصال أثناء التغطية الإخبارية.

من خلال ما سبق نستنتج مايلي:

- إرتفاع نسبة المبحوثين الذين يرون أن دور الصحفي هو نقل الوقائع كما هي، وهذا عامل إيجابي في حياد الصحفي أثناء تغطيته للأحداث والأخبار حيث يكتبني بنقل ما يراه ورسم صورة مكتملة للأحداث من كل الجوانب المعلومة من المصدر وتوثيقها بلقطات مصورة إذ تعتبر هذه الأخيرة كدليل قاطع يدعم ما ينقله الصحفي.

إكتفاء فئة من الصحفيين بنقل ما يتوافق والسياسة التحريرية لمؤسستهم الإعلامية وهذا راجع إلى سببين وهي تجربة الصحفي مع مختلف الأحداث والوقائع يجعله يقوم بتغطيته الإخبارية من منطلق زاوية معينة فهو يدرك أنه وفي حالة نقله لمعلومات تتعارض

وسياسة مؤسسته سيتم تعديل مادته الإخبارية أو إلغائها نهائيا من البث وعليه فأغلب الصحفيون مدركون لهذه الأمور فيسعون دائما إلى معالجة القضايا والأحداث من منظور يتلاءم وسياسة تحرير القناة.

- نجد فئة من الصحفيين ترى أن دور الصحفي يتمثل في شرح وتفسير الوقائع خاصة في قناتي دزاير TV والخبر (قنوات خاصة) وبنسب ضئيلة في الجزائرية الثالثة، وهذا راجع إلى الدور الذي يلعبه الصحفي من خلال توجيه إنتقادات لجهة ما وتدعيم هذا الإنتقاد بشروحات وتفسيرات مستمدة من المصدر أو من خلال الإحتكاك بأطراف الموضوع أو القضية.

- إلتزام صحفيي القنوات الثلاث بعدم إبداء آرائهم الشخصية في القضايا والأحداث موضوع التغطية الإخبارية وهذا مؤشر إيجابي يحسب لمهنية الصحفيين وتزيد من مصداقية عملهم.

فإلصحافة هي نقل الأحداث والوقائع بموضوعية دون تحريف أو تزييف ودون عاطفة خاصة في المواضيع الحساسة التي تمس عدد كبير من أفراد المجتمع.

مما سبق نستنتج أن أدوار الصحفي تتنوع وتتعدد وهو مايزيد من أهمية الإعلام كمرآة عاكسة للأحداث والوقائع والقضايا.

جدول رقم (60) : الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال أثناء جمع الأخبار

الخبر		دزير TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الأولويات
38.46%	10	37.50%	15	70%	56	التلاؤم والسياسة التحريرية
26.92%	07	25%	10	11.25%	09	الثقة في المصدر
08.93%	05	22.50%	09	06.25%	05	تحقيق السبق الصحفي
15.38%	04	15%	06	12.50%	10	تهم المشاهد
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

الجزائرية الثالثة:

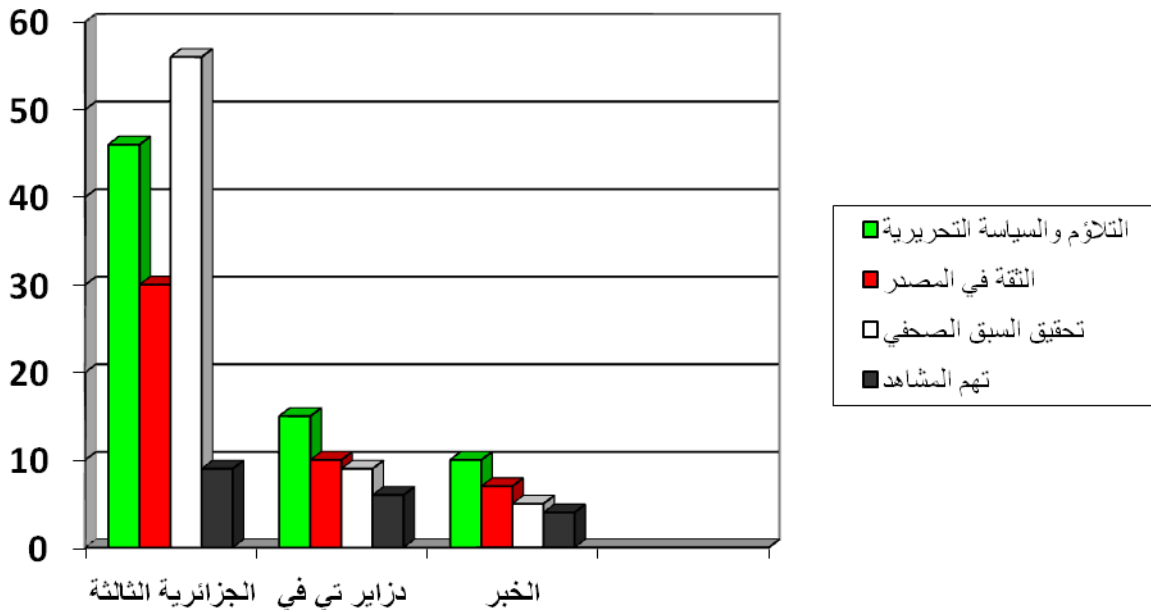
إحتلت الأخبار التي تلائم السياسة التحريرية المرتبة الأولى من بين الأولويات التي يراعيها الصحفي عند جمعه الأخبار حيث بلغت نسبة 70%، وجاءت في المرتبة الثانية الأخبار التي تهم المشاهد بنسبة 12.50% ثالثا جاءت ثالثا جاءت الثقة في المصدر بنسبة 11.25% في حين جاء تحقيق السبق الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة 6.25%.

قناة دزير TV:

جاءت أولوية التلاؤم والسياسة التحريرية في المرتبة الأولى بنسبة 37.50%، متبوعة بالثقة في المصدر في المرتبة الثانية بنسبة 25%، في حين أولوية تحقيق السبق الصحفي عند جمع الأخبار حلت ثالثا بنسبة 22.50% بينما جاءت أولوية الأخبار التي تهم المشاهد في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 15%.

قناة الخبر:

جاءت أولوية التلاؤم والسياسة التحريرية عند جمع الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 38.46%، وجاءت الثقة في المصدر ثانيا بنسبة 26.92% في حين أولوية أن تهتم الأخبار المشاهد جاءت ثالثا بنسبة 15.38% بينما حلت أولوية تحقيق السبق الصحفي المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 8.93%.



شكل رقم (47) : الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال أثناء جمع الأخبار

من خلال المعطيات السابقة نستخلص التباين بين صحفيي القنوات الثلاث في إعطاء الأولوية للأخبار عند جمعها لكن إتفق المبحوثون على ضرورة أن تكون الأخبار تتناسب والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية كأهم الأولويات عند جمع الأخبار وهذا راجع إلى ترتيب المؤسسات الإعلامية لأولوياتها فتقوم بتغطية الأخبار وجمعها مع ما يتناسب والخط الإفتتاحي للقناة حيث يتلقى الصحفيون تعليمات وأوامر من مسؤولي القناة أو حارس البوابة لتغطية أحداث وتجاهل أحداث أخرى حتى وإن تم جمع مادة خبرية تتنافى والسياسة التحريرية يتم إلغاؤها من البث لهذا يتحرى الصحفيون الأخبار التي تتلاءم

وسياسة المؤسسة، وهو ما من شأنه ضرب مصداقية هذه المؤسسة التي تسيورها سياسات وعواطف ومصالح أشخاص على حساب إهتمامات الجمهور.

- لمسنا أيضا حرص الصحفيين المبحوثين في القنوات الثلاث على ضرورة الثقة في مصدر الأخبار، فكلما كان المصدر أكثر ثقة كلما رشحت الأخبار التي تم جمعها إلى البث، فالمصدر يلعب دورا مهماً في العملية الإخبارية، ويضاف إلى هذه الأولويات عناصر أخرى كالسبق الصحفي وجمع الأخبار التي تهم المشاهد.

عموما يمكننا القول أن جمع الأخبار في القنوات التلفزيونية يخضع إلى مجموعة من الأولويات يجب إحترامها من طرف الصحفي حتى يتم بث مادته الإخبارية.

جدول رقم (61): الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال عند تحرير الأخبار

الخبر		دزائر TV		الجزائرية الثالثة		إسم القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الجوانب
%15.38	04	%17.50	07	%16.25	13	الدقة
%61.54	16	%60	24	%68.75	55	الموضوعية
%11.54	03	%10	04	%07.50	06	الأمانة
%03.85	01	%05	02	%00	00	تضخيم الحدث
%00	00	%00	00	%05	04	ما يدعم سياسة الحكومة
%07.69	02	%07.50	03	%02.50	02	ما يجذب المشاهد
100	26	100	40	100	80	المجموع

من خلال المعطيات السابقة نلاحظ ما يلي:

أ- الجزائرية الثالثة:

جاء ترتيب الجوانب التي يراعيها الصحفيون عند تحرير وبث الأخبار على النحو التالي:

1- الموضوعية بنسبة %68.75.

2- الدقة بنسبة %16.25.

3- الأمانة %7.50.

4- ما يدعم سياسة الحكومة %5.

5- يجذب المشاهد %2.50.

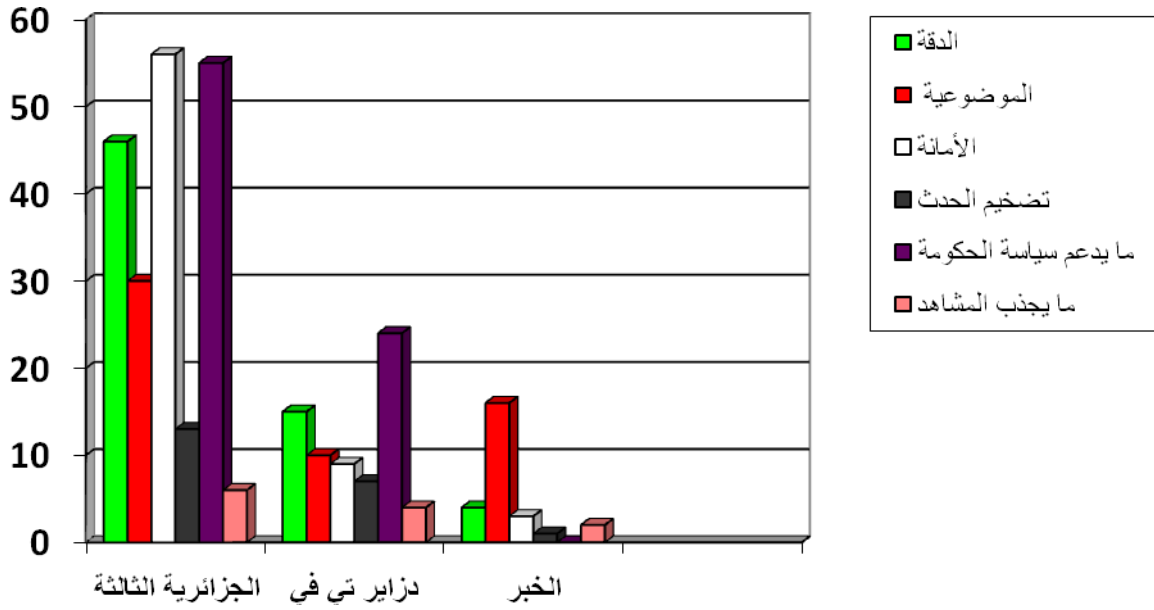
6- تضخيم الحدث %00.

ب- قناة دزير TV: جاءت إجابات صحفيي القناة على النحو التالي:

- | | |
|------------------|------------------------------|
| 1- الموضوعية %60 | 4- ما يجذب المشاهد %7.50 |
| 2- الدقة %17.50 | 5 - تضخيم الحدث %05 |
| 3- الأمانة %10 | 6- ما يدعم سياسة الحكومة %00 |

ج- قناة الخبر: جاءت النسب على النحو التالي:

- | | |
|---------------------|------------------------------|
| 1- الموضوعية %61.54 | 4- ما يجذب المشاهد %7.69 |
| 2- الدقة %15.38 | 5- تضخيم الحدث %3.85 |
| 3- الأمانة %11.54 | 6- ما يدعم سياسة الحكومة %00 |



شكل رقم (48) : الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال عند تحرير الأخبار

من خلال المعطيات النسب السابقة نستخلص مايلي:

- إحترام صحفيي القنوات الثلاث لأخلاقيات العمل الصحفي عند تحرير مادتهم الإخبارية وبثها وعلى رأس هذه القيم الموضوعية، الدقة والأمانة، وهي الصفات الثلاث التي يجب توفرها في أي إعلامي من أجل ضمان ودعم مصداقية عمله، فالموضوعية تتطلب من الصحفي الإبتعاد عن ميوله وعواطفه ورغباته الشخصية وتسبيق الضمير المهني على حساب المصالح الضيقة ولا يمكن للصحفي أن يكون موضوعيا إذا لم يدقق جيدا في الأحداث والأخبار وتوخي الأمانة عند تحريرها وبثها.

- تعمل قناتي دزاير TV والخبر على معالجة وبث الأخبار التي تجذب إنتباه المشاهد وعلى رأسها نقل إنشغالاته ومشاكله اليومية وتقريب الإدارة من المواطن وهو ما تسعى إليه القنوات الخاصة لكسب ثقة المشاهد ويلعب المرسلون دورا كبيرا في الوصول إلى عدد كبير من شرائح المجتمع خاصة في الجزائر العميقة والمناطق النائية.

- يسعى صحفيو الجزائرية الثالثة إلى دعم سياسة الحكومة من خلال بث أخبار تزيد من تحسين صورة الحكومة لدى المشاهد فتركز الجزائرية الثالثة على إبراز الجوانب التنموية ومجهودات الدولة في هذا الميدان وهذا يدخل في إطار تقديم الخدمة العمومية والتي هي في صلب أولويات المؤسسات الإعلامية العمومية.

جدول رقم (62): القيم الخبرية التي تتحكم في بث الأخبار في قنوات الدراسة

الدرجة	مهمة جدا						مهمة						غير
	الجزائرية الثالثة		TV		الخبر		الجزائرية الثالثة		TV		الخبر		
إسم القناة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	العناصر
الإثارة	04	%05	18	%45	10	%38.46	25	%31.25	20	%50	13	%50	51
الإنفرد	41	%51.25	23	%57.50	16	%61.53	33	%41.25	15	%37.50	10	%38.46	04
الشهرة	12	%15	07	%17.50	05	%19.23	20	%25	23	%57.50	15	%57.69	48
القرب	45	%56.25	19	%47.50	14	%53.85	35	%43.75	18	%45	12	%46.15	00
الأهمية	42	%60	20	%50	16	%61.54	30	%37.50	20	%50	10	%38.46	02
الصراع	23	%28.75	09	%22.50	06	%23.08	25	%31.25	21	%52.50	13	%50	22
التتمية	37	%46.25	08	%20	04	%15.38	38	%47.50	24	%60	17	%65.38	05
الغرابية	04	%05	03	%07.50	02	%07.69	10	%12.50	06	%15	07	%26.92	66

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

قناة الجزائرية الثالثة: يمكن تقسيم إجابات الصحفيين حسب درجة الأهمية إلى ثلاث مستويات:

- المستوى الأول (مهمة جدا):

1/الأهمية 60%	2 /القرب 56.26%	3/الإنفراد 51.25%
4/التتمية 46.25%	5/الصراع 28.75%	6/الشهرة 15%
7/الإثارة 05%	8/الغرابة 05%	

المستوى الثاني: يعكس ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها مهمة

1/التتمية 47.50%	2/القرب 43.75%	3/الإنفراد 41.25%
4/الأهمية 37.5%	5/الصراع 31.25%	6/الإثارة 31.25%
7/الشهرة 25%	8/الغرابة 12.50%	

المستوى الثالث: يعكس ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها غير مهمة

1/ الغرابة 82.50%	2/الإثارة 63.75%	3/الشهرة 60%
4/الصراع 27.50%	5/التتمية 10%	6/الإنفراد 05%
7/الأهمية 2.5%	8/القرب 00%	

بالنسبة لقناة دزير TV:

المستوى الأول: ترتيب الصحفيين للعناصر الخبرية التي يرون أنها مهمة جدا

1/الإنفراد %57.5	2/الأهمية %50	3/القرب %47.50
4/الإثارة %45	5/الصراع %22.50	6/التنمية %20
7/الشهرة %17.50	8/الغرابية %7.50	

المستوى الثاني: القيم الخبرية المهمة

1/التنمية %60	2/الشهرة %57.50	3/الصراع %52.50
4/الأهمية %50	5/الإثارة %50	6/القرب %45
7/الإنفراد %37.50	8/الغرابية %15	

المستوى الثالث: القيم الخبرية غير مهمة

1/الغرابية %77.50	2/الشهرة %25	3/الصراع %25
4/التنمية %20	5/القرب %7.50	6/الإثارة %05
7/الإنفراد %05	8/الأهمية %00	

بالنسبة لقناة الخبر:

المستوى الأول: القيم الخبرية المهمة جدا

1/الأهمية %61.54	2/الإنفراد %61.53	3/القرب %53.85
4/الإثارة %38.46	5/الصراع %23.08	6/الشهرة %19.23
7/التنمية %15.38	8/الغرابية %7.69	

المستوى الثاني: القيم الخبرية المهمة

1/التنمية %65.38	2/الشهرة %57.69	3/الصراع %50
4/الإثارة %50	5/القرب %46.15	6/الأهمية %38.46
7/الإنفراد %38.46	8/الغربة %26.92	

المستوى الثالث: يضم القيم الخبرية التي يرى الصحفيون أنها غير مهمة

1/الغربة %65.38	2/الصراع %26.92	3/الشهرة %23.08
4/التنمية %19.23	5/الإثارة %11.54	6/الإنفراد %00
7/القرب %00	8/الأهمية %00	

*من خلال المعطيات السابقة نستنتج مايلي:

- وجود تقاهم بين صحفيي القنوات الثلاث حول تصنيفهم للقيم الإخبارية خاصة (الأهمية، القرب، الإنفراد) مع إختلاف بسيط في ترتيب القيم الأخرى(الإثارة، الغربة، التنمية، الصراع والشهرة). ويمكن تعليل هذا التشابه في القيم بين صحفيي قنوات الدراسة إلى سعيها الدائم إلى تغطية الأحداث والوقائع والأخبار التي تكون ذات أهمية بالنسبة للمشاهد وتهدف أيضا إلى تحقيق سبق الصحفي من خلال الإنفراد وبحث أخبار قبل أن تبثها قنوات أخرى ومن دون إغفال عامل القرب خاصة الجغرافي فوسائل الإعلام تميل دائما إلى تغطية الأخبار الأكثر قربا من المواطن.

جدول رقم (63): العوامل المتحكمة في بث الأخبار

لا تت	تتحكم نوعا ما						تتحكم بشكل كبير						إسم القناة
	الخبر		دزايير TV		الجزائرية الثالثة		الخبر		دزايير TV		الجزائرية الثالثة		
الجزا	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	العوامل المتحكمة
00	%34.61	09	%22.50	09	%12.50	10	%65.38	17	%77.50	31	%87.50	70	موضوع الخبر
05	%38.46	10	%37.50	15	%15	12	%38.46	10	%62.50	25	%78.75	63	مصدر الخبر
00	%42.31	11	%50	20	%18.75	15	%57.69	15	%50	20	%81.25	65	السياسة التحريرية
02	%46.15	12	%32.50	13	%30	24	%38.46	10	%60	24	%67.50	54	المساحة الزمنية للأخبار
60	%30.77	08	%27.50	11	%17.50	14	%15.38	04	%12.50	05	%07.50	06	رغبة الصحفي
45	%46.15	12	%35	14	%22.50	18	%53.85	14	%40	16	%21.25	17	رغبات الجمهور

من خلال الجدول السابق الذي يوضح العوامل المتحكمة في بث الأخبار في قنوات الدراسة والتي يمكن تقسيمها إلى فئات:

الفئة الأولى: العوامل المتحكمة في بث الأخبار بشكل كبير

87.50% يرى صحفيو الجزائرية الثالثة أن موضوع الخبر يتحكم بشكل كبير في بثه ويرى 77.50% من صحفيي دزاير TV ذلك أيضا أما صحفيو قناة الخبر الذين يرون أن موضوع الخبر هو الذي يتحكم في بثه فقدرت نسبتهم ب 65.38%.

81.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة و 50% من صحفيي قناة دزاير TV و 57.69% من صحفيي قناة الخبر يرون أن السياسة التحريرية هي التي تتحكم في بث الأخبار بشكل كبير.

78.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة و 62.50% من صحفيي قناة دزاير TV و 38.46% من صحفيي الخبر يرون أن مصدر الخبر يتحكم في نشر الخبر بشكل كبير

الفئة الثانية: العوامل المتحكمة في بث الأخبار نوعا ما

30% من صحفيي الجزائرية الثالثة و 32.50% من صحفيي قناة دزاير TV و 46.15% من صحفيي قناة الخبر يرون أن المساحة الزمنية للأخبار تتحكم نوعا ما في بثها.

22.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 35% صحفيي قناة دزاير TV و 46.15% من صحفيي قناة الخبر يرون أن رغبات الجمهور تتحكم نوعا ما في بث الأخبار.

الفئة الثالثة: العوامل التي لا تتحكم أبدا في بث الأخبار.

75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، و 60% من حفيي قناة دزاير TV و 53.85% من صحفيي قناة الخبر يرون أن رغبة الصحفي لا تتحكم أبدا في بث الأخبار.

من خلال المعطيات والنسب السابقة نستخلص النقاط التالية:

- هناك عدة عوامل تتحكم في بث الأخبار في قنوات الدراسة الثلاثة والتي تتشابه إلى حد كبير ولعل أبرز هذه العوامل نجد **موضوع الخبر** الذي يعد أهم عامل يحدد إذا كان الخبر قابلاً للبث أو الإلغاء، فطبيعة الأحداث والوقائع التي تقوم بتغطيتها المؤسسات الإعلامية تفرض على مسيرتها بث أخبار أو إلغاء أخرى فمثلاً:

تلجأ قناة ما إلى بث خبر حول صحة رئيس الجمهورية ولا تقوم ببث تجمع شعبي لحزب من الأحزاب السياسية فموضوع الخبر الأول هو من يفرض نفسه على المشرفين على تحضير الأخبار وبثها.

- تلعب **السياسة التحريرية** دوراً بارزاً في تحديد الخبر التي يتم بثها، إذ تقوم المؤسسات الإعلامية ببث الأخبار التي تتماشى وتتناسب مع سياستها التحريرية وكل ما يتعارض معها لا يتم بثه، حيث تقوم هيئة التحرير أو حارس البوابة بغرلة المادة الإخبارية وانتقاء المواضيع المهمة والصالحة للبث لتجهيزها وهناك عدة طرق للتعامل مع الأخبار التي قد تتعارض مع السياسة التحريرية إما بإلغائها تماماً من ورقة طريق النشرة الإخبارية أو بث جزء منها من خلال التركيز على زاوية معينة من زوايا الخبر أو الحدث شرط أن تكون طريقة المعالجة ومضمون هذه الزاوية يتناسب مع السياسة التحريرية للقناة، لذا فالسياسة التحريرية لأي قناة تلفزيونية هي التي تتحكم في بث الأخبار وترتيبها وتوزيع حجمها الزمني وتوقيت بثها.

- تلعب مصادر الأخبار هي الأخرى دوراً مهماً في بث الأخبار فكلما كانت الأخبار من مصدر موثوق زادت من احتمال بثها من طرف هيئة تحرير القناة، فالصحفي عند جمع مادته الإخبارية أو التغطية اليومية للأحداث والوقائع يحتاج إلى مصادر معلومات قوية خاصة في المواضيع الحساسة والتي تتطلب التأكد من المعلومة قبل بثها، والصحفي

الناجح هو الذي يستطيع الوصول إلى مصادر المعلومات وكسب ثقتها والتعامل معها بذكاء للحصول على أكبر قدر من المعلومات ونستطيع التمييز بين عدة أنواع من مصادر الأخبار (الرسمية، الحية، غير الحية) والمصادر غير الرسمية (الحية، وغير الحية)، وأحيانا يجد الصحفي نفسه أمام عديد المصادر فعليه أن يتعامل معها جميعا ومقارنة المعلومات التي حصل عليها، ومن جهة أخرى قد يرفض مصدر الأخبار الإدلاء بالمعلومات علنا أو يطلب من الصحفي التحفظ على ذكر اسمه أو جهة إنتمائه، وهنا يتوجب على الصحفي مراعاة وإحترام خصوصيات المصدر، وقد شرع قانون الإعلام الجزائري للصحفي ضرورة تمكينه من الوصول إلى مصدر الأخبار وحماية هذا المصدر بقوة القانون.

- تسعى المؤسسات الإعلامية إلى إشباع حاجات المتلقي وتلبية رغباته وهذا ما لمسناه في قنوات الدراسة التي تهدف إلى تحقيق رغبات جمهورها وتلبية إحتياجاتهم من خلال تغطية الأحداث التي تهمهم وبث الأخبار التي تعالج مشاكلهم ويومياتهم، وفي هذه النقطة نجد عدة وجهات نظر، فبعض المنظرين يحذون أن تلبية وسائل الإعلام كل رغبات جمهورها ومنظرين آخرين يرون أن وسائل الإعلام هي التي توجه وتفرض على الجمهور متابعة ماتنتشره وتبثه هي وليس ما يرغب فيه الجمهور.

- للمساحة الزمنية المخصصة لبث الأخبار دور في بث الأخبار والتحكم فيها فكما كانت مدة النشرة الإخبارية أطول كلما كان عدد الأخبار كبيرا والعكس صحيح، فالنشرات الإخبارية التلفزيونية مقيدة بحيز زمني يجب إحترامه من طرف الطاقم الصحفي وتختلف مدة النشرة الإخبارية من قناة إلى قناة فمثلا نشرة الأخبار الرئيسية في الجزائرية الثالثة تتراوح ما بين 44 و 53 دقيقة، في قناة دزاير TV تتراوح ما بين 25 و 38 دقيقة أما قناة الخبر فنشرتها الإخبارية تتراوح ما بين 22 و 32 دقيقة، لذا نجد رؤساء التحرير يحرصون على إعطاء توجيهات للصحفيين من أجل إحترام سلم زمني معين عند تحضير مادتهم

الإخبارية من أخبار وتقارير وروبورتاجات فيلجأ الصحفيون غالبا إلى إعادة كتابة مواضيعهم عدة مرات وتقليص زمنها من خلال إعادة التركيب والمونتاج حتى تتناسب والحيز الزمني للنشرة ، وعموما أغلب القنوات تقوم بتقسيم النشرة الإخبارية إلى فقرات: أخبار متنوعة، أخبار الرياضة وأخبار الإقتصاد وهذا ما لمسناه في قناتي دزير TV وقناة الخبر هذا التوزيع يجعل هيئة التحرير تتحكم في توقيت مواضيع النشرة بعد غربلتها وإختصارها وحذف أجزاء منها وتعديلها بما يتناسب ومدة النشرة الإخبارية .

يتراجع دور الصحفي في معالجة مواضيع إخبارية وفق رغبته الشخصية إلا في حالات نادرة وهذا راجع إلى دور حارس البوابة في توجيه الصحفيين وتوزيع المهام عليهم لجمع الأخبار، فهناك أولويات في غرفة الأخبار يجب إحترامها من طرف الصحفي حيث تعقد أسرة التحرير يوميا إجتماعات عمل مع رئيس قسم الأخبار أو مدير الأخبار لطرح ورقة طريق النشرة وتوزيع المهام على الصحفيين مع فتح المجال لإقتراحاتهم وأرائهم وغالبا ما يتم الإتفاق على المواضيع التي ستتضمنها النشرة مع ترك عامل توقع حدوث أخبار طارئة وعاجلة في الحسيان.

- عموما يمكننا القول أن هناك عدة عوامل تتحكم في بث الأخبار في قنوات الدراسة أهمها: موضوع الخبر، المصدر، السياسة التحريرية، المساحة الزمنية للأخبار، رغبات الجمهور)، كما نسجل محدودية دور الصحفي مقارنة بالعوامل السابقة فالصحفي ليس هو من يقرر بث الخبر من عدمه.

تقييم الصحفيين لفتح المجال السمعي البصري في الجزائر:

طرحنا السؤال المفتوح التالي: ما هو تقييمكم لفتح المجال السمعي البصري في الجزائر ؟ حيث إتفق صحفيو القنوات الثلاث على عدد من النقاط وإختلفوا حول بعضها:

يرى أغلب المبحوثين أن الصحافة الجزائرية خاصة السمعية البصرية عرفت في السنوات الأخيرة قفزة كبيرة كما ونوعا خاصة بعد إصدار قانون الإعلام 2012 وقانون السمعي البصري لاحقا وتنصيب سلطة ضبط السمعي البصري إذ ظهرت عديد القنوات التلفزيونية الخاصة (العامة، الإخبارية، والموضوعاتية) والتي ساهمت بشكل كبير في إسترجاع الجمهور الجزائري من القنوات الأجنبية التي كانت تحتكر المشهد الإعلامي الجزائري في غياب قنوات منافسة لها إذ ظهرت القنوات الخاصة في الجزائر، وإستطاعت هذه القنوات التصدي للأجندات الإعلامية الخارجية التي كانت تحاول نشر الفتنة داخل الجزائر.

إحتضنت القنوات الخاصة عدد كبير من الشباب الجزائري المولع بمهنة الصحافة وخلقت عدد كبير من المناصب وظهرت برامج تلفزيونية متنوعة وراقية، فحسب المبحوثين فإن كثرة القنوات التلفزيونية جعلتها تبحث دائما عن الأفضل لجذب أكبر عدد من المشاهدين وأصبح الجمهور الجزائري أمام كم هائل من القنوات والمضامين الإعلامية المتنوعة فأصبحت له حرية إختيار ما يشاهده عكس ما كان عليه في السابق حيث كان مجبرا على متابعة عدد محدود من القنوات.

إتفق الصحفيون في قنوات الدراسة الثلاث على ضرورة تنظيم الساحة الإعلامية السمعية البصرية في الجزائر ومنح تراخيص قانونية لممارسي المهنة الذين ينشطون كقنوات أجنبية معتمدة وهو ما يشكل عائقا كبيرا اما المؤسسات الإعلامية خاصة من الناحية القانونية والتسيير المالي.

إتفق المبحوثون على ضرورة تكوين الطاقات الشابة للإرتقاء بالعمل الإعلامي الجزائري بعيدا عن المصالح الضيقة وفتح المجال للمنافسة الشريفة والعمل النزيه.

القنوات الخاصة الجزائرية تعمل على جذب الجمهور بأي طريقة ما جعلها تميل إلى الإثارة والتسرع في بث الأخبار دون التحقق منها والخوض في مواضيع تعتبر طابوهات في المجتمع الجزائري هذا ما أفقد هذه القنوات مهنتها ومصداقيتها واحترافيتها إضافة إلى عدم وضوح سياستها.

يرى بعض المبحوثين أن السلطة تمارس التمييز بين المؤسسات العمومية ونظيراتها الخاصة إذ تسهل مهام الأولى وتمارس التضييق على الثانية.

التعددية الإعلامية السمعية البصرية في الجزائر تجربة حديثة وقصيرة يجب تكاثف جهود الجميع لإنجاحها سواء من السلطة أو من الأكاديميين أو ممارسيها للإرتقاء بالعمل الإعلامي، إذ لازالت تشهد بعض الممارسات ضدها كالتضييق عليها، وصعوبة وصول الصحفيين إلى مصادر المعلومات ورقابة السلطة والولاء لها إذ يرى البعض أن المؤسسات الخاصة تشبه المؤسسات الإعلامية في المضمون خاصة في المواضيع السياسية وحرية الإعلام تقتصر على مجالات ومواضيع على حساب مجالات أخرى.

جاءت بعض الآراء مخالفة لتلك التي ترى أن تجربة التعددية الإعلامية في الجزائر لا بأس بها إذ يرى البعض العكس وهذا راجع إلى بعض الممارسات التي تشهدها الساحة الإعلامية الجزائرية التي تعرف تنافسا تجاريا بالدرجة الأولى والقنوات تبحث عن مصلحتها الذاتية وكسب رضا المعلنين وشخصيات السلطة على حساب المشاهد.

عموما من خلال الإجابات المفتوحة للمبحوثين في القنوات الثلاث نقول أن التجربة التعددية الإعلامية في الجزائرية لها وعليها إذ حققت العديد من التحديات والنقاط الإيجابية تحسب لها، وخلقت بعض القصور والنقائص التي تحسب عليها والوقت أمام مختلف المؤسسات خاصة السمعية البصرية لإعادة تصحيح ما يمكن تصحيحه ومواصلة العمل الإعلامي أو الإلتزام بالصدق والأمانة والموضوعية والنزاهة.

نتائج دراسة الفصل الثاني: تحليل الإستمارة الموزعة على القائم بالإتصال

* كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية الثلاث من فئة الإناث حيث بلغت نسبة الإناث 61.25% في الجزائرية الثالثة و 38.75% ذكور، بينما في قناة دزاير تي في فبلغت نسبة الإناث 60% و الذكور 40%، أما في قناة الخبر فتقدر نسبة الإناث ب 61.54% و الذكور بنسبة 38.46%.

*في ما يخص الفئات العمرية في قنوات الدراسة أثبتت النتائج أن مبحوثي الجزائرية الثالثة أكبر سنا من قناتي الخبر و دزاير TV إذ أن 45% منهم تتراوح أعمارهم بين (33 و 43 سنة)،في حين نجد سيطرة فئة الشباب(22- 32) على العمل الصحفي في قنوات الدراسة خاصة القنوات الخاصة حيث بلغت 57.5% في دزاير تي في و 57.69% في قناة الخبر .

* أظهرت لنا نتائج الدراسة أن معظم المبحوثين في القنوات الثلاث لديهم مستوى جامعي وأغلبهم متحصل على شهادة الليسانس وشهادات أعلى منها كالماستر والماجستير وحتى الدكتوراه .

* في ما يخص نوع التخصص العلمي توصلنا غلى أن أغلب المبحوثين ن في قنوات الدراسة متحصلين على شهادة جامعية في تخصص الإعلام والإتصال (سمعي بصري، صحافة مكتوبة، إتصال وعلاقات عامة، سبر الآراء)،حيث بلغت النسبة والإتصال 67.50% في الجزائرية الثالثة و 75% في دزاير TV بينما بلغت 73.08% في قناة الخبر،كما نجد بعض المتحصلين على شهادات جامعية في تخصصات أخرى أهمها (العلوم السياسية، الإقتصاد، الأدب) بنسب متفاوتة :33.50% في الجزائرية الثالثة، و 25% في دزاير TV و 26.92% في قناة الخبر .

* أثبتت نتائج الدراسة أن قنوات الدراسة تقوم بتوزيع طاقمها على عدد من الرتب المهنية التي يشغلها الطاقم إذ نجد أن أغلبهم في رتبة محرر صحفي ، ونجد محرر ومقدم في المرتبة الثانية ونجد رتبة مقدم صحفي في المرتبة الثالثة تليها رتبة محقق وعليه يمكننا ترتيب العمل الصحفي كآآتي: محرر، محرر ومقدم، مقدم، محقق، في حين أن كل قناة تعتمد على سلم من الرتب وهي :

الجزائرية الثالثة: مدير أخبار - نائب مدير أخبار - رئيس تحرير - نائب رئيس تحرير - رئيس قسم - نائب رئيس قسم - رئيس نشرة - رئيس ركن.

قناة الخبر و دزاير TV: مدير الأخبار - رئيس التحرير - نائب رئيس تحرير - رئيس قسم - نائب رئيس قسم.

* في ما يخص سنوات خبرة المبحوثين في قنوات الدراسة كشفت النتائج أن صحفي قناة الجزائرية الثالثة أكثر وأطول خبرة مهنية مقارنة بمبحوثي قناتي دزاير TV والخبر ، إذ نجد معظمهم تفوق خبرتهم الخمس سنوات، بينما نجد أن مبحوثي دزاير TV و الخبر أقل خبرة إذ لا تتعدى سنوات خبرة الطاقم الصحفي في القناتين 5 سنوات ، كما نجد نسبة لا بأس بها من الصحفيين الذين تقل خبرتهم عن سنة واحدة في القناتين.

* أثبتت نتائج الدراسة تباين في الخبرة المهنية قبل الإلتحاق بالعمل في قنوات الدراسة ، إذ أن طاقم الجزائرية الثالثة له تجربة مسبقة في ميدان الإعلام خاصة في الصحافة المكتوبة بنسبة 53.75%، في حين نجد مبحوثي القنوات الخاصة أقل تجربة من القناة العمومية وخبرتهم القصيرة كانت في ميدان الصحافة المكتوبة أو في قنوات تلفزيونية خاصة. إذ أن 40% من مبحوثي دزاير تي في لا يمتلكون خبرة مهنية في الإعلام ولم يسبق لهم العمل في أي مؤسسة إعلامية قبل إلتحاقهم بالقناة و30% منهم سبق لهم العمل في ميدان الصحافة المكتوبة و20% في قناة تلفزيونية في حين سجلنا 10% من

الصحفيين سبق لهم العمل في الإذاعة، بالمقابل نجد في قناة الخبر أن 50% من طاقمها الاخباري من دون تجربة إعلامية، و 38.46% سبق لهم العمل في الصحافة المكتوبة و 11.54% سبق لهم العمل في قناة تلفزيونية قبل إلتحاقهم بقناة الخبر.

*في ما يخص طرق التوظيف نجد أن قنوات الدراسة تلجأ إلى إجراء مسابقة توظيف بالدرجة الأولى لإختيار الصحفيين وتوظيفهم في حين تلجأ في الدرجة الثانية إلى عامل الخبرة المهنية أو الكفاءة في توظيف الصحفيين في حين تعتمد على الشهادة العلمية في المرتبة الأخيرة، كما نجد أن بعض الصحفيين إلتحقوا بمناصب عملهم عن طريق الوساطة ولو بنسب ضئيلة جدا .

* في ما يخص طبيعة عقد العمل الذي يربط الصحفي بمؤسسته أثبتت النتائج أن توظيف الصحفيين في قنوات الدراسة الثلاث يتم عن طريق عقد بين القناة والمستخدم، وأغلب عقود الجزائرية الثالثة هي عقود دائمة عكس قناتي الخبر و دزاير تي في والتي تغلب فيها عقود العمل المحدودة المدة أو المؤقتة.

* كشفت لنا نتائج التحليل أن معظم صحفي الجزائرية الثالثة يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف أما في قناتي دزاير TV والخبر فالنسب متفاوتة إذ نجد قناة دزاير TV في المرتبة الثانية من حيث إمتلاك صحفييها لبطاقة الصحفي المحترف في حين نجد في قناة الخبر أن من لا يمتلكون البطاقة أكثر من الذين يمتلكونها، وجاءت النسب كالآتي : 97.50% من صحفي الجزائرية الثالثة يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف في حين نجد 2.50% منهم لا يمتلكونها، أما قناة دزاير TV نجد 62.5% من الصحفيين لديهم بطاقة الصحفي المحترف و 37.5% منهم لا يمتلكونها بينما نجد قناة الخبر 46.15% من الصحفيين لديهم بطاقة الصحفي المحترف و 53.85% بدون بطاقة.

* في ما يخص الرضا الوظيفي كشفت النتائج أن معظم صحفيي الجزائرية الثالثة (مؤسسة عمومية) يشعر بالرضا الوظيفي بنسبة 92.5% ، في حين فإن نسبة عدم الرضا الوظيفي بنسبة 65% في قناتي دزاير TV و 69.23% في قناة الخبر وهي نسب مرتفعة

* توصلنا من خلال دراستنا أن أغلب صحفيي الجزائرية الثالثة (القطاع العمومي) إستفادوا من دورات تدريبية بنسبة 80% ،بينما وجدنا نقص التكوين في قناتي الخبر ودزاير TV إذ أن 22.50% من الصحفيين في قناة دزاير TV فقط إستفادوا من التكوين و 77.50% منهم لم يستفد، أما قناة الخبر ف 26.92% منهم إستفاد من دورات تدريبية و 73.08% منهم لم يستفيدوا.

* خلصت الدراسة إلى وجود إرتفاع أجور صحفيي الجزائرية الثالثة مقارنة بالقنوات الأخرى، إذ نجد 100% من صحفيي الجزائرية الثالثة أجورهم تتجاوز ال 50 ألف دينار ، بينما نجد أجور صحفيي قناة دزاير TV متوسطة نوعا ما وقريبة من أجور صحفيي الجزائرية الثالثة إذ 35% منهم تتراوح أجورهم ما بين 35 و 50 ألف دينار بينما 65% أجورهم تتجاوز 50 ألف دينار ، في حين نجد 15.38% من صحفيي الخبر أجورهم أقل من 35 ألف دينار و 53.85% منهم تتراوح أجورهم ما بين 35 و 50 ألف دينار في حين 30.77% تتجاوز أجورهم 50 ألف دينار .

* كشف النتائج أن ظروف إقامة صحفيي الجزائرية أفضل من نظرائهم في قناتي دزاير تي في والخبر حيث أن أغلبهم يمتلك سكن خاص وهو ما قدر بنسبة 60% ،بينما صحفيي قناة دزاير TV أغلبهم يقطن بسكنات مؤجرة بنسبة 80%، وفي قناة الخبر 76.92% من صحفييها يقطنون بسكنات مؤجرة .

* في ما يخص الاستفادة من خدمات الضمان الإجتماعي أوضحت النتائج إحترام مؤسسة الجزائرية الثالثة لقانون العمل وإعطاء كل صحفييها حق الاستفادة من الضمان

الإجتماعي ، بينما عدم إلتزام قنواتي دزاير TV والخبر بتوفير حق الضمان الإجتماعي بنسب قليلة حيث أن 07.50% منهم غير مؤمنين إجتماعيا، أما في قناة الخبر فنجد 11.54% من طاقمها الصحفي بدون تأمين.

* أثبتت نتائج الدراسة أن كل عمال الجزائرية الثالثة يستفيدون من عطل بعد أدائهم لعملهم في حين 90% من صحفيي دزاير TV يحصلون على عطل و 10% منهم لا يحصلون على عطل، أما قناة الخبر ف 88.46% من الصحفيين يستفيدون من عطل و 11.54% منهم لا يستفيدون.

* في ما يخص كفاية المصاريف عند الخروج في مهمة توصلنا إلى رضا صحفيي الجزائرية الثالثة عن المصاريف التي يستفيدون منها عند خروجهم في مهمة بنسبة 93.75%، في المرتبة الثانية نجد قناة دزاير TV تدفع مصاريف لصحفيها عند خروجهم في مهام وهذه المصاريف كافية إلى حد مقبول جدا من طرف الطاقم الصحفي للقناة بنسبة 75%، أما قناة الخبر فحلت في المرتبة الأخيرة من حيث كفاية المصاريف بنسبة 57.69%.

* أكدت النتائج أن صحفيي الجزائرية الثالثة يتمتعون بحق التمثيل النقابي وأغلبهم منخرط في نقابة المؤسسة بنسبة 92.50%، في حين نجد أن كل صحفيي قنواتي دزاير TV والخبر لا ينتمون إلى الفرع النقابي لمؤسستهم لعدم وجوده أصلا.

* في ما يخص مدى تعرض الصحفيين لعقوبات مهنية في مؤسساتهم توصلنا إلى أن أغلب الصحفيين في القنوات الثلاث لم يتعرضوا لعقوبات مهنية، وخلصنا إلى صرامة المؤسسات في التعامل مع طاقمها الصحفي من خلال تسليط عدد من العقوبات في حال إرتكاب أخطاء مهنية حيث جاءت انواع العقوبات ونسبتها كما يلي:

الجزائرية الثالثة: تنوعت العقوبات المهنية التي تعرض لها صحفيو الجزائرية الثالثة حيث نجد عقوبة المساءلة في المرتبة الأولى ب 35.71% في حين عقوبة الإنذار 28.57% والتوبيخ 21.43% في حين نجد 14.29% من صحفي القناة تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل لمدة محدودة.

قناة دزير TV: نجد 44.44% من صحفيي القناة الذين يتعرضون لعقوبات المساءلة، و 22.22% منهم يتعرض للتوبيخ ونفس النسبة منهم تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل و 11.11% منهم تعرضوا لعقوبة الإنذار.

قناة الخبر: 33.33% من صحفيي القناة المعاقبين تعرضوا للمساءلة و 33.33% تعرضوا لعقوبة التوقيف عن العمل لمدة محدودة في حين نجد 16.67% من الصحفيين تراوحت عقوباتهم بين التوبيخ والإنذار بنفس النسبة.

* توصلنا إلى وجود إختلاف وتنوع في الضغوطات التي يعاني منها الصحفيين في القنوات الثلاث لكن القاسم المشترك بينها هو معاناة الصحفيين من ضغط الرؤساء بالدرجة الأولى، و نجد ضغط السياسة التحريرية في المرتبة الثانية من حيث الضغوط، أما في قناتي الخبر ودزير TV يشتهي عمال المؤسسات من نقص الإمكانيات ووسائل العمل * من خلال النتائج نكتشف أن معظم الصحفيين في القنوات التلفزيونية الثلاث إختاروا العمل في الإعلام عن قناعة، إذ أن 88.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة و 87.50% من قناة دزير TV و 84.62% من قناة الخبر إختاروا العمل في الصحافة عن قناعة.

* أثبتت نتائج التحليل أن دوافع إختيار المبحوثين للعمل في ميدان الإعلام جاء بدافع حب المهنة في المرتبة الأولى، وإحتل دافع ملاءمة التخصص العلمي المرتبة الثانية في دوافع إختيار مهنة الصحافة، وجاء دافع الشهرة في المرتبة الثالثة بالمقابل لا يوجد أي

صحفي في قناتي الخبر و دزاير TV إختار مهنة الصحافة بدافع الأجر الجيد بينما 2.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة كان دافعهم الأجر الجيد.

* في ما يخص عوامل نجاح الصحفي حسب رأي المبحوثين خلصنا إلى أن هناك عدة عوامل لنجاح الصحفي حسبهم حيث إحتلت الخبرة المرتبة الأولى ، في حين نجد الأعمال المقدمة في المرتبة الثانية وجاء التكوين الأكاديمي ثالثا ، بينما نجد أن عامل المهوبة حل في المرتبة الرابعة من حيث عوامل نجاح الصحفي حسب آراء المبحوثين .

* من خلال طرحنا لهذا السؤال المفتوح على المبحوثين والمتعلق بتعريفهم للقيم الخبرية كشفت لنا إجابات المبحوثين أن معظم الصحفيين يجهلون تعريف القيم الخبرية ، حيث لمسنا خلط الصحفيين بين القيم الخبرية وعناصر الخبر إذ لم يوفق معظمهم في وضع تعريف محدد ودقيق لمفهوم القيم الخبرية ، بالمقابل نجد فئة قليلة جدا أعطت تعريفا قريب من التعريف الصحيح للقيم الخبرية.

* أثبتت نتائج الدراسة إرتفاع نسبة المبحوثين الذين يرون أن دور الصحفي هو نقل الوقائع كما هي حيث جاءت النسب كما يلي: 57.50% في الجزائرية الثالثة و 47.50% في دزاير TV و 46.15% في قناة الخبر، ثانيا نجد إكتفاء فئة من الصحفيين بنقل ما يتوافق والسياسة التحريرية لمؤسستهم الإعلامية ، في حين نجد بعض الصحفيين يرون أن دورهم يتمثل في شرح وتفسير الوقائع خاصة في قناتي دزاير TV والخبر (قنوات خاصة) وبنسب ضئيلة في الجزائرية الثالثة حيث بلغت نسبة هذه الفئة 23.08% في قناة الخبر، 22.50% في قناة دزاير TV ونسبة 5% فقط في قناة الجزائرية الثالثة، بالمقابل إلتزام صحفيي القنوات الثلاث بعدم إبداء آرائهم الشخصية في القضايا والأحداث موضوع التغطية الإخبارية

* يوجد تباين بين صحفيي القنوات الثلاث في إعطاء الأولوية للأخبار عند جمعها لكن إتفق المبحوثون على ضرورة أن تكون الأخبار تتناسب والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية كأهم الأولويات عند جمع الأخبار ،كما لمسنا أيضا حرص الصحفيين المبحوثين في القنوات الثلاث على ضرورة أن تهتم الأخبار الجمهور و الثقة في المصدر وجاءت النسب كالتالي:

الجزائرية الثالثة:

إحتلت الأخبار التي تلائم السياسة التحريرية المرتبة الأولى من بين الأولويات التي يراعيها الصحفي عند جمعه الأخبار حيث بلغت نسبة 70%، وجاءت في المرتبة الثانية الأخبار التي تهتم المشاهد ،ثالثا جاءت الثقة في في حين جاء تحقيق السبق الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة 6.25%.

قناة دزير TV:

جاءت أولوية التلاؤم والسياسة التحريرية في المرتبة الأولى بنسبة 37.50%، متبوعة بالثقة في المصدر في المرتبة الثانية ، في حين أولوية تحقيق السبق الصحفي عند جمع الأخبار حلت ثالثا ،بينما جاءت أولوية الأخبار التي تهتم المشاهد في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 15%.

قناة الخبر:جاءت أولوية التلاؤم والسياسة التحريرية عند جمع الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 38.46%، وجاءت الثقة في المصدر ثانيا ،ي حين أولوية أن تهتم الأخبار المشاهد جاءت ثالثا ،بينما حلت أولوية تحقيق السبق الصحفي المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 8.93%.

* في ما يخص الجوانب التي يراعيها الصحفيون عند تحرير وبت الأخبار كشفت النتائج عن إحترام صحفيي القنوات الثلاث لأخلاقيات العمل الصحفي عند تحرير مادتهم

الإخبارية وبثها وعلى رأس هذه القيم الموضوعية، الدقة والأمانة، وهي الصفات الثلاث التي يجب توفرها في أي إعلامي من أجل ضمان ودعم مصداقية عمله، وجاءت الترتيب في كل قناة كما يلي:

الجزائرية الثالثة: الموضوعية ، الدقة ،الأمانة، ما يدعم سياسة الحكومة، ما يجذب المشاهد، تضخيم الحدث .

