



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم اتصال وعلاقات عامة

القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية

-دراسة ميدانية بإذاعة الأغواط -

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

من إعداد الطالبتين:

- بن يطو روى أروى
- مراد أيديا

تحت إشراف :

- د. هويشر مسعود

لجنة المناقشة:

- د./ أ جامعة رئيسا.
- د./ أ جامعة مقرا
- د./ أ جامعة مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا في هذا العمل المتواضع الذي اهدى به مع أسامي عباراته
الحب والامتنان:

إلى من جرع الكأس فارغاً لي يهديني قطرة حب

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليهد لي طريق العلم

إلى أبي نور دربي الذي ساندني وتعجب من أجل إتمام مسيرتي الدراسية.

إلى أمي التي طالما رافقتني بدعائها وحرصها علي.

إلى قرة عيني من قاموا بتشجيعي دائماً إلى الوصول ومن دعمني بلا حدود ولا

مقابل -أخي وأخواتي-

إلى كل الأهل والأصدقاء وكل من ساهم في نجاحي من قريب أو بعيد

إلى الأساتذة المحترمين وزملاء الدراسة.

إلى كل من قدم لي يد المساعدة

بن بطو رؤى أروى

الإهداء

أهدي نتائج هذا الجهد ومضارة هذا العمل:

إلى التي أهدتني نور الحياة وتعمدني برعاية خطواتي ورسمت معي أحلام حياتي
والدتي الحبيبة أطال الله في عمرها وأدامها لي نرجوا كافيا أمدو به كدر الأيام.
إلى من زرع في قلبي حب العلم ووضع بين جنباتي القوة والعزيمة والذي الغالي
الذي طالما شجعني وساعدني لإتمام دراستي حفظه الله لنا جميعا.

إلى إخوتي الأعزاء حماهم الله.

إلى أساتذتي الكرام.

إلى كل الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة.

مراد ليديا

شكر وعرفان

الحمد والشكر لله الحي القيوم أولا وأخيرا وامتناناً لقوله صلى الله عليه وسلم:

" من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

نتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان الدكتور " هويشر مسعود "

الذي تكرمه بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع التوجيهات

والملاحظات والنصائح.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة المحترمين

على عناء قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها.

وكذلك نتقدم بخالص الشكر إلى كل من درسنا من أساتذة بجامعة عمار ثلجي

والى كل موظفي المكتبة وجزاهم الله كل خير.

وفي الأخير نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب أو من بعيد

ونسأل الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم انه قريب مجيب



الملخص:

تناولنا في دراستنا التي تتمحور حول موضوع القيم الإخبارية والموسومة تحت عنوان القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية بالتحديد إذاعة الأغواط الجهوية حيث قمنا بإجراء دراسة ميدانية لهاته الأخيرة بهدف معرفة أهم القيم المعتمدة من قبل الصحفيين في عملية كتابة وتحرير الخبر الصحفي ولقد تم اختيار العينة القصدية لهاته الدراسة كما طبقت أداة الملاحظة حيث قمنا بملاحظة كيف تتم عملية التحرير وعملية بث الأخبار كذلك من قبلهم واستعمل كذلك الاستبيان عليها للإجابة على تساؤلات هاته الدراسة وأظهرت نتائج الدراسة أن الصحفيين في إذاعة الأغواط يعتمدون بشكل كبير و يولون الأهمية القيمة: الموضوعية والمصدقية، الإحترافية، الجدية، أهمية الخبر، التحري والتأكد.

Abstracr :

In our study focusing on the topic of news values, specifically titled "News Values in Algerian Radio: A Case Study of Laghouat Regional Radio," we conducted a field study on the latter with the aim of identifying the most important values adopted by journalists in the process of writing and editing news stories. A purposive sample was chosen for this study, and observation was applied to monitor how the editing and broadcasting of news were conducted. Additionally, a questionnaire was used to answer the questions of this study. The results of the study showed that journalists at Laghouat Radio significantly rely on and prioritize the values of objectivity, credibility, professionalism, seriousness, news importance, investigation, and verification.



فهرس المحتويات

الإهداء.....	
شكر وعرهان	
ملخص الدراسة.....	
الفهرس.....	
فهرس المحتويات.....	
قائمة الجداول.....	
قائمة الأشكال.....	
قائمة الملاحق.....	
مقدمة..... أ	

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

1.....	تمهيد
2.....	أولا - إشكالية الدراسة
4.....	ثانيا- التساؤلات :
5.....	ثالثا- الفرضيات :
5.....	رابعا- أسباب اختيار الموضوع :
5.....	خامسا- أهداف الدراسة :
6.....	سادسا- أهمية الدراسة :

فهرس المحتويات

6..... سابعا-مصطلحات الدراسة:

9..... ثامنا-أدبيات السابقة :

15..... خلاصة:

الفصل الثاني: القيم الإخبارية و الخبر الصحفي

18..... تمهيد:

19..... أولا: ماهية القيم الإخبارية :

19..... 1- مفهوم القيم الإخبارية:

19..... 1- تعريف القيم الإخبارية:

21..... 2- أنواع القيم الإخبارية :

26..... 3- وظائف القيم الإخبارية :

27..... 4- أهمية دراسة القيم :

31..... ثانيا: الخبر الصحفي

31..... 1. تعريف الخبر:

32..... 2-وظائف الخبر الصحفي:

33..... 3. أهداف الخبر الصحفي:

34..... 4-أهمية الخبر الصحفي :

35..... 5-أشكال تحرير الخبر الصحفي:

36..... خلاصة:

فهرس المحتويات

الفصل الثالث_الفصل الثالث: الإذاعة والبرامج الإذاعية

- 40 تمهيد:
- 41 أولاً: ماهية الإذاعة :
- 41 1-تعريف الإذاعة:
- 41 2-نشأة وتطور الإذاعة
- 49 3-خصائص الإذاعة :
- 50 4-وظائف الإذاعة:
- 50 5-أنواع الإذاعة
- 52 ثانياً:البرامج الإذاعية
- 52 1-مفهوم البرامج الإذاعية:
- 52 2- أنواع البرامج الإذاعية :
- 56 3-أهمية البرامج الإذاعية:
- 57 4- الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية:
- 64 5- العوامل المؤثرة في فاعلية البرامج الإذاعية:
- 65 خلاصة:

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

- 68 تمهيد:
- 69 أولاً : بطاقة تقنية عن إذاعة الأغواط
- 79 ثانياً: مجالات الدراسة و أدوات الدراسة
- 79 ثالثاً: منهج الدراسة

فهرس المحتويات

80 -رابعاً: خصائص عينة الدراسة

91 -خامساً: النتائج العامة للدراسة

93 خاتمة:

95 قائمة المراجع :

..... الملاحق

فهرس الجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم
81	يبين البيانات الشخصية للعينة	1
82	يبين كيفية التحاق صحفيين بالإذاعة	2
83	يبين المهام الموكلة للصحفيين	3
83	يبين الخبرة للصحفيين	4
84	يبين أول مؤسسة اشتغل بها كل صحفي	5
84	يبين هل صحفي يستمع للإذاعة أو لا	6
85	يبين كيفية ترتيب الأخبار	7
85	يبين أهم المصادر معتمد عليها	8
86	يبين رسالة صحفيين من خلال الإذاعة	9
86	يبين إذا الأخبار قريبة من المجتمع المحلي أو لا	10
86	يبين إذا الجرائد والصحف اغلب المصادر المعتمدة	11
87	يبين باقي المصادر المعتمدة	12
87	يبين رأي الصحفيين بموضوع دراستنا	13
88	يبين أهم القيم التي تطفى على النشرات	14
88	يبين لغة التقديم	15
89	يبين إذا القيم تؤثر على الأداء	16
89	يبين إذا الصحفيين يراعون القيم أثناء التقديم	17
89	يبين إذا الصحفيين يتجنبون التحيز في تقديم الأخبار	18
90	يبين إذا الصحفيين يتفادون التشهير	19
90	يبين إذا الصحفيين يسعون لتقديم المعلومات بشكل متوازن او لا	20

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم
72	الهيكل التنظيمي	شكل 1
72	النسب المئوية لشبكة البرامجية السنوية 2019-2020	شكل 2
41	الشبكة البرامجية العادية 2019-2020	شكل 3

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	العنوان	رقم
I	الاستبيان	ملحق 1
iv	وثيقة	ملحق 2



مقدمة

الإعلام ظاهرة اجتماعية دخلت إلى المجتمعات البشرية منذ العصور البدائية للإنسانية حتى اليوم، ولذلك فإنه يشكل عصب الحياة المعاصرة ووجهها من وجوه الحضارة كما يعبر عن السياسة والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية، ويؤثر فيها كما يتأثر بها. وقد شهد القرن الواحد والعشرين تطورات كبيرة على مستوى الاتصال ووسائل نشر المعلومات والأخبار ووسائل الإعلام والاتصال التي أصبحت تمثل المكون الأساسي الذي يميز الحياة المعاصرة والتي أحدثت الكثير من التغيرات في الحياة، و بات الإنسان في كل مكان يستقبل المعلومات التي تؤثر عليه في كل لحظة وتشكل إلى حد كبير رؤيته و مدركاته، تجاه الأحداث والقضايا التي تعد بصورة أو بأخرى جزءا من اهتماماته.

ومن بين أهم هذه الوسائل نجد الإذاعة كإعلام المسموع التي تمتاز بخصائص ومميزات يؤهلها للتنافس مع مختلف الوسائل الأخرى نظرا إلى أدوارها الحيوية و الفعالة في المجتمع، ولها كذلك دور كبير وهام يتمثل في اتصالات مع جمهورها والتجاوب معه من خلال ما تقدمه من برامج ونشرات والقيم الإخبارية التي تعتبر أساسية لضمان تقديم محتوى إعلامي موثوق وموضوعي للجمهور

وفي هذا السياق جاءت هذه الدراسة الموسومة بالقيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة الأغواط -.

ولقد احتوت الدراسة على أربع فصول منها الفصل الأول وهو المنهجي وتفاصيلها كالتالي - الفصل الأول تم تحديد الإشكالية المحورية من خلال طرح التساؤلات التي كانت حول معرفة القيم الإخبارية ومدى الالتزام بها، وعلى أساسها تم صياغة التساؤلات الفرعية ليتم بعدها تحديد أهمية الموضوع وأسباب اختياره و الأهداف التي تسعى الدراسة للوصول إليها مرورا إلى الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة وتم التعليق عليها، لنختم بعد ذلك الإطار العام بتحديد المفاهيم الأساسية لموضوع الدراسة ومحاولة تحديد التقريب الإجرائي.

-أما الفصل الثاني فقد تمحور عنوانه حول القيم الإخبارية والخبر الصحفي حيث تم تطرق فيه إلى ماهية القيم الإخبارية التي تعتبر أداة أساسية لضمان تقديم المعلومات الصحيحة والموضوعية وتعزيز الثقة بين الإعلام والمجتمع مروراً إلى الأهمية والأنواع والوظائف.... ليتم تطرق بعدها إلى الخبر الصحفي من حيث الأشكال والأهداف والوظائف .

-وتتناول الفصل الثالث بدوره عن الإذاعة والبرامج الإذاعية والتحدث عن الإذاعة وعن دورها الحيوي الذي تلعب في نقل معلومات وترفيه عن الجمهور وعن تاريخها الذي شاهد تطورا كبيرا على مر السنين وقدرتها للوصول إلى الجمهور بجميع مستوياته وتم تطرق إلى خصائص ووظائف وأنواع الإذاعة.. مروراً إلى البرامج الإذاعية التي تعتبر عنصراً أساسياً الذي تعتمد عليه أي محطة إذاعة، وتم تطرق إلى أنواع والخطوات وأهمية البرامج الإذاعية

-ويعرض الفصل الرابع الإجراءات المنهجية والبيانات الميدانية التي اعتمدها الدراسة بدءاً بالمنهج، المجالات، أدوات جمع البيانات، وعينة الدراسة ثم تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها ووصولاً إلى النتائج العامة للدراسة

- والوصول إلى محطة خاتمة الدراسة بختام عام عن الموضوع واستنتاج كلي حول الإشكالية.



الفصل الأول:

الإطار العام للدراسة

تمهيد

أولاً- إشكالية الدراسة

ثانياً- التساؤلات

ثالثاً- الفرضيات

رابعاً- أسباب اختيار الموضوع

خامساً- أهداف الدراسة

سادساً- أهمية الدراسة

سابعاً- تحديد المصطلحات الدراسة

ثامناً- أدبيات الدراسة

خلاصة

تمهيد

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم الخطوات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي دراسة حيث كانت البداية: بالإشكالية العامة للموضوع وما تفرع عنها من تساؤلات، كما تم التطرق لأهمية البحث والوقوف على أهم الأسباب التي كانت دافعاً لاختيار الموضوع واستخلاص الأهداف التي تسعى هذه الدراسة لتحقيقها من خلاله، كما تضمن هذا الفصل الدراسات السابقة التي كانت جانباً مهماً يشترك مع موضوع بحثنا في أحد المتغيرات أو السمات العامة، وذلك من خلال عرض موجز يتضمن أهم النقاط التي تم التركيز عليها، كما أنه لم يتم الاستغناء عن خطوة هامة تتمثل في تحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع البحث، والتي تسهل عملية الفهم ومنعاً للغموض والالتباس .

أولا - إشكالية الدراسة

يعتبر الإعلام السلطة الرابعة في البلاد لكنه أصبح في وقتنا الحالي السلطة الأولى في البلاد و قوة كبرى مثلها مثل القوى العسكرية والاقتصادية وذلك لدوره الكبير الذي يقدمه من توفير الأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة للجمهور والتي تثير اهتمامهم وتشبع رغباتهم وتستهدف كافة الجمهور بمختلف تصنيفاته واختلافاته عن طريق وسائل الإعلام المختلفة ونخص بالذكر الإذاعة الوسيلة التي لا زالت محافظة على مكانتها رغم تطور تكنولوجيا الذي شهدته وسائل الأخرى كالتلفاز ومواقع التواصل الاجتماعي..... وهي وسيلة اتصال جماهيرية وإعلامية تعمل على إيصال الأخبار والأحداث والرسائل والمضامين الإعلامية إلى جمهورية المستمع عبر الموجات اللاسلكية ومن خلال الإذاعة يمكن المستمعين الاستماع إلى البرامج المفضلة لديهم سواء كانت أخبار وبرامج حوارية أو برامج دينية.....

وتوفر الإذاعة أيضا منصة للتواصل والمشاركة؛ حيث يمكن للمستمعين الاتصال بالمذيعين والمشاركة في المحتوى المباشر. والإذاعة هي بالنسبة إليه أكثر الوسائل قربا وسهولة في الاستخدام مقارنة بالوسائل الأخرى وهذا راجع إلى أدوارها الحيوية والفعالة في المجتمع ولها كذلك دور كبير وهام يتمثل في اتصالها مع جمهورها وتجاوب معه من خلال ما تقدمه من برامج ونشرات بكل مجالاتها وتنوعاتها وهذا لتوفير كل ما يرضي جمهورها ويناسب كذلك ميولاته واتجاهاته وأفكاره ولتحقيق المتعة والرفاهية له كما أن عند نقلها للأخبار والأحداث للجمهور المستمع تجعله قريبا من الحدث وهذا لما تزوده من مختلف المعلومات والأفكار حوله وكما أنها متميزة عن غيرها من وسائل الإعلام كونها تحاكي عقل الإنسان وتثير مخيلته فيصبح يستمع إلى الأخبار وفي نفس الوقت يستخدم قدراته العقلية في عملية تخيل الأحداث والوقائع ليزيد فهمه واستيعابه لها والتي تزيد من حسه الإبداعي. وتسعى كذلك من خلال ما تقدمه من مضامين إخباريه ومواد إعلاميه إلى التأثير على جمهورها المجتمع ولا يكون هذا إلا إذا صيغ الخبر وكتب بأسلوب الصحيح والطريقة السليمة، ويعرف الخبر هنا على انه حدث يتميز بالجدة ووقع أو يقع

في مكان ما ينطوي على الأهمية والغرابة ويثير الفضول وهو كذلك يقوم على نقل المعلومات معينه بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو تعكس إحداث معينه بأسلوب مكثف وبأسرع طريقه ممكنه والخبر له أهميه كبيره في عمليه التثقيف والتعليم والتنمية ونشر الوعي في المجتمع ونخص بالذكر هنا الخبر الإذاعي الذي هو عبارة عن وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأي أو موقف أو فكره أو قضيه ما تتوفر في قيام إخباريه تجعل الإذاعة تقدمه إلى جمهورها وهو كذلك سرد صحيح مؤقت للأحداث وأراء وأمور من أي نوع تؤثر في القراء وجذور اهتماماتهم إلا إن هذا الأخير لا يصغ ولا يكتب عبثا بل له مجموعه من الضوابط والمعايير التي تتحكم في كتاباته وصياغته والتي تسمى بالقيم الإخبارية المذكورة سالفا والتي هي عبارة عن مجموعه من المعايير المادية والذهنية التي يتم من خلالها تحويل الحدث إلى خبر فهي تمثل الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي وهي التي تجعل الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور . ويقوم الفهم الدقيق للقيم على أساس فهم الحداثة التي سنتقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية فكل وسيلة إعلامية لها قيمتها الإخبارية الخاصة بها والتي تتبعها تبعا لطبيعتها إن هذه القيم ليست عالميه أو ثابتة بل تختلف باختلاف طبيعة وثقافة كل المؤسسة الإعلامية ونذكر منها ما يلي الدقة والتي تعني ضرورة نقل الأخبار بشكل دقيق وصحيح مع التحقق من المعلومات والمصادر قبل نشرها وهذا بهدف تجنب نشر الأخبار المظلمة أو الشائعات وكذلك الموضوعية والتي تشير إلى عدم التحيز أو الانحياز في تقديم الأخبار . يعني يجب أن تكون الإذاعة محايدة وتعرض وجهات النظر المختلفة بشكل عادل ومتوازن ولدينا كذلك المصداقية التي تتطلب الثقة والموثوقية في تقديم المعلومات ويتوجب أن تعتمد الإذاعة على مصادر موثوقة للحصول على الأخبار والمعلومات بالإضافة إلى الحيادية التي تعني عدم التأثر بالضغوطات السياسية أو التجارية أو الشخصية في تقديم الأخبار .

ويجب أن تلتزم الإذاعة بالحيادية وتتجنب التلاعب بالحقائق لتحقيق أجنداث معينة وهذه القيم مهمة لضمان تقديم محتوى إخباري موثوق ومهني وتكمن أهمية هذه القيم في كونها العمود الفقري والعصب الحي في عملية كتابة الخبر وهي المسؤولة عن تحويل الحدث إلى خبر فليس كل حدث خبر فلا بد من توفر هذه القيم والمعايير الإخبارية فيه لنستطيع أن نقول عنه انه خبر وقيل في هذا إن المادة الإعلامية لا بد أن تمر بمراحل عديدة وخلال كل مرحلة هناك حارس يقوم باختيار المعلومات وفقا لحاجتها يعني أن الخبر لا بد أن يمر على مراحل متعددة ليصبح خبر يستطيع النشر وذو أهمية كبيرة تلقى استجابة وقبول حسن من قبل الجمهور وتبرز العلاقة بين هذه القيم والإذاعة في كون القيم هي المحرك الأساسي للأخبار الإذاعية وهي التي تحمي الأخبار من الأخطاء والمعلقات وتعمل على إيصالها بكل مصداقية وموضوعية وتساعد كذلك على جعل المضامين الإبداعية موثوقة ودقيقة في البث الإذاعي مما يؤدي إلى تحقيق الرضا والقبول وكذلك تمثيل المؤسسة الإعلامية بصورة حسنة أي تشكيل صورة ذهنية حسنة عند جمهورها المستمع وتلعب القيم دورا كبيرا وحيويا يتمثل في الحفاظ على معايير الجودة وأخلاقيات المهنية في مجال الإذاعة.

وعلى هذا النحو يمكن صياغة إشكالية دراستنا على النحو التالي

ما ماهية القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية وما مدى الالتزام بها؟

ثانيا - التساؤلات :

- ما هي القيم الإخبارية الأكثر استخداما من قبل إذاعة الأغواط؟

- ما مدى اعتماد القائمين بالاتصال على القيم الإخبارية في إذاعة الأغواط ؟

- هل هناك علاقة بين القيم الإخبارية و الأخبار التي تنشرها إذاعة الأغواط ؟

ثالثا - الفرضيات :

-تعتمد إذاعة الأغواط على مجموعة من القيم في إنتقاء أخبارها كالموضوعية والمصداقية.

