جامعة محمّد خيضر –بسكرة–

كليّة العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة

قسم العلوم الإنسانيّة

شعبة علوم الإعلام والاتّصال

آراء الصحفيين حول البرامج الاجتماعيّة بإذاعة بسكرة ودورها في التنمية المحلية

دراسة مسحيّة على عيّنة من مذيعي وصحفيي ولاية بسكرة

مذكّرة ضمن مُتطلّبات نيل درجة الماستر في عُلوم الإعلام والاتّصال

تخصُّص: إذاعة وتلفزيون.

إعداد الطّالبة

دارين رماضنة

الأستاذ المُشرف

بشير الدين مرغاد

الموسم الجامعي: 2018 -2019

مقدمة:

مما لا شك فيه أن الإعلام المحلي أو الجهوي يلعب دورًا هاما في تحمل المسؤولية نفسها التي يتحملها الإعلام بمعناه العام والشامل، وبهذا المعنى فإن الإعلام المحلي هو المرتبط باهتمامات جمهور معين داخل بيئة محددة، لذا فبقدر ارتباط هذا الإعلام بالبيئة المحلية فإنه يستطيع أن يُحقق رسالته في تنمية وخدمة هذه البيئة.

وتُعتبر الإذاعة المحلية من أكثر وسائل الاتصال والإعلام المحلي قدرة على المشاركة في عملية التغيير الاجتماعي والعمل على تلبية الاحتياجات المحلية للأفراد وتقديم الخدمات التي لا تستطيع أن تُقدمها لهم الإذاعة المركزية، حيث نجد أن الإذاعة المحلية مثلها مثل الصحافة المحلية إذ تقوم على خدمة المجتمع المحلي والدفاع عن مصالحه وتُتحقق فيه بصورة أكثر وضوحا عمليات المشاركة.

لعل الصحفي هو العنصر الأساسي في الإذاعة المحلية فيمثل كل الأدوار التي تقدمها الإذاعة كقائم بالاتصال، فهو من يقوم بصناعة محتوى البرامج وهو من يتواصل مع الجمهور وهذا مايتطلب منه أن يكون محتكا بأفراد المجتمع وجزء لا يتجزأ منهم، وقادرا على تكوين مصادر وكذا فهم الجمهور والتعرف على مختلف احتياجاته وتوصيلها لأعلى مستويات المسؤولين.

من هذا المنطلق جاءت دراستنا لتبحث في نظرة الصحفيين لما يقدمونه من محتوى في مختلف البرامج الاجتماعية التي لها بعد تنموي يخدم المواطن، وفي محاولتنا هذه قسمنا الدراسة إلى ثلاث فصول :

الفصل الأول يتمثل في الجانب المنهجي للدراسة: تناولنا فيه تحديد الموضوع انطلاقا من الإشكالية وطرح تساؤلاتها، وتم تحديد المفاهيم، ثم تابعنا بقية العناصر المنهجية، من المنهج ومجتمع البحث والعينة وأداة جمع البيانات.

ثم يأتي بعد ذلك الجانب النظري للدراسة وقمنا بتقسيمه إلى مبحثين: المبحث الأول تناولنا فيه مطلبين، المطلب الأول: نشأة الإعلام المحلي في الجزائر، والمطلب الثاني: دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي.

ليليه المبحث الثاني الذي تناولنا في المطلب الأول: توظيف الإذاعة المحلية للخدمة العمومية ثم المطلب الثاني خصصناه للنظرية المؤطرة للدراسة وهي المسؤولية الاجتماعية مفهومها ومبادئها.

بعد ذلك تطرقنا إلى الجانب الميداني للدراسة، حيث قُمنا بإحصاء المعلومات وتفريغها من أسئلة إلى جداول إحصائية، تعرضنا فيها لمناقشة وتحليل البيانات والنسب والتي تضمنت 21 جدولا لنقوم في الأخير باستخلاص النتائج العامة للدراسة.

الجانب المنهجي

1. إشكالية الدّراسة:

تقوم المؤسسات الإعلامية بأدوار حيوية وفعالة في المجتمع من بينها الإذاعة باعتبارها وسيلة جماهيرية لها دور هام في الاتصال بالجمهور والتفاعل معه من خلال برامجها المختلفة والمتنوعة، اجتماعية، ثقافية، ترفيهية، سياسية وغيرها من البرامج التي يكون فيها الجمهور جزءا من تكوين أو صناعة ذلك البرنامج وكذلك تزويد الجمهور بكل ما هو جديد من معلومات، مع تلبية احتياجاتهم وطرح مشاكلهم وإيجاد حلولها.

وتُعد الإذاعة المحلية وسيلة هامة وأساسية للإعلام المحلي عموما، إذ تقوم بعدة وظائف أساسية تجعلها منبرًا لابد منه وسط المجتمع المحلي، حيث تُعتبر لسان المجتمع بمختلف اللغات واللهجات وتتطرق إلى مختلف متطلبات الجمهور مما يضمن لها تحقيق وظيفتها الاجتماعية والاستمرارية في الوصول إلى تحقيق التنمية.

وباعتبار إذاعة بسكرة إحدى الإذاعات المحليّة الّتي تَعنى بتقديم خِدمة إعلاميّة تغطّي إقليم الولاية بدرجة أولى جاءت دراستنا للتعرف على رُؤية ونَظرة صحفيّي ولاية بسكرة في مختلف البرامج الاجتماعية ذات الطابع التنموي الّتي تقدمها الإذاعة، والتي لها اتصال مباشر بين المذيع والمواطن، فالصحفي كقائم بالاتصال يلعب جزءًا هاما في هذا الشأن فإذ به هو من يصنع العلاقة بين المواطن والمسؤول، لذا نقوم بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي آراء صحفيي ولاية بسكرة لمحتوى مختلف البرامج الاجتماعية التنموية الّتي تُقدّمها إذاعة بسكرة؟

التساؤلات الفرعية:

-ما هو اهتمام ومتابعة الصحفيين للبرامج الاجتماعية التنموية الإذاعية بإذاعة بسكرة؟

-ما هي رؤية الصحفيين للبرامج الاجتماعية التنموية التي تقدمها إذاعة بسكرة ؟

-ما تقييم الصحفيين لمختلف البرامج الاجتماعية الإذاعية التنموية بإذاعة بسكرة ؟

2. مفاهيم الدراسة:

الإذاعة المحلية:

يقول صاحب "معجم المصطلحات الإعلامية" بأنّ Local Radio هي إذاعة تختصّ بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة، وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية والإقليميّة أو المنطقة الّي تغطّيها فتعتني بأخبارها وفنونها المحلية والقضايا الّ ّتي تعنيها وتعنل على تنميتها.[1]

ويُشتقّ اسمها من مفهوم المجتمع المحلّي، فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويُوجَّه إلى المجتمع المحلي، إذ تبثّ برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تُخاطب جمهورًا مُتقاربًا متناسقًا من الناحية الاجتماعيّة والثقافيّة،[2]وتكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وآرائهم وأذواقهم وأفكارهم، بل وحتى لهجتهم المحلية، وتُلبي احتياجاتهم الخاصة المتميزة. وهكذا تصبح الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخاطب مستمعًا محددًا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعرفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص، بالإضافة إلى إحساس المستمع بالانتماء لهذه الإذاعة التي تقدم له الأخبار التي تهمه[3]

إذاعة بسكرة:

هي إذاعة محلية تابعة للإذاعة الوطنية، تعتبر امتداد وفرع من فروع الإذاعة الجزائرية الوطنية التابعة للدولة، حيث تخاطب الجمهور البسكري بكل شرائحه ومناطقه.

الصحفي: هو شخص ينتمي مهنيا إلى مؤسسة إعلامية، يمارس نشاط إعلامي معين ويكون تابع إلى قسم من أقسام الإذاعة، أخبار، إنتاج، برمجة أو القسم التقني، ويكون ذو

---

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، **دور الإذاعات المحليّة والإقليميّة في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي**: الجزائر والسودان ومصر مثالًا، سلسلة بحوث ودراسات إذاعيّة (72)، اتحاد إذاعات الدول العربيّة، تونس، 2012، ص9

[2] عبد المجيد شكري، **الإذاعات المحلية لغة العصر**، د.ط، دار الفكر العربي، مصر، 1987، ص13.

[3] الأكاديميّة البريطانية العربية للتعليم العالي: https://www.abahe.uk/abahe-enc/156-، تاريخ الزّيارة: الأحد 02 جوان 2019 السّاعة 01:18.

وعي بمختلف البرامج الاجتماعية التنموية، ويُعدّ صحفيا محترفا في مفهوم القانون العضوي للإعلام، كلّ من يتفرّغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشريّة دوريّة أو وكالة أنباء أو خدمة اتّصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخّذ من هذا النّشاط مهنته المنتظمة ومصدرًا رئيسيًّا لدخله.[1]

التنمية المحلية:يستند مفهوم الأمم المتحدة لتنمية المجتمع المحلي إلى التعريف القائل بأن التّنمية هي العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديًا،والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي وإشراكه.[2]

وهي العملية التي تعمل على تقديم المجتمع من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والتي تستهدف الربط بين الجهود الأهلية وجهود السلطات الحكومية من أجل تحسين كل الظروف من جميع النواحي للمجتمع المحلي، مما تجعله يساهم في التقدم والرقي القومي.[3]

التنمية الاجتماعية:هي عملية معالجة وإصلاح كل السلوكات الخارجة على القيم والأخلاقيات الثابتة في المجتمع، وفق مخططات وبرامج مختلفة المواضيع والمصادر لخلق تنمية فكرية على المدي البعيد.[4]

المسؤولية الاجتماعية: هي مجموعة الحصص والبرامج ذات الطابع الاجتماعي والتنموي، التي تحمل على عاتقها روح المبادرة والاسهام الفعال في بناء مجتمع مغاير عن المجتمع الحالي من ناحية الافكار .

الحصة التنموية: هي قالب من القوالب الإعلامية ،تطرح مختلف المواضيع التي تهم المواطن وتفتح له المجال في إبداء رأية والتعبير عنه، والتي من خلالها تسعى إلى تحقيق التنمية والوصول لحل مختلف مشاكل المواطنين.

---

[1] المادة 73 من القانون العضوي للإعلام، المؤرّخ في: 21 صفر 1433هـ، الصادر بالجريدة الرسميّة، عدد 02 السنة 49، 2012، ص28

[2] عبد العالي رزاقي وآخرون، **مرجع سابق**، ص 12.

[3] ناجي الشهاوي، الاعلام وتنمية المجتمع المحلي، دار العلم والايمان، ط1، مصر، ص58.

[4] محمد منير حجاب ،الإعلام والتنمية الشاملة ،دار الفجر ،ط2، 2000، مصر ،ص 76.

البرنامج الاجتماعي التنموي: هو شكل من الاشكال الاعلامية التي تهتم بشؤون المواطن من جميع نواحي التي تضمن له العيش في راحة ،بطرحها لمختلف المواضيع التي تهمه وتطرح انشغاله ومشاكله للمسؤول، وتفتح للمواطن المجال للفضفضة وإبداء رأيه وموقفه.

3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن المقصود بمجتمع البحث هو مجموعة من العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث.[1]

لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لابد من تعريف مجتمع البحث العلمي، وقد اخترنا في هذه الدراسة مجتمع البحث هو صحفيي ولاية بسكرة ككل، ونظرا لتشتتهم وعددهم الكبير لا يتسنى لنا الوصول إليهم الكل لهذا اعتمدنا على نظام العينات واختيار عينة لتطبيق دراستنا عليها وتعميمها على المجتمع الكلّي للبحث، وهذا نظرا لما يتطلبه منهج المسح الاجتماعي من وقت.

فالعينة هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين[2]، وقد اخترنا أن تكون العينة قصدية كون بسكرة لا توجد بها مؤسسات إعلامية متعددة فوقع اختيارنا على صحفيي إذاعة بسكرة، وكذا صحفيي بعض المكاتب للصحافة المكتوبة (الخبر، البلاد، النهار، الشروق) وتم توزيع استمارة الاستبيان عليهم.

والعينة القصدية هي التي يعتمد فيها الباحث توزيع عينة على أفراد معينين، من هنا قمنا بتوزيع 30 استمارة استبيان بحكم عدد الصحفيين الموجودين بولاية بسكرة لا يتعدى هذا الرقم تقريبا، وتم استرجاع كل الاستمارات.

[1] موريس انجرس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص298.
[2] المرجع نفسه، ص 301.

4. أداة الدراسة:

المعروف من أدوات البحث العلمي هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في بحثه ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.[1]

وباعتبار بحثنا من الدراسات المسحية التي هي في الغالب من التصورية، فيجب على الباحث أن يهتم بجميع الخطوات المنهجية التي تمكنه من الوصول إلى نتائج دقيقة وجمع معلومات صحيحة حتى يفسر الظاهرة جيدا.

ونظرا لنوع الدراسة اعتمدنا على أداة الاستبيان التي تعتبر واحدة من الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات باستجواب أفراد عينته من أجل الحُصول على إجاباتهم عن الأسئلة التي هي محور البحث.

ولهذا قمنا بتصميم استمارة استبيان لأنها تخدم أهداف البحث وتساؤلات الدراسة، ثم تصحيحها وتحكيمها من قبل الأُستاذ المشرف وإن سمح الامر تُحكم من قبل أساتذة آخرون من شعبة علوم اعلام والاتصال.

