

القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية و واقع الخدمة الاجتماعية دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم المحلية

الأستاذ: د. بداني فواد¹

مقدمة:

لقد شهد هذا القرن تطورات على مستوى الاتصالات و وسائل نشر المعلومات و الأخبار، و هذا باختراع الراديو و التلفزيون، والحاسبات الإلكترونية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات والانترنت...و غيرها من وسائل الاتصال والإعلام و لقد أحدثت هذه الوسائل الكثير من التغيير الشامل في الحياة اليومية و النشاط البشري حيث ظهرت أنماط جديدة من الاتصال البشري التقني السريع واللامحدود والمكثف ، الأمر الذي استدعى دراسة هذه الآثار التي أحدثتها هذه الوسائل وهذا من خلال الكشف عن مهنة الإعلام الإذاعي و مدى أهمية المعلومات و الأخبار في حياة الناس والمجتمع المحلي أين أصبحت المعلومة في مجال الأخبار سلاح يستغل في الكثير من المواقف و الوضعيات ، فهذا المقال في حقيقة الأمر هو دراسة ميدانية حول الإذاعة الجزائرية -إذاعة مستغانم المحلية أنموذجا- و اعتمدنا فيها على منهج تحليل المحتوى ، كون الدراسة تحاول أن تستنتج علاقة القيم الإخبارية بالقيم الاجتماعية للمجتمع المحلي المستغانمي و هذا بالإجابة على الأسئلة التالية: ما هي القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية لإذاعة-مستغانم-و ما العوامل التي تؤثر في تحديدها؟ وهل تتوافق و قيم المجتمع المحلي ؟ و لقد استمعنا إلى العديد من النشرات الإخبارية وقد اخترنا النشرات الإخبارية المفصلة وليس المختصرات كون المفصلة يمكن استخلاص منها علاقة القيم الإخبارية بالقيم الاجتماعية و آليات الخدمة و بلغ عدد النشرات اثنان و تسعون(92) نشرة لثلاثة أشهر: جويلية، أوت وسبتمبر 2014م بحيث اخترنا لكل يوم نشرة الـ12:00 منتصف النهار بعدما تأكدنا من أن الجمهور يتابع النشرات في هذا الوقت كما أكد لنا الصحفيون أن هذا الموعد الإخباري الأكثر تفصيلا و الأكثر تأثيرا في المستمعين، لذا اخترنا هذه النشرة المفصلة و التي في الغالب لا تتعدى مدة ثلاثون(30) دقيقة و بنسبة تقديرية للتمثيل الحقيقي لهذه العينة اخترنا ثلاثون (30) نشرة مفصلة و قمنا بالاستماع إليها العديد من المرات وطبقنا عليها تحليل المضمون وفق منظور " Gerbner " .

هذا كتمهيد و باقي العناصر هي عبارة عن عناوين فرعية توضح الأبعاد النظرية والمنهجية للدراسة مع استخلاص النتائج و تحليلها ، لنختم بعد ذلك بخاتمة حول الموضوع .

1- ماهية القيمة الإخبارية: تُعرّف القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي ، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة

¹أستاذ محاضر (ب) بجامعة سعيدة - الجزائر-

بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم.

وهذه المعايير تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام و كمانها من أصعب معاني البنيات في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله من معان إيديولوجية وذهنية أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية و القيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام ، إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة ، نظرية أو نفعية ، فكرية أو إيديولوجية أو دينية و يقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستُنقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تتبع من طبيعتها¹.

2- عناصر القيم الإخبارية أما عناصر القيم الإخبارية هي الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد هذه العناصر (الخصائص)، وهناك اجتهادات حول عدد عناصر الخبر، فذهب البعض إلى أن عدد عناصر الخبر خمسة وهي: التوقيت، القرب، الحجم أو الضخامة، الأهمية والفائدة أو المصلحة الشخصية، فيما ذهب بعض آخر إلى أن عددها ثلاثة: الأهمية، القرب والشهرة، وقال آخرون أن عدد عناصر الخبر أربعة عشر عنصرا. فيما ذهب فريق رابع إلى أن عددها عشرون عنصرا ، و رغم تعدد الاتجاهات والاجتهادات إلا أن اتفاقا حول العناصر الأساسية للخبر يفرض نفسه على الجميع، ويمكن القول أن العناصر الأساسية للخبر هي:

2-1- الجدة أو الحالية: "فلا بد أن يكون الخبر جديدا ... " أن يكون مجاريا للأحداث وبأسرع وقت ممكن ويحتفظ الخبر بقيمته مادام غير معروف ولم يسبق نشره أو إذاعته، ولهذا تتنافس وسائل الإعلام على النشر فور وقوع الحدث لتحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي²، لكن هذه الجدة لا تعني عدم أهمية أحداث وقعت منذ أوقات بعيدة، فما زالت أخبار الحرب الإسرائيلية الأخيرة على قطاع غزة (ديسمبر 2008م، يناير 2009م) تتداول من وسائل الأعلام كلما تكشفت بعض أسرارها أو اعترف جنود إسرائيليون شاركوا فيها بارتكاب جرائم قتل متعمد لمدنيين أو تأكدت بالوثائق وقائع استخدام الجيش الإسرائيلي لمادة الفسفور الأبيض و كذا الحال حول الغزو الأمريكي للعراق عام 2003 م، واستخدام الإدارة الأمريكية السابقة لذرائع امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل، و كلما نشرت مذكرات لشخصيات لعبت أدوارا هامة في أحداث أو حروب، وكلما نشرت وثائق جديدة حول أحداث قديمة، كلما عادت أخبار "قديمة" إلى واجهة الإعلام مثلها مثل أية أخبار تمتلك شرط الجدة والحالية³.

1- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة ط1 2005م ، ص 73 .

2- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي ، مرجع سبق ذكره، ص 75 .

3- مذكور مرعى ، الصحافة الإخبارية ، دار الشروق، القاهرة، ط1، ب س ، ص40.

2-2- الصراع:- و تتجسد في أخبار الحروب و الثورات والكوارث و الأزمات والحروب الأهلية والانتخابات السياسية، وفي هذه الحالات تغطي تلك الإخبار وتطوراتها السياسية والميدانية على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كما تحتل الصفحات الأولى في كل صحف العالم لأهميتها وجدتها وانتشار اهتمام أوساط الرأي العام في منطقة وقوعها وفي العالم بوقائعها¹.

2-3- الضخامة: - وهذا العنصر مرتبط بضخامة عدد الناس المهتمين أو المتأثرين بذلك الحدث، بغض النظر عن مكان وقوع الحدث، فالأزمة المالية التي تعصف بالعالم تهم معظم سكان الأرض و تأخير صرف الرواتب في بلد ما يهم أوساط الموظفين و التجار ومعظم أوساط المجتمع- - وسقوط عدد كبير من الضحايا في حرب أو كارثة طبيعية كالزلازل فيهم أعدادا ضخمة من الناس وهكذا...².

2-4- الشهرة:- و يعني أن يكون الخبر متعلقا بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني فموت رئيس أو ملك، أو موت فنان كبير الشهرة، أو موت لاعب كرة قدم مشهور جدا أخبار تشد اهتمام كبيرا جدا³.

2-5- التشويق والإثارة: و إذا ما توفر عنصر الإثارة أو التشويق في خبر ما، فإن التفاصيل المتلاحقة لذلك الخبر تضمن له الاستمرار لأيام أو أسابيع أو أكثر شرط أن يكون هناك جديدا في كل مرة كضمانة لشد انتباه أعداد كبيرة من القراء⁴.

2-6- 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 مضمونا، مثلا : مشهد طفلة فلسطينية- وهي تجري بين جنث أفراد أسرتها الشهداء على شاطئ -بيت لاهيا- هي من اهتمامات إنسانية لكل الفلسطينيين والعرب وأوساط الرأي العام العالمي⁵.

2-7- المكانية : - كلما كان مكان وقوع الحدث اقرب، كلما كان للناس في مكان وقوعه والقريبين منه اهتمامات اكبر فقد كانت متابعات الناس في قطاع غزة لأخبار الحرب الإسرائيلية على القطاع اكبر كثيرا من اهتمامات أوساط الرأي العام العربي والدولي فمكان وقوع الحدث يحدد درجة أهميته لدى الناس وينطبق هذا على الحروب والكوارث ولا يمكن مساواة اهتمامات الناس في اندونيسيا

1- المرجع نفسه ، ص44 .

2 - سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي ، مرجع سبق ذكره ، ص76 .

3- سعيد ربيع عبد الجواد ، مرجع سبق ذكره ، ص77.

4- مذكور مرعى ، الصحافة الإخبارية، مرجع سبق ذكره، ص45.

5- سعيد ربيع عبد الجواد ، مرجع سبق ذكره ، ص76 .

بأخبار تسونا مي باهتمامات الناس في باكستان بذات الحدث مع أن الناس في كل من باكستان واندونيسيا مسلمون¹.

2-8- الغرابة: كل ما هو غير عادي وغريب في الأحداث يعتبر خبرا جديدا، فإنجاب سيدة في الخمسين لطفل طبيعي خبر جديد، وزواج شيخ في الثمانين من فتاة في العشرين خبر جديد وإنجاب سيدة لثمانية أطفال خبر جديد².

2-9- 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 عموما³.

2-10- التوقع: أحد جوانب أهمية الخبر الصحفي تكمن في مدى إثارته من توقع لاحتمالات 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 الزيادات⁴.

2-11- الصدق أو الصحة: لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته، فصحة الخبر شرط لازم لنشره ومن المعيب نشر خبر لم تتأكد الصحف من صحته، وإذا ما تم تكذيب الخبر فان هذا التكذيب يضر بسمعة ومكانة الصحيفة ولا يفيد اعتذار أو تصويب الصحيفة للخبر الكاذب من حجم الأضرار التي إصابتها لنشرها خبرا كاذبا⁵.

2-12- الدقة والموضوعية:

هي تعني نشر الحقيقية الكاملة للحدث دونما حذف يضر بالسياق أو يغير المعنى و إذا كان الإهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر أسباب لنقص 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 الصحيفة⁶-

-و المبدأ الذهبي الذي يحكم العمل الصحفي هو المبدأ القائل: للصحيفة الحق في كتابة ونشر رأي مختلف ولا حق لها التلاعب بخبر يتعلق بمن تختلف معهم تلك الصحيفة فامتناع صحيفة عن نشر

1- مذكور مرعى ، الصحافة الإخبارية، مرجع سبق ذكره،ص42.

2- مرعى مذكور، الصحافة الإخبارية ، مرجع سبق ذكره ، ص 46 .

3- المرجع نفسه، ص 47 .

4- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي ، مرجع سبق ذكره ،ص 77 .

5- المرجع نفسه، ص 78 .

6- المرجع نفسه، ص 79.

خبر يتعارض مع سياستها لا يقلل من قيمة ذلك الخبر ولا يمنع وسائل الإعلام الأخرى من نشر ذلك الخبر.

3- مفاهيم الإذاعة : بعدما فصلنا في القيم الإخبارية، و أهم عناصرها تأتي في هذا العنصر إلى فهم العمل الإخباري الإذاعي من خلال معرفة ماهية الإذاعة ، و معنى الخبر الإذاعي، كل ذلك بصفة مختصرة لكي تتضح العلاقة بين القيم الإخبارية و الاجتماعية في نتائج تحليل محتوى النشرات الإخبارية ، فمن خلال عديد المصادر و المراجع استنتجنا المفاهيم الآتي ذكرها :

3-1- الإذاعة : إن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار و المعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم و القدرات التقنية في مساحة و سرعة البث و حتى في جودة الصوت¹ ، ويقال أن المذيع هو الذي لا يكتم السر ، كما يعرفها "الدكتور إبراهيم إمام" بأنها الانتشار المنظم و المقصود لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم²، كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار والمتقنين ، و الإذاعة المقصودة هنا هي الإذاعة المحلية التي تبث أخبارها في منطقة جغرافية محدودة و تمتاز بالمحلية كونها توجه للمجتمعات المحلية بهدف تحقيق الاتصال الجوّاري و تقريب وسائل الاتصال من السكان و المجتمعات التي تتواجد خارج المدن بهدف التحديث حسب نظرية التنمية ل«ولبارم شرام».

3-2- الخبر الإذاعي: هو حدث يؤثر في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أو غيرها على نحو معين والخبر من خلال اطلعنا على العديد من التعريفات استنتجنا أنه تقرير عن حدث جديد يؤثر في حياة عدد كبير من الناس، ويقدم بطريقة مفهومة لديهم و الخبر المقصود هنا هو الخبر المسموع الذي يحرر في النشرات و يبث في الإذاعة³.

4- الخدمة العمومية بالإذاعة الجزائرية من خلال التشريع الجزائري:- لقد أكدت مختلف التشريعات المتعلقة بقطاع السمع في الجزائر على ضرورة تطبيق مبدأ الخدمة العمومية في الإذاعة الجزائرية على غرار وسائل الإعلام الأخرى ، فمن خلال ما تم التأكيد عليه ضمن دفتر الشروط من مهام منوطة بمؤسسة الإذاعة والتي تصب معظمها في إطار أداء الخدمة العمومية، فقد نصت المادة (3) من دفتر الشروط : "يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين، و ذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية"، واحتوى المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في أول يوليو 1986م المتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية، في مادته (04) ما يلي: "تتولى المؤسسة الخدمة

1 - حسن عماد مكوي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية ، مصر ، 1989م ، ص 29 .

2 - إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979م ، ص 12 .

3- المرجع نفسه ، ص 13 .

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 أبريل 1991م: "تخضع المؤسسة العامة للإذاعة المسموعة للالتزامات الاستمرارية وتكييف الخدمة عمومية ضمن الشروط و الكيفيات المحددة في دفتر الشروط العامة¹.

- و في سياق محتوى هذه المادة تسهر الدولة على توفير الوسائل الضرورية والشروط الملائمة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة لكي تقوم بالتنفيذ الداخلي للمهمة الموكلة إليها. وذلك قصد ضمان استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي السمعى"².

- كما تنص المادة 03 من نفس المرسوم " يتعين على المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن تقوم بنفسها بالخدمة العمومية، ولا يعطى هذا الواجب إمكانية لجوئها تحت مسؤوليتها إلى ممولين خارجيين، جزائريين كانوا أو أجنب، على أن تحتفظ المؤسسة بالتحكم الكامل بمهمتها".

- أما مراقبة البث فيتم في الأستوديو وذلك بالتناوب خلال 24/24 ساعة رفقة التقنيين من

خلال:

- تسليم ورقة البرنامج اليومي.

- تحضير ورقة البرنامج للمراقبة والتي تذكر فيها كل الأمور المتعلقة ببث البرامج بدقة.

- تقديم تقرير المراقبة الذي يبين الإحصاء الزمني للبرامج المنبثة.

- تنفيذ البرنامج الفعلي المعد من طرف دائرة البرمجة في وقته باحترام المدة الزمنية لكل

برنامج.

- السهر على بث الإشهارات في الوقت المحدد لها³.

و قبل التطرق لنتائج تحليل محتوى النشرات الإخبارية ، سنعرج على توضيح كيفية الاستعانة بمنهج تحليل المحتوى ، و أهم وحدات التحليل بحيث قمنا بتحليل محتوى النشرات الإخبارية التي بثتها الإذاعة المحلية "محطة مستغانم"، ففي البداية اخترنا منها المواعيد الإخبارية و النشرات الإخبارية المحلية و الوطنية ثم ركزنا فقط على النشرات الإخبارية المفصلة و التي طبّقنا عليها منهج تحليل المحتوى لمعرفة أهم القيم التي احتوت عليها هذه النشرات الإذاعية، و يعتبر " تحليل المضمون من أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم موضوع وطبيعة الرسائل الإعلامية للصحف، الإذاعة و التلفزيون و يرى 1985 «Wurtzelم» أن بحوث الاتصال الجماهيري السابقة تكشف عن فئات الدراسة التي استخدمت أسلوب

1- الجمهورية الجزائرية المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 1991م الجريدة الرسمية ، ص 15 .

2- فريح رشيد ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة القناة الأولى ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال الجزائر سنة 2009م، (غير منشورة)، ص 125 .

3- فريح رشيد ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، مرجع سبق ذكره ، ص 126 .

تحليل المضمون في السنوات الأخيرة ومع ذلك يعد تحليل المحتوى من أكثر الأساليب البحثية التي قد يساء استخدامها ويساء فهمها .

5- تحليل المحتوى كمنهج للدراسة :

- و تحليل المضمون على الرغم من حداثة في الدراسات العربية وقلته في الدراسات الجزائرية وخاصة ندرته فيما يتعلق بتحليل مضمون الأخبار الإذاعية فانه يقوم على مداخل متعددة¹ و لقد صُنفت دراسة « جورج جربنر - George Gerbner » نظاما أطلق عليه نظام جربنر « Gerbner system » يقترح فيه تحليل الأخبار وفقا لعدد من الأسئلة الرئيسية التي إلى استخلاص التقارير الضرورية لفهم محتويات النشرات من خلال المداخل الأساسية لدراسة الأخبار و هي :

أ- مداخل التحليل:

1- مدخل تحليل الانتباه « Attention Analysis » :

يجيب هذا المدخل على تساؤل ما هي الأخبار التي تقدمها الخدمة الإذاعية والدراسات التي تتناول نوعية الأخبار التي تقدمها الإذاعات، ومعدل ترددها وتوزيعها في نشرات الأخبار .

2- مدخل تحليل الأخبار الأكثر أهمية « Emphases Analyses » :

ويجيب على تساؤل ما هي الأخبار الأكثر أهمية للقائم بالاتصال ؟ وتهدف هذه الدراسات إلى عزل الجوانب الهامة في نظام الرسائل والتأكيد عليها في التحليل .

3- مدخل تحليل اتجاه الأخبار Tendency Analyses :

ويجيب على تساؤل ما هو الصحيح والايجابي ، what is right و تهدف هذه الدراسات إلى التعرف على الاتجاهات السلبية والايجابية في الأخبار .

4- مدخل التحليل البنائي Structural Analysis :

و يبحث في علاقة الأخبار بالمتغيرات في النظام الأشمل، أي يهتم بشرح علاقة الارتباط بين أجزاء الرسائل في المحتوى الإخباري، وبين بناء النظام الإذاعي وما يتم إذاعته و من أهم الباحثين الذين اهتموا بهذا المدخل نجد: Ganz 1979 م، Altheid 1976 م، Epstein 1973 م ، و حاولت الدراسة - نظرا لندرة الدراسات السابقة في بلادنا وحداثتها- أن تلم بهذه المداخل³.

ب- وحدات التحليل:

1- وحدة الزمن: تمكننا هذه الوحدة من معرفة المساحة الزمنية لكل خبر لتظهر أهمية

الخبر الأطول مساحة ، كما اعتمدنا زمن الدقيقة (01 د) كوحدة قياس زمنية .

¹-حسن مكايي عماد:مداخل تحليل الأخبار الإذاعية-مجلة بحوث الاتصال،العدد السابع يوليو1992م،القاهرة،ص15.

² - سيد أحمد غريب:تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989م ، ص 151 .

³- حسن مكايي عماد ،مداخل تحليل الأخبار الإذاعية، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .

2- وحدة الكلمة: لاستخلاص القيم الإخبارية اعتمدنا على وحدة الكلمة بقياس تكرارها و استنتاج المجال و المدخل الذي تعبر عنه .

3- وحدة الفكرة(الموضوع): تعتمد هذه الوحدة على مقدرة الباحث في استنتاج تكرار الفكرة من خلال الفقرات و العبارات سواء المسموعة أم المكتوبة، لاستنتاج أهم القيم الطاغية على أخبار الإذاعة. ج- فئات التحليل هي:

- 1- فئة طول الخبر في النشرة .
- 2- فئة عناوين النشرة و مجالاتها .
- 3- فئة المجال الجغرافي لموضوعات النشرة .
- 4- فئة موضوعات أخبار النشرة.
- 5- فئة النوع الصحفي لموضوعات النشرة .
- 6- فئة اتجاه المعالجة : اتجاه إيجابي /اتجاه سلبي .
- 7- فئة شخصيات أحداث الأخبار .
- 8- فئة شكل تقديم الأخبار .
- 6- القيم الإخبارية في محتوى النشرات .

الدراسة التحليلية للنشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم خلال ثلاثة أشهر من سنة 2014م و هي(جويلية، أوت و سبتمبر 2014م) فتحصلنا على(92) نشرة إخبارية كوننا اخترنا نشرة ال12:00 لمنصف النهار و هي النشرة التي تقوم بإعدادها الإذاعة المحلية إذاعة مستغانم- و من ثمة تربط الاتصال بالإذاعة الوطنية على الساعة ال13:00 ظهرا لبث الأخبار من القناة الوطنية الأولى و اخترنا فقط ثلاثون(30)منها للتحليل بمعدل عشر(10) نشرات لكل شهر بطريقة عمدية بنسبة تمثيل تعادل30% بعدما استمعنا إلى كل هذه النشرات و قمنا بكتابتها للعودة إليها أثناء التحليل، و كما فصلنا في الإطار المنهجي عن عينة النشرات المختارة لتحليلها و استنتاج القيم الإخبارية الواردة فيها من خلال تطبيق أداة تحليل المحتوى بخلفية " جيربندر Gerbner" القائمة على وحدات التحليل المعروفة من وحدة المساحة الزمنية و وحدة الموضوع و المجالات الجغرافية و المعرفية للموضوعات ، كما اعتمدنا على التكرار و النسبة المئوية في القياس الأمر الذي يسمح بتحويل الأفكار إلى أرقام و إحصائيات تساعد على تأكيد نتائج الدراسة الوصفية التحليلية المتعلقة بالصحفيين العاملين بقسم الأخبار لإذاعة مستغانم و أهم القيم الإخبارية الواردة بالنشرات و كذا مطابقتها و مقارنتها مع نتائج دراسة جمهور أخبار الإذاعة المحلية " مستغانم".

6-1- تحليل النشرات الإخبارية .

6-1-1- متوسط طول زمن نشرات الأخبار لثلاث أشهر :

الجدول رقم (01) متوسط طول زمن النشرة(وحدة الزمن) لثلاث أشهر/

متوسط زمن النشرات.ث/د	زمن عرض النشرات.ث/د	عدد النشرات	متوسط زمن النشرات.ث/د
17.50	177.97	10	17.50

16.65	169	10	أوت
17.90	174.71	10	جويلية
52.05	521.68	30	سبتمبر

- من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الزمن الكلي للنشرات محل التحليل و الدراسة هو 521.68 أي خمسمائة و واحد و عشرون دقيقة و ثمانية و ستون ثانية لثلاث أشهر (جويلية، أوت و سبتمبر من عام 2014)، و بعد تحليل كل النشرات و قياس زمنها استنتجنا متوسط زمن النشرات لكل شهر ففي شهر جويلية كان متوسط زمن النشرة الواحدة هو: 17.50 ث/د، و متوسط زمن النشرة لشهر أوت هو: 16.65 ث/د، و في شهر سبتمبر بلغ متوسط زمن النشرة: 17.90 ث/د و هو زمن مناسب جدا لعرض الأخبار الإذاعية لأن في الإذاعة الزمن مهم جدا للحفاظ على جمهور المستمعين و عدم الإطالة في العرض لتفادي الملل و مراعاة تركيز واهتمامات المستمعين فالإذاعة كإعلام صوتي تراعي الوقت المناسب من خلال اختصار الأخبار و تقديمها بطريقة سريعة و ملفتة للانتباه، على عكس التلفزيون الذي يحتاج لوقت كبير في عرض الأخبار لاعتماده على الصورة الصوت و الفيديو هذه الميزة جعلت الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيرة و قوية على الجماهير حسب نظرية الحتمية التكنولوجية ل"مارشال-ماكلوهان" فلاحظنا أن متوسط زمن العرض مناسب لتقديم الأخبار و عرضها بالطريقة المناسبة و المؤثرة و كذلك من خصائص الإذاعة الصوت و إيجاد الحس الجمعي للمستمعين الأمر الذي يهيئ أذهان الجماهير لتلقي الرسالة الإعلامية في جو مناسب لتقبل الفكرة و الاقتناع بها.

6-1-2- متوسط عدد مواضيع النشرات لثلاث أشهر :

الجدول رقم (02) متوسط عدد موضوعات النشرات (وحدة الموضوع) لثلاث أشهر/

الشهر	عدد النشرات	عدد الموضوعات	متوسط الموضوعات	عدد
جويلية	10	54	06	
أوت	10	51	05	
سبتمبر	10	47	06	
المجموع	30	152	52.05	

- نستنتج من الجدول المدون أعلاه أن عدد موضوعات الأخبار الواردة في النشرات الإخبارية محل الدراسة، أي الثلاثون (30) نشرة المختارة من ثلاثة أشهر حسب ما هو موضح في الجانب المنهجي للدراسة، بلغ 152 موضوعا ففي شهر جويلية بلغ عدد الموضوعات (54) في (10) عشر نشرات إخبارية بينما بلغت شهر أوت (51) موضوعا من العشر نشرات المدروسة و في شهر سبتمبر بلغ عدد الموضوعات 47 موضوعا ، فالعدد في تناقص مستمر لكن بنسب ضئيلة راجع لموسم العطل و كون هذه

الشهور من السنة هي سنة العطل و الإجازات الموسمية لأغلبية الجزائريين مع دخول موسم الاصطياف تكون نسبة المتابعة مرتفعة ، كما أن الصحفيون العاملون بالمحطة الإذاعية يستفيدون من العطلة الأمر الذي يخلق أزمة في العمال و الموظفين و حتى المناوبون للعمل الإخباري لأننا استنتجنا أن الصحفي في الإذاعة الجزائرية يعتبر نفسه موظفا كباقي الموظفين في القطاع العام ليستفيد هو الآخر من العطل و تم تأكيد هذه النتائج في المبحث الثاني من الفصل الخامس حول سوسيولوجية هيئات التحرير و أن العمل الإعلامي الإبداعي يكاد ينعدم فهذا النقص في عدد العاملين قد يكون السبب وراء نقص موضوعات الأخبار خلال هذه الفترة، و تعذر وصول باقي الصحفيين في الإذاعة إلى كل الأخبار و الموضوعات المستجدة في المجتمع المحلي و الجهة الغربية من الوطن، ومن خلال الأرقام و النسب المعبرة عن متوسط عدد الموضوعات في كل نشرة من نشرات الثلاثة شهور فنستنتج أن متوسط عدد الموضوعات لشهر جويلية لا يتعدى الست (06) مواضيع و بنفس المتوسط لشهر سبتمبر أما شهر أوت فقد كان متوسط عدد الموضوعات خمس (05) موضوعات لكل نشرة من النشرات، و هو عدد قليل مقارنة بما ينشر في باقي وسائل الإعلام الأخرى.

6-1-3- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر جويلية 2014:

الجدول رقم (03) زمن النشرات و عدد الموضوعات لشهر جويلية 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن النشرة.ث/د	عدد الموضوعات
جويلية 2014	2014/07/01	17.48	06
	2014/07/02	16.20	04
	2014/07/03	18.41	06
	2014/07/04	17.55	05
	2014/07/05	19.11	06
	2014/07/06	21.17	06
	2014/07/07	16.50	04
	2014/07/08	17.30	06
	2014/07/09	18.10	05
	2014/07/10	16.15	06
	متوسطات زمن و عدد الموضوعات		17.50

في هذا الجدول تفصيل لمتوسط زمن النشرة و متوسط عدد الموضوعات لكل نشرات شهر جويلية.

6-1-4- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر أوت 2014 :

الجدول رقم (04) زمن النشرات و عدد المواضيع لشهر أوت 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن.النشرة.ث/د	ع.الموضوعات
أوت 2014	2014/08/01	16.58	05
	2014/08/02	17.22	06
	2014/08/03	16.31	05
	2014/08/04	17.61	05
	2014/08/05	18.06	06
	2014/08/06	20.10	05
	2014/08/07	14.16	04
	2014/08/08	15.07	04
	2014/08/09	17.50	06
	2014/08/10	16.50	05
	متوسط الزمن و عدد الموضوعات		16.65

*القيم الواردة في هذا الجدول تفصيل للجدولين رقم(01)و(02) حول المساحة الزمنية و عدد الموضوعات ، سبق و أن علقنا على هذه النتائج و أعطينا عدة تفسيرات .

6-1-5- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر سبتمبر 2014 :

الجدول رقم (05) زمن النشرات و عدد المواضيع لشهر سبتمبر 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن.النشرة.ث/د	عدد المواضيع
سبتمبر 2014	2014/09/01	19.95	04
	2014/09/02	14.31	05
	2014/09/03	19.45	05
	2014/09/04	15.58	04
	2014/09/05	16.07	05
	2014/09/06	20.66	06
	2014/09/07	22.10	04
	2014/09/08	18.16	05

04	14.25	2014/09/09	
05	14.08	2014/09/10	
06	17.90	متوسط الزمن و عدد الموضوعات	

نفس الملاحظة لهذا الجدول الذي فصلنا فيه النتائج الكلية للجدولين رقم (01) و (02) و تم التعليق عليها و استنتاج التفسيرات العلمية.
6-1-6- طول الخبر في النشرة (لكل النشرات) :
الجدول رقم (06) / يبين طول الخبر في كل النشرات /

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب	نوع الخبر
19.73%	30	خبر طويل (دقيقتين فأكثر)	
36.18%	55	خبر متوسط (دقيقة إلى دقيقة)	
44.07%	67	خبر قصير (أقل من دقيقة)	
100%	152	المجموع	

- نستنتج من القراءة الأولى للجدول أن نوع الخبر الأكثر تكرارا في النشرات الإخبارية هو الخبر القصير الذي صنفناه في خانة خبر أقل من دقيقة بنسبة 44.07% ليليه خبر متوسط بدقيقة إلى دقيقتين بنسبة 36.18% و في المرتبة الثالثة الخبر الطويل الأكثر من دقيقتين، الذي لم يتجاوز 19.73% و الأمر راجع إلى كون أن من خصائص الخبر الإذاعي الدقة و الاختصار و قصر مدة العرض و التقديم فالخبر القصير مناسب جدا للعمل الإذاعي كإعلام سمعي تسعى دائما للحفاظ على جمهوره و الابتعاد عن الإطناب و استهلاك الوقت الكثير، مقابل مرد ودية كبيرة من الأخبار و المعلومات فالإذاعة تسعى دائما لمنح الكثير من الأخبار في أقصر وقت ممكن.

6-1-7- مجالات عناوين النشرات :

الجدول رقم (07) يبين مجال الموضوعات لعناوين النشرات /

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب
26.66%	20	مجالات العناوين السياسية
22.66%	17	الاجتماعية

الاقتصادية	10	13.33%
التربوية	08	10.66%
الثقافية	06	08%
الدينية	07	09.33%
الرياضية	04	05.33%
الأمنية	03	04%
المجموع	75	100

- في قراءة الجدول (07) نرى أن المجال السياسي هو الطاغي على عناوين أخبار النشرات بنسبة 26.66% و يليه مباشرة المجال الاجتماعي بنسبة 22.66% و الأمر يرجع إلى كون أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تابعة للقطاع الحكومي أي ملك عمومي هي مكلفة بتبليغ القرارات السياسية و تغطية الزيارات الرسمية و المناسبات الوطنية و كل الأعمال الرسمية للحكومة الجزائرية كونها مقيدة بدفتر شروط كما هو موضح في قوانين الإعلام التي تركز وسائل الإعلام في خدمة مخططات و برامج الدولة و التركيز على الجانب السياسي هو تمظهر لذلك الارتباط الرسمي بين الإذاعة و الحكومة ، ثم من أهداف المخططات و السياسات الإعلامية في الجزائر نجد الخدمة الاجتماعية و هو ما استنتجناه من المجال الاجتماعي لعناوين أخبار النشرات التي قمنا بتحليلها -

- و كذلك الأهداف التنموية الموكلة و التي تقع على عاتق الإذاعات المحلية حسب ما جاءت به نظرية "ويلبارم شران" (Welberm Cheram) في الإعلام المحلي و التنمية ، و في المرتبة الثالثة نجد المجال الاقتصادي بنسبة 10.66% لاهتمام الدولة بالتنمية الاقتصادية و تشجيع المشاريع و توجيه الاستثمارات و تحريك عجلة التنمية المحلية من خلال التركيز على الانجازات و المنشآت ، و الإذاعة كوسيلة إعلامية صوتية مؤثرة تسهل مرور و توصيل الرسائل التنموية و إقناع المجتمع بجدوى المشاريع و المساهمة في إنجاحها فالإذاعة من خلال الأخبار تساهم في بناء الأرضية الصالحة و الملائمة للتنمية و إنجاح المشاريع الاقتصادية ، لأجل رفاهية المجتمع و تحقيق أهداف البرامج و المخططات المرسومة لهذا الغرض ، أما المجالات الأخرى فكانت قليلة جدا لا يظهر منها إلا الجانب التربوي الذي بلغ نسبة 10.66% الأمر يعود دائما إلى الإرادة السياسية التي تريد من الإذاعة أن تكمل دور المؤسسات التربوية كما هو معروف في تاريخ الإعلام الجزائري الذي يعتبر الصحفي ذلك المجتد الذي يسعى لأن يعلم و يربي و يساهم في بناء الوطن و تحقيق الأهداف الأساسية لتحقيق ما اصطلح عليه بالخدمة العمومية .

6-1-8- مجال التغطية الجغرافية لموضوعات النشرات:

الجدول رقم (08) يوضح مجال التغطية الجغرافية لموضوعات النشرات /

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب مجال التغطية
55.92%	85	محلي
33.55%	51	وطني
10.52%	16	دولي
100%	152	المجموع

- أما في هذا الجدول (08) الذي ركزنا فيه على المجال الجغرافي للأخبار استنتجنا أن المجال المحلي هو الأكثر بنسبة 55.92% ثم المجال الوطني بنسبة 33.55% و في المرتبة الأخيرة نجد الدولي بنسبة 10.52% و الأمر منطقي لأننا تكلمنا عن القيم الإخبارية في بداية الدراسة و من بين القيم الإخبارية الارتباط بالمكان أي أن كلما ارتبط الحدث بمكان تواجد الجمهور كلما كانت المتابعة مرتفعة و كبيرة و المحلي لأن الإذاعة متواجدة في المجتمع المحلي و كقيمة إعلامية يهتم الصحفي بالأخبار المحلية لعلمه أنها تهتم المجتمع الذي يتواجد فيه و هذا ما أكدت العديد من النظريات مثل نظرية "دانيال ليرنر" و حتى في التفسيرات النظرية المذكورة في الخلفية النظرية مثل نظرية التفاعلات الرمزية أو كما سميت بمدرسة "شيكاجو" التي أطلق عليها علماء الاجتماع بمدرسة البيئة و هي مناسبة جدا لفهم الارتباط الوثيق بين الأخبار المحلية و المجتمع المحلي لتليها في الرتبة الثانية الوطنية و هي كذلك تهتم الجمهور المحلي لانتمائه للوطن ككل لكن بدرجة أقل من المحلية، و هذا ما ورد في مفهوم العصبية عند "ابن خلدون" لما قال فيها هي عندما يقول أحدهم: "أنا و أخي على ابن عمي و أنا و ابن عمي على الغريب".

- أما الدولية فهي إشباع فضول و رغبات الجمهور لمعرفة ما يجري حولهم من أحداث و مستجدات في باقي مناطق العالم تقل أهمية من ما هي عليه في المحلية و الوطنية.

- فالإذاعة من خلال الأخبار تجعل الفرد دائما على إطلاع دائم بما يحدث من حوله و في وطنه و حتى خارج وطنه فهي تدخل في وظائف الإذاعة خاصة في الوظيفة التي أكد عليها "شارلز رايت" "Charles whrit" مراقبة البيئة و هي وظيفة مهمة بالنسبة للجمهور فتوفير المعلومات و الأخبار يسمح لأفراد المجتمع بمعرفة كل ما يدور من حولهم ، فهذه الوظيفة تتأسس بعد حصول وظيفة الإخبار و الإعلام فمن خلالها تحرص الإذاعة على توصيل المعلومات و الأخبار لكل أفراد و شرائح المجتمع بشكل سريع أني و واضح .

6-1-9- موضوعات أخبار النشرات : الجدول رقم (09) يبين موضوعات كل أخبار

النشرات /

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب الموضوعات
26.31 %	40	السياسية
20.39 %	31	الاجتماعية
15.13 %	23	الاقتصادية
12.5 %	19	التربوية
11.84 %	18	الثقافية
03.28 %	05	الدينية
06.57 %	10	الرياضية
03.94 %	06	الأمنية
100	152	المجموع

- نقرأ من الجدول (09) أن الموضوعات السياسية هي الأكبر نسبة بـ 26.31 % و تليها مباشرة الموضوعات الاجتماعية بنسبة 20.39% و في المرتبة الثالثة الاقتصادية 15.13 % هي نتيجة حتمية و مطابقة لنتائج الجدول رقم (08) حول مجالات عناوين أخبار النشرات فالسياسية هي انعكاس واضح لدور الحكومة و السلطات الوطنية في توجيه الدور السياسي للإذاعة من خلال تمرير القرارات و المستجدات و كل ما من شأنه يسهل تسيير شؤون العامة و الاجتماعية-

- في كون الإذاعة مؤسسة إعلامية و اجتماعية تساهم في تحقيق مبدأ الخدمة العمومية، و لا يتحقق ذلك إلا بخدمة المجتمع المحلي و المساهمة في توفير الخدمات المناسبة من خلال الأخبار و الإعلام أما الاقتصادية و التي ما زالت في المرتبة الثالثة مع أنها الأهم بالنسبة لباقي دول العالم التي تركز اهتمامات الإذاعات و وسائل الإعلام المحلية في إنجاز عملية التنمية الاقتصادية و تحقيق أهداف البرامج و المشاريع الاقتصادية ما زالت لم تلقى الاهتمام بالقدر الكافي الذي يسمح بتحقيق التنمية و المساهمة في تطوير الاقتصاد و إنجاز المشاريع و الاستراتيجيات المسطرة من طرف السلطات ، فمن خلال منح جانب معتبر من الحرية للصحفيين و تركيزهم على الموضوعات الاقتصادية يمكن إحداث تنمية شاملة لكل القطاعات بداية من الاجتماعي إلى لاقصادي وصولاً إلى الثقافي التربوي ، و بالتالي تكون الإذاعة أدت وظائفها على أكمل وجه.

6-1-10- النوع الصحفي لموضوعات الأخبار :

الجدول رقم (10) يبين القالب (الشكل) الصحفي لموضوعات الأخبار /

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب النوع الصحفي

خبر	70	%46.05
روبورتاج	45	%29.60
تعليق	25	%16.44
تحقيق	12	%07.89
المجموع	152	%100

- في الجدول أهم القوالب الفنية للتحضير الصحفي للأخبار فكان نوع الخبر الأكثر اعتمادا في التحرير بنسبة %46.05 ثم الروبورتاج %29.60 و في المرتبة الثالثة نجد التعليق بنسبة %16.44 و نحن نعلم في فنيات التحرير أن فن الخبر هو أكثر القوالب استعمالا في مختلف وسائل الإعلام الإخبارية التي تهتم فقط بإيصال الخبر في حين هناك صحافة رأي التي تعتمد على القوالب الأخرى مثل

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب	الرو بور تاج و التع ليق
%61.18	93	اتجاه المعالجة بالإيجابية	
%13.81	21	بالسلبية	
%25	38	بالحيادية	
%100	152	المجموع	

و التحقيق ، المقابلات الصحفية، الندوات و الحوارات و التي تسمى في فنيات التحرير بصحافة الرأي التي دائما ما تركّز على إظهار الآراء الحقيقية لقضية أو موضوع معين فوظيفة الخبر هي فقط إيصال الأخبار و الأحداث لا التعليق عليها-

ليأتي "الروبورتاج" الذي يعطي تفاصيل أكثر للخبر من خلال المواد السمعية و التسجيلات الصوتية التي تصاحب العرض الإخباري و هذا ما يزيد في تأكيد على مصداقية الخبر و توفد الدليل و السند يزيد من ثقة المستمعين فيما يسمعونه أما التعليق الذي يفسر و يوضح ملابسات و حيثيات القضية أو الموضوع يساهم في معرفة الرأي العام الحقيقي حول الخبر أو القضية الرئيسية لخبر الصحفي و في فنيات التحرير دائما ما نجد أن المؤسسات الإعلامية العمومية أي التي تعود ملكيتها للدولة ما تعتمد على الخبر كقالب أساسي في الوظيفة الإخبارية قليلا ما تلجأ إلى الأنواع الصحفية الأخرى خاصة التي تهتم بإظهار الآراء المعارضة و المناقضة لآراء السلطات أو الدولة لذا نستنتج أن إذاعة "مستغانم" تعتمد بدرجة كبيرة على الخبر في فنيات التحرير الصحفي لأنها مؤسسة عمومية تابعة للدولة و مقيدة بدفتر شروط لتكون في النهاية مؤسسة إخبارية بامتياز و إعلامية مُكملة لأدوار باقي مؤسسات المجتمع.

6-1-11- اتجاه معالجة موضوعات الأخبار :

الجدول رقم (11) يبين اتجاه معالجة موضوعات الأخبار

- في هذا الجدول (11) نلاحظ أن اتجاه المعالجة بطريقة إيجابية وصل لأكبر نسبة قدرت ب 61.18% و الحيادية بنسبة 25% لتكون المعالجة السلبية الأقل نسبة ب 13.81% و المقصود باتجاه المعالجة هو تناول موضوعات من شأنها خلق التفاؤل بالإيجابية عند المستمعين و أما الحياد هو عدم التفصيل في حيثيات بعض الموضوعات التي يمكن أن تكون سلبية، فالإيجابية هي التركيز على الإنجازات و الزيادات و كل الأخبار التي تظهر على أن الدولة في تطور مستمر و قلّة المشاكل فالإيجابية هي الاهتمام بالأخبار الإيجابية و جعلها في المراتب الأولى عند التحرير و التركيز عليها من خلال العديد من القوالب الفنية - أما السلبية هي قليلة جدا ليس لقلتها في المجتمع أو عدم وجودها و إنما خوف القائم بالإعلام من ملاحظات القارئ على صنع القرار في الدولة و تحاشي الدخول في صراعات مع رؤساء و مدراء القطاعات و التركيز فقط على الأخبار التي لا تثير مشاكل و لا تقصد الثقة الموجودة بين أفراد المجتمع و الدولة ، لذا استنتجنا أن المعالجة الإيجابية كانت بنسبة كبيرة لدرجة أن نسبة وجود المشاكل في المجتمع تكاد تنعدم ، الأمر كما قلنا راجع لضيق مساحة الحرية و تشديد المراقبة و الخناق على الصحفي ، أو المحرر الذي إن صادف أخبار لا تخدم و لا تتراح لها مؤسسات الدولة يتناولها بحيادية و لا يفصل فيها و لا يعطيها جانبا مهما من تناول و المعالجة ، حتى لا تعود عليه بمشاكل و عراقيل قد تخرجه من العمل الصحفي بكل سهولة ، و لكن هذه السياسة التحريرية للأخبار لا تخدم الحياة الاجتماعية بقدر ما تخدم المجال السياسي للدولة فمعالجة الموضوعات السلبية في المجتمع هو أساس التنمية و إحداث التغيير الاجتماعي لأن من وظائف الإذاعة هي المراقبة الحقيقية و الموضوعية لكل مؤسسات المجتمع لكن دائما ما يبرر المحررون و الصحفيون ذلك و يتحججون بدفتر الشروط و احترام قوانين و أخلاقيات المهنة الصحفية و خدمة المجتمع من منظور الحكومة أو صانعو القرارات و القوانين في الدولة الجزائرية لتحقيق ما اصطلح عليه بالخدمة العمومية .

6-2- بناء القيم الإخبارية بالنشرات. 6-2-1- وظيفة موضوعات الأخبار بالنشرات :

الجدول رقم (12) يبين وظائف موضوعات الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب وظائف الخبر
66.44%	101	إعلام (إخبار)
06.57%	10	تنقيف
13.15%	20	شرح و تفسير
09.86%	15	ترفيه
03.94%	06	غير محدد
100%	152	المجموع

- من خلال القراءة الأولية للجدول نلاحظ أن وظيفة الإخبار كانت أكبر نسبة حيث بلغت 66.44% لتأتي في المرتبة الثانية وظيفتي الشرح و التفسير بنسبة قليلة جدا قدرت ب 13.15% و هذا

راجع للخط السياسي للإذاعة و ارتباطها بالخبر كما استنتجنا ذلك في الجداول السابقة بأن إذاعة مستغنام مؤسسة عمومية إخبارية ملك للدولة تسعى لنشر الأخبار و إعلام الناس بالجديد على مختلف المستويات و تمرير القرارات و السياسات المسطرة من طرف الدولة و وظيفة الإعلام (الإخبار) تناسب الخبر كنوع صحفي أساسي في فنيات التحرير و ترتيب الأولويات.

6-3- مصادر أخبار النشرات :

6-3-1- مصادر الأخبار في الإطار الرسمي :

جدول رقم (13) يوضح مصادر الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب المصادر
94.07%	143	رسمية
05.92%	09	غير رسمية
100%	152	المجموع

- يوضح الجدول (13) مصادر الأخبار التي تحصل عليها الإذاعة ، فمن خلال تحليل محتوى النشرات استنتجنا أن المصادر الرسمية للأخبار كانت بنسبة كبيرة قدرت بـ 94.07% و أما غير الرسمية فتكاد تنعدم بنسبة 05.92% و الأمر يرجع دائما إلى ملكية الإذاعة و سياستها الإعلامية أما اعتمادها على الرسمية و الأمر يعود إلى خوفها من فقدان قيمة المصدقية و حرص الإذاعة دائما على تحاشي المشاكل و الصراعات التي تكون بسبب انعدام المصادر أو عدم وضوحها و عدم توفرها عند الحاجة إليها لذا فالرسمية هي خاصية تربط الإذاعة بالدولة عن طريق قوانين و قواعد تنظم العمل الصحفي و يمكن القول كذلك خوف الصحفي من المسائلة و المتابعة جعله يعتمد بدرجة كبيرة على المصادر الرسمية ، و تحاشيه المصادر غير الرسمية و من أخلاقيات المهنة الصحفية تحري الصدق و الواقعية للأخبار المقدمة بالنشرات الإخبارية .

6-3-4- مصادر موضوعات الأخبار في الإطار الإعلامي :

جدول رقم (14) يوضح مصادر الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب المصادر
26.97%	41	وكالات الأنباء
34.21%	52	وسائل الإعلام الأخرى
31.57%	48	المراسلون

غير محددة	11	07.23%
المجموع	152	100%

- من خلال نسب الجدول (14) نلاحظ أن وسائل الإعلام الأخرى تشكل مصدرا أساسيا لأخبار الإذاعة بنسبة 34.21% و تليها مباشرة مصادر المرسلون الموظفون و المتعاملون مع الإذاعة بنسبة 31.57% و في المرتبة الثالثة نجد وكالات الأنباء بنسبة 26.97% فمن خلال القراءات المتعمقة لهذه النسب و ربطها بنتائج الجداول السابقة نستنتج أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تعاني من قصور في مصادر الخبر الأمر الذي يقلل حظها في امتلاك السبق الصحفي و يجعلها تابعة و مرتبطة بباقي وسائل الإعلام لكن هذا لا يعني أنها لا تملك مصادر أخرى فالمرسلون الموظفون بها يشكلون مصدرا أساسيا و مستمرا لأخبارها من خلال التغطيات و الخرجات الميدانية لمواقع الأحداث و من خلال الزيارات الميدانية لمقر الإذاعة و دراسة الهيئة التحريرية المتواجدة بها نستنتج كذلك أن هذه الفئة من الصحفيين تعاني نقصا في التدريب و التكوين في مجال الحصول على المعلومات و الأخبار و صناعة شبكات و مصادر لأخبارهم لأن الصحفي المحترف هو الذي يملك أكبر قدر ممكن من شبكات و مصادر المعلومات و الأخبار و لا يتأتى ذلك إلا بالاحترافية في الاتصال و الحصول على المعلومات قبل أي وسيلة إعلامية أخرى فالصحفي في إذاعة -مستغانم- الذي يعتبر نفسه موظف و محاصر في تحرير الأخبار و مراقب في مصادره و متابع في أدائه لا يكون صحفيا محترفا مؤثرا في الرأي العام بقدر ما يكون واسطة أو قناة لتقرير القرارات الرسمية و تغطية الزيارات و الإنجازات التي سميها بالمعالجة الإيجابية للأخبار.

6-4- الشخصيات المحورية في موضوعات أخبار النشرات :

جدول رقم (15) يوضح الشخصيات المحورية في موضوعات الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب
		الشخصيات المحورية
13.81%	21	رئيس الجمهورية
09.21%	14	وزير
21.05%	32	والي (رئيس المجلس الشعبي الولائي)
26.97%	41	رئيس بلدية (رئيس المجلس الشعبي البلدي)
05.92%	09	رئيس دائرة
03.28%	05	مستول قطاع
02.63%	04	رموز الثقافة
01.31%	02	شخصيات سياسية
07.23%	11	صحافيين
08.55%	13	مواطنين

المجموع	152	%100
---------	-----	------

- يبين الجدول (15) أعلاه الشخصيات المحورية في موضوعات الأخبار فلاحظنا أن نسبة رئيس البلدية أي رئيس المجلس الشعبي البلدي كانت هي الأكبر حيث بلغت 26.97% و تليها نسبة الوالي أي رئيس المجلس الشعبي الولائي بـ 21.05% -

-في القراءة الثانية نستنتج مدى ارتباط أخبار الإذاعة بالشؤون المحلية و ارتباطها بالشخصيات المحورية الأكثر تواجدا في المجتمع المحلي لولاية -مستغانم- فالارتباط المكاني له دور كبير كقيمة إخبارية أساسية لحصول الاهتمام و المتابعة هذا من جهة و من جهة أخرى القرب الجغرافي يسهل عملية الحصول على الأخبار و المعلومات كما لا ننسى أن هذه الشخصيات هي الممثل القانوني للدولة فالبلدية كمؤسسة تسيير عمومية تمرر القرارات و تسهر على تنفيذها و الولاية تعمل على مراقبة عمل البلديات و تعمل على تحقيق المركزية في اتخاذ القرارات و تأتي شخصية رئيس الجمهورية في المرتبة الثالثة بنسبة 13.81% لكون الإذاعة تابعة إداريا و تنظيميا للإذاعة الوطنية المتواجدة في الجزائر العاصمة التي تتابع النشاطات الرئاسية و مستجدات قصر "المرادية" فتعمل الإذاعة على تمرير أخبار القناة الرئيسية الأولى التي تهتم بدرجة كبيرة على تغطية الأخبار الوطنية و متابعة كل نشاطات رئاسة الجمهورية و تأتي شخصية الوزير في المرتبة الرابعة بنسبة 9.21% و الأمر الذي يعود إلى الزيارات الميدانية لوزراء القطاعات في الحكومة إلى ولاية مستغانم أو تنفيذ مرسومات و مقررات وزارية على شكل تعليمات فيتم تسخير الإذاعة من أجل تمريرها كأخبار أو إعلانات أو بلاغات مثلا كتعليمات وزارية من وزير الشؤون الدينية حول الزكاة أو الحج... الخ أو تصريح وزير التجارة لفئة التجار أو وزير الثقافة حول مختلف النشاطات الثقافية بالولاية.. الخ من الأخبار الرسمية التي تنشرها الإذاعة من خلال نشراتها الإخبارية ، لتليها فئة المواطنين التي بلغت نسبتها بـ 8.55% و الأمر يعود لأهداف الإذاعة في تحقيق الخدمة العمومية لكن بشكل ضئيل و غير كافي لأن الصح.في في هذه النقطة مجبر لا مخرّ في تحديد الأولويات و طريقة المعالجة .

7- القيم الإخبارية و الخدمة الاجتماعية.

7-1- القيم الإخبارية لمواضيع أخبار النشرات :

جدول رقم (16) يوضح القيم الإخبارية الواردة في موضوعات الأخبار

النسبة %	التكرار	التكرارات و النسب
%29.82	85	القيم الإخبارية الآنية و الجدة
%08.07	23	الصراع
%05.26	15	الضخامة
%03.85	11	الشهرة
%15.43	44	الاهتمامات الإنسانية

الصدق أو الصحة	112	39.29%
المجموع	285	100%

- من خلال الجدول نلاحظ أن القيم الإخبارية الأكثر تواجدا في موضوعات الأخبار كانت الصدق أو الصحة 39.29 % و تأتي بعدها قيم الآنية و الجدة بنسبة 29.82% و يرجع الأمر لكون الإذاعة تعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية في حصولها على الأخبار كما هو موضح في الجدول رقم (14) لذا فنسبة غياب المصادقية تكون منعدمة، و كذلك حرص الإذاعة على احترام أخلاقيات المهنة الصحفية و تزويد الناس بالأخبار الصادقة والوقائع السليمة لكونها كذلك تهتم بالوظيفة الإخبارية و كل هذا يجعل الهيئة التحريرية تهتم بقيمة الصدق و المصادقية حسب نتائج الجدول رقم (16)-

أما الآنية و الجدة هي مطلب أساسي في الإعلام الذي تسعى من خلاله الإذاعة على متابعة كل جديد و نقادي الروتين و التكرار للأخبار ، بمعنى أدق و أوضح من خلال التحليل توصلنا إلى أن أخبار الإذاعة تتصف بالجديد و الآنية أي أنها تتابع كل مستجدات الأحداث و تساير ما يحدث في حينه و الآنية أي تناقص المساحة الزمنية بين وقوع الحدث ونشره لدى الجماهير مثلا في تغطية أحداث الامتحانات المدرسية أو الانتخابات أو أي حدث مستمر فالإذاعة تكون في تغطيتها للخبر ومتابعة مستجداته تحترم قيمة الآنية والوقت عامل أساسي في عالم الصحافة لأنه كم يقول خبراء الصحافة أن الخبر سلعة شديدة و سريعة التلف لذا فإذاعة "مستغانم" مواكبة للأحداث و الأخبار التي تقع في مجال تغطيتها و نصل في المرتبة الثالثة قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 15.43% و هذه القيمة تظهر مدى احترام الهيئة التحريرية بالإذاعة لاهتمامات و رغبات الجمهور من خلال التعرض للأخبار التي تهتم أكبر شريحة من المجتمع و يتفق حولها الكثير على أنها تستحق أن تكون خبر فهذا التحليل أظهر القيمة الإخبارية المهمة في التحرير الصحفي ، لأن الصحفي لا يكتب لي نفسه بل يسعى دائما إلى تلبية رغبات الجماهير و تلبية اهتمامات أفراد المجتمع خاصة في المجتمع المحلي و هذه القيمة تزيد من درجة المتابعة و تؤكد فرضية الارتباط المكاني للخبر عند الجمهور هذه النظرة و جاءت في نظرية"الاستخدامات و الإشباعات " بزعامة " Gerbner " حيث أصبح يتساءل الصحفي ماذا يريد الجمهور و كيف يمكن تلبية رغباته و احتياجاته و نستنتج من المبحث الأول الذي ركزنا فيه على دراسة محتوى النشرات الإخبارية من خلال تطبيق عليها تحليل المحتوى أن النشرات الإخبارية لإذاعة مستغانم تهتم بالشأن المحلي للمجتمع المستغانمي كما أنها تعتمد على المصادر الرسمية في أخبارها و أما الموضوعات الطاغية على عناوين وأخبار النشرات نجد الموضوعات السياسية و الاجتماعية نظرا للخط السياسي للإذاعة و نمط الملكية العمومية لهذه المؤسسة و أما عن القيم الإخبارية فاستنتجنا قيم المصادقية و صحة الأخبار و قيم الجدة و الآنية التي تسمح بمواكبة الأحداث و المستجدات الخاصة التي تزيد من ارتباط الجمهور بالإذاعة و حرصه على المتابعة المستمرة و الاعتماد على الإذاعة في

الحصول على أخباره و تحقيق مبدأ الخدمة العمومية من خلال قيمة الاهتمامات الإنسانية أي تقديم ما يهتم المجتمع بإشباع الاحتياجات و فضول الجماهير .
الخاتمة :

- إن الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام المسموع و التي لها قوّة تأثير كبيرة على الجماهير من خلال الصوت ، و نحن في هذه الدراسة المعنونة بالقيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم ، درسنا العملية الإخبارية من خلال فهم الرسالة الإعلامية و المعبر عنها بسؤال ماذا؟ فقمنا بتحليل محتوى النشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم و استنتجنا أنها تحتوي على العديد من القيم الإخبارية المهمة و التي تزيد من درجة ارتباط الجمهور بالإذاعة و من هذه القيم كانت الحالية و الآنية أي الجدة و التي تعتبر من أهم القيم الواردة في النشرات، كما وجدنا القيم الاجتماعية و المكانية و ارتباط أخبار الإذاعة بالشؤون المحلية للمجتمع المحلي بولاية -مستغانم-

- كما لا ننسى اعتماد الإذاعة على نوع الخبر كقالب صحفي متميز في الأداء الإخباري و الذي يسمح بالتحكم في الوقت و درجة الموضوعية في تناول الأخبار و الأحداث و إذاعة -مستغانم- تحاول دائما تجنّب الصراعات و عدم التعمق و التطرق؟ إلى مشاكل المجتمع بدرجة كبيرة و هذا خوف الصحفي من النظام السياسي السائد في البلاد و الذي لا يسمح بعد في تقبل روح النقد و معالجة القضايا الحساسة المتعلقة بمصالح فئة معينة و التي هي من مشاكل المجتمع و الفئات المحرومة والمهشمة في المجتمع المحلي و في المناطق النائية خاصة.