- يعتمدون القائمين بالاتصال في الإذاعة الأغواط على القيم الإخبارية بدرجة كبيرة.

-هناك علاقة بين القيم الإخبارية والأخبار التي تنقلها إذاعة الأغواط.

رابعا- _ أسباب اختيار الموضوع :

أ/ الأسباب الذاتية :

-الميول الشخصي للموضوع.

-الرغبة الشخصية في التعرف على قيم الإخبارية في مجال الصحافة السمعية.

- حب المعرفة الاستطلاعية وزيادة التحصيل العلمي المتعلق بالموضوع الرغبة في التعرف على

وسيلة الإذاعة عن قرب.

ب/ الأسباب الموضوعية :

- قابلية الموضوع للدراسة.

- قلة الدراسات حول هذا الموضوع.

-أهمية البالغة للموضوع خصوصا عند الصحافيين.

-تعتبر الإذاعة الوسيلة أكثر قربا للجمهور لتوفيرها مختلف المضامين.

خامسا- أهداف الدراسة :

-التعرف على القيم الإخبارية في الإذاعة.

- التعرف على أهم القيم التي تعتمد عليها إذاعة الاغواط.

- التعرف على العوامل المؤثرة على القيم الإخبارية.

-التعرف على المصادر التي يأتي منها الخبر.

سادسا- أهمية الدراسة :

- إثراء البحوث الأكاديمية التي تتناول موضوع قيم الإخبارية في الإذاعة.
- إبراز أهم القيم الإخبارية المعتمدة من قبل إذاعة الأغواط في انتقاء إخبارها.
- فتح المجال أمام الباحثين من أجل إجراء بحوث حول القيم الإخبارية الكشف عن طرق تشكيل المضامين الإعلامية في إذاعة الأغواط.

سابعا- مصطلحات الدراسة:

- القيمة :

لغة: ثمن الشيء بالتقويم ¹.

لغة: القيمة مفرد قيم لغة من قوم وقام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته والقيمة الثمن الذي يقوم به المتاع .

تأتي في اللغة معان عدة :

- الاستقامة والاعتدال .

- الثبات على الأمر فنقول فلان ماله قيمة ماله ثبات على الأمر ².

- القيمة الخبرية :

اصطلاحا:

- هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامها الاجتماعي أو تحويله إلى موضوع للاطلاع ومعرفة و الفهم.
- هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي ³.

¹ ابن منظور، لسان العرب ، دار المعارف، ط1، القاهرة، 1306هـ، ص500.

² بن حسن العريشي وآخرون، الشبكات الاجتماعية والقيم -رؤية تحليلية- ، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص76-77.

³ عبد الرزاق محمد الدلمي، الخبر في وسائل الاعلام ، دار المسيرة لنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012 ، ص 35.

إجرائيا:

- هي الأهمية والفائدة التي يحملها الخبر للجمهور فعندما يكون للخبر قيمة خبرية فإنه يكون مفيدا ويساهم في زيادة الوعي والمعرفة للأفراد وتساهم القيمة في جعل الخبر مفيدا ومثيرا للاهتمام ويكون له تأثير كبير.

- مجموعة من العناصر المهمة التي يجب أن تتوفر في الحدث لكي يصبح خبر، وهي التي تتحكم في طريقة وأسلوب نشره وما مدى أهميته .

الخبر:

لغة : كل قول أفدت به مستمعه ما لم يكن عنده وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته - والخبر وجمعه أخبار) هو ما أتاك من نبأ عن تستخبر.¹

اصطلاحا :

-ذهب أستاذ ويليام مولسبي willimmaulsby في تعريف الخبر الصحفي إلى أنه: (وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول واقعة جديدة تهتم القراء لهذا تبقى أن تتوفر للخبر خصائص الدقة والإثارة والتجاوب مع الوقت الوضوح التام .²

ونحو ذلك: يرى الدكتور فاروق أبوزيد أن أفضل تعريف الخبر في البلدان النامية هو أنه تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته.³

¹انطوان نعمة وآخرون، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ،دار المشرف، ط 3 ، بيروت، 2008، ص361.

²عبد الرزاق محمد الدليمي، الرجوع السابق، ص34

³عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي -دراسة نظرية وتطبيقية -، دار النشر و التوزيع، ط1، القاهرة ، 2005 ، ص49.

إجرائيا:

- هو معلومة جديدة أو حقيقة تم الحصول عليها وتوثيقها من مصادر موثوقة ويعتبر جزءا أساسيا من وسائل الإعلام والصحافة ويجب أن يكون موضوعيا ويتم التحقق من صحته قبل نشره.

- والأحداث التي تقع بمختلف أنواعها وتصنيفاتها يتم كتابتها وصياغتها ثم تحريرها للجمهور المستمع عبر وسيلة إعلامية معينة .

القائم بالاتصال:

اصطلاحا:

وان القائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية¹.

إجرائيا:

القائم بالاتصال هو شخص أو الجهة التي تتولى مهمة تسهيل وتنظيم عملية الاتصال بين الأفراد والجماعات المختلفة من أجل الدعم والتوجيه والتحليل للتواصل الفعال وحل المشكلات. هو الفرد الذي يقوم بالعملية الاتصالية ويشرف عليها ويسعى إلى إنجاحها ويتحمل مسؤولية الاتصال الداخلي والخارجي ويتوجب أن يحمل مجموعة من السمات الشخصية تميزه عن غيره ولديه القدرة على الإقناع.

¹ عادل الفهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التنقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، مصر، 1991 ، ص7.

الإذاعة :

لغة: من مصدر أذاع أي ينشر أو نقل الصوت بواسطة الراديو .¹

-وتعرف أيضا الإذاعة والنشر العام وذيوع ما يقال ، والعرب قديما كانت تصف الرجل الذي لا يكتم السر رجل مذياع.²

اصطلاحا: هو الانتشار المنظم والمقصود للمواد الإخبارية والثقافية والتعليمية والترفيهية وغيرها بواسطة الإذاعة ليتم التقاطها في وقت واحد بواسطة جهاز هو المذياع .³
هو إرسال واستقبال لاسلكي النبضات والإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية.⁴

إجراءات:

-الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية تستخدم لبث المعلومات والبرامج إلى الجمهور وتعتبر واحدة من أقدم وسائل الإعلام ولا تزال تلعب دورا مهما في توصيل المعلومات والترفيه عن الناس .
- هي وسيلة من الوسائل الإعلامية تعمل على نقل المعلومات والأخبار للجمهور المستمع عبر موجات الأثير اللاسلكية بهدف التوعية والتنقيف وتحقيق الرفاهية والمتعة.

ثامنا-أدبيات السابقة :

-الدراسة الأولى:

القيم الإخبارية في صحافة المواطن، مريم عباس، 2023/2022، جامعة العربي بن مهيدي، اعتمدت هذه الدراسة على الفرضيات التالية=
-الاجتماعية عبر صفحاته مع الاخبارية بموقع الفيسبوك .

¹محمد براقن اميراق، قاموس موسوعي للاعلام واتصال ،منشورات تالة، ط1، الجزائر، 2007، ص43

²علي الفلاح الزغبى وفتحي عبد الشرع ،ادارة الاعلان-المفاهيم استراتيجيات المعاصرة-، دار اليازوري للنشر، ط1 ، عمان،مجلد3 ، 2019 .

³رستم وبورستم، الداعية والاعلان، دار المعتز للنشر،ب.ط، عمان ، 2012، ص87.

⁴طارق مصباح الشاري، الاعلام الاذاعي، دار اسامة للنشر و التوزيع، ط 1 ، 2012، عمان، ص 248.

-القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في منشورات صفحة فخامة الرجل الوارد بومدين صفحة El Kala News عبر موقع فيسبوك لقيام الآنية والأهمية.

-لا تذكر الصفحتين في منشوراتها عبر موقع فيسبوك المصادر التي تم الاعتماد عليها بين الأخبار.

-تعد الصور من بين أكثر العناصر الشكلية المعتمدة في بناء المادة الإعلامية المنشورة من طرف الصفحتين عبر موقع فيسبوك.

-اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحتين عبر موقع الفيسبوك. ووصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها=

-تفضل صفحة kala News-EI مشاركة الأخبار الاجتماعية عبر صفحاتهم الإخبارية بموقع فيسبوك بينما تشارك صفحة فخامة الرجل هواري بومدين مع متابعيها الأخبار ذات الطابع السياسي بالدرجة الأولى.

-القيم الإخبارية البارزة والأكثر استخداما في المنشورات صفحة kala News-EI عبر موقع فيسبوك هي القيم الآنية والأهمية أما بالنسبة لصفحة فخامة الرجل هواري بومدين فهي تفضل الانتقاء الأخبار التي تتضمن قيم الوضوح والآنية.

-الدراسة الثانية:

القيم الإخبارية في الصحافة الالكترونية الجزائرية سامية نجاعي 2021 2022 جامعة محمد خيضر اعتمدت هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

-يعتمد اختيار الأخبار الالكترونية المنشورة في صحيفتين النهار والشعب الإلكترونية إلى الاستناد إلى مجموعة من القيم الإخبارية.

- يؤول سبب اعتماد الصحفيين الإلكترونيين الجزائريين على القيام الإخبارية في نسلهم الأخبار الالكترونية إلى الاعتماد على نفس التوجيه القيمي الإخباري الذي كان معتمدا في الصحافة الورقية.

- لا تختلف القيم الإخبارية المعتمدة من قبل صحيفة النهار الالكترونية ذات الملكية الخاصة مع القيم الإخبارية المعتمدة في صحيفة الشعب الالكترونية ذات الملكية العمومية نظرا للتوجيه القيامي الإخباري الخاضع لعدة اعتبارات أهمها النظام السياسي السائد.

- يتطلب الفضاء الرقمي نوعا مختلفا من القيم الإخبارية يكون مناسبا لطبيعة الرقمية للصحافة الالكترونية الجزائرية.

ووصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها :

- اختلفت الصحافة الالكترونية الجزائرية عن نظيرتها الورقية في شكل التحرري لكنها لم تختلف عنها في الشكل المضامين التحرري حيث لم تختلف مضامين الأخبار الواردة في كل من الصحافة الالكترونية الورقية عن بعضهما البعض وهو ما يعد نقطة سلبية في ميدان الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

- أثرت المواضيع التي يركز عليها الجمهور الجزائري على الأخبار التي يلتقيها القارئ بالاتصال في الصحافة الالكترونية الجزائرية.

- ركزت الصحافة الإلكترونية الجزائرية على قيمتي الاهتمام والتنمية كأحد أهم القيم الإخبارية في الصحافة الالكترونية الجزائرية.

- الدراسة الثالثة :

سوسيولوجية القيام الاخبارية بالإذاعة الجزائرية، داني فؤاد، 2015 2016، جامعة وهران 2، واعتمدت الدراسة على الفرضيات التالية=

- الصحفي هو ذلك الإعلامي الشاب الذي تخرج من جامعة بمؤهلات وهو ذلك المجند والموظف بتبليغ رسائل الدراسة الشعب بالمفهوم الاشتراكي القائم بالإعلام.

- يمكن القول أنه من بين القيم التي تميز الإعلام الجزائري من قبل الإذاعة نجد الآنية والجدة والطابع الرسمي للأخبار وإنها محلية بدرجة كبيرة ويتم تحديدها واختيارها وفق السياسة التحريرية للإذاعة والتابعة لسياسة السلطة الجزائرية.

- يتميز جمهور الإذاعة في مستغانم بالتنوع وأن فئة الشباب هي الأكثر استماعاً ومتابعه كما انه غير راضي عن مستوى الخدمة الإخباري.
وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها =
-أغلب صحفي إذاعة مستغانم شباب جامعيين.
-إن من بين القيم الإخبارية التي تميز الإعلام الجزائري من خلال الإذاعة نجد الآنية والجدة و الطابع الرسمي للأخبار.

-يتميز جمهور إذاعة مستغانم بالتنوع وأن فئة الشباب أكثر استماعاً وان الجمهور راضي بنسبة معتبرة عن الأداء الإعلامي إذاعة مستغانم.
-الدراسة الرابعة:

القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية خلال الفترة ما بين 2009 2010 دراسة تحليلية في الصحيفة الأولى قدمت هذه الرسالة لاستكمال المتطلبات للحصول على درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال للطالب إبراهيم حسين عبيد الله العزامة لسنة 2012 لجامعة الشرق الأوسط قد توصلت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- استخدام العنوان الرئيسي اعلي بنسبة 100% ثم فإن استخدام الصور والألوان بنسبة 23.4% أما فئة استخدام عناوين ثانوية فسجلت نسبة 23.2% من مجموع الأخبار
- برزت المملكة كأكثر الأماكن الجغرافية المستهدفة ألتغطيه الإخبارية وسجلت أكبر نسبة بلغت 56,4 وهذا يدل على اهتمام الصحافة بالشأن المحلي وتفوقه على الأحداث العربية والدولية وتليها الدول العربية 21.2% ثم العالمية 20.7% وسجلت أخرى اقل نسبة 1.5%.
- تفوق الخبر السياسي كموضوع الأخبار على باقي الموضوعات الأخبار المحددة وبلغت نسبة الخبر السياسي أعلى نسبة بلغت 29.6 بالمئة ويمكن تحليل هذا باهتمام صحيفة الغد بالشأن السياسي الذي يسيطر على الجمهور الأردني.

-الدراسة الخامسة :

القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصفحتي الخبر والشروق اليومي جانفي/ديسمبر 2007، فوزيه عكاك، 2012/2011، جامعة الجزائر، لم تضع لها فروض ولقد وصلت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- تبين أن اختيار غالبية القائمين بالاتصال في الصحف الدراسة للعمل الصحفي عن قناعة مما قد ينعكس ايجابيا على مردود الصحفيين وعلى المهنة بصفة عامة.

- اتضح من خلال الدراسة الميدانية بينما يرى القائمون أن الجمهور يعد من بين أهم المحددات الأساسية للقيم الإخبارية إلا أنهم لا يتمتعون بمعرفة كافية عن نوعية الجمهور الذي يخاطبه ويكتفون بتكوين صورة ذهنية عن تمثل في معظمها نظرة محدودة.

- وعن ثقة الجمهور في صحف الدراسة في رؤية الصحفيين رأى 82.5% من القائمين بالاتصال في صحيفة الخبر و 67.5% من نظرائهم في الشروق اليومي بأن الجمهور يثق في صحف الدراسة.

- تبين أن معظم تدريبات التي تعرض لها القائمون بالاتصال أشرفت عليها الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية مما قد يسفر عن تأثير الإعلام الجزائري بخصائص ومميزات الإعلام الغربي.

-الدراسة السادسة :

القيم الإخبارية في الأخبار الفضائية الشرقية العراقية دراسة تحليلية لنشره حصاد الأخبار، عمر جواد عبد الجبار العلي، 2011، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، لم يضع لها فروض. - وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج نذكر أبرزها:

- تعتمد القيم الإخبارية في الشرقية على الشقين السياسي والأحداث الأمنية و العسكرية الخطيرة وفي أحيان اعتمدت إخبار الفساد المالي والإداري في المقدمة خصوصا في الأخبار التي يحصل فيها سبق أو وثائق تكون مخفية على الرأي العام.

- فيما يتعلق بصناعة الخبر في قناة الشرقية القناة تعتمد في صياغة الخبر على مصادر معلوماتية وصحفية متعددة وكون القناة ليست تابعة لأي جهة حزبية سياسية أو طائفة دينية فان ذلك أعطاها مساحة من الحرية في صياغة الخبر ولم تتقيد بتعليمات جهة معينة ولذلك فهي تحاول معرفة مواطن الخلل وإبرازها بغيت إظهارها ومعالجتها وهذا لا يعني عدم وجود رؤية وسيادة عامة لمنظومة الأخبار.

- عدم وجود قاعدة ثابتة في العمل الإخباري بشكل محدد أي انه كله امني في البداية أو سياسي فالعمل يعتمد على نوع الحدث في القناة لا تعترف بالتسلسل الهرمي للمتحدثين أي أنها لا تعني بان يكون الرئيس أو نائب الرئيس ثم رئيس الوزراء في عملية العرض كون هذا الأسلوب قديم وغير مجد وهي تستخدم من هو التصريح تصريح الخبر الأهم فأحيانا يكون الرئيس في الخبر الأخير ولا يشترط في ذلك شيئاً.

- منهجية القناة بالنسبة للملف المحلي متكررة على كشف الحقائق والبحث عن المصادقية السياسية والوقوف دائماً إلى جانب المواطن العراقي والدفاع عن حقوقه في طرح كل ما هو مفيد له ويصب في مصلحته إما بالنسبة للأخبار العربية والعالمية فان القناة تتداول الأخبار التي تطرحها جميع الوكالات الإخبارية وباقي القنوات المعروفة بحياتها الخبرية وتنقل الصورة كما هي بدون تأويل أو تزييف للحقائق لكي يشعر المتلقي بأنه يتابع كل ما يدور في العالم من أحداث ومتغيرات على جميع الأصعدة بصورة إعلامية محترمه تخدمه وتجعله أكثر معرفة الحقيقة.

خلاصة:

في هذا الفصل قد تطرقنا إلى بعض النقاط الأساسية والتي تمثل محور موضوع البحث، كما أنه للجانب الميداني أيضا خطواته الأساسية والمهمة جدا والتي لن تغيب عن هذه الدراسة، وقد تم التطرق إليها في الفصل الرابع.

وتم ختم هذا الفصل بتحديد المفاهيم الأساسية للدراسة ومحاولة تقريب التحديد الإجرائي للمفاهيم.

الفصل الثاني

القيم الإخبارية

و الخبر الصحفي

الفصل الثاني: القيم الإخبارية و الخبر الصحفي

تمهيد

أولاً: ماهية القيم الإخبارية

1- تعريف القيم الإخبارية

2- أنواع القيم الإخبارية

3- وظائف القيم الإخبارية

4- أهمية القيم الإخبارية

5- العوامل المؤثرة على القيم الإخبارية

ثانياً: الخبر الصحفي

1- تعريف الخبر الصحفي

2- أشكال الخبر الصحفي

3- أهداف الخبر الصحفي

4- وظائف الخبر الصحفي

5- أهمية الخبر الصحفي

خلاصة

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتحدث عن القيم الإخبارية التي تعتبر أداة أساسية لضمان تقديم معلومات صحيحة وموضوعية الجمهور وتعزيز الثقة بين الإعلام والمجتمع وتشمل هذه القيم الصدق والدقة والموضوعية وغيره فالكتابة الصحفية هي تمثل القواعد والمبادئ التي يعتمد عليها الصحفيون في عمله الكتابة والانتقال للأخبار هو نتاج ملموس لتطبيق تلك قيم في العمل الصحفي أي أنها تمثل الجوهر العمل الصحفي ككل.

أولاً: ماهية القيم الإخبارية :

1- مفهوم القيم الإخبارية:

*القيم:

يعد مصطلح القيم من المصطلحات التي تباينت واضطرت حيالها آراء الكثير من الدارسين، حيث لم يجمع الباحثون الذين عنوا بدراستها تعريفها وتحليلها والاهتمام بها على تحديد تعريف جامع ومانع لها يوضح ويبين حقيقتها، فهي تختلف من توجه الآخر غير أنه يمكننا تناول بعض منها مجموعة من الباحثين الذين تطرقوا إلى موضوع القيم بدراسة .

وأهمها:

-يرى البروفيسور الجزائري عزي عبد الرحمن في كتابه "الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية": لقيمة ما يسمو ويوفر معنى للإنسان في حياته المادية والروحية¹ .

-كما يعرف محمد عبد الغاني القيم بأنها مجموعة من الاعتقادات المؤكدة والتي تمثل دستوراً بالنسبة للفرد، حيث يؤمن بها وتحدد منها شرعية أفعاله وسلوكه².

-ويعرف محمد أحمد بيومي القيمة على أنها المرغوب فيه، بمعنى أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية، وموضوع الرغبة قد يكون موضوعاً مادياً أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو بصفة عامة أي شيء يتطلبه ويرغبه المجتمع³.

1- تعريف القيم الإخبارية:

عبارة عن قواعد أو معايير مهنية تستخدم في انتقاء وإنشاء القصص الإخبارية وتقديمها في وسائل الإعلام السائدة من صحافة وإذاعة وقد اختلفت الآراء حول العناصر التي تتضمنها الواقعة

¹عبد الرحمن عزي ، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، دار المتوسطة للنشر، ط 1 ، الجزائر ، 2009، ص 183.