قمنا بتقسيم الاستمارة إلى 3 محاور بالاضافة إلى السلطات الشخصية وهي كالآتي:

-البيانات الشخصية: وتضم الخبرة المهنية و الانتماء المهني.

-المحور الأول: اهتمام ومتابعة الصحفيين للبرامج الاذاعية الاجتماعية التنموية.

-المحور الثاني: رؤية الصحفيين نحو البرامج الاجتماعية التنموية.

-المحور الثالث: تقييم الصحفيين لمختلف البرامج الاجتماعية التنموية.

لقد تم توزيع هذا الاستبيان على 30 مفردة من عينة الدراسة وتم استرجاعها والإجابة على جميع الأسئلة دون إلغاء أي واحدة منها.

[1] أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص202

5. منهج الدراسة:

إن المقصود بمنهج البحث العلمي هو طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال وعلى اجراءات معترف بها للتحقق في الواقع.[1]

فيعرف كذلك على انه تلك القواعد والانظمة العامة التي يتم وضعها من اجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية.[2]

فاختيار المنهج المناسب للعينة يرتبط أساسا بطبيعة الظاهرة المدروسة وإشكالية البحث وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على آراء الصحفيين نحو مختلف البرامج الإذاعية الاجتماعية التنموية والتعرف على رؤيتهم نحوها، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات المسحية لصحفيي ولاية بسكرة.

قد اعتمدنا على المنهج المسحي لأن له علاقة بإحدى متغيرات الدراسة وهو رؤية الصحفيين، والتي تم قياسها من خلال مختلف الأسئلة التي أجابوا عنها بهدف الوصول إلى النتائج بطريقة مُمنهجة.

6. النظّريّة المؤطرة للدّراسة:

- **مفهوم ومبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية.**

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب

[1] موريس انجرس، مرجع سبق ذكره، ص102

[2] محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطاعة والنشر الأردن، 1999، ص35

المهنة وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.[1]

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجبأن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه ا تمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة –ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية– ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في ا تمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع عبر النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عُليا وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.[2]

❖ مبادئ وأهداف النظرية:

تهدف وترتكز هذه النظرية على مجموعة من الأهداف والمبادئ أهمها:

- رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال.
- تأدية وظيفة الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب تحقيق أهداف اجتماعية أخرى.
- يُحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف وكل ماله تأثير سلبي على المجتمع.

[1] عبد الهادي محمود الزيدي، **المسؤوليّة الإعلاميّة**، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن ،2015، ص 226

[2] **المرجع نفسه**، ص 227

- يُمنع منعا باتا على وسائل الإعلام التّدخل في حياة الأفراد الخاصة.
- الحفاظ على النظام السياسي القائم وذلك عن طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي عام مستنير بناءا على مناقشة للأمور العامة التي تهم المجتمع.
- صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة كل منها مع رقابة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص.
- خدمة النشاط التجاري عن طريق الإعلانات التي تهم البائع والمشتري على حد سواء وعن طريق التوجيه إلى أفضل وسائل التنمية والتشجيع عليها.

تقديم برامج التسلية والترويج بطريقة مسؤولة.[1]

من خلال ما يتبناه روّاد نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة وما تطرحه أهم مبادئها وأهدافها،يمكن إسقاطها على دراستنا كون الإذاعة المحليّة ببسكرة كيان يساهم في النسق الاجتماعي لنطاق جغرافي معيّن وتلتزم بأُطر ثقافيّة وهويّاتيّة يحدّدها هذا النسق، وتعتمد فيه على المحتوى الّذي تُقدمه كرهان نحو تنميّة محليّة شاملة.

[1] عبد الهادي محمود الزيدي، **مرجع سابق**، ص227

الجانب النظري

المبحث الأول:

الإعلام المحلي ودوره في التنمية

المطلب الأول: الإذاعة المحلية في ظل الإعلام المحلي

1. نشأة الإعلام المحلي في الجزائر

ظهر الإعلام المحلي إثر موجة التقدم الهائل لوسائل الإعلام وتعاظم دورها في المجتمعات الحديثة، فهذا التطور الهائل في وسائل الاتصال والمعلومات وانتشار المحطات الفضائية، العربية منها والأجنبية، وظُهور ما يُعرف بالثورة التقنية والإعلامية ولم يغني الفرد عن وسائل الإعلام المحلية المتمثلة في الصحف والإذاعات المحلية بأي شكل من الأشكال فهي تعتبر عن المجتمعات التي تنتمي إليها وهي لسان كل مواطن والأقرب له من أي وسيلة إعلامية أخرى، وتعد الإذاعات المحلية كمثال على الإعلام المحلي من أقوى وسائله تأثرا وتأثيرا بما يجري داخل المجتمع الذي تنتمي إليه وتأتي بمزاياها وقدرا ا في مقدمة الوسائل ذات الأهمية بالنسبة للتنمية.[1]

ولم تعرف الجزائر الإعلام المحلي إلا حديثا؛ حيث كان لأحداث أكتوبر 1988 والمصادقة على دستور فيفري 1989 الذي تبنّى التعددية الحزبية دورا حاسما في زيادة عدد الصحف وساد الاعتقاد بأن الحركة الجديدة التي عرفها قطاع الإعلام والاتصال في الجزائر ستؤدي إلى ميلاد إعلام جهوي ومحلي قوي، إلا أن الإذاعة المحلية لم تظهر إلا السنوات المتأخرة وذلك للعوائق القانونية والسياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية تتمايز في العادات والتقاليد واللهجات حيث اعتقد الجميع أن الهدف من إنشاء هذه الإذاعات المحلية هو معالجة نقائص الإذاعة المركزية وملئ الفراغ الإعلامي الذي يعاني منه الإعلام المحلي من جهة ومن جهة أخرى تزويد المواطنين في المناطق النائية والمحاذية للجزائر بالصوت الإذاعي لمواجهة المنافسة الخارجية للبلدان الشقيقة وإعلام ومضاد للغزو الخارجي ما يبرره توزيع الإذاعات الأولى على طول الحدود.

[1] سويقات لبنى، **الإعلام المحلي وأبعاده التنموية (إذاعة ورقلة أنموذجًا)**: مذكّرة ماجستير في عُلوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009-2010، ص121.

أمّا اليوم ومع الانفتاح الاقتصادي والتّطور التكنولوجي فإنّ الغاية الأسمى من إقامة إعلام محلي بصفة عامّة وإذاعات محلية بصفة خاصّة في الدّول النامية والتي، تصنف الجزائر بينها هي غاية تنموية وعلى جميع الأصعدة بالدّرجة الأولى لما تلعبه من دور فعال في نشر القيم الجديدة والعمل على تطوير الحياة الاجتماعية والسّلوك الاجتماعي، وتغيير العادات الباليّة إلى سلوكيات أفضل بما يتلاءم مع ظروف الحياة العصرية الّتي يسعى إليها المجتمع.[1]

2. الإعلام المحلي والمفاهيم المشابهة

إن من أكثر الإشكاليات التي تتعلق بالإعلام المحلي هي مشكلة التسمية، حيث يخلط الكثير من الناس حتى أهل الاختصاص والعاملين بميدان الإعلام بينه وبين مفاهيم مشا ة أو تقترب منه. كان يرتبط الإعلام بواحدة من الكلمات التالية: المحلي، الإقليمي الجهوي والجواري؛ مما يجعلها في حاجة لتحديد كل منها وإبراز الفروقات التي تكمن بينها.

وقد اشتُق مصطلح المحلي "Local" الخاص بجميع بلدان أوروبا من الكلمة اللاتينية "Locus" وهي تعني حرفيا المكان، وقد وُجدت الكلمة في العديد من اللّغات الأوروبية وهي تشير إلى مكان صغير منفصل من كيانات كبيرة المدى "Large-Scale Ehties" أو تشير إلى الجزء وليس الكل وهي الانجليزية، يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجزار والقرية والمدينة والقطر والمقاطعة وبمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي إلى كيان صغير نسبيا أو مكان من النطاق يمتد من الكبير إلى الصّغير.[2]

وكثيرًا ما تنـــاول المصطلح تناولا يختلف من معنى إلى آخر حسب الإطار الّذي نضعه فيه

فعندما نقول أخبـــار محلية نعني الأخبار الخاصــة الداخلية في مقابل الأخبار العالميــة

[1] سويقات لبنى، **مرجع سابق**، ص121.

[2] طارق سيد أحمد، **الإعلام المحلّي وقضايا المُجتمع**، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص68

والدولية وقد تعني في الوقت نفسه الأخبار المتعلقة بمجتمع محلي أو إقليم من أقاليم الدولة.[1]

أما المصطلح الإقليمي "Région" فيشير إلى منطقة جغرافية تتضمن بعض الخصائص المتجانسة التي تميزها عن الأقاليم الأخرى أو تسمح بأن تمثل وحدة حكومية وإدارية مستقلة، وهناك استخدامات عديدة للمصطلح من بينها الأقاليم العنصرية أو الثقافية التي تتضمن تُراثا مشتركا عنصريا واجتماعيا وثقافيا.[2]

إذن فالإقليم عبارة عن منطقة محددة طبقا لمعايير معينة إذ ينفصل عادة بين الإقليم والآخر حاجز أو أكثر من حواجز كاللغة أو الدين أو الجنس أو الحواجز الجغرافية مثل الجبال والبحيرات والأارضي.[3]

وقد أدت ترجمة كلمة "Régional" من الفرنسية إلى العربية من قبل المغاربة لبرُوز مصطلح ثالث هو الجهوية تعبيرًا عن كل ما هو جهوي وهو المصطلح الشائع لدَينا في الجزائر حيث، يستعمل للدلالة على ما هو محلي بالمثل قد يستعمل المحلي للدلالة على كل ما هو جهوي.[4] ويزداد الأمر تعقيدًا عندما يرى الجهوي الإقليمي فلا نُدرك ما إذا كان الجهوي أقرب إلى المحلي أو إلى الإقليمي.

أما الإعلام الجواري فهو نمط الإعلام الأكثر قُربا من المواطن، فينشأ لخدمة حي واحد أو شارع واحـــــد وعلى أقصى الحدود قرية واحدة وهو ميزة من ميزات الإعـــلام المتقدم حيث

[1] طارق سيد أحمد، **مرجع سابق**، ص 69-70

[2] المرجع نفسه، ص 71-72.

[3] عبد المجيد شُكري، **الاتصال الإعلامي والتنمية: آفاق المُستقبل وتحدّيات القرن الجديد**، ط1، العربي للنشر، مصر ، 1990، ص33

[4] مسعودة جودي، **تجربة الإعلام المحلّي في الجزائر (الإذاعات المحليّة أنموذجًا)**: مذكّرة ماجستير في عُلوم الإعلام والاتّصال، جامعة الجزائر ،2002- 2003، ص147

يمكن أن نجد خدمة إذاعية في كل بناية في دولة كالسويد وهو إعلام خدمي تنموي بالدرجة الأولى.[1]

3. سِمات الإعلام المحلّي

يتميز الإعلام المحلي بمجموعة من الميزات العامّ ة منها:

- تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في البرامج المحلية: وذلك في إطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال إتاحة الفرصة الكاملة بكل مواطن في ا تمع المحلي للتعبير عن رأيه وأيضا مناقشة المسئولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم .
- المرونة والحركة السريعة: يتسم الإعلام المحلي بالقدرة على التحرك السريع لمتابعة الأحداث المحلية فور وقوعها وفي موقعها، إذ بحكم الصغر النسبي للإقليم الذي يخدمه فان الوصول إلى موقع الأحداث متاح له أكثر من الإعلام الوطني.
- الإنتاج المحلي يصاغ بلهجة محلية: ينفرد الإنتاج الإعلامي المسموع والمرئي بأنه يصاغ باللهجة المحلية للإقليم الذي يخدمه مما يقرب المفاهيم والتركيبات اللغوية المحلية ويشعر المتلقي أن من يحدثه فرد من أفراد أهله، وكلما اقترب الإعلام من سمات المتلقي نجح في دفعه لأن يتقمص دوره ويتجاوب معه ويقتنع بوجهة نظره ويتبنى ما يدعو إليه.[2]

إضافة لهذه السّمات الرئيسية للإعلام المحلي، يمكن تلخيص بعض السّمات الأخرى في النقاط التالية:

- خدمة البيئة على المستوى الإقليمي.

[1] عبد المجيد شُكري، **الاتصال الإعلامي والتنمية: آفاق المُستقبل وتحدّيات القرن الجديد**، ص 29

[2] ناجي الشّهاوي، **الإعلام وتنمية المُجتمع المحلّي**، دار العلم والإيمان، مصر ،2015، ص 20-21

- الارتباط الوثيق و المباشر بالحياة اليومية لمواطني المجتمع المحلي.
- المساهمة الفعالة والايجابية في معالجة مشاكل و قضايا المجتمع المحلي.
- لعمل من اجل تطوير سلوكيات المواطن المحلي.
- إعلام المواطن في ا تمع المحلي بما يدور حوله على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
- مواكبة اهتمامات أبناء ا تمع المحلي وخلق روح مشتركة بينهم.
- خدمة مقومات التنمية المحلية وضروريا ا بما يخدم التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه ومجالاته.[1]

4. علاقة الإذاعة المحلية بالإعلام المحلي

تعتبر الإذاعة المحلية هي وسيلة من وسائل الإعلام المحلي تعمل مع الجماهير بالصوت، وتستغل هذه الأخيرة في عملها كل الإمكانيات المتاحة لكل إقليم على حدى، فهي تنشر الدعوة وتشرح الموضوعات الاجتماعية التي تخطط لها الدوُلة من أجل تطوير الأقاليم وهي من أقدر الوسائل على معالجة مشاكل الناس وعلى تفهم طرق التفكير والسلوك التي تسود الإقليم الذي تعمل فيه، هذا ما يساهم في توسيع وانتشار الإعلام المحلي.