قناتي الخبر و دزاير TV: الموضوعية،الدقة،الأمانة،مايجذب المشاهد،تضخيم الحدث،ما يدعم سياسة الحكومة.

* أثبتت نتائج التحليل وجود تفاهم بين صحفيي القنوات الثلاث حول تصنيفهم للقيم الإخبارية خاصة (الأهمية، القرب، الإنفراد) مع إختلاف بسيط في ترتيب القيم الأخرى(الإثارة، الغرابة، التنمية، الصراع والشهرة)،في ما يلي سنستعرض القيم الخبرية التي يرى المبحوثون أنها مهمة جدا:

قناة الجزائرية الثالثة:

الأهمية القرب، - الإنفراد- التنمية - الصراع، - الشهرة - الإثارة- الغرابة .

بالنسبة لقناة دزاير TV:المستوى الأول:

الإنفراد-الأهمية- القرب- الإثارة- الصراع - التنمية- الشهرة- الغرابة.

بالنسبة لقناة الخبر:القيم الخبرية المهمة جدا:

الأهمية - الإنفراد -القرب -الإثارة - الصراع - الشهرة - التنمية - الغرابة

* في ما يخص العوامل المتحكمة في بث الأخبار في قنوات الدراسة بشكل كبير كشفت الدراسة أن هناك عدة عوامل تتحكم في بث الأخبار في قنوات الدراسة أهمها: موضوع

الخبر حيث أن 87.50% يرى صحفيو الجزائرية الثالثة أن موضوع الخبر يتحكم بشكل كبير في بثه ويرى 77.50% من صحفيي دزاير TV ذلك أيضا أما صحفيو قناة الخبر الذين يرون أن موضوع الخبر هو الذي يتحكم في بثه فقدرت نسبتهم ب 65.38%، كما توجد عوامل أخرى متحكمة كالمصدر، السياسة التحريرية، المساحة الزمنية للأخبار، رغبات الجمهور، بالمقابل نجد 75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، و 60% من صحفيي قناة دزاير TV و 53.85% من صحفيي قناة الخبر يرون أن رغبة الصحفي لا تتحكم أبدا في بث الأخبار، وهنا نسجل محدودية دور الصحفي مقارنة بالعوامل السابقة .

* في ما يخص ترتيب الصحفيين لمصادر المعلومات التي يعتمدون عليها عند جمعهم للأخبار توصلنا إلى إعتقاد الصحفيين في قنوات الدراسة على عدد من المصادر وعلى رأسها الهيئات الرسمية والوزارات إذ بلغت النسبة 42.50% في الجزائرية الثالثة، 32.50% في دزاير تي في، و 34.62% في قناة الخبر، إضافة إلى وكالات الأنباء، وتعتمد قناتي (الخبر و دزاير TV) على الصحف بنسبة 19.23%، و 22.50% على التوالي وإعتقاد القناتين على الجمهور إضافة إلى الأنترنت ولو بنسب ضئيلة في قناة الجزائرية الثالثة ، إضافة إلى مصادر أخرى وهي الإذاعة والقنوات التلفزيونية .

* أكدت الدراسة على إكتفاء الصحفيين في القنوات الثلاث بدور نقل المعلومات من المصدر كما هي بالدرجة الأولى حيث بلغت النسبة 75% في الجزائرية الثالثة و 55% في قناة دزاير تي في، و 46.15% في قناة الخبر، كما يلجأ الصحفيون إلى تطويع المعلومات التي يتلقونها من المصدر مع ما يتناسب مع السياسة التحريرية لمؤسساتهم الإعلامية، و تحتل هذه الفئة المرتبة ، و جاءت في المرتبة الثالثة فئة الصحفيين الذين يرون أن دورهم مناقشة المصدر ، بينما إحتلت المرتبة الرابعة الفئة التي ترى أن دورها هو صناعة الخبر مع المصدر، في حين جاءت في المرتبة الخامسة فئة الصحفيين الذين يرون أن دورهم هو توجيه المصدر حيث بلغت النسبة 1.25% في الجزائرية الثالثة،

و5% في دزاير تي في و3.85% في قناة الخبر، أما في ما يخص صنع المصدر للخبر فالصحفيون في القنوات الثلاث إمتنعوا عن الإجابة.

* أثبتت نتائج الدراسة أن أغلب الصحفيين في القنوات الثلاث لا يعتمدون على الجمهور كمصدر للخبر بشكل كبير ، حيث إستخلصنا هذا في السؤال ما قبل السابق إذ جاء ترتيب الجمهور كمصدر للخبر في المرتبة الرابعة في قناة الخبر، والخامسة في قناة دزاير تي في والمرتبة السادسة في قناة الجزائرية الثالثة حيث تبين هذه النتائج محدودية دور الجمهور وهذا ما تعكسه النسب التالية:

53.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 40% من صحفيي دزاير تي في و19.23% من صحفيي قناة الخبر لا يعتمدون إطلاقا على الجمهور كمصدر للأخبار.

* إتفق المبحوثون على أن السياسة التحريرية المتبعة في القنوات الثلاث تحد من حرية الصحفي في معالجة المواضيع حيث قدرت النسب على النحو التالي: 62.50% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 57.50% من صحفيي دزاير تي في، و57.69% من صحفيي قناة الخبر، في المرتبة الثانية أجمع المبحوثون في قنوات الدراسة على أن السياسة التحريرية تزيد من ضغط المسؤول عليهم ،بينما جاءت في المرتبة الثالثة نجد أن السياسة التحريرية جيدة لتوجيه الصحفي حيث جاءت الإجابات وفق النسب التالية: 13.75% من صحفيي الجزائرية الثالثة، 12.50% في قناة دزاير تي في و7.69% من صحفيي قناة الخبر.

* كشفت الدراسة أن معظم الصحفيين في القنوات الثلاث تصلهم تعليمات حارس البوابة بشكل جيد ونسبة ضئيلة منهم لا تصلهم إطلاقا التعليمات ،حيث يرى 81.25% من صحفيي الجزائرية الثالثة و70% من نظرائهم في قناة دزاير تي في و57.69% من قناة الخبر أن تعليمات حارس البوابة حول السياسة التحريرية تصلهم بشكل جيد،بالمقابل

05% من صحفيي دزاير TV و 7.69% من نظرائهم في قناة الخبر يرون أن تعليمات حارس البوابة لا تصلهم إطلاقاً.

* أثبتت نتائج الدراسة عن تعرض الصحفيين في قنوات الدراسة إلى مجموعة من الضغوط والتي تختلف درجة قوتها وترتيبها من قناة لأخرى ويمكننا أن نميز بين ثلاث أنواع من الضغوط:

أ- **الضغوط القوية جدا** وهي: ضغط السلطة، ضغط مسؤول العمل، وضغط السياسة التحريرية.

ب- **الضغوط القوية**: وهي مصادر الأخبار، ضغط الجمهور وأخلاقيات المهنة.

ج - **الضغوط المتوسطة** (ضغط زملاء العمل - نقص الإمكانيات والتجهيزات).

* من خلال نتائج الدراسة نجد أن أغلب المبحوثين في القنوات الثلاث يحضرون إجتماعات العمل اليومية، وهذا تقليد صحفي حيث يجتمع الطاقم الإخباري يوميا

* في ما يخص تطبيق المبحوثين لتعليمات إجتماع العمل توصلنا إلى أن أغلب المبحوثين في قنوات الدراسة يطبقونها، حيث بلغت النسبة 78.75% من مبحوثي الجزائرية الثالثة و 90% في قناة دزاير تي في و 96.15% في قناة الخبر يطبقون التعليمات كاملة، بالمقابل نجد أن مبحوثي قنوات الدراسة الثلاث إمتنعوا عن البديل "لا أطبق التعليمات" حيث بلغت نسبة الإجابة 00%.

* خلصت دراستنا إلى أن أغلب الصحفيين في الجزائرية الثالثة يقومون بإنجاز عمل صحفي في اليوم، في حين نجد أغلب المبحوثين في قناتي دزاير تي في والخبر يقومون بإنجاز أكثر من عملين في اليوم .

* كشفت الدراسة أن القنوات الثلاث تتعامل بحذر مع المواد الإخبارية وتمارس رقابة ذاتية على صحفييها وتجبرهم على إحترام سياستها التحريرية وتطويع مادتهم الإخبارية وفقها، إذ تتعرض المادة الإخبارية التي يحضرها الصحفي بصفة كبيرة إلى التعديل أو الإلغاء خاصة في الجزائرية الثالثة إذ 33.75% من مبحوثي القناة أن مادتهم الإخبارية تتعرض للتعديل أو الإلغاء في حين يرى 57.50% منهم أنها أحيانا تتعرض لذلك، ونجد 8.75% منهم مادتهم الإخبارية لا يطرأ عليها أي تعديل أو لم تتعرض للإلغاء.، في حين تتعامل القنوات الخاصة (دزاير تي في والخبر) بحذر مع المواد الإخبارية التي يتم جمعها وهذا سعيًا من هذه القنوات إلى عدم الوقوع في المحذور، فقناة دزاير تي في 40% من مبحوثي القناة مادتهم الإخبارية تتعرض للتعديل و الإلغاء بصفة دائمة في حين 55% منهم يرون أنها أحيانا تتعرض لذلك، بينما نجد 05% فقط مادتهم الإخبارية لا يطرأ عليها أي تغيير ولا تتعرض للإلغاء، في حين قناة الخبر يرى 30.77% من مبحوثي القناة أن مادتهم الإخبارية تتعرض دائما إلى التعديلاًو الإلغاء، و 65.38% منهم أحيانا تتعرض مادتهم الإخبارية لذلك، في حين 3.85% فقط من الصحفيين مادتهم الإخبارية لا تتعرض أبدا إلى التغيير ولا إلى الإلغاء.

* توصلنا إلى وجود علاقة عمل حسنة بين الصحفيين ورؤسائهم في القنوات الثلاث حيث بلغت النسبة 53.75% في الجزائرية الثالثة و 47.50% في دزاير تي في، و 46.15% في قناة الخبر، بالمقابل توجد بعض المشاكل بين الصحفيين ورؤسائهم وهو ما تولد عنه علاقة عمل سيئة قد تعرقل العمل حيث بلغت النسبة 21.25% في الجزائري الثالثة و 22.50% في دزاير تي في، و 23.08% في قناة الخبر.

* توصلنا إلى وجود ثقة لدى الصحفيين في ما يقدمونه من أخبار للجمهور الذي يعتقدون أنه يثق فيهم ثقة عالية بينما يرى بعضهم أن الجمهور يثق فيهم ثقة متوسطة

وهذه المعطيات مبنية على أفكار وتخمينات صحفيي قنوات الدراسة وليست مبنية على أسس علمية

* في ما يخص تقييم الصحفيين لفتح المجال السمعي البصري في الجزائر كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن الصحافة الجزائرية خاصة السمعية البصرية عرفت في السنوات الأخيرة قفزة كبيرة كما ونوعا ، كما إتفق المبحوثون في قنوات الدراسة الثلاث على ضرورة تنظيم الساحة الإعلامية السمعية البصرية في الجزائر ومنح تراخيص قانونية لممارسي المهنة الذين ينشطون كمكاتب قنوات أجنبية معتمدة ، و ضرورة تكوين الطاقات الشابة للإرتقاء بالعمل الإعلامي الجزائري بعيدا عن المصالح الضيقة وفتح المجال للمنافسة الشريفة والعمل النزيه، كما دعا المبحوثون إلى ضرورة تكاتف جهود الجميع لإنجاح الساحة السمعية البصرية سواء من السلطة أو من الأكاديميين أو ممارسيها للإرتقاء بالعمل الإعلامي .

خاتمة:

تمحورت دراستنا حول القيم الخبرية في القنوات الفضائية الجزائرية من خلال إجراء دراسة تحليلية مقارنة في مضمون النشرات الإخبارية الرئيسية والقائم بالإتصال في قنوات الدراسة (الجزائرية الثالثة ، دزاير تي في ،وقناة الخبر)،وتوصلت إلى نتائج تتعلق بالشكل والمضمون ،فمن حيث الشكل نجد أن نشرة الجزائرية الثالثة أطول من حيث المدة الزمنية من نشرتي الجزائرية الثالثة وقناة الخبر ،كما يوجد اختلاف كبير في عدد الأخبار التي بثت في قنوات الدراسة الثلاث إذ نجد أن أخبار القنوات الخاصة اقل من أخبار القناة العمومية والتي جاءت في المرتبة الأولى من حيث عدد الأخبار تليها قناة الخبر وجاءت في المرتبة الثالثة و الأخيرة قناة دزاير تي، و هذا راجع إلى محدودية الإمكانيات المادية والبشرية للقنوات الخاصة مقارنة بالجزائرية الثالثة ،في ما يخص الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة الأخبار تفضل قنوات الدراسة معالجة أخبارها في شكل خبر قصير بالدرجة الأولى لملاءمته للنشرات من حيث قصر مدته الزمنية ، إضافة إلى التقرير وأنواع أخرى كالروبورتاج و البورتريه بنسب قليلة جدا ،كما كشفت دراستنا عن وجود تقارب بين قنوات الدراسة في نوع المواضيع الإخبارية المعالجة على رأسها أخبار سياسية، المجتمع، الإقتصاد والأمن العسكري على حساب مواضيع أخرى ومن ثمة توجيه إهتمام المشاهد وإجباره على مشاهدة المواضيع التي ركزت عليها القنوات وبالتالي غياب التوازن في تناول الأخبار في نشرات الأخبار التي تعتمد في تحضيرها على طاقمها الصحفي و امكانياتها البشرية الذاتية (الخاصة) في الحصول على الأخبار وتغطيتها ،وثانيا أيضا إلى الاعتماد على المراسلين المتوزعين عبر كامل التراب الوطني ،كما تعتمد قنوات الدراسة على وكالات الأنباء خاصة وكالة الأنباء الجزائرية ،في حين تعتمد قنواتي الخبر و دزاير تي في على مصادر أخرى للحصول على الأخبار وعلى رأسها الاعتماد على قنوات تلفزيونية أخرى ،أو الاعتماد على مواقع الانترنت ،كما توصلت

دراستنا الى وضع مصفوفة قيم لكل قناة إذ يوجد بعض التشابه في مصفوفة القيم الخبرية وترتيبها في القنوات الثلاث وهذا لتقارب السياسات التحريرية لها رغم إختلاف طابع الملكية وقد جاءت على النحو التالي :

الجزائرية الثالثة :

التوقيت ، الضخامة ، القرب ، الشهرة ، التنمية ، الإهتمامات الإنسانية ، الصراع ، الأهمية .

- قناة دزير TV :

التوقيت ، الضخامة ، القرب ، الشهرة ، الأهمية ، الإهتمامات الإنسانية ، الصراع ، التنمية

- قناة الخبر :

التوقيت ، الشهرة ، الضخامة ، القرب ، الإهتمامات الإنسانية ، الصراع ، الأهمية ، التنمية

بنما جاءت القيم التالية: الأهمية، الإهتمامات الإنسانية، الصراع والتنمية ضمن مصفوفة القيم مع إختلاف طفيف في النسب والترتيب بين القنوات فنجد مثلا الجزائرية الثالثة (باعتبارها قناة عمومية) تركز على قيمة التنمية ،بينما تركز القنوات الخاصة (الخبر، دزير TV) على الإهتمامات الإنسانية لرصد معاناة الناس ومشاكلهم اليومية ،هذه المصفوفة يتم وضعها من طرف جميع أفراد القناة وهي نتاج عمل جماعي يتم فيه التنسيق بين عمال القناة التلفزيونية فيتم توزيع المهام والأدوار بدء من مسؤولي القناة مرورا بأطقم التغطية الإخبارية وصولا إلى تقديم الأخبار،هذا ما يجعل إختيار الأخبار والمفاضلة بينها لترشيحها للبحث يشترك فيها الجميع ولو بدرجات متفاوتة وليست قرارا فرديا إذ تخضع لتوجيهات المسؤولين وإحترام السياسة التحريرية وبعض القواعد التنظيمية التي توطر العملية الإخبارية فالصحفي مجرد حلقة في سلسلة إتخاذ القرار فقراراته ليست مستقلة وحرية نشاطه الإعلامي مقيدة وموجهة من طرف المؤسسة التي ينتمي إليها،

فيؤثر في العملية الإخبارية ويتأثر بمجموعة من الضغوطات الداخلية والخارجية المتنوعة والتي تختلف من قناة إلى أخرى ، لكن القاسم المشترك في قنوات (الجزائرية الثالثة، دزير تي في وقناة الخبر) هو معاناة الصحفيين من ضغط الرؤساء بالدرجة الأولى ، و نجد ضغط السياسة التحريرية في المرتبة الثانية من حيث الضغوط، أما في قناتي الخبر و دزير TV يشتهي عمال المؤسسات من نقص الإمكانيات ووسائل العمل والمنافسة ، فالقنوات التلفزيونية الثلاث تنشط في بيئة إعلامية جزائرية مليئة بالتنافس من أجل السبق الصحفي وبت أكبر عدد من الأخبار لكسب رضا و إهتمام المشاهد الجزائري، في ظل إحترام القوانين والتشريعات الجزائرية و قيم المجتمع ، فهي لا تستطيع بث كل الأخبار وإنما تقوم بعملية إنتقاء لها وفق وضع أولويات معينة تحت رقابة حراس البوابة الذين يقومون بالسماح أو منع مرور الأخبار التي تمر على سلسلة من العمليات فتعرض لعملية الإنتقاء والتعديل وأحيانا إلى الإختصار أو الإلغاء والحذف والتركيز على جانب معين وإهمال جوانب أخرى ما يفرض على الصحفي عناصر معينة في المعالجة الإخبارية وفق زوايا محددة، وقد أصبحت هذه الطريقة في التعامل مع الأخبار ضرورية داخل المؤسسات الإعلامية فهي تساعد في تحديد المواضيع المعالجة وزوايا تناولها وترتيبها وعناصر معالجتها لنقلها إلى الجمهور المتلقي وجذب إهتمامه ، وهو ما تعود عليه الصحفي الجزائري الذي أصبح يهتم كثيرا بالقيم الخبرية ويضعها ضمن أهم أولوياته عند تغطيته للأحداث والوقائع وجمع الأخبار .