²محمد عبد الغني حسن ، مهارات إدارة السلوك الإنساني-متطلبات التحديث المستمر للسلوك-، مركز تطوير الأداء والتنمية، ط2، مصر، 2002 ، ص 89.

³محمد أحمد بيومي ، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، ب.ت، ص 146.

كي تعد خبرا صالحا للتقديم في وسائل الإعلام ولذلك حاول كثير من الباحثين التحدث عن معايير يتم على أساسها انتقاء الأخبار وهذه المعايير التي يطلق عليها القيم الإخبارية هي التي تجسد في النهاية الخصائص الذاتية في الخبر، ويقدر توافر بعضها أو أكبر عدد منها في القصة الخبرية، تزداد فرص اختيارها لكي يتقدم في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون¹ .

فلا يمكن القول أن القيمة الإخبارية هي معايير محددة وثابتة لدى الباحثين ولكنها هي معايير يمكن على أساسها انتقاء صلاحية الأحداث لتصبح أخبارا.

وتعني أيضا مدى التنوع في عناصر الخبر والاهتمام أو التركيز على عنصر أو آخر من عناصر الخبر، بمعنى آخر الوزن النسبي للمعلومات التي تتضمنها القصة الخبرية التي يراد نقلها² .

ويشير هاشم حسن التميمي قبل تقديم مفهومه الخاص للقيم الخبرية أن الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، ركزت إما على الحدث أو الخبر أولا وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) ثانيا، وأما على الجمهور (المتلقي)، لينتهي إلى اعتبار القيم الخبرية من الناحية الذاتية الإطار الإدراكي والدلالي - الصريح أو الضمني - الذي يجعل القائم بالاتصال فردا أو مجموعة أفراد أو مؤسسة قادرا على إدراك وانتقاء القيم الخبرية الأكثر أهمية بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصرها في ترتيب إخباري خاص، ومنحها فرص الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام بدرجات من البروز تستمد من طبيعة الوسائل وظروفها الخاص والعام³ .

¹ طارق سيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي عربي، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2008، ص 231.

² عبد الرحمان قرشي عبد الله، التحرير الصحفي فنون الكتابة الصحفية الحديثة (الخبر - الما جرى - التقرير الصحفي)، مطبعة جامعة الخرطوم، ط1، السودان، 2005، ص27).

³ هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي- دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، ط 1، العراق، 2008، ص 66.

وتعنى القيمة من الناحية الموضوعية مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار يتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها¹.

- كما يعرف نصر الدين العياضي القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي سيتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي ، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي تكشف على جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم².

2- أنواع القيم الإخبارية :

1- الآنية والجدة:

(1) الآنية أو الفورية (timeliness): إن الواجب الأول لمهنة الصحافة الذي تسعى لتحقيقه هو نقل الوقائع والأحداث، إضافة إلى السرعة³. في توقيت وقوع الحدث، وقد يضيف قيمة مضاعفة لحدث ووقوع الحدث، ويقصد بالآنية أن يكون الخبر جديداً، أي معاصراً للأحداث، ولم يسبق له أن نشر وبث، على العموم تحل قيمة الآنية المكانة الأولى لوسائل الإعلام، وهي من ميزة الخبر الذي يعد مادة أو سلعة سريعة التلف وتسعى وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة السمعية البصرية والصحافة الإلكترونية... للحصول على السبق الصحفي للأخبار والحصول عليها وجمعها وللوصول إلى مصادرها، ومن ثم بثها ونشرها للجمهور المتلقي على حسب الوسيلة الإعلامية، وحالياً تتسابق مختلف وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والعمل على تتبعها من البدايات الأولى، وهذا بإرسال الطاقم الصحفي الميداني الذي يقدم مختلف التغطيات عن الأحداث، وتقديم مجموعة من الإحصائيات والأرقام بالصوت والصورة والاستعانة بالمصادر الضرورية حول موضوع الخبر⁴.

¹هاشم حسن التميمي، المرجع نفسه، ص 66 .

²نصر الدين العياضي، مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1994، ص 27.

³ HENRI PAGE:ethique et qualité de l'information rapporte groupe de travail sur la presse écrite académie des science morale et politique, juin 2003, p 03.

⁴هدى فؤاد، ثقافة الأخبار، مجموعة النيل للنشر ، ط1، مصر ، 2008 ، ص 123.

2- قيمة الصراع:

يعتمد الكثير من وسائل الإعلام على قيمة الصراع لبت ونشر الأخبار، وهذا بتقديم الأخبار في إطار تنافسي وصراع حاد، وقد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع¹ ، تقتضي 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 الأخبار². تقتضي أن تكون 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 الأخبار³.

3- الضخامة:

ليست الضخامة بمعنى التهويل أو المبالغة، وإنما يقصد بها إثارة أكبر عدد من الناس، وتسعى مختلف وسائل الإعلام إلى نشر وبث الأخبار التي تجذب انتباه أكبر عدد من الجماهير⁴. و ضخامة الخبر أو (حجمه) يشملان رقعة اتساع الجماهير المعنيين مباشرة بالموضوع، كما يمكن القول إن ضخامة الخبر تقاس بحجم وعدد الأفراد المرتبطين بالخبر الذي يتم بثه ونشره في الوسيلة الإعلامية .

ضخامة الأحداث : هي ما تتركه صناعة الأحداث من تأثيرات على أفراد المجتمع المتلقين⁵ لرسائل الأخبار التي تنشرها تبثها وسائل الإعلام، وانتشار الخبر واتساع رقعته يعد عنصراً هاماً وهنا نأخذ مثلاً حول الزلازل الطبيعية التي تحدث في مختلف دول العالم، فمثلاً زلزال (تسونامي) الذي ضرب جزيرة سوماترة) الاندونيسية والذي خلف أكثر من (300) ألف ضحية بين قتيل

¹مبارك حمد الدسمة، الكلمة والصورة في الخبر الإعلامي- دراسة نظرية في الإعلام الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012- 2013 ، ص15.

²مبارك حمد الدسمة، نفس المرجع، ص15.

³نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 2007، ص83.

⁴عبد اللطيف حمزة، مدخل في فن التحرير الصحفي ، ط4، دار الفكر العربي، مصر، ب.س، ص15.

⁵سامية عواج، الدور الثقافي للصحافة المكتوبة، مجلة العلوم الاجتماعية، (ع 19)، ديسمبر 2014 ، ص237.

ومفقود، شكل فيه حجم الكارثة قيمة إخبارية، وعليه كلما كان الخبر أو الحدث ضخماً كلما كان قيمة خبرية يعتلي سلم ترتيب الاخبار في جميع المؤسسات الإعلامية¹

4- الشهرة :

. تلك Names are news - هناك قاعدة عامة وأساسية في الإعلام تقول : حقيقة لا جدال فيها في الأسماء الشهيرة أنباء في حد ذاتها، وإن كانت القيمة الإخبارية لتلك الأنباء تتفاوت في أهميتها بتفاوت أهمية الاسم الذي تتحدث عنه.

ويندرج عامل الشهرة ليس على الأفراد فقط، بل على الأماكن والمؤسسات وغيرها، فكلما زادت الشهرة إحدى القيم الأساسية لاختيار الأخبار في تلك المجتمعات الشخصية العامة والبارزة بحجة أن يلبي حاجات الجمهور ورغباته².

5- الغرابة والطرافة :

تقاس هذه القيمة التي يتم على أساسها تفضيل خبر على خبر آخر بمدى خروج الخبر عن المألوف الذي اعتاده الناس، والأخبار الغريبة أو الطريفة هي التي تركز على الأخبار الغريبة والطريفة في الحياة³.

6 - الاهتمامات الإنسانية:

وهو العنصر الذي يحرك أو يثير العواطف الإنسانية عند القارئ أو المشاهد أو المستمع، وعندما يتوفر عنصر الاهتمامات الإنسانية في الخبر فإن بقاء الخبر في دائرة الجدة والاهتمام يكون مضموناً.

مثلاً: مشهد طفلة فلسطينية وهي تجري بين جثث أفراد أسرتها الشهداء على شاطئ بيت لاهيا هي من اهتمامات إنسانية لكل الفلسطينيين والعرب وأوساط الرأي العام العالمي⁴.

¹ هدى فؤاد ، المرجع السابق، ص15.

² سعيد السيد وسامي الشريف، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز، ط1، القاهرة، 2005، ص 244.

³ حسني محمد نصر وسناء عبد الرحمان، التحرير الصحفي في عصر العولمة الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط2، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص80.

⁴ عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق ، ص 76.

7- القرب:

أي مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات أو القضايا الواردة في الخبر فالمشاهد أو المستمع أو القارئ يهتم بالموضوعات التي يشعر أنها قريبة منه وترتبط به ارتباطا مباشرا، وبذلك فإن الأنباء التي تكون قريبة من المشاهدين سواء جغرافيا أو نفسيا أو عاطفيا تكون هي الأهم بالنسبة لهم وبالتالي من المفترض إعطائها أولوية خاصة في الإذاعة أو النشر¹.

8- قيمة الأهمية :

المؤسسة الإعلامية السمعية أو المكتوبة لها علاقة مع عمل الصحفي، هناك أخبار تلفت النظر لأنها تهتم القارئ، و هناك أخبار لا يتوقف عندها ، والأخبار الثمينة تتطلب وجود قيم تهتم القائم بالعملية الاتصالية والجمهور معا²

تعد أهمية الخبر في حد ذاته نتاج عن تحليل وتقييم و قراءة و حكم على الخبر و التفتن إلى دلالاته اعتمادا على اطلاع مسبق للصحفي، يسمح له بوضع الخبر في سياق فكري ودلالي أشمل، فعلى على سبيل المثال كل الأخبار التي تدور حول السلطة لها درجة من الأهمية، سواء كانت السلطة الحكومية أو السلطة الاقتصادية أو السلطة ذات الطبيعة المعنوية والرمزية الدينية، الفكرية...)، كما يعد أهم عنصر في الخبر، هو ما يهم الناس من عرض عمل شخصيات المشاهير، أسماء الشخصيات السياسية...³

9- التوقع:

¹ أنهى عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص 77.

² Jean-François bège: manuel de la rédaction, paris, 2007, p129.

³ Andrew Boyd :Rapport of broadcast journalism technique of radio and tel

- أحد جوانب أهمية الخبر الصحفي تكمن في مدى إثارته من توقع احتمالات ايجابية أو سلبية، وعلى سبيل المثال فقد نتابع خبر عن الزيادات في الأجور و هذا يثير الكثير من الاحتمالات لدى العديد من الفئات الموظفة و المعنية بهذه الزيادات¹.

9-المنافسة:

- و تحتل المنافسات في المسابقات الرياضية مساحات واسعة من التغطية الخبرية في كل أنحاء الدنيا، وتكفي متابعة ملايين الجزائريين لمتابعة كأس الجمهورية في كرة القدم -
- لتأكد من حضور عنصر المنافسة كعنصر أساسي وقوي في الخبر، والحال نفسه ينطبق على المنافسة بين فرق تمثل بلدانها في المسابقات الكروية أو الرياضية عموماً².

10-الصدق أو الصحة:

- لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته، فصحة الخبر شرط لازم لنشره ومن المعيب نشر خبر لم تتأكد الصحيفة من صحته، وإذا ما تم تكذيب الخبر فإن هذا التكذيب يضر بسمعة ومكانة الصحيفة، ولا يفيد اعتذار أو تصويب الصحيفة للخبر الكاذب من حجم الأضرار التي إصابتها لنشرها خبراً كاذباً³.

11-الدق والموضوعية :

وهي تعني نشر الحقيقية الكاملة للحدث دونما حذف يضر بالسياق أو يغير المعنى، وإذا كان الإهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر أسباب نقص أو غياب الدقة فإنها أضرار لا تبرر عدم تحري الدقة الواجبة أما الموضوعية هي عدم إخضاع الخبر للتحريف بالحذف أو بالإضافة، فالخبر الصحفي غير خاضع للتلوين حسب سياسة الصحيفة⁴.

12- الاستمرارية:

¹سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة ، 2005، ص77.

²سعيد ربيع عبد الجواد ، نفس المرجع، ص47.

³سعيد ربيع عبد الجواد ، نفس المرجع، ص78.

⁴سعيد ربيع عبد الجواد ، المرجع السابق، ص78.

تمثل هذه القيمة ثقلا مهما بالنسبة للأحداث التي تدوم مدة طويلة وتكون قابلة للتغطية المستمرة عدة أيام أو أشهر أو حتى انتهاء الحدث الذي يستمر طويلا وتتعلق عادة بالحروب والكوارث والمحاكمات الطويلة¹ وتعني أيضا الأخبار التي ترتبط بالأحداث التي يحتمل أن يكون لها تأثير مستمر، أي الأحداث التي تتم تغطيتها مرة أخرى فالخبر الذي يحمل قيمة الاستمرارية تستمر جدارته في النشر حتى عندما تتضاءل ضخامته، كما يمكن للاستمرارية أن تجعل الخبر أكثر أهمية بالتقدم، فتجعل المجتمع يتغير تجاه قضية أو حدث ما كان يبدو صغيرا لكن مع الاستمرارية في تداوله أصبح أكثر أهمية لدى الجمهور، وهو أمر يرتبط بنظرية ترتيب الأولويات، وغالبا ما تقترن قيمة الاستمرارية الإخبارية مع قيم إخبارية أخرى، فالموقف الرسمي الأمريكي على سبيل المثال يقترن بالشهرة سواء كانت المكانية للولايات المتحدة أو الشهرة الشخصية إذا ما كان الموقف معلنا عن طريق الرئيس الأمريكي كما يمكن أن يقترن بالجدية كما في الأخبار التي تعلن لأول مرة وتخص الأزمة المصرية..²

3 -وظائف القيم الإخبارية :

للقيم الإخبارية مجموعة من الوظائف يمكن الإشارة إلى بعضها فيما يأتي:

- إنها تساعد على انتقاء الأخبار وفرزها وتحديد الصالح منها للنشر وأولوياتها.
- إنها تساعد على تحديد طبيعة التغطية الإخبارية وحجمها ومستواها، أو نوع قالب التحرير الإخباري المناسب لها .
- إنها تمنح المؤسسة الإعلامية سماتها من حيث فورية التغطية أو مستوى ما تتناوله من موضوعات فيقال إن محطة ما سباقة في الحصول على الأخبار.
- توافر إمكانية الإطلاع على الاتجاهات الإعلامية التي يتم التركيز عليها في زمان أو مكان من قبل هذه المؤسسة الإعلامية أو تلك وهو ما تتم ملاحظته ورصده بواسطة البحوث العلمية التي تعكس معطيات اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية مهيمنة في ذلك الوقت.

¹ عبد الله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي، ط1، دمشق، 2002، ص 2019.

² عبد الله بدران، نفس المرجع، ص 2019.

- أنها تفرض أحيانا نوع الوسيلة الاتصالية، كما يحدث مثلا في التغطية الإخبارية الحوادث التي تحتاج إلى وثيقة صورية قد لا تتوافر إلا في التلفاز أو حوادث أخرى لا تتأكد إلا عن طريق النشر الحر لوثيقة ما على صدر الصفحة الأولى لإحدى الصحف¹.

4- أهمية دراسة القيم :

نقصد بالقيم الإخبارية مجموعة المعايير التي تحدد أهمية الأنباء، والتي على أساسها يتم انتقاء الأخبار والمفاضلة بينها عند بناء المادة الإخبارية ونشرها، وتمثل محاولة فهم هذه القيم وتحديد ماهيتها، أهمية كبرى للممارسين الإعلاميين لأن على ضوءها تتحدد وتبرز اختياراتهم وأسلوب عملهم في عملية التغطية الإخبارية الإعلامي الذي يجلب الخبر و يتلقاه من مصادر مختلفة، يقوم بعملية تقييم أولية ومنذ البداية لهذا الخبر، وعلى ضوء هذا التقييم يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث عن مزيد من التفاصيل المرتبطة به أو يهملها².

وبناء على ما سبق فإن عملية التقييم التي يمر بها الخبر قبل نشره تتم أساسا بناء على مجموعة من المقاييس والمعايير المضبوطة سلفا، والتي نطلق عليها مصطلح القيم الإخبارية والتي يتبناها الصحفي أو الوسيلة الإعلامية وتلتزم بها في أدائها لوظيفتها الإخبارية، وتعتبر هذه القيم الإخبارية ذات أهمية بالغة في عملية بناء وإنتاج ونشر الأخبار، ولا تتوقف أهميتها على توجيه عملية جلب وتلقي الأخبار، بل تتعدى ذلك إلى حد اعتمادها كأداة لقياس درجة أهمية الأخبار و المفاضلة بينها في النشر. «بيد أن القيم الإخبارية لا تقرر في حد ذاتها أهمية الأخبار وإنما تقرر طبيعة الأخبار و توجهاتها العامة وبالتالي تأثيراتها الاجتماعية.»³.

عليها لجدارة الإخبارية وهي: «الشهرة، الغرابة، المحلية، غرائز، الصراع، الضخامة، و الفائدة.»⁴

5-العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية :

¹طالب عبد المجيد علاوي وحيدر احمد علو، صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة ANN ، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2015، ص 147.

²عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، ب. ت، ص 39.

³عبد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص 40.

⁴فريرز بوند، مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجبي صهيون، دار بدران للطباعة، ط1، بيروت، د ت، ص 126.

تلعب القيم الإخبارية دورا هاما سواء في انتقاء الأخبار و المفاضلة بينها، أو في تحديد طبيعة هذه الأخبار واتجاهها العام، غير أن الوسيلة الإعلامية لا تتمتع بحرية مطلقة في تبني ما تريده من قيم إخبارية، بل يتم ذلك تحت ضغط كبير المجموعة من العوامل والاعتبارات التي يجب أن تؤخذ في الحسبان، فهناك عوامل متعلقة بالنظام السياسي الذي تنشط في إقليمه، وأخرى متعلقة بطبيعة الجمهور المتلقي ، دون أن ننسى تلك المتعلقة بالوسيلة و المهنة الإعلامية في حد ذاتها و وهذا ما سنحاول التطرق إليه وشرحه فيما يلي:

1-السلطة السياسية:

يهتم كل من السلطة و الوسيلة الإعلامية بالمعلومة، ويعمل كلاهما على تحقيق سبق في الحصول على الخبر، غير أن السلطة تعمل على كتمه وحجبه، أما الوسيلة الإعلامية فتقوم بنشره وإبلاغه. إذن يمكننا القول أنه يوجد صراع بين السلطة والإعلام على الأخبار، ويلاحظ كل من جون مارتين وجروفر شودري أن أغلب الدول لم تكن تلتفت لوسائل الاتصال لولا أمران، الأول هو الأفكار التي تقوم وسائل الاتصال ذاتها بنشرها، والثاني هو أن الدولة لديها بعض الأفكار الخاصة بها، والتي ترغب في أن تجعل الناس يلتقون حولها¹

وعليه فإن الصراع بين السلطة والإعلام يعتبر « صراع حدود لا صراع وجود.»²

هذا الصراع لا بد أن يحله قانون يحتكم إليه، وضوابط مهنية تحدد تدخل السلطة وهذا ما نجده في الدول الديمقراطية. غير أن هذا الأمر غائب في كثير من الدول ولاسيما الدول النامية حيث تحاول الدولة أو السلطة جاهدة من أجل السيطرة على وسائل الإعلام، والتحكم في إنتاج المعلومات و الأفكار قصد ضبطها وفق منظورها، ونتيجة لهذا التضييق الذي تتعرض إليه وسائل الإعلام من طرف السلطة فإنه يتحتم عليها رسم أو تحديد قيمها الإخبارية وفق ما يتماشى مع سياسة الدولة من أجل ضمان استمراريتها، مما يؤثر على طريقة نقلها للأخبار، بحيث تتحول

¹سمير العرج ، القيم الإخبارية في الصحافة العمومية المكتوبة بالعربية-دراسة تحليلية للأخبار الداخلية من أول أكتوبر 1991

إلى آخر فيفري 1992-،رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الجزائر، الجزائر، 1995، ص 43.

²علي عبد الفتاح علي، الصحفي والسلطة، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، الأردن ، 2014، ص 12.

من أداة لتوعية الشعب إلى وسيلة خادمة لسياسة الدولة. وتختلف وتتوَع الأساليب والآليات التي تستخدمها السلطة في السيطرة على المؤسسة الإعلامية حسب طبيعة الأنظمة السياسية والاقتصادية والإعلامية التي تسودها، وما تملكه من قوانين وتشريعات تمكنها من إخضاع هذه المؤسسة الإعلامية.