والإذاعة المحلية مؤهلة لكي تلعب دوَرًا هاما وأكثر التصاقا بالتنمية؛ حيث أن الإذاعة المحلية مثلها مثل الصحافة المحلية التي تقوم على خدمة ا تمع المحلي والدفاع عن المصالح الاستيطانية لأبناء هذا المجتمع، فدار الإذاعة مفتوحة دائما لاستقبال جماهير المستمعين ويشاركون في البرامج وتتحقق فيه بصورة أكثر وضوحا في عملية المشاركة ويعبرون عن آرائهم وأفكارهم في كل وقت.

كما يمكن للإذاعة المحلية تحقيق ما يلي:[2]

- التعرف على الاحتياجات المحلية للجمهور والعمل على تعريف الناس.

[1] ناجي الشّهاوي، **مرجع سابق**، ص 22
[2] **المرجع نفسه**، ص 22، 23

- تكييف البرامج الإذاعية بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية.
- تفسير الأمور المحلية للجمهور وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبلهم ومجتمعاتهم.
- تحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي فيقوي العمل الميداني والمضمون الإذاعي.
- المحافظة على الثّقافة المحلية وتطويرها.[1]

المطلب الثاني: قضايا المجتمع المحلي في الجزائر:

هناك ثلاثة مصطلحات ينبغي التوقف عندها في الحديث عن قضايا المجتمع المحلي في الجزائر وهي الديمقراطية والمصالحة الوطنية والتنمية.

- **الديمقراطية**

لم يكن الانتقال من الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية سهلا في الجزائر، فالديمقراطية كشعار ظهر في بيان الحكومة الجزائرية المؤقتة في 18 ديسمبر 1959، حيث كان شعار الجزائر هو «الجمهورية الديمقراطية الشعبية »؛ فالديمقراطية كمصطلح متداول في الجزائر خلال الحزب ولكنه كمفهوم كان يعني النقاش داخل الحزب من جهة وكان ومن جهة أخرى يعني عدم معارضة النظام، ولكن الديمقراطية بعد دستور 1989 تغير مفهومها.

وعلى الرغم من نقائص الديمقراطية فإنها كشكل من أشكال الحكم لا تزال موضع تقدير بصفتها أفضل نظام لتنظيم العلاقات بين الدولة والمجتمع ويعتبرها كثير من دارسيها مسيرة للتعبير ولتطبيق ما يُفضله الشعب وخياراته، ويُروج آخرون خصالها في وضع حلول سلمية لمصالح متنافسة

[1] محمّد منير حجاب، **الإعلام وتنميّة المجتمع المحلي**، ط2، دار الفجر، مصر ،2000، ص ص 249- 251

وفي رسم حدود قانونية ودستورية، فهناك الرسمي والسلوك الشعبي، ربما ما من فضيلة أعظم من التعددية الداخلية للديمقراطية وتغيرها، وحرصت الجزائر على أن تعني الإذاعات المحلية بالتعددية.[1]

ويتوقف مستقبل الديمقراطية على «مدى ممارسة الأحزاب والحركة الجمعوية للديمقراطية داخلها وفيما بينها ، وكذلك مدى ارتضائها الديمقراطية منهجا لإدارة أوجه الاختلاف وتباين المصالح المتعددة، وأيضا مدى تشجيع قيام حوار مسؤول فيها وبينها، حوار بين التيارات الفكرية والسياسية المعارضة والقوى المعارضة والحاكمة أيضا»، ومرت الجزائر بثلاث مراحل:

أولا:مرحلة الحزب الواحد (1962-1988):

وتميزت هذه المرحلة بوجود انتخابات تعددية لكن تحت إشراف جبهة التحرير الوطني، وكان هناك برلمان منتخب يمثل مختلف الفئات الشعبية في بعدها السياسي ذي الاتجاه الواحد .

ثانيا: مرحلة (1989-1996):

وفيها فتح دستور 22 فبراير 1989 الباب على مصراعيه للتعددية فظهر أكثر من 60 حزبا، مما أدى إلى العنف بين الأحزاب وكانت النتيجة هي توقيف المسار الانتخابي مع الحفاظ على مبادئ الديمقراطية التعددية، وبدأت أول انتخابات رئاسية تعددية في عام 1995، وأسفرت عن دستور 8 ديسمبر 1996، وقد وضع ضوابط الديمقراطية عبر البرلمان بغرفتين، وهما المجلس الشعبي ومجلس الأمة الذي يعين الرئيس ثلثه وهو الثلث المعطل لأي أغلبية تفكر في الاستيلاء على السلطة بالقوة، وتدعم بقانون انتخابي جديد صادر في 199/3/6 ينص في مادته الخامسة على أن «يُعد ناخبنا كل جزائري وجزائرية بلغ من العمر 18 سنة كاملة يوم الاقتراع».[2]

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، **مرجع سابق**، ص57
[2] **المرجع نفسه**، ص 58

وأهم دور قامت به الإذاعات الوطنية والمحلية هي أنها كانت منبرا مشتركا بين مختلف الأحزاب والقوى المشاركة في الانتخابات، سواء المحلية أو الوطنية أو الرئاسية.

وكان هم السلطة هو الاهتمام بتطور الخدمات الإذاعية لتلبي حاجات السكان في التعبير والمشاركة خلال الاستحقاقات الانتخابية.

ثالثا: مرحلة (1996-1999)

شكلت هذه المرحلة انتخاب رئيس جمهورية وتعديل الدستور وانتخابات تشريعية ومحلية وتدعم مسار الديمقراطية بإجراء انتخابات رئاسية مسبقة في 16 أفريل 1999.

- **من الوئام المدني إلى المصالحة الوطنية**

وُضع مشروع الوئام الوطني الجزائر على سكة جديدة، وأعطى الشعب سلطة تأكيده عبر استفتاء شعبي، وبدأ ملف العنف يتراجع بعودة (التائبين)، مما جعل رئاسيات 2004 تتمحور حول المصالحة الوطنية، كمشروع يتنافس المرشحون للرئاسيات حوله، ولجأت السلطة إلى الاستفتاء عليه، مما جعل الجزائر تنتقل إلى مرحلة البناء والتشييد كمشاريع مثلا مشروع 50 مليار دولار لبناء الطرقات والمؤسسات خلال الفترة الممتدة بين 2004-2009.

وتبعه المشروع الخماسي (2010-2014) بـ 286 مليار دولار في مجالات التربية التعليم والصحة والفلاحة والسكن والمواصلات والاتصالات وبناء المدن ومواجهة تداعيات الكوارث الطبيعية التي بدأت فيضانات باب الوادي 12 نوفمبر 2001 إلى زلزال بومرداس وفيضانات ولاية غرداية.[1]

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، **مرجع سابق**، 58

وأدت الإذاعات الوطنية والمحلية دورا مهما خلال هذه الكوارث الطبيعية بحيث يعود الفضل إلى إذاعة متيجة في متابعة فيضانات باب الوادي، إلى جانب اذاعتي البهجة والقناة الثالثة باللغة الفرنسية.[1]

- **التنمية**

شكّلت التنمية هاجس السلطات المحلية عبر مختلف المراحل، وكانت أهم قضية شغلت الرأي العام الرسمي هي كيفية استرداد الأمن عبر التنمية المستدامة.

فالتغييرات الاقتصادية والاجتماعية التي حدثت خلال سنة 2010 كانت قاعدتها هي تخصيص ميزانيات ضخمة لإحداث نقلة جديدة في البناء الاقتصادي الجزائري، خاصة بعد توفر أسس التنمية التي تجسدت في إحساس الشعب بالحاجة إلى التنمية وتوفر الموارد الطبيعية والمصادر البشرية والمدربة ودخول التكنولوجيا في مجال الحياة اليومية، ولأن التنمية تعني الاستقلال في اتخاذ القرار و التفكير في المستقبل.[2]

المطلُب الثالث: دور الإذاعة المحلية في تنمية المجتمع المحلي

إذا كانت العلاقة بين طرفي الرسالة الاتصالية في حالة الإذاعة المركزية هي علاقة بين مرسل ومستقبل فإن في حالة الإذاعة المحلية علاقة بين متحاورين، وإذا كانت علاقة عن بعد في حالة الإذاعة المركزية فهي علاقة عن قرب وأكثر التصاقًا وتفاعلا في حالة الإذاعة المحلية، حيث تُقدم لمسة جديدة أو إضافة تختلف في مضمون برامجها وفي أسلوب تقديمها عن الإذاعة المركزية لأنها تُحاول اختراق ذلك الحاجز الأثيري لتنتج علاقة ذات طبيعة خاصة مع المستمع في المجتمع المحلي. هذا لأن تردد الأخبار التي تمسه والتي تُحيط به وتمس حياته اليومية وتجعله يشعر بروح المشاركة المباشرة أو الغير

[1] عبد العالي رزاقي وآخرون، **مرجع سابق**، ص 59

[2] **المرجع نفسه**، ص 59

مباشرة في تخطيط برامجها وتتجاوب مع مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وتقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص.

فالراديو المحلي مؤهل لكي يلعب دورا أكثر التصاقا بالتنمية إذ يقوم على خدمة المجتمع المحلي والدفاع عنه فدار الإذاعة مفتوحة لاستقبال المستمعين يشاركون في البرامج وتتحقق فيه بصورة أكثر وضوحا عمليات المشاركة ويعبرون عن أرائهم وأفكارهم في كُلّ وقت.

وبناءا على ذلك فإن الإذاعة المحلية يكون لديها الفرصة لإقامة علاقة ذات طبيعة خاصة مع جمهورها علاقة أوثق وأعمق، ولكن ليس معنى ذلك أن الإذاعة المحلية تُعامل جمهورها على أنه كيان قائم بذاته مُنعزل عن مجموع الشعب الذي ينتمي إليه داخل رقعة الدولة، بل معناه أن بجانب دعمها لراية الإذاعة المركزية في ربط المستمع المحلي بشعبه ودولته حيث تخصص معظم برامجها لخدمة البيئة المحلية والتفاعل معها أخذا وعطاءً، وتجد لديها الفرصة للاهتمام بالتّفاصيل التي تكون على درجة كبيرة من الأهمية للبيئية المحلية لكنها لا تحظى باهتمام الإذاعة المركزية المطالبة بالوصول إلى كُل المجتمعات داخل الدّولة من خلال الارتباط القوي بين الإذاعة المحلية والمستمع في المجتمع المحلي يُمكنها أن تخلق إحساسا قويا وزيادة في المعرفة المحلية ودرجة أعلى من الإسهام في الشّؤون المحلية وتقديم خدمة قيمة للأقليّات واهتماماتها.

إن أهمية الإذاعة المحلية بالنسبة للمجتمع المحلي تكمن في تظافر جهودها مع جهود المؤسسات الاجتماعية الأخرى التي تلعب دورا لا يُستهان به في دفع عجلة التنمية المحلية حيث نجد الأُسرة المسجد، قادة الرأي ووسائل الاتصال الشخصي الأخرى، ومن الأهمية بإمكان أن تتكامل جهود الوسائل الإعلامية الجماهيرية مع الوسائل الشخصية المباشرة في تحقيق جوانب التنمية المحلية مع الإفادة من كافة الروابط الثقافية والاجتماعية السّائدة.

وفي الأخير نستنتج أن الإذاعة المحلية ضرورة ملحة في المجتمعات المحلية لما لها أهمية بالغة ودور فعال في المشاركة في عمليات التنمية المحلية وذلك لمقدرتها الفريدة على فهم ثقافة هذا المجتمع المحلي والتصاقها وقربها من المواطن المحلي ومشكلاته وطموحاته كما أنها تُعد إحدى مؤسسات الحكم المحلي التي تتطلع هي الأخرى لإحداث التغيير الاجتماعي المنشود هنا أهمية التوفيق بين خطط التنمية والتخطيط الإعلامي في المجتمع المحلي حيث لابد أن تُراعي أجهزة الحكم المحلي ضرورة الربط والتنسيق بين برامج التنمية في المجتمع المحلي وبرامج الإذاعة المحلية ذات الأهداف التّنموية.

المبحث الثاني:

التّأطير القانوني للخدمة العمومية في الإذاعة المحليّة

المطلب الأوّل: توظيف الإذاعة للخدمة العمومية.

