



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال



العنوان:

السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة

دراسة ميدانية وتحليلية لإذاعة الجزائر الدولية

مذكرة مكملة لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر - سمعي بصري-

الأستاذ المشرف:

د. رشيد خضير

إعداد الطالبين:

حسين شرايطة

زينب دقة

السنة الدراسية: 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وعرفان

قال رسول الله ﷺ {من اصطنع إليكم معروفاً فجاوزه فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم شكرتم فإن الشاكر يحب الشاكرين} رواه الطبراني  
الشكر والحمد لله الذي وفقنا لاختيار هذا الموضوع وأتم، وأسأله أن يغدق علينا  
من النعم.

والشكر للدكتور "رشيد خضير" لإشرافك وتفضلك على هذا العمل.

كل الشكر لك أخونا وزميلنا الأستاذ "هشام ميسة" على التوجيهات القيمة وعطائك  
الذهبي.

والشكر كل الشكر للسيد الفاضل عبد القادر بوجلالة مدير إذاعة الجزائر الدولية،  
وكل الطاقم الصحفي لمنحنا الثقة والتشجيع لإتمام موضوع دراستنا.

الشكر لزملائي.....جامعتي.....

وكل من كان له الفضل في إخراج هذا العمل

## ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة موضوع السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة، إذاعة الجزائر الدولية أنموذجا، من خلال تقييم ملامح الممارسة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره تم استخدام أداتي الاستمارة وتحليل المضمون، بما يضمن التوصل إلى تصورات ودلالات واضحة حول السياسة الإعلامية معتمدة في ذلك على الأساليب الإحصائية في معالجة البيانات المتحصل عليها، وبالاستناد بما طرح في الجانب النظري، وما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج، إضافة إلى الرؤى القبلية للعينة والإطار الزمني.

حول الموضوع، وفي ضوء ذلك وبناء عليه، كانت أهم النتائج على النحو التالي:

### أهم نتائج الدراسة الميدانية:

1. أن غالبية أفراد العينة يرون بالأهمية الكبيرة للإعلام الدولي بنسبة (88.9%) ويتفوق نسبة المؤيدين بأهمية وسائل الإعلام في العمل الدبلوماسي بمعدل (100%).
2. أوضحت نتائج الدراسة بأن أفراد العينة في ترتيبهم للوسائل الإعلامية المناسبة للعمل الدبلوماسي حسب الأهمية كان التلفزيون الأعلى بنسبة (22.64%) وكانت الإذاعة والمواقع الإلكترونية بنسبة (22.64%)، وأبدى نسبة (17.92%) من العينة اختيارهم للصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء.
3. أبرزت النتائج اختيار أفراد العينة حول قيام الإعلام الخارجي الجزائري بدور إعلامي للجزائر بنسبة (55.6%) ممن أجابوا بنعم، تليها نسبة (40.7%) ممن اختاروا غلى حد ما، بينما احتلت لا أعرف نسبة (3.7%).
4. أشارت النتائج إلى أن لتأثير القيم الإخبارية يكون بشكل كبيرة حيث احتلت المرتبة الأولى في سلم تفضيل المبحوثين بنسبة (70.4%)، تليها بشكل متوسط بنسبة (22.2%) بينما احتلت بشكل ضعيف المرتبة الثالثة بنسبة (7.4%).

## أهم نتائج الدراسة التحليلية:

1. تقدم إذاعة الجزائر الدولية تغطية إخبارية منتظمة وشاملة للأحداث الوطنية والدولية مع مراعاة الأنية والجدة في طرحها للقضايا المختلفة من خلال نشراتها الإخبارية الناطقة بالعربية.
2. احتلتن المواقع السياسية مساحة هامة في النشرة الإخبارية بنسبة (38.3%)، تليها المواضيع الإنسانية بنسبة (19.8%).
3. باعتبار إذاعة الجزائري الدولية وسيلة إعلامية مكتوبة (وطنية) فقد جاءت القضايا العربية في النشرة حول الجزائر بنسبة (50.3%).
4. جاء دور القضايا العربية في عناوين النشرة حيث لم يرد بنسبة (69.5%)، تليها ورد في العناوين بنسبة (30.5%).

**الكلمات المفتاحية:** السياسة الإعلامية، الإذاعات الدولية الموجهة

## **Abstract :**

The present study aims at investigating the theme of media policy in international radio stations : a model was taken the International Algerian Radio, by assessing the features of practising media in terms of form and content .The study is relied on survey methodology. Questionnaire and content analysis are tools used to ensure clear perceptions on media policy ,in which focuses more on the statistical methods in processing the data obtained from the theoretical side and the previous studies. In addition to the last views of the sample and time frame. In the light of that and based on the most important results as follow :

### **The main results of the study :**

1-The majority of the respondents believe that the international media is the most important by (88.9%) .In contrast, the percentage of the supporters of the media in diplomatic work is (100%)

2-The results of the study showed that the respondents in the ranking of the media suitable for the diplomatic work according to the importance. The highest percentage was for television , the radio and websites (22.64 %), while (17.92%) of the sample chose the press and news agency .

3-The results highlighted the selection of the Algerian foreign media for the role of Algeria media with (55.6%) respondents who answered by « Yes » , followed by (40.7%) who chose the same degree whereas (3.7%) did not know .

4-The results indicated the influence of the news values was very high with the rank of the first in the preference list for respondents by (70.4%) , followed by the average (22.2%) , and the third was weak by (7.4 %).

### **The main results of the analytical study :**

1-International Algerian Radio provides regular and comprehensive news coverage of national and international events, taking into account the timeline and novelty of presenting various issues through Arabic language and news bulletins .

2-Political sites occupied an important place in the newsletter (38.3 %), followed by humanitarian topics (19.8 %).

3-As the Algerian International Radio is a written media (national) the Arab issues came the bulletin about Algeria by (50.3%).

4-The role of the Arab issues in the news headlines the bulletin was not by (69.5%), but followed by headlines (30.5%).

**Key terms : Media policy, International Radio Stations**

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
2	المقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
5	الإشكالية
6	تساؤلات الدراسة
7	أهمية الدراسة
8	أهداف الدراسة
8	أسباب اختيار موضوع الدراسة
10	تحديد مفاهيم مصطلحات الدراسة
12	الدراسات السابقة
19	الإجراءات المنهجية للدراسة
26	الإطار النظري للدراسة (نظرية ترتيب الأولويات Agenda – Setting Theory)
<b>الفصل الثاني: السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة</b>	
38	المبحث الأول: السياسة الإعلامية أهميتها وخصائصها
38	المطلب الأول: تعريف السياسة الإعلامية
40	المطلب الثاني: أهمية السياسة الإعلامية
41	المطلب الثالث: خصائص السياسة الإعلامية
42	المطلب الرابع: ملامح السياسة الإعلامية التعددية
46	المبحث الثاني: الإعلام الدولي
46	المطلب الأول: مفهوم الإعلام الدولي

47	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الدولي
48	المطلب الثالث: وظائف الإعلام الدولي
50	المطلب الرابع: وسائل الإعلام الدولي
55	المبحث الثالث: الإذاعة الدولية
55	المطلب الأول: تعريف الإذاعة وتاريخها
58	المطلب الثاني: نشأة الإذاعة الدولية وتطورها
67	المطلب الثالث: خصائص ووظائف الإذاعة الدولية
68	المطلب الرابع: أهداف وأنواع الإذاعات الدولية الموجهة
71	المبحث الرابع: النشرات الإخبارية وقيمها في الإذاعات الدولية
71	المطلب الأول: الخبر الإذاعي
71	المطلب الثاني: القيم الخبرية
77	المطلب الثالث: الإذاعة الدولية في الجزائر
<b>الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر دراسة ميدانية وتحليلية</b>	
84	المبحث الأول: القائم بالاتصال في الإذاعة الدولية والسياسة الإعلامية
95	المبحث الثاني: تحليل السياسة الإعلامية في محتوى النشرات الإخبارية في الإذاعة
105	نتائج الدراسة
108	الخاتمة
111	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

## فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
<b>جداول استمارة الاستبيان</b>		
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	84
02	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	84
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	85
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	85
05	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أهمية الإعلام الدولي	85
06	يوضح درجة أهمية وسائل إعلام العمل الدبلوماسي	86
07	يوضح ترتيب الوسائل الإعلامية المناسبة لنجاح العمل الدبلوماسي حسب الأهمية	87
08	يوضح العلاقة بين الإعلام الدولي والسياسية الخارجية	88
09	يوضح طبيعة هذه العلاقة	88
10	يوضح أن الإعلام الخارجي الجزائري بدور إعلامي للجزائر	89
11	يوضح إذاعة الجزائر الدولية لها دور في تحديد أهداف الإعلام الدولي	90
12	يوضح القيم في الخدمة الإخبارية	90
13	يوضح القيم الإخبارية في نشرات في الإذاعة الدولية	91
14	يوضح أهم القضايا التي تراها مناسبة	92
15	يوضح العوائق التي تواجه فريق عمل بالإذاعة الدولية بالجزائر	93
16	يوضح أهم هذه العوائق؟	93
<b>جداول استمارة تحليل مضمون</b>		
01	يوضح مواضيع النشرة	96
02	يوضح قضايا العربية في النشرة	97
03	يوضح ورود القضايا العربية في عناوين النشرة	98
04	يوضح ترتيب القضايا العربية في النشرة	98
05	يوضح المجال الجغرافي للنشرة	99

100	يوضح فئة الفاعلين في النشرة	06
101	يوضح اتجاه الإذاعة الدولية إزاء القضايا العربية القائمة	07
101	يوضح فئات نوع الخبر	08
102	يوضح فئة طول الخبر	09
103	يوضح فئة زمن قضايا النشرة	10

# المقدمة

## المقدمة

أصبح الإعلام أداة هامة من أدوات التأثير والتغيير، كما أصبح سلاحا في أيدي المؤسسات العالمية الكبرى والدول العظمى لدرجة انه لا يقل أهمية عن السياسة والقوة العسكرية في تحقيق أهداف المؤسسات الكبرى والدول على شتى أحجامها وقوتها العسكرية. لقد كان الإعلام الدولي معيار وسيلة الدولة العالمية في عصر العولمة في نشر ثقافة دولة القطبية في أرجاء المعمورة من خلال أدواته ووسائله، وطريق القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية بحيث بدا لنا الإعلام الدولي بمجالاته المتعددة وآياته وقضاياه العالمية المستحدثة التي تنقل من خلال الفضائيات والانترنت ووكالات الأنباء والصحف العالمية.

ولو تتبعنا الإعلام الدولي من البدايات، نجد أن الراديو كان الوسيلة الأولى والأقوى في الإعلام الدولي، حيث كانت الدول تعتقد أن الراديو الوسيلة الأقوى على التأثير على عقول الناس، وكان الروس والألمان أول من أدركوا قدرات الراديو واستخدموه كوسيلة للدعاية الدولية ثم أصبح فيما بعد سلاحا من أسلحة الحرب النفسية، وظهر ما يسمى بالإذاعات الموجهة\*.

وتعد إذاعة الجزائر الدولية أحد أشكال الإذاعات العربية الموجهة من خلال ما تقدمه عبر شبكتها البرمجية المختلفة وتطرقنا لشتى القضايا والمواضيع عن طريق رسم معالم الخريطة الإعلامية للجزائر وفق الأجندة السياسية ذات الأبعاد الوطنية والدولية باعتبارها أداة فعلية لتحديد صورة الجزائر دبلوماسيا وفق العلاقات الخارجية التي تتوافق والمعالم العليا للبلاد وتتماشى والسياسة العامة للدولة.

وقد حاولت هذه الدراسة التطرق إلى طبيعة السياسة الإعلامية في إذاعة الجزائر الدولية من خلال النشرات الإخبارية الرئيسية.

\* فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2009، ص12.

من خلال الخطة الآتية التي احتوت على ثلاث فصول تضمن الفصل التمهيدي الإطار المنهجي للبحث مسلطاً الضوء على إشكالية البحث، أهميته وأهدافه، معرّفاً بالمنهج العلمي والأدوات التي استخدمها الباحث لتحقيق أهدافه، والدراسات السابقة التي اعتمدها، أما الفصل الثاني فتضمن أربع مباحث، كان المبحث الأول حول السياسة الإعلامية وأهميتها وخصائصها، المبحث الثاني الإعلام الدولي، أما المبحث الثالث فتضمن الإذاعة الدولية، في حين أدرجنا في المبحث الرابع النشرات الإخبارية في الإذاعة الدولية الجزائرية في حين خصص الفصل الثالث لعرض نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية مقسماً إلى مبحثين تناولت في المبحث الأول القائم بالاتصال في الإذاعة الدولية والسياسة الإعلامية، أما المبحث الثاني تعرضنا فيه إلى تحليل السياسة الإعلامية في محتوى النشرات الإخبارية في الإذاعة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

### الإشكالية:

شكل مفهوم السياسة الإعلامية لوسائل الإعلام منحى هام في تاريخ تطور وسائل الإعلام المكتوبة، والسمعية البشرية عبر مر الزمان حيث كان وثيقا الارتباط بالمجالات العامة لحياة الشعوب وتاريخ الدول، مما استدعى أن تتوافق هذه الضوابط واللوائح بما يناسب شؤون الدولة وأبعاد علاقاتها الدبلوماسية مع مختلف البلدان والشعوب حيث لعب الراديو أو الإذاعة دورا محوريا في مختلف الأحداث العالمية باعتباره لسان حال الأمم والشعوب في التعبير عن قضاياها ومبادئها، إلا أن الإذاعات الدولية أو بما يعرف بالإذاعات الموجهة ساهمت في وضع أجندة الإعلام الدولي ورسم معالم السياسة الخارجية للدولة، وبهذا لا يمكننا الحديث عن وسائل الإعلام أو ممارسة إعلامية دون تحديد السياسات العامة للوسيلة بما فيها الإذاعات الدولية التي عملت على ترسيخ عديد المبادئ وفق أبعاد واستراتيجيات داعمة للسياسة القومية للدول، وإن كانت بلغات وألسنة متعددة إلا أن الطرح واحد وثابت وفق ما يخدم ويتناسب مواقف البلد الخارجية.

والحديث عن السياسة الإعلامية يقودنا إلى رصد السياسة الإعلامية في الجزائر عبر تطورها التاريخي أهمها قانون 1990 الذي أسس لسياسة إعلامية قوامها التعددية الإعلامية وبعد تجربة تجاوزت عشرين سنة تم تعديله بقانون الإعلام لسنة 2012 وقانون السمعي البصري لسنة 2014 الذي رصد محطات هامة بدايتها تحرير قطاع السمعي البصري وتعد الإذاعة من بين الوسائل التي شهدت تطورا في جانب الممارسة على اختلاف أصنافها بين المركزية والمحلية والموضوعاتية (الدولية) وتعد إذاعة الجزائر الدولية وإن كانت حديثة النشأة إلا أنها تعد تجربة هامة في تاريخ وسائل الإعلام الجزائرية ذات الطابع العمومي، وذلك لدورها الفعال الذي تقوم به وفق الخطوط المسطرة لأدوارها على المستوى الدولي في بث قيم إيجابية عن الوطن.

وتبرز هذه الدراسة طبيعة السياسة الإعلامية لإذاعة الجزائر الدولية في تغطيتها للأحداث ومواقفها إزاء القضايا العربية وتقييم المضامين الإعلامية وذلك من خلال تحليل

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

مضمون النشرات الإخبارية الرئيسية، ورصد آراء القارئ بالاتصال (صحفيين، محررين...) حول دور الإذاعات الدولية وأثر القيم الإخبارية في الأداء أو الموضوعات المقدمة ومعرفة العلاقات المؤثرة بين القائم بالاتصال والمنتج المقدم المتمثل في المادة الإخبارية، بهدف تحديد السياسة الإعلامية لإذاعة الجزائر الدولية، وفي ضوء ذلك نطرح إشكالية الدراسة التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

- ما طبيعة السياسة الإعلامية التي تنتهجها إذاعة الجزائر الدولية في تغطيتها للأحداث العربية والإقليمية؟

**تساؤلات الدراسة:** وفي ضوء إشكالية البحث، والتي تحددت بالتساؤل أعلاه انبثقت تساؤلات فرعية لتجيب عن إشكالية الدراسة وهي:

**أولاً: التساؤلات الخاصة بالجانب النظري**

- 1- ما هي السياسة الإعلامية؟
- 2- ما هو الإعلام الدولي وأهم وظائفه؟
- 3- ما مكانة الإذاعات الموجهة في الإعلام الدولي؟

**ثانياً: التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية**

1. ما علاقة الإعلام الدولي بالسياسة الخارجية حسب القائم بالاتصال في إذاعة الجزائر الدولية؟

2. ما هي أهم القيم الإخبارية التي تركز عليها إذاعة الجزائر الدولية حسب القائم بالاتصال؟

3. ما هي أهم القضايا ذات الأولوية حسب القائم بالاتصال في إذاعة الجزائر الدولية؟

**ثالثاً: التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية**

**أ. التساؤلات الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟)**

1. ما هي المواضيع الأكثر بروزاً في النشرات الإخبارية لإذاعة الجزائر الدولية؟

2. ما هي القضايا العربية التي تناولتها النشرات الإخبارية في إذاعة الجزائر الدولية؟

3. ما ترتيب القضايا العربية في النشرات الإخبارية؟

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

4. ما المجال الجغرافي للمواضيع التي تركز عليها إذاعة الجزائر الدولية في نشراتها الإخبارية؟

5. من هم الفاعلون البارزون في نشرات الأخبار؟

6. ما اتجاه إذاعة الجزائر الدولية إزاء القضايا العربية؟

ب. التساؤلات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟)

1. ما نوع القالب الإعلامي الغالب في النشرات الإخبارية في إذاعة الجزائر الدولية؟

2. ما طول الأخبار في النشرات الإخبارية في إذاعة الجزائر الدولية؟

3. ما حجم الزمن للقضايا في النشرات الإخبارية؟

أهمية الدراسة:

تكمُن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تتجلى أهمية الدراسة أساسا في كونها إثراء للبحوث الأكاديمية التي تتناول الإذاعة الدولية الجزائرية بالدراسة.
- تبرز أهمية هذه الدراسة من أهمية الإذاعة الدولية الجزائرية خاصة والإعلام الدولي عامة وأهمية الوسيلة في طرح القضايا التي تهتم الجمهور الجزائري وقدرتها على التأثير فيهم وطرح المسائل الداخلية على مستوى خارجي.
- ومن الاعتبارات التي حققت أيضا إلى البحث في موضوع السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة أنها تعتبر من المواضيع حديثة النشأة ولتطور الإذاعة الدولية أهمية كبيرة من خلال الخدمات والوظائف التي تقدمها بالإضافة إلى القيمة والحكاية التي أضحت تحتلها لدى الجمهور.
- تعتبر الدراسة كمؤشر موجه للباحثين والدارسين المهتمين بهذا المجال.
- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية للإشكالية البحث المطروحة.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال إجراء هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والمتمثلة في:
  - توضيح مكانة الإذاعة الدولية وسط جمهور والدور الذي تقوم به.
  - إرساء فكرة الإذاعة الدولية الجزائرية حتى يتم التعرف على مكانتها أكثر مقارنة بالإذاعات الدولية العربية الأخرى.
  - الكشف عن القيم الإخبارية من خلال تحليل النشرات الإخبارية ومعرفة أبرز القضايا الواردة في محتواها.
  - كما يهدف هذا العمل إلى المساهمة بزيادة التراكم المعرفي حول الصحفيين الجزائريين في الإذاعة الدولية الجزائرية.
  - التعرف على تصور القائمين بالاتصال دور الإذاعة الدولية وتصورهم ومهامهم وأدوارهم الاجتماعية.
  - الكشف عن القيم الإخبارية التي تميز القائمين في هذه الدراسة من حيث الخصائص المهنية في المعالجة الإخبارية.
  - معرفة حجم الإذاعة الدولية الجزائرية وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتناولها من خلال نشراتها الإخبارية.
- أسباب اختيار موضوع الدراسة:
- إن أسباب اختيار موضوع الدراسة راجع إلى ما يلي:
  - الفضول الذي دفعنا للإطلاع على كيفية عمل الطاقم الإذاعي الدولي بإذاعة الجزائر الدولية.
  - عدم التطرق إلى الموضوع مسبقا في الفترات الماضية.
  - الاهتمام الشخصي لهذا الموضوع ورغبة منا في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.
  - اختيار الإذاعة الدولية الجزائرية كونها أكثر قربا لتقديم الرؤية الداخلية للجزائر نحو العالم.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

- قلة الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع.
- دعم وترقية مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية ببحوث جديدة.
- قابلية الموضوع للدراسة معرفيا ومنهجيا.
- الإلمام بالمعلومات العلمية حول الدراسة.
- صلة الموضوع بتخصيص الدراسات الاتصالية.
- قلة الدراسات العلمية المتخصصة، إن لم نقل ندرتها في هذا الموضوع.
- حداثة الموضوع إذ يشكل ربط متغيرات الدراسة الذي هي عليه طرحا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر رغم قلة المراجع.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

تحديد مفاهيم مصطلحات الدراسة:

السياسة الإعلامية:

### 1. تعريفها "لغة":

معنى كلمة السياسة: جاء في معاجم اللغة عن كلمة السياسة ما يأتي: السَّيْنُ وَالْوَأْوُورُ السَّيْنُ أَصْلَانِ<sup>1</sup>، سَاسَ (جمع) سَاسَةٌ وَسُوْسَ فَلَانٌ أَمْرُ الْقَوْمِ: مُلْكٌ عَلَيْهِمْ: قَالَ ﷺ: {كَانَتْ بَنُو إِسْرَائِيلَ تَسْوِسُهُمُ الْأَنْبِيَاءُ}<sup>2</sup>، أَسَاسُهُ النَّاسُ: رَأْسُوهُ، السَّاسُ: السَّائِسُ، السياسة: استطلاع الخلق بإرشادهم إلى الطريق المنجي في العاجل أو الآجل، وهي: فن الحكم وإدارة الأعمال الدولة الداخلية والخارجية، السَّيَاسِي: هو الذي يزاول السياسة أو يتخذها حرفة<sup>3</sup>، والسَّاسَةُ: قادة الأمم ومديرو شؤونها العامة، والسياسة: تدبير أمور الدولة.<sup>4</sup>

### 2. اصطلاحاً: يذهب الدكتور إبراهيم إمام إلى أن السياسة الإعلامية هي خطة العمل

اللازمة للتأثير في الجماهير، وحملها على السلوك بطريقة معينة.<sup>5</sup>

- ويقصد بها في هذه الدراسة الخطة الإعلامية والإستراتيجية المنتهجة في التغطية والمتابعة الإخبارية لإذاعة الجزائر الدولية وطرق تناولها لعديد القضايا والأحداث من خلال نشرة الأخبار الرئيسية، فالفترة الممتدة من (2018/04/01) إلى غاية (2018/04/12)

<sup>1</sup> - أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ط1، ج04، دم، دار الفكر، 1979م، ص121.

<sup>2</sup> - أبي عبدالله محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ج03، موقع للنشر الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة 1992م، كتاب الأنبياء، باب (ما ذكر عن بني إسرائيل)، (حديث رقم 3268)، ص1273، وفي مختصر صحيح مسلم، لركي الدين عبد العظيم المنذري، تحقيق: محمد ناصر الدين الألباني، ط1، البلدة، قصر الكتاب، 1411هـ، كتاب الإمارة، باب (الأمر بالوفاء ببيعة الخلفاء الأول فالأول) (حديث رقم 1198)، ص322.

<sup>3</sup> - دار المشرق المنجد في اللغة والأعلام، ط31، بيروت، المكتبة الشرقية، 1991، ص587.

<sup>4</sup> - معجم اللغة العربية، المعجم الوجيز، ط1، القاهرة، مطابع دار الهندسة، 1980، ص328.

<sup>5</sup> - عواد سالم الخلايلة، السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية الملك عبدالله الثاني، ابن الحسن للإعلام، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2009، ص11.

## الإذاعة:

1. تعريفها "لغة": الإذاعة من ذاع الشيء، والخبر، يذيع، ذيوعاً وذيوعاً وذيوعاً.

ويقول تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ...﴾<sup>1</sup>، أظهروه ونادوا به في الناس وأنشد.

وأذاع به في الناس حتى كأنه \*\*\* بعلياء نار أوقدت بثقوب<sup>2</sup>.

## 2. اصطلاحاً:

أنها الانتشار المنظم والمقصود لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم.

3

ويقصد بها في هذه الدراسة إذاعة الجزائري الدولية وهي قناة إذاعية متخصصة في الأخبار بشبكة برمجية ثرية ومتنوعة يعتمد فيها على الفضاء الإخباري، حيث يشمل الموجيز، النشرات، الحصص الإخبارية بلغات أربعة، (عربية، فرنسية، إنجليزية، إسبانية) تبث ستة عشر ساعة يوميا (18) على موجات FM من السادسة صباحا إلى منتصف الليل بتوقيت الجزائر.

<sup>1</sup> - سورة النساء، الآية 83

<sup>2</sup> - عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، ص173.

<sup>3</sup> - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص12.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية الملك عبدالله الثاني ابن الحسين للإعلام.<sup>1</sup>

دفعت هذه الدراسة إلى التعرف على اقتصاديات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين بما يتم من خلال وسائل الإعلام الأردنية، وذلك من خلال استخدام التحليل النوعي للرؤية ملكية للإعلام وصولاً لتقديم نموذج مقترح لسياسة إعلامية في الأردن وفق هذه الرؤية. بتحقيق هذه الدراسة اعتمد الباحث على المنهج النوعي الاستقرائي لمحتوى وثائق الرؤية الملكية المهمة بالإعلام في الفترة ما بين 1999/02/7 وحتى 2009/01/01، لتعمق في فهم موضوع الدراسة، (دراسة جميع المقالات والكلمات والرسائل وكتب التكليف والمقابلات التي أجريت وقدمت ووجهت جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، الواردة في الموقع الرسمي لجلالة الملك، واعتمد أسلوب العينة القصدية الشاملة لتحقيق أهداف الدراسة).

وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو الآتي:

إن القضايا الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبدالله الثاني كانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تهم المجتمع الأردني الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بل والأخلاقية كذلك شملت المطالبة بالوقوف إلى جانب الدولة العربية.

طلب جلالتهم من الإعلام الكشف عن الحقائق وتقديم المعلومة الصحيحة للقضايا التي تخدم المواطن والوطن بكل تجرد وموضوعية، وبأن يتصف الإعلامي بالعدل والأخلاق الحسنة التي تبعده الشبهات، وأن يتحدى الظروف حتى يصل للحقيقة بشفافية.

أهم معالم السياسة الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبدالله الثاني شملت: سياسات لبناء الثقة، وبناء الهوية الإعلامية، رفع التنمية المهنية، وتنمية الصناعة

---

<sup>1</sup> - عواد سالم الخلايلة، المرجع السابق، ص 11.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

الإعلامية، وتعزيز التشريعات والأطر المؤسسة، وتنمية الموارد البشرية، والأخلاقيات الإعلامية.

طالب جلالاته بالتركيز على تحديث وتطوير التشريعات والأطر المؤسسة التي تخدم الإعلام بكل قوى، والتوجه نحو استقلالية مؤسسات الإعلام وإدارتها.<sup>1</sup>

**الدراسة الثانية:** سامي محمد ربيع الشريف "دراسة تحليلية مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات وجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية عامي 1983-1984".<sup>2</sup>

تتكون هذه الرسالة من تسعة فصول هي:

1. مشكلة البحث ومنهجه
2. الإذاعات الموجهة ووظيفتها الإخبارية
3. الصراع الدولي ونشأة التكتلات الدولية
4. الإذاعة الموجهة باللغة العربية من دول الأحلاف والتكتلات السياسية الدولية
5. إذاعات صوت أمريكا ودوتيتي فيلي وموسكو صوفيا الموجهة باللغة العربية
6. إجراءات تحليل محتوى النشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات عينة الدراسة
7. نتائج تحليل محتوى عينة من النشرات الإخبارية في الإذاعات موضع الدراسة
8. نتائج تحليل محتوى عينة من البرامج الإخبارية في الإذاعات موضع الدراسة
9. الخلاصة والاقتراحات

يرى الباحث دراسة تحليلية من خلال منهج المسح، واعتمد الباحث في الدراسة التحليلي على عينة تشمل إذاعتي صوت أمريكا ودويتشي فيلي من الكتلة الغربية، وإذاعتي موسكو

<sup>1</sup> - عواد سالم الخلايلة، مرجع سابق، ص ز، ح

<sup>2</sup> - سامي محمد ربيع الشريف، "دراسة تحليلية مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية عامي 1983-1984، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1985، ص 649"

الموقع: [communication.yoo1.com/125-topic](http://communication.yoo1.com/125-topic)

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

وصوفيا من الكتلة الشرقية وذلك لتحليل مضمونهم الإخباري في الفترة من أول نوفمبر إلى نهاية أبريل 1984.

أهم نتائج الدراسة:

- تولى الإذاعات الموجهة باللغة العربية سواء من دول الكتلة الغربية او الشرقية اهتماما كبيرا بتقديم النشرات والبرامج الإخبارية وتفرد لها ساعات إرسال طويلة.
  - تعتمد الإذاعات الموجهة على مصادر الأنباء التابعة للدول الباثة نفسها، كما تهتم هذه الإذاعات بالأنباء والموضوعات السياسية والعسكرية بالدرجة الأولى في حين لا تحظى الأنباء والموضوعات العلمية والثقافية بنفس الاهتمام.
  - تهتم الإذاعات الموجهة باللغة العربية بتقديم الأنباء والموضوعات المتعلقة بالدول الباثة في المقام الأول ثم تلك المتعلقة بدول الكتلة التابعة لها الدولة الباثة.
  - دلت النتائج ان الإذاعات الموجهة باللغة العربية تهتم الأنباء -الموضوعات الإيجابية للدول الباثة والكتلة التابعة لها في حين تقدم نزيد من الأنباء والموضوعات السلبية عن دول الكتلة المعادية.
  - أحداث لبنان هي أكثر جوانب قضية الشرق الأوسط التي تناولتها الإذاعات، تليها الحرب العراقية الإيرانية، وتولى الإذاعات الكتلة الشرقية اهتماما أكبر بالصراع العربي الإسرائيلي.<sup>1</sup>
- الدراسة الثالثة: شاهيناز محمود بسيوني، "أهداف الإذاعات المصرية الموجهة وتأثيراتها الإعلامية".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سامي محمد ربيع الشريف، المرجع السابق، ص 649

<sup>2</sup> - شاهيناز محمود بسيوني، "أهداف الإذاعات المصرية وتأثيراتها الإعلامية"، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة التلفزيونية كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1986، ص communication.yoo1.com/125-topic، 476

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### 1. مشكلة البحث:

2. الإذاعات الدولية: أهميتها تأثيرها والعوامل التي تتحكم فيها.
  3. نماذج الإذاعات الدولية الموجهة لأفريقيا
  4. دراسة تحليلية لمحتوى البرنامجين أسواحيلي والأمهري الموجهين من إذاعة القاهرة إلى شرق أفريقيا عام 1984.
  5. دراسة تحليلية لمحتوى خطابات مستمعي البرنامجين أسواحيلي والأمهري للوجهين من إذاعة القاهرة عام 1984.
  6. دراسة ميدانية على مستمعي البرنامج السواحيلي الموجه لشرقي أفريقيا من إذاعة القاهرة.
  7. النتائج والتوصيات
- أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية على تحليل مضمون الخدمتين السواحيلية والأمهرية في الفترة من أول يناير 1984 إلى نهاية ديسمبر 1984، وتحليل محتوى خطابات المستمعين للبرنامجين خلال نفس الفترة، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 200 مبحوث.
- أهم نتائج الدراسة:**

- تبين أن البرنامج السواحيلي ركز في عام 1984 على معالجة الموضوعات الدينية بالدرجة الأولى، تليها الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- تبين أن مشاركة جمهور المستمعين في البرنامجين السواحلي والأمهري تعد مشاركة بسيطة
  - اتضح أن القضية الفلسطينية تأتي في مقدمة الموضوعات التي تناولتها النشرات الإخبارية في البرنامج السواحيلي.
  - تبين من تحليل الخطابات أن معظم الخطابات الواردة تأتي من تنزانيا بنسبة 96.3% من إجمالي الخطابات الواردة، وأهم مقترحات تطوير الخدمة تتركز في تعديل موعد الإرسال ثم زيادة فترة الإرسال.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

- جاءت الأغاني في مقدمة الأفضليات لعينة ثم جاءت البرامج الدينية في المركز الثاني.
- جاءت هيئة الإذاعة البريطانية في مقدمة الإذاعات الدولية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة

- جاء في مقدمة أسباب الاستماع للإذاعات الدولية التعرف على الأخبار الصحيحة من مصادر مختلفة غير المصادر المحلية.<sup>1</sup>

### الدراسة الرابعة:

بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية.<sup>2</sup>

تتكون هذه الدراسة من ستة فصول هي:

الإطار الأول: الفصل المنهجي للدراسة

الفصل الثاني: الإذاعة والأخبار المسموعة

الفصل الثالث: القيم الإخبارية وهيئات التحرير

الفصل الرابع: الإذاعة في العالم والوطن العربي

الإطار التطبيقي: الفصل الخامس: سوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة الجزائرية

الفصل السادس: القيم الإخبارية بالإذاعة وجمهور الأخبار.

يرى الباحث دراسة ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمد الباحث في الدراسة التحليلية على

عينة تشمل إذاعة مستغانم وذلك بتحليل مضمونها الإخباري.

### أهم نتائج الدراسة:

- بعد الاستنتاجات التي وردت في الإطار التطبيقي واعتمادنا على الأدوات المنهجية في هذه الدراسة.

يمكننا ان نقول في الفرضيات:

<sup>1</sup>- شاهيناز محمود بسيوني، المرجع السابق، ص476.

<sup>2</sup>- بداني فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، مذكرة دكتوراه قسم علم الاجتماع، جامعة وهران الجزائر، 2015-2016م، ص304.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

- أن الصحفي هو ذلك الإعلامي الشاب الذي تخرج من الجامعة بمؤهلات هو ذلك المجند والموظف تبليغ رسائل الدولة للشعب بالمفهوم الاشتراكي للقائم بالإعلام هي صحيحة قد تحققت خلال الاستمارات بالمقابلة والملاحظة بالمشاركة.
- يمكن القول ان من بين القيم الإخبارية التي تميز الإعلام الجزائري من خلال الإذاعة نجد الآتية المدة والطابع الرسمي للأخبار، وأنها محلية بدرجة كبيرة ويتم تحديدها واختيارها وفق سياسة التحريرية للإذاعة والتابعة سياسة السلطة الجزائرية وهي صحيحة وقد تحققت من خلال نتائج تحليل محتوى النشرات.
- يتميز جمهور إذاعة مستغانم بالتنوع وأن فئة الشباب هي الأكثر استماعا ومتابعة كما أنه غير راضى على مستوى الخدمة الإخبارية، ففي هذه الفرضية تحقق شطر منها فقط فالشطر الأول صحيح أن الفئة الأكثر متابعة لإذاعة مستغانم هي فئة الشباب، من خلال الجداول.
- أما الشطر الثاني من الفرضية في أن الجمهور غير راضى لم تحقق فمن خلال الجداول والنتائج العامة للفصل السادس، استنتجنا أن الجمهور راضى بنسبة معتبرة عن الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانم.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص304.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

تعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة والاستفادة منها يتضح أن هناك أوجه تشابه من حيث المنهج والأداة، إذا تم الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي، وأداتي الاستبيان وتحليل المحتوى لجمع البيانات.

أما عن الاختلاف أن مختلف الدراسات السابقة تنوعت في طرحها للمواضيع، حيث اشتمل البعض منها على السياسات الإعلامية، أو تحليل النشرات الإخبارية في الإذاعات الموجهة، أو من خلال أهداف الإذاعات الموجهة وتأثيراتها الإعلامية، أو يتناول القيم الإخبارية بالإذاعة، إذا لم تتوافق والدراسة الحالية في المتغيرات بشكل متكامل والتي تناولت السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية.

كما اختلفت الأهداف التي حددها كل باحث في دراسته عن الأهداف التي قدمت الدراسة الحالية باختلاف الزاوية التي تناولتها كل دراسة.

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### أ. نوع الدراسة ومنهجها (منهج الدراسة)

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا، وتهتم بدراسة العلاقات التي تربط بين المتغيرات، فالبحث الوصفي "يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء صعبة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صور واقعية لها هذا وقد لا تكفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه أشيد أو الظواهر موضوع البحث".<sup>1</sup>

أما المنهج فهو: الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاستكشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها.<sup>2</sup>

أن المنهج المسحي يعتبر من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ذلك ان هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظروف الحصول عليها.<sup>3</sup>

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي وهذا من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، والوصول إلى فهم وتفسير وتحليل السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة، إذاعة الجزائر الدولية، من خلال مسح لعينة من الصحفيين العاملين بالإذاعة الدولية وتحليل لمعدل 12 نشرة إخبارية رئيسية عن الدولية.

<sup>1</sup> - صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، ب ط، مصر، 1982، ص35.

<sup>2</sup> - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999، ص46

<sup>3</sup> - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، القاهرة، مصر، 2004، ص 153

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### ب. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

انطلاقاً من موضوع الدراسة الذي يبحث في السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة إذاعة الجزائر الدولية نموذجاً، ثم تحديد مجتمع البحث والعينة المدروسة.

### مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.<sup>1</sup>

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها<sup>2</sup>، للنشرات الإخبارية والقائم بالاتصال في الإذاعة الدولية.

### عينة الدراسة:

عادة ما يتم اللجوء إلى استخدام العينة في مجال البحوث العلمية والاجتماعية منها، فيعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة وتسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع بحث.<sup>3</sup>

ونظراً لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث فإننا سنتبع أسلوب العينة فالعينة هي مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية، أو الميدانية، ويجب أن تكون محتملة تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجه عليه.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط3، دار المسيرة، عمان، ص263

<sup>2</sup> - محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، ب.ط، الإسكندرية، مصر، ص112.

<sup>3</sup> - احمد بن مرسل، منجية البحث العلمية في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر 2005، ص99..

<sup>4</sup> - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (دراسات في مناهج البحث العلمي)، عالم الكتب، بط، القاهرة، ص293

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### أ. عينة القائم بالاتصال/عينة الصحفيين

القائم بالأخبار يتمثل في الذين ينتجون الأخبار: الصحفيون، المراسلون، المحررون المذيعون باعتبارهم يستغلون في مهنة الصحافة ويعتبر الإعلامي، قائم بالاتصال وهذا لأدائه النشاط الاتصالي".<sup>1</sup>

لقد اخترنا 27 صحفي وهم كامل الصحفيين بالإذاعة الدولية بين إناث وذكور عاملين بقسم الأخبار وغرف التحرير بما في ذلك مدير إذاعة الجزائر الدولية، فكانت العينة بالمسح الشامل

### ب. عينة النشرات الإخبارية:

يعرف كرم شلبي النشرات بأنها برامج تقدم في فترات زمنية محددة ومعروفة عدة مرات خلال اليوم الواحد بما يوفر للمستمع الإطلاع ومتابعة كل ما يجد من أخبار على مدى اليوم كله.<sup>2</sup> لقد استمعنا إلى العديد من النشرات الإخبارية بشكل يومي، وقد اخترنا النشرات الإخبارية الرئيسية التي استخلصنا منها القضايا والفاعلين في النشرة إضافة إلى عاملين الزمن الذي يتميز فيه الخبر بالتفصيل، وبلغ عدد النشرات 12 نشرة لشهر أبريل 2018 التي تبث الواحدة ظهرا بتوقيت الجزائر وهو الموعد الإخباري الأكثر تفصيلا ومتابعة لدى المستمعين والتي في الغالب لا تتعدى 30 دقيقة، وتم اختيارها بالعينة العمدية والمتاحة.

وبعد الاستماع الكامل قمنا بتفصيلها لتمكن من تطبيق تقنية تحليل المحتوى (المضمون) عليها وفق خصائص الأداء البحثية المعتمدة.

---

<sup>1</sup> - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 13.

<sup>2</sup> - كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي، ص 126.

### أدوات جمع البيانات:

يعتبر استخدام أدوات البيانات إحدى الخطوات المهمة في البحث العلمي، بحيث يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث، وترتبط الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة بحيث يمكن استخدام أكثر من أداة في الدراسة الواحدة، ويكون الباحث ملماً بكل جوانب موضوعه.

#### أ. الدراسة الميدانية: الاستبيان

أما في هذه الدراسة فإن الأداة التي استخدمناها لجمع البيانات الميدانية هي "استمارة استبيان"، لأنها تتناسب وعرض الدراسة ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبجوث اقتصاد الوقت والجهد ثانياً.

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة على: "أنها أسلوب لجمع البيانات يستهدف استشارة الأفراد المبجوثين بطريقة منهجية ومقتنة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبجوثين في هذه البيانات".<sup>1</sup>

ولقد تم تصميم الشكل النهائي في الاستمارة من خلال المرور بالمراحل التالية:

1. صياغة صحيفة الاستبيان في صورته الأولية بناء على أهداف الدراسة وتساؤلاتها بعد الإطلاع على الدراسات السابقة.

2. تعديل الاستمارة بناء على آراء المحكمين\* وبتوجيه من المشرف.

وقد اشتملت الاستمارة المصممة في هذه الدراسة على المحاور الآتية:

المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية)

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، 2000م، ص353.

\* أنظر الملحق رقم (2)

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

المحور الثاني: الإعلام الدولي والسياسة الخارجية.

المحور الثالث: القيم الإخبارية في الإذاعة الدولية.

يمكن توزيع الاستمارة وملؤها بطرق مختلفة، وهي تتطلب قدرات خاصة تتوفر لدى المحقق أو المحققة ليس فقطك على أساسا توجيهاتها التي لا يمكننا الانحراف عنها، بل لأنها تأخذ أيضا أنها شكل استجواب أو ملئ ذاتي.<sup>1</sup>

### ب. الدراسة التحليلية: تحليل المحتوى/تحليل المضمون Content analysis

تعرفه دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية international Encyclopedia of the social Science تحليل المحتوى على أنه: أحد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاتصال المكتوبة أو المسموعة بوضع خطة، منظمة، تبدأ اختيار عينة من المادة محل التحليل وتصنيفها وتحليلها كما وكيفا.<sup>2</sup>

أما موريس أنجرس Mourice Angers فهو يرى ان تحليل المحتوى: تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية-بصرية، صادرة عن أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.<sup>3</sup>

- حيث قمنا بتحليل محتوى النشرات الإخبارية الرئيسية التي تبثها إذاعة الجزائر الدولية والناطقة باللغة العربية وطبقنا عليها منهج تحليل المحتوى لمعرفة أهم القيم التي احتوت عليها النشرة الإذاعية لتحديد السياسات العامة لهاته المؤسسة.

وحاولت الدراسة ان تلك بهذه المداخل:

أولا: بيانات أولية (تاريخ النشرة، مدة النشرة، لغة النشرة، عدد عناوين النشرة)

ثانيا: فئات تحليل المحتوى ماذا قيل؟

#### 1. فئة مواضيع النشرة

<sup>1</sup> - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصب، ص349.

<sup>2</sup> - رشدي احمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص71.

<sup>3</sup> - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج-كوم، الجزائر، 2007، ص6

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

2. فئة قضايا النشرة
3. فئة دور القضايا العربية في عناوين النشرة
4. فئة ترتيب القضايا العربية في النشرة
5. فئة المجال الجغرافي لمواضيع النشرة
6. فئة الفاعلين
7. فئة اتجاه الإذاعة الدولية للأزمات إزاء القضايا العربية القائمة.

ثالثا: فئات تحليل المحتوى كيف قيل؟

1. فئة نوع الخبر
2. فئة طول الخبر
3. فئة الزمن للقضايا في النشرة

### مجال الدراسة: الإطار الزمني والمكاني للدراسة

– الإطار الزمني للدراسة الميدانية:

تم اختيارنا للموضوع مع بداية الموسم الجامعي 2017-2018، وقد تم مناقشة الأساتذة والمهتمين بالأمر ليتم في الأخير ضبط الجوانب النظرية للموضوع من خلال القراءات لدراسات السابقة حول الإذاعة الموجهة بصفة عامة والإعلام الدولي خاصة. فبعد إطار الجانب المنهجي، قمنا بجمع المراحل حول الدراسة من كتب ومجلات علمية لتنتقل بعدها إلى الجانب التطبيقي سواء بتوزيع استمارات الاستبيان أو تحليل النشرات الإخبارية.

– الإطار المكاني للدراسة الميدانية:

تمت الدراسة بإذاعة الجزائر الدولية، شارع الشهداء- الجزائر العاصمة.

### الإطار الزمني للدراسة التحليلية

النشرات الإخبارية الرئيسية من 2018/04/01 إلى غاية 2018/04/12

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، ثم مراجعتها للتأكد من الإجابات على الأسئلة ثم تبويب حماية البيانات في جداول واستخراج تكراراتها ونسبتها المئوية، واثم الاعتماد في عملية التحليل الإحصائي البيانات الدراسة الميدانية على عدة مقاييس منها:

- الجداول الإحصائية.

- النسب والتكرارات.

## الإطار النظري للدراسة Agenda – Setting Theory

....نظرية ترتيب الأولويات نظرية وضع الأجندة وتطورها

يعد بحث تأثيرا الاتصال الجماهيري أحد أهم اهتمامات نظريات الاتصال على مدى السنوات الماضية وربما يظل كذلك في المستقبل بعد أن أصبحت وسائل الإعلام قوة رئيسية في المجتمع، ولذلك يبدو منطقيًا أن نتساءل عن التأثيرات التي تنتج عن هذه القوة، هل هي تأثيرات كبيرة أم محدودة؟ وهل هي تأثيرات جيدة أو سيئة؟ وهل هي واضحة أم خفية؟ لقد حاول علماء الاتصال الإجابة عن كل هذه الأسئلة وغيرها التي تدور حول تأثيرات الإعلام، ومن التأثيرات التي يمكن أن توجه اهتمامنا إلى مشكلات وقضايا معينة، التأثير الذي يطلق عليه وظيفة وسائل الإعلام في وضع الأولويات أو وضع الأجندة – Agenda Setting Function.<sup>1</sup>

تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام، والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقفون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام - ترجع الأصول النظرية لبحوث "ترتيب الأولويات" إلى والتر ليبمان Lippman من خلال كتابه بعنوان "الرأي العام" 1922 حيث يرى "ليبمان" أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه

<sup>1</sup> - حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015، ص175

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير Pseudo Environments وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع- وتركز هذه النظرية على أن مقدور وسائل الإعلام ان تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة- وقد تم تجاهل هذه النظرية تماما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين.

وبعد ذلك بنحو أربعين سنة أعاد الباحث "كوهين" إحياء وجهة نظر "ليمان" حين زعم أن وسائل الإعلام "لا تتجح في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكن تتجح دائما في إبلاغهم عما يجب ان يفكروا فيه (المعلومات)".

وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية للسياسات أشار "إيدلمان" إلى أن: "السياسات عبارة عن سلسلة من الصور الذهنية التي يتم نقلها من خلال أخبار التلفزيون والصحف والمجلات والمناقشات لدى غالبية الناس في معظم الأوقات".<sup>1</sup>

وتكون هذه الصورة الذهنية بانوراما متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور العام. وقد دعم كل من "لانج" و "لانج" هذا الانطباع من خلال تقريرهما اللذان يشيران ان فيه إلى "وائل الإعلام هي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي ان يفكر فيه الأفراد وأعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي ان يشعروا به".

وفي دراسة أخرى ركز الباحثان السابقان على التأثير المتراكم للمعلومات التي تتقلها وسائل الإعلام في رسم الصور الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات، ويزعم الباحثان: "ان وسائل الإعلام هي التي تتبنى القضايا وتحدد الشخصيات، وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة، وبالتالي يكون من الصعب الإدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسي، ورسم الصور الذهنية للأحزاب والمرشحين، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين".

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص190

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

ويتفق "ينمو" مع هذا الرأي حيث يقرر: "أن وسائل الإعلام تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر، وتصلح للنقاش الجماهيري".<sup>1</sup>

وقد وضع ماكسويل إي، ماكومبز، ودونالد إل، شو في أواخر الستينيات الافتراض الأساسي للنظرية في شكل يمكن إجراء الأبحاث عليه، وأصبحت هذه النظرية هي النظرية الرئيسية للدراسة على نطاق ضيق لأخبار حملة انتخابات الرئاسة في 1968 وكيف كان الناس يرون أهمية للموضوعات المثارة- وتم إعداد تحليل مضمون لكيفية تقديم التلفزيون والصحف والمجلات للأخبار السياسية عن المرشحين والموضوعات التي يناقشونها طوال فترة ممتدة- وتم إجراء استقصاء صغير لتقييم "معتقدات الذين استجابوا للبحث حول الأهمية المتباينة للموضوعات المثارة التي غطتها وسائل الإعلام".<sup>2</sup>

وظل هذا الاتجاه المنهجي مسيطرا على بحوث وضع الأولويات حتى الوقت الحاضر حيث يتم الربط بين الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام، وبين إدراك الجمهور لتلك الموضوعات.<sup>3</sup>

وقد حدد كل من "ستاو ومارتن" أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات وهي:

- قياس أولويات اهتمام الجمهور ووسائل الاتصال والإعلام اعتمادا على المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الاجتماعي وتحليل المضمون.
- التركيز على مجموعة من الملفات والقضايا، ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي إلى الفردي.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 191

<sup>2</sup> - ملفين دفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية، القاهرة، 1993، ص 366

<sup>3</sup> - حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 192

<sup>4</sup> - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص 187

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

- دراسة قضية واحدة في وسائل الاتصال والإعلام عند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.

دراسة قضية واحدة مع الانطلاق من الفرد كوحدة للتحليل.<sup>1</sup>

موضوعات	اهتمامات مختلفة لوسائل الإعلام	إدراك تالي للجمهور حول الموضوعات
1	<input type="text"/>	1 X
2	<input type="text"/>	2 X
3	<input type="text"/>	3 X
4	<input type="text"/>	4 X
5	<input type="text"/>	5 X
6	<input type="text"/>	6 X

يوضح الشكل التالي الذي قدمه ماكويل وويتدال نموج ترتيب الأولويات.

وكما يوضح الرسم فإن الموضوعات البارزة عند الجمهور والتي تمثلها العلامة X تتناسب

أهميتها مع اهتمامات وسائل الإعلام بنفس هذه الموضوعات والتي تمثلها المستطيلات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 188

<sup>2</sup> - حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري (الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام)، دار الفكر العربي، ص 98.

فروض النظرية:

الفرض الرئيسي لنظرية وضع الأجندة:

إن الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بوضع الأجندة هو "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام أو ترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية" أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات وتركز وسائل الإعلام على الأحداث العامة والقضايا لتحقيق التوحد الجمعي وتشكيل الخطاب الاجتماعي وانتهت كثير من البحوث إلى أن الصحافة تتجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور، ذلك أن التلفزيون يهتم أكثر بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن أن تهتم بها الصحف، حيث تهتم الصحف بالعمق والاهتمام بالتفاصيل.<sup>1</sup>

كما توجد افتراضات أخرى خاصة بنظرية وضع الأجندة وهي:

- تبني نظرية على افتراض ان لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.
- أن الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.
- تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون المنبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماما.

ويتقييم هذه الافتراضات يتضح أن مستقبل الرسالة أصبح له دور فعال في فهم وإدراك هذه الرسالة وفقا للأجندة الخاصة به، وإذا كنا نرى تأثير قوي لوسائل الإعلام فلا بعد أن نعترف أن لها دور في حياتنا كمصدر للمعلومات والخبرة والتسلية والمتعة ولكن ليست هي المصدر

<sup>1</sup> - نسرین محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال شبكة الألوكة، 2015، 1435هـ، ص6 [www.alukah.net](http://www.alukah.net)

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

الوحيد لكل ذلك، فالتفاعل مع الآخرين يمثل أهمية أيضا في هذا المجال وقد تفوق وسائل الإعلام.<sup>1</sup>

### العوامل التي تؤثر في وضع الأجندة:

وقد حدد "ماكوم" العوامل التي تؤثر في وضع الأجندة على مستوى الفرد أم على مستوى رسائل الاتصال.

فعلى مستوى الفرد: هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي، التكيف مع الظروف المحيطة معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال، ثم اتجاهات الفرد المسبقة.

وعلى مستوى وسائل الاتصال هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة مستوى تغطية وسائل الاتصال، ثم نوع هذه الوسائل.

هذه المتغيرات، ولا شك تؤثر على شروط وضع الأجندة والتي من أهمها: قيام وسائل الاتصال بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذي تقدمه- أيضا حاجات ورغبات الجمهور، والتي تلعب دورا واضحا في وضع الأجندة.

وبالنسبة لعامل نوع الوسيلة، فإن معظم البحوث التي أجريت في إطار نظرية الأجندة، أيدت تفوق الصحافة على التلفزيون في وضع الأجندة.<sup>2</sup>

### مفهوم وضع الأجندة:

حدد الباحثون عدد كبيرا من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث يعرف (M. Sanchez) عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها: "العملية التي بواسطتها وسائل الإعلام بما نفكر وحل ماذا نقلق"، ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippmanm) في العشرينيات من القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وان رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور ليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك وضع الأجندة هي:

<sup>1</sup> - نسرين محمد عبده حسونة، المرجع السابق، ص6

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010، ص311

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

"عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها".

أما (James watson) عرفها بأنها: مجموعة من الموضوعات، عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها.

ويعرفها (Joseph straubbaar & Robert la Rose) بأنها: "قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا المهمة".<sup>1</sup>

كما عرفها (Stephen Batros) بأنها: "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، ومن خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وان الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف كيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة".

وعرفها (G.E Lang & K.Lang) بأنها: "العمل التي تؤثر بمقتضاها كل من وسائل الإعلام والحكومة والأفراد بعضهم ببعض، أي أنها عملية تفاعلية تحاول من خلالها العديد من العوامل التأييد في أجندة وسائل الإعلام".<sup>2</sup>

ومن خلال ما سبق يتضح أن نظرية وضع الأجندة: "هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بـقالب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع الترحبات الأيديولوجية لتلك الوسيلة".<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> - نسرين محمد عبده حسونة، المرجع السابق، ص4

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص5

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، الصفحة نفسها

### بناء الأجندة:

درس الباحثان جليدز إينجل لانج وكورت لانج العلاقة بين الصحافة والرأي العام خلال أزمة وترجمت ووجدان ان الفكرة الأصلية لوضع الأجندة يجب أن تتوسع لكي ذلك الفصل المعقد من التاريخ الأمريكي وقد اقترح الباحثان توسعه مصطلح وضع الأجندة ليصبح بناء الأجندة، ويعني عليه تقوم فيها وسائل الإعلام والحكومة والجمهور لتأثير على بعضها البعض في تحديد القضايا المهمة. وقسم حسب الباحثان عملية بناء الأجندة على الخطوات الستة التالية:<sup>1</sup>

- تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
- تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.
- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضيف عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
- اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.

تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موضع الخريطة السياسية-فالناس تحتاج إلى أساسا لاتخاذ جانب ما من القضية (الثقة في الحكومة-المصادقية)

بناء الأجندة يتم بسرعة وبتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما، وهذه المراحل التي افترضها الباحثان "لانج" و"لانج" وإن كانت تتميز بتعقيد المفهوم أكثر إلا أنها تشير إلى أهمية عدد من المتغيرات التي تقوم بدور في بناء الأجندة مثل الإطار والرموز

---

<sup>1</sup> - حسني محمد نصر، المرجع السابق، ص188

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

المستخدمة واختيار الأشخاص الذين يعلقون على القضية..وهي تعتبر من المتغيرات الوسيطة التي يحاول بحثها الكثيرون.<sup>1</sup>

### استراتيجيات نظرية وضع الأجندة:

وتوجد استراتيجيات أساسيتان لوضع الأولويات.

- دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

- دراسة قضية واحدة على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة.

ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لحصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام ومن الأفضل ان يشمل تحليل المحتوى كل وسائل الإعلام مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، غير أن الباحثين يركزون غالبا على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، وعادة ما يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية وعقد مقارنات بينها.<sup>2</sup>

أما قياس أولويات الجمهور فيتم من خلال أسلوب المسح بإحدى طريقتين هما:

توجيه الأسئلة المفتوحة مثل: ما هي أكثر القضايا السياسية من حيث الأهمية في المجتمع؟ ويتيح هذا الأسلوب حرية كبيرة من جانب المبحوثين في تحديد القضايا وترتيبها حسب إدراكهم الشخصي، ويفضل استخدام هذا الأسلوب مع الأشخاص الذين لديهم القدرة على التحقق مع أفكارهم والتعبير عنها.<sup>3</sup>

توجيه الأسئلة المغلقة من خلال إمداد المبحوث بقائمة مختارة من الموضوعات التي يمكن أن تشكل الأولويات، على أن يقوم المبحوث بترتيب هذه القضايا حسب إدراكه الشخصي لكل منها، وميزة هذه الطريقة أنها تتيح للباحث أن يتأكد من أن كل المبحوثين لديهم نفس المصطلحات الشائعة، ولكن عيب هذه الطريقة أنها تفترض أن المبحوث واع بكل القضايا

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص280

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاي، المرجع السابق، ص193

<sup>3</sup> - حسن عماد مكاي، أ.عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، 2007، ص407

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

العامة التي تتضمنها القائمة، ولا تتيح له التعبير عن رأيه الشخصي في القضايا التي تخلو منها القائمة.<sup>1</sup>

### نقد النظرية:

على الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختيار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينيات والثمانينيات إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها. ففي رأي جريفين أنه على الرغم من أن ماكومبس وشر اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقة قائمة فإن البحوث التالية خلال العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، فتحديد الأجندة الجمهور اختلف كثيرا من بحث إلى آخر، وبالتالي يعتبر سابقا لأوانه القول بأن وظيفة الأجندة الإعلامية هي ترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور أو ترتيب أجندة الجمهور.

ومن جانب آخر يرى ماكويل وونيداهل Maciuiel & S.Windahl انه ليس واضحا ما إذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي، بالإضافة إلى السؤال حول ما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرات في ذاته لتأثير أجندة الإعلام.<sup>2</sup>

بالإضافة إلى التباين والاختلاف بين صور الترتيب (الأجندات) التي تشملها مثل أجندات الأفراد أو الجماعات أو أجندات المؤسسات مثل الأحزاب أو الحكومات والتأثيرات التي تتم على عملية وضع الأجندة في كل حالة مثل تأثير الاتصال الشخصي، أو تأثير السياسيين وصانعي القرار، على الرغم من وحدة المصدر وهو وسائل الإعلام.

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العيد، المرجع السابق، ص408

<sup>2</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص285

## الفصل الأول — الإطار المنهجي للدراسة

وكذلك عدم تحديد مستوى النسبة أو العمد أو الهدف الخاص بوسائل الإعلام، وعمّا إذا كانت تعني في قليل أو كثير بعملية الاهتمام وتأثيراتها أم أن هذا يرتبط بالمدخل الوظيفي كما يمكن أن نلاحظه في أوقات أخرى.

وكذلك بالنسبة أيضا التساؤل حول الشك في نقطة البداية وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام أو أعضاء الجمهور وحاجتهم، وربما نضيف بواسطة مؤسسة الصحة التي تعمل كمصدر لوسائل الإعلام.

ومن هنا فغن دينيس ماكويل يرى ان هذه النظرية لها حدود واتصال من زوايا عديدة بمدخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج انتشار المعلومات، أو تدعيم الصمت وبالتالي عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث، ولهذا فإنه ربما يكون من الأفضل أن تعمل في إطار نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص286

## الفصل الثاني

السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية

الموجهة

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

المبحث الأول: السياسة الإعلامية أهميتها وخصائصها

المطلب الأول: تعريف السياسة الإعلامية

يعرف ابن منظور في معجم لسان العرب

"وتعني كلمة سياسة كما أوردها ابن منظور في لسان العرب القيام على الشيء بما يصلحه والسياسة فعل السائس ويقال هو يسوس الدواب إذا قام عليها وراضاها، والوالي يسوس رعيته، ورجل سائس من قوم ساسة وفي الحديث: كان بنور إسرائيل يسوسهم نبيؤهم، أي تتولى أمورهم كما يفعل الأمراء والولاة بالوعية وقال الخطيب" لقد سوست أمر نبيك حتى تركتهم أدق من الطحين.<sup>1</sup>

أما السياسة الإعلامية اصطلاحاً:

السياسة الإعلامية: مصطلح له انتشاره في العصر الحديث لدلالة على خطة الإعلام وأهدافه أو مرحلة معينة أو فترة زمنية إعلامية يصطبغ فيها الإعلام بصبغة أو صفة معينة خاصة في الدول النامية، إذن فما هي السياسة الإعلامية من وجهة النظر الإعلامية العلمية، وحتى نضع تعريفاً لمفهوم مصطلح السياسة الإعلامية.

مفهوم السياسة الإعلامية: بأنه يشتمل على مجموعة القوانين والقرارات التي تتوصل إليها الحكومات والهيئات في إطار ديمقراطي تتحدد به الأساليب والنظريات من أجل تفعيل وتطوير دور الإعلام، وتتعلق أساساً بوسائل الإعلام الجماهيرية، بحيث يحق الانتفاع والمشاركة لجميع الأفراد والجماعات مهما كان مستواها الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي بغض النظر عن الجنس أو اللغة أو الدين أو الموقع الجغرافي في الانتفاع بوسائل الاتصال وموارد المعلومات لتحقيق أكبر قدر من المشاركة العامة في العملية الاتصالية بحيث لا

<sup>1</sup> - جمال أبو شنب، الإعلام الدولي والعولمة، ط1، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة حلوان، مصر، 2014، ص 61.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

يقتصر رد الفئات والجماعات الاجتماعية على مجرد التلقي للوسائل الإعلامية كما يشتمل المفهوم على حق الفرد في الحصول على المعلومات والإطلاع على تجارب.<sup>1</sup>

يدل مفهوم السياسة الإعلامية: على "مجموعة الطرق والمناهج والاستراتيجيات المتبعة في مجموعة من الميادين وبهذه المناهج والطرق تخضع لدراسات علمية دقيقة ويشرف عليها خبراء حتى تكون ناجحة وتؤدي إلى نتائج إيجابية".<sup>2</sup>

كما يدل على "مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري والأجهزة الرئيسية للمعلومات من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة".<sup>3</sup>

ويستخدم مصطلح السياسة الإعلامية: للدلالة على خطة الإعلام في بعض الأحيان أو أهداف الإعلام في بعض الأحيان، أو على مرحلة معينة أو فترة زمنية إعلامية سيتم فيها الإعلام بصفة أو بصفة معينة خاصة في الدول النامية".<sup>4</sup>

تم تحديد مفهوم السياسة الإعلامية وفق ما أقره خبراء اليونسكو في مؤتمر الذي عقد عام 1972 في باريس على أن مجموعة المبادئ أو المعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق (تستنبط) من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي تتركز إليها في بلد ما.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> - جمال أبو شنب، المرجع السابق، ص 62.

<sup>2</sup> - بودريال محمد، شروط وضع إستراتيجية إعلامية، أطروحة دكتوراه في علم النفس الاجتماعي، 2005/2006، ص 33.

<sup>3</sup> - عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية (الأسس والنظرية والنماذج التطبيقية) دار الفكر العربي، القاهرة، 2006 ص 33.

<sup>4</sup> - صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية والممارسة (1962-1990)، ص 10.

<sup>5</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جدير للنشر والتوزيع، ص 68.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الثاني: أهمية السياسة الإعلامية

تكمن أهمية وضع تحديد السياسات الإعلامية ذات الأبعاد والمرتكزات والأهداف الواضحة فيما يلي:

- أصبح الإعلام يمثل قوة مساندة كبيرة لا غنى عنها سواء في السياسة الداخلية أو الخارجية وهو ما يفرض ضرورة استخدامه بالشكل المثل لتعضيد مجمل سياسات النظام الحاكم في أي بلد كان.
- تساهم المؤسسات الإعلامية في تكوين المؤسسات السياسية والاجتماعية خاصة من خلال عملية المساهمة في تصوير واتخاذ القرار ويبرز ذلك على سبيل المثال من خلال الدور الذي يلعبه الإعلام والاتصال في تشكيل الرأي العام واتجاهاته نحو مجمل السياسات الداخلية والخارجية.
- إن تطوير التكنولوجي الكبير داخل كل قطر، أصبح يحتم وضع سياسة إعلامية ذات أبعاد واضحة لمواجهة مجمل متطلبات الثورة التقنية والعدد الكبير من وسائل الإعلام والاتصال.
- عدم إمكانية حسم وحل الكثير من المشاكل المطروحة باستخدام الخيارات التقليدية المرتكزة على مفهوم القوة العسكرية والاقتصادية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - صالح بن بوزة، المرجع السابق، ص 11، 12.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الثالث: خصائص السياسة الإعلامية

معروف السياسة الإعلامية، هي انعكاسات فعلية للسياسة العامة لكنها تختلف عنها وفقا لطبيعة العمل الإعلامي ورسم الخطط وتنفيذها.

إن خصائص السياسة الإعلامية من مرونة وقدرة على تصحيح للنشاط الإعلامي وحركته تقابلها المرونة التي يتمتع بها الإعلام الذي يمارس دورا قياديا في التعبئة السياسية، إضافة إلى دور تربويا وثقافيا، في توجيه البرامج ونقل المعلومات في حين يختلف الإنتاج الإعلامي عن ذلك كونه لا يخضع لنفس شروط الإنتاج في الحقول الأخرى وقد تظهر نتائجه وقد لا تظهر إلى الوجود بعد حين، يفعل تناوله أنماط التفكير والقيم والعادات والسلوك، والتطور الحضاري والتقني إضافة إلى أنه يجمع التباين والاختلاف، وتتعلق أية سياسة إعلامية من تحديد واستيعاب الاتجاهات والأفكار والنشاطات الاجتماعية المتباينة والنزاعات السياسية، ومستويات الخبرة التكنولوجية الإعلامية المتفاوتة.

إن الكفاءة والخبرة التخطيطية والتنفيذية لإنجاز أهداف السياسة الإعلامية تمثل عاملا مهما ومؤشرا في مسار تنفيذ البرامج الإعلامية والكيفية التي تقدم بها الرسالة الإعلامية.

إن رؤية السياسة الإعلامية تتبنى أهداف سياسات ميدانية بعينها ومتطلبات تنفيذها في المجال الاجتماعي-الثقافي-الاقتصادي- ولكن ليس باستطاعة السياسة الإعلامية أن تتبنى مثل هذه المهمة قبل الاندماج والتكامل مع السياسات الأخرى، ويشكل التكامل بدوره شرط وأساس التقدم وتغيير التشكيل الاجتماعي والثقافي ومثل هذا الاندماج، يؤدي إلى إدراك الحاجة إلى تخطيط وتهيئة الأجواء المناسبة لترجمة السياسة وتحويلها إلى ممارسة عملية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، المرجع السابق، ص 68-69

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الرابع: ملامح السياسة الإعلامية التعددية

اتسمت الممارسة الإعلامية في الجزائر قبل التعددية السياسية سياسة الحزب الواحد والخطاب الرسمي والرسالة الأحادية الاتجاه وهذه الممارسة التي دامت أكثر من ربع قرن بقيت تداعياتها وترسباتها قائمة حتى يومنا هذا وما زال الكثير من المسؤولين ينظر إلى الإعلام بوصفه الناطق الرسمي له يتفنن في المدح والتسبيح والتصفيق والتلميع ورسم الصورة الإيجابية لصانع القرار.<sup>1</sup>

نستشف في هذه الملامح من قانون الإعلام 1990 والذي تماشيا ومرحلة التحول الديمقراطي الذي ولجته الجزائر يكون قد جاء لإحداث القطيعة مع الماضي وندرجها في النقاط التالية:

الحق في الإعلام: يتجلى ذلك بوضوح من مضمون المادتين الثانية والثالثة، فالمادة الثانية نصت على أن: "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع والآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتغيير طبقا للمواد 3.5، 36، 39، 40 من الدستور"، أمام المادة الثالثة فقد جاء فيها: "يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني".

إقرار التعددية الإعلامية، يتجلى ذلك أولا من خلال الوسائل التي يمارس بها الحق في الإعلام والتي حددتها المادة الرابعة فيما يلي:

- عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام.<sup>2</sup>
- العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري.

<sup>1</sup> - محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر (مجلة جامعة دمشق) المجلد 19-العدد 3+4 2003، ص108.

<sup>2</sup> - صبيحة بخوش، تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990-2015، مجلة العلوم الإنسانية الاجتماعية، العدد 23 مارس 2016، ص59

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

- أي سند اتصال كتابي أو إذاعي أو صوتي أو تلفزيوني.

وثانيا من خلال حرية النشر إذا نصت المادة 14: "إصدار نشره دورية غير أنه يشترط لتسجيله ورقابة صحته تقدم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن ثلاثين يوما من صدور العدد الأول"، وتعد هذه المادة ثورة في تاريخ الصحافة الجزائرية ذلك أنها وضعت حد لاحتكار الدولة للصحافة منذ الاستقلال، غير أنه واستنادا إلى مضمون المادة 12 من القانون 1990، يكون الانفتاح الإعلامي هذا قد اقتصر على الصحافة المكتوبة فقط واستثنى قطاع السمعي البصري بحيث لم يسمح للقطاع الخاص بولوج هذا المجال على الرغم مما نصت عليه المادة الرابعة المذكورة أعلاه ونستشف هذا الاستثناء من مضمون المادة 12 والتي نصت على أن "تنظيم أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزة ووكالة التصوير الإعلامي ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقا للمادتين 41 و 47 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 جانفي 1988"، ما يعني الاحتكار الدولة للقطاع الإعلامي السمعي البصري، وهذا الاحتكار يعني سيطرتنا على مخرجات هذا القطاع وتوظيفه لخدمة السلطة في معظم الأحيان، وآلية التحكم والمراقبة هذه تقيد حرية الصحافة، ويعد هذا القطاع قطاعا حساسا واستراتيجيا لأنه يحظى بأكبر نسبة من المشاهدين والمتلقين.<sup>1</sup>

### استقلالية الصحفي:<sup>2</sup>

حدد قانون الإعلام الجديد المقصود بالصحفي المحترف من خلال نص المادة 28 والتي أشارت إلى أن الصحفي المحترف في كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها واستغلالها وتقديمها خلال نشاطه الصحافي الذي يتخذه مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله، وهذا عكس ما تضمنته المادة 35 من قانون 1982 التي نصت على ان

<sup>1</sup>- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية، 2002، ص60

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص143

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

الصحفي المحترف ينبغي أن يكون تابعا لوسائل الإعلام التابعة للدولة أو الحزب، وبهذا يكون هذا القانون قد أسس لعهد جديد يقوم على استقلالية الصحفي عن التبعية لأجهزة الدولة والحزب، والاحتكام للمهنة فقط وهو ما تعكسه المادة 33 والتي نصت على أن: "تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء السياسية والانتماءات النقابية، يكون التأهيل المهني المكتسب شرطا أساسيا للتعيين والترقية والتحويل شريطة ان يلتزم الصحفي بالخط العام للمؤسسة الإعلامية".

### إنشاء مجلس أعلى للإعلام:

حسب الباب السادس من قانون الإعلام 1990 أوكل تنظيم قطاع الإعلام إلى جهاز قائم بذاته يرتكز على المهنة بالدرجة الأولى وهو المجلس العلى للإعلام، فقد نصت المادة 59 على: "يحدث مجلس أعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تتمثل مهمتها في السهر على احترام هذا القانون". وبالنظر إلى الصلاحيات الكثيرة المخولة إليه والتي أشارت إليها المواد من 59 إلى 76 يكون قد عوض عليها وزارة الإعلام والتي ألغيت لاحقا في تشكيلة حكومة 1991.

على الرغم من الإيجابيات التي جاء بها هذا القانون خاصة ما تعلق برفع احتكار الدولة لقطاع الإعلام إلا أن ما تضمنه الباب السابع من أحكام جزائية جعلته قانون عقوبات أكثر منه قانون الإعلام، حيث أن عقوبة السجن قد تصل إلى غاية عشر سنوات وهذا تماشيا وطبيعة المخالفة المرتكبة.

من خلال الملامح الكبرى المذكورة أعلاه يمكن تلخيص أهداف السياسة الإعلامية المبينة في النقاط التالية:

- خلق إعلام حر وتعددي ومتنوع قائم على اللامركزية عكس ما كزان سائد في ظل الأحادية.

- خلق قاعدة إعلامية تتماشى والنهج الديمقراطي الذي أقره دستور 1989.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

- رفع الغبن والتعسف الذي كان مفروضا على الصحفيين وذلك بوضع قاعدة تشريعية تقرر بالحرية الإعلامية تجسدت في مختلف المواد التي نص عليها قانون الإعلام.
- وضع حد لاحتكار الدولة للإعلام وذلك بفتح المجال أمام القطاع الخاص.
- تطوير الاتصال السياسي في الجزائر من خلال العمل على تطوير الممارسة الإعلامية وتقريب المعلومة للمواطن.
- تكريس حقوق الإنسان والديمقراطية باعتبار الحق في الإعلام من حقوق الإنسان.
- توسيع المستوى الديمقراطي وتحقيق النهوض لكل جهات الوطن ومواجهة مشكلات المجتمع والبحث عن طولها.
- تحقيق التنمية الفكرية عن طريق نقل ما يريده الجمهور المحلي مستنديين في ذلك إلى خبرة الناس وشعورهم ونظرتهم إلى الحياة والاقتراب منهم.
- تحقيق التفاعل في عملية الاتصال من خلال حرية التعبير الممنوحة.
- خدمة الثقافة الوطنية وتعميق جذورها والحفاظ على الإرث الحضاري والثقافي الجزائرية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - نور الدين تواتي، المرجع السابق، ص143

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المبحث الثاني: الإعلام الدولي

#### المطلب الأول: مفهوم الإعلام الدولي

يعرفه الدكتور محمد علي العويني بقوله: "إنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية فإنه من غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي".<sup>1</sup>

يعرفه الدكتور احمد بدرفييري أن الإعلام الدولي: "تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة، وبالتالي تتبنى جماهير تلك الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة".<sup>2</sup>

إنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي.

ويعرفه بأنه الإعلام الذي يسهم به في مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب لتلقيه رجل التسارع العالمي أي المستمع أو الشاهد أو القارئ بصفة عامة في العالم.<sup>3</sup>

وبشير مصطلح الإعلام الدولي إلى التحليل الثقافي والاقتصادي والسياسي والتقني للنماذج الاتصالية وآثارها بين الدول، ويركز الإعلام الدولي بشكل كبير على الجوانب المحلية أو الوطنية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الإعلام الموجه دوره في حل مشكلات المجتمع العربي، طبعة 2014، مكتبة الوفاء القانونية، ص 91.

<sup>2</sup> - مصطفى يوسف، فلاح الضلاعين وآخرون، الإعلام الدولي، ط1، دار الإعصار العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص 45.

<sup>3</sup> - جميل خليل محمد وعيسى موسى أبو شيخة، الإعلام الدولي، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، 2010م، ص 199.

<sup>4</sup> - فاروق محمد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 14.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الثاني: خصائص الإعلام الدولي

حدد فورتنر (Forttner, 1993) ست خصائص أو سمات مهمة للاتصال الدولي، وعلى الرغم من أن هذه الخصائص أو السمات لا تحدد بشكل كامل ودقيق ما هو الاتصال الدولي، إلا أنها توفر أبعاداً هامة وتجنبنا النظرة البسيطة أو السطحية إلى الاتصال الدولي وتشمل هذه الخصائص ما يلي:<sup>1</sup>

- العمدية أو القصدية، أي تعتمد المؤسسات التي تعمل بالاتصال في المجال الدولي الوصول إلى جمهور محدد في دولة معينة.
- توافر أدوات اتصال جماهيري، تتسم باستخدام التكنولوجيا المتطورة حتى يمكن نقل الوسائل بوضوح ونقاوة إلى الجمهور في دولة أو دول أخرى.
- تنوع المضامين، بحيث تلبى احتياجات ورغبات قطاعات واسعة من الجمهور في دولة أخرى، وفي هذا الإطار يمكن أن تتمثل هذه المضامين على تسلية أو برامج أو أخبار.. وغير ذلك.
- السمات الثقافية، أي عدم إغفال الأبعاد الثقافية في عملية الاتصال الدولي فوسائل الاتصال الجماهيري تحمل رموزاً لها معاني ثقافية وفي هذه السمة هناك رأيان:
  - فريق يرى أن الاتصال الدولي يعني نقل القيم الثقافية والأخلاق الاجتماعية للدول المهيمنة على نظم المعلومات الدولية، فيحدث غز ثقافي.
  - فريق يرى أن الشعوب والدول لا يمكن أن ترفض الغز الثقافي، وأنه لا خوف من الغزو ولن لكل شعب ثقافته العميقة المستمدة إلى تراث عميق الأمر الذي سيمنح بلا شك الاختراق الثقافي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- فؤاد عيد المنعم البكري، الإعلام الدولي، ط1، سنة 2011م، القاهرة، ص88.

<sup>2</sup>- جميل خليل محمد وعيسى موسى أبو شيخة، المرجع السابق، ص204-205.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

- السمات السياسية، ويقصد بها الجوانب السياسية للاتصال الدولي وتشمل الأهداف السياسية المباشرة للاتصال الدولي وآثاره ونتائجه على العلاقات بين الدول.
- السمات الاقتصادية ويقصد بها اقتصاديات الاتصال بمعنى تكلفة امتلاك استخدام وسائل اتصال قادرة على النفاذ عبر الحدود الدول الأخرى.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: وظائف الإعلام الدولي

#### 1. الاتصال بالجماعات المؤثرة:

يتولى الإعلام الدولي الاتصال بالجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة، كالأحزاب وجماعات الضغط والجماعات المصلحية وأعضاء البرلمان ومختلف المؤسسات المؤثرة في صناعة القرار السياسي.

من الأمور التي ينبغي أن تؤخذ في عين الاعتبار درجة الموقف السياسي للدولة من تأييد تام والحياد وغيرها وبتحديد الموقف السياسي يمكن العمل على زحزحته نحو درجة التأييد الممكنة لصالح القضايا المعروضة، ويكون موقف الدولة معياراً للطريقة التي يمكن أن يتدخل فيها الإعلام الدولي.

وبفقد الاتصال بالجماعات المؤثرة بالإضافة إلى سيطرتها على عمليات صناعة القرارات في أن أعضاء هذه الجماعات يعدون النخبة التي تؤثر على الجماهير وبالتالي يتحقق الاتصال بالجماهير من خلال النخبة.<sup>2</sup>

#### 2. الاتصال بالجماهير:

يتم إعلام الجماهير بالاتصال المباشر أو غير المباشر من خلال المحاضرات والمؤتمرات الصحفية والمنشورات والراديو والتلفزيون والمسح والمعارض والسياسة.

<sup>1</sup> - ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، المرجع السابق، ص 98.

<sup>2</sup> - جميل خليل محمد وعيسى موسى أبو شيخة، المرجع السابق، ص 208-209.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

هذه الوظيفة تؤثر في الرأي العام بشكل عام الأمر الذي يؤثر على المستقبلين بغض النظر عن تأثرهم في اتخاذ القرار.

يتحدد تأثير الاتصال بال جماهير على مدى أطول نظرا لـ:

لأنه يخاطب قطاعا عريضا وفئات مختلفة في درجات التعليم والمصالح والاتجاهات.

ويزداد اهتمام الجماهير بالقضايا التي تهمهم بشكل أو بآخر وكلما استحوذت قضايا معينة على اهتماماتهم كلما تابعوها بشكل أكثر من غيرها.

الاتصال بال جماهير يتطلب إمكانيات كبيرة ووسائل متعددة ونفقات عالية.

**ملاحظة:** هناك من علماء السياسة من يركز على الاتصال بالجماعات المؤثرة وهناك من يركز على الوسيّلتين معا وهذا هو الأفضل.<sup>1</sup>

### 3. وظائف تمثيلية:

يقوم الإعلام الدولي بوظائف تمثيلية وذلك بتمثيل الدولة التي ينتمي إليها أو المنظمة التي ينوب عنها مثل مكتب جامعة الدول العربية في الولايات المتحدة يقوم بوظيفة تمثيلية.<sup>2</sup>

إن الإعلام الدولي ينقل ويعبر عن سياسة الدولة فلا يمكن ان يصدر عن سياسة فاشلة، فالإعلام لا يرسم سياسة الدولة، ولكنه يعبر عنها فقط، وقد تعتمد بعض الحكومات إلى إصدار ما تسميه بيانات التغطية (Carering statements) عن طريق أسلوب عرض بعض الأخبار والصور والمعلومات أو عن طريق الوكالات الدولية للأخبار.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف، د فلاح الضلعين، المرجع السابق، ص 56.

<sup>2</sup> - ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، المرجع السابق، ص 103.

<sup>3</sup> - فؤاد عبد المنعم البكري، المرجع السابق، ص 88.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الرابع: وسائل الإعلام الدولي

#### 1. الصحافة المطبوعة:

تعد الصحف من أقدم وسائل الاتصال والإعلام على الإطلاق، فقد سبقت منافستها الإذاعة والتلفزيون بعدة قرون، وللصحف خصائص تميزها عن سواها من وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية فالصحيفة لا تستطيع نقل الأخبار بتلك السرعة التي تنقلها بها الإذاعة، ولا يمكنها نقل وتقريب الواقع كما يفعله التلفزيون، ولكنها تقوم بذلك بشكل متميز جعل من الصحيفة جزءاً لا يتجزأ من حياة الفرد المتعلم في كل أنحاء العالم.

وبداية ظهور الصحف بشكلها المعاصر يعود إلى عام 1454م عندما اخترعت الطباعة عن طريق صف الحروف، وخدم هذا الاختراع المركز الرئيسي للسلطة في العالم المسيحي آنذاك، والمتمثل بسلطة الكنيسة، بينما تأخر استخدام هذه الوسيلة الحديثة في طباعة الكتب والنصوص لعدة قرون في العالم الإسلامي بسبب التحريم الديني.

وخدمت المطابع الكنيسة في نشر مواضيع تهم الدين والدنيا وأصبحت من عوامل الإصلاح الديني في العالم المسيحي خلال الفترة الممتدة ما بين القرنين السادس عشر والسابع عشر الميلاديين ونشرت المطابع روائع كتب القرون الوسطى، وكتب عصر النهضة بنسخ كثيرة.<sup>1</sup> ووضعتها بمتناول الكثيرين بعد أن كانت حبيسة خزائن الكتب، ونقلت أخبار التجارة والاقتصاد للتجار في كل مكان، ولعل المنشورات مجهولة المصدر والهوية، التي لعبت دوراً كبيراً إبان الثورتين الفرنسية والأمريكية، من أبلغ الأمثلة عن الدور العام الذي لعبته الطباعة في تغيير العلاقات الإنسانية في المجتمع الإنساني المعاصر.

وأصبحت الصحف بالتدرج حارساً للديمقراطية، بإتاحتها الفرصة للمرشح والناخب بالتعرف إلى بعضها البعض دون اتصال مباشر كما كان في السابق، بل عن طريق انتقال الأفكار المنشورة على صفحاتها وساعدت الصحف من خلال الإعلانات التي تنشرها على تعريف

<sup>1</sup> - محمد البخاري، مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي، تموز/يوليو 1997، طشقند ص7

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

قدر هائل من السلع المنتجة في المصانع وإيجاد فرص العمل، وتوفير الأيدي العاملة للباحثين عنها، وأصبحت المطبوعة من الوسائل العامة التي يعتمد عليها التعليم في مختلف مراحلها.

وجاءت الثورة الصناعية للصحف مع مطلع القرن العشرين بالمطبوعة التجارية أولاً، ومن ثم بالمطبوعة الكهربائية، مما ساعد على خفض تكاليف طباعتها، وأجور الإعانات على صفحاتها وزيادة عدد نسخها مما ساعدها على الانتشار الواسع وتحولها إلى وسيلة اتصال جماهيرية، رخيصة الثمن توزيع أعداداً ضخمة من النسخ يعتمد عليها لنشر إعلانات مريحة للمنتج والناشر في آن معا.

ومن المميزات العامة الأخرى التي تنفرد بها المادة المطبوعة عن غيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية أنها تسمح للقارئ بالتكيف مع الظروف ومطالعتها في الوقت الملائم له، وإعادة القراءة كلما أراد، إضافة إلى أنها من أفضل الوسائل لمخاطبة الجماعات والشرائح الاجتماعية الصغيرة والمتخصصة على السواء.<sup>1</sup>

### 2. الراديو وارتباطه بالاتصال الدولي

أن عملية التبادل الدولي للمضمون الإعلامي أو الثقافي قد اعتمدت فيما اعتمدت على وسائل كثيرة اتفقت وظروف وأحداث ومخترعات كل عصر وما أنتجه من تكنولوجيا أو مخترعات تواكبت معه علمياً واقتصادياً وتجارياً وسياسياً لذلك كان الاتصال الدولي يتم بطرق ووسائل تتواءم مع تكنولوجيا العصر ومخترعاته وقدراته، فقد الماضي كان يتم الاتصال الدولي بطرق مختلفة عن طريق إشارات الراديو أو عن طريق السينما التي سبقته إلى الوجود وأيضاً عن طريق الكتب والصحف التي تواكبت ظهورها مع ظروف العصر وإمكانياته.

---

<sup>1</sup> - محمد البخاري، المرجع السابق، ص 8

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

يركز الباحثون ان البدايات الأولى للراديو ترجع إلى التجارب التي أجريت عام 1890 لنقل الصوت عبر الأثير، حيث أجريت تلك التجارب في الولايات المتحدة الأمريكية ثم بريطانيا وفرنسا، وقد سبقت تلك البدايات ثورة صناعية أبرزت اكتشاف الكهرباء ثم اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية فيما بعد حيث استخدمت هذه الموجات في الاتصالات اللاسلكية لكي يتم صنع ما عرف بالتلغراف ثم التليفون، ثم تلاهما اختراع ماركوني بإرسال أول نشرة إذاعية في سان جوز بالولايات المتحدة الأمريكية حيث قام ببناء محطة إذاعة صغيرة، غير أن قيام الحرب العالمية الأولى كما هو معروف أخرج استخدام الراديو في الأغراض المدنية لكي يتم استخدامه عام 1904 فغي الأغراض العسكرية والسياسية ولم يلعب الراديو دورا ملموسا في الحرب العالمية الأولى لمحدودية عدد أجهزة الراديو واعتماده على تكنولوجيا بدائية، غير أن استخدام الراديو لتحقيق الأهداف السياسية بدأ عندما تم قطع الكابلات التي تربط ألمانيا بالعالم الخارجي.

وتطور الراديو في الدول المتقدمة منذ أوائل العشرينيات عندما أصبح في الإمكان إرسال الصوت البشري عبر الأثير وبدء استخدامه كوسيلة اتصال رئيسية في غالبية الدول الغربية منذ الثلاثينيات في مجالات التعليم والترفيه وبيع السلع والإعلام والدعاية السياسية حيث استخدمه كل من هتلر وموسيليني وستالين وخضع لسيطرتهم، كما استخدمه كل من تشرشل في بريطانيا وروزفلت في أمريكا بشكل فعال في تعبئة الشعوب الحليفة والمحايدة ومواجهة دعاية العداء، مما يعني ان الراديو كان أول وسائل الاتصال الدولي التي أثبتت فاعليتها، وكانت أولى الإذاعات التي اقتحمت وما زالت تعمل حتى اليوم منذ عام 1922 هي هيئة الإذاعة البريطانية أو BBC، والتي قدرت مكانتها خاصة بعد الحرب العالمية الثانية بأن BBC تسيطر على السماع العالم ثم انتشرت الإذاعات في كل من أوروبا وأمريكا سريعا.

في منطقتنا العربية افتتحت بريطانيا إذاعة موجبة غلى منطقتنا سميت إذاعة الشرق الأدنى ووجهتها من الأردن عام 1938 وكانت تغطي هذه الإذاعة معظم المشرق العربي وجزء من

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

شمال أفريقيا بإرسالها، وفي مصر عرفت الإذاعة منذ البداية حيث كانت مصر من أوائل الدول في المنطقة التي قامت بالبث الإذاعي مبكرا منذ اختراع الراديو.<sup>1</sup>

### 3. التلفاز الدولي:

أما التلفاز فقد تم اختراعه من قبل جون بيرد البريطاني عام 1926 بعد ان مهد له العالم الأمريكي من أصل روسي فلاديمير زوركين Vladimir Zworkin باختراعه لأنبوب الصورة وذلك عام 1923.

وفي عام 1927 تم في الولايات المتحدة الأمريكية بث تلفازي على الهواء بين واشنطن ونيويورك من قبل شركة (بيل)، وتعثر لأسباب فنية، وشهدت الثلاثينيات عملية تنافس ضخمة بين الدول حيث دخل البث التلفازي بريطانيا وأمريكا وألمانيا وإيطاليا والاتحاد السوفيتي وفرنسا، وكانت بريطانيا أول من قام بالبث التلفازي عام 1936 ثم أمريكا عام 1938.

ومنذ بداية الحرب العالمية الثانية حتى عام 1945 خضع جهاز التلفاز التطورات كثيرة وخطيرة، فعلى مستوى تطوره في البلدان أصبحت الولايات المتحدة الأمريكية تملك عام 1948 أكثر من (24) محطة تقوم بالإرسال في إحدى وخمسين مدينة من المدن الكبيرة ثم ارتفع العدد عام 1958 إلى (529) محطة بينما بلغ عدد محطات التلفاز في الاتحاد السوفيتي (63) محطة، كما شهد التلفاز تطورا تقنيا كبيرا في الخمسينيات حيث أدخل نظام اللون عليه وفي عام 1952 أثبتت الإحصائيات أن 97% من البيوت الأمريكية أصبح بها أجهزة تلفزيون وانه يصل إلى (80) مليون أمريكي، حيث يشاهده بمعدل (17) ساعة أسبوعيا.

ونتيجة لتطور التلفزيون وبرامجه فقد وجدت الدول ضرورة تبادل البرامج فيما بينها، لهذا أنشئ اتحاد أوروبي للإذاعات باسم (الأوروفيزيون) يضم اثنتي عشر دولة أوروبية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فؤاد عيد المنعم البكري، المرجع السابق، ص 248-249

<sup>2</sup> - ياسين خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ص 106

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

وقد حدث أول بث تلفزيوني دولي في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر عام 1940، فقد بدأت محطات التلفاز في مدن الولايات المتحدة القريبة من المكسيك وكندا في استخدام القرب الجغرافي في حالات كثيرة لنقل برامج بشكل مباشر عبر الحدود وذلك لأهداف سياسية، وعمليات الإذاعة التلفزيونية الدولية سواء أكانت عشوائية أو هادفة كانت جزءا بسيطا من الطبيعة التلفزيونية الجديدة للتلفاز، ولكت بشكل عام كان التأكيد الأساسي على الاتفاقيات الثنائية الإقليمية وعلى مستوى القارة الأوروبية لإيصال برامج التلفاز إلى مختلف الدول وكان لكل دولة حرية تقديم مواد إعلامية، وحرية في قبول أو رفض ما تراه من خلال التبادل البرامجي الذي يتم من خلال شبكة بروفزيون التابعة لإتحاد الإذاعات الأوروبية التي تأسست عام 1958، والتي تقوم بربط عدد من المحطات التلفزيونية المحلية ببعضها والتنسيق بين محطات التلفاز التي تقوم بإعداد البرامج.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - ياسين خضير البياتي، المرجع السابق، ص 107

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المبحث الثالث: الإذاعة الدولية

#### المطلب الأول: تعريف الإذاعة وتاريخها

إن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار والمعلومات لتبثها للجماهير عن أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم والقدرات، التقنية في مساحة وسرعة البث وحتى في جودة الصوت.<sup>1</sup>

#### تاريخ الإذاعة:

تعتبر الإذاعة مظهرا حضاريا وثقافة كونية، فهي تمثل الأداة الوحيدة في الاتصال الجماهيري التي لا يمكن إيقافها، حيث أنه باستطاعة الإذاعة اجتياز الحواجز الجغرافية والثقافية والسياسية وربط الشعوب برباط مباشر وسريع، فتُرسل الرسائل على الفور وتمتاز بالسبق الإخباري علاوة على دورها الفعال بكونها أداة لا يستغنى عنها الإعلام الدولي.<sup>2</sup>

يعود اكتشاف الإذاعة الصوتية إلى مخترع إيطالي شاب يبلغ من العمر آنذاك عشرين عاما واسمه جوجليمو ماركوني Juglielmo Morconi الذي استطاع ان يظهر عمليا أنه في الإمكان إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الفضاء.

ولقد كان "ماركوني" أول من سجل ابتكاره وذلك عام 1986م بعد أن أهملته إيطاليا ولم تعد اكتشافاته الاهتمام الكافي، فما كان منه إلا أن توجه إلى بريطانيا وهناك سجل ابتكاره الجديد، والواقع أن "ماركوني" استفاد أيضا استفادة بالتجارب التي قام بها من سبقوه في مجال الكهرباء والكهرومغناطيسية واللاسلكي ووضعت تلك التجارب الأساس لنجاح ماركوني في مجال الإذاعة الصوتية- فلقد كان العالم البريطاني "هنري جاكسون" أحد الذين نبغوا في مجال اللاسلكي بالإضافة إلى "ألكسندر بوبوف" الروسي.

إلى جانب هؤلاء العلماء كان هنالك الكثير من العلماء أمثال "أديسون وفلمينج ودي فورست" الذين كان لهم الفضل القيام بتجارب ساعدت على إنتاج أطوال الموجات اللازمة للإرسال

<sup>1</sup>- حسن عماد مكاوي، الأخبار الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلومصرية، مصر، 1989، ص 29

<sup>2</sup>- شدون علي شيبية، مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية ط سنة 1429هـ-2008م، ص 61

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

من خلال الموجة القصيرة، وترجع أهمية اكتشاف الموجة القصيرة على عدد من العلماء منهم "جيمس ماكسويل" الذي توصل في عام 1865 في دراسته للكهرباء والمغناطيسية إلى نظريات تثبت وجود الكهرومغناطيسية وأن هذه الموجات يمكن أن تنتقل من خلال الهواء بسرعة الضوء.<sup>1</sup>

وفي عام 1886م أثبت العالم الألماني جنريش هيرتز Heinrich Hertz صحة نظرية جيمس ماكويل، ومن نتائج أبحاث وتجارب هيرتز استطاع المخترع الإيطالي ماركوني Guglielmo Marconi إرسال واستقبال إشارات إذاعية في إيطاليا وذلك في عام 1885م وفي عام 1899م استطاع ماركوني إرسال أو إشارة لاسلكية عبر القناة الإنجليزية.

وفي عام 1900م توصل ماركوني إلى الاستماع إلى إشارة لاسلكية عبر الأطلنطي من إنجلترا إلى نيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية وكان هذا الاختراع بمثابة نقطة الانطلاق لاستعمال هذه الإشارات للاتصال بين السفن والمحطات الواقعة على الشواطئ- وهكذا بدأ الاتصال وخدمة الأخبار التلغرافية بين أوروبا وأمريكا عام 1910م، وفي عام 1921م منحت لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC رخصة لتشغيل أول محطة إذاعية تجارية تسمى WBZ في سبرينج فيلد ماساشوسيتس Springfield-Massachusetts ولكن كان هناك محطتان تعملان قبل إعطاء هذا الترخيص المحطة الأولى KDKA في سبرينج، والمحطة الثانية WWJ في ديترويت، والجدير بالذكر أن المحطتين السابق ذكرهما WWJ-KDKA كانتا تذيعان نتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية مساء 2 نوفمبر عام 1920م التي جرت بين هاردين وكوكس.

وبعد ذلك بسنوات قليلة أصبح عدد محطات الإذاعة ما يقارب بخمسمائة (500 محطة) وعدد الأجهزة ما يقارب ثلاثة مليون جهاز (3.000.000 جهاز).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، محمد مهني، مقدمة في الفنون الإذاعة والسمع بصرية، سنة 1999م، ص 65

<sup>2</sup> - شدون على شيبية، المرجع السابق، ص 66.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

ومن الولايات المتحدة الأمريكية انتقلت الإذاعة إلى أوروبا وكانت بريطانيا أول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعية حيث قامت جريدة الديلي ميل البريطانية في 15 يونيو 1920 بتنظيم برنامج إذاعي من تشلنسفورد، وفي عام 1922م تم إنشاء شركة الإذاعة البريطانية B.B.C British Brodacsting company لتبث برامجها من لندن يوميا، وسرعان ما انتشرت محطات الإرسال في كل أنحاء بريطانيا، مما دعا الحكومة للتدخل وذلك بتشكيل لجنة لدراسة الإذاعة وشكلها وتأثيرها على الجمهور، وقررت اللجنة حل هذه الشركة وتعويض حملة أسهمها من الأفراد وقد رفضت اللجنة فكرة إنشاء إذاعة تجارية وكذلك فكرة إنشاء خدمة عامة تسيطر عليها الدولة واقترحت إنشاء هيئة عامة تتولى هذه الخدمة تحت اسم هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C British Brodacsting company التي تحمل نفس الاسم حتى الآن.<sup>1</sup>

### الإذاعة في الوطن العربي

عرفت المنطقة العربية الإذاعة المسموعة في منتصف عشرينات القرن الماضي، أي بعد إنشاء أول محطة إذاعية منتظمة في العالم بنحو خمس سنوات، حيث عرفت مصر الإذاعة الأهلية منذ عام 1925 من خلال بعض المحطات الإذاعية المملوكة للأفراد وكانت محطات ضعيفة ماديا وفعليا وتعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية، وفي 31 مايو 1934 تم إنشاء الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية بعد إلغاء بث المحطات الأهلية وعرفت المملكة المغربية الإذاعة منذ عام 1928 والجزائر عام 1929 وشهد عقد الثلاثينيات من القرن الماضي إنشاء الإذاعات في تونس، والمملكة العربية السعودية 1943 واليمن 1947، وفلسطين إذاعة رام الله 1948، وخلال الخمسينيات ظهرت الإذاعة الكويتية 1951 والمملكة الأردنية الهاشمية وموريتانيا 1970، والإمارات المتحدة 1971.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، محمد مهني، المرجع السابق، ص 18.

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاي، د. عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط، لدار المصرية اللبنانية، 1429هـ - يناير 2008، ص 35.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

المطلب الثاني: نشأة الإذاعة الدولية وتطورها

### 1. تعريف الإذاعة الموجهة

اختلفت تعريفات الإذاعة الموجهة باختلاف آراء أصحاب التعريفات، فمنهم من قال أن الإذاعة الموجهة هي التي توجه من دولة معينة إلى دولة أخرى، كما يمكن ان يضاف إليها تلك الإذاعات التي تسمع على نطاق معقول في دولة وإن كانت موجهة أساسا إلى دولة معينة، وقد توجه هذه الإذاعات من قبل الحكومة بشكل رسمي أو بشكل غير رسمي من خلال المحطات السرية clandestine stations.

وفي رأي الدكتورة جيهان رشتي رئيس قسم الإذاعة أنه يقصد بالإذاعة الدولية، إرسال الصوت والموسيقى عبر مساحات شاسعة ليستقبلها جماعة أو جماعات من الناس خارج حدود الدول التي تقوم بالإرسال، وذلك بلغات يمكن للمستمعين الموجهة إليهم الخدمة فهمها.<sup>1</sup>

وقد تكون الإذاعة الموجهة هي الإذاعة التي تصل برامجها إلى عدد كبير من الدول بهدف إرسال صوت ذلك البلد إلى مختلف أنحاء العالم للتعريف بوجهات نظر والوقوف معه في قضاياها المختلفة، أو بمعنى آخر وصول صوت الدولة إلى مختلف أنحاء العالم حتى تسمعه معظم شعوب العالم، وهذه هذه الإذاعة الموجهة الحقيقية وهذه صورة نراها كثيرا بالنسبة لإذاعات عدد كبير من الدول منها على سبيل المثال الخدمة الموجهة بإذاعة جمهورية مصر العربية.<sup>2</sup>

يشتمل مفهوم الإذاعة الدولية ما يلي:

- الإذاعات الموجهة التي تبثها الدولة إلى شعوب غيرها من الدول.
- تبادل البرامج الإذاعية المسجلة بين دولتين أو أكثر بموجب اتفاقات أو بروتوكولات.

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1982-1983، ص14.

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتاب، ص37.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

- إعادة بث البرامج على موجات الدولة المستقبلية.
- إذاعات قرصنة الأثير غير المصرح بها التي تبث برامجها من خارج حدود الدولة المستهدفة.
- الإذاعات التي توجهها بعض الدول إلى قواتها المسلحة المرابطة في الدول الأخرى.
- الإذاعة التي تبثها الأمم المتحدة بأكثر من 28 لغة حول العالم.
- الإذاعات الوطنية القوية التي تتمكن من تخطي الحدود لتصل إلى مواطني الدول المجاورة.
- الإذاعات الدينية التي تبثها بعض الدول أو المنظمات الدولية أو الجمعيات الأهلية إلى العديد من مناطق العالم.<sup>1</sup>

وفي النهاية يمكنني القول بأن الإذاعات الدولية هي الإذاعات التي توجه برامجها المختلفة ويصل إرسالها إلى أنحاء العالم، بلغات شعوب الدول المستهدفة لتلك الإذاعات ووفقاً للزمن الذي يوافق تلك الشعوب وذلك وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية بحيث يصل صوت الدولة الباثة للإرسال وفق سياسة إعلامية مخططة وهادفة وليس بشكل عفوي.<sup>2</sup>

### 2. الإذاعات الدولية العربية:

كانت إذاعة باري الإيطالية هي أول إذاعة دولية تذيع باللغة العربية، وكان الهدف منها تعريف الدول العربية على الاستعمار الفرنسي والبريطاني ومداهنة العرب والتقرب إليهم ثم تلتها ألمانيا النازية بإذاعة عربية من برلين دعمتها بعناصر عربية تذكر منهم المذيع العراقي المشهور يونس بحري الذي كان يتفنن في السخرية من تشرشل.

وكانت هذه الأسباب داعية بريطانية للبدء في إنشاء إذاعتها الدولية الناطقة باللغة العربية 1936م، واتخذت منذ إنشائها طريق يختلف كل الاختلاف عن أسلوب إذاعة باري الإذاعة

<sup>1</sup>- ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، المرجع السابق، ص151.

<sup>2</sup>- ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص14.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

الألمانية، وكان هذا الخط الجديد هو عدم الإسفاف في الخصومة وتقديم خدمة إخبارية جيدة من حيث السبق الإخباري والتحليل والموضوعية، وكما نعلم اليوم أن الإذاعة العربية من لندن تلاحق أخبار العام العربي ملاحقة دقيقة.

لعلها في بعض الأحيان تسبق الإذاعات الوطنية في إذاعة خبرهم أو حادثة معينة، كما أنها تعني عناية خاصة في إعطاء وجهة نظر دون مساس أو حرج شعور المستمع العربي الشيء الذي برعت فيه الإذاعة البريطانية شأنها شأن الدبلوماسية الإنكليزية المتسمة بالحنكة والدهاء.<sup>1</sup>

### 3. لمحة تاريخية عن الإذاعة الجزائرية:

عرفت الجزائر الراديو عام 1925 عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها 100 ك-وات، ثم ارتفعت عام 1928 على 200 ك-وات. ثم إقامة محطتين للإرسال في قسنطينة، قوة الأولى 600 كيلو وات وتذيع باللغة الفرنسية والأخرى بقوة 250 كيلو وات وتذيع باللغة العربية.

ثم تتابعت المحطات فأقيم عام 1942 في كل من وهران محطة قوتها 600 كيلو وات وفي الجزائر العاصمة محطة قوتها 500 كيلو وات.

بنهاية الحرب العالمية الثانية كان الإرسال الإذاعي يغطي الجزء الأكبر منها، وذلك بزيادة المحطات وتقوية إرسالها.<sup>2</sup>

ومن خلال اتفاقيات فرنسا والجزائر ثم الاتفاق على تحديد الشروط التي سيتم بمقتضاها نقل إنشاء الراديو والتلفزيون إلى حيازة الجزائر نهائياً، وإلى أن يوقع الاتفاق النهائي فإن الشبكة الجزائرية التي أصبحت تسمى (راديو) استمرت تحت الإدارة المؤقتة للراديو والتلفزيون الفرنسي.

<sup>1</sup> - شدون علي شيبية، المرجع السابق، ص 71.

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني، عاطف العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، ص 203.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

وفي 17 أغسطس/آب 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وقبل بداية المفاوضات النهائية، قامت الحكومة المؤقتة الجزائرية بتعيين شخصية أخرى رئيسا لتحديد البرامج المذاعة باللغة العربية والفرنسية، وذلك بدلا من الفرنسيين الذين كانوا يقومون بنفس العمل.

كما قامت القوات الجزائرية باحتلال مباني الإذاعة والتلفزيون وأعلن المذيع (هنا راديو الجزائر وتلفزيون الجزائر) مما اعتبره الفرنسيون تدخلا في أعمالهم وعملا من طرف واحد، وقدم العاملون الفرنسيون على أثره استقالاتهم كما قامت فرنسا بعدم إذاعة البرامج التي كانت تقدم فرنسا، وأخيرا انتهى الأمر بتوقيع اتفاقية بين حكومتي فرنسا والجزائر في 23 يناير/كانون الثاني عام 1963 تم فيها العمل على تبادل البرامج المختلفة، وقيام فرنسا بإمداد الجزائر بالمساعدات الفنية والكوادر الثقافية المختلفة.

وفي أغسطس/آب عام 1963 صدر قرار ينظم (راديو وتلفزيون الجزائر) الذي تعتبرها الحكومة الجزائرية عنصرا يساعد في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري وقد كان الراديو هوة الوسيلة الوحيدة التي تقل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد وخاصة سكان الريف والجال نظرًا لانتشار الأمية بينهم، وعلى ذلك فإن الإذاعة الجزائرية تذيع بثلاث لغات هي اللغة العربية، اللغة الفرنسية واللهجة القبلية.<sup>1</sup>

### 4. إذاعة الجزائر الدولية:

تأسست إذاعة الجزائر الدولية، في 19 مارس 2007، وهي أولى قناة إذاعية متخصصة في الأخبار بحكم طبيعة شبكة برامجها التي تعتمد أساسا على الفضاء الإخباري الذي يشمل المواجيز، النشرات والحصص الإخبارية، باللغات الأربعة (العربية بنسبة 47.31%، الفرنسية

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، عاطف العبد، المرجع السابق، ص 203.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

بنسبة 38.04%، الإنجليزية بنسبة 3.9%، والإسبانية بنسبة 3.9% في حين تغطي ازدواجية اللغة (الفرنسية والعربية) على الغالب في البرامج.

تهتم إذاعة الجزائر الدولية خصوصا، بمتابعة الأحداث الوطنية والدولية عن طريق التقارير الإخبارية وتقارير الموفدين والمرسلين من قلب الأحداث وعن طريق الإثارات التي يقدمها الخبراء والمحللون، وفضاءات النقاش حول مختلف الجوانب المرتبطة بكل حدث، مع إبراز الموقف الجزائري من التطورات، والسعي إلى إشراك الفاعلين في الساحة الوطنية بمختلف اختصاصاتهم وتوجهاتهم، فيما يخص التحولات التي شهدتها البلاد في مختلف المجالات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية.

تُبث إذاعة الجزائر الدولية، أربعة عشر ساعة يوميا (14سا) على موجات الـ FM الملتقطة في الوسط، وبعض المناطق الحدودية والسائل والإنترنت من العاشرة صباحا إلى منتصف الليل، بتوقيت الجزائر.

يبلغ عدد عمال الجزائر الدولية، 119 عاملا دائما، وتعتمد هذه القناة في تنظيمها على إحداث أربعة أقسام للتحضير، يشتغل كل قسم حسب لغة البث، ويشرف عليه رئيس تحرير ومساعدان، بالتنسيق مع مدير الأخبار يقوم بدور المنسق بين الأقسام فيما يتصل بإدارة ومتابعة عمل الصحفيين.<sup>1</sup>

تتولى مديرية الأخبار، إعداد مادة إخبارية تغطي 15 موعدا إخباريا: ثمان (08) نشرات رئيسية باللغة العربية، من بينها نشرة المغرب العربي والنشرة الاقتصادية، خمسة (05) نشرات رئيسية باللغة الفرنسية، نشرة واحدة (01) باللغة الإنجليزية ونشرة واحدة باللغة الإسبانية، كما تبث القناة يوميا، عشرة مواجيز إخبارية، باللغتين العربية والفرنسية، وأربعة (04) مواجيز باللغتين الإنجليزية والإسبانية، بالإضافة إلى عناوين إخبارية باللغتين العربية والفرنسية، تبث بالتداول كل ربع ساعة.

<sup>1</sup> - محمد شلوش ، بوزنون خالد، الإخراج الفنية، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار كتابة النص، ص17.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

تعتمد إذاعة الجزائر الدولية، على مساهمة المراسلين من خارج الوطن، وعددهم 16 متعاوناً يرسلون من البلدان التالية: سوريا، فلسطين، الصحراء الغربية، تونس، مصر، إيران أمريكا، بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، إسبانيا، بلجيكا، والإمارات العربية المتحدة. وتستفيد القناة أيضاً من المساهمة النوعية التي قدمها 06 محللين من الأساتذة المتخصصين في المسائل الدولية، الاقتصادية والثقافية.

إضافة إلى ذلك، تعتمد إذاعة الجزائر الدولية، على عمل المديرية الفرعية المكلفة بالإنتاج والبرمجة ومراقبة البث، من خلال إشرافها على كل المسائل المرتبطة بتزويد شبكة البرامج بالمادة المبرمجة يوميا، في ورقة الطريق حتى تضمن النوعية في بث برامج حوارية، تمس كافة المجالات، لاسيما المرتبطة منها بالقضايا الدولية والوطنية والثقافية بالإضافة إلى فضاء تفاعلي يسمح للجمهور بإبداء آرائه واستفساراته حول قضايا الساعة<sup>1</sup>

### 5. مراحل تطور الإذاعة الدولية-مراحل تطور الإذاعات الموجهة بالراديو

#### 1- المرحلة الأولى: تبادل البرامج

في المرحلة الأولى وابتداء عام 1923، بدأ تبادل البرامج بناء من محطة KDKA الأمريكية التي كانت رائدة في تقديم خدمة إذاعية منتظمة، ففي ليلة رأس السنة الجديدة عام 1923 نقلت محطة KADA الأمريكية برنامجا خاصا عن الإنجازات بواسطة الموجة القصيرة إلى المستمعين في المملكة المتحدة، وقد التقط هذا البرنامج وأعيدت إذاعته للمستمعين في إنجلترا، بواسطة محطة كانت تعمل في ما تشير وتديرها شركة فيكرز التروبوليتانية.

وقد ركزت محطة KADA التجربة مع جنوب أفريقيا في عام 1924 وامت استراليا في عام 1925، وسرعان ما انتشر هذا النوع من تبادل البرامج بين الهيئات الإذاعية واكتمل يتبادل البرامج المسجلة حينما لم يكن هناك حاجة إلى نقل البرامج بسرعة إلى المستمعين.

<sup>1</sup> - محمد شلوش، بوزنون خالد، المرجع السابق، ص 18.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

وقد قامت ألمانيا بتبادل البرامج الإذاعية في عام 1931 من خلال البرامج الدولي للتبادل internationalet Programmanutansh IPA وارتبط ذلك البرنامج بشركة الإذاعة الألمانية Reichsrund – Funkgesellschaft (RRG) التي انشئت عام 1962، وقدمت ألمانيا برامج إذاعية للولايات المتحدة تناولت مناقشات للقضايا الدولية وبرامج موسيقية.<sup>1</sup>

### 2- المرحلة الثانية: نقل البرنامج من الدول المستعمرة إلى مستعمراتها

كانت هولندا هي أول دولة تقدم بهذا العمل عام 1927 عندما وجهت إذاعات الهولندية إلى مستعمراتها في الهند الشرقية، وفي عام 1931 بدأت بريطانيا وفرنسا وبلجيكا والبرتغال وأسبانيا تذيع برامج المستعمرات، وقد هدفت تلك الخدمات إلى توفير إحساسا لدى المستوطنين بما يجري في الوطن وهم بعيدون عنه، وفي 1933 بدأت ألمانيا برامج دولية. واتسمت هذه النوعية من الإذاعة بعدة سمات:

1. ركزت تلك الخدمات في البداية تقريبا على الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في الدولة الأم.

2. استخدمت تلك الخدمات الإذاعية لغات الوطن الأم ولم تستخدم اللغات الوطنية للشعوب المستعمرة، وإن كانت فرنسا قد شذت عن ذلك حين استخدمت لغات المستعمرات عام 1931.

3. هذا النوع من الإذاعات الموجهة خلال الحرب العالمية الثانية، بينما بقيت اسبانيا والبرتغال بشكل أو بآخر على الحياد، ووقعت بلجيكا وفرنسا تحت الاحتلال النازي واقتصر استخدام فرنسا لها على توجيه إذاعات من المنفى إلى الكونغو برازافيل ومؤيديهم باستخدام اللغات الأوروبية فقطن ومن هنا يتضح الهدف الاستعماري من توجيه الإذاعات الموجهة إلى تلك المستعمرات.

---

<sup>1</sup> - جيهان أحمد رشدي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، 1986، ص9

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

المرحلة الثالثة: توجيه الإذاعات إلى مواطني الدولة الموجودين في دولة أخرى

وبدأت تلك المرحلة الدول التي لم يكن لها مستعمرات عبر البحار ولكن كان لها العديد من المواطنين في دول أخرى، ومن أبرز الدول التي قامت بتوجيه ذلك النوع من الإذاعات.

1. سويسرا: التي بدأت استخدامه في سبتمبر 1935 موجهة إلى مواطنيها بالأرجنتين وأمريكا

الشمالية باللغات السويسرية الثلاث، وقد وضعت الإذاعة السويسرية تلك الخدمات بأنها وسيلة للدعاية الثقافية لتدعيم الرابطة بين سويسرا الأم وأبنائها في الخارج.

2. إيطاليا: التي قدمت إذاعات بالإيطالية لمواطنيها في أمريكا الجنوبية 1935.

3. ألمانيا: وقد اختلف هدفها عن تلك الخدمات، فقد وجهتها فقط بالألمانية بهدف الوصول

إلى المواطنين ذوي الأصل الألماني، والذين بلغ عددهم حوالي 27 مليون فرد.<sup>1</sup>

### المرحلة الرابعة: الإذاعات الدولية والحرب العالمية الثانية

اتسع الاستخدام السياسي للراديو في فترة ما بين الحربين فعندما تم احتلال منطقة الروم عام 1923، شنت فرنسا وألمانيا هجوماً كل على الأخرى، ونفس الشيء حدث بين الاتحاد السوفييتي ورومانيا، حينما وجه دعايته إلى مقاطعة يسرابيا الرومانية (مولدافيا السوفيتية الآن)

وهذا ولقد استخدمت دول المحور الإذاعة في التنقيف المذهبي داخليا والحرب النفسية عبر البحار، وفي الإعداد للعدوان أثناء الحرب العالمية الثانية.

والملاحظ أن الدول الديمقراطية كانت بطيئة الاستجابة لحرب الأعصاب التي تعرضت لها من جانب المحور ومثال ذلك بريطانيا التي اقتصرت إذاعتها على الإنجليزية في أواخر عام

1937 في الوقت الذي وجه فيه راديو موسكو إذاعات بسبع لغات رومانيا إذاعات بـ 17 لغة

وبرلين بـ 7 لغات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص 18

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص 20

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

إلا أن نشوب الحرب العالمية في عام 1939 أعطى دفعة جديدة للإذاعة الموجهة، وزاد الاهتمام بالرأي العام في الدول المعادية والدول المحايدة والدول الحليفة، ففي غالبية الحروب السابقة على ذلك، لم يكن الرأي العام في الدول المتحاربة أو المحايدة يعلم إلا بالأخبار التي تسمع بها سلطات الرقابة في الدولة، ولكن الإذاعات الموجهة في الحرب العالمية الثانية انتهت عزلة المواطنين والاحتكار الإعلامي وأصبحت الجماهير على وعي بوجهات النظر المتضاربة.<sup>1</sup>

وزادت أهمية اصطلاح الجبهة الداخلية، وبدأت حرب الأثير جبهات ثلاث إذاعية، على رأسها دول المحور ثم إذاعات كل من بريطانيا والاتحاد السوفيتي.

**المرحلة الخامسة: بدأت تلك المرحلة قبل الحرب العالمية الثانية واستخدمت الموجات القصيرة للوصول إلى الجماهير في الدول الأخرى والتأثير عليهم**

ثم تمت حينما عملت الدول الشمولية على توصيل الدعاية إلى جيرانها بهدف التمهيد لغزورهم ومثال ذلك روسيا التي أعلنت في برنامج الحزب الشيوعي 1918 أن هدفها هو تحرير البروليتاريا في العالم أجمع، وألمانيا التي استخدمت الموجة القصيرة في خدمة دولية بالانجليزية لأمريكا الشمالية 1933 وبالعربية 1934.

ثم ظهور رد فعل لدى الدول الديمقراطية التي بدأت هي الأخرى في استخدام الإذاعة للرد على الدعاية المعادية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص19

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص20

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### المطلب الثالث: خصائص ووظائف الإذاعة الدولية

#### 1. خصائص الإذاعة الدولية الموجهة

إن معيار اكتساب الإذاعة للطابع الدولي يرجع إلى قدرتها على الانتشار وانتشارها عبر الحدود الوطنية أو القومية، وقدرتها على تلبية احتياجات مستمعيها، وتحديثها بلغة دولية تسمح لها بالانتشار والاستيعاب على النطاق العالمي، أو التحدث باللغات الوطنية لجمهور المستمعين فالإذاعة الدولية هي التي تصل خدماتها على مختلف أنحاء العالم لتسمعها معظم الشعوب أو التي يصل صوتها إلى جماعات خارج حدود الدولة القائمة بالإرسال. وعلى المستوى العربي هناك أكثر من نصف الدول العربية يقدم خدمات إذاعية موجهة إلى مناطق خارج حدوده الوطنية، معظمها داخل الوطن العربي، وبعضها يوجه على الشعوب الإسلامية في الدول غير العربية، وبعضها يستهدف الوصول إلى مناطق في أفريقيا وآسيا وأوروبا والأمريكيتين.<sup>1</sup>

وعندما تتجاوز الإذاعة إطارها القومي إلى العالم الخارجي تصبح قوة عالمية تعادل قوة تسلسلها إلى العقول والقلوب وعندما تحمل أفكارا طيبة للشعوب وتدعو إلى الحياة الآمنة وتعمل على نشر ثقافة العمل والعدل والسلام والاجتهاد والتضحية بدلا من الصراعات أو الحروب أو المشاحنات فإنها بذلك قد حققت أسمى أهدافها، غير أن الحكومات عادة هي التي تستطيع القيام بهذا الدور لأنها هي المسيطرة أو المالكة للراديو في معظم الأحيان وفي الآونة الأخيرة ظهرت إذاعات على الانترنت تتميز بأنها ساحة متسعة للأخذ والعطاء وكتطور طبيعي لنمو تكنولوجيا الفضاء الإلكتروني وسوف تلاقي هذه النوعية من الإذاعات إقبالا كثيرا خاصة بين الشباب وكثيرون مما يتعاملون مع الإنترنت لكي تتنافس مع بقية الوسائل الإلكترونية الأخرى وتحقق أهداف الشباب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فؤاد عبد المنعم البكري، المرجع السابق، ص 251

<sup>2</sup> - فؤاد عبد المنعم البكري، المرجع السابق، ص 252

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### 2. وظائف الإذاعة الدولية الموجهة:

لقد فرضت الثورة الاتصالية التي شهدتها المجتمع المعاصر عقب الحرب العالمية الثانية على الدول المعاصرة ثلاث وظائف اتصالية جديدة يمكن ان تؤديها ضمن وظيفتها الاتصالية يمكن تحديدها بما يأتي:

- تحقيق التكامل القومي والتماسك السياسي.
- القيام بعملية الاتصال الحضاري.
- جعل الإعلام والدعاية أداة من أدوات المساندة لتنفيذ السياسة الخارجية.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: أهداف وأنواع الإذاعات الدولية الموجهة

#### 1. أهداف الإذاعة الدولية

ويقصد بذلك أهداف الإذاعة التي تتخطى الحدود، بتخطيط مسبق وليس بشكل عفوي وهي:

- أ. تقديم أفضل الأفكار والمواد الثقافية في الدولة التي تقوم بالبحث.
- ب. تقديم الأخبار بموضوعية.
- ج. تفسير وجهة نظر الدولة التي تقوم بالإذاعة حول المشاكل أو الأمور العامة.
- د. العمل عن زيادة التفاهم الدولي.
- هـ. التقريب بين وجهات النظر المختلفة.
- و. إذاعة الأخبار بموضوعية وبدون تحيز.
- ز. التعليم والاهتمام به.
- ح. تكون في بعض الأحيان منبرا لعرض آراء وأفكار الثوار من الدول الأخرى.
- ط. الإعلان.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1432 هـ، 2011م ص90-91

<sup>2</sup> - ماجي الحلواني، مدخل الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، المرجع السابق، ص38

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

### 2. أنواع الإذاعات الدولية الموجهة:

1. إذاعة موجهة لأغراض سياسية ودعائية وغالبا ما تكون خاضعة تماما للسلطة، فهي الصوت الرسمي للدولة التي تبث هذه الإذاعة.<sup>1</sup>
2. إذاعة موجهة لأغراض تجارية، وهدفها الكسب المادي عن طريق الإعلانات وغيرها وهي تتمتع بقدر من الحرية في رسم سياستها، وغالبا ما تكون برامجها سياسية يقوم عليها شخصيات مدربة واعية.
3. إذاعة موجهة لأغراض دينية، وهي التي تسعى إلى الدعوة والإرشاد والتبشير والاستقطاب مثل راديو الفاتيكان.<sup>2</sup>

### الإذاعات الدولية الموجهة (أشكالها):

1. الإذاعة الدولية المباشرة باستخدام ترددات عالية، أي على الموجة القصيرة، وهذا لا يمنع من استخدام الموجة المتوسطة في الإذاعة الدولية، وكذا استخدام الموجة القصيرة في الإذاعة المحلية فالدول المتجاورة مثل سويسرا أو فرنسا يستقبل مواطنوها الإذاعة المرسلة على الموجة المتوسطة من جيرانهم ويستمعون عليها إذا كانت بلغتهم مثل مستمعي فرنسا الذين يستمعون إلى البرامج السويسرية باللغة الفرنسية، ومستمعي ألمانيا الشرقية الذين يستمعون على برامج ألمانيا الاتحادية.
2. بث برامج من دولة على دولة أخرى سلكيا أو لاسلكيا من نقطة على نقطة، لتعاد إذاعتها من خلال محطات تستخدم الموجة المتوسطة، علما بأن المحطة التي تقدم البرامج قد تكون أولا تكون تابعة للمحطة التي تقوم بالبث، ومثال ذلك إعادة بث برامج هيئة الإذاعة البريطانية إلى المنطقة العربية، عن محطة إرسال في قبرص، وكذلك راديو مونت كارلو الذي يعيد إرساله من قبرص أيضا.

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف القاضي، على فلاح الضالعين وآخرون، المرجع السابق، ص 151.

<sup>2</sup> - جميل خليل محمد وعيسى موسى أبو شيخة، المرجع السابق، ص 41.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

3. استيراد البرامج المسجلة لكي تعيد المحطات المختلفة استخدامها، مثل برامج تعليم اللغات في معظم الإذاعات الدولية العامة مثل هيئة الإذاعة البريطانية وصوت ألمانيا وجمهورية مصر العربية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، المرجع السابق، ص15

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

المبحث الرابع: النشرات الإخبارية وقيمها في الإذاعات الدولية

المطلب الأول: الخبر الإذاعي

تعريف الخبر: تقرير عن حدث موثق ومعروض بطريقة خاصة ومنظمة.<sup>1</sup>

تعريف المنبر الإذاعي: يمكن تعريف المنبر الإذاعي بأنه:

"وصف موضوعي دقيق أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية، تتوافر قيم إخبارية تجعل

الإذاعة تقدمه إلى جمهورها".<sup>2</sup>

كما عرفه فارنس فاليز بأنه: "ذلك النوع الصحفي الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل

ملتزم حول وقائع ملموسة أو بعكس أحداث معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة

وينبغي ان يكون واقعيًا وملتزمًا ومقنعًا".<sup>3</sup>

المطلب الثاني: القيم الخبرية

تعريف القيم الإخبارية: تعرف القيم الإخبارية على أن كل مجموعة المعايير المادية

والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي

الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر

الحدث وعن استخدامه الاجتماعية أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم.<sup>4</sup>

وللقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل الحدث يرتقي إلى مستوى

الخبر الذي يهم الجمهور، وهذه العناصر تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام.

كما أن القيم الإخبارية هي من أعوص المعاني البنية في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله

من معاني إيولوجية وذهنية، أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسة والقيمية

<sup>1</sup> - عرفة أحمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون (رؤية إسلامية)، مكتبة الآداب، ص8.

<sup>2</sup> - محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، ص9.

<sup>3</sup> - عبد الرزاق الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012م، 1433، ص33

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص35

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

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.

ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي تنتقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها.

**العناصر المحددة للقيمة الإخبارية:** للقيم الإخبارية أهمية كبيرة لاسيما وهي من يجعل من حدث ما خبرا جديرا بالنشر ولكن ما المقصود بالقيم الإخبارية؟

القيم الإخبارية هي العوامل والعناصر التي تعطي الاهتمام والجدارة أو الأهمية لأحداث أن الوقائع أو الأفكار فتؤهلها كي تتحول إلى أخبار يقبل عليها الجمهور.

فالأخبار إذن هي ما هو جديد وهي ما يحدث، وعندما يراجع المرء القاموس يجد أنه يعرف الأخبار على أنها تقرير عن أحداث جديدة أو معلومات لم تكن معروفة سابقا، ولكن معظم الأشياء التي تحدث في العالم يوميا لا تجد طريقها إلى جريدة أو تبث في نشرة على الهواء.

فما الذي يجعل خبرا ما، إذن مهما بما فيه الكفاية بحيث يصبح جديرا بالنشر أو الإذاعة؟ الجواب الحقيقة هو أن ذلك يتوقف على كطائفة من العوامل ويمكن القول بشكل عام إن

الأخبار معلومات مهمة بالنسبة لجمهورها المقصود، ولذا فإن ما قد يشكل نبأ مهما في لندن قد لا يعتبر نبأ في عمان ويقرر الصحفيون الأخبار التي سيغطونها استنادا إلى عدد

المعايير الإخبارية مكنها ما يلي:<sup>1</sup>

**1- التأثير:** ويعني أنه كلما اهتمت قطاعات كبيرة من الجمهور بمضمون الخبر كلما كانت

فرصته في النشر أكبر، فالخبر عن زيادة أسعار سلعة أساسية يهم بالتأكيد قطاعات

أكبر من زيادة الضرائب على الدخل الكبيرة، وكذلك فإن الخبر الذي يؤثر على سكان

<sup>1</sup> - عبد الرزاق الدليمي، الخير في وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص36-37

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

منطقة جغرافية، قد لا يهم قاطني المناطق الأخرى، ويعني التأثير بشكل خاص أن معرفة الجمهور بخبر معين يجعل الأمر مختلف لهم عما لو لم يعملوا به. وتأتي أهمية تفسير النتائج المترتبة على حدث ما من أن آثار هذا الحدث قد لا تظهر بشكل مباشر، أو أن الفرد العادي قد لا يدرك خطورة عواقبها، فالزيادة الطفيفة في سعر إحدى العملات الرئيسية، تعني المزيد من الأعباء على الدول المستدينة فقد تعني إضافة ضرائب جديدة أو زيادة أخرى في الأسعار وكلها تنعكس على الفرد العادي، أما نشر الخبر مجردا فإنه لا يعني شيئا في حد ذاته في أحوال كثيرة.

**2- الشهرة:** وهذه قد تعني شخصية معروفة أو مؤسسة مفتوحة على الجمهور وقد تعني أيضا دولة ذات وزن خاص، وهناك قول مأثور في هذا المجال بأي الأسماء تضع الأخبار، وهذا حقيقي من ناحية ان إقبال الجمهور على الأخبار التي تتناول المشاهير من الأفراد أمر منطقي، لأن أحلام الفرد العادي تتركز في الوصول إلى المكانة والشهرة التي يتمتع بها هؤلاء، ففضوله لمعرفة حركاتهم وسكناتهم فضول لا يشبع ولا يقف عن حد والهالة التي تحيط بالمشاهير وخصوصا في مجالات معينة كالفنون تجذب الجمهور كما تجذب الضوء الفرائس تماما.

أما شهرة المؤسسات والدول فيرجع تأثيرها إلى ما قد يكون لهذه الجهات في ذهن الجمهور من وزن سياسي واقتصادي أو غيره قد يتوافق أو لا يتوافق مع الحقيقية وقد تكون المسألة في أحيان كثيرة مجرد انبهار مشابه للذي تحدثه حياة وتصرفات الأفراد المشاهير.<sup>1</sup>

**3- القرب:** وليس المقصود القرب الجغرافي فقط ولكنه يمتد على القرب السيكولوجي أو العاطفي، فالمعروف أن الأفراد يهتمون بالدائرة المباشرة المحيطة بهم، وكلما بعدت هذه الدائرة كلما قل الاهتمام بها، فبالتأكيد سيثير ذعرك حادث السرقة الذي وقع في الشقة الملاصقة لك وسيثير اهتمامك السرقة التي وقعت في نفس الشارع الذي تسكن به، وقد

<sup>1</sup> - محمد سعيد سيد، إنتاج الأخبار في الراديو وتلفزيون، عالم الكتاب، ص17

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

تلقت نظرك إذا كانت وقعت في منطقة أخرى من نفس الحي الذي تقيم به، أما إذا وقعت في مدينة أخرى، فالأغلب أنكم لن تعيرها أي اهتمام ولهذا نجد ان نشرات الأخبار تبدأ باستمرار بالأخبار المحلية قبل الخارجية وهي طريقة جيدة للاستحواذ على انتباه الجمهور على أن تتوافر فيها شروط أخرى سنتناولها فغي حينها، هذا القرب الجغرافي يمكن أن تطبقه على مستويات متعددة فسكان المنطقة العربية سيهتمون بالضرورة بأخبار المنطقة قبل المناطق الأخرى وسكان إفريقيا بأخبار القارة قبل القارات الأخرى إلى آخره.<sup>1</sup>

**4-الصراع:** أي حوادث تتضمن صراعا بين أشخاص أو مؤسسات أو دول، فقد يكون صراعا ماديا، ولكن الأكثر احتمالا ان يكون اختلافا بين الآراء والتاريخ الإنساني عبارة عن صراع مستمر أن لم يكن بين أفراد أو دول فهو صراع مع الطبيعة، أو صراع بين الخير والشر، والواقع أن معظم الأبناء تحمل في طياتها صراعا غير منظور، فعندما تصدر وزارة الإسكان في إحدى الدول التي تعاني من مشكلة السكن، قرار ببناء عدد من الوحدات السكنية فهو نتيجة لضغوط الأفراد الذي يعانون من هذه المشكلة، في الوقت الذي تحتاج فيه الدولة إلى توجيه مواردها لعلاج مشاكل اقتصادية أكثر إلحاحا.

والحروب نفسها نتيجة تراكم صراع اقتصادي أو إيديولوجي بين الدول وينطبق نفس الأمر على جميع المسائل إذا فكرنا فيها من هذا المنظور، على أن وسائل الإعلام تميل إلى التركيز على العناصر الظاهرة فقط من هذا الصراع أو الإشكال المباشرة له في غياب أي تحليل للظروف البنائية السابقة للحدث ويعني ذلك تقديم الأحداث كما لو كانت نتيجة أفعال أفراد، وليست محصلة للصراع الاجتماعي.<sup>2</sup>

**5-الحالية:** وهي تختلف عن الجدة إذ تتعلق بالأحداث التي تكون مجرى حديث الناس وقد تكون وسائل الإعلام نفسها هي التي أثارَت موضوعا مخا أبرزته حتى بكسب صفة

<sup>1</sup> - محمد سعيد سيد، المرجع السابق، ص18

<sup>2</sup> - محمد سعيد سيد، المرجع السابق، ص19

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

الحالية ويحدث ذلك عندما ترى إحدى هذه الوسائل أن وجها من أوجه الحياة الاجتماعية سيحقق تغطية خاصة فتقوم بتعيين أحد المحررين أو مجموعة منعم لتغطية هذا الجانب، ثم يتحول الأمر إلى حملة إعلامية تجذب بقية وسائل الاتصال للمشاركة فيها طالما أصبح الموضوع محل اهتمام الناس وهناك لبعض نوعيات الأحداث قوة دفع ذاتية تجعلها محور اهتمام الجمهور لفترة من الوقت، بمعنى أنها تولد أنباء تلقائيا لاكتسابها صفة الحالية ويطلق على هذه الظاهرة Steamroller Effect.<sup>1</sup>

**6-الغربة:** أي تلك الأحداث التي تخرج عن المؤلف أو عن نطاق الخبرة اليومية لأفراد ولا يمكن تفسير شهية وسائل الاتصال لهذه النوعية من الأنباء غلا أنها استجابة لدافع سيكولوجي لدى الكثيرين من الناس ويمكن وصفه بأنه نوع من الملل والرغبة في الإثارة الناتجة عن ركود وتكرار المشاهد والأحداث اليومية وقد وصف أرسطو في هذه الحالة بأنها تفريج عن الانفعالات والرغبات الدنيا المكبوتة لدى الأفراد وأن أوعز إلى المسرح الفضل في تنقية نفوس المشاهدين، والمسألة أعتقد من هذا بكثير لكن الذي يهمننا في هذا المجال أي وسائل الإعلام أغرقت في هذا الاتجاه بحيث أصبحت موضعا للانتقاء الشديد ولعلنا نذكر هذا التعريف للخبر بأنه إذا عض كلب شخصا فليس هذا بخبر ولكن عندما يقوم رجل بعض كلب فنحن أمام خبر، وقد أردنا الغربة كعنصر من عناصر القيمة الإخبارية بالرغم من أنه موضع خلاف وخاصة في بلدان العالم الثالث التي ترى أن الخبر يجب ان يقتصر على النواحي الإيجابية وحدها باعتبار ان وسائل الإعلام أدوات هامة للتنمية ولكننا لا يجب مع ذلك أن نهمل الاحتياجات السيكولوجية للأفراد وقد أشرنا إليها ولكن في حدود معينة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص20

<sup>2</sup> - محمد سعيد سيد، المرجع السابق، ص21

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

7-التشويق: وهو الخبر الذي يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره وهناك مستويات للخبر المشوق ان يكون الخبر في حد ذاته مشوقا يجذب القارئ إلى الإطلاع عليه وقراءته حتى نهايته، أو يكون خبرا مشوقا ولكنه يدفع القارئ في نفس الوقت لمتابعة في الأيام التالية للوقوف على تطوره وأبعاده المختلفة.

8-الضخامة أو العدد والحجم: وهو ذلك الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء وضخامة الخبر تزداد بازدياد وعدد من يهتم به من القراء من ناحية وكذلك بدرجة ارتباطه بمكان مهم أو موقع خطير من ناحية ثانية.<sup>1</sup>

9-الأهمية: ينتج عنصر الأهمية في الخبر من توفر أكثر عدد من عناصر الخبر في الخبر الصحفي الواحد.<sup>2</sup>

10- الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة: وذلك عندما يمس مصالح عدد كبير من القراء سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وسواء كانت هذه الأخبار من صالح القراء أو ضدهم.<sup>3</sup>

11- الموضوعية والنزاهة: تطور مفهوم الموضوعية في الصحافة منذ قرن تقريبا كرد فعل على التغطية الصحفية التي تهدف إلى الإضرار بدافع الأهواء والآراء الشخصية وهي طريقة التغطية التي كانت شائعة في معظم الصحف لتلك الأيام واستخدام تعبير "الموضوعية" أصلا لوصف نهج أو أسلوب صحفي بحيث يسعى الصحفيون إلى تقديم الأخبار بطريقة موضوعية لا تعكس تحيز صحفي نفسه أو المؤسسة التي تملك الوسيلة الإعلامية ومع مرور الوقت أصبحت الموضوعية صفة مطلوبة من الصحفيين أنفسهم، ويسعى الصحفيون أيضا لأن يكونوا نزيهين ومنصفين في تغطيتهم الإخبارية من خلال عدم تقديم تقارير إخبارية تقدم وجهة نظر جانب واحد، بل يسعون إلى معرفة

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص 38

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 37

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 38

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

الآراء المناقضة لذلك الرأي وعرضها هيب أيضا بدون التحيز لأحد الجانبين وهم لا يكتفون بالتأكد من صحة الوقائع بل يسعون غلى معرفة وعرض الآراء المتباينة في الحالات التي تكون فيها الوقائع موضوع جدل وخلاف.<sup>1</sup>

12- المنافسة: وتشمل ما يحدث في المسابقات والمباريات الرياضية وغيرها.

13- الاهتمامات الإنسانية: الأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني هي أكثر الأخبار تأثيرا على القارئ وأخبار الحب أو العطف أو الكره أو الخوف أو غير ذلك.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الإذاعة الدولية في الجزائر

#### التأسيس القانوني للإذاعة الجزائرية الدولية:

تنظيم مؤسسة الإذاعة الجزائرية كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهذا منذ إنشائها من طرف السلطات الفرنسية وقد استمر العمل بالمراسيم الفرنسية بعد الاستقلال وهذا بموجب القانون 157/62 المؤرخ في 1962/12/31م.

وصدر في سنة 1963م المرسوم رقم 63-684 يتعلق بالبت الإذاعي والتلفزي وتنص مادته الأولى "على ان البث الإذاعي والتلفزي الجزائري يوضع تحت وصاية وزير الأنباء وتتأسس كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع شخصية معنوية واستقلالية مالية".<sup>3</sup>

وبقيت الإذاعة والتلفزيون الجزائرية على هذا الشكل حتى بعد صدور الأمر رقم 67-234 المؤرخ في 9 نوفمبر 1967 الذي يتضمن تنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائري حيث تنص المادة الأولى منه "أن الإذاعة والتلفزيون الجزائري هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتكون تحت وصاية وزير الأنباء، في سنة 1986م تم إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية منفصلة عن مؤسسة التلفزة الوطنية ومؤسسة البث الإذاعي والتلفزي وفق المرسوم رقم 86-164 المؤرخ في أول يوليو 1986م

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص40

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص39

<sup>3</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص175.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

الذي يتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية" ونصت المادة الأولى من المرسوم على أنه "تتأسس مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى مؤسسة الإذاعة الوطنية وتوضع تحت وصاية وزير الإعلام".

للتحول بعد ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-102 المؤرخ في 20 أفريل 1991م من المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة حيث تنص المادة الأولى "تحول مؤسسة الإذاعة الوطنية المحدثة بموجب المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في أول يوليو سنة 1986 المذكور سالفا إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة".

ما يلاحظ في مختلف هذه المراسيم المنظمة للإذاعة هو كونها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري منذ سنة 1963.

تعرف المؤسسة العمومية الصناعية والتجارية بأنها المرافق التي يكون موضوع نشاطها تجاريا وصناعيا مماثل للنشاط الذي يتولاه الأشخاص الخواص وتتخذها الدولة كوسيلة لإدارة مرافقها ذات الطابع الصناعي والتجاري، وبالتالي فالقانون الجزائري حول الإذاعة النشاط التجاري منذ نشأتها وهو ليس الانفتاح السياسي والتعددية الحزبية، وهذا رغم أن النشاط التجاري لم يظهر في الإذاعة إلا في بداية التسعينيات وقد حدد القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 يناير 1988م، أحكام الهيئات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري ضمن القسم الثاني من الباب الثالث المتعلق بالهيئات العمومية والتجمعات الأخرى بحيث تنص المادة 44: "عندما تتمكن هيئة عمومية من تمويل أعبائها الاستغلالية جزئيا أو كليا عن طريق عائد بيع إنتاج تجاري، ينجز طبقا لتعريفه معدة مسبقا ولدقتر الشروط العامة الذي يحدد الأعباء والتقاليد التي تعود على عاتق الهيئة والحقوق والصلاحيات المرتبطة بها وكذا عند اقتضاء حقوق وواجبات المستعملين، فإنها تأخذ تسمية هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص176.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

أما المادة 45 تنص على أنه تخضع الهيئة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري للقواعد المطبقة على الإدارة في علاقتها مع الدولة، وتعد تاجرة في علاقتها مع الغير وتخضع لقواعد القانون التجاري، ويكون لها في حياتها ذمة متميزة وموازنة خاصة طبقاً للأحكام القانونية والتنظيمية المطبقة في هذا الشأن.

وبالتالي فإنه وبكونها مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري فهي تخضع للقواعد المطبقة على الإدارة في علاقتها مع الدولة كهيئة عمومية ذات طابع إداري وتطبق عليها الأحكام التجارية في علاقتها مع الغير، وتخضع لقواعد القانون التجاري وبالتالي تكون للمؤسسة في نشاطها حسب الحالة، محاسبة عمومية ومحاسبة تجارية، تنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أفريل 1991م، "تخضع المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة للالتزامات الاستمرارية وتكثيف الخدمة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المحددة في دفتر الشروط العامة الملحق بها المرسوم وفي دفتر الشروط السنوي الذي تحدد السلطة الوصية بقرار".

وبالتالي فغن ما يربط الإذاعة كونها مؤسسة عمومية بالإدارة هو الالتزامات الواردة في دفتر الشروط الذي يلزم المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة فيما يتعلق بتمرير حصصها وبرمجتها وبنها باحترام الأحكام الدائمة المنصوص عليها في دفتر الشروط وكذا أحكام دفتر الشروط السنوي الذي تحدده السلطة الوصية بقرار وأن تقوم المؤسسة ببث برامجها على مجموع التراب الوطني ونحو الخارج.<sup>1</sup>

كما يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترقية على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجبي مهمتها كخدمة عمومية.

---

<sup>1</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص 177.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

وتقوم على الخصوص بواسطة برامجها بإضفاء القيمة على التراث والمساهمة في إثرائه عن طريق الإبداعات الإذاعية وان تضمن المؤسسة التعبير التعددي في ظل احترام مبدأ المساواة بين المواطنين دون تمييز جنسي، كما تسهر على حماية الأطفال والمراهقين منهم وأن تتخذ المؤسسة العمومية للإذاعة الإجراءات التي تسمح بممارسة حقوق التصحيح والرد وأن تسهر على ترقية اللغة الوطنية على مستوى وسائل الإنتاج والبت وأن تسهر على التكيف مع التحولات الناتجة عن التقنيات الحديثة والقيام بأعمال البحث في ميدان الإبداع الإذاعي وان تعلن عن برامجها قبل بثها، وأن تشجع على بث الثقافة الوطنية وعلى أشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها وتطويرها وترقيتها.

كما يتعين على المؤسسة أن تعرف بالتراث الثقافي والحضاري للجزائر وبتطلعات شعبها عن طريق مختلف لغات البث الأجنبية كما يتعين على المؤسسة أن ترقى حفظ الإنتاج الإذاعي وتقوم بجرده وتعمل على وضع أرشيف عقلائي لذلك هذه في جوانب الالتزامات العامة التي وردت في دفتر الشروط أما في جانب الالتزامات الخاصة فإنه يمنع على المؤسسة أن تبرمج أو تبث حصصها تنتجها الأحزاب السياسية أو المنظمات النقابية أو المهنية أو تنتج لحسابها سواء أكانت بمقابل أو بدونه لفائدة المؤسسة وأن تضمن في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها وتبرمجها، دون تحديد المدة وبدون مقابل.<sup>1</sup>

أما في جانب الحملات الانتخابية فالمؤسسة العمومية للإذاعة تبرمج وتبث الحصص المتعلقة بالاستشارات الانتخابية التي تحدد لها حملة رسمية طبقا لأحكام المادة 59 المقطع 07 وهو ان تتحمل الدولة التكاليف المترتبة عن هذه الحصص.

أما في جانب مناقشات المجلس الشعبي الوطني فينبغي على المؤسسة العمومية للإذاعة أن تبرمج وتبث المناقشات الرسمية للمجلس الوطني وأن تبرمج المؤسسة وتبث الحصص المنتظمة والمخصصة للتعبير المباشر للتشكيلات السياسية.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 178.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

أما في الحصص ذات الطابع الديني فعلى المؤسسة ان تبرمج وتبث البرامج الدينية عبر قنواتها المختلفة، لاسيما خطبة الجمعة والأعياد الدينية وان تقدم هذه الحصص التي تتجزأ بمساعدة ممثلين تعينهم السلطات الرسمية للديانات في شكل حفلات شعائرية أو تعاليم دينية أما الحصص الإعلامية المتخصصة فعلى المؤسسة العمومية للإذاعة ان تقوم ببث الأخبار المتعلقة بالأحوال الجوية التي يعدها في الديوان الوطني للأرصاد الجوية وذلك مرة في اليوم على الأقل وفي ساعة يكون فيها إقبال كبير على المتابعة.

كما يتعين على المؤسسة أن تقوم بإنجاز حصص منتظمة تخصص لتاريخ الجزائر المعاصر لاسيما حرب التحرير الوطنية منها وتقوم ببث ذلك، وتنتج المؤسسة وتبرمج حصصا منتظمة تخصص للجالية الجزائرية المغتربة.

وقد ورد ودائما ضمن دفتر الشروط التزامات تتعلق بالأخبار والوثائق، وأن على المؤسسة أن تبرمج وتبث يوميا وبصفة منتظمة وفي كل قناة من قنواتها، نشرات إخبارية وحصص وثائقية حول قضايا العالم المعاصر من الاقتصادية، الاجتماعية الثقافية، العلمية، والتقنية كما تبرمج وتبث مجالات وسلسلة من الحصص لمختلف الحياة الثقافية.<sup>1</sup>

وأما في مجال المسرح والموسيقى على المؤسسة أن تبرمج وتبث عروضاً مسرحية من إنتاج المسارح والمهرجانات ومن هيئات النشاط المسرحي وتعمل المؤسسة في هذه الحصص على إظهار مختلف أشكال التعبير المسرحي وتقدم عرضاً عن الأخبار المسرحية.

كما أن على الإذاعة أن تقوم بحصص فنية وتبرمجها وتبثها ويجب أن تحتوي هذه الحصص على مختلف أنواع الموسيقى من خلال تنظيم عروض وفتح أبواب برامجها لبث مختلف الحفلات العمومية التي تقوم عبر أرجاء التراب الوطني وأن تخصص المؤسسة في

---

<sup>1</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص 179.

## الفصل الثاني — السياسة الإعلامية والإذاعات الدولية الموجهة

برامجها المتعلقة بالمنوعات في مجملها، مكانة مرموقة لعمال الجزائرية وتحرص على ترقية المواهب الشابة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة، 20 أفريل 1992م الجريدة الرسمية العدد 19، ص55.

## الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية

في الجزائر دراسة ميدانية وتحليلية

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

المبحث الأول: القائم بالاتصال في الإذاعة الدولية والسياسة الإعلامية

عرض النتائج ومناقشتها

سيتم عرض ما توصلت إليه نتائج الدراستين الميدانية والتحليلية واللتين جمعتا من خلال استمارة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون، حيث تمت معالجة بيانات هاتين الدراستين إحصائيا على أساس التكرارات والنسب المئوية، أما عرض المعلومات وتوضيحها فكانت من خلال الأدوات الآتية، الجداول البسيطة.

1- عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

جدول رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
40.7%	11	ذكر
59.3%	16	أنثى
100.0%	27	المجموع

2- عينة الدراسة حسب متغير العمر:

جدول رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة	التكرار	السن
14.8%	4	أقل من 30 سنة
59.3%	16	من 30 إلى 40 سنة
18.5%	5	من 40 إلى 50 سنة
7.4%	2	من 50 فأكثر
100.0%	27	المجموع

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

#### 3- عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

جدول رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
74.1%	20	ليسانس
18.5%	5	دراسات عليا
7.4%	2	شهادات أخرى
100.0%	27	المجموع

#### 4- عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

جدول رقم (04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

النسبة	التكرار	الخبرة المهنية
14.8%	4	أقل من 05 سنوات
25.9%	7	من 5 إلى 10 سنة
40.7%	11	من 10 إلى 15 سنة
18.5%	5	من 15 فأكثر
100.0%	27	المجموع

#### 5- توزيع العينة حسب أهمية الإعلام الدولي

جدول رقم (05): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أهمية الإعلام الدولي

النسبة	التكرار	درجة أهمية الإعلام الدولي
88.9%	24	أهمية كبيرة
11.1%	3	أهمية متوسطة
00%	00	أهمية ضعيفة
100.0%	27	المجموع

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

يوضح الجدول رقم (05) توزيع عينة الدراسة حسب أهمية الإعلام الدولي حيث جاءت في المرتبة الأولى من يرونه ذو أهمية كبيرة بنسبة 88.9% ثم من أجابوا له بأهمية متوسطة بنسبة 11.1%، ويلاحظ أن الإعلام الدولي له أهمية كبيرة فمعدل القائمين بالاتصال الذين يرون بأهمية الكبيرة للإعلام الدولي بنسبة (88.9%) يشير على الحس المهني لدى الصحفي بالدور الفعلي لإذاعة الجزائر الدولية.

6- هل ترى أن العمل الدبلوماسي يحتاج إلى وسائل إعلام؟

جدول رقم (06): يوضح درجة أهمية وسائل إعلام العمل الدبلوماسي

النسبة	التكرار	هل ترى أن العمل الدبلوماسي يحتاج إلى وسائل الإعلام
100.0%	27	نعم
00%	0	لا
100.0%	27	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (06) درجة أهمية وسائل الإعلام للعمل الدبلوماسي، حيث جاءت المرتبة الأولى أن العمل الدبلوماسي يحتاج إلى وسائل الإعلام بنسبة 100%.

نستنتج من النتائج أن الصحفي يدرك بأهمية وسائل الإعلام في توظيفها للعمل الدبلوماسي

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

7- ما هو ترتيب الوسائل الإعلامية المناسبة لنجاح العمل الدبلوماسي حسب الأهمية؟

جدول رقم (07): يوضح ترتيب الوسائل الإعلامية المناسبة لنجاح العمل الدبلوماسي

#### حسب الأهمية

النسبة	التكرار	ترتيب الوسيلة الإعلامية
20.76%	22	إذاعة
22.64%	24	تلفزيون
17.92%	19	صحافة مكتوبة
17.92%	19	وكالة أنباء
20.76%	22	مواقع إلكترونية
100.0%	106	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (07) والمتعلقة بترتيب الوسيلة الإعلامية المناسبة لنجاح العمل الدبلوماسي الأهمية حسب القائم بالاتصال، حيث كان التلفزيون الوسيلة الأكثر مناسبة للعمل الدبلوماسي بنسبة (22.64%) ثم تليها الإذاعات والمواقع الإلكترونية فكانت متماثلة بنسبة (20.76%)، أما الصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء بنسبة (17.92%).

فالنسب في ترتيب الإعلام منطقية باعتبار التلفزيون هو الأول نظرا لخصوصية هذه الوسيلة لما توفره من عامل الصورة والصوت الذي ينعكس على المتبع (المشاهد)، وتماثل الإذاعة أمام المواقع الإلكترونية يعود إلى ما يفرضه مطلب الاستخدام الإلكتروني التي تتميز بالآنية والسرعة في نقل الأخبار حيث يعد منافس للصحافة الورقية.

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

8- هل ترى أن العلاقة بين الإعلام الدولي والسياسية الخارجية؟

جدول رقم (08): يوضح العلاقة بين الإعلام الدولي والسياسية الخارجية

النسبة	التكرار	هل ترى ان هناك علاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية
100.0%	27	نعم
00%	0	لا
100.0%	27	المجموع

يوضح الجدول رقم (08) العلاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية حيث نجد ان هناك علاقة وطيدة بين الإعلام والسياسة الخارجية وذلك بنسبة (100%).

ومن خلال النتائج يتبين إدراك القائمين بالاتصال بالإذاعة الدولية بدور الإعلام الدولي في رسم معالم السياسة الخارجية للدولة.