2- سياسة المؤسسة الإعلامية:

كما أشرنا سابقا فهناك عوامل تؤثر على القيم الإخبارية في المؤسسة الإعلامية نابعة منها هي في حد ذاتها ،ومن بينها المؤسسة الإعلامية ويقصد هنا بالسياسة الإعلامية تلك الحزمة من القواعد والمبادئ المتفق عليها من طرف جهاز تحرير المؤسسة الإعلامية، والتي تتحكم في المضمون الإعلام وطريقة تقديمه .وتتحدد هذه المبادئ داخل كل مؤسسة عن طريق الخبرة والممارسة الإعلامية. هذه السياسة الإعلامية تعد بمثابة دستور في المؤسسة الإعلامية، والتي يتوجب على كل صحفي أو إعلامي يشتغل بالمؤسسة احترامها ومراعاتها في تغطيتها للأخبار و ممارسته للعمل الإخباري، مما يزيد من القيود المفروضة عليه إذ يجد نفسه في كثير من الأحيان مجبرا على التخلي عن أخبار غنية بالقيم الإخبارية كونها لا تتماشى مع سياسة المؤسسة، وبتعبير آخر يصف الصحفيون والمراسلون ومختلف العناصر الفاعلة في هيئة التحرير إلى سياسة تحريرية تعتبر اللسان النطق للمؤسسة الإعلامية والمعبرة عن مواقفها وتوجهاتها تجاه مختلف القضايا في المجتمع والمستجدات في السياسة والاقتصاد 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 بالاتفاق مع رؤساء التحرير والمتحكمين في نفاذ المخرجات¹.

3- الأيديولوجية:

¹صالح شهرة فلاق ، سلطة المال والخدمة العمومية في الميديا بالجزائر"، مجلة الرواق المركز الجامعي غليزان، العدد 4 ديسمبر، 2016 ، ص 09.

يمكن اعتبار الإيديولوجية مجموعة من الأفكار والمعتقدات التي يؤمن بها الفرد أو المجتمع وتنبثق عنها سلوكياته ومواقفه، وهي تتضمن عدة أصناف: إيديولوجية سياسية إيديولوجية دينية ، إيديولوجية اجتماعية، وإيديولوجية إعلامية. والمقصود بهذه الأخيرة «نظام من الأفكار، يعبر عنه من خلال العملية الاتصالية، التي تشمل القائم بالاتصال وطريقة استخدامه للنص أو اللغة أو الصورة.¹

4. القيم المجتمعية:

تعتبر القيم الإخبارية مستمدة من القيم العامة التي تسود المجتمع، ويرى في هذا الصدد "جيرالد يونج" أنه من العبث محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة وطنية كانت أو دولية، في القيم الخبرية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، وعملية تشكيل القيم واحدة.²

5-القواعد المهنية:

أما بالنسبة للقواعد المهنية والأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الصحفي أو الإعلامي فهي تؤثر أيضا بدرجة كبيرة في القيم الإخبارية ، حيث يتوقف الإعلام عند هذه القواعد والأخلاق المهنية فتتغير القيم الإخبارية خاضعة لها ، (فأما السعي وراء الخبز بكل ثمن من شأنه أن يحط من القيمة التي يدعيها الصحفي ، والصحفي مثقف ذو نظرة واسعة عميقة أبعد ما تكون عن حاجة اليوم العاجلة ، يناضل بهدف التوصل إلى مجتمع إيجابي).³

6- نوع الملكية:

هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام :

- الملكية العامة: أي ملكية الدولة أو القطاع العام

¹محمد بن سعود البشر، إيديولوجيا الإعلام، دار غيناء للنشر، ط1، الرياض، 2008، ص 15.

²سمير لعرج، مرجع سابق، ص58.

³اسماعيل قاسمي وآخرون ، القيم الاخبارية و العوامل المؤثرة فيها، على الرابط francais.yoo7.com 20، مارس 2024 ،ساعة 11ص.

- ملكية الخواص: أو الملكية المستقلة ، 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 قيم الأخبار في وسائل الإعلام العمومية يجب أن تعكس نظاما اجتماعيا يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة أي يدل على وجود المصلحة العامة، فالأخبار التي تحمل قيمة الصراع بين الأحزاب المعارضة والحكومة لا تعتبر ذات قيمة خبرية بالنسبة لوسائل الإعلام العمومية، وتتأثر القيم الإخبارية لوسائل الإعلام العمومية بالسلطة السياسية 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، أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضا بمن يسيطر عليها سواء المالك أو صاحب المؤسسة أو التمويل والإشهار، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي، وكان لذلك أثره أيضاً في الأخبار وقد أحس بهذا الخطر أحد الصحفيين المعاصرين فكتب يقول : يرى الناشرون أن الصحفيين ليس لهم إلا حق واحد هو إنجاز إنتاج يوافق رغبات الممولين، ثم ليسكتوا... وكذلك نفس الشأن بالنسبة للإعلام السمعي والبصري.¹

ثانيا: الخبر الصحفي

1. تعريف الخبر:

المفهوم العربي للخبر : من الواضح أن مفهوم الخبر عربيا لا يختلف عن الأبيات الغربية ومن ذلك نرى أن أغلب التعريفات تنحى إلى فهم قريب مما ورد في الفهم الغربي والخبر وفق ما يعرفه محمود عزمي هو إعلام عن حدث جديد ومهم ومتميز، وتوجد تعريفات أخرى يمكن اختزالها فيما يأتي:

¹اسماعيل قاسمي وآخرون ،نفس المرجع.

-الخبر هو حدث يتميز بالجدة، وقع أو يقع في مكان وزمان ما ينطوي على الأهمية والغرابة ويثير الفضول ويجيب على كل أو بعض الأسئلة الستة الشهير (من؟ ماذا؟ متى؟ أين كيف؟ لماذا؟).

-تعريف آخر: المفهوم الغربي لمصطلح الخبر : يرى بعض الكتاب الغربيين أن كلمة الخبر باللغة الانجليزية news إنما تعنى الإشارة إلى الأحداث المهمة التي تحدث في الجهات الأربعة من الكرة الأرضية وهي north N الشمال = EAST = الشرق. WEST=W. الغرب . S SOUTH الجنوب . وترى المدرسة الغربية أن أهم ما يميز الخبر هو الغرابة أي أن الأخبار المثيرة والغريبة والطريفة هي التي تستحوذ على اهتمام القراء والمعلقين أهم الأخبار الروتينية والعادية والتي لا تتضمن غرابة فلا تعد أخبار بالمفهوم الغربي¹.

- تعريف آخر : يرى الدكتور فاروق أبوريد أن أفضل تعريف للخبر في البلدان النامية هو أنه تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته².

2-وظائف الخبر الصحفي:

هناك عدة وظائف للخبر الصحفي أهمها:

أ- التعليم: يساعد الخبر على تحقيق التعليم للقارئ.

ب- التثقيف: يعمل الخبر على تزويد المتلقي بالمعلومات الحالية والمفيدة في المجالات التربوية والاجتماعية والرياضية والفنية مما يحقق للمتلقي الحصول على معلومات ثقافية من جميع أنحاء العالم في وقت قصير.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1 ، عمان ، 2012، ص 34.

² عبد الجواد سعيد محمد ربيع، المرجع السابق، ص 49.

ج - تنمية الوعي: يشارك الخبر في تنمية وعي المتلقي بتزويده بالمعلومات الدستورية والقانونية والتعرف على حقوقه وواجباته حتى يشعر بالاطمئنان عن تصرفاته داخل المجتمع.

د - نقل التراث : يشارك الخبر في نقل التراث الثقافي والتاريخي والاجتماعي والحفاظ على حضارة المجتمع.

هـ - ترسيخ القيم: يعمل الخبر على ترسيخ القيم الدينية والاجتماعية التي تحقق للإنسان السلام والأمن النفسي في دنياه وآخرته.

والتعارف: يحقق الخبر التعرف على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمعات لتبادل الخبرات والمنافع وتحقيق الطموحات والأهداف المشتركة بين الناس وبالتالي تحقيق التكامل والتكافل والمحبة والتعاون بين الناس.

ر- نشر ثقافة المواطنة: يعمل الخبر على تعريف المواطن بعلاقته بمواطنه من حيث حقوق الوطن عليه وواجباته.

ز--الإعلام: يساعد الخبر في الإعلام على الاكتشافات العلمية المفيدة للمتلقي ومتابعة البحوث والدراسات العلمية والعمل بها .

ط _التنمية: يساعد الخبر على تحقيق التنمية للمتلقي بما يقدمه من أخبار متنوعة في شتى المجالات.

ك . إكتشاف المهارات : يشارك الخبر في إكتشاف المواهب والقدرات والعمل على تنميتها¹.

3. أهداف الخبر الصحفي:

-تزويد الجمهور بالمعلومات الحديثة.

-غرس القيم الدينية والاجتماعية السليمة في نفوس الجمهور زيادة الوعي الثقافي لدى الجمهور.

-نقل آراء ومشكلات وطموحات المواطنين إلى المسؤولين.

-إعلام المواطنين بقرارات وتوجيهات وأفكار المسؤولين.

¹ريان نبيل، محاضرات تحرير الخبر، قسم الإعلام، جامعة دجلة، 2014-2015، ص 24.

- تحصين الجمهور من الغزو الثقافي الهدام.
- تبني قضايا المجتمع وخاصة التربوية والمشاركة في معالجتها.
- الاهتمام بالبحوث العلمية وتفعيلها.
- إكساب الشباب مهارات العمل الإعلامي.
- اكتشاف المواهب وتنميتها.
- نشر الثقافة الصحفية والرياضي.
- التغطية الإخبارية العادلة والمتوازنة الأفراد المجتمع.
- الحفاظ على البيئة واستثمارها لصالح الإنسان.
- نشر ثقافة الحب والتعاون والسلام مع نبذ ثقافة الحروب والاختلافات.
- مساعدة المجتمع على تحقيق النمو الشامل والمتوازن¹.

4-أهمية الخبر الصحفي :

- سلامة ودقة المعلومات الخبرية.
- تنقل المتلقي بالمعلومات الدينية والثقافية المفيدة.
- ترسيخ القيم الدينية والاجتماعية.
- القضاء على الكذب والشائعات والفتن.
- نشر ثقافة المحبة والسلام والتعاون والسماحة.
- الاستثمار الأمثل لوسائل الإعلام في التعليم والتدريب.
- توفير ميزانيات الحكومات ومنظمات المجتمع المدني التي تستخدم مؤسسات التعليم النظامي المدرسة والجامعة.
- تحقيق التنمية الشاملة للجمهور .

¹ رفعت عارف الضبع الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2011، ص 47

-الوفاء بحاجة المجتمع العربي والإسلامي بأنواع حديثة من الأخبار تتحلى بالمثل الإنسانية العليا.

-الحد من انتشار الجهل والامية والأفكار البالية.

-الحفاظ على النسيج الاجتماعي للمجتمع¹ .

5- أشكال تحرير الخبر الصحفي:

تعددت أشكال كتابة الخبر الصحفي من حيث بنائه الهرمي وطريقة عرض الأحداث وترتيبها وفقا لأهميتها الى ثلاث:

1 - طريقة الهرم المقلوب وفي هذا النوع لا يعيد الصحفي إنتاج الواقعة أو الحدث كما وقع فعلا وإنما يتدخل فنيا في كيفية صياغته وذلك بالاعتماد على ترتيب قائم على الأهمية في العناصر المهمة تمثل مقدمته ثم يكمل تنازليا من الأهم إلى المهم في جسم الخبر وهذا الشكل الفني من الأشكال المنتشرة بقوة حاليا انعكاسا لرغبة القراء في معرفة الحادث بأسرع طريقة.

2 - طريقة الهرم المعتدل وهي طريقة فنية قائمة على خاصية السرد معتمدة التسلسل الزمني في كتابة الحدث وكأنك تقرأ قصة لذلك تسمى لدى البعض بالقصة الإخبارية.

3 - طريقة الهرم المتدرج وهذا القالب الفني يربطه بعض الأكاديميين بالصحف الرسمية أو الناطقة باسم الهيئات والتنظيمات، وفي الحقيقة الهرم المقلوب المتدرج يرتبط بالتصريحات والبلاغات والخطاب والبيانات وكل ما تعلق بفعل الكلام².

¹ رفعت عارف الضبع، المرجع السابق، ص47.

² صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي ، أطفالنا للنشر والتوزيع ، ط 1، الجزائر ، 2015 ، صص 113 112.

خلاصة:

من خلال تطرقنا إلى القيم الإخبارية في هذا الفصل من ناحية التعريف والأهمية والأنواع...
أضاه إلى تناولنا الخبر الصحفي من حيث الأشكال والوظائف والأهمية...و من هنا نستنتج
انه لايمكن القول على أي حدث وقع انه خبر صحفي يستحق النشر والإعلام إلا إذا استوفت
فيه شروط معينه وتوفرت فيه معايير محددة تسمى بالقيم الإخبارية التي ذكرناها سالفًا.



الفصل الثالث: الإذاعة والبرامج الإذاعية

تمهيد

أولاً: ماهية الإذاعة

-تعريف الإذاعة

2-نشأة الإذاعة

3-خصائص الإذاعة

4-وظائف الإذاعة

5-أنواع الإذاعة

ثانياً: البرامج الإذاعية

1-مفهوم البرامج الإذاعية

2-أنواع البرامج الإذاعية

3-أهمية البرامج الإذاعية

4-الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية

5-العوامل المؤثرة في فاعلية البرامج الإذاعية

خلاصة

تمهيد:

في هذا الفصل سوف نتحدث عن الإذاعة التي تعتبر واحدة من وسائل الإعلام المهمة التي تلعب دوراً حيوياً في نقل المعلومات والترفيه عن الجمهور. تاريخ الإذاعة يعود إلى فترة طويلة وقد شهد تطوراً كبيراً على مر السنين. كما تتميز بقدرتها من الوصول إلى جمهورها بجميع مستوياته الفكرية والثقافية والتعليمية وطبقاته الاجتماعية تتخطى مشكلتي الأمية والفقير. وتعتمد الإذاعة للوصول إلى جمهورها على مجموعة من البرامج الإذاعية المتنوعة التي تنقل المعلومات التي تهتم المستمعين.

أولاً: ماهية الإذاعة :

1-تعريف الإذاعة:

-لغة:

نقل الكلام و الموسيقى و غيرهما عن طريق الجهاز اللاسلكي¹.

-اصطلاحاً :

يقصد بالراديو الإذاعة المسموعة"، أي ما يبث من مادة سمعية عبر الموجات الكهرومغناطيسية، بهدف ربط المستمعين المتباعدين من خلال أجهزة استقبال الموجات ومن ثم فقد شاركت مع التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى، في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال الإبقاء على سيطرتها عليه².

2 -نشأة وتطور الإذاعة

أ_ في العالم =

تبدأ قصة الراديو عام ١٨٦٥ عندما تنبأ عالم بريطاني لامع هو جيمس كلارك ماكسويل Maxwell, I بوجود الموجات الكهرومغناطيسية. وأثبت العالم الألماني هنريك هرتز Hertz بعد عشرين عاماً صحة نظرية ماكسويل، وحفرت نتائج هذه الأبحاث مخترعاً ايطالياً يبلغ العشرين من العمر هو جو جليلمو ماركوني J Marconi عام ١٨٩٤ ، فأقام معملاً في منزله يجري تجارب على الاستخدام العملي للموجات الكهرومغناطيسية.وشهد عام ١٨٩٥ تجربة إرسال ماركوني أول إشارات لاسلكية عن طريق الراديو اللاسلكي³.

¹معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط 4، 2005، ص 318.

²فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال، دار الخلدونية، ط4، الجزائر، 2013، ص124.

³عاطف عدلي العبد و نهى عاطف العبد، وسائل الإعلام نشأتها وتطورها وآفاقها المستقبلية، دار الفكر العربي، ط 1

، القاهرة، 2008، ص 41.

وكان ماركوني أول من سجل اختراعه لجهاز الراديو وذلك في عام 1896 بعد أن أهملته إيطاليا ولم تعرها الاهتمام الكافي. ويعد يوم الثاني من حزيران 1896 من الأيام الهامة في تاريخ الإذاعة في العالم، إذ سجل ماركوني واختراع الجديد: التلغراف اللاسلكي¹.

وفي عام 1900م توصل "ماركوني" إلى استماع إشارة لاسلكية عبر الأطلسي من إنجلترا إلى نيوفاوندلاند في اليوم.... ثم على بتطوير هذه الوسيلة الباحث فيسندن Fessenden" الذي بث لأول مرة عام 1906م الصوت الإنساني عبر الإذاعة بالإضافة إلى القطع الموسيقية، ثم تلاه الباحث فوست Foster" باستخدام برج إيفل في باريس للإرسال الإذاعي عام 1908م.² وأصبح جهاز الراديو يعتمد عليها إلى حد بعيد وتطور جهاز الراديو إلى جهاز صغير وخفيف يمكن حمله ، ومنذ نشوب الحرب ولغاية 1919 فرض حظر على هواة اللاسلكي لمنع استخدام أجهزتهم في الإرسال الإذاعي واستغلت الدول هذه المدة للسير في أبحاثها حول الإذاعة وأجهزة الاستقبال .

إلا أن الإذاعة في العالم لم تصبح حقيقة واقعة إلا عام 1920، إذ حصلت شركة وستجهاوس الأمريكية (2) في شهر تشرين الثاني من سنة 1920 على رخصة إنشاء أول محطة إذاعية باسم (K.D.K.A) في شرق مدينة بتسبرج بولاية بنسلفانيا الأمريكية، وقد افتتحت هذه المحطة إذاعتها بتقديم نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية التي فاز بها وارين هاردنج وكان إعلان نتائج الانتخابات من الإذاعة نجاحاً هائلاً للإذاعة فكان أول خبر يذاع على الهواء مباشرة عن طريق الإذاعة ويستمع إليه الناس قبل أن يظهر في أي صحيفة من الصحف. وقد كان لذلك الحدث ضجة قوية في الصحافة الأمريكية لأنه سجل أول نصر للإذاعة على الصحافة في نقل الأخبار

¹اسعد سليمان المشهداني، تاريخ وسائل الاعلام في العراق - النشأة والتطور-، عمان، الأردن، دار اسامة للنشر

والتوزيع، ط3، 2015، ص216 .

²بن هاشم عيسى، لمحة عن نشأة الإذاعة في العالم وفي الجزائر، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، دار كور للإنتاج والنشر والتوزيع، العدد20، 2011، جامعة جيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر ، ص1.

ومثل التاريخ الحقيقي لإذاعة الأخبار عن طريق الراديو¹. وبدأت محطات البث تقدم إذاعات منتظمة في نيويورك عام ١٩٢١ ، وتبعتها محطات أخرى في نيويورك وغيرها من المدن الأمريكية ، وهكذا ، سرعان ما ظهر منافسين عديدين وستجهاوس. وتزايد الاهتمام العام بالراديو واشتعل الإقبال على الإشارات الجديدة التي ترسل في الهواء نظراً لبريق وإثارة التاريخ القصير للراديو . وقد ساهمت في هذا الاهتمام الهائل القصص الدرامية حالات الإنقاذ في البحر ورحلات الطيران الشجاعة عبر القفار والفيافي باستخدام الهاتف اللاسلكي وصراعات الشركات العملاقة للسيطرة على التلغراف اللاسلكي، ولقد تحول هذا الاهتمام الكامن بالراديو إلى هysteria حقيقية فجأة عندما بدأت محطات الإرسال تذيع فترات منتظمة من الموسيقى والأغنيات التي يستطيع الناس استقبالها في مدنهم. وبدأت أصوات عامة الناس ترتفع للمطالبة بالراديو. وبحلول عام ١٩٢٢ ، كانت شركات تصنيع أجهزة الاستقبال عاجزة تماماً عن تلبية الطلبات الواردة إليها. وتم بناء محطات إذاعة جديدة في أوقات قياسية . وخلال النصف الأخير من عام ١٩٢١، صدرت ترخيصات لإنشاء ٣٢ محطة جديدة. ولكن في النصف الأول من عام ١٩٢٢ ، ارتفع هذا الرقم إلى ٢٥٤ محطة !! وانطلق الراديو كوسيلة إعلام جماهيرية رغم أن مشكلات عديدة كانت لا تزال تحتاج للحل مثل الأساس المالي ، ومضمون المواد المذاعة والأداء التقني أو الفني لهذا الجهاز².