اهتمت السياسة الجزائرية بقطاع الإعلام حيث قامت بجهود متواصلة خاصة في مؤسسات الإذاعة، ولعل سبب ذلك هو الانتشار الواسع لها وكذا ظاهرة الأمية المتفشية في أوساط ا تمع الج زائري، ولهذا فقد قامت السلطات الج زائرية بتقوية الإذاعة وتدعيمها. وتمحورت هذه الجهود في:

- الإعانة الحكومية:

كانت الميزانية المخصصة بالنسبة للإعلام بعد الاستقلال ضعيفة في حين بدأت في التحسّن منذ سنة 1966، وفيما يخص الميزانية الخاصة بالإذاعة فكانت 50 بالمئة إلا أنّ النسبة في تزايد بالمقارنة مع الوسائل الإعلامية الأخرى ففي سنة 1978 بلغت 79 بالمئة بمبلغ قدره 159 مليون دينار، ويُعتبر هذا المبلغ ضخم جدا إذا قورن بالإعانة المخصصة للصحافة المكتوبة والذي بقدر في نفس السنة ب 35.7 مليون دينار فقط، وتبقى الإعانة الحكومية لمؤسسات الإذاعية والتلفزيون المورد الوحيد لهما حيث يوظف أغلبها في توسيع شبكات الإرسال.[1]

- توسيع شبكات الإذاعة:

بدأ الاهتمام بتوسيعها بعد سنة 1966 حيث كانت الإذاعة تُسمع بشكل ضيق في شمال البلاد فقط، لهذا انصبّ اهتمامها على توسيع الشبكات حيث أنشأت في نفس السنة محطتان الأولى بعين البيضاء قرب قسنطينة والثانية قرب وهران وكانت هاتان المحطتان بمثابة مركز إعلامي يبث برامجه على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلو واط، وفي سنة 1970 أُنشأت محطة تبث برامجها على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلو واط ومحطة أخرى ببوشاوي قرب الحظائـــر العاصمة متيجة، وهذه الجهود جعلـت من الأمـواج الإذاعية تصل إلى جميع مناطق التراب الوطني ففي سنة 1970 كانـــت

[1] زهير إحدادن، **مدخل لعُلوم الإعلام والاتّصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ،2007، ص68

نسبة المناطق التي يصلها البث نهارًا 98 بالمئة بينما يستمع إليها المهاجرون في الليل.[1]

- انتشار استعمال أجهزة الراديو:

بذلت الجزائر جهودا معتبرة من أجل توفير أجهزة الراديو وجعلها في متناول الجميع وخاصة منها الترانزستور وذلك ابتداءً من سنة 1962، وارتفع عدد الأجهزة سنة 1972 إلى 3 ملايين وهذه النسبة تبين أن الجزائر من البلدان التي اهتمت كثيرا ذا ا ال حيث أ ا سنة 1972 أصبحت تصنع أجهزة الراديو.[2]

❖ القوانين التشريعيّة الخاصّة بالإذاعة:

تُعبتر الفترة التي وضعت فيها القوانين التشريعية الخاصة بالإعلام في الجزائر قصيرة، إضافة إلى سَنّ مثل هذه القوانين في مجال الإعلام تعتبر صعبة والدليل على ذلك أن الدول المتقدمة لها تجربة رائدة في مجال ميدان التشريع الإعلامي لازالت في عملية تطور مستمر نظرا للتقدم السريع المتواصل في ميدان الإعلام خاصة مع ظهور التكنولوجيا والراديو الالكتروني والإعلام الالكتروني بصفة عامة، فالجزائر أخذت بالتجربة الفرنسية حيث اتخذت المجلس التأسيسي في 1961/12/31 بالقوانين التي كانت مطبقة في الجزائر قبل استقلالها وأهملت ما يُسمّى بالسيادة الوطنية، وتنقسم المراحل الخاصّة بالقوانين الإذاعية إلى ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: (1963-1965): يعتبر المرسوم التنفيذي 1 أوت 1963 الإذاعة مؤسّسة عمومية تابعة للدّولة طابعها تجاري وصناعي، وأعطيت لها صلاحيات الاحتكار في النشر الراديوفوني.

- المرحلة الثانية (1966-1974): في سنة 1967 أخذت عدة مراسيم خاصة بجميع المؤسسات الإعلامية ومنها الإذاعة والتي تتعين مهامها على أنها تؤدي مصلحة عمومية وفي هذه المرحلة تحددت مهام المؤسسات الإعلامية على أنها تؤدي المصلحة العامة.[3]

[1] عواطف عبد الرحمان، **الصّحافة العربية في الجزائر**، المؤسّسة الوطنية للكتاب، الجزائر ،1985، ص59

[2] **المرجع نفسه**، ص 61

[3] زهير إحدادن ،**مرجع سابق**، ص 141

- المرحلة الثالثة (1974 إلى يومنا هذا):

شعرت السلطات الجزائرية بضرورة النظر في ميدان الإعلام وهذا ما حاول الدستور الوصول إليه وكذا المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني وقانون الإعلام فيما بعد، وقد أثبته دستور 1975، وتؤكد العبارة المأخوذة من الميثاق الوطني لنفس السنة والتي نصها كما يلي "....وعلى الصحافة والإذاعة والتلفزة ودور الطباعة والمتاحف إلى جانب الشبكات الواسعة من المكتبات المنتشرة في البلديات والأحياء والوسائل السمعية البصرية أن تعمل على نشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجيات الجماعية مع رفع المستوى الفكري لدى المواطن." على الدور الذي ينبغي على وسائل الإعلام أن تلعبه من أجل تنمية الفرد وتطوير الوطن وخلق ثقافة رفيعة والعمل على تدوير عقل المواطن وتنميته، ولقد أكد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني عندما أشار إلى الإعلام على أنه عملية اتصال وتوصيل ينبغي أن يعمل على ضمان وحدة الفكر بين الجماهير الشعبية وأن يسعى إلى تحقيق مستوى أعلى من الترابط الاجتماعي بين القمة والقاعدة وهو أداة تثقيف سياسي وتربوي.[1]

المطلب الثاني: الخِدمة العمومية في الإذاعة

1. نبذة عن الخدمة العمومية:

الخدمة العمومية أو المرفق العام نشاط تُم ارسه الدولة بشكل مباشر من خلال مؤسسات تابعة لها (وطنية أو محلية) وذلك من أجل تلبية حاجة لها علاقة بالمصلحة العامة والمرفق العمومي، يعني أيضا القطاع العمومي أو الخدمات العامة أي المؤسسة المعنية بتحقيق تلك الخدمة، ويمكن أن تكون المؤسسة هنا إدارية وطنية أو محلية جهوية أو حتّى عالمية.[2]

[1] زهير إحدادن ،**مرجع سابق** ، ص 142

[2] جمال الزّرن، **تلفزيون الخدمة العامّة والديمقراطية: أية علاقة؟**، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ص30

إن مفهوم الخدمة العامة في وسائل الإعلام ظهر لأول مرة في بريطانيا بعد إنشاء مؤسسة (بي بي سي) في 1922 ولهذا أصبح مقرونا بالإذاعة والتلفزيون وليس بالصحافة المكتوبة ونظام الخدمة العمومية التي نالت بفضله بي بي سي شهرة عالمية ومصداقية لدى جمهورها ويرتكز أساسا على المبادئ العامة التي انعدمت فيفقد المفهوم دلالته، وهي مُكوّنة من:[1]

- ملكية للمجموعة الوطنيّة.
- يعكس الثقافة الوطنية بجميع مقوّما ا وخاصّة اللّغة والقيم الحضارية.
- يتجه إلى جميع الأفراد بغضّ النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي.
- يقوم بوظيفة الإعلام والتّربية والتوجيه.

هذا هو نظام الخدمة العمومية الحقيقي في وسائل الإعلام الذي نقلته بلدان عدة عن بي بي سي وعلى الخصوص البلدان الأوروبية ولقد أصبح هذا المفهوم محل جدال في أوروبا، ويقترن الجدال أساسا بتغيير في مواقف الناس تجاه الحلول التي تقدمها الدولة بخصوص مشاكل الحياة الاجتماعية.

عند الحديث عن الخدمة العمومية الإذاعية في الجزائر فقد أكدت مختلف التشريعات المتعلقة بقطاع السمعي البصري في الجزائر على ضرورة تطبيق مبدأ الخدمة العمومية على غرار وسائل الإعلام الأخرى، فمن خلال ما تم التأكيد عليه ضمن دفتر الشروط المهام المنُوطة بمؤسسة الإذاعة والتي تصب معظمها في أداء الخدمة العمومية ونصت المادة 3 من دفتر الشروط على ما يلي: "يجب على المؤسسة أن تُصور حصصها وتبرمجها وتبثها دف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمّتها كخدمة عمومية".[2]

[1] السّعيد بومعيزة، **مفهوم الخدمة العامّة والصّحافة المكتوبة**، المجلة الجزائرية للاتصال ،العدد 8، الجزائر ،1992، ص109

[2] **الجريدة الرّسمية**، العدد 19، 09 شوّال، ص 632

واحتوى المرسوم رقم (86-146) المؤرخ في أول يوليو 1986 المتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية في مادته الرابعة ما يلي: "تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث الإذاعي وتمارس احتكار بث البرامج الإذاعية في كامل التراب الوطني"، كما نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم (91 - 103) المؤرخ في 20 أفريل 1991 " تسهر الدولة على توفير الوسائل الضرورية والشروط الملائمة للمؤسسة الخدمية العمومية للبث الإذاعي السمعي".

ويُضيف نفس المرسوم في مادته الثالثة: "يتعين على المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن تقوم بنفسها بالخدمة العمومية ولا يعطي هذا الواجب إمكانية لجوئها تحت مسؤوليتها إلى ممولين خارجيين جزائريين كانوا أم أجانب، على أن تحتفظ المؤسسة بالتحكم الكامل بمهمّتها".

يتضح مما سبق أن كل المواد القانونية تحدثت عن مهام المؤسسة العمومية للإذاعة ولم تذكر مهام المحطات الإذاعية كونها تابعة لها (المحلية) لذا فإن كل المراسيم والقوانين المتعلقة بعمل الإذاعة العمومية تسقط أيضا على تسيير المحطات الإذاعية باعتبارها جزء من الكل فبالتالي أن المحطات الإذاعية تعنى أيضا بتطبيق الخدمة العمومية ضمن السياق التي وجدت فيه فمثلا إذاعة بسكرة نرى أنها تعمل على تحقيق الخدمة العمومية من خلال برامجها والأخبار التي تقدمها.

المطلب الثالث نبذة عن إذاعة بسكرة:

تعريفها:

تُسمى بإذاعة الزيبان، وهي المنطقة المعنية بمخاطبتها والتعبير عن مشكلاتها وحاجياتها المتنوعة وتعكس ثقافتها المحلية المتميزة، حيث تقع ولاية بسكرة في الجنوب الشرقي للبلاد، كما تعتبر إذاعة بسكرة اليوم منبر متميز يؤدي خدمة إعلامية لشبكة واسعة من الجمهور المستمع تمتد على جغرافية تجمع عدة ولايات من الشرق والجنوب الجزائريين. ويصل البث من الساعة 6:40 صباحا وينتهي

20:00 مساء على موجة بث FM101 91.2 FM، وتعمل بالربط مع قنوات الأولى، الثقافية، القرآن الكريم، واللّغة المستعملة فيها هي العربية، الشاوية في نشرة الأخبار.

تطورها:

بعدما انطلقت إذاعة بسكرة ببث قصير وشبكة برامجية حاولت أن تُلبي جميع الأذواق وبسيارة واحدة تستخدم لجميع المهام الإدارية والإعلامية، ومع إشعال الإذاعة شمعتها الثانية عرفت الأوضاع تحسنا ملحوظا، حيث استفادت المؤسسة من استوديوهين رقميين وغرفة تركيب مجهزة بجميع الأجهزة، كما استفادت من سيارتين وثالثة هي عبارة عن استوديو متنقل (إذاعة بسكرة، مونوغرافية إذاعة بسكرة، 2018-2019).

بالإضافة إلى تجهيزات كانت ضرورية لاستكمال العمل الإعلامي والإداري بمساهمة عمالها وبعض المؤسسات العامة والخاصة بالمنطقة أثناء المسيرة الناجحة، توسعت مدة الإرسال من أربع ساعات إلى ثمانية، الأمر الذي مكن من مضاعفة العمل الجواري للإذاعة.

واليوم شرعت إذاعة بسكرة ضمن مسيرتها التطورية في تطبيق نظام "النيتيا"وكانت البداية منذ 2009، بعدما كانت من أول المستفيدين من نظام الرقمنة إلى جانب إذاعة غرداية وهذا النظام يعتبر بنك للحصص والبرامج ويتم من خلاله التسجيل اليومي، كما بإمكان برمجة هذا الجهاز للبرامج وتبث من خلاله بدون مذيع.

ولقد جنت إذاعة بسكرة من خلال كفاحها في خدمة المجتمع المحلي، تتويجها بجائزة أحسن إخراج في الطبعة الأولى وحصلت في الطبعة الثانية على ميكروفونيين ذهبيين، الأول لأحسن روبورتاج والثاني في التسجيل الإذاعي النادر بعدما ترشحت بانفراد في أربع مناسبات للمنافسات على الميكروفون الذهبي.[1]

[1] **مقابلة مع عادل شكالبي**، مسؤوول برمجة بإذاعة بسكرة، 11 مارس 2019 بمقر إذاعة بسكرة، الساعة 10:00

تحتوي إذاعة بسكرة على ثلاث شبكات برامجية في العام وتتقسم إلى:

الشبكة العادية وهي أطول الشبكات، والشبكة الرمضانية كأقصر شبكة والشبكة الصيفية، فتمثل نسبة للبرامج الاجتماعية نسبة 29.20 % كثاني نسبة بعد البرامج الرياضية.

وتحتوي الإذاعة على طاقم بشري يتكون من خمسين عنصرا موزعين بين الإدارة والأقسام إلى غاية السائق والحارس[1] وهي كالآتي:

مصلحة الادارة: تتكون من المدير المشرف على التخطيط والمتابعة والتوجيه وإطارين يتكفلان بتسيير مختلف التّعاملات الإدارية و المالية وكاتبة وملحقة تجارية تهتم بشؤون الإشهار، إضافة إلى 3 سائقين و 4 أعوان وعمال نظافة.