وعليه نقول أن القنوات الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة في تطور مستمر من حيث المضامين الإعلامية وطرق تقديمها للمشاهد وهي تخضع لمجموعة من الضغوط خاصة التشريعية بالنسبة للقنوات الخاصة التي تحتاج إلى منح تراخيص للنشاط كقنوات جزائرية وهو ما سيسمح بتعزيز المشهد السمعي البصري في الجزائري و تقديم خدمات إعلامية راقية للمشاهد الجزائري .

الملاحق

الملاحق:

الملحق الأول: الصدق والثبات

أ) عملية تحليل الاستمارة الموزعة على القائمين بالاتصال في النشرة الإخبارية للقنوات التلفزيونية الثلاث، اعتمدنا على ثلاثة محكمين، وتم ترميزهم على النحو الآتي:

أ. د. بدر الدين زواقة: (أ).

د. فلاق صالح شبرة : (ب).

د. عبد الإله محمد النذير: (ج).

وبعد عملية الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بينهم بطريقة الباحث (هولستي)، الخاصة بحساب معامل الثبات الذي يقوم على وجود ثلاثة محللين فما فوق، على النحو الآتي:

(أ و ب)، (أ و ج)، (ب و ج).

المحلل (أ) قام بترميز (45) وحدة.

المحلل (ب) قام بترميز (43) وحدة.

المحلل (ج) قام بترميز (38) وحدة.

وللإشارة فإن المحللين الثلاثة اشتركوا في تفرغ 35 وحدة، وفيما يلي الخطوات الخاصة بحساب متوسط الاتفاق بين المحللين الثلاثة.

* حساب متوسط الاتفاق بين المحللين (أ و ب).

$$10 = 35 - 45$$

$$08 = 35 - 43$$

$$53 = (08 + 10) + 35$$

$$0.66 \quad 66.03 = \frac{100 \times 35}{53}$$

متوسط الاتفاق بين المحليين (أ و ب) هو (0.66).

*حساب متوسط الاتفاق بين المحليين (أ و ج).

$$10 = 35 - 45$$

$$03 = 35 - 38$$

$$48 = (03 + 10) \times 35$$

$$0.73 = 72.91 = \frac{100 \times 35}{48}$$

متوسط الاتفاق بين المحليين (أ و ج) هو (0.73%).

*حساب متوسط الاتفاق بين المحليين (ب و ج).

$$08 = 35 - 43$$

$$03 = 35 - 38$$

$$46 = (03 + 08) + 35$$

$$0.76 = 76.08 = \frac{100 \times 35}{46}$$

متوسط الاتفاق بين المحليين (ب و ج) هو (0.76%).

حساب متوسط الاتفاق بين المحليين الثلاثة بجمع النسب السابقة الخاصة بين المحليين (أ و ب) + (أ و ج) + (ب و ج)، وتقسيمها على عدد المحكمين أي على (03).

$$\text{وهو ما يعطينا : } 0.71 = \frac{0.76 + 0.73 + 0.66}{3} = 2.15 \text{ \%}$$

وبتطبيق المعادلة الرياضية نحصل على ما يلي:

$$(\sim 0.88 \text{ \%}) \sim \frac{2.13}{2.42} = \frac{0.71 \times 3}{0.71 \times (1-3) + 1}$$

معامل الثبات $\sim (0.88 \text{ \%})$ ، وهي نسبة كافية لاعتمادها في هذا البحث، وهي تفوق النسبة المطلوبة لإنجاز الدراسات والبحوث بـ (0.80%).

ب) عملية التحليل الخاصة بدليل التعريفات الإجرائية لفئات ووحدات المضمون في النشرة الإخبارية للقنوات التلفزيونية الثلاث، اعتمدنا على ثلاثة محكمين، وتم ترميزهم على النحو الآتي:

أ. د. بدر الدين زواقة: (أ).

د. فلاق صالح شبرة : (ب).

د. عبد الإله محمد النذير: (ج).

وبعد عملية الترميز قمنا بحساب المتوسط الاتفاق بينهم، بطريقة الباحث (هولستي) الخاصة بحساب معامل الثبات الذي يقوم على وجود ثلاثة محللين فما فوق، على النحو الآتي:

(أ و ب)، (أ و ج)، (ب و ج).

المحلل (أ) قام بترميز (53) وحدة.

المحلل (ب) قام بترميز (48) وحدة.

المحلل (ج) قام بترميز (50) وحدة.

ولإشارة فإن المحللين الثلاثة اشتركوا في تفرغ 45 وحدة، وفيما يلي الخطوات الخاصة بحساب متوسط الاتفاق بين المحللين الثلاثة:

* حساب متوسط الاتفاق بين المحللين (أ و ب).

$$08 = 45 - 53$$

$$03 = 45 - 48$$

$$\text{ومنه } 56 = (08 + 03) + 45$$

$$.88 = 88 = \frac{100 \times 45}{56}$$

متوسط الاتفاق بين المحللين (أ و ب) هو (0.88 %).

* حساب متوسط الاتفاق بين المحللين (أ و ج)

$$08 = 45 - 53$$

$$05 = 45 - 50$$

$$58 = (05 + 08) + 45$$

$$. \%0.77 = 77.58 = \frac{100 \times 45}{58}$$

متوسط الاتفاق بين المحليين (أ و ج) هو (%0.77).

*حساب متوسط الاتفاق بين المحليين (ب و ج) .

$$03 = 45 - 48$$

$$05 = 45 - 50$$

$$53 = (05 + 03) + 45$$

$$\%0.84 = 84.90 = \frac{100 \times 45}{53}$$

متوسط الاتفاق بين المحليين (ب و ج) هو (%0.84).

حساب متوسط الاتفاق بين المحليين الثلاثة بجمع النسب السابقة الخاصة بين المحليين (أ و ب) + (أ و ج) + (ب و ج)، وتقسيما على عدد الحكمين أي على (03).

$$\%0.80 = \frac{02.41}{03} = \frac{0.84 + 0.77 + 0.80}{3}$$

وهو ما يعطينا :

وبتطبيق المعادلة الرياضية نحصل على ما يلي:

$$\%0.92 \sim \frac{02.40}{02.60} = \frac{0.80 \times 3}{0.80 \times (1-3) + 1}$$

معامل الثبات يقارب (0.92 %)، وهي نسبة كافية لاعتمادها في هذا البحث، وهي تفوق النسبة المطلوبة لإنجاز الدراسات والبحوث بـ(0.80%).

الملحق الثاني: دليل التعريفات الإجرائية

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال علوم الإنسانية

استمارة تحكيم تحليل المضمون

تحية طيبة، يسعدني أن أضع بين أيديكم دليل التعريفات الإجرائية الخاصة بفئات ووحدات تحليل مضمون النشرات الإخبارية (فئات الشكل-فئات المضمون-فئات القيم الخبرية) الخاصة بأطروحة الدكتوراه الموسومة بعنوان: " القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية - دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة-الخبر-دزاير تي في)، فنلتس منكم قراءة استمارة دليل التعريفات الإجرائية بتمعن مع تدوين النقائص و تقديم الملاحظات اللازمة.

ملاحظة: يرجى منكم وضع العلامات الآتية:

* وضع رمز (A) أمام التعريف الإجرائي الذي ترونه مناسباً لمعناه في مضمون عينة الدراسة.

* وضع رمز (B) أمام التعريف الإجرائي الذي ترونه يحتاج إلى تعديل .

* وضع رمز (C) أمام التعريف الإجرائي الذي ترونه خاطئاً .

إشراف: مالفى عبدالقادر .

إعداد: موسى بن عودة

2018-2017

إسم الأستاذ المرمر:.....

الرتبة العلمية:.....

مؤسسة الإنتماء:.....

التعريفات الإجرائية:

أولا فئات الشكل:

1- الشكل الفني للخبر:

أ- الخبر القصير: هو خبر سريع يتناول حدث معين بشكل مختصر وفي وقت قصير ك2 لا يتجاوز في غالب الأحيان 50 ثانية.

ب- التقرير: يقوم بعرض الأحداث بشكل مفصل مع البحث في خلفياتها من خلال تغطية شاملة،مدته في النشرة الإخبارية دقيقتين على الأكثر.

ج- الروبورتاج: يهتم بنقل الأحداث والوقائع بسرعة وبواقعية، يقدم فيه الصحفي معلومات مباشرة فهو يمثل عين وأذن الجمهور ويزوده بمعلومات كافية حول حدث أو قضية ما،مدته لا تتجاوز دقيقتين ونصف.

د- البورتريه: هو رسم لشخصية سواء بارزة أو غير معروفة من خلال التركيز على حياتها وإنجازاتها وأهم ما حققته ، ويعتمد على إستعمال صور وتركيب لقطات بأسلوب فني لجذب المشاهد.

ثانيا -فئات المضمون:

1-فئة موضوع المادة الخبرية:

المواضيع السياسية:تتضمن المواضيع والأحداث السياسية ومختلف أنشطة السلطة والأحزاب السياسية وكل ماله علاقة بالسياسة الداخلية والخارجية للبلاد.

المواضيع الإجتماعية:يقصد بها المواضيع التي لها علاقة مباشرة مع المجتمع وأفراده تهتم بالمشكلات والافات الإجتماعية والقضايا التي تهم الفرد والأسرة .

***المواضيع الإقتصادية:**تهتم بالحقل الإقتصادي و متابعة أخر تطوراته وتسليط الضوء على القضايا الكبرى كأسعار المواد الواسعة الإستهلاك ،وأخبار البورصة العالمية ،وسوق التحويلات المالية وأسعار الصرف.

***المواضيع الأمنية(العسكرية):**تتناول الأوضاع الأمنية وتركز على القضايا التي لها علاقة مع أمن و إستقرار الدول كالتهريب والتسلح والمواجهات العسكرية ومكافحة الجريمة المنظمة والإرهاب.

***المواضيع الثقافية:**يقصد بها المواضيع المتصلة بثقافة المجتمع كالفنون المتنوعة (سينما- مسرح-رقص-رسم،...الخ) إضافة إلى الفنون الأدبية ومتابعة الأنشطة الثقافية كالمهرجانات والملتقيات والندوات الفكرية.

***المواضيع الدينية:**تشمل الأنشطة والممارسات الدينية .

***المواضيع العلمية:**كل ماله علاقة بحقل العلم والمعرفة وأخر ما توصلت إليه البشرية من إختراعات و إبتكارات.

***آخر:**صنفنا كل المواضيع التي لا تدخل في الفئات المذكورة سالفًا نذكر من بيك8نها:أخبار الرياضة،الصحة،التكنولوجيا.

3- طريقة عرض الخبر:

خبر ملون: فيه يقوم المحرر بإبداء آرائه أو آراء مؤسسته بأسلوب مباشر من خلال إبداء وجهات النظر وذكر وقائع معينة وإهمال أخرى و إستعمال ألفاظ تعبر عن ميله لجهة معينة على حساب جهة أخرى.

خبر تفسيري: يقوم على توضيح بعض أو كل التفاصيل الخاصة بالحدث أو القضية لتفسيرها لفهم أبعاد وخلفيات الموضوع.

خبر مجرد: يتم طرح الموضوع بصفة موضوعية بذكر كل الوقائع بدون زيادة أو نقصان ولا تظهر ذاتية المحرر.

4- فئة المصادر: تركز هذه الفئة على المصادر التي تتحصل منها منها القنوات التلفزيونية أخبار نشراتها ، وهي كالآتي:

*الصحفي: و هو الشخص الموظف بالقناة بصفة دائمة لتغطية الأحداث و الأخبار (محرر-مقدم-محقق - مندوب أو مبعوث صحفي) .

*المراسل: هو متعاون مع القناة التلفزيونية يقوم بتغطية أخبار منطقة معينة .

*هيئة التحرير: وتضم عدد من الصحفيين المكلفين بإعداد وإنجاز التقارير الإخبارية وتحضير مختلف المواد الإخبارية الخاصة بنشرة الأخبار داخل قسم الأخبار .

*وكالات الأنباء: هي مؤسسات إعلامية كبيرة(محلية-إقليمية-عالمية) تضم مراسلين في كل أنحاء العالم تضم عدد من الأقسام مهمتها جمع الأخبار وتوزيعها مقابل أرباح مالية.

*قنوات تلفزيونية: وهي مؤسسات تلفزيونية يتم التنسيق معها للحصول على الأخبار والمعلومات والصور في إطار التبادل والتعاون بين القنوات لكن في إطار قانوني *مواقع الأنترنت: هي إتماد القنوات التلفزيونية على الشبكة العنكبوتية كمصدر للأخبار من خلال

بث أخبار ونسبها إلى موقع أنترنت ، ولكن يبقى هذا النوع غير موثوق منه خاصة إذا كانت المواقع غير معتمدة أو غير متخصصة

*مصادر أخرى :هي جميع المصادر غير السابقة أهمها شهود العيان أو الجمهور أو قنوات إذاعية تتم الاستعانة بهم في حال عدم وجود المصادر السابقة .

وتنقسم كذلك من حيث إلى :

*مصادر حية (رسمية-غير رسمية)

*مصادر غير حية(رسمية - غير رسمية).

5- مستوى التغطية الإخبارية:نقصد بها توقيت حدوث الخبر هل حدث فعلا أم مجرد تنبؤ بحدوثه.

التغطية التمهيدية:نقصد بها قيام الصحفي بتغطية حدث أو وقائع لم تحدث بعد ويرصدها قبل حدوثها.

التغطية التقريرية:هي قيام الصحفي بتغطية حدث أو واقعه معينة وجمع المعطيات والمعلومات حولها بعد حدوثها.

التغطية المتبعة:نقصد بها متابعة الصحفي لتطور الأحداث والوقائع التي حدثت في وقت سابق وترقب الجديد فيها .

6- فئة جغرافية الخبر: وتعني تقسيم الأخبار حسب المكان الجغرافي الذي كان مسرحا لها وهي:

*أخبار محلية: هي كل الأخبار التي وقعت داخل الجزائر

*أخبار إقليمية: هي الأخبار التي تتضمن وقائع و أحداث وقعت بالأقاليم المجاورة للجزائر(شمال إفريقيا-الدول العربية).

*الأخبار الدولية: هي كل الأخبار التي تغطي أحداث مختلف دول العالم المنتشرة والتي تبعد عن الجزائر

7- فئة الصورة: وتنقسم إلى

*صورة فيلمية حية : هي صور يتم إنقائها حديثا أثناء التغطية الإخبارية لمختلف الأحداث والوقائع والتي تنقل جانبا مهما منها .

*صور أرشيفية: وهي الفيديوهات و الصور التي يتم توظيفها في المواد الإخبارية وتكون من أرشيف القناة أو أرشيف قنوات تلفزيونية أخرى.

*صور ثابتة: يتم توظيفها في نشرات الأخبار في حالة عدم وجود صور فيلمية حية أو قبل وصولها للقناة،وقد تكون هذه الصور الثابتة حديثة أو أرشيفية.

*بدون صور off: وهي الأخبار التي يتم عرضها في نشرات الأخبار بصوت المقدم فقط الذي يكتفي بقراءة الخبر دون بث لصور أو فيديوهات.

ثالثا- فئة القيم الإخبارية:

1- الشهرة:نقصد بها أن نشر خبر معين جاء بناء على إرتباطه بشخصية بارزة ،وتتضمن هذه القيمة المؤشرات التالية:

*رسمي:قد يتعلق الخبر بشخصية رسمية كرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة.

*غير رسمي :يتعلق الخبر بشخصية غير رسمية.

***حزبي:** يكون الخبر ذو علاقة مع إحدى الشخصيات الحزبية (رئيس الحزب- قيادي في الحزب- الناطق الرسمي للحزب).

***تخصص ما:** يركز الخبر على شخصية بارزة في إحدى الميادين كمشاهير الرياضة وأبطال الأفلام ونجوم السينما .

***القضية:** قد تكون القضية مشهورة وهي محور الخبر كقضية الخليفة أو قضية الطريق السيار شرق - غرب.

***القضية والشخص معا:** يرتبط الخبر بقضية شهيرة وشخصية شهيرة في ان واحد كقضية شراء مجمع الخبر من طرف يسعد ربراب.

2- الضخامة أو الحجم:

***الأطراف المشاركة:** بث الخبر يرتبط بالعدد الكبير للأطراف المشاركة في حدث ما.

***الأطراف الموجه لها:** يكون الخبر موجها لعدد ضخم من الجمهور والذي يكون هو أساس لبث الخبر.

***الأرقام الكبيرة:** يتضمن الخبر أرقاما ضخمة وإحصائيات كبيرة تكون مقوما في بثه.

***الإرتباط بمكان هام:** ترتبط أحداث أو وقائع الخبر بأماكن ضخمة ولها وزن كالبيوت المقدسة (مكة المكرمة-القدس-المساجد) أو الأماكن التاريخية والمواقع السياحية والأثرية الكبيرة (موقع تيمقاد-جبال جرجرة).

***ضخامة الحدث:** يقوم الخبر بتغطية حدث كبير كإنعقاد مجلس الأمن مثلا، ما يكون مقوما أساسيا في بث الخبر.

3-الصراع:يتناول الخبر كل الأحداث والوقائع التي تخلق تهديد للدولة أو أفرادها

وتتضمن المؤشرات التالية:الإضرابات،خلافات في الرأي،منافسة،معارك ومواجهات،إغتيالات،عمليات وهجومات إرهابية .

4-الإهتمامات الإنسانية:تركز هذه القيمة على الأحاسيس والعواطف ومشاعر المتلقي، وتتفرع إلى المؤشرات التالية:

***حاجات وغرائز إنسانية:**هي الأخبار التي تتضمن كل ماله علاقة بحاجيات الفرد من أكل وشرب وضروريات الحياة.

***عواطف وشغف المشاهدين:**يركز الخبر على كسب تعاطف ورأفة المشاهد واللعب على وتر أحاسيسه ومشاعره.

***عمل جماعي:**يتناول الخبر نشاط جماعي مثل الحملات التطوعية.

***تجربة فردية:**ينقل الخبر للمشاهدين تجربة شخص ناجح في ميدان من الميادين للتعريف به .

***هموم ومعاناة الناس:**يتعرض الخبر لقضية أو حدث يمثل مشكلة كبيرة للكثير من المشاهدين كأزمة السكن والبطالة مثلاً.

5- القرب:تنقسم هذه القيمة إلى مؤشرين الأول يتمثل في القرب المكاني وقد وزعناه على الجهات الأربع للبلاد(شرق-غرب-شمال-جنوب)،أما المؤشر الثاني فيتمثل في القرب النفسي والذي نعني به أن مضمون الخبر يحمل عواطف وأحاسيس تجعل المتلقي قريباً منه.

6- الأهمية: يتناول الخبر أحداثاً أو وقائع ذات أهمية للمشاهد، وتنقسم هذه القيمة إلى المؤشرات التالية

* يخاطب مصالح المشاهدين: يتضمن الخبر معطيات تتعلق بمصالح المشاهدين.

* يلبي إهتمامات المشاهدين: يتناول الخبر أحداث ووقائع تتعلق بمواضيع تكون من إهتمامات المشاهدين.

* الإرتباط بقضية جماهيرية: يتناول الخبر قضية جماهيرية مهمة.

7- التوقيت (الآنية): تتضمن هذه القيمة المؤشرات التالية

* الإنفراد: نعني به تحقيق القناة للسبق الصحفي وتكون هي أول من يبث الخبر بين بقية القنوات .

* التوقيت كمحدد للحدث: يلعب التوقيت الزمني دوراً مهماً في ترشيح الخبر للبحث فكلما كان زمن بث الخبر قريباً من زمن وقوعه كان الأقرب للبحث ضمن النشرة الإخبارية.

* يبني عن حدث أو قرار:

* الإعلان عن جديد في حدث: يتابع الخبر التطورات الجديدة في حدث جارٍ أو قرار تم إتخاذه.

* رداً على ما تم بثه: يكون مضمون الخبر يتضمن معطيات أو معلومات حول خبر تم بثه في وقت سابق.

8- التنمية: نقصد بها الأخبار التي تتضمن مجهودات الدولة لتحسين الإطار المعيشي

للمواطن من خلال توفير ضروريات الحياة وترقيتها وتنقسم هذه القيمة إلى مؤشرين:

*التنمية الإقتصادية: هي الأخبار التي تتضمن معلومات حول مساعي الدولة لتطوير الإقتصاد من خلال خلق فرص الإستثمار وتشجيع المشاريع الشبانية.

*التنمية الإجتماعية: تتضمن الأخبار مجهودات توفير إحتياجات المواطنين الأساسية كتطوير المنظومة التربوية، وتوسيع التغطية الصحية وتوفير الماء والكهرباء والغاز وغيرها من الضروريات.

شكرا لكم على تعاونكم معنا.

الملحق الثالث: إستمارة تحليل المضمون لنشرات الأخبار التلفزيونية.

(1) المدة الزمنية لنشرات الأخبار التصويرية (2) المدة الزمنية لعناوين الأخبار

المدة الزمنية لكل نشرة	المدة الزمنية لعناوين كل نشرة	
		1
		2
		3
		4
		5
		6
		7
		8
		9
		10
		11
		12
		13
		14
		15
		16
		17
		18
		19
		20
		21
		22
		23
		24
		25
		26
		27
		28
		29
		30
		31
		32
		33
		34
		35
		36

8- الأهمية

الإرتباط بقضية جماهيرية	يلبي إهتمامات المشاهد	يخاطب مصالح المشاهد	1
			2
			3
			4
			5
			6
			7
			8
			9
			10
			11
			12
			13
			14
			15
			16
			17
			18
			19
			20
			21
			23
			23
			24
			25
			26
			27
			28
			29
			30
			31
			32

الملحق الرابع: إستمارة القائم بالإتصال في قنوات الدراسة

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام و الإتصال علوم الإنسانية

إستمارة

تحية طيبة

يسعدني أن أضع بين أيديكم هذه الإستمارة الخاصة ببحثنا الميداني والتي سنوزعها على القائمين بالإتصال في الفضائيات الجزائرية (الجزائرية الثالثة - الخبر - دزاير تي في)، لمعرفة وضعيتهم السوسيو مهنية والضغط التي يتعرضون لها ، وكذا العوامل المتحكمة في القيم الإخبارية للنشرات التلفزيونية، وهذا في إطار تحضيرنا لأطروحة دكتوراه موسومة بعنوان: " القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية - دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالإتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة - الخبر - دزاير تي في)، فنلتمس منكم قراءة الإستمارة بتمعن مع تدوين النقائص و تقديم الملاحظات اللازمة، لإضافة أسئلة أو تعديل أ، حذف أخرى .

إشراف: مالفى عبدالقادر

إعداد: موسى بن عودة

2018-2017

السمات العامة للقائم بالإنصال

س (1) الجنس: ذكر أنثى

س (2) السن:

من 22 إلى 32 سنة

من 33 إلى 43 سنة

من 44 إلى 54 سنة

أكثر من 55 سنة

س (3) مكان الإقامة:

كراء منزل خاص سكن وظيفي

س (4) المستوى التعليمي

ليسانس

ماجستير/ماجستير

دكتوراه

س (5): ما هو تخصصك العلمي؟

إعلام و إنصال

تخصص آخر

أذكره:.....

س6 (ما هي رتبك المهنية في القناة ؟

محرر قدم محرر+مقدم حقق
رئيس تحرير رئيس تحرير قسم رئيس قسم

المحور الأول: الإهتمامات المهنية للقائم بالإتصال

س7 (ما هي دوافع إختيارك العمل في الإعلام؟

حب المهنة

توافقها وتخصصك العلمي

حب الشهرة

المقابل المادي

س 08 (ما هي مدة خبرتك المهنية داخل القناة؟

سنة واحدة من 5 سنوات من 5 سنوات

س 09 (ما هو ميدان خبرتك المهنية خارج القناة؟

صحافة مكتوبة لإذاعة قناة تلفزيونية لا توجد

س 10 (ما طبيعة عقد العمل الذي يربطك مع القناة؟

محدود المدة محدود المدة لا يوجد

س 11 (هل تمتلك بطاقة الصحفي المحترف؟

لا

نعم

س 12) ما قيمة الأجر الذي تتقاضاه في القناة؟

أقل من 35 ألف دج

ما بين 35 و 50 ألف دج

أكثر من 50 ألف دج

س 13) هل تحصل على عطل قانونية؟

لا

نعم

س 14) هل شاركت في دورات تدريبية؟

لا

نعم

س 15) هل تكفيك المصاريف المالية أثناء خروجك في مهمة عمل؟

لا

نعم

س 16) في رأيك ما هي عوامل نجاح القائم بالإتصال؟

الموهبة

التجربة

نوع المنصب

الأعمال المقدمة

التكوين الأكاديمي

المحور الثاني: الضغوطات المؤثرة على القائم بالإتصال

س17 (ما هي طبيعة الضغوطات التي تتعرض لها في عملك الميداني
ترتيبها(1.2.3.4)

ضغط النظام والسلطة

سياسة القناة

القوانين والتشريعات الإعلامية

الجمهور

المجتمع وقيمه

مسؤولي القناة التلفزيونية

مصادر المعلومات

السبق الصحفي

س18 (ما هي المصادر التي تعتمد عليها؟

. وكالات الأنباء

. الصحف والمجلات

. قنوات تلفزيونية

. الأنترنت

مصادر أخرى

أذكرها.....

س 19) ما هو دورك إزاء المصدر ؟

. نقل تصريحاته

.متابعة أخباره

. مناقشته في عمله

.صناعة الخبر مع المصدر

.تلبية مطالب المصدر وكسب ثقته

س 20) هل تعتمد على الجمهور كمصدر للأخبار؟

لا

نعم

س 21) ما هي طبيعة الضغوطات التي تتعرض لها داخل قناتكم؟ رتبها (1.2.3.4)

الزملاء

السياسة التحريرية للقناة

ضغط الرؤساء

عامل الزمن

نقص وسائل العمل

س22) هل تؤثر عليك السياسة التحريرية عند معالجتك للمواضيع ؟

لا

نعم

علل ذلك:

.....
.....
.....

س23) هل تتلقى تعليمات من حارس البوابة ؟

لا

نعم

س24) هل تحضر إجتماعات العمل؟

أبدا

أحيانا

دائما

س 25) هل تطبق التعليمات التي تتلقاها في إجتماعات العمل ؟

نادرا

أحيانا

دائما

س 26) كم عدد المواضيع التي تنجزها يوميا ؟

غير محدد

موضوعان

موضوع واحد

س 27) هل تتعرض مادتك الإخبارية للتعديل أو الإلغاء ؟

نادرا

أحيانا

دائما

س28) ما طبيعة العلاقة التي تجمعك برؤسائك في العمل ؟

سيئة

حسنة

جيدة

س 29) هل سبق وأن تعرضت لعقوبات مهنية في مؤسستك؟

لا

نعم

س 30) ما نوع العقوبات؟

. مساءلة

. توبيخ

. إنذار

. توقيف عن العمل لمدة محددة

أخرى أذكرها

س 31) هل تشعر بالإستقرار في عملك؟

لا

نعم

س 32) (في رأيك هل يثق الجمهور في ما تقدمونه من أخبار في قناتكم؟

.....

.....

م2.....

المحور الثالث : نظرة القائم بالاتصال للقيم الإخبارية في نشرة الأخبار التلفزيونية

س 33) ما هو مفهوم القيم الإخبارية- حسب وجهة نظرك- ؟

.....
.....
.....
.....

س 34) ما هو دورك أثناء التغطية الإخبارية ؟

- ✓ نقل الوقائع كما هي
- ✓ إنتقاء ما يتناسب والسياسة التحريرية للقناة
- ✓ شرح وتفسير الوقائع
- ✓ إبداء الرأي الشخصي

س 35) ما هي الأولويات التي تراعيها أثناء جمع الأخبار؟

- الثقة في المصدر
- تهم المشاهد
- تتناسب والسياسة التحريرية
- تحقق السبق الصحفي

.....أخرى:.....
.....
.....

س 36) ما هي الأولويات التي تركز عليها عند تحرير المواد الإخبارية ؟

الدقة

الموضوعية

تضخيم الحدث

الأمانة

ما يدعم سياسة الحكومة

ما يجذب المشاهد

س37) ما هي العوامل التي تتحكم في بث الأخبار؟

موضوع الخبر

مصدر الخبر

المساحة الزمنية للأخبار

السياسة التحريرية

رغبة الصحفي

إهتمامات الجمهور

س 38) ما هي اقيم الإخبارية الأكثر تحكما في بث أخبار نشرة التلفزيونية ؟ رتبها

1.2.3.4.5.6

التوقيت (الآنية)

الأهمية

الشهرة

الضخامة (الحجم)

التنمية

الصراع

القرب

الإهتمامات الإنسانية

س39) كيف تقيم التجربة السمعية البصرية في

الجزائر؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

شكرا لكم على تعاونكم معنا

الفهرس

1- شكر

2. إهداء

3 - ملخص الدراسة

مقدمة أ

الإطار المنهجي للدراسة

1 - إشكالية الدراسة 15

2 - تساؤلات الدراسة 16

3 - أسباب إختيار الموضوع 16

4 - أهمية الدراسة 17

5 - أهداف الدراسة 17

6- منهج البحث 18

7 - أدوات جمع البيانات 20

8 - مجتمع البحث وعينة الدراسة 26

9- مجال الدراسة 30

10- إجراء الصدق والثبات 31

11-تحديد المفاهيم والمصطلحات 33

12- الدراسات السابقة 37

13- الخلفية النظرية للدراسة 62

الباب النظري

الفصل الأول: الخبر والقيم الخبرية

تمهيد 69

المبحث الأول: مفهوم الخبر والقيم الخبرية

أولاً- مفهوم الخبر.

أ-المفهوم السلطوي للخبر 70

ب-المفهوم الليبرالي للخبر 71

ج- المفهوم الإشتراكي للخبر 72

د- مفهوم الخبر من وجهة نظر المسؤولية الإجتماعية 72

هـ- مفهوم الخبر في الدول النامية 73

و- المفهوم العربي للخبر 74

ثانياً- مفهوم القيمة

أ- في اللغة 76

ب- في الفلسفة 77

ج- في علم الإجتماع 78

78..... د- في الإعلام

84..... ثالثا- مفهوم القيمة الخيرية

رابعا- مداخل دراسة القيم

87..... أ- المدخل النفسي

88..... ب- المدخل التنموي

88..... ج- المدخل السياسي والإيديولوجي

88..... د- المدخل المؤسسي

88..... هـ- المدخل التنظيمي

المبحث الثاني: عناصر القيم الخيرية والعوامل المتحكمة فيها

أولا- عناصر القيم الخيرية.

90..... الجدة

92..... القرب

94..... الشهرة

96..... الإثارة

97..... الأهمية

99..... الصراع

101..... السلبية

103.....	الإهتمامات الإنسانية
104	الضخامة
106.....	الغربة(الطرافة)

ثانيا-العوامل المؤثرة في القيم الخبرية

106.....	السلطة السياسية
110.....	سياسة المؤسسة الإعلامية
111.....	الإيديولوجية
113.....	قيم المجتمع
115.....	القواعد المهنية
115.....	نوع الملكية
117.....	الهيمنة العالمية على المعلومات

المبحث الثالث:القيم الخبرية في مختلف الأنظمة الإعلامية

119.....	1-في النظام الليبرالي
125.....	2- في النظام الإشتراكي
128.....	3- في الأنظمة المختلطة
136.....	خلاصة الفصل

الفصل الثاني:النشرة الإخبارية التلفزيونية

137..... تمهيد

المبحث الأول:تعريف النشرة الإخبارية وأنواعها

138..... أولاً: تعريف النشرة الإخبارية

140..... ثانياً: وظائف النشرة

142..... ثالثاً: أنواع النشرات

145..... رابعاً:العوامل المتحكمة في بناء النشرة

150..... مراحل بناء النشرة

المبحث الثاني:طاقم إعداد النشرة

أولاً-طاقم النشرة

158..... 1.مدير الأخبار

158..... 2.رئيس التحرير

159..... 3.رئيس المندوبين

160..... 4.أسرة التحرير

160..... 5.الفنيون

161..... 6.المنسقون

161	7. أمناء المكتبة
161	8. المخرج
162	9. المذيع
163	10. أطقم التغطية الإخبارية
167	11. أفراد العمل من خارج قسم الأخبار

المبحث الثالث: الأنواع الصحفية في نشرة الأخبار

169	1. المقال الإفتتاحي
169	2. الخبر
171	3. التقرير
173	4. الروبورتاج
175	3. التصريح التلفزيوني
174	4. المقابلة الإخبارية
175	5. التعليق التلفزيوني
175	6. التحقيق
176	7. الحديث الصحفي
176	8. البورتريه
178	خلاصة الفصل

الفصل الثالث:المشهد السمعي البصري في الجزائر

تمهيد 179

المبحث الأول: تطور التلفزيون في الجزائر

أولاً- التلفزيون العمومي 180

ثانياً- القنوات الخاصة..... 186

المبحث الثاني : قانون السمعي البصري في الجزائر

أولاً- قانون السمعي البصري 14- 04

تعريفه 199

ظروف صدوره 200

محتوى القانون 203

شروط إنشاء قناة تلفزيونية مرخص لها 205

ثانياً-سلطة ضبط السمعي البصري 209

المبحث الثالث:الصحفي الجزائري بين المهنة والتشريع

أولاً- تطور مفهوم الصحفي في القوانين الجزائرية 221

ثانياً - حقوق وواجبات الصحفي الجزائري 227

أ-الحقوق:

- 1 - التوظيف 227
- 2 .تنظيم علاقة العمل 228
- 3.مدة العمل 228
- 4.السر المهني..... 229
- 5 . المدة التجريبية 230
- 6 . العطل والراحة 231
- 7 . الأجر 231
- 8 . الحق في التأمين والضمان الاجتماعي 232
- 9 . الحق في التدريب..... 232
- 10.حق الوصول إلى مصادر المعلومات..... 233
- 11.البطاقة المهنية..... 234

ب- واجبات الصحفي

- 1-إحترام أخلاقيات المهنة..... 235
- 2-الإلتزام بالقواعد المهنية 237

ثالثا-الضغوطات التي تواجه الصحفي

- أ-الضغوطات الداخلية 239

244.....ب-الضغوطات الخارجية

248..... خلاصة الفصل

الباب الثاني: الجانب التطبيقي

الفصل الأول: التحليل الكمي والكيفي لشكل و مضمون النشرات الإخبارية

المبحث الأول: تشخيص قنوات الدراسة

250 قناة الجزائرية الثالثة

255 قناة الخبر

261..... قناة دزاير تي في

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لشكل ومضمون النشرات في القنوات الثلاث

264..... المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث

267..... توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث

270..... المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية

272..... توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار

276..... توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية

280..... توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة

287..... توزيع طريقة عرض المادة الخبرية

290..... توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة

293	توزيع مصادر الأخبار في قنوات الدراسة.....
297	توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة.....
300	توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة.....
302	توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.....
305	توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار.....
307	توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية.....

المبحث الثالث: تحليل فئة القيم الخبرية لنشرات الأخبار في القنوات الثلاث

310	توزيع القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية التلفزيونية.....
315	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الجزائرية الثالثة على القيم الخبرية.....
319	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الخبر على القيم الخبرية.....
323	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة دزاير تي في على القيم الخبرية.....
327	توزيع قيمة القرب على مؤشرات الفرعية.....
330	توزيع قيمة الضخامة على مؤشرات الفرعية.....
332	توزيع قيمة الصراع على مؤشرات الفرعية.....
335	توزيع قيمة الشهرة على مؤشرات الفرعية.....
338	توزيع قيمة الإهتمامات على مؤشرات الفرعية.....
340	توزيع قيمة الأهمية على مؤشرات الفرعية.....

- 342.....توزيع قيمة التوقيت على مؤشرات الفرعية
- 344.....توزيع قيمة التنمية على مؤشرات الفرعية
- 346.....نتائج تحليل المضمون

الفصل الثاني: التحليل الكمي والكيفي لإستمارة القائم بالاتصال في قنوات الدراسة

السمات العامة والخصائص التأهيلية للقائم بالاتصال في قنوات الدراسة

- 354.....توزيع العينة حسب متغير الجنس
- 356.....توزيع العينة حسب متغير السن
- 358.....توزيع العينة حسب مكان الإقامة
- 360.....المستوى التعليمي لدى القائم بالاتصال في النشرات الإخبارية
- 362.....التخصص العلمي للقائم بالاتصال في النشرات الإخبارية
- 364.....الرتبة المهنية للقائم بالاتصال

المبحث الأول: الإهتمامات المهنية للقائم بالاتصال.

- 369.....دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال
- 371.....مدة الخبرة المهنية للقائم بالاتصال في القناة
- 373.....ميدان خبرة القائم بالاتصال خارج القناة
- 376.....طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة
- 378.....إمتلاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف

- 380.....قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالاتصال
- 382.....حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية
- 384.....مشاركة القائم بالاتصال في دورات تدريبية
- 386.....كفاية المصاريف المالية عند خروج القائم بالاتصال في مهمة
- 388.....عوامل نجاح القائم بالاتصال حسب المبحوثين

المبحث الثالث: الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال

- 392طبيعة الضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال
- 397.....ترتيب القائم بالاتصال لمصادره أثناء التغطية الإخبارية
- 402.....دور القائم بالاتصال إزاء المصدر
- 405.....مدى اعتماد القائم بالاتصال على الجمهور كمصدر للخبر
- 407.....طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة
- 410.....تأثير السياسة التحريرية على القائم بالاتصال.
- 413.....مدى تلقي القائم بالاتصال لتعليمات حارس البوابة
- 414.....حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل
- 416.....تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل
- 418.....عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا
- 421.....تعرض المادة الخبرية للقائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء

- 424.....طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائهم في العمل
- 426.....تعرض القائم بالاتصال لعقوبات في مؤسسته
- 428.....نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالاتصال
- 430.....شعور القائم بالاتصال بالإستقرار المهني
- 432.....رأي القائم بالاتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه

المبحث الثالث: نظرة القائم بالاتصال للقيم الخبرية والعوامل المتحكمة فيها

- 436.....مفهوم القيم الخبرية حسب القائم بالاتصال
- 437.....دور القائم بالاتصال أثناء التغطية الإخبارية
- 440.....الأولويات التي يراعيها القائم بالاتصال أثناء جمع الأخبار
- 443.....الأولويات التي يراعيها القائم بالاتصال عند تحرير الأخبار
- 447.....القيم الخبرية المتحكمة في بث الأخبار حسب القائم بالاتصال
- 451.....العوامل المتحكمة في بث الأخبار حسب القائم بالاتصال
- 455.....تقييم الصحفيين لفتح مجال السمعي البصري في الجزائر
- 458.....نتائج دراسة الفصل الثاني
- 472 خاتمة

الصفحة	فهرس الجداول	الرقم
--------	--------------	-------

266	المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث	01
269	توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث.	02
272	المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية	03
274	توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار	04
278	توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية	05
282	توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة	06
289	توزيع طريقة عرض المادة الخبرية	07
292	توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة	08
295	مصادر الأخبار في قنوات الدراسة	09
299	توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة.	10
302	توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة.	11
304	توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.	12
307	توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار	13
309	توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية.	14
313	توزيع القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية التلفزيونية	15
318	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الجزائرية الثالثة على القيم الخبرية	16

322	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة الخبر في على القيم الخبرية	17
326	توزيع طبيعة المادة الخبرية في قناة دزاير تي على القيم الخبرية.	18
330	توزيع قيمة القرب على مؤشرات الفرعية	19
333	توزيع قيمة الضخامة على مؤشرات الفرعية.	20
335	توزيع قيمة الصراع على مؤشرات الفرعية.	21
338	توزيع قيمة الشهرة على مؤشرات الفرعية	22
341	توزيع قيمة الإهتمامات على مؤشرات الفرعية	23
343	توزيع قيمة الأهمية على مؤشرات الفرعية.	24
345	توزيع قيمة التوقيت على مؤشرات الفرعية	25
347	توزيع قيمة التنمية على مؤشرات الفرعية	26
356	توزيع العينة حسب متغير الجنس.	27
358	توزيع العينة حسب متغير السن.	28
360	مكان إقامة القائم بالاتصال.	29
362	المستوى التعليمي لدى القائم بالاتصال في النشرات الإخبارية	30
364	التخصص العلمي للقائم بالاتصال في النشرات الإخبارية	31
366	الرتبة المهنية للقائم بالاتصال	32

371	دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال.	33
373	مدة الخبرة المهنية للقائم بالاتصال في القناة.	34
376	ميدان خبرة القائم بالاتصال خارج القناة.	35
380	طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة.	36
381	إمتلاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف	37
383	قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالاتصال.	38
385	حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية.	39
387	مشاركة القائم بالاتصال في دورات تدريبية.	40
389	كفاية المصاريف المالية عند خروج القائم بالاتصال في مهمة	41
391	عوامل نجاح القائم بالاتصال حسب المبحوثين.	42
395	طبيعة الضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال	43
400	ترتيب القائم بالاتصال لمصادره أثناء التغطية الإخبارية	44
405	دور القائم بالاتصال إزاء المصدر.	45
408	مدى إعتقاد القائم بالاتصال على الجمهور كمصدر للخبر	46
410	طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة.	47
413	تأثير السياسة التحريرية على القائم بالاتصال.	48

416	مدى تلقي القائم بالاتصال لتعليمات حارس البوابة.	49
418	حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل.	50
419	تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل	51
421	عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا.	52
424	تعرض المادة الخبرية للقائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء.	53
427	طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائه في العمل	54
429	تعرض القائم بالإتصال لعقوبات في مؤسسته.	55
431	نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالإتصال	56
433	شعور القائم بالإتصال بالإستقرار المهني.	57
435	رأي القائم بالإتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه.	58
440	دور القائم بالإتصال أثناء التغطية الإخبارية.	59
443	الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال أثناء جمع الأخبار	60
446	الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال عند تحرير الأخبار	61
450	العوامل المتحكمة في بث الأخبار حسب القائم بالإتصال.	62
450	ترتيب القائم بالإتصال للقيم الإخبارية الأكثر تحكما في بث الأخبار	63

فهرس الأشكال

الصفحة	فهرس الأشكال	الرقم
268	المدة الزمنية لنشرات الأخبار التلفزيونية في القنوات الثلاث	01
270	توزيع الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث.	02
275	المعدل الزمني لعناوين النشرة الإخبارية في القنوات التلفزيونية	03
274	توزيع استخدام الأنواع الصحفية في نشرات الأخبار	04
278	توزيع القوالب الفنية للمادة الخبرية	05
284	توزيع مواضيع المادة الإخبارية في قنوات الدراسة	06
290	توزيع طريقة عرض المادة الخبرية	07
293	توزيع طبيعة البث في قنوات الدراسة	08
297	مصادر الأخبار في قنوات الدراسة	09
300	توزيع نوع المصادر المعتمدة في قنوات الدراسة.	10
303	توزيع طبيعة مصادر الصحفي في قنوات الدراسة.	11
305	توزيع نوع الصور في نشرات الأخبار التلفزيونية.	12
308	توزيع مستوى التغطية الإخبارية في نشرات الأخبار	13
310	توزيع جغرافية الخبر في النشرات الإخبارية.	14
316	توزيع القيم الإخبارية في النشرات الإخبارية التلفزيونية	15

357	توزيع العينة حسب متغير الجنس.	16
359	توزيع العينة حسب متغير السن.	17
361	مكان إقامة القائم بالاتصال.	18
363	المستوى التعليمي لدى القائم بالاتصال في النشرات الإخبارية	19
364	التخصص العلمي للقائم بالاتصال في النشرات الإخبارية	20
367	الرتبة المهنية للقائم بالاتصال	21
372	دوافع اختيار المهنة الصحفية لدى القائم بالاتصال.	22
374	مدة الخبرة المهنية للقائم بالاتصال في القناة.	23
377	ميدان خبرة القائم بالاتصال خارج القناة.	24
380	طبيعة عقد العمل الذي يربط القائم بالاتصال بالقناة.	25
382	إملاك القائم بالاتصال لبطاقة الصحفي المحترف	26
384	قيمة الأجر الذي يتقاضاه القائم بالاتصال.	27
386	حصول القائم بالاتصال على عطل قانونية.	28
388	مشاركة القائم بالاتصال في دورات تدريبية.	29
390	كفاية المصاريف المالية عند خروج القائم بالاتصال في مهمة	30
392	عوامل نجاح القائم بالاتصال حسب المبحوثين.	31

397	طبيعة الضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال	32
402	ترتيب القائم بالاتصال لمصادره أثناء التغطية الإخبارية	33
407	دور القائم بالاتصال إزاء المصدر.	34
411	طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل القناة	35
414	تأثير السياسة التحريرية على القائم بالإتصال	36
418	حضور القائم بالاتصال لإجتماعات العمل.	37
420	تطبيق التعليمات التي يتلقاها القائم بالاتصال في إجتماعات العمل	38
422	عدد المواضيع الذي ينجزها القائم بالاتصال يوميا.	39
425	تعرض المادة الخبرية للقائم بالاتصال للتعديل أو الإلغاء.	40
428	طبيعة علاقة القائم بالاتصال برؤسائه في العمل	41
430	تعرض القائم بالإتصال لعقوبات في مؤسسته.	42
432	نوع العقوبات التي تعرض لها القائم بالإتصال	43
433	شعور القائم بالإتصال بالإستقرار المهني.	44
436	رأي القائم بالإتصال حول ثقة الجمهور في ما يقدمه.	45
441	دور القائم بالإتصال أثناء التغطية الإخبارية.	46
444	الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال أثناء جمع الأخبار	47

447	الأولويات التي يراعيها القائم بالإتصال عند تحرير الأخبار	48
-----	--	----

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

القران الكريم.

أولاً: المعاجم والقواميس

1. ابن منظور، لسان العرب، الجزء 5، دار المعارف، القاهرة، ب س.
2. أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 2006.
- 3 . أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985.
4. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث والسابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
5. كرم شلبي ، معجم المصطلحات الإعلامية،، الشروق للنشر، مصر، 1989م ، ص 603.

ثانياً: الكتب

أ- باللغة العربية:

1. إبراهيم إمام ، دراسات في الفن الصحفي ، المكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 1980.
2. إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح، سوسيولوجيا الخبر الصحفي ،دراسة في انتقاء ونشر الأخبار.
3. إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004 .

4. إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، د س.
5. أحمد بن مرسل، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، الجزائر 2005.
6. اجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الإتصال الجماهيري، ج 1، ط 1 ، المكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة، 1980.
7. أحمد حمدي، دراسات في الصحافة الجزائرية ، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر.
8. أديب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية ، دمشق ، 2002.
9. أميرة الحسيني ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع بيروت، 2005 .
10. أشرف رمضان عبد الحميد، حرية الصحافة، دراسة تحليلية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 274.
11. السيد بخيث محمد درويش: قيم الأخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية ، دراسة تطبيقية في الصحافة القومية والحزبية خلال 1987- 1990.
12. إسماعيل ابراهيم ، فن التحرير بين النظرية والتطبيق ، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
13. إليزابيث شميدث، ماركوس تيرواك ماركوس بوش، ترجمة حسين شاويش، أساسيات في الصحافة المطبوعة والمرئية و المسموعة والالكترونية، المرجع سابق، ص 54.
14. بيتر فيليبس ، ترجمة أحمد محمود، الرقابة والتعقيم في الأعلام الأميركي ، دار الشروق، القاهرة ، 2007.

15. إسماعيل معارف قالية، الإعلام حقائق و أبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 1999.
16. البرت.ل.هستر، واي لان ج تو، دليل الصحفي في العالم الثالث،ترجمة كمال عبد الرؤوف،الدار الدولية للنشر والتوزيع،القاهرة 1982.
17. بوريتسكي،الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، ط1، بناية الصحافة ،دمشق، 1990 ،
- 18.جواد عبد الستار،فن كتابة الأخبار، ط 3،دار مجدلاوي،الأردن،2001.
19. جون مارتن ،انجو جروفر شودري، نظم الإعلام المقارنة ، ترجمة علي درويش، ط 1،الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر ، 1991.
20. جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط1، دار الفكر العربي،القاهرة ، 1978 .
- 21.حسن عماد مكاوي،الأخبار الإذاعية والتلفزيونية،الدار العربية للنشر والتوزيع،القاهرة،2009.
- 22.حسن عماد مكاوي،نظريات الإعلام،ط1،الدار العربية للنشر والتوزيع،القاهرة،2009.
- 23.حسن علي محمد ،فنون الكتابة والحديث للراديو والتلفزيون،ط 1، دار البيان للطباعة والنشر ،مصر 2005.

24. خالد عمر بن ققة ، مفهوم القذف في الصحافة ، منشورات الخبر ، الجزائر ، 2000
- 25.ريتشارد كابلان ، صدقية وسائل الإعلام في الحرب: ظاهرة المرسلين المرافين للقوات المسلحة ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي ، 2006.
26. زهير احداين،مدخل لعلوم الإعلام والاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1999.
- 27.طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
28. طه عبد الرحمن،الحق العربي في الاختلاف الفلسفي،ط 2،المركز الثقافي العربي ،الدار البيضاء،المغرب،2006.
29. طه عبد العاطي نجم ،الصحافة والحريات السياسية،دراسة في التوجهات الإيديولوجية ،دار المعرفة الجامعية،مصر،2004.
30. سليمان صالح ،حقوق الصحفيين في الوطن العربي،ط 1، دار النشر للجامعات، القاهرة،مصر،2002.
31. سمان فوزي عمر، المسؤولية المدنية لصحفي، ط1، دار وائل لنشر، عمان، 2007.
32. سمير محمد حسن ، دراسات مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام ، عالم الكتاب ، الدار اللبنانية المصرية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1990.
33. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد ، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، 1984 .

34. سليمان تقي الدين، تحولات المجتمع والسياسة والأعلام، دار الحداثة للطبع والنشر والتوزيع، بيروت، 2004.
35. سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2004.
36. صلاح قنصوه، نظرية القيم في الفكر المعاصر، دار السوبر للنشر، لبنان، 2010.
37. عادل جبري، محمد الحبيب، مدى المسؤولية للإخلال بالسر المهني أو الوظيفي، ط 1، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2005.
38. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
39. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط 1، 2005.
40. عبد الرحمان عزي، الإعلام وتقنك البنات القيمة في المنطقة العربية، ط 1، دار المتوسطة للنشر، 2009.
41. عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، الاعلام والمجتمع، رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والاسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر.
42. عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، مكتبة جرير، عمان، 2005.
43. عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2012.
44. عبد الله الحيدري، الصورة والتلفزيون، بناء المعنى وصناعة المضمون، مطبوعات جامعة البحرين، البحرين، 2005.

45. عبد العزيز تركستاني، سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون ، الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال، الرياض، 2004.
46. عبد العزيز شرف ، الأسس الفنية في التحرير الصحفي ،دار الفرقان للنشر ، عمان، 1998.
47. عبد اللطيف حمزة ، مدخل في فن التحرير الصحفي، ط 4 ، دار الفكر العربي، مصر، د س.
48. عبد الهادي أحمد الجوهري و على عبد الرزاق إبراهيم، مدخل إلى المناهج و تصميم البحوث الإجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.
49. عظيم الجميلي، ثناء إسماعيل العاني، صناعة الأخبار و الأخبار الصحفية ،ط1، دار الصفاء، الأردن 2012 .
50. علي الشعبي، دور وسائل الاعلام بين التثقيف والترفيه، مكتبة الأفق، الكويت، 2004.
51. عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات ، منهج البحث العلمي ، ط 1 ، مكتبة المنار للنشر و التوزيع الأردن ، 1989 .
52. عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في مواجهة الاختراق الصهيوني، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
53. غازي زين عوض الله ، الأسس الفنية للحديث الصحفي، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1996
54. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي ،عالم الكتب ،القاهرة ، 1991.
55. فاروق أبو زيد ، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتاب للنشر، مصر، د س.
56. فريزر بوند، مدخل الى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، مؤسسة بدران وشركاؤه، لبنان، بدون سنة.

57. قاسيمي ناصر ، دليل مصطلحات علم إجتماع التنظيم والعمل ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 2011.

58. قيس الياسري،الخبر الصحفي،دراسة نظرية وتطبيقية ، دار الحكمة للنشر والتوزيع، بغداد، 1987 .

59. كارولين ديانا لويس،التغطية الإخبارية للتلفزيون،ترجمة محمود شكري العدوي،المكتبة الأكاديمية،القاهرة،1993.

60. ليلي عبد المجيد،التشريعات الإعلامية ،مطبوعات جامعة القاهرة،مصر 2005.

61. مصطفى المصمودي،النظام الإعلامي الجديد،مطبعة عالم المعرفة،الكويت،2005.

62. محمد الشلبي و منصف العياري ،الإعلامي العربي، بحوث إذاعية ،التلفزيون مجالا، القاهرة 2003 .

63. محمد الصغير بعلي،مدخل للعلوم القانونية ،نظرية القانون،نظرية الحق ،دار العلوم،عنابة،الجزائر،2006.

64. محمد بن سعود البشر،أيدولوجيا الإعلام، ط 3، مكتبة الملك فهد الوطنية،الرياض،1437 هـ.

65. محمد عبد الرحمان عبد الله محمد بدوي، مناهج و طرق البحث الإجتماعي، د ط ، دار المعرفة الجامعية مصر،2000.

66. محمد عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، ط 1،دار عالم الكتب للنشر والتوزيع،الرياض،1996.

67. محمد صاحب سلطان، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الميسرة، عمان، الأردن، 2011.
68. محمد علي شومان، لإعلام العربي والعولمة، مكتبة الفجر القاهرة، 2005.
69. محمد معوض، المدخل الى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ب.س.
70. محمد معوض و عبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000 .
71. محمود أدهم، الأسس الفنية للتحليل الصحفي العام، القاهرة، 1984.
72. مذكور مرعي، الصحافة الإخبارية، ط1، دار الشروق للنشر، مصر، 1968.
73. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004 .
74. ميلفن منتشر، تحرير الأخبار في الصحافة الإذاعة والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، ط1، دار النشر، دمشق، سوريا 1992.
75. نبيل أبو راغب، العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للكتاب، القاهرة، 1999.
76. نصر الدين العياضي ، اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
77. نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع ، مجموعة دراسات مترجمة ، دار القصة للنشر ، الجزائر، 1999.
78. نعمات عثمان، الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.
79. نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية، عصر البث الفضائي، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 2007.

80. هيريت شيلر، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، الاتصال والهيمنة الثقافية، مكتبة الأسرة، مصر، 2008.

81. هشام حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، دراسة في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

82. ياس البياتي، الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق، بغداد، 2006.

ب- باللغة الأجنبية:

1. Andrew Boyd :Rapport of broadcast journalism, technique of radio and television, focal press, 2000.
2. Naum Badu and Walter J Ward ,the nature in four dimensions,journalism quarterly,1998.
3. Paul Maning, news and news sources Magritical indtroduction,sage publications,london,2001.
4. Roselyne Ringoot et Jean-Michel U tard: les genres journalistique, l'harmattan,2009,.
- 5.
6. Willim Rugh ,The Arab Press,Syracuse University Press,New.York ,1979.

الرسائل الجامعية:

1. أحمد نواري، تحرير الأخبار في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لنماذج من النشرة الرئيسية ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2001

بنت طاعة الله بكار ،قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية،رسالة ماجستير غ م ،جامع الجزائر،2001.

2.بوجحوف الزهرة،القيم الخبرية في عصر العولمة،دراسة تحليلية لنشرة سي أن أن، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة قسنطينة،2009

3. بشير الدين مرغاد،الوضعية الاجتماعية والمهنية للصحفيين الجزائريين من 1990-200،مذكرة ماجستير غير منشورة،جامعة الجزائر،كلية العلوم السياسية والإعلام،قسم الإعلام والاتصال،2007.

4. حسينة رحال ،متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية الجزائرية والفرنسية،دراسة حالة نشرة المساء،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة بن يوسف بن خدة،الجزائر،1999

5. دليلة غروبة، دور الصحافة المستقلة في ترسيخ الديمقراطية في الجزائر،أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب ،العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم الإعلام و الإتصال،جامعة باجي مختار عنابة،2010.

6. رضوان بوقرة، بيئة الأخبار في القنوات الفضائية العربية،قناة الجزيرة نموذجا،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة بن يوسف بن خدة ،الجزائر،2005-2006

7. رمضان بلعمري،القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام،غير منشورة،الجزائر 2012.

8. عائض بن مرزوق الحربي، درجة التسييس في قناة الحرة، (دراسة تحليل مضمون لأخبار قناة الحرة التلفزيونية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مالك سعود، الرياض، 2004.

9. فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 2011، 3-2012.
10. لبنى جلال سكيك، إستخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية، نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا، رسالة ماجستير غ م ، جامعة الجزائر 3 ، 2008/2007 ،
11. محمد شطاح ،النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري،دراسة تحليلية وميدانية،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة الجزائر، 2004.
12. محمد صابر عمر، التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية ، دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية،رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب،جامعة الملك سعود،السعودية،2007،
13. نصر الدين مزاري ، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في المغرب العربي " د راسة وصفية مقارنة بين الجزائر والمغرب من فترة الاستقلال إلى 2011 م ، مذكرة ماجستير ، غ م ،قسم الإعلام ،جامعة الجزائر 2011،3-2012.
14. سمير لعرج،القيم الاخبارية في الصحافة العمومية المعربة،رسالة ماجستير غ م ،جامعة الجزائر،1995.
15. هاشم حسن جاسم، القيم الإخبارية في الصحافة العراقية، الدراسة التحليلية للقيم الإخبارية في الصحافة اليومية (1996،1988)، أطروحة دكتورة غ م ، العراق، 1996.
16. هشام حمزة،إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية في أوقات الأزمات،دراسة حالة تجرية قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق،رسالة ماجستير فير منشورة،الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي،2007.

رابعاً: القوانين والمواثيق

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 82 - 01 مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 هـ الموافق 6 فبراير 1982 يتضمن قانون الإعلام، العدد 6، السنة التاسعة عشرة، 9 فبراير 1982.

2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المرسوم الرئاسي رقم 86- 147 المؤرخ في 1 جويلية 1986 الذي يتضمن تأسيس المؤسسة الوطنية للتلفزيون و المرسوم الرئاسي رقم 86- 146 المؤرخ في 1 جويلية 1986 الذي يتضمن تأسيس المؤسسة الوطنية للإذاعة، الجريدة الرسمية العدد 27 ، 02-07-1986.

3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، قانون رقم 90-07 مؤرخ في 08 رمضان عام 1410 هـ الموافق 3 أبريل 1990، المتعلق بالإعلام، العدد 14، السنة السابعة والعشرون، 1990.

4. المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 1998.

5. المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 2002.

6. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم رئاسي رقم 08-140 مؤرخ في 04 جمادي الأولى عام 1429 هـ الموافق 10 مايو 2008 م، يحدد النظام النوعي لعلاقات العمل المتعلقة بالصحفيين ، العدد 24 ، 11-05-2008.

7. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 12-05 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 هـ الموافق 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالإعلام العدد 2، 05-01-2012.

8. الجريدة الرّسميّة للجمهوريةّ الجزائريّة ، قانون رقم 14- 04 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجزائر، العدد 16 ، 2مارس 2014.

خامسا :المجلات

أ-باللغة العربية:

- 1.المنصف العياري وآخرون،المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث اتحاد إذاعات الدول العربية،تونس،2006
- 2.حسن الشامي،وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر،مجلة المكتبة الثقافية ،الهيئة المصرية العامة للكتاب،العدد 473،القاهرة،1992،ص133.
3. سمير لعرج ،بنية القيم الإخبارية، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 2 الجزائر،2 جوان 2008.
- 4.صالح بن بوزة ،وسائل الاعلام بعد الاستقلال (1962-1978)،المجلة الجزائرية للاتصال، العدد3 ،1996.
- 5.صالح بن بوزة،السياسات الإعلامية الجزائرية -المنطلقات النظرية والممارسات (1979-1990)،المجلة الجزائرية للإتصال،العدد 1996،13.
6. صلاح الدين حافظ، شرف الكلمة وحرية الصحافة،مجلة الدراسات الإعلامية،العدد89،القاهرة،1997،ص219.
7. عبد الحفيظ الهرقام،الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي ،مجلة إتحاد الإذاعات العربية،العدد3،2004 .

8. عيسى الشماس ، تأثير الفضائيات التليفزيونية الأجنبية في الشباب: دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية، ع2 ، 2005.
9. محمد مصالحة حمدان، صناعة الأخبار في وسائل الإعلام، مجلة التوثيق الإعلامي، ع2، الجزائر، 1994.
10. محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، العدد 3 و 4 ، 2003.
11. منى الحديدي، الخبر، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 1، 2001.
12. فلاق صالح شيرة، سلطة المال والخدمة العمومية في الميديا بالجزائر، مجلة الرواق، المركز الجامعي غليزان، ع 4، ص 14، ديسمبر 2016.
13. مالك شعباني ، دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ع 07، جانفي 2012.

ب- باللغة الأجنبية:

1. Jean Pierre Desaulniers, Philippe Dohet , l'univers du télé journal québécois in communication information vol N°2, hiver 1980.
2. Kathy Roberts Forde , The Enduring Problem of Journalism, Journal of Magazine , New Media Research, Vol13, No1 , 2012.
3. Lang et Lang, The Inferencial Structure of Political Communications ,A Study in Unwitting Bias, Public Opinion Quareterly , Summer , 1955, in Wolf, Teorie .
4. Mac Neil Training in Journalisme, Mac Milton Company new year , 1995. Straughan, Dulci, Murdock , a study of news

values and their effect on reader interest in their world news annual meeting of the association for education, August San Antonio, 1987.

5. Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim, and Brenda Wrigley, individual and routine forces in gate keep VoI. 78, No.2 Summer 2001,
6. Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim, and Brenda Wrigley: individual and routine forces in gate keep VoI 78, No.2 Summer 2001.
7. Pamela J. Shoemaker, article of news and worthiness, the European journal of communication, 2006 .
8. Philippe Gaillard , technique du journalisme, 7 ème édition, c France , édition que sais-je ? presse universitaires.
9. Tony Harcup and Deirdre O'Neill, What is news? News values revisited (again), Journalism Studies, published Taylor & Francis mars 2016.
10. William P. Cassidy , Gate keeping Similar For Online, Print Journalists, Newspaper Research Journal , Vol27, No 2 , Spring 2006.

سادسا: المحاضرات

1. حسين أبو شنب ، محاضرات في الإعلام العربي والدولي ، كلية الإعلام والاتصال ، جامعة فلسطين ، 2008 .

2. محسن الإفرنجي ، محاضرات في مساق التحرير الصحفي ، الخبر الصحفي ، جامعة غزة الإسلامية ، كلية الآداب ، مارس 2012 .

المقابلات:

1. مقابلة مع الإعلامي أمين حران، رئيس قسم الأخبار في قناة دزير تي، يوم 03 نوفمبر 2016، الخامسة وعشر دقائق مساءً .

2. مقابلة مع الصحفي فوزي أيت علي، مدير الأخبار في التلفزيون الجزائري، يوم 07 نوفمبر 2016 على الساعة الواحد والنصف زوالا.
3. مقابلة مع السيد: عاطف قدارة ، رئيس قسم الأخبار في قناة الخبر، يوم 09 نوفمبر على الساعة الثانية زوالا.
4. مقابلة مع السيد سمير عقون ، مدير الأخبار في قناة دزاير تي في ، يوم 13 نوفمبر 2016، على الساعة الثالثة زوالا.
5. مقابلة مع السيد عبد السلام بن زاوي أستاذ محاضر بجامعة الجزائر ، يوم 19 نوفمبر 2016 على الساعة العاشرة وعشر دقائق صباحا.
6. مقابلة مع السيد كرايس الجيلالي ، أستاذ محاضر في علم الاجتماع الإتصال، المركز الجامعي تيسمسيلت، يوم 28 مارس 2017، الساعة السادسة وخمس وثلاثين دقيقة مساء.
7. مقابلة مع السيد غمشي الطيب، أستاذ محاضر بجامعة وهران، قسم الإعلام والإتصال، يوم 07 ماي 2017، على الساعة 11 وعشرين دقيقة صباحا.
8. مقابلة مع البروفيسور بدر الدين زواقة، أستاذ محاضر بجامعة باتنة ، يوم 11 جويلية 2017 على الساعة الخامسة وعشرين دقيقة مساء.
9. مقابلة مع الباحث والإعلامي الطيب لعزب، يوم 30 جويلية 2017 ، الساعة الثالثة و النصف زوالا.

سابعا :مواقع الأنترنت

1. اطلع عليه يوم 16 جوان 2017، الساعة 16:50 . www.arav.dz/ar
2. www.djazairpress.com
3. www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20170603/113781.html
أطلع عليه يوم 17 جوان 2017 الساعة 16:23

4. essalamonline.com/ar/feed/permalink/17733.21 أطلع عليه يوم 02-2016 على الساعة 10:30.
5. www.ennaharonline.com
6. www.aps.dz
7. www.mouwazaf-dz.com/t15575 تم الإطلاع عليه يوم 23-06-2017 على الساعة 19:35
8. www.djazairpress.com/eldjadida,20/11/2016,20h30.
9. www.emaratalyoun.com/life/culture/527909.2012-11-21-1.
اطلع عليه يوم 21-12-2016 على الساعة العاشرة والنصف