وبعد ظهور أهمية الإذاعة بدأت الدول الأوروبية تنشئ المحطات الإذاعية المنتظمة، فعرفت بريطانيا الإذاعة عام 1920 وفرنسا عام 1921 وتزامنت معها إذاعة موسكو التي بدأت البث في عام 1922 بقوة قدرها 12 كيلواط فكانت بمثابة أكبر إذاعة في العالم في ذلك الوقت، تبعتها واستراليا وألمانيا عام 1923، وما أن انقضت سنة 1924 حتى كان هناك محطة راديو على

¹سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق،ص ص 217 218.

²ملفين ل. ديلفري وساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة:كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1993، ص ص 156.155.

الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم وقفز عددها عام 1960 إلى أكثر من سبعة آلاف وخمسمائة محطة. وبين عام 1927 و 1940 أدخلت التحسينات الكبيرة على الإذاعات كافة. ومن المحطات الإذاعية المهمة في تاريخ الإذاعات العالمية تبرز هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) إذ كانت بريطانيا من أوائل دول العالم معرفة بالإذاعة¹.

ب_ الوطن العربي =

ظهرت الإذاعة المسموعة في الوطن العربي في فترات مختلفة وفي ظروف وأوضاع متباينة، ففي بعض الأقطار، ظهرت الإذاعة بمبادرات فردية من قبل بعض المهتمين بهندسة الراديو، وظهرت في بعض الأقطار على يد القوى الاستعمارية التي أوجدتها أساساً لتحقيق أهداف عسكرية أو استراتيجية، في حين لم تظهر في أقطار أخرى إلا غداة استقلالها .

وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة المسموعة في حوالي عام ١٩٢٥ ، وظهرت في الحالتين على يد أفراد، وإن اختلفت بالطبع، ففي الأولى على يد مستوطنين فرنسيين، وتم بث إرسالها باللغة الفرنسية، وفي الثانية على يد مواطنين مصريين، وبثت موادها باللغة العربية².

أما في المغرب فقد ظهرت الإذاعة عام 1928 على يد الاحتلال الفرنسي وفي النصف الثاني من عقد الثلاثينيات توالى ظهورها في عدد من الأقطار العربية فظهرت في تونس عام 1935، وفي العراق عام 1936، وفي لبنان عام 1938، وفي ليبيا عام 1939، وفي عقد الأربعينيات انتشرت الإذاعة في كل من السودان عام 1940، وسوريا عام 1941، والصومال عام 1943، واليمن الشمالية آنذاك عام 1947، وتأسس النظام الإذاعي في السعودية عام 1949 واقتصر

¹سعد سلمان المشهداني، المرجع السابق، ص219.

²راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، لبنان، 2001، ص

البث الإذاعي على استوديوهات إذاعة جدة حتى عام 1965 إذ بدأ البث الإذاعي من إذاعة الرياض في عام 1979. وتم توحيد البث الإذاعي بين إذاعتي جدة والرياض، والسعودية عدة إذاعات منها إذاعة البرنامج العام. وفي عقد الخمسينيات ظهرت الإذاعة في كل من الكويت عام 1951 واليمن الديمقراطية عام 1954، وموريتانيا عام 1956، وفي قطر عام 1968 والأمارات العربية المتحدة عام 1969، وسلطنة عمان عام 1970، أما في فلسطين فقد انطلق صوت فلسطين ولأول مرة من القاهرة عام 1955 كبرنامج يذاع من ! إذاعة صوت العرب.¹ وقد شهدت الإذاعة في الوطن العربي تطورا ملحوظ في تعددها وانتشارها وخدماتها خاصة بالنسبة للإذاعات بأنواعها الجهوية والمحلية والمتخصصة، فهي عموما تخضع لإشراف الحكومات تشغيلًا وإدارة وأصبحت لا تقتصر على جوانب معينة في التقديم بل تعدت شموليتها لجميع مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية... وغيرها، لخدمة المجتمع ومواكبة التطور في مجال الأجهزة الإذاعية شكلا ومضمونا.²

جـ. في الجزائر =

تعود التجارب الأولى لاستقبال الأمواج الإذاعية بالجزائر إلى بدايات عشرينيات القرن الماضي، وكان استقبال أمواج الإذاعة الفرنسية انطلاقا من مركز البث ببرج إيفل بباريس لدينا وغير واضح إلى غاية سنة 1922، حيث تمكن أعضاء نادي الإذاعة الجزائرية الذي يضم بعض المهتمين بنشاط راديو الهواة، برئاسة "جوفلا" "lougla" من التقاط البث الإذاعي من برج إيفل بواسطة الهاتف اللاسلكي "المزود بعدة مصابيح وبطاريات، وهي تجهيزات كانت تكلفتها كبيرة جدا ..

¹سعد سليمان المشهداني، المرجع السابق، ص ص 226،227.

²رمضاني ابتسام، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ القيم الاجتماعية من وجهة نظر الأسرة الجزائرية - دراسة

ميدانية بولاية قالمة -، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة،

2019_2020، ص ص 28،29.

La Telephonie Sans Fil " ما مكن من استقبال هذا البث بشكل أفضل كما حسن نوعية الصوت الملتقط، وهو أمر لم يكن متاحا في السابق إلا باستعمال عدة تجهيزات كمضخم التردد اللاسلكي¹ .

و قد عرفت الإذاعة الجزائرية تطورات ملموسة في الفترات اللاحقة نوجزها في مرحلتين أساسيتين =

أ - قبل الاستقلال :

لقد أدرجت وسائل الإعلام ضمن الثورة الجزائرية كوسائل جديدة للكفاح وتمثلت أول وسيلة إعلامية استخدمتها جبهة التحرير الوطني في المناشير " التي كانت تعلن من خلالها كل قراراتها، وبعدها لجأت إلى "الجرائد" لتقوي عزمها على الاستقلال حيث أنشأت عدة صحف باللغتين العربية و الفرنسية، الأولى بفرنسا والثانية بتطوان بالمغرب والثالثة بتونس وكلها كانت تحمل اسم المقاومة الجزائرية 18، أما الجريدة الرابعة فكانت تصدر في الجزائر باسم، بالإضافة إلى وسائل إعلام أخرى كالسينما.

إن تلك الوسائل الإعلامية لم تلعب دورها الكامل خاصة منها الوسائل المكتوبة التي وقف في وجهها حاجز الأمية المتفشية في المجتمع، مما زاد تعطش الشعب لمعرفة أخبار الثورة فتوجهوا إلى الإذاعة الخارجية القاهرة وسورية.

و هكذا ظهرت إذاعة صوت الجزائر السرية بتاريخ 16 ديسمبر 1956م، حيث كانت عبارة عن شاحنة من نوع (GMC) أخرجت من القاعدة الأمريكية بالقنيطرة بالمغرب، وكانت تبث برامجها متنقلة في منطقة الريف المغربية باللغة العربية الفصحى والفرنسية والقبائلية والعامية على الموجات القصار ساعتين في اليوم".

خلال سنتي 1957-1958 توقفت هذه الإذاعة لمدة أشهر نتيجة أسباب تقنية، وبعد اقتناء أجهزة أعيد تنصيبها بالقرب من مدينة الناظور بالمغرب بعد الإتفاق مع المسؤولين المغاربة و أصبحت

¹عكروود سفيان و نافاري مولود، بدايات وتطور الإذاعة في الجزائر - من راديو الى الإذاعة السرية، مجلة البحوث

تدعي بيت قوي على ثلاث وجبات في ثلاث فترات يوميا. كانت إذاعة صوت الجزائر السرية وسيلة للدعاية المضادة قصد تكذيب الإدعاءات التي تثيرها الإذاعة الرسمية الفرنسية، كما كانت وسيلة إخبارية تعمل على إعطاء أخبار صحيحة حول الوضع العسكري ونتائج المعارك، و لم يقتصر دورها داخل الوطن فحسب بل امتد إلى الخارج للتعريف بالقضية الجزائرية وكسب ثقة الرأي العام العالمي و كان ذلك من خلال إذاعات بعض الدول الشقيقة وهي:

- إذاعة صوت العرب بالقاهرة التي خصصت ثلاث برامج أسبوعية لخدمة أخبار الثورة الجزائرية 1955 سنة

- الإذاعة التونسية حيث خصصت منذ سنة 1956 برنامج عرف بعنوان: "هنا صوت الجزائر المجاهدة الشقيقة".

أما بعد الاستقلال فقد بذلت السلطة الجزائرية جهودا كبيرة لتقوية الإذاعة وقد تمركزت هذه الجهود في ثلاثة ميادين =

1- الزيادة في المتعة التي تقدمها الحكومة للإذاعة.

2 - توسيع شبكة الإرسال وتقويتها.

3- توفير أجهزة الاستقبال¹.

ب_ بعد الاستقلال:

احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة والتلفزيون، وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم، واستطاعوا رفع العلم الجزائري فوق هذا المبنى، متحدين بذلك مراهنات الإدارة الاستعمارية في فشل الجزائريين في إدارة وتسيير الإذاعة والتلفزيون وانسحاب الإداريين والفرنسيين والتقنيين بعدما قاموا بحرق الأرشيف

¹ ابن هاشم عيسى، المرجع السابق، ص ص 3 و 4.

وإتلاف التجهيزات، حتى يتوقف الإرسال من الإذاعة الجزائرية وفي أنفسهم حاجة لتوريث الجزائريين، على اعتقاد جهلهم بأدبيات الصحافة والتسيير، لكن الجزائريين استطاعوا أن يصنعوا الحدث، وتمكنوا من تسيير إذاعة والتلفزيون رغم أن التسيير الذاتي لم يكن فكرة لأحد ما، ولم يكن نتيجة لعمل مخطط، بل جاء بإبداع شعبي من وحي الضرورة في المرحلة الانتقالية من إستقلال الجزائر .

ففي 17 أوت 1962، أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة، إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وقبل بداية المفاوضات النهائية، قامت الحكومة المؤقتة الجزائرية بتعيين شخصية جزائرية مديرا عاما للراديو وذلك بدلا من الفرنسيين.

وفي يوم 23 جانفي 1963، تم توقيع إتفاقية جزائرية فرنسية جاء فيها العمل على تبادل البرامج بين الحكومتين، في 01 أوت 1963 صدر قرار ينظم الراديو وتلفزيون الجزائر، اللذان اعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصرا يساعد في التنمية القومية، وفي بناء المجتمع الجزائري، وقد كان الراديو هو الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد وخاصة سكان الريف.

بعد ذلك انتشرت الإذاعات في أرجاء بلاد الجزائر ونمت شبكات إذاعية الهدف منها هو التغطية الشاملة للبلاد، ففي سنة 1968، أسست محطة في قسنطينة ووهران، أما في أواخر الثمانينات بعدما دخلت الجزائر في مرحلة التعددية الحربية ظهر هناك ما يسمى حرية التعبير، وأصبحت الإذاعة في الجزائر منذ ذلك الوقت مجالا للتعبير عن هذه الحرية كوسيلة إعلام جماهيرية.¹

¹رمضاني ابتسام، المرجع السابق، ص 31.

3 - خصائص الإذاعة :

تتميز الإذاعة بمجموعة من الخصائص التي تتفرد بها عن باقي وسائل الإعلام يتمثل أغلبها في :

- أن موجاتها قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في وقت قصير جدا. والوصول إلى أي مكان في العالم " وذلك لأنها الوسيلة التي يمكنها تخطي حاجز المسافات والوصول إلى المستمع دون عناء " ، و" لا توجد حواجز تحول دون الإنسان والكلمة المذاعة، نظرا لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والجغرافية والعسكرية والرقابة والتنشويش لتصل إلى أي مكان تريد. وقد أكدت الدراسات أن موجات الأثير تدور حول الكرة الأرضية في نحو ثمن ثانية ولا يقف في سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية، لذلك تعتبر الإذاعة أقدر وسائل الاتصال على سرعة نقل الأخبار السهولة النقاط موجاتها¹.

جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير.

- يمكن مخاطبة كل مستمع بلغته، فمثلا تبث صوت أمريكا ب 47 لغة وهيئة الإذاعة البريطانية ب 38 لغة.²

- تتخطى الإذاعة مشكلتي الأمية والفقير عند بعض شرائح المجتمع . فالإذاعة

ليست بحاجة لشخص أو أشخاص مستمعين يشترط فيهم أن يكونوا متعلمين.

-الإذاعة بالذات تشعر الجمهور بما يعرف بالذاتية لذلك فقد تغير نمط الاستماع من النمط الجماعي إلى النمط الفردي مع تطور أجهزة الاستقبال

¹طاهري لخضر ،واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية-إذاعة الجلفة المحلية نموذجا-، مذكرة لنيل

شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خيضر محمد، الجلفة ، 2011- 2012،ص73.

²جمال الضعيفة، مؤسسات الإعلام و الاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية،

- بإمكان الإذاعة إثارة خيال المستمعين بما تقدمه من برامج ذكية ومدروسة.¹
- أجهزة الراديو أصبحت صغيرة الحجم جداً وخفيفة الوزن وقليلة التكاليف وبذلك كان الراديو أكثر الوسائل حضوراً مما ساعد في كثرة استعماله.²

4-وظائف الإذاعة:

- ويمكن للإذاعة أن تقوم بتأدية الوظائف التالية =
- المساهمة في نشر العلوم والثقافة بين أفراد المجتمع.
- معالجة المشكلات الاجتماعية. رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات.
- إطلاع أفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من إبداعات واكتشافات ومعارف.
- إيصال الأخبار المحلية والعالمية لأفراد المجتمع وتوير الرأي العام. تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية.
- الترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.³

5-أنواع الإذاعة

1-الإذاعة الإقليمية:

وهنا تكون الخدمة الإذاعية موجهة إلى عدة مناطق داخل الدولة وهناك نوع من التجانس بين تلك المناطق من حيث الجانب الثقافي والاجتماعي والعادات والتقاليد واللغة ففي المملكة المتحدة نجد ست إذاعات إقليمية طبقاً للتقسيم الإداري للدولة ذاتها وما بين هذه الأقاليم من حواجز جغرافية وعرقية وغيرها، فهناك إذاعة إقليمية في كل من اسكتلندا وويلز وأيرلندا الشمالية، وإذاعة في كل من شمال ووسط وغرب إنجلترا وكل منها تخدم الأقاليم الذي تتبعه، وهذا ما نجده في

¹ عامر ابراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، دار اليازوري، ط1، عمان، دت، ص183.

² سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الاعلامية، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2020، ص19.

³ رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال-المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية-

دار للكتاب العالمي للنشر، ط1، الجزائر، 2008، ص ص 137 138.

الاتحاد السوفيتي الذي يجمع بين جمهوريات متعددة تعيش في كل جمهورية قومية مستقلة ومثلما هو الحال في يوغسلافيا والهند وغيرها، والإذاعة الإقليمية تبت برامجها من عاصمة الإقليم وتقدم خدمات وبرامج تهم أبناء الإقليم وبلغته أو لهجة أبنائه كما يغطي إرسالها الإقليم بأسره وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة تجمعها المصالح الاستيطانية ويمكن أن تنشأ بها إذاعات محلية صغيرة.

2- الإذاعة المركزية:

تبت الإذاعة المركزية برامجها من عاصمة الدولة وتكون البرامج موجهة إلى كل أنحاء الدولة، وغالباً تكون هذه الإذاعات ناطقة باسم دول معينة، حيث توجه برامجها إلى كامل فئات الشعب داخل الدولة. وتخاطب الإذاعة المركزية أبناء الوطن جميعاً فهي الوسيلة القومية المعترف بها للاتصال وهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين وتهتم في برامجها بالكلية دون التفاصيل حيث أنها تخاطب مستمعين معينين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم وثقافتهم وتقاليدهم وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء هادياً بها في كل ما تقدمه من برامج وحتى من خلال مخاطبتها لنوعيات محددة من المواطنين فيكون ذلك عن طريق التعميم دون التخصيص، فإذا كان البرنامج يخاطب المزارعين ويتحدث عن زراعة الأرز فإنه يقدم المضمون معلومات عامة بعيداً عن التخصص الدقيق.

3- الإذاعات الموجهة:

حينما بدأ الرأي العام الدولي يظهر على سطح السياسة الدولية ويؤثر في الأحداث الدولية، أدركت الدول أهمية مخاطبة هذا الرأي وكسبه إلى جانب قضاياها حتى يتبنى آراءها ويؤيد وجهة نظرها، وكانت الإذاعة أسرع وأنجح الوسائل التي استطاعت الدول استخدامها مخاطبة شعوب الدول الأخرى ويقصد بالإذاعة الدولية تلك التي تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دول أخرى

يتعين هنا أن تكون موجهة للغير وليست للجمهور المحلي ويطلق في بعض الدول العربية على الإذاعة الدولية¹.

ثانياً: البرامج الإذاعية

1- مفهوم البرامج الإذاعية:

البرنامج الإذاعي هو الشكل أو قالب الذي يوضع من خلاله مضمون الرسالة الإذاعية أيّ كان الهدف الذي يحمله هذا المضمون، والذي تقوم الإذاعة ببيته أثناء وقت الإرسال المحدد إلى الجمهور المستمع على اختلاف فئاتهم العمرية، ومهنتهم ومستوياتهم الثقافية والاقتصادية والاجتماعية، بهدف جذب الانتباه والمحافظة عليه والتأثير به، ولكي تتجح البرامج الإذاعية في تحقيق هذا الهدف لا بد أن تكون مبنية بشكل صحيح ومحكمة الإعداد².

2- أنواع البرامج الإذاعية :

هناك مجموعة من البرامج سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية مشتركة فيما بينها، وإليك عزيزي القارئ أنواع تلك البرامج :

*البرامج الحوارية:

وهي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوره.

تصنيفات البرامج الحوارية

حوار فردي مع شخص واحد.

حوار المذيع نفسه وهو أن يكون المذيع هو الضيف، أي يكون المذيع عنده خبرة معلومات في المجال الذي يقدمه في برنامجه.

¹ريم عبود، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية،

2020، صص 23 24.

²ريم عبود، اعداد البرامج الاذاعية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، صص48.

أهداف البرامج الحوارية:

- زيادة المعرفة وتوعية الجمهور
- تبادل الأفكار والآراء
- بحث وتحليل المشكلات
- زيادة المعرفة وتوعية الجمهور
- تسليط الضوء على قضايا تشغل الرأي العام

مكونات البرامج الحوارية:

- ويتكون البرنامج الحوارى من مجموعة مكونات متداخلة مع بعضها البعض، وهي:
- مقدم البرنامج الحوارى وظيفه.
 - القضية التي يتحاوران فيها.
 - الأجهزة المستخدمة، والوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش.
 - الأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيوفه.
 - مكان إجراء المقابلة.
 - المشاهدين الذين تعتبر مراعاتهم والاهتمام بهم البداية الصحيحة لأي اتصال فعال.

متطلبات البرامج الحوارية:

- تمكن المقدم من فن الحوار والمناقشة.
- طريقة إعداد الأسئلة باعتبارها مفاتيح الحصول على المعلومات، ومراعاة ترتيبها، ومدى تغطيتها للموضوع.

- مدى تغطية الأسئلة الجوانب شخصية الضيف في اللقاء، أو ضيوف المناقشة. مدى تمكنهم من الإجابة على تساؤلات مقدم اللقاء أو الندوة، وأسلوب أو طريقة معالجتهم وتناولهم الموضوعات.

*** البرامج المباشرة:**

وهي نوعية البرامج التي تخاطب الجمهور بشكل مباشر، مثل البرامج الدينية البرامج التحليلية الاقتصادية، أو البرامج الاجتماعية، أو البرامج الطبية، وتعتمد تلك النوعية من البرامج على شخص واحد فقط، ويكون خبيراً في مجاله، ويتحدث عن موضوع معين، وهو بذلك يعتبر خبيراً وليس مديعاً لأنه لا يقوم بمحاورة أحد.

***البرامج الإخبارية:**

وهي البرامج التي تعرض فيه الأخبار بصورة نمطية عرضية، حيث يتم وضع الأخبار أمامه، ويقراها إما أمام الشاشة أو في الإذاعة، ويكون فيها نمط الصوت والهيئة شديدين.

***برامج المسابقات:**

وهي من أنواع البرامج السهلة وتكون لها فكرة جديدة إبداعية، فما هي إلا اجتماع مجموعة من الجمهور واختيار نوعية من المسابقات التي تناسب الجمهور العرض، وتعتمد المسابقات التلفزيونية على الحركة والإثارة، أما المسابقات الإذاعية على المسابقات المعلوماتية الصوتية، أي السؤال والإجابة النصية.

