

تأثير العوامل الاجتماعية، والمهنية، على خطاب الصحفيين في الإذاعة الجزائرية:

ظاهرة التغييب، والابراز.

حكيم حمزاوي

أستاذ باحث

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الصحفي، الإذاعة، الجزائر،

سوسيو ممي.

Résumé :

Cet article, montre comment, la pratique de l'autocensure sur les écrits, le fait de consacrer la ligne éditoriale, l'interaction des journalistes travaillant à la *Radio Algérienne*, avec le public récepteur, orientent leur discours, de manière à ce qu'il soit un *discours écran*, qui reflète essentiellement la vision de l'Etat, vis-à-vis des problèmes soulevés, et se passe des autres, en particulier son opposé.

مقدمة:

لقد باتت دراسة العوامل المؤثرة على خطاب وسائل الإعلام الجزائرية، حاجة ماسة، نظرا للتغيرات السريعة التي طرأت على الساحة الإعلامية الجزائرية، منذ أن سمح للخواص، بالاستثمار في مجال الصحافة، بداية التسعينات. منذ ذلك الحين إلى غاية الساعة، ظهرت جرائد، وتلفزيونات، ومواقع إلكترونية إخبارية، تابعة للخواص، تنتج خطابات عديدة، البعض منها متناسقة، والأخرى مختلفة نسبيا، والبعض الآخر متناقضة. ونظرا لعلاقة التأثير والتأثر، بين متغيرات ثلاثة، تتمثل في وسائل الإعلام، والسلطة السياسية، والرأي العام، يلاحظ القارئ المتمعن، في خطاب وسائل الإعلام الجزائرية، من دون شك أن العمومية منها، تعيد إنتاج خطاب السلطة السياسية جملة وتفصيل، وتغيب إلى حد بعيد، ذلك الذي تدلي به المعارضة السياسية، والمناقض له مهما كان مصدره. أما التابعة للخواص، فمنها من تنتج خطابا متأثرا بالوضع المالي لها، حيث تتحاشى انتقاد المؤسسات التي تعتبر بالنسبة لها، "مواردا مالية"، فتتغاضى عن الكشف عن بعض الحقائق حول هذه الأخيرة، خشيتنا أن تلحق بها ضررا ما. من بين هذه الوسائل الإعلامية، تلك التي تنتج خطابا، يحافظ على قدر من الموضوعية، وذلك

بـ"الإشارة" فحسب، إلى بعض الظواهر الاجتماعية التي تلحق ضررا بالحياة اليومية للفرد الجزائري، وتهدد العدالة الاجتماعية، والنظام الديموقراطي، من دون أن تمارس هذه المؤسسات الإعلامية ضغطا على "الحقل" السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، من خلال المواظبة على صحافة التقصي مثلا، التي تكشف عن واقع، يؤدي بالفرد الجزائري إلى، الرفض التام لخطاب النظام السياسي القائم، وبالتالي وقوع شرخ بين الطرفين، مما يؤدي إلى أزمة، سببها الخطاب الإعلامي، نسبيا. وتعتبر المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، من بين المؤسسات التي لها حضور كبير في الساحة الإعلامية الجزائرية، بمختلف قنواتها، دوليتا كانت، أو وطنية، أو محلية. يسهر العاملین فیها، لا سيما فئة الصحفيين، على نقل خطاب فئة الأفراد الموجودين في السلطة، أساسا، ويبدوا من خلال الاستماع اليومي للمادة الإعلامية التي تبثها هذه القنوات، أن هؤلاء مقتنعين بخطاباتهم، وبتلك التي تدلي بها هذه الفئة من الأفراد. غير أن الكثير من الدراسات التي أقيمت حول الممارسة الصحفية في الجزائر، ولا سيما في المؤسسات الإعلامية العمومية، أكدت على أن هؤلاء يمارسون رقابة ذاتية كبيرة على كتاباتهم الصحفية. هذه الظاهرة التي لها تأثير بالغ على خطاب الصحفيين، مثل ذلك الذي تحدته

عوامل أخرى، اجتماعية، ومهنية. لذلك سوف نتطرق في هذا المقال العلمي إلى تبين كيف يتم ذلك، والأثر الذي تحدثه مثل هذه الممارسات على الخطاب الإعلامي في أحد أكبر المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

إشكالية الدراسة:

تكمن الميزة الأساسية للخطاب الإعلامي خلال فترة حكم "الحزب الواحد"، في إعادة إنتاج خطاب ممثلي النظام السياسي من دون المساس بجوهر الرسالة الإعلامية خلال عمليات تحويل التصريحات أو تغطية النشاطات التي تعقدها هذه الفئة من الأفراد من وضعها الخام إلى رسائل إعلامية تبث عبر القنوات الإعلامية الرسيمة. ورغم اعتماد الجزائر الديمقراطية كنظام حكم واعترافها بحرية التعبير، وظهور خطابات إعلامية متباينة نسبيا، عن بعضها البعض، بعد صدور جرائد تابعة للخواص في الجزائر، بحكم المادة 14 من قانون الإعلام لسنة 1990، التي أصبح بمحضها إصدار نشرية دورية حر(1)، من بينها ذلك الذي كانت تنتجه الصحف التابعة للأحزاب السياسية سواء كانت من اليمين، أو اليسار، أو من التيار الإسلامي، أو ذلك الذي كانت تنتجه جرائد أسسها أفراد، لم يريدوا أن يبرزوا في خطهم الافتتاحي، انتماء سياسي معين، بل اختاروا الحرية والتعددية

في الرأي، من دون أي تطرف. إلا أن بعض الدراسات التي تناولت خطاب وسائل الإعلام العمومية، بينت أن هذا الأخير لم يتغير إلى حد بعيد في تناوله الإعلامي لمختلف الظواهر التي عرفها المجتمع الجزائري منذ "الانفتاح السياسي"، بل تأقلم مع البيئة الجديدة، حيث أنه مثلا، يقوم باستحضار المعارضة ويبرزها كطرف فاعل في بعض الأحداث والأنشطة التي لا تثير خلافا في الرأي العام والمواقف؛ بل تسير السلطة الحاكمة، مثل : مبادرة الأحزاب السياسية بتكريم مجاهدي حرب التحرير الوطني. وتختار من الشخصيات والأحزاب الموالية للسلطة التي تشيد بإنجازاتها، في حين تغييها في الأحداث الكبرى التي تهز الشارع الجزائري(2). وقد يحدث ذلك تأثيرا بالغا على الحياة اليومية للفرد الجزائري، والقرارات التي يتخذها في حياته، لا سيما عندما يتعلق الأمر بقضايا مصيرية له وللوطن، مثلما هو الحال خلال الانتخابات الرئاسية أو التشريعية، حيث يكون المواطنون وراء "تقرير مصير" بلدهم لمدة زمنية معتبرة، عبر انتخابهم فردا معيننا، يتولى أمور الحكم. إن فعل الانتخاب، يتم بعد تعرض المواطنين لخطاب المترشحين الذي يتم بثه في وسائل الإعلام العمومية، حيث يمتاز هذا الأخير عموما بتحيزه لمرشح النظام، كما بينته أحد الدراسات التي تم فيها، رصد وسائل

الإعلام في الانتخابات الرئاسية بالجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية للتاسع أبريل 2009، وظهر أن وسائل الإعلام العمومية، انحازت لصالح المترشح عبد العزيز بوتفليقة، الذي كان رئيسا وترشح لعهدة أخرى، بطريقة غير مباشرة، تمثلت في بث حصة تلفزيونية سمّتها "دفاتر الرئاسيات"، التي تنشطها منظمات، وجمعيات، وأحزاب تروج للمترشح عبد العزيز بوتفليقة انتخابيا، بينما لا يتوفر المترشحون الآخرون على فضاء مماثل للدعاية الانتخابية (3). وإن كانت الدراسات القليلة التي أنجزها الباحثون الجزائريون حول هذه الإشكالية، تعالج عموما خصوصيات هذا الخطاب، إلا أنه هناك مستوى مهم في اعتقادنا، يمكن أن يساعدنا في فهم خطاب وسائل الإعلام العمومية، وكيف أنه يتجنب تناول بعض المواضيع والظواهر الاجتماعية، وإن اقتضت الضرورة وأن تناولها، فيكون ذلك من وجهة نظر النظام الحاكم. يكمن هذا المستوى في مرحلة تكوين هذا الخطاب، التي تبدأ من تقرير ما هي المواضيع والأحداث التي سوف يتم تحويلها إلى أخبار تبث، بعدها مرحلة التحويل التي تحدث داخل المؤسسة عموما، حيث تتدخل العديد من الممارسات التي تؤثر على محتوى الرسالة الإعلامية، وأخيرا مرحلة بث هذا الخطاب عبر القنوات الإعلامية، لا سيما

عندما يتعلق الأمر بمؤسسة إعلامية مثل المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، نظرا "لقربها" من المواطن الجزائري، أكثر من المؤسسات الأخرى في اعتقادنا، بفضل قنواتها الإذاعية العديدة، وبثها لخطابات عديدة في أوقات قصيرة. لذلك سوف نسعى هنا إلى معرفة مدى تأثير البعض من هذه العوامل حول خطاب الصحفيين في هذه المؤسسة، لذلك نطرح السؤال الرئيسي لإشكالية بحثنا، كما يلي: كيف تؤثر بعض العوامل المهنية، والاجتماعية، خطاب الصحفيين العاملين في القناة الإذاعية الأولى، والثانية، والثالثة، والرابعة، وإذاعة النات، التابعة للإذاعة الجزائرية ؟

منهجية الدراسة:

قمنا، في إطار دراسة علمية ميدانية، بدأناها في 2009 وانتهت في 2017، بتناول، كيفية تأثير بعض العوامل الاجتماعية والمهنية على عمل الصحفيين في القناة الإذاعية الأولى، والثانية، والثالثة، وإذاعة الجزائر الدولية، وإذاعة النات، التابعة "للإذاعة الجزائرية"، بإعداد استمارة، طرحنا فيها أسئلة حول، كيفية تأثير بعض العوامل الاجتماعية، والمهنية على الانتاج اليومي للخطاب، لدى هؤلاء الصحفيين. بعدها وزعناها على 204 مفردة من مفردات مجتمع البحث، التي يبلغ عددها 348 حسب إحصائيات مديرية الموارد البشرية

للمؤسسة، ل 2016، المتمثلة في، الصحفيين العاملين في المقرات المركزية للقناة الإذاعية موضوع الدراسة (4). استرجعنا بعدها، 172 منها تحتوي على إجابات هؤلاء، قمنا بتفريغ بياناتها، ومعالجتها باستعمال برنامج SPSS 22، واستخرجنا أجوبة الصحفيين حول الاشكالية المطروحة. أجرينا بعد ذلك عشر مقابلات علمية: ستة منها مع أفراد يشتغلون في المؤسسة كصحفيين لا يتقلدون مسؤولية، اثنان منهما صحافيان يتقلدان مسؤولية، اثنان منهم مخرجي جرائد إخبارية. تجدر الإشارة إلى أن عنصرين من العشر، هن إناث، في حين أن الثمانية الآخرون، ذكور. لقد كان الهدف الأساسي من إنجاز هذه المقابلات العلمية، هو تفسير بعض اتجاهات أجوبة الصحفيين، التي برزت بعد تفريغ بيانات الاستمارات، حول مدى تأثير عامل معين من العوامل، على خطاب هؤلاء الصحفيين. أخير، قمنا ببحث وثائقي شمل أساسا : أطروحات دكتوراه أنجزت حول الاشكالية في الجزائر خاصة، وفي بلدان أخرى عموما. كتب، ألفها باحثون جزائريون حول الصحفيين، وأخرى ألفها صحفيون جزائريون، يروون فيها عموما، سيرتهم الذاتية، وكذا العوامل التي أثرت على مسارهم المهني، في المؤسسة وخارجها. كان الهدف من ذلك هو، معرفة قراءات الباحثين الجزائريين

للظاهرة، والنتائج التي توصلت إليها البحوث الأخرى، والمنهجية المتبعة في إنجازها، وكذا كيفية تطور هذه الظاهرة عبر التاريخ، في الصحافة الجزائرية. توصلنا بعدها إلى نتائج تبين، كيف تؤطر بعض هذه العوامل، خطاب الصحفيين في هذه القنوات الإذاعية، نعرضها كالتالي:

1. تكريس الخط الافتتاحي: خطاب "المحددون الأوائل" على لسان الصحفيين:

تولي نسبة 75,6% من الصحفيين، أهمية قصوى لاحترام الخط الافتتاحي للمؤسسة، وتسهر على تكريسه في كتاباتهم يوميا، مقارنة بالأهمية التي توليها للطابع الآني للمعلومة، حتى وإن كانت هذه الأخيرة تشكل سبقا صحفيا، وكذا احترام قواعد الكتابة الصحفية، شكلية كانت أو غير شكلية، كما تبينه نتائج الجدول رقم (1).

يقصد عموما بالخط الافتتاحي، تلك المجموعة من الخيارات التي تقوم بها مؤسسة إعلامية ما، في معالجتها للواقع الاجتماعي، والتي تجعل منها أولوية مقارنة بخيارات أخرى، تعكس من خلالها التفكير، والاختناعات، والتوجهات السائدة لدى القائمين عليها، الذي يجب على كل الصحفيين العاملين فيها أن يلتزموا به (5). في حالة دراستنا، ونظرا لكون المؤسسة عمومية، تظهر هوية الخط الافتتاحي لها من خلال

بعض مواد النصوص القانونية، مثل محتوى المادة 17 من دفتر شروطها التي تنص: "تضمن المؤسسة في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها، وتبرمجها، دون تحديد للمدة وبدون مقابل" (6)، إضافة إلى تصريحات بعض الشخصيات السياسية الحاكمة في الجزائر، التي يتم فيها تحديد فئة الأفراد الذين لديهم الأحقية في بث خطاباتهم عبر قنواتها، والذين يمنع عليهم ذلك، مثل الذي أدلى به رئيس الجمهورية الجزائرية، السيد عبد العزيز بوتفليقة عبر خطابه، حيث أكد بأن التلفزيون والإذاعة ووكالة الأنباء الجزائرية هي ملكية للدولة، وليست مفتوحة إلا لمسؤوليها، وبأن المعارضة السياسية لها أن تستعمل الوسائل الإعلامية العمومية لما تصل للسلطة، وأنه لا يمكن أن تفتح هذه الوسائل لمن ينتقد الدولة (7). إن مثل هذا الوضع، يجعل الصحافيين يخمنون أن كل خطاب مدون أو شفوي، صادر عن شخص أو هيئة رسمية، يمكن مبدئياً إعادة صياغته وبثه، في حين يجب عليهم تغييب كل خطاب معارض للنظام السياسي. تقول أحد الصحفيات العاملات في المؤسسة: "لا أعلم بالضبط ما هو الخط الافتتاحي للمؤسسة التي أعمل فيها، لأنه لم تسلم لي وثائق تحدد بالضبط معنى ذلك، أو على الأقل تعطي لي فكرة عامة، وبالتالي وبما أنني في

المؤسسة العمومية، فالخط الافتتاحي، يعني كل ما له طابع رسمي"، وهكذا يسهر هؤلاء على تكريس ذلك، في ممارساتهم المهنية اليومية، سواء خلال مرحلة انتقائهم للأحداث التي سوف يتم تغطيتها، أو خلال عمليات إعادة صياغة تصريحات الرسميين، أو الأخذ مثلا، بعض المقاطع من تصريحاتهم، قصد توظيفها في إعلام الجمهور المتلقي. بالمقابل فكل خطاب لا يكتسي طابعا رسميا، فهو بعيد عموما من أن يحظ باهتمام الصحفيين، حتى ولو كان هذا التصريح أو هذا الحدث، يمثل سبقا صحفيا، قد تنفرد المؤسسة بنشره، كما تبينه بيانات الجدول رقم (1)، حيث تظهر أن آراء الصحفيين منقسمة بنسب مئوية متساوية ما بين، الذين يرون أن الطابع الآني للمعلومة مهم جدا، والذين يرون أنه ذو أهمية قصوى. إن هذا الوضع، يمنح الأولوية لفئة معينة من الأفراد، المتكونة أساسا من الذين هم في سدة الحكم، لإعطاء التفسير الأول للأحداث التي تشهدها الحياة اليومية، وكذا أولوية الولوج إلى وسائل الإعلام العمومية قصد بث هذا التفسير عبر قنواتها، كما يمكن أن تمنح لفئة غير موجودة في الحكم أصلا، فرصة بث خطابها، إذا كان هذا الأخير لا يتنافى، في تناوله لظاهرة ما، ووجهة نظر السلطة السياسية. إن مثل هذه الممارسات

المهنية، تجعل خطاب الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العمومية، يطابق إلى حد بعيد، ذلك الذي ينتجه الأفراد الذين يمثلون النظام الحاكم، حول واقع الحياة اليومية في الجزائر، في مختلف ميادينها الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، إلى درجة أن المستمع لخطاب هؤلاء، قد يجزم أنهم مقتنعين بما يخاطبون به الجمهور المستمع، في حين أنه هناك الكثير من العوامل الاجتماعية كانت أو مهنية(8) أو حتى سياسية، ذو صبغة أخرى، تجبرهم إلى حد ما على إنتاج هذا الخطاب. إن ظاهرة أولوية بث خطاب فئة الأفراد الموجودين في سدة الحكم على وجه الخصوص، في وسائل الإعلام العمومية، من بين الظواهر التي عرفتها الممارسة الصحفية خلال فترة حكم حزب جبهة التحرير الوطني، والتي سميت بفترة "الحزب الواحد"، حتى ولو كان الخبر يمثل سبقا صحفيا (9)، ولقد بقي الحال كذلك إلى حد بعيد، خلال فترة الانتقال الديمقراطي في الجزائر، حيث وإن كانت هذه الأخيرة بإمكانها بث خطاب فيه انتقاد لبعض مؤسسات الدولة، مثل المجلس الشعبي الوطني، والسياسات المعتمدة من قبل الحكومة، إلا أنها لا يمكنها بث خطاب فيه انتقاد للرئيس، أو لمراكز اتخاذ القرار في السلطة، أو ذلك الذي يبين وجود

خلاف بين الرئيس والنخبة الحاكمة حسب دراسة Lise Garon (10) بعد قرابة ثلاثين سنة من الانفتاح السياسي، بينت بعض الدراسات التي تناولت خطاب المؤسسات الإعلامية العمومية، أن هذا الأخير يعتمد استراتيجية لنحت صورة المعارضة السياسية في وعي الرأي العام الجزائري، تعمق الهوية بين السلطة والمعارضة وتغذي . بشكل ضمني وعملي - رفض التعددية السياسية والاختلاف في الرأي، وهذا يرهن الفعل السياسي في الجزائر لمزيد من الاحتقان والتأزم(11). أخيرا يمكن القول أنه، حتى وإن كانت الدراسات وكذا التحليلات السابقة نسبية إلى حد ما، إلا أن احترام الخط الافتتاحي لدى الصحافيين العاملين في هذه المؤسسات، يعني أساسا، بث خطاب فئة الأفراد الذين يمارسون الحكم في الجزائر، وتغيب خطاب الأفراد، الذي يعارض خطاب أفراد الفئة الأولى، فهل هذا هو معنى أداء خدمة عمومية إعلامية ؟

2. إبراز الخطاب الرسمي وتغيب المعارض له، عبر ممارسة الرقابة الذاتية:

قالت نسبة 93 % من الصحافيين الذين شاركوا في الدراسة، أنهم يمارسون مبدئيا، الرقابة الذاتية على كتاباتهم بمستويات متفاوتة؛ فبينما تقوم نسبة 58,1% من هؤلاء بذلك بانتظام،

تقوم ما نسبته 22,1% بذلك، تقريبا بانتظام، وتقوم ما نسبته 12,8% نادرا بالمواظبة على هذه الممارسة، كما يظهر في الجدول (2).

تتجسد الرقابة الذاتية في الكتابة الصحفية، أولا : على مستوى انتقاء مفردات اللغة التي يوظفها الصحفيين، فيختارون أحيانا تلك المرادفة للتي يستعملها "المحدد الأول" في تفسيره للحدث، وأحيانا أخرى، يأخذ بعض المفردات والمصطلحات التي وظفها هذا الأخير فيما سبق، فيدخلها في القصة الخبرية التي قام بتحريرها. تتجسد كذلك هذه الظاهرة . الرقابة الذاتية .، في تناول الظواهر الاجتماعية من وجهات نظر، لا تخالف تلك التي تعتنقها السلطة السياسية الحاكمة. في العديد من الأنواع الصحفية مثل اللقاءات الصحفية التي ينجزها الصحفيين مع مصادر الخبر، أو في الحصص الإذاعية، حيث يتم فيها مناقشة إشكالية معينة. كما تسهر فئة المسؤولون في المؤسسة عموما، كالمدرء، ورؤساء التحرير، ورؤساء الجرائد، على تكريس وجهات نظر السلطة السياسية الحاكمة في الخطاب الذي يتم إنتاجه، في مثل هذه المساحات الإعلامية، من خلال المواظبة على ممارسات معينة، كقيامهم بتحديد زاوية تناول موضوع ما، حيث قالت نسبة 75,5% من الصحفيين الذين شاركوا في

دراسة تناولت مدى تأثير العوامل الاجتماعية والمهنية على الممارسة المهنية للصحافيين العاملين في المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن المسئولون بمختلف مسمياتهم الوظيفية هم الذين يحددون زوايا تناول المواضيع المعالجة من قبل الصحافيين (12)، كما أكدت نسبة 43.6% من هؤلاء أنه سبق وأن وجهة لهم ملاحظات من قبل هذه الفئة من الأفراد مفادها أن، الأخبار التي يحررونها لا تتماشى والخط الافتتاحي للمؤسسة التي يعملون فيها (13).

إن مثل هذه الممارسات المهنية، تجعل من خطاب الصحافيين ينسجم وذلك الذي تنتجه فئة الأفراد الذين يتقلدون مسؤولية في الحكم، ويخلوان من الصراع بينهما. هاتان الظاهرتان هما من مميزات الخطاب المؤسساتي (14)، كما تؤدي كذلك إلى جعل هذا الخطاب يبرز وجهات نظر هؤلاء الأفراد، التي تحمل تصورات السلطة السياسية، للسياسات التي يجب اعتمادها في مختلف القطاعات، وحيال الظواهر الاجتماعية التي يعرفها المجتمع الجزائري. هناك من الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلام للمؤسسات الإعلامية العمومية، التي أجريت مؤخرا (سنة 2015)، والتي أكدت أن الإعلام الرسمي يولي أهمية تكاد تكون شبه مطلقة لنشاط السلطة التنفيذية، على حساب بقية السلطات،

ناهيك عن المعارضة، وأنه أبرز السلطة التنفيذية، كفاعلة في الأحداث الوطنية، بنسبة 74.44%، من مجموع الفاعلين في التغطية الإخبارية لصحيفة المساء مثلا، و69.53% في صحيفة المجاهد، و53.53% في نشرة أخبار التلفزيون العمومي، و51.75% في الإذاعة العمومية (15)، في حين تجعله يغيب وجهات نظر الخطاب المعارض لذلك الذي تنتجه هذه الفئة من الأفراد، بذلك يسلط خطاب هذه المؤسسات، الضوء على وجهات نظر هؤلاء الأفراد والمعلومات التي يقدمونها، في حين يهملون نسبيا، تلك المخالفة لها. يرى الباحث Entman، أن تأطير قضية ما هو عبارة عن تسليط الضوء على معلومات بعينها من المادة الإعلامية، مما يمنحها بروزا أكثر من غيرها. والبروز هو وضع معلومة معينة بشكل يتيح لها أن تكون ملاحظة بشكل أكبر من قبل الجمهور. فالزيادة في الإبراز تزيد الاحتمال بأن الجمهور سيدركون المعلومات، ويعرفون معانها ويحفظونها في ذاكرتهم (16).

إن ظاهرة ممارسة الرقابة الذاتية على الكتابة الصحفية في المؤسسات الإعلامية العمومية الجزائرية، قديمة، إلا أن حديثها تتباين من فترة سياسية معينة إلى أخرى، فلقد أكدت دراسة أنجزت خلال فترة حكم حزب جبهة التحرير الوطني، التي عرفت بالأحادية الحزبية، والتي تناولت جزئيا هذه

الظاهرة، على مواظبة الصحفيين على مثل هذه الممارسة رغما عنهم، حيث يقول أحدهم: "نحن لا نختار الأحداث التي نغطيها، فهي مفروضة علينا...وزيادة على ذلك فإن رئيس التحرير يصر على قراءة تقاريرنا الإخبارية ويشطب على كل ما لا يليق ومزاجه الخاص" ويقول آخر: "إننا أصبحنا ندرك جيدا نوع البرقيات الإخبارية التي تفلت من تشطيب قلم رئيس التحرير. ابتداء بالمصطلحات، والأسلوب، وحتى عدد الكلمات... فهو لا يترك شيئا يمر من شأنه أن يخلق مشاكل. وعلى هذا، فأنا شخصيا لا أعطيه الفرصة .. فأراقب نفسي بنفسي"(17). ويدل ذلك على أن خطاب هذه المؤسسات لا زال محايدا رغم "الانفتاح الديموقراطي" الذي عرفته الجزائر، واعترافها بحرية الرأي والتعبير والتعددية، ويسعى إلى إظهار خطاب السلطة السياسية الحاكمة، في بيئة، أصبح فيها "الظهور" أحد الأهداف المثالية، التي يسعى كل الفاعلين، في ميدان من ميادين الحياة الاجتماعية إلى تحقيقه(18)، لذلك يجب وضع آليات معينة داخل المؤسسة، لتحرير الصحفيين من مثل هذه الممارسات المهنية المحايدة، قصد جعل خطابهم، خطابا موضوعيا بدلا أن يكون محايدا.

3. الجمهور كفاعل في بناء خطاب الصحفيين :

أكد الصحافيون المشاركون في الدراسة، أن الجمهور المتلقي، يؤثر بأشكال متباينة على عملهم، الذي يتمثل أساسا في انتاج وبث خطاب معين، كما تبينه نتائج الجدول رقم (3)، والتي تتمثل في حالة دراستنا، فيما يلي:

1.3 . التفاعل بين الصحافي والجمهور المتلقي:

قالت ما نسبته 31,3٪ من الصحافيين أن، تأثير الجمهور على معالجة الأخبار، يتم عبر عملية التفاعل التي تحدث بينهما، خلال أوقات، وعبر أشكال، ووسائط اتصال معينة، وهي الكيفية الأساسية التي يحدث بها الجمهور تأثيرا على خطابهم، كما أكدته هذه الفئة، التي تتعدى ثلث عدد الصحافيين الذين يرون، أن للجمهور تأثيرا على معالجة الأخبار. يحدث هذا التأثير، خلال الحصص التفاعلية بمختلف أنواعها، أو على شبكات التواصل الاجتماعي، أو خلال اللقاء المباشر الذي يحدث بين الصحافي والمستمع خلال أوقات عمل هذا الأخير أو غيرها، حيث يبدي المستمع رأيه حول المادة الإعلامية التي يتم بثها وكذا زوايا تناولها، فيأخذ الصحافي هذه الآراء بعين الاعتبار، ليتحول ذلك إلى نوع من سبر آراء، لعينة مصغرة من الجمهور المستمع، "في ضل غياب استطلاعات رأي الجمهور حول الشبكة البرمجية والعمل الصحافي عموما، كما أشار إليه أحد الصحافيين. يأخذ

بعدها هؤلاء، بعين الاعتبار نتائج سبر الآراء هذه، ويستغلونها، قصد محاولة معرفة رغبات الجمهور المتلقي، وتلبيتها. يقول الباحث Stuart Hall في هذا الصدد، أن، الصورة التي تتشكل لدى العاملين في المؤسسة الإعلامية، حول الجمهور المتلقي، من بين العوامل المؤثرة على الخطاب الإعلامي(19). يمكن القول أن هذا النوع من الاتصال في المؤسسة، قد حل محل اتصال كان يتم بطرق يمكن وصفها بالتقليدية في عصرنا، حيث أنه قبل ظهور الهاتف النقال والأترنت، كان مستمعي المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، يتصلون بالقائمين بالاتصال في هذه المؤسسة، عن طريق رسائل ورقية يبعثها هؤلاء عبر البريد، يبدون فيها رأيهم حول المادة الإعلامية التي يتم بثها، وكذا الصحفيين، والمنشطين العاملين في القنوات الإذاعية التابعة لهذه المؤسسة، وكانت هذه الرسائل تسمح للصحافيين بمعرفة رأي الجمهور المتلقي حول ما سبق بثه من خطاب، عبر الحصاص الإذاعية والنشرات الإخبارية الماضية، وتسمح لهم بمعرفة اهتماماته، بذلك يقع تأثير الجمهور المتلقي على خطاب الصحفيين.

2.3 انتقاء الألفاظ، والمواضيع:

يسعى الصحفيين إلى ترك انطباع حسن، عنهم لدى الجمهور المتلقي، من خلال مخاطبته يوميا بألفاظ، وتعايير تؤدي المعنى، وكذا تناول مواضيع معينة، يعتقد الصحفي أنها تشكل اهتمام الجمهور المتلقي. ولأن الاتصال اللفظي هو عبارة عن علاقة اجتماعية، فتماسك هذه العلاقة، يتوقف على مدى تهذيبها. وخرق أي قاعدة من قواعد الخطاب، كالخروج عن الموضوع أثناء الحديث، أو غموض التعبير، أو عدم تقديم المعلومات اللازمة، يعرض صاحبه، لخطر الاتهام بالإنسان المفتقر للسلوك الحسن، والتصرفات المهذبة أي "الفظ" (20). ولقد بينت نتائج بحثنا، أن خطاب ما يقارب ثلث فئة الصحفيين، الذين تبلغ نسبتهم 27,3٪ حسب بيانات الجدول رقم (3)، يتأثر بهذه الممارسة المهنية، حيث أنهم يقومون بانتقاء ألفاظ وتعايير مهذبة، ويوظفونها لإعطاء الأخبار، وكذا للتعبير عن أفكارهم وآرائهم حيال الظواهر الاجتماعية التي يتناولونها، في إعدادهم للرسائل الإعلامية في مختلف أشكالها، ويقومون بتناول مواضيع معينة من زوايا محددة، يعتقد الصحفيون أنها، هي التي تشكل اهتمام الجمهور المستمع. وفي الوقت نفسه، يقوم هؤلاء، بإلغاء ألفاظ وتعايير أخرى، يعتقدون أنها غير مواتية، كما يتجنبون تناول بعض الظواهر الاجتماعية من زوايا معينة.

حتى وإن كان ذلك فيه صلاح للحياة اليومية للفرد المتلقي للخطاب. يواظب الصحفيين على هذه الممارسة، التي تعتبر شكلا من الأشكال الأساسية التي يتم عبرها تأثير الجمهور على الخطاب الصحفي، بهدف تعزيز الثقة بين الصحفي المتحدث والفرد الذي يتعرض للخطاب. ويسعى الصحفيين الذين يكون لهم ذلك، حافز، يوما بعد يوم، إلى البحث عن أخبار مؤكدة ودقيقة، يمكن أن تشكل موضع اهتمام الجمهور المستمع، لينقلها له، عله تفيده في حياته اليومية. تعتبر مثل هذه الممارسات المهنية، منطقية إلى حد ما، لأن كل الخطابات الإعلامية توظف لغة مناسبة للظروف الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والسياسية القائمة في البيئة الاجتماعية المحلية، التي تحيط بالمؤسسة الإعلامية(21).

3.3 محاولة توقع رغبات المستمع:

تبين معطيات الجدول رقم (3) أن رغبة فئة من الصحفيين في خدمة الصالح العام للجمهور، هو الذي يدفعها إلى تبني ممارسات مهنية، تؤثر على محتوى الخطاب الذي تنتجه. تتكون هذه الأخيرة من فئة ثانوية أولى، تبلغ نسبتها المئوية 16,2%، تقول أن الجمهور يحدث تأثيرا على عملها، لدى محاولتها توقع رغباته، وفئة ثانوية ثانية، تبلغ نسبتها 13,1%، تقول أنه يحدث ذلك عندما تحاول تقديم الأفضل

له، ما يدفع أفرادها إلى المواظبة على ممارسة الانتقاء، التي تكون مصدر إبراز لأخبار ووجهات نظر، وتغيب أخبار ووجهات نظر أخرى، معينة.

يبين تحليل أجوبة الصحافيون أنه قصد توقع رغبات هذا الأخير، فإنهم يواظبون على ممارسات مهنية وعلى التفكير بطريقة معينة، من بينها أنهم يحاولون أن يعزلوا بعض مميزات السياق الذي يتلقى فيه المستمع الخطاب الإعلامي، فيأخذونها بعين الاعتبار، قصد إعداد مادة إعلامية أو خطاب مواتي، والمثال على ذلك يظهر في الشبكة البرمجية التي تعدها مختلف القنوات الإذاعية، حيث تبث عموما في الفترة الصباحية، من السادسة إلى التاسعة، نشرات إخبارية سياسية واقتصادية، لتعلم الأفراد عن تطورات، تم انتقاءها، والتي حدثت مؤخرا في مختلف مجالات الحياة، داخل الوطن وخارجه، لأن الفرد عموما، يكون شغوقا لمعرفة ذلك، صباحا، وأن فئة معتبرة من الجزائريين قد يكونون خلالها في سياراتهم متوجهين نحو العمل، وأنه من بين ما يقومون به في سياراتهم، هو إشعال الراديو، لمعرفة ذلك، في حين تبث من الساعة العاشرة إلى الثانية عشر زواالا، حصصا موجهة لفئة معينة من المجتمع، مختلفة إلى حد ما، عن الفئة المتلقية للمادة الإعلامية خلال الفترة الصباحية السابقة. إن مثل هذه

الممارسات المهنية، يواظب عليها القائمين بالاتصال في المؤسسة ويعتبرونها، خدمة عمومية تقدم للجمهور المتلقي، كما تنص عليه القوانين التي تنظم العمل داخل الإذاعة الجزائرية(22). يكتسب الخطاب الصحفي شرعيته، لأن القارئ هو الذي يطالب به، وتبرر الجريدة وجودها، وعملها، بتلبية مطالب، ضمنية أو غير ضمنية، يتقدم بها هذا الأخير، حيث أنه، عندما تقوم بإعداد ركن معين مثل "صحتكم" أو "الحصاد الرياضي"، فهي تشهر بالواجهة الايجابية للقارئ، بالاهتمام بمذاقه وانشغالاته، مبيّنة في ذلك أنها مطالب شرعية، بما أنها تلبّيها، غير أنها، تثمن في الوقت نفسه واجباتها الايجابية، عندما تظهر نفسها، في صورة مؤسسة شديدة الاهتمام بخدمة قرائها (23). غير أنه، تبين أن مثل هذه الممارسات تؤثر على الكتابة الصحفية والخطاب الصحفي عموماً، فهي تخضعها مثلاً للأحداث، لأنها تعتبر نفسها مرآة تعكسها بصفة خالصة (24) وبالتالي تنقل وتبث خطاباً فاعلين آخرين، حول هذه الأحداث موضوعياً كان أو غير موضوعياً في بعض الحالات.

4.3 الخوف من رد فعل الجمهور:

أخيراً قالت ما نسبته 12,1% من الصحافيين أن خوفهم من رد فعل الجمهور يؤثر على عملهم، ومحتوى الأخبار التي

يتناولونها على وجه الخصوص كما تبينه بيانات الجدول رقم (3)، حيث أكد هؤلاء أن، ذلك يؤثر على خطابهم، باعتباره المستهدف، وفي أغلب الأحيان، لا بد على الصحفي أن يتحلى بروح المسؤولية الملقاة عليه، وأن يكون موضوعي في تغطيته للأحداث، بعيدا عن المصالح الشخصية. إن ردة فعل الجمهور تحدث، في حال التطرق لموضوع ما بطريقة سطحية، أو عند الخوض في تناول بعض المواضيع التي "تخدش الحياء العام"، حيث أنه يتصل بالقائمين على تنشيط بعض الحصص التي فيها تفاعل بين الطرفين، أو عن طريق البريد الإلكتروني، أو وسائل التواصل الاجتماعي، فيبدي رأيه بتوظيف ألفاظ عنيفة، تؤثر إلى حد بعيد على الصحفيين، مما يؤثر وبطريقة مباشرة على خطابهم، فيقومون مستقبلا بتفادي توظيف بعض الألفاظ، أو تفادي تناول مواضيع معينة أو زوايا منها. فيصبح بذلك، الجمهور بمثابة مشارك فعال يؤثر إلى حد ما، على محتوى خطاب الصحفيين، رغم أنه لا يتقاسم مع الصحفي، الحيز الفيزيائي الذي ينتج فيه هذا الخطاب، والمتمثل أساسا في المؤسسة الإعلامية. لقد سبق لعالم الاجتماع الفرنسي بيار بوردوا أن قال أن الضغوط الصادرة من قبل بعض العوامل الواقعة في "الفضاء الخارجي" للمؤسسة، لا سيما المستمعين، هي أكثر

تأثير على العمل الصحفي، من الضغوط الصادرة من قبل بعض العوامل الواقعة داخل المؤسسة، وأنها تعزز سيادة المسؤولين، وتمنح لهم الفرصة لكي يفرضوا تصوراتهم، ويسهرون على بثها عبر خطاب الصحفيين (25). تبين أشكال تأثير الجمهور على خطاب الصحفيين العاملين في الإذاعة الجزائرية، التي تمكننا من عزلها، انطلاقا من أجوبتهم حول السؤال نفسه، أن الجمهور، يشارك مبدئيا في بناء خطاب هؤلاء، لكن إلى أي حد يا ترى ؟ لا سيما إذا قارنناه، بتأثير بعض العوامل الأخرى، كفضة الأفراد الذين يتقلدون مسؤوليات في النظام السياسي القائم.

خلاصة:

لقد بينت نتائج هذه الدراسة الميدانية، أن بعض العوامل المهنية والاجتماعية، لها تأثير بالغا على خطاب الصحفيين العاملين في المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، وكأنها سياق لا يبادر هؤلاء إلى اختراقه، رغم أنه قد يكون في هذه المبادرة، صلاح للمجتمع الجزائري، لأن الدور الاجتماعي لهؤلاء، يشبه إلى حد بعيد، دور النخب في المجتمع، التي، وبحكم علمها الواسع، يجب عليها أن تبادر بتناول الاشكاليات التي تطرح، والتي تعيق تقدم المجتمع، حتى ولو أن ذلك قد يثير ضغينة الجماهير، لدى تناولها من قبلهم للمرة الأولى،

ليظهر بعدها أن النخبة على صواب والجماهير على خطأ، فتمكن هذه الأخيرة من التخلص من أحد القيود التي تعيقها. إن لخطاب الصحفيين تأثيرا بالغا على تشكيل الرأي العام أو الإجماع حول قضية معينة، فالأفراد داخل المجتمع، غالبا ما يتخذون قرارات يومية، على أساس تلك الخطابات التي تبثها وسائل الإعلام بمختلف أنواعها. إلا أن هذا الأخير تؤثر عليه، حتى لا نقول تشكله كليا أو جزئيا، عوامل عديدة، من بينها السمات الشخصية لهؤلاء "القائمين على الاتصال"، أو عوامل تقع في الفضاء الداخلي الذي ينتج أساسا فيه هذا الخطاب، أو تلك التي تقع خارج هذا الفضاء كالقيم الأخلاقية والاجتماعية السائدة في البيئة التي يشتغل فيها الصحفي، أو التفاعل مع الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية المبتوثة، كما رأيناه في الدراسة. غير أنه وفي سياقات معينة، فبعض العوامل قد تكون أكثر تأثير على الخطاب من الأخرى، لـ "تستحوذ" عليه، وتوظفه تبعا لمبتغاها، كما هو الحال في اعتقادنا، فيما يخص خطاب الأفراد الذين شاركوا في الدراسة، فهورهيّن تنظيم العمل الذي يجعله حسب بعض الدراسات، يغيب الخطابات الأخرى المعارضة لذلك الذي تنتجه فئة الأفراد الذين يمثلون النظام السياسي بالأساس، ويبرز هذا الأخير، أو تلك التي لا تعارض هذا الأخير، حتى

ولو كان أفرادها، لا يمثلون النظام السياسي. إن هذا التغيب يتم بصفة غير رسمية، خلال مراحل ثلاثة هي:

1. مرحلة انتقاء هذا الخطاب في وضعه الخام، مثلما هو الحال عندما يعقد مصدر الخبر لقاء صحفي حيث يلقي خطابا يبين فيه موقفه من إشكالية ما، أو عندما يبث خطاب مكتوبا على أحد الحوامل الإعلامية، كالمواقع الالكترونية، أو على شبكات التواصل الاجتماعي، ...إلخ.
2. مرحلة تحويل هذا الخطاب من قبل الصحفيين، قصد بثه في شكل رسالة إعلامية، حيث تطبق عليه قواعد الكتابة الصحفية، ويتم انتقاء بعض المقاطع من هذا الخطاب، والتي لا تعارض عموما، الخطاب الرسمي.
3. مرحلة بث هذا الخطاب الذي يتم خلال المواعيد الاخبارية المهمة، حيث تمنح أولوية البث، وكذا مساحة زمنية أطول لهذا الخطاب أو ذلك المماثل له، مقارنة بتلك التي تمنح لخطابات أخرى تعارض أو تناقض إلى حد ما، هذه الأخيرة، مثل، تلك التي يدلي بها أفراد بصفتهم مواطنين أو ممثلين لتشكيلات سياسية أو المجتمع المدني عموما، وفي أحيان أخرى يتم إقصاء هذه الأخيرة بتاتا.

قائمة المراجع:

- (1) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 14، بتاريخ 1990/04/04، ص 396.
- (2) نصر الدين العياضي، صورة المعارضة الجزائرية في الإعلام الرسمي: الواقع والتمثلات، مركز الجزيرة للدراسات، د.م، 2015، ص 9.
- (3) بوجمعة رضوان، الصحفي والصحفي المراسل في الجزائر . دراسة سوسيومهنية . طكسيح كوم، الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص ص68-69
- (4) République Algérienne Démocratique et Populaire, Entreprise Publique de Radiodiffusion Sonore, direction des ressources humaines, effectif global, Alger, arrêté du 23-02-2016, p 01.
- (5) Jean-Marc Chardon, Olivier Samain, Le journaliste Radio, ECONOMICA, Paris, 1995, p 53.
- (6) الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، العدد 19، ص ص633.
- (7) الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان، مجموعة العمل العربية لرصد الإعلام، الإعلام في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2009 التقرير النهائي لنتائج برنامج رصد وسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية بالجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية للتاسع أفريل 2009، الجزائر، يوليو 2009، ص ص 7271.
- (8) أنظر: حكيم حمزاوي، تأثير العوامل الاجتماعية والمهنية على الممارسة المهنية للصحفيين في الإذاعة الجزائرية: دراسة سوسيو مهنية على صحفيي القنوات الأولى والثانية والثالثة والدولية وإذاعة النات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، (غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام، جامعة الجزائر 3، 2016.2017.
- (9) Belkacem MOSTEFAOUI, MÉDIAS et liberté d'expression en Algérie, repères d'évolution et éléments d'analyse critique, Éditions El OTHMANIA, Alger, 2013, p 29.

(10) Lise Garon, Les médias algériens et la crise d'octobre 1988, WOLFGANG S. FEUND, dir, (L'information au Maghreb), Cérès Productions, Tunis 1992, p 162.

(11) نصرالدين العياضي، مرجع سبق ذكره، ص 14.13

(12) حكيم حمزاوي، تأثير العوامل الاجتماعية والمهنية على الممارسة المهنية للصحافيين في الإذاعة الجزائرية: دراسة سوسيو مهنية على صحفيي القنوات الأولى والثانية والثالثة والدولية وإذاعة النات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، (غير منشورة)، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام، جامعة الزائر 3، 2016.2017، ص 242.

(13) نفسه، ص ص 285.287.

(14) Alice Krieg-Planque, Analyser les discours institutionnels, Armand Colin, Paris, 2013, p 12.

(15) عزي عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 9.

(16) عبد الله بن خميس الكندي، سميشة بنت عبد الله النعماني، حسني محمد نصر، خطاب صحيفة عمان 1972.1975 في حرب ظفار: دراسة في مسارات البرهنة، (المجلة الجزائرية للاتصال)، جامعة الجزائر 3، العدد 25، السداسي الأول 2016، ص 147.

(17) Stuart HALL, Identités et cultures Politiques des cultural studies, op, cit, p 171.

(18) Dominique MAINGUENEAU, analyser les textes de communication, Armand Colin, Paris, 2012P 25.

(19) Judith Lazard, 100 mots pour introduire aux théories de la communication, Flammarion, Paris, 2004, p 76.

(20) Voir : République Algérienne Démocratique et Populaire, Journal Officiel n° 19.

(21) Dominique MAINGUENEAU, analyser les textes de communication, Armand Colin, Paris, 2012, p 28

(22) Érik Neveu, Sociologie du journalisme, 4^{ème} éd, Éditions La Découverte, Paris, 2013, p 65

(23) <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bjournal.html>, visité le 06-09-2017, à 14 :36.

(24) بومعيزة السعيد، عملية انتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري نشرة الثامنة .
دراسة حالة .. (المجلة الجزائرية للاتصال)، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة
الجزائر، العددان 6 و7، ربيع و خريف، 1992، ص 21.

(25) Lise Garon, les médias algériens et la crise d'octobre 1988, WOLFGANG S. Freund, Cérés Productions, Tunis, 1992, pp 157.

الجداول:

الجدول رقم (48) يبين الأهمية التي يوليها الصحافيين
لبعض العوامل أثناء تحريرهم للأخبار:

المجموع	عديم الأهمية.	قليل الأهمية.	مهم	مهم جدا	ذو أهمية قصوى		
172	0	2	13	27	<u>130</u>	ت	الخط الافتتاحي للمؤسسة.
٪100	0,6	1,2	7,6	15,7	<u>75,6</u>	٪	
172	3	4	35	<u>65</u>	65	ت	الطابع الآني للمعلومة.
٪100	1,8	2,3	20,3	<u>37,8</u>	37,8	٪	
172	9	28	<u>45</u>	43	47	ت	احترام قواعد الكتابة..
٪ 100	5,2	16,3	<u>26,2</u>	25	27,3	٪	

الجدول رقم (53) يبين مدى ممارسة الصحفيين للرقابة الذاتية على كتاباتهم :

النسبة	العدد	التكرار الإجابة
٪ 58,1	100	منتظمة
٪ 22,1	38	تقريبا بانتظام
٪ 12,8	22	نادرا
٪ 5,8	10	لا وجود لها
٪ 1,2	2	دون إجابة
٪ 100	172	المجموعة

جدول رقم (68) يبين كيف تؤثر القيم الأخلاقية والاجتماعية السائدة في المجتمع على معالجة المواضيع لدى الصحفي :

النسبة	العدد	التكرار الإجابة
٪ 29,1	50	تمنعي من معالجة المواضيع الطابوهات
٪ 23,8	41	تحدد لي إطارا لمعالجة المواضيع
٪ 23,3	40	تؤثر سلبا على عملي
٪ 20,9	36	توجهني إلى نوع معين من المواضيع
٪ 2,9	5	من دون إجابة
٪ 100	172	المجموع

(42) جدول رقم (65) يبين كيف يؤثر الجمهور على معالجة الأخبار لدى الصحافي :

النسبة	العدد	التكرار
		الإجابة
٪ 31,3	31	عن طريف تفاعلي معه
٪ 27,3	27	انتقائي للأخبار
٪ 16,2	16	سعي إلى تقديم الأفضل له
٪ 13,1	13	محاولتي توقع رغباته
٪ 12,1	12	خوفي من رد فعله
٪ 100	99	المجموع