قسم الأخبار: تتشكل من عشرة صحفيين و4 مراسلين كلهم يقدمون الأخبار، تقديم نشرة رئيسية وعرضين إخباريين وخمسة مواجيز بالإضافة إلى برامج ذات طابع إخباري.

مصلحة الإنتاج: تتكون من 7 مخرجين و 7 منشطين و3 متعاونين إضافة الى 2 في البرمجة وبرمجة الحصص.

القسم التقني:يسهر عليه 5 تقنيين مهمتهم تنفيذ الإرسال اليومي لجميع التسجيلات الداخلية والخارجية وصيانة المعدات التقنية (إذاعة بسكرة ،مونوغرافية بسكرة، 2019).

[1] **مقابلة مع توفيق قاسم**، رئيس قسم الأخبار بإذاعة بسكرة، 13 مارس 2019 بمقر إذاعة بسكرة، الساعة 09:40

الجانب التطبيقي

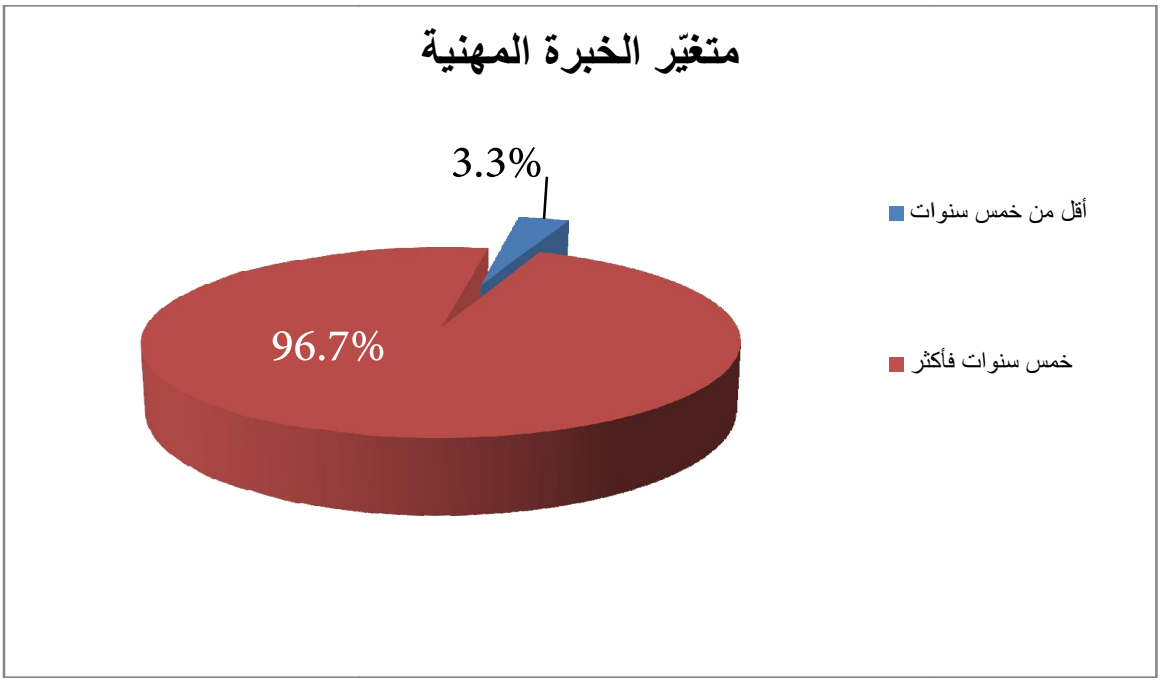
تحليل الجداول:

❖ الجداول البسيطة

- **البيانات الشّخصيّة.**

جدول رقم (1): يمثل متغيّر الخبرة المهنية

الاقتراحات	التّكرار	النّسبة المئويّة
أقل من خمس سنوات	1	%3.3
خمس سنوات فأكثر	29	%96.7
المجموع	30	%100



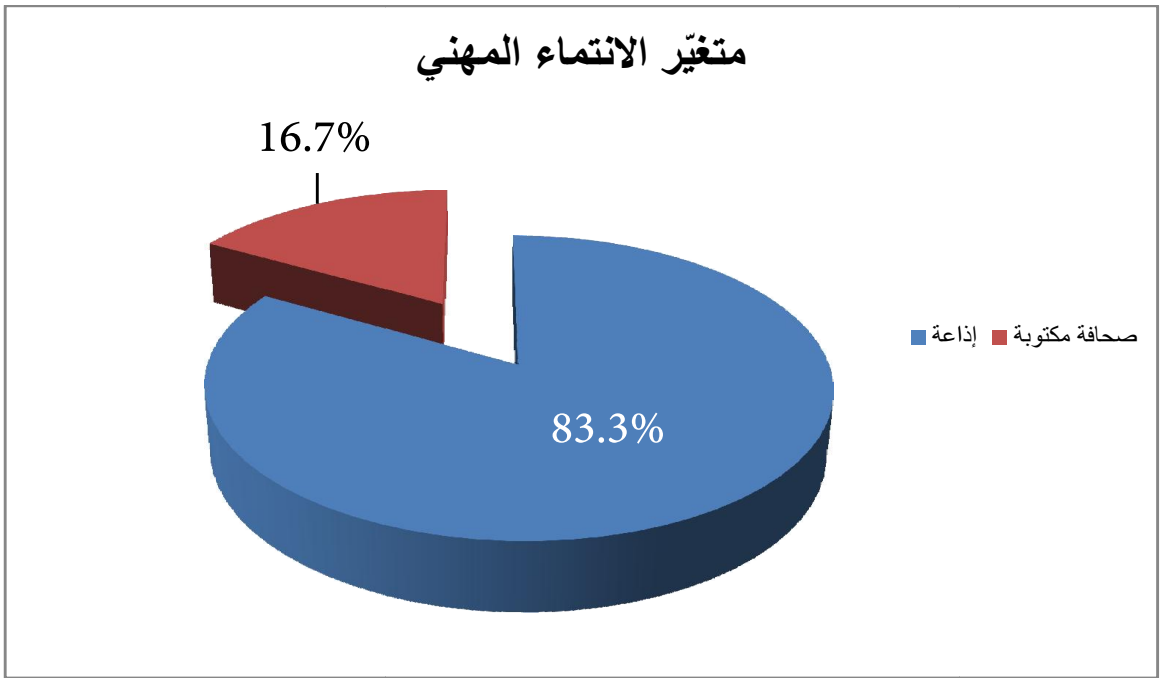
شكل رقم 1: رسم بياني يُمثّل الإجابات حسب مُتغيّر الخبرة المهنيّة

يمثل الجدول رقم 1 توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية حيث نجد أن أقل من خمس سنوات جاءت نسبتهم ب 3% في حين نسبة الصحفيين التي خبرتهم من خمس سنوات فأكثر فهي

96%وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة مع نسبة الخبرة المهنية لأقل من خمس سنوات، هذا ما يفسّر خبرة أغلب الصّحفيين الّذين تمّ استجوابهم.

جدول رقم (2): يمثل متغيّر الانتماء المهني

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
إذاعة	25	%83.3
صحافة مكتوبة	5	%16.7
المجموع	30	%100

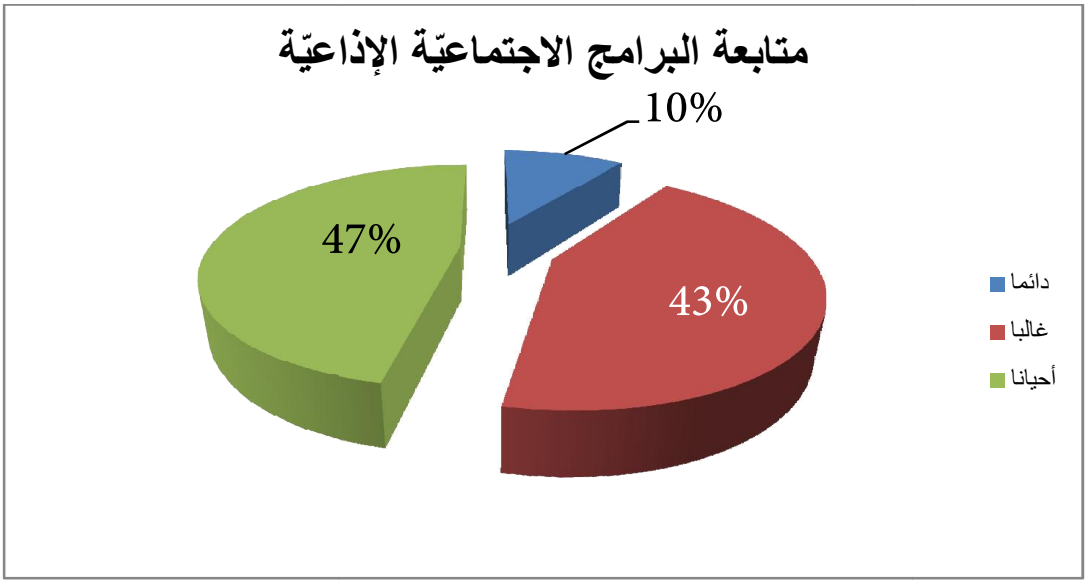


شكل رقم 2: رسم بياني يُمثّل الإجابات حسب مُتغيّر الانتماء المهني

بالنسبة لتوزيع العينة وفق متغير الانتماء المهني فجاءت النسب كالآتي: الانتماء المهني للصحافة المكتوبة جاء بنسبة 16.7%، أما بالنسبة للمنسبين للإذاعة بنسبة 83.3% وهذا راجع إلى أن الاذاعة كمؤسسة إعلامية موجودة داخل الحيز الجغرافي لولاية بسكرة أما الصحافة المكتوبة توجد مكاتب فقط وصحفيين فيها يُعتبر أكثرهم مراسلين ولذلك عددهم قليل داخل الولاية.

جدول رقم (3): يمثل متابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
دائمًا	3	%10
غالبا	13	%43.3
أحيانًا	14	%46.7
المجموع	30	%100



شكل رقم 3: رسم بياني يمثل نِسب حسب مفردات العيّنة متابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة

في هذا الجدول الذي يمثل متابعة الصحفيين للبرامج الاجتماعية الاذاعية جاءت النسب كاالتالي فالخيار دائما جاء بنسبة 10%، ثم تليه غالبا بنسبة 43.3% ثم أحيانا بنسبة 46.7% نلاحظ أن متابعة الصحفيين للبرامج الاجتماعية التنموية الإذاعية "أحيانا" هي النسبة الغالبة، وتُعبر متقاربة مع المجيبين بـ "غالبا" وهذا ما يفسر أن الصحفيين على اطلاع بما تقدمه مختلف البرامج الاجتماعية التنموي

جدول رقم (4): يمثل أماكن مُتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
السّيارة	12	%40
المقهى	1	%3.3
البيت	4	%13.3
مكان العمل	13	%43.3
المجموع	30	%100

نلاحظ من خلال الأرقام والنسب في هذا المتغير أن أماكن المتابعة للصحفيين جاء خيار مكان العمل هو أكثر نسبة جاء 43.3%،ثم يليه السيارة بنسبة 40% ثم البيت بنسبة 13.3% وأخيرا المقهى بنسبة 3.3%، هذا ما يفسر أن غالبية الصّحفيين يستمعون للبرامج اجتماعية التنموية داخل مكان العمل نظرا لاحتكاكهم المباشر بسير الحصص.

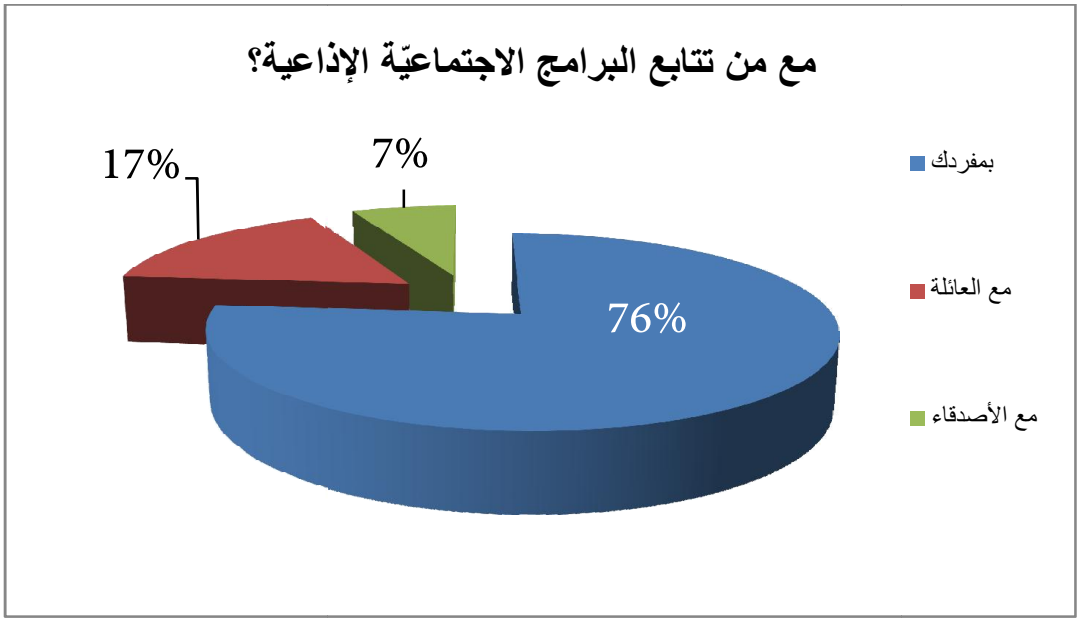
جدول رقم (5): يمثل التّفاعليّة خلال البرامج المُباشرة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
نعم	15	%50
لا	15	%50
المجموع	30	%100

جاءت النسب في هذا المتغير متشابهة حيث جاء خيار الصحفيين وتفاعلهم مع البرامج المباشرة بنعم بنسبة 15%، كذلك وهذا ما يفسر ان الصحفيين يتفاعلون حسب الموضوع المطروح .

جدول رقم (6): يمثل مع من تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعية

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
بمفردك	23	%76.7
مع العائلة	5	%16.7
مع الأصدقاء	2	%6.7
المجموع	30	%100

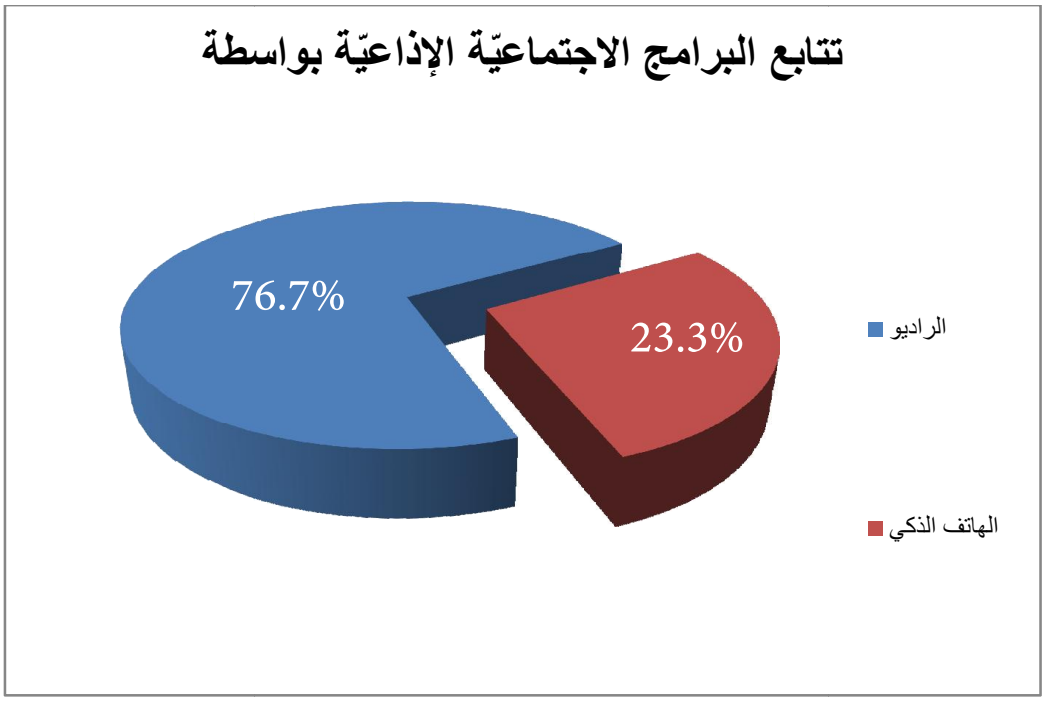


شكل رقم 4: رسم بياني يمثل نسب مع من تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعية

يمثل الجدول السادس توزيع أفراد العينة حسب متغير متابعة الصحفيين للبرامج الاجتماعية التنموية الإذاعية، فجاءت نسبه كالتالي: النسبة الغالبة هي الخيار بمفردك بنسبة 76.7% تليها مع العائلة بنسبة 16.7% بعدها مع الاصدقاء بنسبة ضئيلة 6%، هذا يفسر أن عنصر النقاش غير متوفر بين الصحفيين أثناء سير الحصص ما يساهم في عملية التحسين في الأداء أو حتى في مضمون البرامج الاجتماعية التنموية الإذاعية.

جدول رقم (7):يمثل تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة بواسطة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
الراديو	23	%76.7
الهاتف الذّكي	7	%23.3
المجموع	30	%100



شكل رقم 5: يمثل نسب متابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة بواسطة حسب الوسيط

ما لوحظ من خلال توزيعنا لأفراد العينة لهذا المتغير اتضح لنا أن نسبة الصحفيين الذين يُتابعون البرامج الاجتماعية التنموية بواسطة الراديو 76.7%، أمّا نسبة من يُتابعون هذه البرامج عبر الهاتف الذكي 23.3%، ويمكن ترجمة هذه النسب للمكانة الّتي يحتلها الراديو لدى شريحة كبيرة من جمهور الإذاعة وبالمقارنة مع نتائج أماكن متابعة البرامج الاجتماعية التنموية نجد أنّ السّيارة ومكان العمل ساهما في رفع نسبة المتابعة من خلال الرّاديو.

جدول رقم (8): يمثل تأديّة الإذاعات للوظيفة التّنمويّة من خلال برامجها الاجتماعيّة

الاقتراحات	التكرار	النسبة%		البرامج المباشرة	البرامج المسجلة
نعم	28	%93.3		26 %86.7	4 %13.3
لا	2	%6.7			
المجموع	30	%100			

جاءت النسب في هذا الجدول كالآتي: نسبة الصحفيين التي كانت إجابتهم بنعم 93.3%،هذا مايفسر رضاهم الكافي على البرامج الاجتماعية التنموية التي تقدمها مختلف الإذاعات ثم تليها نسبة الاقتراح لا 6.7% وهي نسبة قليلة من الصحفيين، أما رأيهم في تأدية هذه الوظيفة جاء البرامج المباشرة بنسبة 86% باعتبارها تفتح الخط للجمهور هذا ما يثري النقاش فيها اكثر ويجعله حي ،ثم جاء اقتراح البرامج المسجلة بنسبة 4%،في حين انه بنسبة كبيرة من البرامج الاجتماعية التنموية للإذاعة تكون بشكل مسجل وهذا ما يُبين أنه في تناقض ما تقدمه المؤسسة وبين الرأي الشخصي للصحفي.

جدول رقم (9): يمثل تأديّة البرامج المسجلة لدورها التّنموي

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
نعم	12	%40
لا	18	%60
المجموع	30	%100

يتضح من خلال هذا الجدول أن نسبة الصحفيين الذين أجابوا بنعم 40%، واقتراح لا بنسبة 60%، وهذا دليل على التناقض في الاجابات الموجودة بين نسب الجدول الثامن والتاسع.

جدول رقم (10): يمثل مواكبة الإذاعات التّقليديّة لعصر الرّقمنة في طرحها للمواضيع التنمويّة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
نعم	16	%53.3
لا	14	%46.7
المجموع	30	%100

جاءت نسب هذا المتغير وهو يمثل مواكبة الإذاعة التقليدية لعصر الرقمنة في طرحها للمواضيع الاجتماعية الاقتراح نعم بنسبة 53.3% ثم يليه الاقتراح لا بنسبة 46.7%.

جدول رقم (11): يمثل تلقّي الإذاعات الالكترونيّة دعما من طرف السلطة

الاقتراحات	التكرار	النّسبة المئويّة
نعم	7	%23.3
لا	16	%53.3
من دون إجابة	7	%23.3
المجموع	30	%100

لاحظنا في هذا الجدول النسب التالية: إجابة الصحفيين كانت حول الاقتراح نعم بنسبة 53.3% ، ثم تليها النسب الاخرى للاقتراح لا ودون إجابة بنسبة ممثالة 23.3%، وهذا راجع الى قلة رواج الاذاعات الالكترونية في الجزائر ولم تسن لها قوانين تنظمها وتضبط عملها.

جدول رقم (12): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بمتابعة البرامج الاجتماعية التنموية الاذاعية

	الخيارات							
	دائمًا		**غالبًا**		**أحيانًا**		المجموع	
متغيّر الخبرة المهنيّة	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
أقلّ من 5 سنوات	0	%0	1	%3.3	0	%0	1	%3.3
5 سنوات فأكثر	3	%10	12	%40	14	%46.7	29	%96.7
المجموع	3	%10	13	%43.3	14	%46.7	30	%100

نلاحظ في الجدول بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية للصحفيين فكانت نسب إجاباتهم كالآتي: الاقتراح افل من خمس سنوات نسبة الاجابة في الخيار دائما 0% وهي نسبة معدومة ،اما بالنسبة للخيار غالبا فالنسبة 3.3%، أما بالنسبة للخيار أحيانا بنسبة 0.0% وهذا راجع إلى ان الصحفيين ذوي أقل من خمس سنوات ينقصهم وعي مهني وخبرة التي تنمي فيهم العين الناقدة هذا مالا يؤهلهم الى متابعة البرامج الاجتماعية التنموية.

أما بالنسبة للاقتراح خمس سنوات فأكثر فنسبة الخيار دائما اجابوا عليها المستجوبين 10%، وغالبا بنسبة 40%، وأحيانا بنسبة 46.7%، فنلاحظ من خلال النسب ان الاقتراح أحيانا وغالبا نسبهم متقاربة وهذا دليل على أن الصحفيين لديهم وعي مهني وخبرتهم في نضج مما يساهم في انتاج محتوى جيد للبرامج الاجتماعية التنموية، وهذا ما يبين أن العمل الإعلامي فن و إبداع وتميز وليس موهبة فقط.

جدول رقم (13): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بأماكن متابعة البرامج الاجتماعية

	الخيارات								
	السّيارة		**المقهى**		**البيت**		**مكان العمل**		المجموع
متغيّر الخبرة المهنيّة	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
أقلّ من 5 سنوات	1	%3.3	0	%0	0	%0	0	%0	1	%3.3
5 سنوات فأكثر	11	%36.7	1	%3.3	4	%13.3	13	%43.3	29	%96.7
المجموع	12	%40	1	%3.3	4	%13.3	13	%43.3	30	%100

نلاحظ في هذا الجدول أن إجابة المبحوثين الذين خبرتهم أقل من خمس سنوات وقع خيارهم للاقتراح السيارة كأعلى نسبة من باقي الخيارات وهي 3.3%، والباقي جاءت بنسب معدومة وهذا دليل على أن المبحوثين لكثرة استعمالهم للسيارة وكذا الراديو متاح فيها مما سهل عليهم الاستماع للإذاعة ومتابعة البرامج، لكن دون تركيز حقيقي فيما تبثه البرامج، وهذا ما يفسر على أن الصحفيين في هذه الخبرة الصغيرة غير مهتمين بالبرامج الاجتماعية التنموية.

أما بالنسبة لمتغير خمس سنوات فأكثر فنجد أن مكان العمل أكثر اقتراح أجاب عليه الصحفيين، وهذا ما يرجع لحتمية مكان عملهم، لما لاقتراح السيارة جاء بنسبة 36.7% وهذا نظرا لتوفر الراديو داخل السيارة، ثم يأتي اقتراح البيت بنسبة 13.3% فهذا يفسر على أنه يوجد صحفيين مهتمين بالبرامج الاجتماعية التنموية ويتابعونها داخل المنزل وأخيرا المقهى بنسبة 3.3% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بنسب الأخرى لسبب أن المقهى مكان غير مناسب لسماع الراديو.

جدول رقم (14): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بالتفاعلية خلال البرامج المباشرة

	الخيارات				المجموع	
متغيّر الخبرة المهنيّة	نعم		لا		التكرار	النّسبة%
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%		
أقلّ من 5 سنوات	1	%0	0	%0	1	%3.3
5 سنوات فأكثر	14	%46.7	15	%50	29	%96.7
المجموع	15	%50	15	%50	30	%100

لوحظ في هذا الجدول أن نسبة الصحفيين الذين أجابوا بنعم والتي خبرتهم أقل من خمس سنوات 0%،كذا نفس الشئ مع الخيار لا بنسبة 0%، يعني هذا ان نسبة اهتمامهم وجديتهم في

العمل الصحفي خاصة في مجال الإنتاج معدومة، مما تنعكس سلبا على تكوينهم ومكتسباتهم في مجال الاجتماعي والتنموي.

أما اجابة المستجوبين الذين خبرتهم من خمس سنوات فأكثر بالنسبة للخيار نعم 46.7% ولا 50% يعني هذا أن عدم تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية التنموية المباشرة أكثر من تفاعلهم معها وهذا راجع لمضمون البرنامج غير جدي ولا يخدم المواطن أم كون الصحفيين غير مهتمين بنوع هاته البرامج، مما يجعل البرنامج التنموي ضعيف لأنه لا يوجه نقد إعلامي بنّاء يجعل من منتج البرنامج يعيد بناء أفكاره ويحتك أكثر من المجتمع وفهمه وينمي فيه عدم الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية هذا ما يجعل البرنامج جامد خالي من التفاعلية حتى وإن كان مباشر.

جدول رقم (15): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بمتابعة البرامج الاجتماعية التنموية الاذاعية مع

	الخيارات							
	مع الأصدقاء		**مع العائلة**		**بمفردك**		المجموع	
متغيّر الخبرة المهنيّة	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
أقلّ من 5 سنوات	0	%0	0	%0	1	%3.3	1	%3.3
5 سنوات فأكثر	2	%6.7	5	%16.7.2	22	%73.3	29	%96.7
المجموع	2	%6.7	5	%16.7.2	23	%76.7	30	%100

مما لاحظناه في هذا الجدول هو أن الصحفيين الذين خبرتهم أقل من خمس سنوات إجابتهم في الخيار مع الاصدقاء 0%، ثم تليهم بمفردك 33%، هذا ما يزيد خبرتهم جمودا وتقلصا لأنهم لا يتابعون مع الأفراد آخرين ويفتح بينهم باب النقاش والتحاور في مختلف النقاط سواءً كانت للقوة أم الضعف، مما يترتب عن هذا النقاش إعادة بناء أجندة جديدة وترتيب

أولويات البرامج الاجتماعية التنموية وجعلها مرنة وقريبة من المواطن سواءً في الواقع أو بالتكنولوجيا التي تساعدها على توصيلها للمعلومة، و تساعد المواطن على توصيل صوته كذلك وهنا تصبح الإذاعة همزة وصل بين المواطن والمسؤول مما يجعلها قامت بدورها التنموي.

أما عن الصحفيين الذين خبرتهم من خمس سنوات فأكثر نسبة خيارهم للاقتراح مع الأصدقاء 6.7%، ثم مع العائلة 16.72% لتليهم بمفردك كأعلى قيمة 73.3%. وهذا يبين أن المبحوثين على اطلاع و اهتمام بنوعية هاته البرامج.

جدول رقم (16): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بتأدية الإذاعات والبرامج المسجلة للوظيفة التنموية من خلال برامجها الاجتماعية

تأدية الإذاعات للوظيفة التنموية		الخيارات				المجموع	
	متغيّر الخبرة المهنيّة	نعم		لا		التكرار	النّسبة%
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%		
	أقلّ من 5 سنوات	1	%3.3	0	%0	1	%3.3
	5 سنوات فأكثر	27	%90	2	%6.7	29	%96.7
	المجموع	28	%93.3	2	%6.7	30	%100
تأدية البرامج المسجلة للوظيفة التنموية		نعم		لا		التكرار	النّسبة%
	متغيّر الخبرة المهنيّة	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%		
	أقلّ من 5 سنوات	1	%3.3	0	%0	1	%3.3
	5 سنوات فأكثر	27	%90	2	%6.7	29	%96.7
	المجموع	28	%93.3	2	%6.7	30	%100

في هذا الجدول نسبة المبحوثين الذين خبرتهم أقل من خمس سنوات أجابوا بالاقتراح نعم كلهم أما بالنسبة للصحفيين الذين خبرتهم خمس سنوات فأكثر الإجابة بنعم جاءت بنسبة 90%،أما لا ب 6.7%، وهذا يبين ان الصحفيين راضين عن ما تقدمه البرامج الاجتماعية التنموية وهذا يعتبر تناقض لأنهم أجابوا بنسبة 56.7% في الجدول السابع، هذه النسبة تمثل عدم تأدية البرامج المسجلة لدورها التنموي، مما يتبين لنا أن البرامج المسجلة لا جدوى لها خاصة في مثل هذا النوع (البرامج التنموية)، وجعل كل البرامج الاجتماعية التنموية والتي لها اتصال مباشر بالمواطنين أن تكون مباشرة، هذا ما يفتح للمواطنين باب المشاركة وإبداء رأيهم وأفكارهم وطرح انشغالاتهم على المباشر هذا ما يبني مبدأ الثقة بين المواطن و ما تقدمه الوسيلة ما يسهل ويساهم في في عملية التنمية والتغيير، وبما أننا في عصر التكنولوجيا يتوجب على الوسيلة الإعلامية الإذاعية جعل التكنولوجيا وسيط بينها وبين المواطن وحتى المسؤول فنجد بعض الصفحات على الفيسبوك منبرا وصوت الشعب حقيقة ولها صدى وتصل كل منشوراتها للمسؤولين هذا ما يسمى بصحافة المواطن، هذه النقطة التي مازالت الإذاعة التقليدية غير متوفرة لديها وهي الآنية ولهذا جعل صفحة لها تنشط عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكنها من آنية أكثر وجعلها تواكب العصرنة. هذا كله يندرج في إطار تحقيق المشاركة الجماهيرية والتي تعتبر من أهم سمات الإعلام المحلي، وكذا ما يخلق للمواطن الشعور بالمشاركة وأنّ الإذاعة المحلية تهتم بشأنه ما يجعل قابليته للتغيير أكبر وبهذا يكون قد ساهم في تحقيق جزء كبير للتنمية

الجدول رقم (17): يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية بمواكبة الاذاعات التقليدية لعصر الرقمنة في طرحها للمواضيع التنموية

	الخيارات				المجموع	
متغيّر الخبرة المهنيّة	نعم		لا		التكرار	النّسبة%
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%		
أقلّ من 5 سنوات	0	%0	1	%0	1	%3.3
5 سنوات فأكثر	16	%53.3	13	%43.3	29	%96.7
المجموع	16	%53.3	14	%46.7	30	%100

اتضح من خلال هذا التوزيع الإحصائي الخاص بمواكبة الإذاعات التّقليدية لعصر الرقمنة في طرحها للمواضيع التنموية أن مواكبة التطور التكنولوجي جاء بنسبة 53.3%، هذا ما يترجم أن الصحفيين لن يجيبوا بموضوعية لأن الإذاعات حاليا ملتزمون فقط بالبث عبر الموجات الكهرومغناطيسية، هذا لا ينكر أنه يوجد بث حي عبر الأنترنت لكنه لا يعمل إلا بنسبة ضئيلة في حين نجد صفحة رئيسية لإذاعة بسكرة على موقع الفيسبوك مثلا لا تنشط إلا نادرًا، وهذا راجع لعدم اهتمام الصحفيين بهذا التطور ما يجعلهم كلاسيكيين غير مؤهلين لمواكبة هذا التطور.

الجدول رقم (18): علاقة متغير الانتماء المهني بمتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة

	الخيارات							
	دائمًا		**غالبًا**		**أحيانًا**		المجموع	
متغيّر الانتماء المهنيّ	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
إذاعة	2	%6.7	12	%40	11	%36.7	25	%83.3
صحافة مكتوبة	1	%.3.3	1	%3.3	3	%10	5	%16.7
المجموع	3	%10	13	%43.3	14	%46.7	30	%100

يبيّن هذا الجدول متابعة البرامج الاجتماعية الإذاعيّة وفق متغيّر الانتماء، حيث أن المنتسبين للإذاعة أجابوا على الاقتراح غالبًا 40% كأعلى نسبة ودائمًا بنسبة 6.7% وأحيانًا بنسبة 36.7%.

بالنسبة للمنتسبين لقطاع الصّحافة المكتوبة نجد النسب التّاليّة: الغالبيّة أجابو أحيانًا بنسبة 10% وبنسبة 3.3% لكلا الخيارين غالبًا ودائمًا.

يمكن تفسير هذه النسب كون المنتسبين للإذاعة يُتابعون البرامج الاجتماعية التّنموية الإذاعيّة أكثر من الصحفيين التّابعين لقطاع الصحافة المكتوبة، يرجع هذا كون الصحفيين التابعين للإذاعة أكثر احتكاكا بطبيعة عملهم وتخصصهم.

الجدول رقم (19): علاقة متغير الانتماء المهني بأماكن مُتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة

	الخيارات								
	السّيارة		المقهى		البيت		مكان العمل		المجموع	
متغيّر الانتماء المهنيّ	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
إذاعة	11	%36.7	0	%0	3	%10	11	%36.7	25	%83.3
صحافة مكتوبة	1	%3.3	1	%3.3	1	%3.3	2	%6.7	5	%16.7
المجموع	12	%40	1	%3.3	4	%13.3	13	%43.3	30	%100

يتضح في هذا الجدول أن المبحوثين لمتغير الإذاعة أجابوا باقتراح السيارة بنسبة 36.7% وبنفس النسبة ممن يتابعون في مكان العمل وبنسبة 10% ممن يتابعون بالبيت ونسبة معدومة 0% ممن يتابعون بالمقهى، أمّا بالنسبة لمتغير الصحافة المكتوبة فنجد الإجابة على النحو التالي:

اقتراح السّيارة والمقهى والبيت بنفس النسبة 3.3%، ونسبة 6.7% ممن يتابعوها في مكان العمل؛ تفسير النسب أن الصحفيين يعتبرون الإذاعة كمصدر للمعلومة لديهم ما يعكس اهتمامهم ومتابعتهم لها بفي شتى الأماكن.

الجدول رقم (20): علاقة متغير الانتماء المهني بالتّفاعليّة خلال البرامج المُباشرة

	الخيارات				المجموع	
متغيّر الانتماء المهنيّ	نعم		لا		ك	ن
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة		
إذاعة	12	40%	13	%43.3	25	%83.3
صحافة مكتوبة	3	%46.7	2	%6.7	5	%16.7
المجموع	15	%50	15	%50	30	%100

يوضّح هذا الجدول أنّ التّفاعليّة خلال البرامج المباشرة وفق متغيّر الانتماء المهني، نجد نسبة المستجوبين لمتغير الإذاعة أجابوا بنسبة 46.7% بنعم، و 6.7% أجابوا بـ لا؛ من خلال هذه الأرقام نجد الصحفيين التابعين للصحافة المكتوبة يملكون روح المشاركة والتفاعلية، ولهم رأي داخل المجتمع.

الجدول رقم (21): علاقة متغير الانتماء المهني بتأديّة الإذاعات للوظيفة التّنمويّة من خلال برامجها الاجتماعيّة

	الخيارات				المجموع	
متغيّر الانتماء المهنيّ	نعم		لا		التكرار	النّسبة%
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%		
إذاعة	24	%80	1	%3.3	25	%83.3
صحافة مكتوبة	4	%13.3	1	%3.3	5	%16.7
المجموع	28	%93.3	2	%6.7	30	%100

يتضح في الجدول أن مجمل الصحفيين في متغير الإذاعة أجابوا بنعم بنسبة 80% و 3.3% أجابوا بـ لا، كما نجد المستجوبين في متغيّر الصحافة المكتوبة أغلبهم أجابوا بنعم بنسبة 13.3% ونسبة 3.3% ممن اختاروا الإجابة بـ لا، يفسر هذا خبرتهم الكافية في إبداء رأيهم في مثل هذه البرامج، في حين نجد نسبة معتبرة من الصحفيين الغير راضين وهذا راجع للضمير المهني لكلّ صحفي داخل المؤسسة الواحدة وكذا الخبرة المهنيّة.

الجدول رقم (22): علاقة متغير الانتماء المهني بمواكبة الإذاعات التّقليديّة لعصر الرّقمنة في طرحها للمواضيع التنمويّة

	الخيارات				المجموع	
متغيّر الانتماء المهنيّ	نعم		لا			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النّسبة%
إذاعة	14	%46.7	11	%36.7	25	%83.3
صحافة مكتوبة	2	%6.7	3	%10	5	%16.7
المجموع	16	%53.3	14	%46.7	30	%100

يتضح من خلال الجدول أن نسبة المستجوبين في المتغير الإذاعة أجابوا بنعم بنسبة 46.7% و 36.7% أجابوا لا، في حين نجد متغير الصحافة المكتوبة المبحوثين أجابوا فيه بنعم بنسبة 6.7% و10% اختاروا الإجابة لا.

نلاحظ هنا أنّ النسبة الغالبة لإجابة متغير الإذاعة هي نعم وهذا ما يفسر على أنه لا يمكن للصحفي أن يطعن في مؤسسته وأنه يمشي وفق ما تُحدّده له، وهنا يتضح لنا أن الصحفي مقيد وليس حرّ تضبطه قوانين وضوابط لا يمكنه الخروج عنها ولهذا نجد صحفيي الإذاعة لن يُجيبوا بموضوعية

كقائمين بالاتصال داخل المؤسسة، ولكن صحفيي الصحافة المكتوبة نجدهم أجابوا بموضوعية لأنّ الموضوع ليس في حيز الكتابة وأجابوا باعتبارهم جمهور.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

1. الكشف أن معظم صحفيي ولاية بسكرة لديهم خبرة في المجال الاجتماعي لكن يحتاجون خبرة أكثر في المجال التنموي.
2. من خلال توزيعنا الإحصائي؛ استنتجنا أن صحفيي الصحافة المكتوبة يَعتبرون الإذاعة مصدر في مواضيع التنمية، وهذا ما توصلنا إليه في النسب.
3. قلة اهتمام عينة صحفيي بسكرة بمتابعة مختلف البرامج الاجتماعية ذات الطابع التنموي لاكتساب خبرة أكثر في هذا المجال.
4. اكتشفنا من خلال النسب المتوصل لها ان معظم الصحفيين غير راضين بمحتوى البرامج الاجتماعية التنموية.
5. من خلال توزيعنا لاستمارة الاستبيان والنتائج المتوصل لها نستنتج أن ضرورة إضفاء عنصر النقاش بعد وأثناء سير الحصة، لتنمية العين الناقدة من أجل التغيير أو الإضافة، هذا في إطار التحسين والمتابعة لمثل هذه البرامج التي تهم المواطن وتعتبر حلقة وصل بينه وبين المسؤول.
6. الاهتمام برسائل المستمعين أكثر ورفع مشاكلهم للمسؤولين المحليين ونقل الرد عليهم بأسرع وقت وعلى المباشر، لكي تكون مصداقية لهاته البرامج وتخلق الثقة بينها وبين المواطن، وكذا تأدية وظيفتها التنموية والخدمة العمومية على أكمل وجه.
7. ضرورة التجديد المستمر لمختلف المشاكل التي يعيشها المجتمع البسكري بدلا من تكرار نفس المواضيع.
8. تطوير أسلوب تقديم البرامج الاجتماعية التنموية وفق ما يتماشى مع العصر والتطور التكنولوجي.
9. أغلبية البرامج في الإذاعات المحلية وخاصة بسكرة مسجلة، لكن من خلال توزيعنا لاستمارة الاستبيان وقعت إجابة غالبية الصحفيين على أنهم يُفضلون البرامج المباشرة، في حين نجد أغلبية البرامج التنموية مسجلة هذا ما يفسر أن الصحفي مقيد ولا يملك القدرة

الكاملة في إدارة البرامج الاجتماعية التّنموية على المباشر، وهذا حسب إجابة غالبيّة المبحوثين.

10. لا توجد أهمية بالإذاعات الالكترونية من قبل صحفيي ولاية بسكرة.

خاتمة:

نظرًا لأهمية الإذاعة المحلية والعمل فيها ليس بالأمر الهين، قمنا بهذه الدراسة للوقوف على مختلف رؤى صحفيي ولاية بسكرة حول البرامج الإذاعية التنموية، وكذا لنُبين مدى الجهد الذي يحمله العمل الإعلامي خاصة من قبل الصحفي.

إن التطور التكنولوجي الذي آل إليه عصرنا نتج عنه ما يسمى بالنشطاء الذين أصبحوا ينافسون الصحفيين من ناحية المهنية، هذا ما يشكل تفاوت بين الإذاعات التقليدية والإذاعات الإلكترونية، مما يتوجب على الصحفيين بناء نظرة ورؤية مستقبلية جديدة خاصة في البرامج التنموية التي لها دور كبير في تغيير ذهنية المواطن وبناء ثقة في إعلامه المحلي. ولهذا يتوجب على صحفيي ولاية بسكرة تدعيم وتعزيز علاقات التعاون والإفادة والاستفادة من بعض النشطاء على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساعدهم أكثر في التوغل داخل المجتمع ومعرفة ذهنية المواطنين وفهمها لكي يتسنى للصحفي الدفاع عنها بأريحية، هذا يجعل الإذاعة المحلية منبر إعلامي متميز يواكب أي تطور ما يخلق مكانة جديدة لهاته البرامج في إذاعة بسكرة ويجعلها وسيلة إعلامية حديثة بمضمونها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- **الكُتب:**

1. إحدادن زهير، **مدخل لعُلوم الإعلام والاتّصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007.
2. انجرس موريس، **منهجية البحث العلمي في العلوم** الانسانية، دار القصبة للنشر والتوزيع الجزائر، 2004.
3. حجاب محمد منير، **الإعلام والتنمية الشاملة** ،دار الفجر ،ط2، 2000، مصر.
4. الزيدي عبد الهادي محمود، **المسؤوليّة الإعلاميّة**، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن 2015.
5. سيد أحمد طارق، **الإعلام المحلّي وقضايا المُجتمع**، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2004.
6. شكري عبد المجيد، **الإذاعات المحلية لغة العصر**، د.ط، دار الفكر العربي، مصر، 1987.
7. شُكري عبد المجيد، **الاتصال الإعلامي والتنمية: آفاق المُستقبل وتحدّيات القرن الجديد** ط1 العربي للنشر، مصر، 1990.
8. الشهاوي ناجي، **الاعلام وتنمية المجتمع المحلي**، دار العلم والايمان، ط1، مصر.
9. عبد الرحمان عواطف، **الصّحافة العربية في الجزائر**، المؤسّسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1985.
10. عبيدات محمد وآخرون، **منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط2، دار وائل للطاعة والنشر الاردن، 1999.
11. مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

- **المذكّرات والدراسات:**

12. جودي مسعودة، **تجربة الإعلام المحلّي في الجزائر (الإذاعات المحليّة أنموذجًا)**: مذكّرة ماجستير في عُلوم الإعلام والاتّصال، جامعة الجزائر ،2002- 2003.

13. رزاقي عبد العالي وآخرون، **دور الإذاعات المحليّة والإقليميّة في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي**: الجزائر والسودان ومصر مثالًا، سلسلة بحوث ودراسات إذاعيّة (72)، اتحاد إذاعات الدول العربيّة، تونس، 2012.

14. لبنى سويقات، **الإعلام المحلي وأبعاده التنموية (إذاعة ورقلة أنموذجًا)**: مذكّرة ماجستير في عُلوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران ،2009-2010.

- **المجلّات:**

15. بومعيزة السّعيد، **مفهوم الخدمة العامّة والصّحافة المكتوبة**، المجلة الجزائرية للاتصال ،العدد 8، الجزائر، 1992.

16. الزّرن جمال، **تلفزيون الخدمة العامّة والديمقراطية: أية علاقة؟**، مجلة الإذاعات العربية، تونس.

- **القوانين والمراسيم:**

17. **الجريدة الرّسمية**، العدد 19، 09 شوّال

18. **الجريدة الرسميّة**، عدد 02 السنة 49، 2012.

- **المواقع الالكترونية:**

19. الأكاديميّة البريطانية العربية للتعليم العالي: https://www.abahe.uk/abahe-enc/156-، تاريخ الزّيارة: الأحد 02 جوان 2019 السّاعة 01:18.

- **المقابلات:**

20. **مقابلة مع عادل شكالبي**، مسؤوول برمجة بإذاعة بسكرة، 11 مارس 2019 بمقر إذاعة بسكرة الساعة 10:00

21. **مقابلة مع توفيق قاسم**، رئيس قسم الأخبار بإذاعة بسكرة، 13 مارس 2019 بمقر إذاعة بسكرة الساعة 09:40

الفهرس

فهرس المحتويات

العُنوان	الصّفحة
مُقدّمة	أ

الإطار المنهجي للدّراسة:

1. إشكالية الدراسة 03
2. مفاهيم الدّراسة 04
3. مجتمع البحث والعينة 06
4. أداة الدراسة 06
5. منهج الدّراسة 08
6. النظرية المفسرة للدراسة 08

الإطار النّظري للدّراسة:

المبحث الأوّل: الإعلام المحلي ودوره في التنمية

المطلب الأوّل: الإذاعة المحلية في ظل الإعلام المحلّي

1. نشأة الإعلام المحلي في الجزائر 11
2. الإعلام المحلي والمفاهيم المشابهة 12
3. سمات الإعلام المحلّي 14
4. علاقة الإذاعة المحلية بالإعلام المحلي 15

المطلب الثّاني: قضايا المجتمع المحلي في الجزائر 16

- الديمقراطيّة 14
- من الوئام الوطني إلى المصالحة الوطنيّة..... 18
- التّنمية..... 19

المطلب الثّالث: دور الإذاعة المحليّة في تنمية المجتمع المحل..... 19

المبحث الثّاني: التّأطير القانوني للخدمة العمومية في الإذاعة المحليّة

المطلب الاوّل: توظيف الإذاعة للخدمة العُمومية..... 22

المطلب الثّاني: الخدمة العُمومية في الإذاعة 24

المطلب الثّالث: نبذة عن إذاعة بسكرة..... 26

1. تعريفها
2. تطوّرها

الإطار التّطبيقي للدّراسة:

أولا: عرض وتفسير البيانات الإحصائية 29

ثانيًا: نتائج الدّراسة 49

خاتمة ..... ج

قائمة المراجع..... 52

فهرس المُحتويات 54

فهرس الجداول والأشكال 56

الملاحق

فهرس الأشكال والجداول

الجداول		
رقم الجدول	عنوان الجدول	الصّفحة
1	توزيع ونسب أفراد العيّنة حسب متغيّر الخبرة المهنية	29
2	توزيع ونسب أفراد العيّنة حسب متغيّر الانتماء المهني	30
3	متابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة	31
4	أماكن مُتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة	32
5	التّفاعليّة خلال البرامج المُباشرة	32
6	مع من تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعية	33
7	تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة بواسطة	34
8	تأديّة الإذاعات للوظيفة التّنمويّة من خلال برامجها الاجتماعيّة	35
9	يمثل تأديّة البرامج المسجلة لدورها التّنموي	36
10	مواكبة الإذاعات التّقليديّة لعصر الرّقمنة في طرحها للمواضيع التنمويّة	36
11	تلقّي الإذاعات الالكترونيّة دعما من طرف السلطة	37
12	علاقة متغير الخبرة المهنية بمتابعة البرامج الاجتماعية التنموية الاذاعية	37
13	علاقة متغير الخبرة المهنية بأماكن متابعة البرامج الاجتماعية	38
14	علاقة متغير الخبرة المهنية بالتفاعلية خلال البرامج المباشرة	39
15	علاقة متغير الخبرة المهنية بمتابعة البرامج الاجتماعية التنموية الاذاعية مع	40

16	علاقة متغير الخبرة المهنية بتأدية الإذاعات والبرامج المسجلة للوظيفة التنموية من خلال برامجها الاجتماعية	41
17	علاقة متغير الخبرة المهنية بمواكبة الاذاعات التقليدية لعصر الرقمنة في طرحها للمواضيع التنموية	43
18	علاقة متغير الانتماء المهني بمتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة	44
19	علاقة متغير الانتماء المهني بأماكن مُتابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة	45
20	علاقة متغير الانتماء المهني بالتّفاعليّة خلال البرامج المُباشرة	46
21	علاقة متغير الانتماء المهني بتأديّة الإذاعات للوظيفة التّنمويّة من خلال برامجها الاجتماعيّة	46
22	علاقة متغير الانتماء المهني بمواكبة الإذاعات التّقليديّة لعصر الرّقمنة في طرحها للمواضيع التنمويّة	47

الأشكال

رقم الشّكل	العنوان	الصّفحة
1	رسم بياني يُمثّل الإجابات حسب مُتغيّر الخبرة المهنيّة	29
2	رسم بياني يُمثّل الإجابات حسب مُتغيّر الانتماء المهني	30
3	رسم بياني يمثل نِسب حسب مفردات العيّنة متابعة البرامج الاجتماعيّة	31
4	رسم بياني يمثل نسب مع من تتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعية	33
5	رسم بياني يمثل نسب متابعة البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة بواسطة حسب الوسيط	34

الملاحق

وزارة التّعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمّد خيضر –بسكرة–

كليّة العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة

قسم العلوم الإنسانيّة

شعبة علوم الإعلام والاتّصال

تخصّص إذاعة وتلفزيون

استمارة استبيان بعُنوان:

آراء الصحفيين حول البرامج الاجتماعية ودورها في التنمية

دراسة مسحية على عيّنة من صحفيي ولاية بسكرة

إعداد الطّالبة: إشراف:

دارين رماضنة أ/ بشير الدين مرغاد

أخي المبحوث، إنّ المعلومات الّتي تتفضّل بتقديمها في إجابتك على الأسئلة الخاصّة بهذا الاستبيان هي معلومات تدخل في إطار إنجاز بحث علمي، لذا نرجو الإجابة بكلّ موضوعيّة؛ علما أنّها ستكون في أتمّ السريّة، وشُكرًا.

مُلاحظة: ضع العلامة (×) في الخانة أو الخانات الّتي تراها مناسبة، مع الحرص على الإجابة لجميع الأسئلة.

الموسم الدّراسي:

2019/2018

- **البيانات الشّخصيّة.**

1. الخبرة المهنيّة:

أقل من خمس سنوات ☐ خمس سنوات فأكثر ☐

2. الانتماء المهني:

إذاعة تقليديّة ☐ إذاعة إلكترونيّة ☐

- **المحور الأوّل: اهتمام ومتابعة الصحفيين للبرامج الإذاعيّة.**

1. هل تُتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة؟

دائمًا ☐ غالبًا ☐ أحيانًا ☐

2. عند سماعك ومُتابعتك للبرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة أين يكون مكان تواجدك؟

السيارة ☐ المقهى ☐

البيت ☐ مكان العمل ☐

أخرى.....

3. خلال البرامج الاجتماعيّة المُباشرة، هل تقوم بالتفاعل وطرح آرائك؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم، ماهي المواضيع الّتي تُشارك فيها؟

.....

.....

4. مُتابعتك للبرامج الاجتماعيّة تكون:

بمفردك ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء ☐

أخرى .....

5. هل تُتابع البرامج الاجتماعيّة الإذاعيّة عبر:

الرّاديو ☐ الهاتف الذّكي ☐

- **المحور الثّاني: رُؤية الصحفيين للبرامج الاجتماعيّة ذات الطّابع التنموي.**

6. حسب رأيك، هل تُؤدّي الإذاعات الوظيفة التّنمويّة من خلال برامجها الاجتماعيّة؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم، ماهي صيغة البرامج الّتي تساهم في تأديّة الوظيفة التّنمويّة؟

البرامج المُباشرة ☐ البرامج المُسجّلة ☐

7. حسب اعتقادك كصحفيّ، هل تؤدي البرامج المسجّلة دورها التّنموي على أكمل وجه؟

نعم ☐ لا ☐

برّر إجابتك.....

.....

8. هل ترى أنّ الإذاعة التّقليديّة مُواكبة لعصر الرقمنة في طرحها للمواضيع التنمويّة؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم، ماهي التّوصيات الّتي تقترحها لمواكبة هذا التّطوّر؟

.....

.....

- **المحور الثّالث: تقييم الصحفيين لمختلف البرامج الاجتماعيّة التنمويّة.**

9. ماهو رأيك تجاه الإذاعات الإلكترونية في طرحها للبرامج الاجتماعيّة؟

.....

.....

10. نظرا لنشاط الإذاعات الإلكترونيّة، هل تلقّت دعما من قبل السّلطة؟

نعم ☐ لا ☐

11. ما تقييمك للبرامج الإذاعيّة الاجتماعية الّتي تُقدّمها مختلف الإذاعات؟

.....

.....

12. ما هي الاقتراحات الّتي تُقدّمها لمُعدّي البرامج الإذاعيّة التّنمويّة؟

.....

.....