***برامج الأطفال:**

وهي من البرامج التي تهتم بالأطفال، وكيفية توجيهك بكلامك إليهم، ومن أمثلة ذلك أن تجعل الأطفال هم الذين يقدمون تلك البرامج، ومنها البرامج التي تعرض الرسوم المتحركة أو البرامج المعدة لتربية الأطفال.

***البرامج الوثائقية :**

وهي برامج تعرض معلومات ودراسات جديدة حول الطبيعة أو التاريخ وغيرها من العلوم، وتتعامل هذه البرامج مع الأخبار والمعلومات والآراء، حيث تغطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية، ويمكن أن تتضمن حتى القضايا المطلقة غير المحددة بزمان معين، ويعتبر بعض رجال الإعلام

والنقاد البرامج الوثائقية أعلى شكل من أشكال من المعلومات والأخبار، حيث تقدم المعلومات ووجهات النظر.

*البرامج الاجتماعية:

وهي مثل البرامج الصباحية، كالتى تتحدث عن الأمور الاجتماعية، والمشكلات الاجتماعية والأمور التى تشغل المرأة من ملابس ومستلزمات تجميل ومشكلات أسرية وغيرها.

*البرامج الرياضية:

وهي البرامج التي تتكلم عن التحليلات الرياضية، أو استضافة لاعبين أو محكمة، وتركز تلك البرامج على تلخيص وتحليل نتائج الألعاب الرياضية 175 / 19 أو المرتبطة بالرياضة ككل، وتكون بعضها في نشرات الأخبار محمره صمنية، وقد يفرض لها برنامج خاص بها ويمكن أن يحتوي البرنامج الرياضي على مقابلات مسجلة أو حية مع الشخصيات الرياضية .

*البرامج الاقتصادية:

وهي البرامج التي تتكلم عن أسعار العملات وأسهم البورصة والتحليلات الاقتصادية.

* البرامج الثقافية:

إعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية وهي البرامج التي تشتمل على الفنون والشعر والآداب العربية المختلفة والفنون المسرحية، وغيرها.

*البرامج الموسيقية:

وهي البرامج التي تعتمد على عرض الموسيقى بشتى أنواعها سواء كانت الكلاسيكية أو الشبابية، وتعتمد محطات الإذاعة على الموسيقى المسجلة، وكانت الإذاعة تبث البرامج الموسيقية التي تعزفها الفرق السيمفونية الكبيرة وتقدم المغنيين المشهورين وفرق موسيقى الجاز ونجوم الأوبرا والعديد من العازفين المنفردين¹.

¹محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع، ط1 ، 2015،

3 - أهمية البرامج الإذاعية:

إن الإنسان اليوم يعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية التي تتميز بالتعدد الهائل والتنوع الكبير في وسائل الإعلام المختلفة، والتي اتسعت وأصبحت تشمل أنواع عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة أيضا، ومن أبرز العناصر المحورية في بيان أهمية تأثير البرامج التلفزيونية والإذاعية على المجتمع هي:

- توجيه الفهم والإدراك : فنحن نتعلم من العالم كل ما هو جديد من خلال تلك البرامج التلفزيونية والإذاعية، فتلك البرامج هي التي تنقل لنا مدى إدراك طبيعة فهم الشعوب ومعرفة الثقافات المختلفة وتوجيه الرأي العام.

- الحصول على معلومات : تساهم أيضا في الحصول على كميات شاسعة من المعلومات سواء كنت تعلمها قبل ذلك أم لم تعلمها، وبغض النظر عن أهميتها أو قيمتها.

- توجيه السلوك اليومي للأفراد : فتطبع الأفكار المعروضة من خلال تلك البرامج

حول طبيعة السلوك الشرائي المتعلق بالسلع والخدمات المختلفة، أو غير ذلك.¹

فهم الذات وعملية المحاكاة: فتعمل تلك البرامج على إبراز نموذج للجمهور سواء كان فنيا أو علميا أو رياضيا، ويشاهد الجمهور ويسمع ما يدور في حياة تلك الشخصيات وما تتشابه معه في ظروفه الاجتماعية والاقتصادية.

- التفاعل الاجتماعي: فتنتقل تلك البرامج والأغلب اليوم أنها تعرض مباشرة - كل ما يحدث بصورة سريعة، وتساهم بتزويدنا بأرضية مشتركة للحوار والمناقشات.

- التسلية والترفيهية: تعتبر تلك البرامج بلا منازع أهم أغراض الإعلام وأكثرها انتشارا، حيث يستخدم الفرد تلك البرامج لإطلاق العنان لانفعالاته ومشاعره وعواطفه وأحاسيسه، لتحقيق المتعة، والاسترخاء، والتنفس، والتخلص من الملل والعزلة، وتناسي المشكلات والهموم.²

¹ علي جمال الكبيسي، (تقنيات الإذاعية والتلفزيونية)، بناء البرامج الإذاعية و التلفزيونية، قسم الاعلام، كلية الاداب،

جامعة الانبار، 2020، ص2.

² محمد الجفيري، المرجع السابق، ص26.

4- الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية:

يمكن توضيح أهم الخطوات العلمية في إعداد البرامج الإذاعية في النقاط الآتية:

1- اختيار الفكرة / الموضوع / القضية / الشخصية:

تتعدد الموضوعات والقضايا والشخصيات التي يمكن أن تكون مادة صالحة للبرامج الإذاعية،

ويمكن تصنيف هذه الموضوعات والقضايا إلى النقاط الآتية:

-موضوعات وقضايا تثير اهتمامات أوساط الرأي العام.

-موضوعات وقضايا تتسم بالآنية والحدائثة وتفرض نفسها على وسائل

-موضوعات وقضايا تتصل بإنجازات على أرض الواقع.

-النماذج والقوة المشرفة.

-المبتكرين والمجددين في المجالات المختلفة.

-الاهتمامات الإنسانية.

-مكافحة الجريمة.

-المستقبلات.

2_ تحديد أهداف المعالجة الإذاعية:

تتمثل أهداف المعالجة الإذاعية للموضوعات والقضايا المختلفة في واحد أو أكثر من الأهداف

الآتية:

-إمداد الجمهور بالمعلومات والمعارف حول القضايا والموضوعات والشخصيات المختلفة.

-التدعيم اتجاهات وقيم ايجابية مسبقة موجودة أصلاً لدى فئات الجمهور المستهدف.

-تدعيم سلوكيات ايجابية موجودة أصلاً لدى الجماهير مسبقاً.

-خلق اتجاهات وقيم وسلوكيات ايجابية حول موضوعات وأفكار جديدة

-تطرح في المجتمع، وتحتاج تحمس الجمهور المستهدف لها.

-محاولة تغيير اتجاهات وقيم سلبية لدى الجمهور المستهدف.

-محاولة تغيير سلوكيات سلبية لدى الجمهور المستهدف.

وتفقد خطوة تحديد أهداف المعالجة الإذاعية في وضع الإطار التنفيذي الصحيح للبرنامج الإذاعي، بحيث تضمن عدم خروج البرنامج الإذاعي وتفرعه إلى نقاط عديدة تخرج عن الهدف الرئيسي للبرنامج.

3 -تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي:

يحدد في هذه الخطوة نوعية الجمهور المستهدف من البرنامج الإذاعي، هل يستهدف البرنامج جمهوراً عاماً كل فئات الجمهور) أم يستهدف جمهوراً متخصصاً، ويقصد بالجمهور المتخصص إحدى الفئات الجماهيرية التي يمكن تمييزها عن غيرها اعتماداً على واحد أو أكثر من الخصائص الآتية:

- الفئات العمرية.

-الخصائص المهنية.

-الخصائص التعليمية والثقافية.

-الشرع.

-الخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية للإقامة الحضر - الريف - البدو).

ويفيد تحديد الجمهور المستهدف في الجوانب الآتية:

- التركيز على أبعاد معينة في الموضوعات والقضايا المطروحة.

-تلبية الاحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف.

-اختبار الضيف الملائم.

-التحديد المدة الزمنية للبرنامج / الحلقة.

-تجديد الوقت المثالي لبث البرنامج الإذاعي.

-تحديد نوعية الموسيقى والأغاني الملائمة للبرنامج.

-تحديد أشكال الاتصال والتفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج الإذاعي.
ويلاحظ أن الاتجاه المعاصر في البرامج الإذاعية يركز على توجيه الرسائل الإذاعية إلى فئات جماهيرية متخصصة، أو تتصدى أيضاً الموضوعات وقضايا متخصصة.

4_ جمع المعلومات:

يعتمد النجاح الحقيقي للبرامج الإذاعية في أحد أبعاده الأساسية على مقداراً لجهد الذي يبذل من جانب المعدين في جمع البيانات والمعلومات التي تتصل بالموضوعات والقضايا والشخصيات التي تقدمها البرامج الإذاعية.¹

5- تحديد الشخصيات التي سيتم استضافتها في البرنامج:

وتشمل هذه الخطوة تحديد الشخصيات التي يمكن استضافتها ضمن البرنامج، أي اختيار ضيوف البرنامج، وهي من الخطوات الهامة حيث أن عملية الاختيار لا تتم بشكل عشوائي بل بطريقة موضوعية، ومبنية على النقاط السابقة، ولا بد من توفر عدة معايير في الشخصية المستضافة ومنها :

- الخبرة والتخصص الذي يتناسب وموضوع البرنامج، لضمان الحصول على معلومات
- صحيحة وفرض نوع من المصادقية على الكلام والمحاور المطروحة في البرنامج.
- مهارات الاتصال الشخصي للضيف، ويعني ذلك قدرة الضيف على التحدث وصياغة الجمل والعبارات بشكل يفهمها الجمهور الذي يتوجه إليه البرنامج. أن يكون الضيف متاحاً لدى المعد، ويمكن الوصول إليه وضمان مشاركته في البرنامج.

¹نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ب.د، ط1، القاهرة، 2005، ص ص 16_18.

6- الشكل أو القالب الفني المناسب للموضوع =

يقوم المعهد بتحديد القالب الفني الذي تعالج من خلاله الفكرة، سواء أكان حديثاً مباشراً أو مقابلة أو ندوة أو تحقيقاً، والذي يجب أن يتناسب مع طبيعة الموضوع وطبيعة الجمهور المستهدف. لذلك لا بد للمعد أن يتعرف على الأشكال والقوالب الفنية للبرامج حتى يستطيع أن يحدد الأسس التي تعتمد عليها، وتحديد ما يناسب.

ويوجد مجموعة من الأسس والمعايير التي يعتمد عليها المعد لاختيار الشكل المناسب، وهذه الأسس هي:

- طبيعة الموضوع أو مضمون البرنامج، ومن المعروف أن معظم الأفكار الإذاعية يمكن وضعها في قالب وأشكال برمجية متعددة، إلا أن مضمون الفكرة ومدى غناها قد يشجع المعد على اختيار قالب برامجي دون آخر، فالأخبار الإذاعية مثلاً التي تهدف للإعلام المباشر عن الآراء والأفكار أو تقديم المعلومات قالبها الرئيسي هو النشرة الإخبارية أو موجز الأنباء، وقد تفرض أهمية فكرة معينة تقديمها في أكثر من قالب فني، فالحدث الهام قد يأتي بصيغة خبر ضمن النشرة الإخبارية، وقد نقوم بإنتاج تقرير أو تعليق أو تحليل إخباري حوله. خصائص الجمهور: تعتبر دراسة الجمهور المستهدف أولى خطوات العمل الإعلامي مما يسمح بالتعرف على خصائصه ورغباته وحاجاته، حتى يمكن تقديم المادة الإعلامية بشكل يناسب هذا الجمهور ويحقق الهدف الإعلامي المطلوب، فعندما تقدم برنامج حول تنظيم الأسرة مثلاً يمكن أن نتوجه بها إلى أكثر من فئة ضمن المجتمع، حيث يمكن أن يكون المستهدف هو الجمهور العام، كما يمكن أن تخاطب المرأة فقط، وقد تنقسم هذه الفئة إلى فئة المرأة العاملة، والمرأة ربة المنزل المرأة في من الزواج، المرأة المتزوجة المرأة الريفية أو الحضرية كما يمكن أن تقدم هذه الفكرة إلى الرجل كفتة هامة مستهدفة ... أو جمهور المسؤولين عن تنظيم حملات من هذا النوع. وتكمن أهمية هذا الاعتبار في أن تحديد الفئة المستهدفة يساهم بشكل كبير في تحديد شكل البرنامج المناسب للفئة والمضمون وأسلوب الصياغة والمستوى اللغوي المستخدم. . نوع المحطة تتعدد أنواع

المحطات الإذاعية من محلية أو إقليمية أو دولية، وليس كل الأفكار تصلح لتقديمها في محطات محلية أو إقليمية تصلح لتقدم في محطة موجهة دولية، حيث أن أسلوب التقديم واللغة وشكل البرنامج قد يتفق أو يختلف تبعاً لسعة.

-الانتشار والمنطقة الجغرافية التي يغطيها المدة المتاحة للإنتاج هناك بعض الأحداث التي تفرض طبيعتها سرعة تقديمها للجمهور، وبالتالي تضطر المحطة الإذاعية إلى اختيار شكل بسيط كالخبر في النشرة الإخبارية، وقد تستخدم الحوار من خلال ريبورتاج قصير. بينما قد توجد أفكار يتاح لها المزيد من الوقت مما يؤدي لتعدد الخيارات أمام المعدة وبالتالي إمكانية وضعها في قوالب أخرى.

-توافر عناصر الإنتاج والميزانية تعد الميزانية أهم عناصر الإنتاج، بالاعتماد المالي المخصص لإنتاج فكرة معينة يرتبط بالشكل البرامجي لهذه الفكرة، حيث توجد قوالب فنية تحتاج المعدات وتجهيزات واستوديوهات ونفقات متعددة كالأغنية والدراما، بينما هناك قوالب أكثر بساطة يمكن اعتمادها في حال كانت الميزانية والقدرات الفنية قليلة برامج الحديث المباشر والحوار. وهذا يحتم على المعد اختيار قالب دون آخر، أو يعطيه حرية أكبر في الاختيار.

-الوقت المخصص للبرنامج يمنح للبرنامج مدة زمنية محددة على خريطة الإرسال الإذاعية، قد تكون قصيرة أو طويلة، وهذا يسهم بشكل كبير في تحديد الشكل البرامجي حيث يحتاج برنامج المنوعات وقتاً أكبر من الحديث المباشر أو التحليل أو التعليق.

7- اختيار الموسيقى والأغاني والمؤثرات الصوتية:

تستعين الكثير من البرامج الإذاعية بالموسيقى والأغاني، لأنها من مكونات الصوت الأداة الوحيدة بيد المعد)، وذلك بهدف جذب الجمهور وجعل البرنامج أكثر حيوية، حيث يمكن استخدامها في مقدمة ونهاية البرنامج (النتر)، وضمن البرنامج سواء خلفية للكلمات المنطوقة، أو فواصل بين فقرات البرنامج. ويشترط لنجاح استخدام الموسيقى في البرامج الإذاعية أن تتسم بالموصفات الآتية:

- أن تلائم طبيعة الموضوع أو القضية.

- أن تلائم طبيعة الجمهور المستهدف.
 - استخدامها في الأماكن المناسبة ضمن البرنامج.
 - استخدامها لتحقيق تأثير معين كالتعليق والرأي في الفكرة.
 - الابتعاد عن استخدام الأغاني الهابطة.
- * ويتم أيضاً اختيار المؤثرات الصوتية الملائمة لطبيعة البرنامج والأفكار التي تصاحبها، وتكمن أهميتها في حسن اختيارها واختيار موضعها المناسب ضمن البرنامج.

8- المحطة المقترحة:

يتم اختيار المحطة التي سيتم عرض البرنامج فيها تبعاً لمضمون البرنامج بشكل عام والجمهور المستهدف.

التوقيت المناسب لتقديم البرنامج يتم تحديد التوقيت المناسب لبث البرنامج، ويتم هذا بناء على الخطوات التحضيرية السابقة التي قام بها المعهد، حيث يكون قد تعرف على طبيعة الموضوع وطبيعة الجمهور المستهدف، وبالتالي التوقيت المناسب لبث البرنامج.

9 - تحديد أساليب معينة الدراسة:

رجع الصدى تعتمد الكثير من البرامج الإذاعية حالياً وبشكل كبير على ميزة التواصل مع الجمهور، سواء بشكل مباشر أثناء بث البرنامج على الهواء مباشرة، أو بشكل غير مباشر، أي من خلال التعرف على رأي الجمهور في البرنامج والقضايا المطروحة فيه، وردود أفعالهم تجاهها واقتراحاتهم حول البرنامج، ويمكن أن يتم ذلك بطرق عديدة خاصة بظهور تقنيات جديدة للتواصل مع الجمهور ومنها: التلفون البريد الفاكس البريد الإلكتروني الرسائل القصيرة SMS وغيرها من الطرق، ولهذه الخطوة أهميتها الكبيرة كمصدر من مصادر الأفكار للبرنامج، وطرق معالجتها والنقاط التي يتم التركيز عليها. إضافة إلى إعطاء شعور للمستمعين بالقرب من البرنامج، وأنهم مشاركون في صنعه، وهذا بعد من عوامل نجاح البرنامج وانتشاره بين الجمهور.

10- معالجة النص وكتابة السيناريو المبدئي:

يتم في هذه المرحلة تقييم ما تم الحصول عليه، وترتيب المعلومات التي تم تجميعها في أسلوب منطقي يبين العلاقة بين الحقائق والأفكار المختلفة، وتحديد المحاور الأساسية للبرنامج، والعناصر الأخرى التي الأساسية وصياغة الأسئلة ومواقع الموسيقى سيتم استخدامها، ومن ثم يبدأ المعد في كتابة سكر بيت (نص) البرنامج، حيث يتم وضع تصور أولى للبرنامج بشكل عام، يكتب فيه المعد مقدمة البرنامج والمحاور والمؤثرات الصوتية والأغاني، والوقت المخصص لكل فقرة، وصولاً الخاتمة البرنامج، وسوف نتناول الإسكربت الإذاعي المبدئي والتفصيلي في الفصول القادمة وبشكل مفصل.

11- عقد جلسة حوار تمهيدية مع ضيوف البرنامج:

يتم عقد جلسة تمهيدية بين مقدم البرنامج والضيف وذلك قبل بدء عملية التسجيل، وذلك من أجل:

-خلق جو من الألفة بين الضيوف والمذيع.

-خلق جو الألفة بين الضيوف والأجهزة والتقنيات المستخدمة بالإستديو، مثل الميكروفون والكاميرا وهذا يساعد الضيف على التأقلم وعدم الارتباك الذي قد يؤثر على طبقة صوته. الاتفاق على بعض النقاط والأبعاد الأساسية للحوار، وترتيب النقاط.

-الاتفاق على الوقت المخصص للمحاور .

-إجراء التجارب الصوتية¹.

¹ريم عبود، المرجع السابق، ص31_35.

5- العوامل المؤثرة في فاعلية البرامج الإذاعية:

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على فعالية البرامج التلفزيونية والإذاعية وقدرتها على إحداث أثر وتغيير في طبيعة الجمهور المشاهد أو المستمع، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية:

-متغيرات المصدقية وهي العوامل المتعلقة بوسائل البرامج ومصادقيتها، وتنوعها

وشمولها وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم لديها تنوع وتعددية إعلامية. متغيرات الجمهور حيث يختلف الجمهور الذي يخاطبه البرنامج من حيث اختلاف الخبرات والثقافات والتنشئة الاجتماعية، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحياناً يستجيب شخص عن آخر حينما يتعرض لنفس المحتوى وفقاً لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

-متغيرات المحتوى يتحكم محتوى البرنامج في قدرته على الاستمالة والإقناع والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دوراً مهماً في فعالية تأثير تلك البرامج. متغيرات البيئة وهي المنطقة التي تعرض فيها وتخاطبهم البرامج التلفزيونية والإذاعية، والتي تتغير بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة على إحداث تأثير وتغيير أو تكون عامل ضعف لتلك البرامج فهناك من البرامج التي تنجح في مناطق بيئية ولا تنجح في بلد أخرى¹.

¹محمد الجفيري، المرجع السابق، ص 28.29.

خلاصة:

من خلال تطرقنا إلى الإذاعة في هذا الفصل من ناحية التعريف و النشأة والأنواع.... إضافة إلى تناول البرامج الإذاعية من حيث الأنواع والخطوات والأهمية.... نستنتج أن الإذاعة لا زالت تفرض وجودها بين وسائل الإعلام، ويمكن للإذاعة أن تصل إلى العديد من الأشخاص كما تتخطى مشكلتي الأمية والفقر. وان البرنامج الإذاعي هو العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة إذاعية.



الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

تمهيد

-أولا : بطاقة تقنية عن إذاعة الأغواط

ثانيا: مجالات الدراسة و أدوات الدراسة

-ثالثا: منهج الدراسة

-رابعا: خصائص عينة الدراسة

-خامسا: النتائج العامة للدراسة

-الخاتمة

-المراجع

-الملاحق

تمهيد:

لقد تناولنا في الفصول السابقة عرضاً تحليلياً للجانب النظري لموضوع "القيم الإخبارية في الإذاعة" من خلال التركيز على متغيرين مهمين وهما القيم الإخبارية و الإذاعة .
وسنحاول في هذا الفصل التعرض إلى البطاقة الفنية لإذاعة الأغواط ومنهج الدراسة والأدوات وعينة الدراسة...ويهدف هذا الفصل إلى معالجة معطيات الميدانية وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى إجابات عن التساؤلات واستخلاص النتائج العامة .

-أولا : بطاقة تقنية عن إذاعة الأغواط



إذاعة الأغواط الجهوية

لمحة تاريخية عن إذاعة الاغواط 1991 - 2020

سنة من العمل الإعلامي الجوّاري 29

تعد إذاعة الأغواط رابع صرح إعلامي جوّاري ضمن شبكة الإذاعات الجهوية بعد إذاعات بشار و متيجة و ورقلة حيث شرعت في بث برامجها بتاريخ

05 نوفمبر 1991م على الموجة المتوسطة **783 كيلوهرتز**، انطلقت كمرحلة أولى في بث تجريبي تحت إشراف الفقيه محمد بوتلجة رحمة الله رئيس المشروع على مدى ساعتين يوميا ماعدا الخميس و الجمعة

وقد رافق المرحوم بوتلجة في بداية المسيرة المهندس جمال رحالي و الممثل و المنشط و المنتج علي بورزق و عميد التقنيين العم محمد ريان المعروف (بالكيت) وعدد من العناصر التي بدأت مشوارها المهني في إذاعة الأغواط التي توسع بثها إلى ولايات الجلفة والمدية و البيض وغرداية المسيلة بفضل جهاز إرسال بقوة 25 كيلواط حيث وصل شعاع البث إلى حدود 220 كلم مما جعل إذاعة الأغواط تستقطب جمهورا واسعا.

و في **الفتاح جانفي 1993** توسع الحجم الساعي إلى ثلاث ساعات من 10:00 إلى 13:00 زوالا، كما ساهمت إذاعة الأغواط بداية من جوان من نفس السنة في إثراء برامج القناة الأولى من خلال الإرسال الليلي من 01:00 إلى 06:00 صباحا على الموجات الوطنية، ويعد تاريخ: **28 سبتمبر 1996** نقلة نوعية في مسيرة إذاعة الأغواط حيث تضاعف الحجم

الزمني للبث اليومي إلى 08 ساعات يوميا من الساعة 09.00 صباحا إلى الساعة 17.00 مساء لينتقل إلى 12 ساعة في: **جوان 2006** .

هذا التطور في الحجم الساعي واكبه تطور في المضمون وتنوع البرامج في مختلف الأنواع الإذاعية خاصة البرامج التفاعلية و الجوارية التي استقطبت جهورا واسعا من مختلف الفئات منها: من عمق السهوب، مساحة للرأي ، ديوان البادية ، إليك سيدتي ، ضيف على الخط ، آثار و معالم ،في ضيافة السهوب ، صور من المجتمع، علاوة على برامج و مواعيد إخبارية تواكب المسيرة التنموية للولاية و تعكس بشكل مباشر انشغالات المواطنين منها :من تحقيقات المحطة، بصراحة، أضواء على البلديات، كما استحدثت مواجيز إخبارية على رأس كل ساعة و نشرات إخبارية يومية.

ويسجل لإذاعة الأغواط أنها مرآة لنبض المجتمع و جمهورها فيهب في كل مرة مليبا نداءها التضامني فساهمت براديو طنون **08 سبتمبر 2000** على مدى 03 أيام تحت شعار (**محفظة تسعد طفلا**) لفائدة التلاميذ المتمدرسين أبناء العائلات المعوزة. وبادرت بعملية مماثلة في العام الموالي على مدى 10 أيام.

ويعود هذا الالتفاف حول برامج إذاعة الأغواط إلى التزاوج بين التجربة لدي الجيل السابق والطموح الجامح لدى الشباب الذين استفادوا بعضهم من دورات تكوينية في الخارج علاوة على الدورات التي نظمتها الإذاعة الجزائرية على المستوي المركزي و الجهوي ناهيك عن التكوين القاعدي الذي اكتسبوه خلال مسيرتهم الدراسية.

وإذا كانت إذاعة الأغواط انطلقت بتجهيزات تقنية بسيطة تطورت خلال مسيرتها فهي اليوم تعانق عصر الرقمية باستديو رقمي وشبكة إعلام آلي تسهل أداء جميع صناعات الرسالة الإعلامية لإذاعة الأغواط من حيث مضمون وتنوع البرامج.

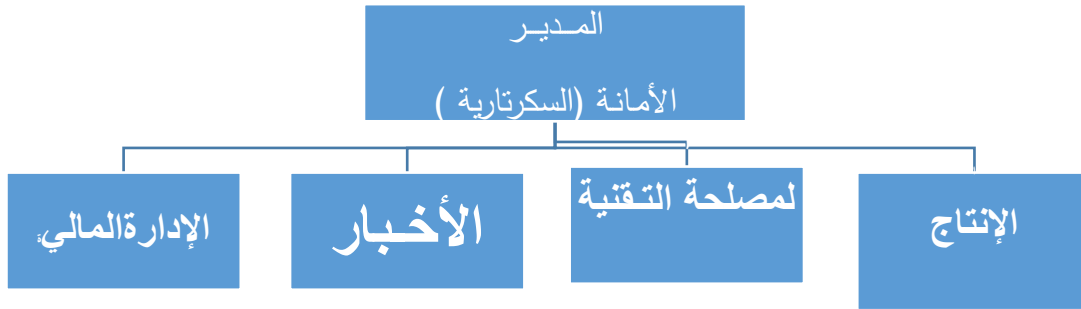
ولعل الانجاز الأكبر الذي يستحق كل من ساهم في تجسيده على أرض الواقع كل التقدير و الإكبار: المقر الجديد لإذاعة الأغواط الذي يعد مفخرة في حد ذاته سواء من حيث العمران أو انعكاساته الايجابية على أداء الطاقم الإذاعي لعمله اليومي.

الوسائل و الإمكانيات التي إنطلقت بها إذاعة الأغواط الجهوية

- البشرية :

1. المدير + أمينة الإدارة
2. رئيس دائرة الإنتاج
3. رئيس مصلحة التقنية
4. رئيس مصلحة قسم الأخبار
5. عدد من المذعين و المذيعات و المخرجين
6. صحفيين
7. الإدارة و المالية
8. سائقين
9. أعون أمن

يتوزعون على التخصصات التالي:



شكل 1 المصدر = وثائق المؤسسة

ترددات البث

Satellite : NSS 7

Fréquence : 12735

Polarité : Horizontal

Position : 22.0° Ouest

EMETTEURS FM

LAGHOUAT : 01 Emetteurs FM

Puissance : 10 W

Fréquence : 98.9 MHZ

Radio locale et Radio Décrochage

: 95.1MHZ

AFLOU : 02 Emetteur FM

Puissance : 10 W

Fréquence : 87.6 MHZ

Radio locale Radio Décrochage

Fréquence : 90.7 MHZ

chaîne 1

HASSI R'MEL : 02 Emetteurs FM

Puissance : 2W

Fréquence : 98.0 MHZ

Radio locale et Radio Décrochage

Fréquence : 105 MHZ

Puissance : 20 W

Radio locale et Radio Décrochage

EMETTEURS AM

LAGHOUAT (Bouchaker) :

01 Emetteur AM

Puissance : 25 kw

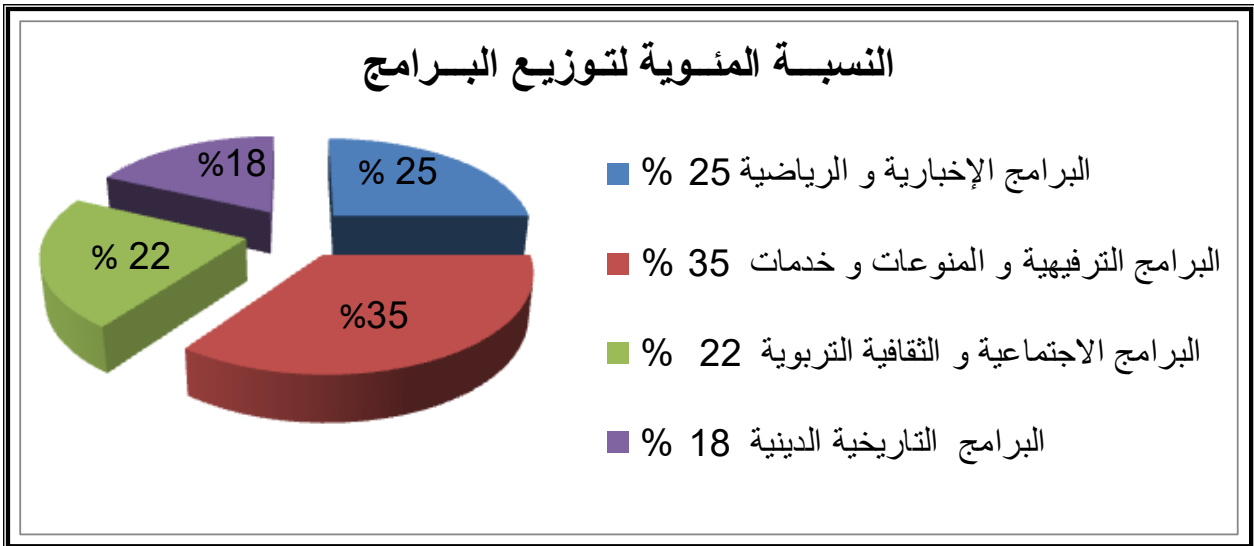
Fréquence : 702 KHZ

Radio local et Radio Décrochage



إذاعة الأغواط الجهوية

النسب المئوية للشبكة البرمجية السنوية العادية 2019 - 2020



المصدر = وثائق المؤسسة

التوقيت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	لسبت
06.55	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال
07.00	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى
07.15	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير
08.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي
08.03	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير
09.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي
09.03	بوارق الأمل	عام الأسرة	عام الأسرة	مع الجمعيات	اسألوا أهل الذكر	اسألوا أهل الذكر (إعادة)	عام الأسرة
10.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي

الفصل الرابع :

الجانب التطبيقي

البيئة والمجتمع (إعادة)	المستهلك والسوق	تحية ونغم	طبيب الأسرة	قالو ناس زمان	صحح تلاوتك	تحية و نغم	10.03
موجز إخباري محلي	أحداث الأسبوع	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	11.00
الموعد التربوي (إعادة)	دنيا الأطفال	حوار الأسبوع	انشغالات و حلول	نبض الشارع	بلديات ورهانات	ورشات وانجازات	11.03
النشرة المحلية	الأخبار+نقل وقائع صلاة الجمعة من ق 1	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	12.00
فسحة الظهيرة		فسحة الظهيرة	فسحة الظهيرة	فسحة الظهيرة	فسحة الظهيرة	الحقبة الرياضية	12.30
النشرة من ق الأولى		النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	13.00
فترة تنشيطية		فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	13.30
موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	14.00

الفصل الرابع :

الجانب التطبيقي

حوار الأسبوع (إعادة)	الدين والحياة	ورشات وانجازات (إعادة)	المجالس العلمية (إعادة)	بين الثانويات	صدى الموروث	المجالس العلمية	14.03
موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	15.00
صفحات من التاريخ (إعادة)	واحة الجمعة	لقاء الاثير	البيئة والمجتمع	بين الثانويات	صفحات من التاريخ	صحح تلاوتك (إعادة)	15.03
موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	16.00
مع الجمعيات (إعادة)	المنبر الرياضي	فنون من الملحون	بوارق الأمل (إعادة)	لوحات فنية	فنون من الملحون	وقفه اذاعية	16.03
همس الأماسي	مدائح دينية	أغاني زمان	أمنيات وأغنيات	تحية و نغم	همس الأماسي	وصلة غنائية محلية	17.00
الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	17.30
النشرة المحلية الثانية	أحداث الأسبوع	النشرة المحلية الثانية	النشرة المحلية الثانية	النشرة المحلية الثانية	النشرة المحلية الثانية	النشرة المحلية الثانية	18.00

الفصل الرابع :

الجانب التطبيقي

واحة الفلاح	لوحات فنية (إعادة)	بلديات ورهانات (إعادة)	قالو ناس زمان (إعادة)	الموعد التربوي	حوار و أفكار	من الألف إلى الياء	18.08
موجز إخباري محلي	خدمات	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	19.00
فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	فترة تنشيطية	19.03
الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	19.30
التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	19.55
الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	الربط بالإذاعة الثقافية	20.00

المصدر=وثائق المؤسسة

ثانياً: مجالات الدراسة و أدوات الدراسة

1-المجال المكاني للدراسة

:أجريت هاته الدراسة في إذاعة الأغواط وهي رابع صرح إعلامي جوارى ضمن شبكة الإذاعات الجهوية كما سبق وأن عرفناها.

2- المجال الزمني للدراسة:

أجريت هاته الدراسة في الفترة الزمنية 19ماي 2024

3-مجتمع الدراسة :تم توزيع الاستبيان على 20 صحفي

4-أداة الدراسة: تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع حول الموضوع محل الدراسة، وقد تم تصميمه بالاعتماد على الجانب النظري وكذا بعضا من الدراسات السابقة.و اعتمدنا أيضا على الملاحظة البسيطة في مشاهدة كيفية تقديم الاخبار وعمل الصحفي بشكل يومي.

5-إجراءات التطبيق:

بعد التحقيق من صدق أداة الدراسة وثباتها توجهنا إلى القيام بالدراسة الميدانية على النحو التالي: الاتصال بإدارة المؤسسة وطلب الحصول على الموافقة للقيام بالدراسة بعد الخطاب الخاص بتقديم تسهيلات للطالبة والمسلمة من طرف الجامعة.

*حصر أفراد العينة بإذاعة الأغواط

6 -توزيع الاستبيانات على أفراد العينة بطريقة مباشرة وذلك من أجل أن نضمن إمكانية استرجاعها.

-ثالثا: منهج الدراسة

للمنهج أهمية كبيرة في عملية البحث، فمجموع المساعي التي يعتمدها الباحث أو الباحثة تكشف وبمعنى واسع عن تصوره للبحث أو لمنهجه، إن هذا المنهج يتحدد بكيفية غامضة، ولكنه يكون قائما على إقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح، وفي نفس الوقت مدى صحة المسعى،

أي الطريقة، إن هذين الجانبين، أي المنهج والصحة مترابطان، فإذا لم يكن المسعى منهجياً فإن النجاح سيكون سطحياً أو ظاهرياً فقط.¹

وتقع هذي الدراسة ضمن الدراسات الوصفية و التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها تحديداً كميّاً أو كميّاً وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.²

وتم استخدام المنهج الوصفي في وصف القيم الإخبارية في الإذاعة ومعرفة أهم القيم ومدى الالتزام بها.

-رابعاً: خصائص عينة الدراسة

- الأساليب الإحصائية: بغية وصف خصائص مجتمع وعينة الدراسة واختبار فرضيات البحث وقياس متغيراته في استعان بمجموعة من الأساليب الإحصائية تمثلت في التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص مجتمع وعينة الدراسة.

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبّة للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2004، ص

² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، ط1،

جدول 1=البيانات الشخصية و السمات السوسولوجية

بيانات	/	تكرار	نسب	مجموع
الجنس	ذكر	15-	%75	20
	أنثى	5-	%25	
الجنس	ذكر	15-	%75	20
	أنثى	5-	%25	
السن	من 28 الى 49	20	%100	20
مستوى التعليمي	-ثانوي	0-	%0-	20
	-ايسانس	10-	%50-	
	ماستر/ماجستير	5-	%25-	
	-دكتورة	5-	%25-	
تخصص	-إعلام	18-	%90-	20
	-أدب	02-	%10-	
	-علوم	0-	%0-	
	اجتماعية	0-	%0-	
	-علوم سياسية	0-	%0-	
نوع الوظيفة	صحفي	20	100%	20
حالة العائلية	-أعزب	5-	%25-	20
	-متزوج	13-	%65-	
	-مطلق	1-	%5-	
	-أرمل	1-	%5-	

- من خلال الجدول رقم 1 المدون أعلاه نستنتج أن عدد العينة المدروسة هو 20 مفردة حسب العنصر البشري المكون في إذاعة الأغواط ومن خلال الجدول نستنتج أن معظم الصحفيين في المرحلة العمرية بين 28 و 49 وهي ميزة ايجابية، أما عن الجنس فجنس ذكور مازال يسيطر على قطاع الصحافة في الجزائر ، كما أن مستوى الليسانس هو الأكثر تكرارا عند الصحفيين و التخصص الطاغي نجد الإعلام و نلاحظ أيضا أن الصحفيين بإذاعة الأغواط غير ملزمين بمهنة واحدة فنجد الصحفي تارة هو الذي يغطي الخبر وتارة أخرى هو الذي يقوم بعملية الريبورتاج

جدول 2=كيف التحقت الإذاعة

نسب %	تكرار	خيرات
50-%	10-	-مسابقات
35-%	7-	-تربص
0-%	0-	-اتصال شخصي
15-%	3-	-عقود تشغيل
100 %	20	مجموع

-يشير جدول رقم 2 إلى إن اغلب الصحفيين التحقوا بالإذاعة عن طريق المسابقات ، ومنهم عن طريق التربص ونسبة ضئيلة عن طريق عقود التشغيل.

جدول 3= ماهي المهام الموكلة إليك

نسب	تكرار	خيارات
45%-	9-	-تقديم تغطيات
35%-	7-	وحصص
20%-	4-	-إنتاج برامج وتنشيط
		-تحقيقات
100%	20	مجموع

-يوضح جدول رقم 3 أن نسبة 45% من صحفيين يقومون بتغطيات وحصص و 35% يقومون بعملية إنتاج البرامج والتنشيط. ونلاحظ أنهم يعملون بنظام المناوبة.

جدول 4= ما مدى خبرتك بالعمل الإذاعي

نسب	تكرار	خيارات
0%-	0-	-أقل من سنة
0%-	0-	1- إلى 3
0%-	0-	4- إلى 7
30%-	6-	8- إلى 11
20%-	4-	12- إلى 15
50%-	10-	-أكثر من 16
100%	20	مجموع

-من خلال جدول 4 نلاحظ أن اغلب الصحفيين مدة خبرتهم تفوق 16 سنة في المجال الإعلامي.والخبرة في مجال الصحافة السمعية مطلوب لان الجمهور المستمع في مراقبة مستمرة لما تنطقه الإذاعة وما تبثه

جدول 5= أول مؤسسة اشتغلت بها

نسب	تكرار	خيارات
75%-	15-	- إذاعة الأغواط
20%-	4-	- إذاعة الجزائر
5%-	1-	- قناة الأولى
100%	20	مجموع

-يمثل جدول 5 أول مؤسسة عمل بها صحفيين إذاعة الأغواط فنجد نسبة 75% من الصحفيين أول ما دخلوا مجال الصحافة بدعوا مع إذاعة الأغواط

جدول 6=هل تسمع لاداعتكم

نسب	تكرار	خيارات
100%	20-	-نعم
0%-	00-	-لا
100%	20	مجموع

-نستنتج من خلال جدول 6 إن صحفيين إذاعة الأغواط يستمعون لاداعتهم وكل ما تنتشره وتبثه إذاعة أثير بالأغواط.

جدول 7=كيف ترتبون الأخبار

نسب	تكرار	خيارات
30%	6-	-أولوية الخبر
60%-	12-	-أهمية ورسمية
10%-	2-	والهرم المقلوب -أخبار محلية
100%	20	مجموع

- نجد من خلال جدول 7 أن ترتيب الأخبار يتم في اغلب الأحيان بالهرم المقلوب أي من الأهم إلى أقل أهمية وبعدها يتم ترتيب الأخبار حسب الأولوية والأخبار المحلية ...