9- ما هي طبيعة هذه العلاقة؟

جدول رقم (09) يوضح طبيعة هذه العلاقة

النسبة	التكرار	ما هي طبيعة هذه العلاقة
9.1%	5	تداخل وظائف
16.36%	9	تبادل المعلومات
20%	11	الإعلام أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية
25.45%	14	الإعلام يبرز السياسة الخارجية للدولة
16.36%	9	الإعلام يكشف اتجاهات الدولة إثراء القضايا
12.73%	7	مواقف السياسة الخارجية مادة إخبارية وسائل الإعلام
100.0%	55	المجموع

يبين الجدول رقم (09) طبيعة العلاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية، حيث جاءت في المرتبة الأولى اختيار الإعلام يبرز السياسة الخارجية للدولة بنسبة (25.45%)، ثم تليها الإعلام أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية بنسبة (20%) وفي المرتبة الثالثة الإعلام يكشف اتجاهات الدولة إثراء القضايا بنسبة (16.36%) ثم تبادل المعلومات بنسبة

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

(16.36%) ثم نقطة مواقف السياسة الخارجية مادة إخبارية لوسائل الإعلام بنسبة (12.73%) وفي المرتبة الأخيرة تداخل الوظائف بنسبة (9.1%).

ويلاحظ ان طبيعة علاقة الإعلام الدولي والسياسة الخارجية انحصرت في إبراز السياسة الخارجية للدولة، وهذه إشارة واضحة على التوجه الفعلي للإذاعة الدولية نحو توظيف الوسيلة الإعلامية بما يحقق أهداف السياسة الخارجية في إطار الإعلام الدولي.

10- هل ترى أن الإعلام الخارجي الجزائري بدور إعلامي للجزائر؟

جدول رقم (10): يوضح أن الإعلام الخارجي الجزائري بدور إعلامي للجزائر

النسبة	التكرار	هل ترى ان هناك علاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية
55.6%	15	نعم
40.7%	11	إلى حد ما
3.7%	01	لا أعرف
100.0%	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) الإعلام الخارجي ودور التي يقوم به الإعلامي للجزائر، حيث بلغت نسبة (55.6%) بالإجابة بنعم ونسبة (40.7%) بالإجابة إلى حد ما ونسبة (3.7%) بالإجابة لا أعرف.

وهذه النتائج تدل على أن القائم بالاتصال يمارس عمله وفق منطق الدبلوماسية الإعلامية الذي يرسخ منطق إحساس الدولة بنفس من خلال رسم صورة الإيجابية في المجتمع الدولي، فالعلاقة بين الدبلوماسية الإعلامية والسياسة الخارجية جزءا مهما في تحليل العلاقات الدولية.

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

11- هل ترى أن إذاعة الجزائر الدولية لها دور في تحديد أهداف الإعلام الدولي؟

جدول رقم (11): يوضح إذاعة الجزائر الدولية لها دور في تحديد أهداف الإعلام الدولي

النسبة	التكرار	هل ترى أن هناك علاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية
66.7%	18	نعم
25.9%	7	أحيانا
7.4%	2	لا
100.0%	27	المجموع

توضح المعطيات المبينة في الجدول رقم (11) دور الإذاعة الجزائرية الدولية في تحقيق أهداف الإعلام الدولي حيث جاءت نسبة (66.7%) بنعم أن إذاعة الدولية لها دور كبير في تحقيق أهداف إعلام الدولي ونسبة (25.9%) بالإجابة بأحيانا تم تليها نسبة (7.4%) بالإجابة بلا يرون ان إذاعة الدولية ليس لها دور في تحقيق أهداف الإعلام الدولي.

12- هل تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية؟

جدول رقم (12): يوضح القيم في الخدمة الإخبارية

النسبة	التكرار	هل تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية
70.7%	19	بشكل كبير
22.2%	6	بشكل متوسط
7.4%	2	بشكل ضعيف
100.0%	27	المجموع

توضح المعطيات المبينة في الجدول رقم (12) تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية جاءت أن القيم لها تأثير كبير في الخدمة الإخبارية بشكل كبير بنسبة (70.4%) ثم تليها بنسبة (22.2%) بشكل متوسط وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (7.4%) بشكل ضعيف.

نلاحظ من خلال هذه النتائج ان تأثير القيم في الخدمة الإخبارية كان مرتفع بنسبة (70.4%)، حيث تثير الإحصائيات على الدول الهام للقيم الإخبارية في بناء النشرات

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

الإخبارية بالإذاعة الدولية والذي من شأنه ضبط معالم العمل الإعلامي الذي يساهم في تطوير الأخبار كقيمة في حد ذاتها.

#### 13- ما هي القيم الإخبارية التي تركز عليها أخبار النشرات في الإذاعة الدولية؟

##### جدول رقم (13) يوضح القيم الإخبارية في نشرات في الإذاعة الدولية

النسبة	التكرار	ما هي القيم الإخبارية التي تركز عليها أخبار النشرات في الإذاعة الدولية؟
50%	23	الآنية والجدة
13.04%	6	الاهتمامات الإنسانية
13.04%	6	الصراع
8.7%	4	الضخامة
00%	00	الشهرة
15.22%	7	القرب الجغرافي
100.0%	46	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (13) القيم الإخبارية التي تركز عليها أخبار النشرات في الإذاعة الدولية، أن الآنية والجدة تمثل أعلى نسبة بما يقدر بـ (50%) يليها القرب الجغرافي بنسبة (15.22%)، أما الاهتمامات الإنسانية والصراع بنسبة (13.04%) لتكون أقل نسبة للصحافة بمعدل (8.7%) في حين لم يتم اختيار عنصر الشهرة.

وبلاحظ أن الآنية والجدة كانت أعلى نسبة، مما يشير إلى أن إذاعة الجزائر الدولية تواكب الأحداث والظروف المحلية، الإقليمية، الدولية ذات البعد الإنساني ويبرز من خلال مسانبتها من القضايا الإنسانية.

فالآنية والجدة يجعل من الإذاعة الدولية تكتسب صبغة السبق الصحفي في الأخبار مما يمكنها أن تكون مصدر للخبر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - لدى المبحوث أكثر من إجابة

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

14- ما هي أهم القضايا التي تراها مناسبة؟

جدول رقم (14): يوضح أهم القضايا التي تراها مناسبة

النسبة	التكرار	أهم القضايا التي تراها مناسبة
20.15%	27	فلسطين
13.44%	18	ليبيا
16.42%	22	الصحراء الغربية
13.43%	18	الأزمة السورية
9.7%	13	العراق
9.7%	13	اليمن
17.16%	23	دول الساحل
100.0%	134	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (14) أهم القضايا التي يراها القائم بالاتصال مناسبة من خلال بروزها في المواد الإخبارية للإذاعة الدولية، فكانت القضية الفلسطينية أعلى نسبة حيث قدر بـ(20.15%)، ثم تليها دول الساحل بنسبة(17.16%) أما الصحراء الغربية بنسبة (16.42%)، في حين بلغت النسبة لكل من ليبيا وسوريا (13.44%)، لتكون أقل نسبة للعراق واليمن بمعدل (9.7%).

تدل هذه النتائج أن القضية الفلسطينية هي ضمن القضايا والمواقف المتعلقة بالأجندة الوطنية للدولة الذي يقترن برابط عربي وقومي والمجسد من خلال وقوف الجزائر مع كل القضايا الإنسانية العادلة بما فيها القضية الفلسطينية، أما دول الساحل فتتحكم فيه الأبعاد الجغرافية والإقليمية وعلاقات الجزائر مع مختلف الدول الإفريقية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - لدى المبحوث أكثر من إجابة

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

15- هل توجد عوائق تواجه فريق عمل بالإذاعة الدولية بالجزائر؟

جدول رقم (15): يوضح العوائق التي تواجه فريق عمل بالإذاعة الدولية بالجزائر

النسبة	التكرار	هل ترى أن هناك علاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية
22.2%	6	نعم
44.4%	12	لا
33.3%	9	أحيانا
100.0%	27	المجموع

يوضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (15) والمتعلقة بالعوائق التي تواجه فريق عمل الإذاعة الدولية بالجزائر، حيث نجد أن أعلى نسبة كانت بالإجابة بـ"لا" بنسبة (44.4%)، تليها نسبة الإجابة بنعم بمعدل (22.2%) أما أقل نسبة فكانت أحيانا بنسبة (33.3%).

ويتبين من خلال الجدول رقم (15) أن فريق عمل المتمثل في القائمين بالاتصال يمارسون أداء عملهم الإعلامي دون عوائق، إلا استثناء لدى قلة منهم والتي قد تكون عوائق عارضة ومؤقتة.

16- ما هي أهم هذه العوائق؟

جدول رقم (16): يوضح أهم هذه العوائق؟

النسبة	التكرار	ما هي أهم هذه العوائق
9.5%	02	عدم تحديد الأهداف الإعلامية تحديد واضحا
0%	00	عدد الاهتمام بأهمية الإعلام في دعم العمل الدبلوماسي
66.7%	14	نقص الإمكانيات
23.8%	05	نقص الكوادر المؤهلة
100.0%	21	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (16) والمتعلقة بأهم العوائق التي تواجه القائم بالاتصال أثناء تأديته للعمل فكانت العائق المتعلق بنقص الإمكانيات أعلى نسبة بـ

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

(66.7%)، ثم يليه عائق نقص الكوادر المؤهلة بنسبة (23.8%)، أما عائق عدم تجديد الأهداف الإعلامية تحديد واضحاً بنسبة (9.5%)، أما عدم الاهتمام بأهمية الإعلام في دعم العمل الدبلوماسي فكانت النسبة سلبية. وما يمكن استنتاجه ان العائق المتمثل في نقص الإمكانيات سواء التقنية أو الفنية من شأنها التأثير على مردود عمل القائم بالاتصال.

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

المبحث الثاني: تحليل السياسة الإعلامية في محتوى النشرات الإخبارية في الإذاعة الدولية

وسيتم عرض النتائج التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية على الترتيب

أ. عرض نتائج فئة المضمون (ماذا قيل؟)

1. فئة مواضيع النشرة
2. فئة قضايا العربية في النشرة
3. فئة دور القضايا العربية في عناوين النشرة
4. فئة ترتيب القضايا العربية في النشرة
5. فئة المجال الجغرافي لمواضيع النشرة
6. فئة الفاعلين
7. فئة اتجاه الإذاعة الدولية للأزمات إزاء القضايا العربية القائمة.

ب. عرض نتائج فئة المضمون (كيف قيل؟)

1. فئة نوع الخبر
2. فئة طول الخبر
3. فئة الزمن للقضايا في النشرة

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

جدول رقم (1): يوضح مواضيع النشرة

النسبة	التكرار	فئة مواضيع النشرة
38.3%	64	قضايا سياسية
10.8%	18	قضايا عسكرية
19.8%	33	قضايا إنسانية
9.0%	15	قضايا اقتصادية
3.0%	5	قضايا ثقافية
1.8%	3	قضايا رياضية
17.4%	29	أخرى
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (17) يتضح لنا ان فئة المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية كانت أكثر الفئات إذا بلغت نسبتها (38.3%) ويرج ذلك أن إذاعة الجزائر الدولية كمؤسسة عمومية مكلفة بتغطية القرارات السياسية وتغطية الزيارات الرسمية والمناسبات الوطنية كما احتلت فئة المواضيع المتعلقة بالقضايا الإنسانية المرتبة الثانية بنسبة (19.8%) وهو تعبير عن موقف الجزائر العادل والمساند للقضايا والإنسانية، كما جاءت فئة المواضيع المتعلقة بقضايا أخرى (التنموية، دينية، أمنية، صحية) في المرتبة الثالثة قدرها (17.4%) من إجمالي قضايا الدراسة، أما القضايا الأخرى فكانت قليلة جدا لا يظهر منها إلا فئة القضايا العسكرية بنسبة (10.8%).

وقد وافقت هذه الدراسة دراسة "سيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية"<sup>1</sup>.

حيث أتت موضوعات النشرات سياسية بنسبة (26.66%) لأعلى نسبة بين الموضوعات الاجتماعية، الاقتصادية، التربوية، الثقافية، الدينية، الرياضية، الأمانة...

<sup>1</sup> - بداني فؤاد، المرجع السابق، ص235

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

جدول رقم (2): يوضح قضايا العربية في النشرة

النسبة	التكرار	قضايا عربية في النشرة
8.4%	14	الصراع العربي الإسرائيلي
12.6%	21	الأزمة السورية
1.8%	3	الأزمة الليبية
1.8%	3	الأزمة اليمنية
0%	0	أزمة الساحل
0%	0	أزمة خليجية
50.3%	84	الجزائر
8.4%	14	الصحراء الغربية
16.8%	28	أخرى
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (2) يتضح لنا أن فئة القضايا العربية المتعلقة بالجزائر كانت أكثر الفئات بنسبة (50.3%)، حيث نستنتج ان إذاعة الجزائر الدولية تجعل الأخبار الخاصة بالشأن الوطني والمحلي في ترتيب الأول ضمن عديد القضايا فيعيد الدور السياسي للإذاعة عن طريق تمرير القرارات والمستجدات وتسويق صورة الجزائري داخليا للعالم كما احتلت قضايا أخرى المرتبة الثانية بنسبة (16.8%) من إجمالي قضايا الدراسة، كما جاءت الأزمة السورية في المرتبة الثالثة بنسبة (12.6%)، حيث كان اهتمام إذاعة الجزائر الدولية بسوريا خلال فترة التحليل يعود إلى الأوضاع التي تمر بها البلاد من حروب وصراعات مسلحة التي عرفت خلال فترة الدراسة، كما حلت قضية الصراع العربي الإسرائيلي والصحراء الغربية في المرتبة الرابعة بنسبة (8.4%)، أما الأزمة الليبية والأزمة اليمنية فكانتا النتيجة (1.8%)، في حين حلت أخيرا أزمة الساحل والأزمة الخليجية بنسبة (0%) وهو إشارة أن في فترة التحليل لما تعرف هذه القضايا توترات.

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

وقد وافقت هذه الدراسة دراسة "تحليل مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية عامي 1983-1984"<sup>1</sup> التي ترى بأن الإذاعات الموجهة تهتم بتقديم الأنباء والموضوعات المتعلقة بالدول الباثة في المقام الأول ثم تلك المتعلقة بدول الكتلة التابعة لها الدولة الباثة.

#### جدول رقم (3): يوضح ورود القضايا العربية في عناوين النشرة

النسبة	التكرار	ورود قضايا في عناوين النشرة
30.5%	51	ورد في العناوين
69.5%	116	لم يرد
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (3) يتضح لنا مدى ورود القضايا العربية في النشرة، حيث أن أغلب العناوين لم ترد في العناوين الرئيسية وبلغت بنسبة (69.5%) ويعود ذلك إلى تركيز إذاعة الجزائر الدولية بإبراز الأخبار الوطنية في مقدمة النشرة، أما القضايا الواردة في عناوين النشرة الإخبارية بلغت بنسبة (30.5%).

وتعد هذه الآليات مساهمة في خلق التوازن والتوافق في بناء وصياغة النشرة الإخبارية حيث تقدم في قالب متناسق مما يجذب المستمع.

#### جدول رقم (4): يوضح ترتيب القضايا العربية في النشرة

النسبة	التكرار	ترتيب القضايا في النشرة
35.3%	59	أول النشرة
26.9%	45	وسط النشرة
37.7%	63	آخر النشرة
100.0%	167	المجموع

<sup>1</sup> - سامي محمد ربيع الشريف، المرجع السابق، ص 649

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

من بيانات الجدول رقم (4) يتضح لنا ان ترتيب القضايا العربية في النشرة كان في آخرها بنسبة (37.7%)، تليها في أول النشرة بنسبة (35.3%)، وأخيرا في وسط النشرة بنسبة (26.9%).

نستنتج أن القضايا إذا كانت في أول النشرة، فهي تضم الأنباء ذات القيمة الإخبارية المرتفعة من حيث الأهمية أو الحدائة، وهي تمثل ذروة العرض، أما وجودها في وسط النشرة فدليل على أنها تضم أخبار ذات قيمة إخبارية متقاربة، أو أقل أهمية من خبر الافتتاح، ووقوع الأخبار في خاتمة النشرة كونها تتضمن أخبار من النوع الخفيف كأخبار الرياضة أو الإنسانية.

جدول رقم (5): يوضح المجال الجغرافي للنشرة

النسبة	التكرار	المجال الجغرافي
47.9%	80	الجزائر
12.0%	20	المغرب العربي
24%	40	المشرق العربي
0%	0	دول الساحل
3%	5	دول إفريقيا أخرى
6%	1	الخليج العربي
1.2%	2	و.م.أ
0%	0	إيران
0%	0	تركيا
6.6%	11	أوروبا
4.8%	8	آسيا
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (5) يتضح لنا أن فئة المجال الجغرافي المتعلقة بالجزائر كانت أعلى نسبة إذ بلغت (47.9%) وهي نسبة منطقية إذا ما استدلينا بالقيم الإخبارية ومن عناصرها

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

الارتباط بالمكان فالفقائم بالاتصال يهتم بالأخبار القريبة جغرافيا لذلك كانت المضامين الإخبارية في إذاعة الجزائر الدولية تخص الجزائر، وقد كانت في المرتبة الثانية المشرق العربي بنسبة (24%)، تليها في المرتبة الثالثة المغرب العربي بنسبة (12.0%)

#### جدول رقم (6): يوضح فئة الفاعلين في النشرة

النسبة	التكرار	فئة الفاعلين
2.4%	4	مجلس الأمن
1.2%	2	منظمة الوحدة الإفريقية
2.4%	4	الجامعة العربية
0%	0	مجلس التعاون الخليجي
6%	1	الاتحاد الأوروبي
11.4%	19	المنظمات الدولية
7.8%	13	ال.م.أ
5.4%	9	روسيا
0%	0	الصين
1.8%	3	إيران وتركيا
3.0%	5	فرنسا
64.1%	107	أخرى
100.0%	167	المجموع

يبين الجدول رقم (6) فئة الفاعلين في النشرة، حيث كانت النسبة الأكبر لفئة أخرى والت بلغت (64.1%) والتي تتمثل في "وزارة التعليم العالي الجزائرية، وزارة الدفاع الجزائرية مجلس التعاون الأفريقي، وزارة التجارة، الأمن الوطني، وزارة الخارجية الجزائرية البرلمان الجزائري... المنظمات الفلسطينية..."، أما في المرتبة الثانية المنظمات الدولية بنسبة (11.4%) تليها الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة (7.8%)

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

### جدول رقم (7): يوضح اتجاه الإذاعة الدولية إزاء القضايا العربية القائمة

النسبة	التكرار	الاتجاه
61.1%	102	مؤيد
35.9%	60	محايد
3.0%	5	معارض
100.0%	167	المجموع

يبين الجدول رقم (7) فئة اتجاه إذاعة الجزائر الدولية إزاء القضايا العربية القائمة فكان إيجابي بنسبة (61.1%) ومحايد بنسبة (35.9%) لتكون السلبية أقل نسبة ب (3.0%). ومن هنا نستنتج ان إذاعة الجزائر الدولية تطرح القضايا بصورة إيجابية من خلال الاهتمام بالجوانب البناءة سواء في القضايا الداخلية أو الخارجية، كما تعتمد الحياد في بعض المسائل التي قد تشكل عوائق بين المؤسسة الإعلامية أو الدولة أو بين الجزائر والدول الصديقة مما يؤكد حرصها على القيام بدور هام في العمل الدبلوماسي. أما السلبية ضعيفة ليس لقلتها أو عدم وجودها في الأحداث إنما منطق يفرضه القائم بالاتصال بناء على توجيهات صانعي القرار

### جدول رقم (8): يوضح فئات نوع الخبر

النسبة	التكرار	نوع الخبر
34.7%	58	الخبر
20.4%	34	التصريح
0%	0	التحقيق
44.9%	75	التقرير
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (8) يتضح لنا ان فئة نوع الخبر المتعلقة بالتقارير كانت الأكثر اعتمادا في التحرير بنسبة (44.9%) ثم الخبر بنسبة (34.7%) وفي المرتبة الثالثة التصريح بنسبة (20.4%)

### الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

ومن هنا نستنتج ان اعتماد النشرة الإخبارية بالإذاعة الدولية على التقارير كون هذا النوع الصحفي يقدم التفاصيل والحيثيات أكثر من الخبر، أما التصريحات فقد تكون داعمة للخبر الذي تمت قراءته من قبل قارئ النشرة الإخبارية.

#### جدول رقم (9): يوضح فئة طول الخبر

النسبة	التكرار	طول الخبر
28.7%	48	طويل (دقيقتين فأكثر)
26.9%	45	متوسط (دقيقتين)
44.3%	74	قصير (دقيقة)
100.0%	167	المجموع

من بيانات الجدول رقم (9) يتضح لنا أن نوع الخبر الأكثر تكرار هو الخبر القصير بنسبة (44.3%) وقد صنف في دقيقة، يليه الخبر الطويل أكثر من دقيقتين بنسبة (28.7%) وفي المرتبة الثالثة الخبر المتوسط بدقيقتين بنسبة (26.9%) والأمر راجح إلى كون ان خصائص الخبر الإذاعي الدقة والاختصار وقصر مدة العرض والتقديم فالخبر القصير مناسب جدا للعمل الإذاعي للإعلام سمعي يسعى دائما لمنع الكثير من الأخبار في أقصر وقت ممكن.

## الفصل الثالث — الإطار التطبيقي للدراسة حول الإذاعة الدولية في الجزائر

### جدول رقم (10): يوضح فئة زمن قضايا النشرة

النسبة	الزمن بالثانية	فئة الموضوعات
17.74%	3211	العلاقات الجزائرية الخارجة
10.51%	1902	سوريا
25.91%	4690	القضايا الوطنية
7.11%	1287	صحراء الغربية
10.17%	1840	فلسطين
20.91%	3784	القضايا الدولية
5.33%	964	القضايا العربية
2.32%	420	قضايا إفريقية
100.0%	1898	المجموع

من بيانات الجدول رقم (10) نلاحظ أن النسبة الأكبر احتلتها القضايا الوطنية بنسبة (25.91%)، ثم القضايا الدولية بنسبة (20.91%)، تليها القضايا الخاصة بالعلاقات الجزائرية الخارجية.

# نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

1. أن غالبية أفراد العينة يرون بالأهمية الكبيرة للإعلام الدولي بنسبة (88.9%) وتتفوق نسبة المؤيدين بأهمية وسائل الإعلام في العمل الدبلوماسي بمعدل (100%).
2. أوضحت نتائج الدراسة بأن أفراد العينة في ترتيبهم للوسائل الإعلامية المناسبة للعمل الدبلوماسي حسب الأهمية كان التلفزيون الأعلى بنسبة (22.64%) وكانت الإذاعة والمواقع الإلكترونية بنسبة (22.64%)، وأبدى نسبة (17.92%) من العينة اختيارهم للصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء.
3. أبرزت النتائج اختيار أفراد العينة حول قيام الإعلام الخارجي الجزائري بدور إعلامي للجزائر بنسبة (55.6%) ممن أجابوا بنعم، تليها نسبة (40.7%) ممن اختاروا غلى حد ما، بينما احتلت لا أعرف نسبة (3.7%).
4. أشارت النتائج إلى أن لتأثير القيم الإخبارية يكون بشكل كبيرة حيث احتلت المرتبة الأولى في سلم تفضيل المبحوثين بنسبة (70.4%)، تليها بشكل متوسط بنسبة (22.2%) بينما احتلت بشكل ضعيف المرتبة الثالثة بنسبة (7.4%).
5. أظهرت النتائج اختيار أفراد العينة ترتيبهم لأهم القضايا التي يرونها مناسبة، فكانت القضية الفلسطينية في المرتبة الأولى بنسبة (20.15%)، تليها الصحراء الغربية بنسبة (16.42%)، بينما احتلت ليبيا وسوريا بنسبة (13.44%)، وأخيرا العراق واليمن بنسبة (9.7%).

ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية

1. تقدم إذاعة الجزائر الدولية تغطية إخبارية منتظمة وشاملة للأحداث الوطنية والدولية، مع مراعاة الأنية والجدة في طرحها للقضايا المختلفة من خلال نشراتها الإخبارية الناطقة بالعربية.
2. احتلتن المواقع السياسية مساحة هامة في النشرة الإخبارية بنسبة (38.3%)، تليها المواضيع الإنسانية بنسبة (19.8%).
3. باعتبار إذاعة الجزائري الدولية وسيلة إعلامية مكتوبة (وطنية) فقد جاءت القضايا العربية في النشرة حول الجزائر بنسبة (50.3%).
4. جاء دور القضايا العربية في عناوين النشرة حيث لم يرد بنسبة (69.5%)، تليها ورد في العناوين بنسبة (30.5%).
5. برز المجال الجغرافي للنشرة حيث كانت الجزائر في المرتبة الأولى بنسبة (47.9%) تليها المشرق العربي بنسبة (24%)، وفي المرتبة الثالثة المغرب العربية بنسبة (12.0%).
6. كان اتجاه إذاعة الجزائر الدولي إزاء القضايا العربية القائمة إيجابيا بنسبة (61.1%) تلاه الاتجاه المحايد بنسبة (35.9%)، في حين احتلت الاتجاه السلبي المرتبة الأخيرة بنسبة (3.0%).
7. اعتمدت في بناء النشرة على التقارير بنسبة (44.9%)، واستعانت بالأخبار بنسبة (34.7%)، ثم التصريحات بنسبة (20.4%).
8. تم توظيف الزمن في قضايا النشرة بنسبة مرتفعة للقضايا الوطنية بنسبة (25.91%) ثم القضايا الدولية بنسبة (20.91%)، أما ثالثا القضايا الخاصة بالعلاقات الجزائرية الخارجية (17.74%)

الخاتمة

## الخاتمة

تعد الإذاعة ضرورة من ضرورات العصر الذي نعيش فيه خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي وظهور إذاعات وقنوات متخصصة، حيث تعتبر وسيلة من وسائل الإعلام المسموع التي لها تأثير قوي على الجماهير من خلال الصوت.

ونحن في هذه الدراسة المعنوية تحت السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة "دراسة تحليلية ميدانية لإذاعة الجزائر الدولية" والتي تطرقنا فيها إلى دراسة الرسالة الإخبارية عن طريق تحليل محتوى النشرات الإخبارية التي تبثها الإذاعة الدولية بالجزائر وكان اختيارنا على النشرات الإخبارية الخاصة بشهر أفريل والتي احتوت على 12 نشرة إخبارية والتي تم استنتاج فيها العديد من القيم الإخبارية المهمة التي تزيد من درجة ارتباط الجمهور بها من بينها: الآنية والجدة والأهمية كما أن الإذاعات الدولية الجزائرية تهتم خاصة بالأحداث الوطنية والدولية والسياسية من أجل معرفة الجمهور ما يجري حوله من أحداث ومستجدات في باقي مناطق العالم. فالإذاعة من خلال الأخبار تجعل الفرد دائما على إطلاع دائم بما يحدث حوله وفي وطنه وحتى خارج وطنه.

## التوصيات:

1. تذليل الصعوبات التي تواجه فريق العمل بإذاعة الجزائر الدولية، والمتمثل في نقص الإمكانيات أو الكوادر المؤهلة التي تؤثر على الأداء داخل المجموعة ويكون ذلك بتأطير الصحفيين وتكوينهم الجيد.
2. الإذاعة كوسيلة إعلامية تتأثر بطريقة مباشرة بالنظام الإعلامي والسياسية الإعلامية للدولة الجزائرية فمن الضروري أن يعي القائم بالاتصال دور الإعلام الدولي في تقديم صورة بناءة عن الجزائر.
3. ضرورة التخطيط الجيد عن طريق وضع سياسة واضحة لمسار الإعلام الدولي المسموع، وتوظيف الخبرات والتجارب الرائدة للدول التي نجحت في التجربة الإعلامية الدولية.

4. تطوير استخدام التقنيات الحديثة مواكبة للتطورات التي يشهدها العالم في مجال الإعلام الإلكتروني عن طريق تفعيل والاهتمام بالموقع الخاص بالإذاعة الدولية.. وهو خدمة للإذاعة الرقمية.
5. التركيز على دعم الثقافة القوية بما في ذلك تعليم اللغة والاهتمام باللهاجات القبلية للجالية الجزائرية بالمهجر حفاظا على ربط المواطن بالمواطن في سبيل تعزيز الهوية الثقافية للوطن رغم البعد الجغرافي.
6. إجراء دراسات ميدانية على الجمهور (المستمع) الجزائر تظهر مدى متابعته للإذاعة الدولية لإدراك مستوى ما يقدم حتى تتم عملية التحسين في الأداء والمضمون تحت إشراف القائم بالاتصال.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1. القرآن الكريم

المعاجم:

2. أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ط1، ج04 دم، دار الفكر، 1979م.

3. دار المشرق المنجد في اللغة والأعلام، ط31، بيروت، المكتبة الشرقية، 1991.

4. معجم اللغة العربية، المعجم الوجيز، ط1، القاهرة، مطابع الدار الهندسة، 1980.

الكتب:

5. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979.

6. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني دار الفكر العربي، القاهرة، 1979.

7. أبي عبدالله محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ج03، موقع للنشر الجزائر

دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة 1992م، كتاب الأنبياء، باب (ما ذكر

عن بني إسرائيل)، (حديث رقم 3268)، ص1273، وفي مختصر صحيح مسلم، لزكي

الدين عبد العظيم المنذري، تحقيق: محمد ناصر الدين الألباني، ط1، البليدة، قصر

الكتاب، 1411هـ، كتاب الإمارة، باب (الأمر بالوفاء ببيعة الخلفاء الأول فالأول) (حديث

رقم 1198)، ص322.

8. احمد بن مرسل، منجية البحث العلمية في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات

الجامعية، ط2، الجزائر 2005.

9. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن،

عمان، 2011.

10. جمال أبو شنب، الإعلام الدولي والعولمة، ط1، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع

جامعة حلوان، مصر، 2014.

11. جميل خليل محمد وعيسى موسى أبو شيخة، الإعلام الدولي، ط1، دار المعتز للنشر

والتوزيع، 2010م.

12. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، 1986.

13. حسن عماد مكاوي، أ.عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، 2007.

## قائمة المصادر والمراجع

14. حسن عماد مكاوي، الأخبار الراديو والتلفزيون، المكتبة الأنجلومصرية، مصر 1989.
15. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، ط1، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2009.
16. حسن عماد مكاوي، د. عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط، لدار المصرية اللبنانية، 1429هـ - يناير 2008.
17. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015.
18. حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري (الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام)، دار الفكر العربي.
19. رشدي احمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
20. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط3، دار المسيرة، عمان.
21. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (دراسات في مناهج البحث العلمي)، عالم الكتب ب ط، القاهرة.
22. شذوان علي شيبية، مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية ط سنة 1429هـ - 2008م.
23. صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية والممارسة (1962-1990).
24. صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، ب ط مصر، 1982.
25. عبد الرزاق الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع 2012م، 1433.
26. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جدير للنشر والتوزيع.
27. عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع القاهرة.

## قائمة المصادر والمراجع

28. عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1432هـ، 2011م.
29. عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية (الأسس والنظرية والنماذج التطبيقية) دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
30. عرفة أحمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون (رؤية إسلامية)، مكتبة الآداب.
31. فؤاد عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، ط1، سنة 2011م، القاهرة.
32. فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2009.
33. فاروق محمد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2009.
34. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي.
35. ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الإعلام الموجه دوره في حل مشكلات المجتمع العربي طبعة 2014، مكتبة الوفاء القانونية.
36. ماجي الحلواني، محمد مهني، مقدمة في الفنون الإذاعة والسمع بصرية، سنة 1999م.
37. ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1982-1983.
38. ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتاب.
39. ماجي الحلواني، عاطف العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي.
40. محمد البخاري، مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي، تموز/يوليو 1997 طشقند.
41. محمد سعيد سيد، إنتاج الأخبار في الراديو وتلفزيون، عالم الكتاب.
42. محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، ب.ط، الإسكندرية، مصر.
43. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، 2000م.
44. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة 2000.
45. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2 دار وائل، عمان، 1999.

## قائمة المصادر والمراجع

46. محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث.
47. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، القاهرة مصر، 2004.
48. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2010.
49. مصطفى يوسف، فلاح الضلاعين وآخرون، الإعلام الدولي، ط1، دار الإعصار العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
50. ملفين دفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف الدار الدولية، القاهرة، 1993.
51. موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبية.
52. نسرين محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال شبكة الألوكة، 2015 1435 هـ.
53. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية 2002.
54. ياسين خضير البياتي، الاتصال الدولي والعربي، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان الأردن، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق.
55. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج-كوم الجزائر 2007.

### المذكرات والأطروحات:

56. بداني فؤاد، سوسيلوجية القيم الإخبارية الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، مذكرة دكتوراه قسم علم الاجتماع، جامعة وهران الجزائر، 2015-2016 م.
57. بودريال محمد، شروط وضع إستراتيجية إعلامية، أطروحة دكتوراه في علم النفس الاجتماعي، 2006/2005.
58. سامي محمد ربيع الشريف، "دراسة تحليلية مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية عامي

## قائمة المصادر والمراجع

رسالة دكتوراه، القاهرة، 1984-1983، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1985.

59. شاهيناز محمود بسيوني، "أهداف الإذاعات المصرية وتأثيراتها الإعلامية"، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1986.  
60. عواد سالم الخلايلة، السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية الملك عبدالله الثاني، ابن الحسن للإعلام، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2009.

### المجلات العلمية:

61. صبيحة بخوش، تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990-2015، مجلة العلوم الإنسانية الاجتماعية، العدد 23 مارس 2016.  
62. محمد قيراط، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر (مجلة جامعة دمشق) المجلد 19-العدد 3+4 2003.

### المنشور والمطويات:

63. محمد شلوش، بوزنون خالد، الإخراج الفنية، الإذاعة الجزائرية النشأة والمسار كتابة النص.

### الجرائد الرسمية:

64. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة، 20 أبريل 1992م الجريدة الرسمية العدد .

### المواقع الإلكترونية:

65. [communication.yoo7.com/125-topic](http://communication.yoo7.com/125-topic)  
66. [www.alukah.net](http://www.alukah.net)

الملاحق

الملاحق

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية



الملحق رقم (1)

استبيان موجه للقائم بالاتصال بإذاعة الجزائر الدولية يدخل ضمن مذكرة

تخرج ماستر بعنوان

السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة

دراسة ميدانية وتحليلية لإذاعة الجزائر الدولية

تحية طيبة وبعد :

نتقدم إلى سيادتكم الموقرة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات مذكرة ماستر - سمعي بصري - الموسومة . :السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة دراسة تحليلية ميدانية لإذاعة الجزائر الدولية لذا نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة البحثية من أجل معرفة واقع السياسة الإعلامية بالإذاعة الدولية الموجهة وهذا بالإجابة على الأسئلة المطروحة بدون كتابة اسمكم كما نعدكم بسرية هوية شخصكم وأن الإجابات التي تفضلون بها هيا لخدمة البحث العلمي وفي الأخير نحن شاكرين لكم على حسن تعاونكم.

الطالبين:

الأستاذ المشرف:

شرايطة حسين

د. خضير رشيد

دقة زينب

## الملاحق

من فضلك أجب عن الأسئلة التالية بوضع علامة (x) على الإجابة التي تنطبق عليك

### المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

1- الجنس:

▪ ذكر

▪ أنثى

2- السن:

▪ أقل من 30 سنة

▪ من 30 إلى 40 سنة

▪ من 40 إلى 50 سنة

▪ من 50 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي:

▪ ليسانس

▪ دراسات عليا

▪ شهادات أخرى

4- الخبرة المهنية :

▪ أقل من 05 سنوات

▪ من 05 إلى 10 سنوات

▪ من 10 إلى 15 سنة

▪ من 15 فأكثر

### المحور الثاني : الإعلام الدولي و السياسة الخارجية

5- ما درجة أهمية الإعلام الدولي؟

▪ أهمية كبيرة

▪ أهمية متوسطة

▪ أهمية ضعيفة

6- هل ترى أن العمل الدبلوماسي يحتاج إلى وسائل الإعلام ؟

▪ نعم

▪ لا

## الملاحق

7- ماهو - في رأيك - ترتيب الوسائل الإعلامية المناسبة لنجاح العمل الدبلوماسي حسب الأهمية؟

- إذاعة
- تلفزيون
- صحافة مكتوبة
- وكالة أنباء
- مواقع الكترونية

8- هل ترى أن هناك علاقة بين الإعلام الدولي والسياسة الخارجية؟

- نعم
- لا

9- في حالة الإجابة بنعم ماهي طبيعة هذه العلاقة؟

- تداخل وظائف
- تبادل معلومات
- الاعلام أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية
- الاعلام يبرز السياسة الخارجية للدولة
- الاعلام يكشف اتجاهات الدولة ازاء القضايا
- مواقف السياسة الخارجية مادة اخبارية لوسائل الاعلام

10- في حالة الإجابة بلا ماهي أهم الأسباب؟

- علاقة غير واضحة
- عدم الفهم للوظائف
- تتبعان لوزارتين مختلفتين
- عدم الاحساس بالاهمية
- أخرى تذكر

11- هل ترى أن الإعلام الخارجي الجزائري يقوم بدور إعلامي للجزائر؟

- نعم
- إلى حد ما
- لا أعرف

## الملاحق

12- هل ترى أن إذاعة الجزائر الدولية لها دور في تحقيق أهداف الإعلام الدولي ؟

- نعم
- أحيانا
- لا

المحور الثالث : القيم الإخبارية في الإذاعة الدولية

13- هل تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية ؟

- بشكل كبير
- بشكل متوسط
- بشكل ضعيف

14- ماهي القيم الإخبارية التي تركز عليها أخبار النشرات في الإذاعة الدولية ؟

- الأنية والجدة
- الإهتمامات الانسانية
- الصراع
- الضخامة
- الشهرة
- القرب الجغرافي

15- أهم القضايا التي تراها مناسبة ؟

- فلسطين
- ليبيا
- الصحراء الغربية
- الازمة السورية
- العراق
- اليمن
- دول الساحل

## الملاحق

16- هل توجد عوائق تواجه فريق عمل بالإذاعة الدولية بالجزائر؟

نعم

لا

أحيانا

17- ما هي أهم هذه العوائق؟

- عدم تحديد الأهداف الإعلامية تحديدا واضحا
- عدم الاهتمام بأهمية الإعلام في دعم العمل الدبلوماسي
- نقص الإمكانيات
- نقص الكوادر المؤهلة

شكرا على حسن تعاونكم

الملاحق



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية



الملحق رقم (2)

استنارة تحليل المضمون لعينة لنشرة الأخبار لإذاعة الجزائر الدولية

ضمن دراسة بعنوان

السياسة الإعلامية في الإذاعات الدولية الموجهة

دراسة ميدانية وتحليلية لإذاعة الجزائر الدولية

ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر - سمعي بصري

الطالبين:

شرايطة حسين

دقة زينب

أولاً - بيانات أولية:

	تاريخ النشرة
	مدة النشرة
	لغة النشرة
	عدد عناوين النشرة

ثانياً فئات تحليل المحتوى ماذا قيل :

1- فئة مواضيع النشرة

	قضايا سياسة
	قضايا عسكرية
	قضايا إنسانية
	قضايا اقتصادية
	قضايا ثقافية
	قضايا رياضية
	أخرى

2- فئة قضايا العربية في النشرة

	الصراع العربي الإسرائيلي
	الأزمة السورية
	الأزمة الليبية
	الأزمة اليمنية
	أزمة الساحل
	الأمة الخليجية

3- فئة دور القضايا العربية في عناوين النشرة

	ورود في العناوين
	لم يرد

## الملاحق

### 4- فئة ترتيب القضايا العربية في النشرة

	أول النشرة
	وسط النشرة
	آخر النشرة

### 5- فئة المجال الجغرافي لمواضيع النشرة :

	الجزائر
	المغرب العربي
	المشرق العربي
	دول الساحل
	دول أفريقيا أخرى
	الخليج العربي
	و م أ
	إيران
	تركيا
	أوروبا
	آسيا

## الملاحق

### 6- فئة الفاعلين :

	مجلس الأمن
	منظمة الوحدة الإفريقية
	الجامعة العربية
	مجلس التعاون الخليجي
	الاتحاد الأوربي
	المنظمات الدولية
	الولايات المتحدة الأمريكية
	روسيا
	الصين
	إيران، تركيا
	فرنسا

### 7- فئة اتجاه الإذاعة الدولية للاثمات إزاء القضايا العربية القائمة:

الأزمة	مؤيد	محايد	معارض
الأزمة السورية			
الأزمة الليبية			
الأزمة اليمنية			
الأزمة الخليجية			

ثالثاً - فئات تحليل المحتوى كيف قيل؟

### 1- فئة نوع للخبر :

	الخبر
	التصريح
	التحقيق
	التقرير

## الملاحق

### 2- فئة طول للخبر:

	طويل
	متوسط
	قصير

### 3 فئة الزمن للقضايا في النشرة

	الصراع العربي الإسرائيلي
	الأزمة السورية
	الأزمة الليبية
	الأزمة اليمنية
	أزمة الساحل
	الأزمة الخليجية

### الملحق رقم (3)

التعريفات الإجرائية لفئات استمارة تحليل المحتوى

أ. فئة تحليل المحتوى (ماذا قيل؟)

1. فئة مواضيع النشرة:

يقصد بها الموضوعات بالأحداث ذات البعد السياسي والعسكري الإنساني، الاقتصادي الثقافي الرياضي إضافة إلى موضوعات أخرى، التي تعرفها الجزائر والعالم بأجمع والتي تم تناولها في نشرة الأخبار بشيء من المتابعة والدقة.

2. فئة قضايا النشرة:

يقصد بها القضايا التي تم تناولها في النشرة والمتمثلون في:

الصراع العربي الإسرائيلي، الأزمة السورية، الأزمة الليبية، الأزمة اليمنية، أزمة الساحل الأزمنة الخليجية.

3. فئة دور القضايا العربية في عناوين النشرة: كيف كان دور القضايا في بناء النشرة

وارتباطها بالعناوين عن طريق

لا ورد في العناوين

لا لم يرد

4. فئة ترتيب القضايا العربية في النشرة:

يقصد به تصدر القضايا في النشرة من الأول إلى آخرها قد تكون في الشكل الآتي:

• أول النشرة

• وسط النشرة

• آخر النشرة

## الملاحق

5. فئة المجال الجغرافي: أهمية المواضيع وفق الإطار الجغرافي المتضمن:

الجزائر

المغرب العربي

المشرق العربي

دول الساحل

دول أفريقيا أخرى

الخليج العربي

و.م.أ.

إيران

تركيا

أوروبا

آسيا

6. فئة الفاعلين: وتهدف هذه الفئة إلى توضيح الأطراف الفاعلة في الحدث سواء الدول أو

المنظمات، أو الأفراد.

مجلس الأمن

منظمة الوحدة الإفريقية

الجامعة العربية

مجلس التعاون الخليجي

الاتحاد الأوروبي

المنظمات الدولية

الو.م.أ.

روسيا

الصين

إيران تركيا

فرنسا

أخرى

### 7. فئة اتجاه الإذاعة الدولية للأزمات إزاء القضايا العربية القائمة

وتهدف هذه الفئة إلى توضيح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل بالنسبة للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المعالجة في النشرة الإخبارية الرئيسية، ويتضمن تحت هذه الفئة الفئات الآتية:

- مؤيد: بمعنى تتفق مع سياسات الدولة أو مواقف دول أي عرض مؤيد للقضية أو لسياسة أو قرار، أو المسؤول، أو التركيز على الجوانب الإيجابية.
- محايد: هو الذي لا يتبنى موقف صريح اتجاه قضية ما، حيث تناوله بحياد ويطرح بأسلوب موضوعي، أي أنها تتضمن الإيجابية والسلبية.
- معارض، بمعنى معارضة لسياسة الدولة، أو لمواقف دول، أو قرارات المنظمات الدولية إزاء عديد القضايا، التركيز على الجوانب السلبية.

## الملاحق

ب. فئات تحليل المحتوى (كيف قيل؟)

1. فئة نوع الخبر: الأنواع الصحفية التي اعتمدت في تحليل بناء النشرة وهي:

أ. الخبر

ب. التصريح

ج. التحقيق

د. التقرير

2. فئة طول الخبر: تصنيف الخبر من حيث المدة الزمنية وقد صنف وفق الاعتبار التالي:

أ. طويل: دقيقتين فأكثر

ب. متوسط: دقيقتين

ج. قصير: دقيقة

3. فئة الزمن للقضايا في النشرة:

المدة الزمنية للقضايا الواردة في النشرة، حيث يتم إحصاء المعدل الزمني للقضايا في النشرات كاملة.

الملاحق

الملحق رقم (4)

الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الرقم	الأستاذ	الصفة
1	د. رشيد خضير	أستاذ بجامعة الوادي والمشرف على المذكرة
2	أ. الطاهر إعمارة الأدغم	أستاذ بجامعة الوادي
3	د. الهادي دوش	أستاذ بجامعة الوادي
4	أ. إسماعيل زياد	أستاذ بجامعة الوادي
5	أ. الصادق جراية	أستاذ بجامعة الوادي
6	أ. نسبية فريجات	أستاذة بجامعة غرداية

## الملحق رقم (5)

### تعريف بإذاعة الجزائر الدولية

إذاعة الجزائر الدولية هي اول قناة اخبارية متواصلة اطلقتها الاذاعة الجزائرية في التاسع عشر 19 مارس 2007 و هي قناة دولية ناطقة بأربع لغات هي العربية و الفرنسية و الانجليزية و الاسبانية

تهتم اذاعة الجزائر الدولية بشكل خاص بالأحداث الوطنية و الدولية من خلال متابعة آنية للأحداث بقراءة جزائرية من خلال شبكة مراسليها عبر العالم و تقدم القناة 27 موعدا اخباريا مفصلا على مدار ال 24 ساعة من البث إضافة الى البرامج الاخبارية المختلفة التي تهتم بالسياسة و الاقتصاد و الثقافة و الرياضة إضافة الى البرامج الحوارية المختلفة التي تسلط الضوء على مستجدات الاحداث.

موجات بث إذاعة الجزائر الدولية :

الولايات داخل الوطن:

بشار: 94.6 Mhz - 104.7 Mhz - 105.3Mhz - 91.2Mhz - 6Mhz - 90.5 Mhz

تندوف: 101.4 Mhz

أدرار: 105.0 Mhz

بليدة، وهران، تلمسان، سيدي بلعباس، عين تموشنت 101.5 Mhz

النعامة، مشرية: 94.1 Mhz

غليزان، الشلف: 104.4 Mhz

البيض: 102.1 Mhz

بجاية، تيزي وزو، البويرة: 95.0 Mhz

الجزائر العاصمة: 95.6 Mhz - 101.5 Mhz

الجلفة: 95.9 Mhz

سكيكدة، ميلة، أم البواقي، قسنطينة: 104.3 Mhz

سطيف، برج بوعريريج، جيجل: 107.1 Mhz

سوق أهراس، الطارف، قالمة 98.4 Mhz

## الملاحق

و في القمر الصناعي: NILE SAT- ARABE SAT (بالنسبة للبلدان العربية)

NSS7 (بالنسبة للبلدان الإفريقية)

AB3 (بالنسبة للمحيط الأطلسي)

موقع الإذاعة الجزائرية : [www.radioalgerie.dz](http://www.radioalgerie.dz)

الشبكة البرمجية النموذجية:

06:00 نشرة إخبارية + الأحوال الجوية

مراسل الدولية 06:10-

-17:06 Les titres du journal en français

الرأي الحر 06:17-

حدث وحديث 06:21-

-06:30 **Journal +météo**

- 06:42 Chronique Internationale

-06:45 Les titres du journal en arabe

-06:47 L'air du temps

-06:51 Chemin d'auteur

-06:57 Pub

-07:00 نشرة إخبارية + الأحوال الجوية

معرض الصحافة الوطنية 07:08-

-15:07 Les titres du journal en français

معرض الصحافة الدولية 17:07-

الموعد الرياضي 20:07-

ترويج وأشهار 27:07-

-30:07 **Journal +météo**

-40:07 La revue de la presse nationale

-07:45 Titres du journal en arabe

-07:47 La revue de la presse internationale

-07:51 info sport

## الملاحق

نشرة إخبارية + الأحوال الجوية 08:00-

مراسل الدولية 08:10 -

Les titres du journal en français 15:08-

الموعد الرياضي 17:08

الراي الحر 22:08-

ترويج واشهار 27:07-

**Journal +météo** 30:08-

Chronique Internationale 40:08-

Titres du journal en arabe 45:08-

Info sport 47:08-

L'air du temps 08:53-

Chemin d'auteur 08:55 -

Pub 08:57 -

نشرة إخبارية + الأحوال الجوية 09:00-

مراسل الدولية 09:10 -

Les titres du journal en français 15:09-

الراي الحر 17:09 -

حدث وحديث 20:09-

**Journal +météo** 09:30-

Chronique Internationale 40:09-

Titres du journal en arabe 09:45-

.Focus 09:47-

موجز إخباري 10:00-

**Hygiène de vie** 10:03-

Flash d'information 10:30-

**Hygiène de vie** 10:33-

ترويج واشهار 10:57-

## الملاحق

- 11:00 موجز إخباري
- 11:03 [Dimanche sport](#)
- 11:30 Flash d'information
- 11:33 [Dimanche sport](#)
- 12:00 Flash en Anglais
- 12:03 مؤشرات
- 12:30 Flash en Espagnol
- 12:33 مؤشرات
- 12:45 Titres du journal
- 12:47 مؤشرات
- 13:00 **Journal + météo**
- 13:27 ترويج واشهار
- 13:30 نشرة الظهيرة + الاحوال الجوية
- 14:00 **Le Journal de l'Economie**
- 14:15 الشريط الاخباري
- 14:17 Focus
- 14:30 **Journal en anglais**
- 14:57 ترويج واشهار
- 15:00 **Journal en espagnol**
- 15:30 Flash d'information
- 15:33 / اعادة / العالم بعيون الدولية
- 16:00 موجز اخباري
- 16:03 [Carrefour du monde](#)
- 16:30 Flash d'information
- 16:33 [Carrefour du monde](#)
- 16:45 عناوين النشرة
- 16:47 [Carrefour du monde](#)

## الملاحق

- 17:00 نشرة إخبارية
- 17:27 ترويج واشهار
- 17:30 Flash d'information
- 17:33 النشرة الإقتصادية
- 17:45 Titres du journal
- 17:47 Focus
- 18:00 **Journal + météo**
- 18:20 Le journal de l'Afrique
- 18:30 موجز اخباري
- 18:33 **Le journal du Maghreb**
- 18:45 عناوين نشرة السابعة
- 18:47 حدث وحديث
- 19:00 نشرة إخبارية
- 19:27 ترويج واشهار
- 19:30 **Journal +météo**
- 20:00 نشرة الساحل
- 20:08 **Le journal de l'économie**
- 20:30 Journal el Sahel
- 21:00 نشرة إخبارية
- 21:27: ترويج واشهار
- 21:30 **Journal +météo**
- 21:57 ترويج واشهار
- 22:00 موجز إخباري
- 22:03 **Carrefour de monde/ Rediff**
- 22:30 موجز إخباري
- 22:33 **Carrefour de monde/ Rediff**

## الملاحق

نشرة إخبارية 23:00-

نشرة المغرب العربي - اعادة 23:30 -

عناوين تذكيرية 23:45-

23:47 Focus -

نهاية البث 23:55-

التهميش <http://www.radioalgerie.dz/rai/ar/articles/all>

الساعة 12:03 اليوم 30 ماي 2018