جدول 8 = اهم مصادر تعتمدون عليها

نسب	تكرار	خيارات
70%-	14-	-مصادر رسمية
30%-	06-	موثوقة -التأكد والتحري
100%	20	مجموع

- جدول رقم 8 يوضح إن الأغلب اتفق على إن الاخبار المحلية المتعلقة بولاية الاغواط تكون عن طريق المصادر الرسمية الموثوقة ومن خلال التأكد والتحري من طرف المراسلين الخارجيين فلاإذاعة مراسلين خارج الإذاعة إذ ينتقلون لموقع الحدث ويسجلون المادة الإخبارية وعند دخولهم لمكتب التحرير يقومون بمعالجة الآلية للتسجيلات عن طريق المونتاج وتنظيم الأخبار وفق السياسة الاعلامية والإخبارية للإذاعة ...

جدول 9=رسالتك من خلال الإذاعة

نسب	تكرار	خيارات
35%-	07-	-تبليغ بمستجدات
65%-	13-	-توعية إعلام
100%	20	مجموع

-جدول رقم 9 يوضح أن رسالة الصحفيين من خلال ما يقدمونه عن طريق الإذاعة بغاية توعية الإعلام وكسب ثقة الجمهور ويعملون أيضا لإيصال انشغالات المواطنين.

جدول 10=هل الأخبار التي تقدمها الإذاعة قريبة من مجتمعك المحلي

نسب	تكرار	خيارات
100%	20	-نعم
0%	0-	-لا
100%	20	مجموع

-يوضح جدول 10 أن الأخبار التي يقدمها الصحفيين من خلال الإذاعة هي أخبار قريبة من المجتمع المحلي .

جدول 11=هل الجرائد والصحف اغلب مصادر للأخبار

نسب	تكرار	خيارات
85%	13-	-نعم
15%	07-	-لا
100%	20	مجموع

-من خلال القراءة الأولية للجدول 11 نلاحظ أن أكبر نسبة للصحفيين أجابت بنعم في كون الجرائد والصحف أهم مصادر الخبر بنسبة بلغت 85% في حين بلغت نسبة إجابة لا ب15%.

جدول 12=في حالة إجابتك بلا ما هي مصادر المعتمدة

نسب	تكرار	خيرات
20%	4-	-هيئات
15%	3-	-مواقع رسمية
35%	7	مجموع

-جدول رقم 12 يبين أن الإجابة بلا فلم تتجاوز نسبة 15% كما ذكرنا سالفاً ولقد عوضت بالهيئات الرسمية والمواقع الرسمية

جدول 13=ما رأيك بموضوع دراستنا

نسب	تكرار	خيرات
40-	8-	-جميل وجديد
60-	12-	-جدير إهتمام بمحافظة على الأخلاقيات
100%	20	مجموع

-من خلال جدول رقم 13 نلاحظ ان الإجابات كانت بين فكرتين الأولى تقول بأنه جميل وجديد بنسبة قدرت ب 40% أما الفكرة الثانية فتقول انه موضوع جدير بالاهتمام ويساعد على المحافظة على أخلاقيات المهنة و قدرت نسبتها ب 60%

جدول 14= ما هي اهم القيم الإخبارية التي تغطي على النشرات المقدمة

نسب	تكرار	خيارات
55%-	11-	-التحري
45%-	9-	والمصداقية
		-موضوعية والتجدد
100%	20	مجموع

- نجد من خلال الجدول رقم 14 أن أهم القيم الإخبارية التي تغطي على النشرات تمثلت في التحري والمصداقية بلغت نسبتها 55% ثم تليها نسبة الموضوعية والتحري بالنسبة قدرت ب 45%.

جدول 15 = لغة التقديم

نسب	تكرار	خيارات
100%-	20-	-فصيحة
0%-	0-	-قريبة لعامية
0%-	0-	-ركيكة
100%	20	مجموع

- جدول رقم 15 نلاحظ من خلاله أن الصحفيين يعتمدون على اللغة الفصيحة في تقديم أخبارهم.

جدول 16= هل تؤثر القيم الإخبارية بالأداء

نسب	تكرار	خيارات
80%-	16-	نعم-
20%-	04-	لا-
100%	20	مجموع

- جدول رقم 16 = بعد قراءه الجدول نلاحظ أن اغلب الصحفيين اجمعوا على أن القيم الإخبارية تؤثر في الأداء الإخباري للصحفيين بنسبة قدرت ب 80% في حين قدرت نسبة عدم تأثيرها 20%.

جدول 17= هل تراعي القيم الإخبارية أثناء التقديم

نسب	تكرار	خيارات
100%-	20-	نعم-
0%-	0-	لا-
100%	20	مجموع

يبين جدول 17 أن نسبة مراعاة الصحفيين للقيم الإخبارية أثناء التقديم بلغت نسبة 100% في حين بلغت نسبة عدم مراعاتهم للقيم نسب 0%.

جدول 18= هل تتجنب التحيز في تقديم الأخبار

نسب	تكرار	خيارات
70%-	14-	نعم-
30%-	7-	لا-
100%	20	مجموع

- من خلال جدول 18 نجد أن جل الصحفيين يتجنبون التحيز في تقديم أخبارهم.

جدول 19= هل تتفادى التشهير

نسب	تكرار	خيرات
85%-	17-	نعم-
15%-	03-	لا-
100%	20	مجموع

- بعد ملاحظتنا للجدول 19 وجدنا أن نسبه كبيره من الصحفيين اجمعوا على تفاديهم للتشهير وقدرت النسبة ب 85%، في حين وجدت 15% عكس ذلك.

جدول 20= هل تسعى لتقديم المعلومات بشكل متوازن دون التحامل على أي جهة أو

فئة

نسب	تكرار	خيرات
100%	20-	نعم-
0%	0-	لا-
100%	20	مجموع

-بعد ملاحظه جدول 20 تبين لنا إن نسبه تقديم الأخبار بشكل عادل ومتوازن من قبل الصحفيين قدرت ب 100% ولا يوجد مجال للتحامل على أي جهة أو فئة.

-خامسا: النتائج العامة للدراسة

-من خلال هاته الدراسة وما تم عرضه في الفصول وبناءا على دراسة الميدانية في إذاعة الأغواط وتبعا للاستبيان الذي عرض عينة من صحفيين الإذاعة وعلى الإجابات التي وضعت توصلنا إلى جملة من النتائج وهي كالتالي =

-من خلال سؤال ماهي القيم الأكثر استخداما من قبل صحفيين إذاعة الأغواط توصلنا أن القيم الإخبارية أكثر استخداما نجد الموضوعية والآنية و عد التحيز وعدم التشهير و المصادقية
-من خلال سؤال ما مدى اعتماد القارئ بالاتصال على القيم الإخبارية في إذاعة الأغواط توصلنا أن الصحفيين يعتمدون على القيم بشكل كلي وبدرجة كبيرة لأنها مهمة جدا لاكتساب ثقة المواطن وبالوسيلة الاعلامية .

-من خلال سؤال هل هناك علاقة بين القيم الإخبارية والأخبار توصلنا أن هناك علاقة تكاملية فلا يخلو أي عمل إخباري عن القيم الإخبارية فالقيم تساعد على إختيار الأخبار التي تناسب المجتمع وتناسب توجهاتوا.
وتوصلنا أيضا إلى:

-أن الإذاعة الجزائرية تعتمد على مجموعة متنوعة من المصادر الإخبارية سواء كانت محلية أو دولية .هذا التنوع يساهم في تقديم أخبار غنية ومفصلة ،ويمنح المستمعين فهما أعمق للأحداث
-تركز الإذاعة الجزائرية بشكل كبير على القضايا المحلية مما يجعلها قريبة من هموم وتطلعات المواطنين.ويتم تناول الموضوعات المحلية بشفافية وموضوعية مما يعزز الوعي المحلي.
-تتمتع الإذاعة الجزائرية بنظام فعال للتعامل مع الأخبار العاجلة،مما يضمن نقل المعلومات بسرعة ودقة في الأوقات الحرجة .هذه المرونة تساهم في إبقاء الجمهور على إطلاع دائم بأحدث تطورات.



خاتمة:

تناولت هاته الدراسة موضوع=القيم الإخبارية في الإذاعة ولقد حاولنا دراسة الموضوع دراسة نظريا و ميدنيا وتطرقنا في الجانب النظري إلي أهم القيم الإخبارية والى كيفية كتابة الخبر و تطرقنا إلى الإذاعة و البرامج الإذاعية

وختاما تتجلى أهمية دراسة القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية في فهم كيفية تشكيل الأخبار وتقديمها للجمهور. من خلال هذا البحث، تبين أن الإذاعة الجزائرية تحرص على تطبيق مجموعة من القيم الإخبارية التي تركز على الأهمية و الموضوعية والآنية والجدة والقرب الاجتماعي والجغرافي. هذه القيم تساعد في توجيه المحتوى الإعلامي ليكون أكثر توافقاً مع اهتمامات واحتياجات المستمعين.

وقد أظهرت الدراسة أن الإذاعة الجزائرية تواجه تحديات متعددة، منها المنافسة المتزايدة من وسائل الإعلام الرقمية والتغيرات المستمرة في تفضيلات الجمهور. ومع ذلك، تظل القيم الإخبارية المعتمدة عنصراً أساسياً في تعزيز جودة الأخبار وموثوقيتها، مما يمكن الإذاعة من الحفاظ على مكانتها كمصدر إعلامي رئيسي.



قائمة المراجع :

أولا -الكتب:

- 1-انطوان نعمة وآخرون، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ،دار المشرق، ط 3 ، بيروت، 2008 .
- 2-بن حسن العريشي وآخرون، الشبكات الاجتماعية والقيم -رؤية تحليلية- ،ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ،عمان، 2015.
- 3-بن منظور، لسان العرب ، دار المعارف، ط1، القاهرة، 1306هـ .
- 4-حسني محمد نصر وسناء عبد الرحمان، التحرير الصحفي في عصر العولمة الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط2، الإمارات العربية المتحدة، 2009 .
- 5-راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، لبنان، 2001.
- 6-رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام و الاتصال-المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية-، دار للكتاب العالمي للنشر، ط1، الجزائر، 2008
- 7-رستم وبوركتم، الدعاية والاعلان، دار المعتر للنشر، ب.ط ، عمان، 2012
- 8-رفعت عارف الضبع الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2011 .
- 9-ريم عبود، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020 .
- 10-سامية عواج، الدور الثقافي للصحافة المكتوبة، مجلة العلوم الاجتماعية، (ع 19)، ديسمبر 2014 .
- 11-سعد سليمان المشهداني، تاريخ وسائل الإعلام في العراق - النشأة والتطور-، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر.

- 12- سعيد السيد وسامي الشريف، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز، ط1، القاهرة، 2005 .
- 13- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة، 2005، .
- 14- سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الاعلامية، دار الخليج للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2020.
- 15- صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي ، أطفالنا للنشر والتوزيع ، ط 1، الجزائر، 2015.
- 16- طارق سيد أحمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي عربي ، دار المعرفة الجامعية، ط1 ، 2008 .
- 17- طارق مصباح الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط 1، 2012، عمان .
- 18- طالب عبد المجيد علاوي وحيدر احمد علو، صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة ANN ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1، الأردن، 2015 .
- 19- عاطف عدلي العبد و نهى عاطف العبد، وسائل الإعلام نشأتها وتطورها وآفاقها المستقبلية، دار الفكر العربي، ط 1، القاهرة، 2008.
- 20- عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، دار اليازوري، ط1، عمان، دت.
- 21- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي -دراسة نظرية وتطبيقية -، دار النشر و التوزيع، ط1، القاهرة ، 2005 .
- 22- عبد الرحمان قرشي عبد الله، التحرير الصحفي فنون الكتابة الصحفية الحديثة (الخبر - الماجرى - التقرير الصحفي)، مطبعة جامعة الخرطوم، ط1، السودان، 2005 .

- 23- عبد الرحمن عزي ، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، دار المتوسطة للنشر، ط 1 ، الجزائر ، 2009 .
- 24- عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1 ، عمان، 2012.
- 25- عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، ط1 ، مصر، ب. ت .
- 26- عبد اللطيف حمزة، مدخل في فن التحرير الصحفي ، ط4، دار الفكر العربي، مصر، ب.س .
- 27- عبد الله بدران، الخبر الصحفي في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي، ط1، دمشق، 2002 .
- 28- علي الفلاح الزغبى وفتحي عبد الشرع ،ادارة الاعلان-المفاهيم الإستراتيجيات المعاصرة-، دار اليازوري للنشر، ط1 ، عمان، مجلد3 ، 2019 .
- 29- علي عبد الفتاح علي، الصحفي والسلطة ،دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1 ،الأردن ، 2014 .
- 30- فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ترجمة راجي صهيون، دار بدران للطباعة، ط1،بيروت، د ت .
- 31- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال، دار الخلدونية، ط4، الجزائر، 2013 .
- 32- محمد أحمد بيومي ، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، ب.ت .
- 33- محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار صناعات الإبداع للإنتاج والتوزيع، ط1 ، 2015.
- 34- محمد بن سعود البشر، أيديولوجيا الإعلام، دار غيناء للنشر، ط1، الرياض، 2008 .

- 35- محمد عبد الغني حسن ، مهارات إدارة السلوك الإنساني-متطلبات التحديث المستمر للسلوك-، مركز تطوير الأداء والتنمية، ط2، مصر، 2002 .
- 36-معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط ،مكتبة الشروق الدولية، ط 4 ،2005.
- 37-ملفين ل. ديلفري وساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة:كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1993.
- 38- مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000.
- 39-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر،2004.
- 40-نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ب.د، ط1، القاهرة، 2005.
- 41-نصر الدين العياضي، مبادئ أساسية في ثقافة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1994 .
- 42-نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 2007 .
- 43-هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي - دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية-، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، ط 1 ، العراق،2008 .
- 44-هدى فؤاد، ثقافة الأخبار، مجموعة النيل للنشر ، ط1، مصر ، 2008 .

ثانيا الأَطروحات والمذكرات:

- 45-رمضاني ابتسام، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ القيم الاجتماعية من وجهة نظر الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية بولاية قالمة -، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2019_2020 .
- 46-سمير العرج ، القيم الإخبارية في الصحافة العمومية المكتوبة بالعربية-دراسة تحليلية للأخبار الداخلية من أول أكتوبر 1991 إلى آخر فيفري 1992-،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة الجزائر، الجزائر، 1995 .
- 47-طاهري لخضر ،واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية-إذاعة الجلفة المحلية نموذجا-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خيضر محمد، الجلفة ، 2011 - 2012 .
- 48-عادل الفهمي البيومي ،البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التنقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، مصر ، 1991 .
- 49-مبارك حمد الدسمة، الكلمة والصورة في الخبر الإعلامي- دراسة نظرية في الإعلام الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012- 2013 .
- ثالثا - مجلات ومنشورات ومحاضرات:**
- 50-بن هاشم عيسى، لمحة عن نشأة الإذاعة في العالم وفي الجزائر، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، دار كور للإنتاج والنشر والتوزيع، العدد20، 2011،جامعة جيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر .
- 51-جمال الضعيفة، مؤسسات الإعلام و الاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- 52-ريان نبيل، محاضرات تحرير الخبر، قسم الإعلام ،جامعة دجلة ،2015-2014.

53-ريم عبود، إعداد البرامج الإذاعية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.

54-صالح شهرة فلاق ، سلطة المال والخدمة العمومية في الميديا بالجزائر"، مجلة الرواق المركز الجامعي غليزان، العدد 4 ديسمبر، 2016 .

55-عكروود سفيان و نافاري مولود، بدايات وتطور الإذاعة في الجزائر - من راديو إلى الإذاعة السرية، مجلة البحوث التاريخية، المجلد 7، العدد 01، 2023.

56-علي جمال الكبيسي، (تقنيات الإذاعية والتلفزيونية)، بناء البرامج الإذاعية و التلفزيونية، قسم الاعلام، كلية الآداب،، جامعة الانبار، 2020.

57-محمد براق البراق، قاموس موسوعي إعلام واتصال ،منشورات تالة، ط1، الجزائر، 2007

رابعاً- المواقع الالكترونية:

58-إسماعيل قاسمي وآخرون ، القيم الإخبارية و العوامل المؤثرة فيها، على الرابط français.yoo7.com ، 20مارس 2024 ،ساعة 11 ص

خامس - المراجع الأجنبية:

59-Andrew Boyd :Rapport of broadcast

60-HENRI PAGE:éthique et qualité de l'information rapporte groupe de travail sur la presse écrite académie des sciences morales et politiques, juin 20003.

61-Jean-François Bège: manuel de la rédaction, Paris, 2007



ملحق 1: الاستبيان

المحور الأول / البيانات الشخصية والسمات السوسولوجية:

1_ الجنس:

*أنثى *ذكر

2- السن:.....

3-الحالة العائلية:

متزوج أعزب عزباء مطلق (ة) أرمل (ة)

(ة)

4- المستوى التعليمي:

ثانوي ماجستير / جامعي دكتوراه

ماستر ليسانس

5-التخصص العلمي للدبلوم :

إعلام آداب علم الاجتماع علوم سياسية

أخرى أذكرها.....

6_ نوع الوظيفة بالإذاعة :.....

المحور الثاني/ الأداء الإخباري (بقسم الأخبار):

بالمسابقات بالتريص بالاتصال على أخرى
 الشخصي (الواسطة) أساس عقود حدها.....
 التشغيل
 7-كيف التحقت بالإذاعة:.....

8-ما هي المهام الموكلة إليك؟.....

9- ما هي مدى خبرتك في العمل الإعلامي؟:

أقل من سنة من سنة إلى 03 س من 04 س إلى 07 س من 08 إلى 11 س من 12 إلى 15 س أكثر من 16 س

10-ماهي أول مؤسسة إعلامية اشتغلت بها :

11-هل تستمتع لنشراتكم الإخبارية : نعم. لا

12- كيف تختارون الأخبار و ترتبونها :

13-ما هي أهم مصادر أخباركم :

14-ما هي رسالتكم من خلال الإذاعة

15- هل الأخبار التي تقدمها الإذاعة قريبة من مجتمعك المحلي : نعم لا

16- هل الجرائد و الصحف هي أغلب مصادركم للأخبار: نعم لا

17- في حالة إجابتك بلا ما هو البديل.....

18- ما رأيك في موضوع دراستنا الموسوم ب : القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية

.....

19_ ما هي أهم القيم الإخبارية التي تغطي على النشرات المقدمة

20_ هل لغة التقديم الإخباري لقارئ النشرات:

فصيحة قريبة للعامية ركيكة(غير مفهومة)

محور الثالث/ القيم الإخبارية :

21- ما هي القيم الإخبارية التي تعرفها؟.....

22- هل تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية ؟ نعم لا

23- هل تتأثر القيم الإخبارية بالأداء؟ نعم لا

24- في كلتا الحالتين لماذا؟.....

25- هل تراعي القيم الإخبارية أثناء التقديم؟ نعم لا

26- هل تتجنب التحيز في تقديم الأخبار ؟نعم لا

27- هل تتفادى التشهير في عملية تغطية الأخبار؟نعم لا

28- هل المصادقية شيء رئيسي في تقديم الأخبار؟نعم لا

29- ما مدى اعتمادك على القيم الإخبارية ؟.....

30- هل تسعى لتقديم المعلومات بشكل عادل ومتوازن دون التحامل على أي جهة أو

فئة؟ نعم لا

31- كيف يمكن للمذيعين أن يحترموا خصوصية الأفراد ويتجنبوا الإساءة أو التشهير في تغطية الأخبار؟

32- كيف يمكن للمذيعين أن يحافظوا على مصداقية الأخبار و يضمنوا تقديم معلومات دقيقة وموثوقة؟

33- هل الحيادية في تغطية الأخبار الإذاعية تخدم الإذاعة؟ نعم. لا

ملحق 2: عنوان الملحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار تلبيج بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال

Ministry of Higher Education and Scientific Research
Ammar Thabji University in Laghouat
Faculty of Humanities, Islamic Sciences and Civilization
Department of Information and Communication
Sciences



الى السيد : مدير اذاعة الجزائر - الأغواط -

الموضوع: ترخيص بإجراء دراسة ميدانية

في إطار ربط المعارف النظرية بالواقع المعاش، وفي إطار إنجاز مشاريع التخرج لطلبة مستوى الثانية ماستر الرجاء السماح للطلبة:

الطالبة : بن يطو أروى
الطالبة : مراد ليديا

بتسهيل إجراءات البحث في مؤسستكم، متعلق بنهاية الدراسة الجامعية.

- صفة العمل المقرر للإنجاز: بحث مكتوب.
- المدة المقدره لإنجاز البحث بيهينتكم: 21 يوم.

تقبلوا فائق الاحترام والتقدير

الاغواط في: 2024/04/25

رئيس القسم:



