

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة



التخصص: إعلام واتصال

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال/ الفرع: إعلام واتصال

تأثير مورفولوجية المؤسسة الإعلامية في صانعي الرسالة التلفزيونية

دراسة ميدانية بالتلفزيون الجزائري وقناة الشروق نيوز.

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالب

أسامة العايش

السنة الجامعية 2020/2019

جامعة قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة



الرقم التسلسلي:...../2020

الرمز:

تخصص: إعلام واتصال

شعبة: علوم الإعلام والاتصال/ فرع: إعلام واتصال

تأثير مورفولوجية المؤسسة الإعلامية في صانعي الرسالة التلفزيونية
دراسة ميدانية بالتلفزيون الجزائري وقناة الشروق نيوز.
أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إشراف الأستاذ:
أ.د. جمال العيفة

إعداد الطالب:
أسامة العايش

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي	أ.د./.....
مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	جامعة باجي مختار - عنابة-	أ.د./ العيفة جمال
عضوا مناقشا	أستاذ التعليم العالي	أ.د./.....
عضوا مناقشا	أستاذ التعليم العالي	أ.د./.....
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر آ	د./.....

السنة الجامعية 2020/2019

تصريح شخصي

أشهد أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر/قسنطينة 3، هي نتيجة جهد شخصي، احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي (وخاصة منها: تجنب السرقة العلمية، واحترام خصوصية المبحوثين). مما يجعلني صاحب حقوق ملكيتها الفكرية مع تحمل مسؤولية محتوياتها. وأعلن أنه يسمح بالاعتباس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية. كما أؤكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من قبل متخصصين.

شكر

بداية أشكر الله وحده الذي أعانني على إتمام هذا العمل راجي منه عز وجل شأنه تحسين عاقبتنا في الأمور كلها.

كما لا يفوتني أن أشكر كافة الأساتذة الذين قدموا لي النصح والدعم المعنوي أهمهم الأستاذ المشرف العيفة جمال لوقفته الدائمة والمستمرة طوال سنوات الدراسة بالجامعة.

ولا يفوتني كذلك أن أعبر عن شكري وامتناني للأستاذة سعدي وحيدة على مساعدتها القيمة. ويطيب لي أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الأطروحة.

كما لا أنسى شكر كل الأهل والأصدقاء خاصة الوالد والوالدة والخالة وزوجها. وإنه من دواعي الإخلاص والامتنان أن أتقدم بشكري الجزيل إلى كل شخص دعمني ووقف إلى جانبي.

﴿أسامة العايش﴾

**المخلص
باللغة العربية
والإنجليزية**

ملخص الدراسة:

نتيجة للتغيرات المؤسساتية وتفاقم التأثيرات التي باتت تفرضها التقنية على كافة التنظيمات، أصبح من المهم دراسة هياكل المؤسسات الإعلامية ومدى محافظتها على كيانها المادي والبشري (مورفولوجيتها)، من خلال معرفة أبرز المؤثرات التي قد تحدث انعكاسا إيجابيا أو سلبيا في سلوك العامل، الذي يتفاعل داخل فضاءين إداري وإنتاجي، ويقوم بصنع رسائل لا متناهية يوميا في بيئة معقدة تحتاج فهما واسعا لأشكالها ومورفيماتها (قاعات تحريرها وأستوديوهاتها). وعليه هدفتنا لتشريح هندسة التلفزيون ومناقشة موضوع مورفولوجيا كل من التلفزيون العمومي وقناة الشروق نيوز وتأثيراتها في صناع الرسالة الإخبارية، من خلال التساؤل حول إمكانية تأثير مورفولوجية كل من القناتين في صناع رسائلها؟

ولكي نصل إلى المساعي السابقة استخدمنا المنهج الوصفي، ومجموعة من أدوات جمع البيانات تجسدت في التوثيق والاستبيان والمقابلة والتحليل المورفولوجي، وكل هذه التقنيات ساعدتنا في التعامل مع مئة وستين 160 مفردة كعينة عن الإعلاميين الجزائريين بكل من القناتين. إذ توصلنا إلى:

- عدم وجود معالم للإعلامي النجم في كل من التلفزيون العمومي والخاص، وذلك من خلال التعرف على كافة خصائصهم الشخصية والاجتماعية والمهنية والوظيفية والاقتصادية والسياسية والثقافية. إذ يتأثر المحتوى بتفاعل عمال المؤسسة وسماتهم إلى جانب العوامل المهنية والشخصية والتكوين الذين يتلقونه.

- التلفزيون العمومي ينشط بتنظيم قديم، الأمر الذي يوضح عدم توفر الرغبة لدى المسؤولين في عصرنة المؤسسة وقلة فهمهم لأهمية هندسة الفضاء الاتصالي. أما تلفزيون الشروق فإن حداثة نشأته جعلته لا يزال مبتدئ في فهم عملية التنظيم والهيكل الفعالة. بالرغم من تأثير العوامل الهيكلية (التنظيم، الترتيب، الاتصال، التجديد) في صناع رسائل التلفزيونيين، إلا أنهما لا يستثمران في بناء هياكل معاصرة تجابه القنوات العالمية.

- تؤثر هندسة الأستوديوهات وأشكالها الفنية في صناع الرسائل التلفزيونية، ويزيد حجم التأثير كلما كانت تلك الأشكال مصنوعة من مواد لامعة وتفاعلها مع الديكورات والإيقاعات اللونية والصوتية.

- لا يتوافق كل من التلفزيون العمومي وتلفزيون الشروق اسمورفيكيا وذلك لاختلاف مكنيزمات العمل، الهياكل التنظيمية، المحيط المؤسساتي، الهوية.

الكلمات المفتاحية: التأثير، المؤسسات الإعلامية، المورفولوجيا، الأستوديوهات.

Abstract:

Regarding institutional changes and the effects of the technical facilities, it become important to shed light on the structures of the media institutions and their preservation of physical and human morphology, by investigating the main influences that may affect worker who interacts into two spaces, administrative and productive, positively or negatively. This worker transmits an infinite number of messages in a complex environment

which requires a broader understanding of its structural morphemes (newsrooms and studios).

So, this current study search about the anatomy of TV institution and its influences, that is to say: does the morphological structure of both Algerian public television and El Chourouk News have an impact on TV message producers?

Hence, this study opts for a descriptive method of research, in which a set of data collection tools were used: documentation, questionnaire, interview and morphological analysis which were all administered to 160 participants from the two channels. All in all, the following results are revealed:

- There is a large lack of media stars in both public and private television which was examined through investigating their personal, social, professional, functional, economic, political and cultural features. Accordingly, the content being delivered is highly affected by the engagement of working members in the institution in addition to their psychological, professional, personal background.
- The Algerian public television functions within an old-fashioned organization. This shows the officials' lack of desire to modernize it and understand the importance of space organization. Being a new in the field of communication, however, El Chourouk News is still novice in considering the effective structure and organization.
- Despite the impact of the structural features like organization, arrangement, communication, innovation and development in producers, the aforementioned institutions do not invest in modernizing their structures to confront international media institutions.
- The structure of studios and their artistic forms affect the television employees in which these effects increase whenever they were made of shine materials in addition to their interactions with colors, sound rhythms and modern decorations.
- Both instructions under investigation do not confront isomorphically due to the different working mechanisms, organizational structures, institutional environment and identity.

Key words: effects, media institutions, morphology, studios.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الشكر
3	الملخص باللغة العربية
3	الملخص باللغة الإنجليزية
6	فهرس المحتويات
9	فهرس الأشكال والجداول
	الفصل الأول: مقدمة الدراسة
16	تمهيد
17	1.1 إشكالية وتساؤلات البحث
25	2.1 أهداف البحث
26	3.1 أسباب اختيار الموضوع وأهميته
27	4.1 تحديد المفاهيم
37	5.1 الخلفية النظرية للبحث
	الفصل الثاني: تشكيلة وتركيبه المؤسسات الإعلامية التلفزيونية
84	تمهيد
84	1.2 النماذج المنظمة لمهنة الإعلام
99	2.2 مورفولوجيا المؤسسة التلفزيونية
114	3.2 مورفولوجيا صناع الرسائل التلفزيونية
124	4.3 الوضعية المهنية والاجتماعية لصناع الرسائل
	الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية
132	تمهيد
133	1.3 مجالات الدراسة

137	2.3 منهج الدراسة
139	3.3 مجتمع البحث وعينة الدراسة
146	4.3 أدوات جمع البيانات
الفصل الرابع: نتائج الدراسة: تحليل البيانات وتفسيرها	
157	تمهيد
158	1.4 عرض نتائج التليفزيون العمومي الجزائري
266	2.4 عرض نتائج قناة الشروق نيوز
الفصل الخامس: خاتمة الدراسة	
353	تمهيد
353	1.5 عرض ومناقشة النتائج العامة
384	2.5 خاتمة البحث وآفاقه
388	قائمة المراجع باللغة العربية
391	قائمة المراجع باللغات الأجنبية
397	المصادر
داخل قرص CD	الملاحق
مضغوط	

فهرس الأشكال والجداول

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح ترابط هياكل المحيط الاجتماعي	44
02	يوضح سمات البيروقراطية النموذجية حسب "ماكس فيبير"	59
03	يوضح النموذج المحوري الدائري Concentric Circles للعوامل المؤثرة في المحتوى	72
04	يبرز العوامل الجوهرية الخاصة بالقائم بالاتصال المؤثرة في المحتوى الإعلامي	76
05	يوضح تأثيرات روتينيات وسائل الإعلام في المحتوى داخل نموذج التسلسل الهرمي	79
06	يوضح مجتمع بحث الدراسة وعينتها المختارة	141
07	يكشف عن تطور سنوات تخرج صناع الرسائل بالقناة الأرضية من الجامعات والمعاهد	168
08	يبين سلم التدرج الوظيفي بالقناة الأرضية	184
09	يبين الهيكل التنظيمي العام للتلفزيون الجزائري	198
10	يبين الهيكل التنظيمي الفرعي الخاص بمديرية الأخبار	203
11	يوضح العمل المشترك بين وحدات الإنتاج داخل الاستوديو	206
12	يوضح تدفق الاتصال بين وحدات الإنتاج داخل الاستوديو	207
13	يبرز تأثير الضغوطات الداخلية والخارجية للمؤسسة في صانعي الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية	248
14	يوضح هيكل سكان الجزائر حسب العمر والجنس (عن 10000)	269
15	يكشف عن تطور سنوات تخرج صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز من الجامعات والمعاهد	278
16	يبين التدرج الوظيفي بقناة الشروق نيوز	293
17	يبرز الهيكل التنظيمي لقناة الشروق نيوز	303
18	يبرز تأثير الضغوطات الداخلية والخارجية للمؤسسة في صانعي الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز	336
19	يبرز العلاقة بين الإدراك واللغة والثقافة	368

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
77	يبرز متغيرات القائم بالاتصال وأبعاده ومؤشراته من منظور نظرية "شوميكر"	01
92	يوضح تطور عدد الصحفيين المتخرجين الفرنسيين وتدرجهم الوظيفي	02
137 143	(أ) يوضح توزيع طبقات العينة حسب الفرع والجنس والعدد (ب) يوضح توزيع طبقات العينة حسب الوظائف	03
145	يوضح نسب وعدد العينة داخل كل طبقة بمديرية الأخبار في التلفزيون العمومي الجزائري	04
158	يوضح الجنس والسن والحالة الاجتماعية الخاصة بصانعي الرسائل بالقناة الأرضية	05
161	يوضح ترتيب الجهة التي ازداد وترعرع فيها صناعو الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية	06
163	يظهر الخلفية التأهيلية والتكوينية لصناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية	07
164 164	(أ) يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل في القناة الأرضية -ذكور (ب) يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل في القناة الأرضية -إناث-	08
165	يوضح التخصصات الجامعية لصناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية	09
167	يكشف عن مستوى التكوين في الإعلام والاتصال لصناع رسائل القناة الأرضية	10
169	يفصح عن مدى حصول صناع الرسائل بالقناة الأرضية على شهادات إضافية مكملة	11
171	يعرض وضع التدريب الإعلامي من حيث الجنس والفئة العمرية من وجه نظر صناع الرسائل	12
173	يعرض نوع التدريب الإعلامي الذي يرغبه صناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية	13
174	يكشف عن الأجر الشهري لصناع الرسائل بقناة الأرضية	14
175	يشرح مدى رضا صناع الرسائل بالقناة الأرضية عن الأجر	15
176	يبين الموقع السكني ونوعه عند الجنسين بالقناة الأرضية	16
177	يظهر المستوى الثقافي لصناع الرسائل بالقناة الأرضية	17
180	يفصح عن المسميات الوظيفية لصناع الرسائل بالقناة الأرضية	18
182	يبرز لنا خبرة صناع الرسائل التلفزيونية في وسائل الإعلام قبل الدخول إلى التلفزيون	19
183	يبرز لنا ترقية صناع الرسائل من خلال التدرج في السلم الهرمي داخل التلفزيون	20

185	يبين المعايير التي يستخدمها التلفزيون الجزائري في تقديم المهام لصناع الرسائل	21
186	يبرز علاقة سنة التوظيف بطريقة الدخول للعمل بالتلفزيون	22
188	يكشف عن أسباب تقدم صناع الرسائل للعمل بالتلفزيون	23
190	يكشف عن حوافز العمل بالتلفزيون الجزائري	24
191	يفصح عن الطموح المهني لصناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري	25
196	يبرز الوصف الذي يقدمه صناع الرسائل لمؤسستهم التلفزيونية	26
201 205	(أ) يرسم التوزيع الإجمالي لموظفي التلفزيون الجزائري حسب مديريات المؤسسة (ب) يرسم توزيع فروع مديرية الأخبار وعددها حسب الجنس	27
214	يبرز تقييم صناع الرسائل للواجهة الخارجية للتلفزيون	28
224	يبرز معرفة صناع الرسائل لعدد الأستوديوهات الخاصة بالنشرات الإخبارية للمؤسسة	29
225	يبرز تقييم صناع الرسائل لأستوديو الأخبار بالتلفزيون الجزائري	30
226	يبرز تقييم صناع الرسائل لديكور أستوديو الأخبار بالتلفزيون الجزائري	31
227	يبرز تقييم صناع الرسائل لتصميم قاعات التحرير القناة الأرضية	32
228	يستنتج خصائص هيكلية التلفزيون العمومي الجزائري وتأثيرها من وجهة نظر صناع الرسائل بمساعدة برنامج CARMA	33
233	يشرح تقييم صناع الرسائل بالتلفزيون الجزائري للعمل في الفضاء الإداري والإنتاجي	34
235	يشرح حضور أنماط السلوك التفاعلي بأستوديوهات التلفزيون العمومي الجزائري	35
236	يبرز علاقة الجنسين بإدارة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري	36
237	يوضح مشاركة صناع الرسائل التلفزيونية في الاجتماعات التنسيقية وفقا للجنس	37
237	يوضح فرض التسلسل الوظيفي على صناع الرسائل التلفزيونية عند الجنسين	38
238	يبرز حجم الوقت الذي يقدمه صناع الرسائل للتلفزيون الجزائري وفقا للجنس	39
239	يبرز قيام صناع الرسائل التلفزيونية بأعمال إضافية في التلفزيون الجزائري حسب الجنس	40
239	يبرز قيم التضحية والمساعدات التي يقدمها صناع الرسائل للتلفزيون الجزائري وفقا للجنس	41

240	يبرز طرق العمل المتولدة عن تأثير طبيعة بيئة العمل من وجهة نظر عمال القناة الأرضية	42
243	(أ) يقيس درجة قبول وعدم قبول عمال التلفزيون القناة الأرضية للأطر الأخلاقية الإعلامية أثناء العمل	43
243	(ب) يبرز تأثير الأخلاق في صناع رسائل القناة الأرضية	
246	يبرز رضا صناع الرسائل عن العوامل المؤثرة الشكلية الهندسية للتلفزيون الجزائري	44
250	(أ) يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صانعي الرسائل بالقناة الأرضية حسب الجنس ذكور	45
252	(ب) يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صانعي الرسائل بالقناة الأرضية حسب الجنس إناث	
263	يوضح التأثير الإدراكي لصناع الرسائل أثناء الإنتاج بالتلفزيون العمومي الجزائري	46
264	يبرز التأثير المهني لعمال القناة الأرضية من خلال تسيير المؤسسة الإعلامية بالاعتماد على الفضاء الافتراضي	47
265	يوضح نظرة صناع الرسائل لمستقبل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري	48
266	يبين جنس وسن والحالة الاجتماعية الخاصة بصناعي الرسائل داخل الشروق نيوز	49
270	يبرز ترتيب الجهة التي ازداد وترعرع فيها صناعي الرسائل التلفزيونية بالشروق نيوز	50
271	يظهر الخلفية التأهيلية والتكوينية لصناع الرسائل التلفزيونية بالشروق نيوز	51
273	(أ) يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل ذكور الشروق نيوز	52
273	(ب) يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل إناث الشروق نيوز	
276	يفصح عن التخصصات الجامعية لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز	53
278	يلخص مستوى التكوين في الإعلام والاتصال للمتخصصين بقناة الشروق نيوز	54
279	يكشف عن مدى حصول صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز على شهادات إضافية مكملة	55
281	يعرض وضع التدريب الإعلامي من وجه نظر صناع رسائل الشروق نيوز وفقا للجنس والفئة العمرية	56
283	يعرض نوع التدريب الإعلامي الذي يرغب به عمال الشروق نيوز	57
284	يكشف تقدير الأجر الشهري لصناع الرسائل بتلفزيون الشروق نيوز	58
285	يشرح مدى رضا صناع رسائل الشروق نيوز عن الأجر	59

286	يبين الموقع السكني ونوعه عند الجنسين بقناة الشروق نيوز	60
287	يظهر المستوى الثقافي لعمال الشروق نيوز	61
289	يكشف عن المسميات الوظيفية لصناع الرسائل بالشروق نيوز	62
291	يبين خبرة صناع الرسائل التلفزيونية في وسائل الإعلام قبل الدخول إلى الشروق نيوز	63
292	يبرز لنا ترقية صناع الرسائل من خلال التدرج في السلم الهرمي داخل قناة الشروق نيوز	64
293	يبين المعايير التي تستخدمها قناة الشروق نيوز في تقديم المهام لصناع الرسائل	65
294	يبرز علاقة سنة التوظيف بطريقة الدخول للعمل بقناة الشروق نيوز	66
295	يكشف عن أسباب تقدم صناع الرسائل للعمل بالقناة الشروق نيوز	67
296	يكشف عن حوافز العمل بقناة الشروق نيوز	68
297	يفصح عن الطموح المهني لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز	69
301	يبرز الوصف الذي يقدمه صناع رسائل الشروق نيوز لمؤسستهم التلفزيونية	70
306	يبين تقييم صناع الرسائل للواجهة الخارجية الخاصة بقناة الشروق	71
317	يبرز وعي صناع الرسائل لعدد الأستوديوهات الخاصة بالنشرات الإخبارية في الشروق نيوز	72
318	يبرز تقييم صناع الرسائل لأستوديوهات أخبار الشروق نيوز	73
318	يبرز تقييم صناع الرسائل لديكور أستوديوهات أخبار الشروق نيوز	74
319	يبرز تقييم صناع الرسائل لتصميم قاعات تحرير الشروق نيوز	75
322	بمساعدة برنامج يستنتج خصائص هيكلية قناة الشروق نيوز وتأثيراتها من وجهة نظر صناع الرسائل بمساعدة برنامج CARMA	76
323	يشرح تقييم صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز للعمل في الفضاء الإداري والإنتاجي	77
324	يكشف حضور أنماط السلوك التفاعلي بأستوديوهات من وجهة نظر عمال قناة الشروق نيوز	78
325	يبرز علاقة صناع الرسائل بإدارة مؤسسة الشروق نيوز وفقا للجنس	79
326	يوضح مشاركة صناع الرسائل التلفزيونية في الاجتماعات التنسيقية الخاصة بالشروق وفقا للجنس	80

327	يوضح فرض الشروق نيوز التسلسل الوظيفي على صناع الرسائل التليفزيونية ذكورا وإناثا	81
328	يبرز حجم الوقت الذي يقدمه صناع الرسائل لقناة الشروق نيوز وفقا للجنس	82
329	يكشف عن القيام بأعمال إضافية داخل الشروق نيوز حسب الجنس صناع الرسائل التليفزيونية	83
329	يبرز قيم التضحية والمساعدات التي يقدمها صناع الرسائل للشروق نيوز وفقا للجنس	84
331	يبرز طرق العمل المتولدة عن تأثير طبيعة بيئة قناة الشروق نيوز من وجهة نظر صناع الرسائل	85
332	(أ) يقيس درجة قبول وعدم قبول صناع الرسائل للأطر الأخلاقية الإعلامية أثناء العمل بقناة الشروق نيوز	86
332	(ب) يبرز تأثير الأخلاق في صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز	
334	يبرز رضا عمال الشروق نيوز عن العوامل الشكلية الهندسية المؤسساتية	87
337	(أ) يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صناع رسائل الشروق نيوز حسب الجنس ذكور	88
339	(ب) يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صناع رسائل الشروق نيوز حسب الجنس إناث	
349	يوضح التأثير الإدراكي لصناع الرسائل أثناء الإنتاج بقناة الشروق نيوز	89
349	يبرز التأثير المهني لعمال الشروق نيوز من خلال تسيير المؤسسة الإعلامية بالاعتماد على الفضاء الافتراضي	90
350	يوضح نظرة صناع الرسائل لمستقبل مؤسسة الشروق نيوز	91

الفصل 1

محتويات الفصل الأول: مقدمة الدراسة

◆ تمهيد

◆ الإشكالية وتساؤلات البحث

◆ أسباب اختيار الموضوع

◆ أهداف الدراسة

◆ تحديد المفاهيم

◆ الخلفية النظرية للدراسة

تمهيد:

يعد تنظيم المؤسسة الإعلامية على غرار كافة التنظيمات الأخرى، باختلاف تصنيفاته ووظائفه، من الرهانات الرئيسية المرتبطة بالأداء الإعلامي للمجتمعات المعاصرة، كما أنه يؤدي دورا تتعاضم أهميته مع الاتساع الكبير في الوظائف السمعية البصرية المنوطة بالإنتاج التلفزيوني، التي أصبحت مقترنة بصناعة الرسالة في شكل مؤثر مبهز يجلب انتباه الجمهور. لذلك أصبح نشاط المؤسسة مرهونا بتطور الطابع المؤسسي والتقني بداخلها، وكسب شرعيتها من خلال زيادة معالم العمل باحترافية في مكان وبيئة مهيكلة جيدا.

فسيمويطيقا المكان أو الدلالات التي يوفرها فضاء معين لم تلق حظها من الدراسة من قبل الباحثين في علوم الإعلام والاتصال خاصة أنها ارتبطت بحقل الهندسة (Semiotics in Architecture)، بالرغم من أهميتها وعلاقتها القوية بصورة المؤسسة الإعلامية لدى الجمهور، ولدى شاغليها في نفس الوقت. لذلك يتبنى موضوع هذه الأطروحة ظاهرة إعلامية اتصالية تتقاطع مع تخصصات أخرى (كالهندسة)، تتطور في سياق معقد يعود إلى ظهور أنماط عمل وبيئات وفضاءات (Spaces) جديدة سببها التحول الرقمي وتطور تكنولوجيات الاتصال، والويب، ونظم البث التي أصبحت تهدد كافة التنظيمات (كالمرشح) بالجمود أو الزوال.

وبات من الواضح أن مهام تنظيم وتسيير بيئة المؤسسة التلفزيونية من بين النشاطات الصعبة والمعقدة، تتطلب مشاركة وتلاحم جهود العديد من الفاعلين الذين يتحملون مسؤولية توفير المعلومات والأخبار للجمهور بصدق وموضوعية، الذين يشتركون كلهم في تسيير العمل السمعي البصري داخل مورفولوجيا قائمة بذاتها تمتلك خصوصيات هامة، تجعلهم قادرين على إنتاج الواقع والأحداث بالصوت والصورة والحركة والألوان والموسيقى والديكور، وحتى الإضاءة وكل هذه العناصر الفنية تحتاج إلى إدراك وفهم من قبل صناعتها قبل جمهورها.

وبما أن الرسالة تصنع من قبل مجموعة من الأشخاص، فقد تتأثر تلك الرسالة بوضع كل فرد من فريق العمل إما سلبا أو إيجابا بمعنى أنه كلما كان العامل في وضع جيد أقل ضغطا بعيدا عن المشاكل والضغوطات، فإنه من المحتمل أن يصنع رسالة جيدة والعكس صحيح.

غير أن التحولات وعلى مختلف الأصعدة العالمية السياسية، الاقتصادية، المؤسساتية التي تحوم بالإعلامي تجعله يستقبل كل يوم ضغوطات تؤثر في وضعه الاجتماعي والمهني. وهو حال الجزائر، التي تشهد منذ أواخر 2018 العديد الأوضاع والسياقات المجتمعية المنندة بالحرية والتنظيم والانفتاح

المؤسساتي، وعلى إثره فالكل كان بانتظار الحلة التي سوف يأتي بها التلفزيون الجزائري بعد الإجراءات التغييرية على مستوى المسؤولين والشعارات التي خرج العمال للتنديد بها، في رفع الرقابة والتكبير الإنتاجي على صناع الرسائل التلفزيونية بعد ما عاشته بعض القنوات الجزائرية خلال الفترات السابقة من عشوائية الأداء، وضبابية القوانين المنظمة للمؤسسات الإعلامية، الواقع الذي شهدته كل من قناة الوطن وقناة الخبر اللتان توقفتا عن النشاط في أقل من أربع سنوات من فتحها.

وبالنظر إلى هذه المتطلبات والخصائص، تأتي هذه الدراسة للنظر في أبرز العوامل المؤثرة في العاملين بها وتشريح هذه المهنة والتنبؤ بمستقبلها، عليها تكون قراءة سوسيو-مهنية جزئية لماهية الممارسة الإعلامية الجزائرية وفهمها على الأقل في الوقت الحالي، الذي يتميز بالسرعة والمنافسة الشرسة في سوق الإعلام. ولتنفيذ عملنا وطموح هذا الطرح العلمي بشكل جيد قسم هذا البحث إلى خمس فصول: الفصل الأول احتوى على تحديد موضوع الدراسة (الإشكالية وتساؤلات البحث، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، الخلفية النظرية). أما الجانب النظري فخصصنا له الفصل الثاني تضمن بالشرح تشكيلة وتركيبية المؤسسات الإعلامية التلفزيونية. كما شمل الجانب التطبيقي الفصل الثالث أين تعرضنا لكافة الخطوات المنهجية المعتمدة، والفصل الرابع الذي عرض نتائج البحث بالتحليل والوصف والتفسير لكل من التلفزيون العمومي وتلفزيون الشروق، وختمنا بفصل خامس بعرض النتائج العامة ومناقشتها وعرض خاتمة البحث وآفاقه.

كما لا يمكن نسيان الهيكل العام للأطروحة الذي تضمن هذا التمهيد وكل تمهيد/وخلاصة كل فصل بالإضافة إلى قائمة المصادر والملاحق والفهارس.

1.1 إشكالية وتساؤلات البحث:

لاشك أنّ الأداء الإعلامي في التلفزيون ارتبط بالتطور التقني لوسائل الإعلام والاتصال عبر الزمن، حيث ساهمت التكنولوجيا الذكية والطرق المبتكرة كإمكانية التلقي في أي زمان ومكان عبر كل الوسائل المستحدثة من الحواسيب المحمولة، الهواتف الذكية والألواح الإلكترونية في ظهور وانتشار أجهزة إعلامية جديدة (التلفزيون التفاعلي الإلكتروني، الإعلام الجديد، الإذاعة الإلكترونية، البودكاست Podcast) بخصائص مورفولوجية (بنوية) جديدة التي جعلتها في موضع يستدعي الإبداع والتميز والعمل عبر أشكال مختلفة: الساتلييت، الأون لاين والفيديو ستريمينغ Online/ Video Streaming، الويبيكاستنج webcasting، والانتقال من البث التماثلي إلى الرقمي ليظهر بما يعرف بتلفزيون الواب أو أون لاين تي في Online TV.

فاليوم لا يمكن الإنكار بأن المؤسسة التليفزيونية تحظى باهتمام كبير من قبل الجمهور، تعمل داخل سوق وسائل الإعلام المتنوع تركز من جهة على الصوت لجذب أذن المستمع والصورة من جهة أخرى لإبهار المشاهد بالاعتماد على تقنيات عالية (الاستوديوهات الضخمة، الديكورات المتنوعة، الإضاءات اللامعة، الاستعراض)، لهذا يحتاج العمل التليفزيوني جهدا من قبل فريق عمل كبير يتفاعل داخل أقسام التحرير المُشكلة لمورفولوجيا المؤسسة الإعلامية. وأن ما يحدث داخل القاعات المكونة للمحطة ومعرفة خصوصية كل تنظيم لا يفهم من خلال تحليل مضامين أجندة وسائل الإعلام أو القيام باستطلاعات لجمهورها، بل قد يتعلق بدراسة مورفولوجيتها المتمثلة في التشكيلة الإدارية وتركيبية المؤسسة الإنتاجية الفنية بالإضافة إلى طرق تنظيم الأقسام وتوصيف المهام والوظائف للعاملين وتوزيعهم عليها، والتي قد تساهم كلها في إنتاج مضمون مقبول يلبي رغبات الجمهور، بحيث من المفروض تعمل كل وسيلة على تطوير بنائها التنظيمي وأقلمة مورفولوجيتها مع التطور الحاصل في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

إن التقدم التكنولوجي الذي شهده العالم تأثرت به كافة المؤسسات الصناعية والاقتصادية وأبرز معالم هذا التأثير تجسد في العمل على تطوير مورفولوجياتها الداخلية من خلال إعادة الهيكلة وبناء فضاءات جديدة وإنشاء فروع مختلفة بنفس الشكل والهوية. فتتظلم المؤسسة الإعلامية ليس بمنأى عن هذا التأثير، إذ أن الدراسات التي تناولت النموذج التطوري الذي تسلم به نظرية البنائية الوظيفية، ساهمت في إعطاء وسائل الإعلام دفعا للتجديد والتغيير والمشي قدما نحو المزيد من التوازن والتطور.

ونتيجة لتزايد المؤسسات الإعلامية بات العمل الصحفي صناعة قائمة بذاتها تقوم على أسس علمية وأكاديمية أساسها الإبداع الذي يجمع بين العلم والفن ويحاكي ملكة الكتابة والتقديم، بينما أطاح التوجه المعاصر القائم على صناعة هوية واسم خاص بالصحفي، بمختلف الوظائف التي تصنع وتنتج الرسالة (كالتحرير، الإخراج، الإنتاج، المونتاج، التنظيم، الإدارة) (الفلاحي، 2016، ص.16)، لذلك أصبحنا نسمع كثيرا عن "الصحفي النجم" المشهور الذي يكسب قاعدة جماهيرية ضخمة، يقوم عادة بتقديم البرامج الاستعراضية والترفيهية داخل الاستوديوهات الضخمة الحاملة لإشارات جمالية تبهير المشاهد بالاعتماد على تقنيات الثلاثية الأبعاد مثلا (3D, 4D)، تستخدمه وسائل الإعلام وتوظفه من أجل الحصول على نسب عالية يؤدي بها إلى الشهرة والربح، فلطالما طرح الباحثون إشكالية توظيف المواهب المشهورة والتخلي عن ذوي التخصص بالرغم من أنه إلى جانب الموهبة والشهرة يحتاج العمل الإعلامي إلى الثقافة الواسعة والتخصص لأنه يمكن من إتقان المهنة والإلمام بحيثياته نظريا ويبعد صناع الأخبار

عن الوقوع في الأخطاء. إذ يركز الطلبة والمهتمون في علوم الإعلام والاتصال بالجزائر على وجه الخصوص - على الصحفي في دراساتهم ويغفلون النشاطات الأخرى المهيكلة للعمل السمعي البصري. بالإضافة إلى نقص الوعي بكافة المكونات التي تشكل المؤسسة الإعلامية ووظائفها والتي قد يمارسها مستقبلا الطلبة، الذين من المفروض يكونوا قد تلقوا تكوينا ميدانيا كعنصر مهم يلعب دورا رئيسيا في تشكيل إعلامي الغد. فإذا مثلا حدث توافق بين كل هذه العناصر مع عنصر الموهبة الفنية التي يحبذ توفرها لدى صانع الرسالة وتوزيعه في المؤسسة، سوف يصنع نجوما إعلامية جيدة مهما كان نوعها أو جنسها. وهذا لا يعني أن الجنس لا يلعب دورا بارزا في تشكيل مورفولوجية المؤسسة التلفزيونية التي اقترنت بدايتها مع الجنس الذكوري السباق في الولوج إلى هذا الحقل، والذي سرعان ما شهد دخول المرأة للساحة الإعلامية عبر المجالات مع نهاية القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا (بوصفط، 2006، ص.63)، يقول خالد المالك رئيس تحرير سابق بصحيفة الجزيرة في هذا الإطار: *"إنه من الضرورة المساواة في المهنة بين الجنسين وأنه قد آن الأوان لإعادة النظر في الأقسام الإعلامية"* (المالك، 2003، ص.2)، وبما أن هذا الطرح يتعلق مباشرة بمورفولوجية المؤسسة فإنه من يبادر في تجديدها ويبدع في التصرف معها حتما سوف يكسب جمهورا كبيرا وينتج مضمونا ممتازا.

لذلك تتطلب المؤسسة الإعلامية تنظيما محكما وكفاءة مهنية عالية نظرا للعناصر المتغيرة باستمرار والجهد المهني الذي يقع على عاتقها وعلى القائمين عليها إضافة إلى مختلف الرهانات السياسية والاقتصادية والعوامل الاجتماعية التي تؤثر فيهم. وقد عكفت مجموعة من الباحثين على دراسة البعض من تلك العوامل أمثال "كارت لوين Kurt Lewin"، "إليهو كاتز Eliho Kartz"، "ديفيد مانج وايت David Mang White" والتي ساهمت في بروز نظريات تفسر طبيعة العلاقة بين الإعلامي ورسالته من جهة وعلاقته بالجمهور من جهة أخرى، إذ توصلوا إلى أهم العوامل التي تؤثر في اختيار وتمير معلومة وحذف أخرى وأضافت الباحثة "بامبلا شوميكر" العوامل التي تؤثر في المحتوى الإعلامي وتسيير المعلومة داخل الأستوديوهات وأبرز العلاقات بين الإعلاميين وبيئتهم ومحيط عملهم.

وبالنظر إلى أن أي مؤسسة تلفزيونية تقوم بإنتاج رسائل إخبارية داخل أستوديوهات مهيكلة جيدا تعمل وفق إطار مؤسساتي منظم قائم على تبني قيم خارج المتطلبات التقنية ووفق معايير مهنية، الأمر الذي يجعلها تكسب نوعا من الشرعية القانونية والتنظيمية والفنية لتبرز مكانتها وتموضعها داخل السوق الإعلامي (أو وسائل أخرى، وزارات، مؤسسات...). وبالتالي فالمؤسسة الإعلامية قد تكون بحاجة إلى بنية فيزيولوجية وكيان مادي، أقسام ومصالح، أستوديوهات، عمال، علاقات، سياسات، قيم وغيرها فهذه

العناصر تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل مورفولوجيتها، كما لا يمكن الإنكار أنها الفضاء العام الذي تصنع فيه الرسالة الإعلامية وتتلقى فيه كافة العمليات الفنية والإبداعية. وبالعامل وفق كامل هذه العناصر تكون المؤسسة قد جسدت الطابع المؤسساتي على شخصيتها واسمها وعملها وتحصل على شرعية مهنية وصورة واضحة لدى جمهورها. وقد نددت النظرية المؤسساتية (التي تغيب عن معظم الأدبيات العربية بالرغم من أن "ديماجيو DiMaggio" أشعل النور على هذا المجال عام 1944 لكن دراسته في مجال الإعلام تبقى قليلة) بضرورة توجه كافة المؤسسات بما فيها الإعلامية نحو تبني الطابع المؤسساتي الذي يتوجه من الجانب التقني إلى التنظيمي في صنع المعلومات. فاتخاذ قرار بث صورة إخبارية ما عن أخرى تحكمه عدة سياقات أبرزها طبيعة الخبر والشخصيات المتواجدة داخل الاستوديو وقاعات التحرير التي قد تدخل فريق العمل في ضغوطات ومشاكل مهنية، ومعايير مؤثرة من قريب أو من بعيد كالشكلية (هندسة الاستوديوهات وتصميم البلاتوهات) والتنظيمية (هيكل العمل) لبيئة المؤسسة الإعلامية (AMEY, 2007, p. 242). وقد أفرزت مختلف هذه المعطيات والتحويلات واقعا إعلاميا عالميا وهو كذلك واقع المؤسسات التليفزيونية الجزائرية، يوصف بالجديد، المعقد والخطير، ومهما اختلفت صفات وتعييدات هذا الواقع، فالأكيد أن هناك ظاهرة تحتاج التفسير والفهم بسبب زيادة إسهامات التواصل العالمي والاقتصاد الدولي في التكتيف من عملية تدفق المنتجات والقيم الثقافية وإقبال الجمهور على استهلاكها، بالإضافة إلى تقادم الظروف والمظاهر العالمية كأزمة الهجرة وعودة الأساسي والوطني والخطاب المحافظ عبر العالم من الولايات المتحدة الأمريكية إلى مصر (Uricchio, 2017).

في نفس الوقت، أشكال أخرى للعولمة أربكت الوضع والتي أصبحت موضوع العصر وحديث النقاد والمتمثلة في تأثيرات الهواتف الذكية، تطبيقات الإنترنت وأشكال تكنو-ثقافية تخص وسائل الإعلام بالإضافة إلى تهديدات الإعلام الجديد الذي دفع بالتليفزيون نحو التكامل والالتقاء* *Convergence* وإعادة النظر في تغيير مكان العمل والتفاعل داخل بيئات جديدة معقدة. فمكان العمل في بعض الحالات، يتغير بسرعة من وقت لآخر عن الشكل الذي أسس عليه من خلال تقسيم فضاء الإنتاج وزيادة وضع رموز (كالديكور) كقيمة مضافة (بلغة الاقتصاد) قد تحدث تغييرا إيجابيا على العمل.

ففي الحقيقة يكشف كل من المرسلين والمحرفين والمشرفين المكلفين بصنع الأخبار اليومية قدرا كبيرا من التناظر في مكان العمل اليومي بالنظر إلى زيادة ارتفاع الطرق الروتينية والقيم الكلاسيكية في

*Convergence**: تطوير المحتوى عبر قنوات متعددة وانصهار وسيلة أو غرف الأخبار في وسائل أخرى بغية تلبية حاجات الجمهور.

العمل (AMITTI, 2017). إذ سوف يتم ترك المنظمات والأشخاص غير الراغبين أو/و غير المهنيين أو الذين هم ببساطة خائفون من التغيير. فلعدة سنوات، ركزت المناقشات على بيئة العمل المتغيرة في أعقاب الإندماجات المؤسسية الإعلامية المتزايدة باستمرار، وتجميع الخدمات و عدة وظائف في وظيفة واحدة مما قد يزيد من ضغوطات العمل على الإعلامي الذي يضطر إلى أداء وظائف خفية لتغطية مسؤولية سلطة أعلى منه. وأثارت تلك المناقشات المتكررة حول مركزية السلطة وتخفيض عدد الملاك في وسائل الإعلام تساؤلات حول الخصائص التنظيمية للتلفزيون وهيكله عناصره وهندسة بنائه التي تبقى مجهولة حتى عند المهندسين المعماريين. إذ تصاعدت الأبحاث حول هذا الموضوع في الولايات المتحدة منذ سنة 1999 والتي نشرت في المجلة الدولية لمانجمنت وسائل الإعلام.*

كل هذه الإشكاليات التي تحوم بالحقل السمعي البصري يمكن أن يكون لها تأثيرات في الإنتاج وفي المؤسسة وعمالها والمشكل الشائك هو أن القائمين على هذا الإنتاج لا يقدرن خطورتها، فأحيانا يتجاهلون الحتمية الجديدة (التغيير والعصرنة) وأحيانا أخرى يشعرون بالتهديد نحو ما يعرف بـ "الشاشة الثانية"* واستهلاك متعدد الشاشات Multi-écrans الذي جاء نتيجة الاستخدامات المتعددة للحواسيب والوسائل الإلكترونية الحديثة، ويتعلق الأمر بالمشاهدة الثنائية للمحتوى والتي تمنح غالبا الثانية منها ميزة التفاعلية. وهذه التحولات شملت كذلك المشهد السمعي البصري فسرعان ما توجهت التلفزيونات العالمية (كالبي بي سي BBC والتي أف أن TF1) نحو البث عبر الإنترنت مستفيدين من الأعمار الصناعية وتقنيات الويب والفيديو Streaming Video، وهذا التحول شهد ميلاد وسائل اتصالية جديدة (الإعلام الإلكتروني) دعت في أغلب الحالات إلى التساؤل حول مصير الوسيلة الاتصالية السابقة (الجراند والإذاعات) من ناحية والتخوف من انعكاسات المبتكر الحديث من ناحية أخرى داخل الاقتصاد العالمي.

ومما هو معروف أن الميزة التي تطور اقتصاد الدول هي الابتعاد عن التمسك بالقوانين القديمة (الماضية) وتحمل أعباءها، فالقوانين تجددت وربما تكنولوجيتها كذلك. لذلك بات من المفروض تنبه المؤسسة الإعلامية التلفزيونية لإعادة النظر في مورفولوجيتها لكي تصبح أكثر إبداعا وتبحث عن فرص وبيئات حديثة للعمل. فعدم توفر الرغبة في التجديد أو في حال إعادة وضع قوانين بممارسات جديدة

*The International Journal on Media Management .(1999). Edited by mcm institute and University of St. Gallen Switzerland, N 1(Vol 1), Autum/Winter, pp.1-12.

*الشاشة الثانية: أي ثنائية نقل المحتوى التي تسمح للمشاهد برؤية نفس المضامين التي تبث عبر شاشة التلفزيون لحظة العرض عبر الوب باستخدام الحاسوب، الهاتف، الألواح الإلكترونية.

فتطبيقها يبقى كلاسيكيا، والعمل بهذا الأسلوب وهيكلته وقوانينه قد يبعد المؤسسات عن مواكبة التطور العالمي إذ يزيد من روتينية الفعل المهني.

إن الإنتاج والبنث التلفزيوني بالرغم من التغييرات التي طرأت على صيغته إلا وأن خدمته الأساسية تبقى صناعة الأخبار وتوفير المعلومات للناس، لكن المنفذون في التلفاز كأحد عناصر صناعات الرسائل يحاولون تجاهل هذه الاحتياجات (على سبيل المثال وليس الحصر، لم يكن مسموحا قانونيا بهولندا خلق وإنتاج برامج "أون لاين" للجمهور مع أنه تقنيا يتم نقل وبنث محتوى التلفزيون والإنترنت عبر نفس الحوامل والكوابل) ويفضلون العمل بالطرق القديمة التي تتحول إلى مهام روتينية بمجرد تحقيق الخبرة داخل المؤسسة اعتقادا من الجميع أنها توفر الجهد والتعب ويصل الأمر أحيانا إلى الهروب من التنقل للعمل داخل المؤسسة، الشيء الذي يفقدهم الكثير من الاحترافية والعمل بمهنية وغالبا ما نجد المؤسسات العمومية تأخذ هذا المنحى (Uricchio, 2017).

إن اختلاف المعايير المهنية والتنظيمية والشكلية بين وسائل الإعلام العمومية والخاصة، مثلا من هو عمومي له الأسبقية والأفضلية في الوصول إلى الرسالة ومن هو خاص يأتي في الدرجة الثانية وأحيانا يمنع من التغطية، أدى إلى التعدي على الأخلاقيات المهنية (مشكل شرعية المؤسسة وموضوعيتها) وذلك بسبب عدم تطبيق المعايير المتفق عليها. ففي الجزائر على سبيل المثال وليس الحصر بالرغم من أن حقل الإعلام شهد تشريعات إعلامية مختلفة، لكن مختلف تلك القوانين تلقت مجموعة من الانتقادات بالنظر إلى النقائص التي شهدتها أهمها إغفال الجانب التنظيمي للمؤسسات وطرق العمل بداخلها كغياب مواد تتعرض إلى التشكيك المهنية والهيكلية ولو إن توفرت بعض التلميحات فإنها تبقى سطحية. إذن، بما أن الإعلام في الجزائر لا زال يعاني من هكذا وقائع، وجب الاهتمام بالتفكير حول أبرز المعطيات التي تساهم في إنشاء مؤسسات مهيكلة بكادر إعلامي محترف يعمل داخل بيئة منظمة يمارس من خلالها إعلام جيد. فبعدما تم فتح مجالي السمعي البصري والإلكتروني - بالرغم أنه تحدد في خلق قنوات تلفزيونية فقط وبعض الصحف الإلكترونية - أمام الخواص أصبح يتبادر إلى أذهاننا مجموعة من الاستفهامات، أولها العوامل التي تؤثر في مستقبل المؤسسات الإعلامية في ظل الانتشار الواسع لشبكة الويب وتساعد مظاهر تسهيل التلقي للمواطنين.

فحاليا تشهد السوق الإعلامية الجزائرية زخما كبيرا على مستوى التلفزيونات الفضائية، من بينها التلفزيون الجزائري وتلفزيون الشروق، فكلتا القناتين تتمتعان بنسب مشاهدة لا بأس بها ورسائل مقبولة حسب تقدير جماهيرها إلا أنها أمام تحد انتظام قاعاتها التحريرية، وهيكله الاستوديوهات وتنظيمها. لذلك

جرت محاولات متكررة في التلفزة الوطنية لتحسين الأداء الإعلامي كالتنوع في لغات البث ومحتويات رسائلها، وإنشاء قنوات تليفزيونية تستهدف كل واحدة منها جمهورا معينا. فالجزائرية الثالثة توجهت نحو العالم العربي وكنال الجبيري استهدفت الجالية الجزائرية الموجودة بأوروبا. نفس الشيء بالنسبة لتليفزيون الشروق الذي أصبح يضم الآن (2019) أكثر من ثلاث قنوات: الشروق تي في، الشروق نيوز والشروق⁺. صحيح أن الإشهار والتمويل هما عنصران ضروريان لقيام نظامها الداخلي لأن المؤسسة وأعضاءها يسعون للحصول على المال، لكن هذا لا يعني أن التمويل وتحقيق الربح يعتبران عائقا أمام تنظيم المهنة التي تعيش على وقع تهديد واضح في تشكيلتها الداخلية وهيكلها الوظيفي الذي يوضح هويتها، في ظل ظهور وسائل تنشط في بيئة جديدة تشمل قاعات التحرير الإلكترونية والأستوديوهات الافتراضية.

ولعل الارتباط الوثيق لبيئة العمل الجديدة بالجانب التقني وما قد تمنحه من أساليب عمل جديدة بعيدة عن الروتينيات والتنظيم البيروقراطي ونمطية الشغل (التواجد من الثامنة صباحا إلى الخامسة مساء)، بات من الضروري على العامل فهم هذه البيئة شكلا ومضمونا، تسييرها، تنظيمها، تكنولوجيتها، ظروفها، تحدياتها، لكي يستطيع المحافظة على مستوى العمل الكلاسيكي بالتليفزيون ويوسع من حرية التطوير الوظيفي الذي يتوجه نحو تقدير الجهود الفكرية وتعبئة المهام داخل فضاء افتراضي من أي مكان كان حرصا على راحة العامل، وليس الحضور الجسدي داخل الكيان الفيزيولوجي لتعبئة ساعات العمل. غير أن التنظيم الإلكتروني، التسيير الإلكتروني، التوظيف الإلكتروني، الرقابة الإلكترونية، الإنتاج الإلكتروني الافتراضي يطرح الكثير من التحديات التي تتوقف على مدى الاستعداد الفني للعامل والإعداد المهني وما يحيط بالعامل من بيئة مريحة، وكل هذا يعكس الاهتمام بالفضاء التنظيمي أهمية الدراسات الإنسانية وجهود المنظمات لتحسين بيئة العمل الداخلية، بما يستلزم إعداد القائمين بالاتصال والإنتاج السمعي البصري على أسس وقواعد تكون هي المحور الأساسي في العملية الإنتاجية وشموليتها. ولقد تصاعدت الأبحاث التي تدرس خصائص والسمات الشخصية (كالنوع والعمر والتخصص والطبقة الاجتماعية والانتماء الفكري والعقائدي) للدور الرئيسي الذي تلعبه في التأثير والتحفيز لصناعة الرسالة الإخبارية. وقد تكون لتلك المتغيرات الفرعية من قريب أو من بعيد مؤثرات ضمنية تفرض على الإعلامي نمط تحريري معين قد يتفق وينسج مع سياسة المؤسسة الإخبارية.

وبالنظر إلى التقارب الإخباري من حيث المضمون وبث الرسائل بين القناة الأرضية وتليفزيون الشروق نيوز، يصبح مهما التوجه نحو دراسة مورفولوجيتهما، والبحث في المعايير التنظيمية والشكلية التي قد تربك صناعات الرسالة، لذلك بات من المهم البحث وراء تلك المعايير وحجم ومدى تأثيرها. وبما

أن الإشكال يتعلق بكيفيات ممارسة هذه المهنة في بيئة عمل منظمة وضعف الدراسات والقراءات التي تتناول طبيعة أداء فريق العمل وأهمية الأشخاص المكلفين بإنتاج المعلومة، وفي ظل غياب نماذج وقواعد وهياكل مؤسسة للتلفزيون جاء إشكال هذه الدراسة الذي يدور حول مورفولوجية المؤسسة التلفزيونية وتأثيراتها في صانع المحتوى، بالإضافة إلى أن ضعف الدراسات التي تتناول تشكيلة التلفزيونات بسبب حساسية وتعدد هذه الوسيلة من خلال المراقبة المشددة بداخلها، دفعنا للخوض في هذا المجال. وعليه يمكننا طرح التساؤل التالي:

هل تؤثر مورفولوجية كل من القناة الأرضية وقناة الشروق نيوز في صناع رسائلها؟

إن هذا التساؤل يحتمل اقتراح متغيرين يكتسبان سمة الدراغماتية (أي يمكن ملاحظتهما وقياسهما على أرض الواقع)، إذ أن كل متغير يتفرع إلى مجموعة من الأبعاد والمؤشرات المعقدة التي تحتاج من الدارسين في علوم الإعلام والاتصال إلى الفهم والوعي بها. لذلك سوف نكتفي في دراستنا هذه بطرح مجموعة من الأسئلة علّها تكون انعكاساً منطقياً عقلياً لماهية إشكاليتنا ومسارها. ولم نستطع بناء وصياغة افتراضات مسبقة حول الموضوع لأن هذا الأخير لم يتم دراسته من قبل ولا تتوفر أدبيات مباشرة وواضحة تساعدنا على التنبؤ بالفرضيات، ولعل هذا المنطق تبناه مجموعة من الباحثين (أهمهم ماكس فيبر) في العديد من المقاربات الاجتماعية المعاصرة لبناء ما يسمى بعلم اجتماع الفهم. لذلك فإننا سوف نعتمد على التساؤلات بغية فهم الحقل السمعي البصري في ظل غياب التراكم المعرفي حول هذا المجال وترك البحث يأخذ مساره الذي يفرضه الميدان بدلاً من توجيهه وحصره في فرضيات. وطبيعة هذه الدراسة وإشكالياتها دفعتنا الباحث ل طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي الخصائص المورفولوجية لصناع الرسائل لكل من القناة الأرضية والشروق نيوز؟
 - ما هي الخصائص المورفولوجية المؤسساتية لكل من القناة الأرضية والشروق نيوز؟
 - هل تؤثر العوامل التنظيمية الهيكلية لكل من القناة الأرضية والشروق نيوز في صناع الرسالة؟
 - هل تتوافق هوية صناع الرسالة التلفزيونية في الأرضية والشروق نيوز مع الوظائف التي يشغلونها؟
 - هل تؤثر العوامل الهندسية الفنية لكل من القناة الأرضية والشروق نيوز في صناع الرسالة؟
 - هل يتوافق كل من القناة الأرضية وتلفزيون الشروق نيوز إسمورفيكياً*؟
- وعليه يمكن القول أن مصدر إشكاليتنا هذه نابع من خلفيات نظرية معرفية حاولنا أقمتمتها مع

* انظر الفصل الأول: الاسمورفيزم، ص ص. 57-59.

موضوع دراستنا والمتمثلة في العوامل المؤثرة في عمال المؤسسات الإعلامية، كان قد سبقنا باحثون من قبل في دراساتنا عبر مختلف أوطان العالم. وهذا ما دفعنا لاستنباط موضوع هذه الدراسة بالبحث عن عوامل جديدة قد تؤثر في عمال المؤسسات التليفزيونية والتي لا توجد إلى حد الآن دراسات قد طرحت موضوع إشكاليتنا هذه. ومن جانب آخر حاولنا استقراء واقع مهنة الإعلام عموما والتليفزيون على وجه الخصوص في الجزائر، فانتبهنا إلى أن إشكالية الدراسة تطرح مشكلا مهنيا يتعلق بمستقبل المؤسسات الإعلامية والتحديات الرقمية والإلكترونية التي باتت حتمية لا مفر منها. وعبر هذا المنحى تأتي إشكاليتنا التي نلخصها في الصيغة الشرطية الآتية:

إذا كانت مورفولوجية التليفزيون بفضائها الإداري والإنتاجي لا تؤثر في صناع الرسائل الإخبارية لدى كل من الإعلام العمومي والخاص، فإنه بعد عشر سنوات من الآن سوف نشهد اندثارا للمؤسسات التليفزيونية الجزائرية ويتحول العمل بأكمله إلى البيئة الإلكترونية.

إذن هذه الصيغة الشرطية قد تجيبنا على سؤال وجيه يتعلق بهل المستقبل الحقيقي للتنظيمات الإعلامية يقوم على البنية فقط؟ أو هناك أشكال أخرى يجب أخذها بعين الاعتبار.

2.1 أهداف البحث:

لا يمكن لأي باحث في أي مجال من مجالات المعرفة العلمية وعلوم الإعلام والاتصال أبرزها، أن يقوم بدراسة علمية إذا لم يوفر طرفا من التساؤلات والأهداف التي يرغب في الوصول إليها، والتي تعطيه حافزا للبحث والتفتيش كلما أراد التقدم وإعطاء المزيد.

فالهدف يعتبر المحرك الأساسي لرغبة الباحث في صياغة موضوعه وتحويله إلى تحقيق ميداني لتشخيص إشكاليته امبريقيا محاولا إيجاد حلول لها استنادا لتساؤلاته وأهدافه. وخلال دراستنا هذه فإننا نطمح للوصول إلى مجموعة من الأهداف والمتمثلة في الآتي:

- النظر في إمكانية تأثير مورفولوجية المؤسسة في صانع الرسالة التليفزيونية: من خلال تشخيص كافة العناصر والخصائص المورفولوجية (المهنية، التنظيمية، الهندسية، الاتصالية، القانونية).
- الكشف عن الوظائف الظاهرة والكامنة بكل من المؤسسات الإعلامية وتحديد طرق العمل التليفزيوني.
- تقديم معلومات عن تنوع التنظيم المؤسساتي للتليفزيون والكشف عن خصوصية التنظيم العمومي والخاص.

- الكشف عن مختلف الأقسام والمصالح التي تشكل بنية القناة الأرضية العمومية وقناة الشروق نيوز الخاصة وطريقة تكييفها لدور أو وظيفة تساعدها على خلق التميز.

- الوصول إلى نموذج مورفولوجي لتشكيل (خلق) مؤسسات سمعية بصرية ومناطق إعلامية للمقبلين والمستثمرين في المجال السمعي البصري.
- الوصول إلى نتيجة تبرز العلاقة بين التلفزيون والانبثاق السريع لأشكال وسائل الإعلام الجديدة والتهديدات التي أصبحت تمارسها هذه الأخيرة على الشاشة.

3.1 أسباب اختيار الموضوع وأهميته:

- 1- حادثة وأصالة الموضوع: يندرج هذا الموضوع ضمن الدراسات الاستكشافية التي لم يتم التنبيه لها من قبل باحثين سابقين، إذ يعد مجالها خصبا ولم يتناول على المستوى الوطني بهذا الشكل أو حتى العالمي (انظر عنصر الدراسات السابقة). وتأتي حادثة هذه الدراسة من خلال تبني بعض المتغيرات العلمية (المورفولوجيا) التي كانت تقتصر على العلوم التطبيقية كالطب، ومحاولة أقلمتها وتطبيقها مع تخصص علوم الإعلام والاتصال، علما تكون إضافة علمية لهذا التخصص.
- 2- اهتمامات الباحث الشخصية: يجدر القول أنه إذا توافق موضوع الدراسة مع اهتمامات أي باحث سوف نصل إلى نتيجة جيدة، إذ أن أي باحث علمي يقوم باختيار موضوع بحثه انطلاقا من قدراته وكفاءته وتطلعاته على ميدان تخصصه خلال سنوات تكوينه، فمن خلال احتكاكنا بميدان التخصص (السمعي البصري) خلال كامل سنوات الدراسة والتفكير في إتمام المسيرة الأكاديمية، شغل إشكال هذه الدراسة الباحث وأرقه وحاول من أول فرصة أتاحت له الخوض في مغامرة بحث جديدة تشبع رغباته من جهة وإضافة معرفة علمية من جهة أخرى. فمن خلال تخصصات الاتصال المختلفة، يطمح الباحث من هذه الدراسة إلى وضع نقاط تلاقي بين مجموعة من التخصصات وهي التنظيمات أو المؤسساتية والهندسة المعمارية والسمعي البصري.
- 3- تحويل بؤر الاهتمام نحو مجال جديد وإضافة معرفة في البحث العلمي: عندما تكون دراسة لم يتم التطرق لها من قبل وتكون بصدد تناول موضوع هام يسعى إلى حل مشكلة جديدة سوف تلقى صدى على مدى واسع من قبل علماء وكتاب وباحثين وحتى المهنيين، قد تتحول إلى نظرية أو إلى نموذج يتم الاستفادة منه على مستويين: الأول معروف عند العامة وهو البحث العلمي الذي يعتبر وحدة الإثراء العلمي وبما أن العلم وحدة الإثراء المعرفي والمعرفة أوسع مجالا من العلم والعلم أوسع مجالا من البحث.

لذلك يقوم الطلبة والباحثون بسلك خطى الباحث الذي تنسب إليه براءة الاختراع، معالجتها، تطويرها وحتى نقدها. أما المستوى الثاني، يتعلق بتمهين أصحاب ميدان الدراسة بذلك البحث ويتم تبنيه كمشروع

إيجابي يعود عليهم بالمنفعة.

4.1 تحديد المفاهيم:

يعتبر هذا العنصر مرحلة مهمة وحاسمة في تاريخ البحث، إذ تكتسب أهمية تحديد المفاهيم من طبيعة الدراسة وعنوانها ومدى تعقد ووضوح المتغيرات والمصطلحات المشكلة لعنوان الدراسة، كما تقاس علمية هذه الأخيرة انطلاقاً من توظيفها لمفاهيم يتم أخذها باستخدام تقنيتين: إما الاستنباط من نظريات أو كتب أو الاستقراء من خلال اطلاع الباحث على ميدان تخصصه وملاحظة الظواهر والإشكاليات التي تحوم به وصياغتها في موضوع علمي. هذا الأخير الذي من المفروض يحتاج إلى ضبط من قبل الباحث عبر استخدام مصطلحات قابلة للقياس على أرض الواقع من تفكيك كل متغير (مستقل/تابع) إلى أبعاد ومؤشرات تساعد على تقريب البحث إلى الميدان وجعله مفهوماً وأكثر استيعاباً، خاصة إذا كانت المصطلحات عامة أو تم تبنيها من علوم أخرى من غير تخصص الباحث. وهذا حال دراستنا الحالية، إذ قام الباحث بتبني مصطلح "المورفولوجيا" من العلوم الدقيقة وأقلمته مع دراسته وتخصصه وهذا ما سوف نقوم بشرحه كما يلي:

1.4.1 المورفولوجيا:

(أ) لغة: مصطلح المورفولوجيا Morphology، مشتق من الأصل الإغريقي Morphe وتعني البنية أو الشكل أو الهيئة أو الحالة التي تدل على دراسة الشكل Forma/Shape (غنيم، 2011، ص. 87)، أي ترتيب وتواصل أجزاء الشيء، وكيف يتوافق الجزء مع الكل. قد يكون الشيء فيزيقياً (كائن أو بيئة معينة)، اجتماعياً/تنظيمياً (مؤسسة أو هيئة)، أو عقلياً (أشكال اللغة أو أي نظام للأفكار) (RITCHEY, 2014, p. 7).

وتنقسم كلمة Morphology إلى وحدتين Morpho: Morpho-logy يعني الشكل و Log لوغوس: أي المعرفة والعلوم. إذن، كلمة المورفولوجيا تعني علم الأشكال (جبور و عواد، 2009، ص. 685).

(ب) اصطلاحاً: يعرف مارسيل موس M. MAUSS المورفولوجيا بأنها وصف وتشريح المجتمعات والبحث عن طريقة تنظيم مثلى من أجل تطورها (دورتيه، 2009، ص. 522-523). ويعزى مصطلح "مورفولوجيا" بشكل عام إلى الشاعر والروائي الألماني الكاتب المسرحي والفيلسوف "يوهان ولفغانغ فون غوته Johann Wolfgang Von Goethe" (1749-1832)، الذي صاغها في وقت مبكر من القرن التاسع عشر داخل سياق بيولوجي (ARONOFF & FUEDEMAN, 2011, p. 1). ويجدر القول أن عالم النبات "فون جوته J.W. Von Goethe" هو أول من استخدم مصطلح "مورفولوجيا" كطريقة علمية محددة

بوضوح خاصة عند عرضه للمورفولوجيا المقارنة في علم النبات، وقام بمقارنة بين مورفولوجية النباتات (RITCHEY, op.cit., p.7).

وترتبط المورفولوجيا اليوم مع عدد من التخصصات العلمية (علم: التشريح، اللغويات، الجيولوجيا وعلم الحيوان، الاجتماع) حيث تعتبر "البنية الرسمية Structure formelle" أهم عنصر تركز عليه والذي يعتبر مركز اهتمام الدارسين. فهي:

✓ في الحوسبة: علم التشكل الرقمي، هي عبارة عن بنية وتركيبية نظام برمجي أو آلي (حمدان، 2008، ص. 694).

✓ في الطب: علم التشكل والتشريح.

✓ في علم الأحياء: تهتم بدراسة شكل وبنية الكائنات الحية أو أحد أعضائها من ناحية المظهر الخارجي والتكوين الخلوي أي نوع الخلايا ومكوناتها وأنواع النسيج الموجودة في هذه الأحياء.

✓ في الجيولوجيا: دراسة بنية الصخور والإصلاح الزراعي.

✓ في اللغويات: وهو دراسة البنية الداخلية للصور كمورفيمات (الكلمات ودلالة التركيب) (العروسي ووصفي، 2011، ص. 250).

كما استعمل المصطلح بكثرة في علم الفلك عند التعرض لتصنيف المجرات ومورفولوجيتها إذ وجد أن المجرات لها أشكال مختلفة تعتمد على طبيعتها وتاريخها، وكان التصنيف المبدئي يقسمها إلى ثلاثة أنواع بالنسبة لشكلها: المجرات الإهليلجية (بيضاوية)، المجرات الحلزونية (لولبية) والمجرات غير المنظمة، وركزت الدراسات الفلكية على تطور أشكال الفلك وتاريخه بالإضافة إلى تأثيرات المحيط والألوان ولمعناها (BUTA, Spring 2011, p. 37) Luminosity Effects.

استخدم مصطلح المورفولوجيا كذلك لدراسة العلاقات الهيكلية بين أجزاء أو جوانب مختلفة من موضوع الدراسة، على سبيل المثال في البيولوجيا: المورفولوجيا تعني دراسة شكل وهيكل الكائنات وخصائصها الهيكلية المحددة. في علم الصرف تعتبر فرع من القواعد التي تدرس هيكل أشكال الكلمات، وذلك أساسا من خلال استعمال بناء المورفيمات (تركيبات الكلمة). وفي الجيومورفولوجيا تدرس التضاريس والعمليات التي تشكلها. كما أن المورفولوجيا الحضرية هي دراسة شكل المستوطنات البشرية وعملية تكوينها (ÁLVAREZ & RITCHEY , 2015, pp. 1-2).

منذ ظهور مصطلح المورفولوجيا وتطويره في أواخر 1940 من قبل عام الفيزياء الفلكية والتصميم الهندسي "فريتز زويكي Fritz Zwicky" في معهد التكنولوجيا بكاليفورنيا Caltech، فإن "النموذج

المورفولوجي" أو "التحليل المورفولوجي" طبق في العديد من مجالات الدراسة المتنوعة من التصميم الهندسي فالنتبؤ التكنولوجي إلى تحليل السياسات والتطوير التنظيمي والكتابة الإبداعية. فيما تم اعتبار التحليل المورفولوجي (التشكلي) Morphological Analysis: أسلوباً لإدراج وفحص جميع العوامل الممكنة في التأثير على شيء معين، وجمع تلك التي يمكن أن تفيد في حل مسألة معينة (المجنك، 2007، ص. 539). ويستخدم هذا الأسلوب في المواقف التي يمكن تحليلها إلى أجزاء أو مكونات قليلة أو كثيرة وتعكس هذه الأجزاء أو المكونات المواقف بصورة تفصيلية، ويعتبر هذا التحليل امتداداً لأسلوب تحليل النظم. وبصفة عامة يعتمد أسلوب التحليل المورفولوجي إلى تحليل النظم المدروسة إلى أجزائه ومكوناته الأساسية ويتم التعامل مع كل منهما بصورة مستقلة وبحث الحلول والأوضاع الممكنة لكل جزء من هذه الأجزاء، ثم اختيار التوليفة المناسبة. كما يستهدف إلى تنمية مهارات الأفراد في إنتاج مجموعة كبيرة من التوافيق والتباديل الممكنة للعناصر التي تتدخل في الشيء محل الدراسة أو الاهتمام. ويقوم هذا الأسلوب على تحليل أي مشكلة إلى أبعادها الهامة ثم يتم بعد ذلك تحليل كل بعد من هذه الأبعاد إلى متغيراته الجزئية بحيث يستطيع بعد ذلك انتاج مجموعة من التكوينات "الفكرية" من خلال تكوين أو دمج التوصل إلى حلول كثيرة بهذه الطريقة، وتكمن آخر خطوة في هذا الأسلوب في تقييم الحلول واختبار الحل القابل للتنفيذ والذي يعتبر في نفس الوقت أكثر الحلول جدة وأصاله (أبو النصر، 2004، ص. 156).

وتجدر الإشارة أن نتيجة هذه الأبحاث المستمرة في مجال المورفولوجيا تمخض عنها بروز مجموعة من الأنواع المتوافقة مع تخصص كل باحث إذ نجد المورفولوجيا: الجغرافية، الحضرية، الدينية، الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الرياضية، الإعلامية. ولقد ظهر أول كتاب تحت تسمية المورفولوجيا الاجتماعية "الموريس هالباوأكس" إذ ركز فيه على المورفولوجيا السياسية والاجتماعية (HALBWACHS, 1938, p. 7).

إن جذور وفرضيات المورفولوجيا الاجتماعية تعود إلى كل من "إيميل دوركايم" و"مارسيل ماوس"، فالأول اقترح تقسيم علم الاجتماع إلى جذعين متلائمين: المورفولوجيا الاجتماعية التي تدرس الجوهر المادي للمجتمع، والفيزيولوجيا الاجتماعية التي تهتم بالفعل الاجتماعي والحياة الاجتماعية في حد ذاتها. ويعرفها بدراسة المجتمع من جانبه الخارجي حيث تغلب دورا هاما في التفسيرات الاجتماعية لدرجة أن "المصدر الأول لأي عملية اجتماعية مهما كانت أهميتها يجب أن تبحث عن تشكيل المجال الاجتماعي الداخلي" يقول دوركايم. إذن أبحاث هذا الأخير منذ سنة 1894 إلى غاية 1992 والفرضيات التي اقترحها

كانت تدور حول المورفولوجيا الاجتماعية التي ظهرت منذ الحرب العالمية الثانية والتي سمحت بإيجاد نقاط التقاء بين مجموعة من التخصصات:

✓ المظهر الديمغرافي: الذي يجمع ما بين "الكثافة المادية" و"حجم المجتمع" أو "جمهرة" الأفراد. ويحتوي على عدد السكان وتوزيعهم.

لكن أيضا يضم التوافق العقلي للشعوب "الكثافة الديناميكية" و "طبيعة وعلاقة الأشياء التي من شأنها تؤثر في العلاقات الجماعية".

✓ المظهر الجغرافي: الذي يضم أولا إسهامات الجغرافيا البشرية كتخصص فرعي من المورفولوجيا، الاتساع المكاني للمجتمع، الحدود الإقليمية، تأثيرات أرضية المجتمع، التركزات البدوية والحضرية. ✓ مظاهر أخرى: التي تعتبر العناصر التقنية كأشكال السكان، أوجه الاتصالات أو نماذج استخدام الموارد الطبيعية (BOUDES, 2011, p. 202).

ولقد أجمع العديد من العلماء والباحثين أن المورفولوجيا مصطلح يستخدم في الحقل العلمي المادي أو العلوم الطبيعية أكثر مما يستعمل في حقل العلوم الإنسانية. لذا، تم نقله إلى حقل علم الاجتماع من قبل المهتمين بالعلوم الطبيعية والاجتماعية، للدلالة على البنية والشكل والصورة الخارجية للمادية للأشياء. ومن هنا، تدرس المورفولوجيا الاجتماعية بنية المجتمع أو شكله أو هيئته أو حالته البنوية أو الشكلية، كدراسة توزيع السكان فوق الأرض، ووصف الظروف المكانية والجغرافية التي ترتبط بها الساكنة الديمغرافية. وبالتالي، فالمورفولوجيا الاجتماعية هي مجمل الظروف المادية الأساسية المرتكزة عليها الحياة الاجتماعية، وهي التي تتحكم في قيم المجتمع وتصرفاته وأفعاله.

وفي هذا السياق، يمكن الحديث عن نوع الساكنة حسب الجنس والسن، فهناك الذكور والإناث، والعلاقات بين الجنسين كالتقابل والتكامل، وهناك الأطفال والشبان والشيوخ. وتعتبر هذه المستويات العمرية عن المراحل التي يمر بها المجتمع أو التنظيم في مساره البيولوجي والاجتماعي. وبما أن هذا العلم بات أحد أهم فروع علم الاجتماع فإنه يعنى بدراسة البنية المادية والشكلية للمجتمع، كالتركيز على مساحة المجتمع أو الدولة أو الإقليم، وتبيان عدد سكانه، وطرائق توزيعه، ونسبة كثافته الديمغرافية، وطبيعة المجتمع المناخية والإقليمية، وبيئته الجغرافية، وطرق المواصلات، وبنية التجارة... إلخ أي: يهتم هذا العلم بدراسة البيئة الجغرافية والبيئة السكانية وأثر ذلك في التنظيم الاجتماعي. وبتعبير آخر، المورفولوجيا الاجتماعية هي دراسة البيئة، والجنس، والسكان، والظواهر الجغرافية.

كما ينظر للمورفولوجيا كعامل بارز لتحديد طبيعة العلاقات بين مجموعات الأفراد ومنظمتهم

(GREENMAN, March 1915, p. 111). ويقول "مارسيل موس Marcel MAUSS" المورفولوجيا الاجتماعية: هي دراسة بناء المجتمع من حيث مظهره المادي الخارجي أي من حيث السكان وتكوينهم وتوزيعهم وثقافتهم وحركة تنقلاتهم وهجرتهم الخارجية والداخلية من الريف ومن المدن وموقع بلادهم وضيقها أو سعتها وقربها من البحر أو بعدها عنها، وطرق المواصلات التي تربطها بغيرها (بدوي، 1987، ص. 240).

ففي علم الاجتماع طيلة القسم الأول من القرن العشرين استخدم علماء الاجتماع الفرنسيون (إيميل دوركايم، مارسيل ماوس، موريس هالبواكس وجورج غيرفيتش) كلمة المورفولوجيا الاجتماعية لوصف بنية المجتمعات ونظامها، وهذا ما كان "جورج سيمل George SIMLE" يسميه "الأشكال الاجتماعية" هكذا حين وصف "إيميل دوركايم Emile DURKHEIM" في كتابه (Les Formes élémentaires de la vie religieuse الأشكال الأساسية للحياة الدينية) بنية الطوطمية (ماهية الدين) الأسترالية، محاولاً بذلك استخلاص الصفات المميزة والشكل الخالص لهذه المؤسسة الاجتماعية. فيما حدد "موريس هالبواكس Maurice HALBWACHS" معنى المورفولوجيا الاجتماعية في آخر كتاب له والذي أنسب المصطلح لعالم الاجتماع إيميل دوركايم: "بأنها كل مجموعة إنسانية، من الضيقة إلى الواسعة، من العائلة على سبيل المثال إلى الأمة بأكملها، تعتبر مجموعة من الأفراد تشغل مكاناً ما في فضاء معين. حجمها، عددها وطبيعتها أعضائها، والطريقة التي هم منظمون بها داخل مؤسساتهم، تطورها أو تلفها، كلها مجموعة من الصفات تشكل الجوهر المادي الذي ترتكز عليه الحياة الجماعية" (BOUDON & al., 2005, p. 158).

إن كل مؤسسة اجتماعية، ثقافية، سياسية، اقتصادية، أو إعلامية لديها مورفولوجيتها الخاصة تكون طبيعة وحجم التبادلات بين الجماعات داخلها بالإضافة إلى الممارسة الاقتصادية نتيجة مجموعة الوظائف العامة للمنتجين والمستهلكين بمختلف أعمارهم وتوزيعهم داخل الطبقات الاجتماعية المختلفة. فالمورفولوجيا الاجتماعية بالمعنى الضيق، تتلاقى مع علم السكان، بمعنى مع الظروف المكانية والحركة الطبيعية للسكان داخل مكوناتهم، انطلاقاً من التوزيع الجغرافي والكثافة السكانية، حسب الجنس والعمر، ومن إعادة الإنتاج. لكن الأشكال الخارجية أو المادية لا تكفي في حد ذاتها لتشكيل المؤسسة، فالجماعة الممثلة هي الوحيدة التي تعطيها معناً واضحاً. فالفرد داخل تلك الجماعة لديه وعي بموقعه داخلها وبالبناء الذي ينتمي إليه، فجسم أو هيكل الجماعة يتواجد في الأفراد ولا يزول بتوقفهم بل يدوم. لذا يجب على هؤلاء الأعضاء الخضوع لقواعد مشتركة وأن يكون لديهم نفس الإحساس بالانتماء، حياة

بسيكولوجية ووعي جماعي لإمكانية تداولها ويمكن أيضا القول الوصول إلى تحقيق ما يعرف بـ "الوجود الاجتماعي". لذلك تجدر الإشارة إلى أنه إذا أخذت المؤسسات والمجتمع بعين الاعتبار هيكلتها فإنها ستكون منظمة جيدا وهذا هو الوعي الذي يستطيع تغيير أشكال وأبعاد الهيكل في حد ذاته. قد لا يحتمل الأفراد القوانين البيولوجية بدون أن تكون قابلة للتطبيق الفعلي، لأنها تكيف مسارها حسب المعايير والعادات التي تجدها من حولها. ويقول "جيرارد موجر Gérard MAUGER" بأن المورفولوجية الاجتماعية تصف وتفسر وترتكز على الديمغرافيا البشرية كما تقترح للظواهر الديمغرافية تفسيراً بـسيكو-اجتماعي (Idem, p.159).

أما في مجال الإعلام فمصطلح المورفولوجيا أو الدراسات المورفولوجية لم تلق حظها بعد من البحث، فقد كان أول مظهر لهذا المصطلح مع المفكر الفرنسي "إريك نوفو Eric Neveu" الذي أدرج مصطلح المورفولوجيا في مجال الإعلام الجماهيري سنة 2001 في كتابه "سوسيولوجيا الصحافة La sociologie du journalisme"، حيث خصص في فصل قائم بذاته المعنون "بمكانة الصحافة اليوم" تناول فيه مورفولوجية مهنة الصحافة وفصل في تركيبية الصحافة الفرنسية.*

تلاه بعد ذلك "إريك ماجرات Eric MAIGRET" واستخدم مصطلح المورفولوجيا في كتابه "سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام La sociologie de la communication et des médias" سنة 2007 للكشف عن هو ممارس مهنة الإعلام؟ ومواقع القائمين بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية؟ وبما أن المورفولوجيا تعني دراسة الأشكال، إذن فإننا في دراستنا هذه سوف نقوم بدراسة مجموعة من الأشكال بما فيها الأشكال الهندسية للتلفزيون من خلال استخراج الوحدات والرموز التي يمكن أن تؤثر (معرفيا، نفسيا ووظيفيا) في صناع الرسائل وسوف نوضح هذا في التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة.

2.4.1 المؤسسة الإعلامية:

(أ) اصطلاحاً: المؤسسة الإعلامية هي المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني، وتختار الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة، وتسعى المؤسسة الصحفية لتحقيق مجموعتين من الأهداف: الأولى تتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية (الأخبار - دعم مبادئ المجتمع - رفع المستوى الفكري والثقافي ونشر الوعي السياسي - الإمتاع والترفيه)، والثانية تتعلق بتحول الصحافة إلى صناعة لها متطلباتها وأدواتها المكلفة وبالتالي ارتباط بقائها بالدخل، ويشمل تحقيق

* للمزيد انظر الفصل الثاني: النموذج الفرانكفوني، ص ص 89-94.

الربحية مما يضمن عائدا استثماريا على رأس المال يكفل لها الاستمرار، والاستقلال المالي بما يضمن الاستقلال الإعلامي ومتابعة التطور السريع في تقنية الصحافة ويرتبط هذا البعد بالإعلان بشكل أساسي عن ستين 60 بالمئة (علم الدين و العباسي، 2001، ص.45).

والمؤسسة هي الكيان الذي يجمع بين تسيير العمال وتنظيم النشاطات والمهام، ويحدد كافة الروابط التنظيمية من أجل توجيه كافة الطاقات. ووفقا لطبيعة دراستنا وأهدافها سوف نتناول المؤسسة كما يلي:

➤ المؤسسة كبنية:

البنية عموما هي العمود الذي يحقق التوازن Armature statique للمنظمة باعتبارها نظام، فهي (البنية) المشكلة له وغيابها يعني غياب النظام. فهذا الأخير يمثل مجموعة محتويات متجانسة ديناميكية جدا، بحيث تمثل البنية ما يسمح بإدماج عناصر وأشكال مختلفة، فهي تتطور عندما يصل النظام إلى درجة من التعقيد الذي يحتاج إلى هيكل منظم وعقلاني.

يكون كل نظام في وضع يجعله يبحث عن نقط للتوازن والحفاظ على استقراره، بالإضافة إلى تبنيه لهيكل معينة تسمح إذن بإمكانية عملها كما ينبغي. في الظروف الحالية، أصبح من الصعب ضمان نقطة التوازن حيث تحولت إلى ظاهرة طرح تساؤلات عند الباحثين. في هذا الإطار لا يمكن لأي تشكيلة أن تتوافق مع مورفولوجيتها الفيزيولوجية ومع النظام، فإذا أردنا البحث عن الحل فإننا نجد يدور حول محاولة تحقيق هدف معين يبدو أنه بسيطاً في شكله لكنه صعب في باطنه وهو التأقلم.

وقد وصلت معظم الهياكل إلى درجة من الصلابة (صرامة) لأنه أصبح من المستحيل التصرف والتدخل لفكها، إنه تغير حقيقي يجب توقعه إذا أردنا جعله فعالاً. وهذا الأخير يتحقق بخلق مورفيمات (بنيات) جديدة متطورة تتجلى من خلال الحركية، الانفتاح والمرونة. أما في حال العكس، فإن المؤسسة سوف تشهد أزمة ما يهدد انفجار الهياكل (CERNER , 1979, pp. 99-100).

وقد نستطيع عموماً تميز الأنظمة المؤسساتية عبر ثلاث عناصر المتمثلة في:

- العقلية والشخصية: ويقصد بالعقلية ذلك الثوب الذي تلبسه المؤسسة بغية تسيير عملها وتنظيم بنائها والتي تكتسب غالباً من الروتينيات اليومية وسياسة ملاكها وتوجهاتهم التي تنتج ثقافة عمل توضح معالمها بالقوانين والنظام الداخلي الخاص بها. فالعقلية والشخصية هما عنصران قد يحوزان على دوافع مهيمنة Les mobiles prédominants على العمل الشامل للمؤسسة، إذ تعمل هذه الأخيرة على الوصول إلى تشكيل شخصية مهنية خاصة بها عن طريق ثقافة شغلها الجماعي.

- الشكل: ويقصد به كافة المكونات الفيزيولوجية، الاجتماعية، القانونية، المؤسساتية التي تشخص الهيكل

البنائي للمؤسسة والوظائف التي تقوم بها.

• فيزيولوجية المؤسسة: إن المصطلحات التي تفسر معنى البنية *Systeme* كثيرة جدا فهناك من يطلق عليها بنية وهناك من يقول هيكل أو تشكيلة أو تركيبية لكن المعنى هو واحد يرتبط بالتنظيم في حد ذاته باعتبار البنية لباس التنظيم الداخلي والخارجي. فكل هيئة تحملها مؤسسة معينة تأخذ شكلا معيناً فهي تسعى إلى تجميع الأعضاء التنظيمية وتوزيع المهام، كما تقوم بالتعريف بنموذج السلطة المؤسساتية وتحوير القوى المسيطرة على المؤسسة. والسعي لتوطيد الصلات والعلاقات بين أعضاء المؤسسة: معلومات، ووظائف، قرارات مصيرية، نصائح وعلاقات السلطة والمسؤولية. على العموم، يمكن القول أن بنية المؤسسة هي الإطار الذي تدور فيه العملية التنظيمية (مانجمنت) (Idem., p.105).

• الجوهر/المادة: ويقصد بها مجموعة التقنيات والوسائل التي تحول المدخلات إلى مخرجات داخل فضاء ينظمه هيكل تنظيمي واضح المعالم.

• البناء المتشاكل للفريق: إن النعت *Isomorphic* متشاكل، يأتي من اليونانية *iso* التي تعني مساوي، نفس الشيء - و *morph* تعني شكل. يكون شيئان متشاكلان عندما يشتركان في نفس المظهر البنيوي (فريم، 2003، ص.140). فالعاملون بالمؤسسة يطورون القدرة على التنبؤ بالكثير من الأشياء الطارئة في المشروعات لأن الكثير مما يحدث يتم تطويره بنيويا. وهكذا فإن مراجعات البناء المؤسساتية تمكن في عمل الموظفين بالتلفزيون بطريقة مبدعة، ويمكنهم توقع المشاكل والفرص والعمل على التعامل معها في وقت مبكر (نفس المرجع، ص.151). وبما أنه لا توجد حتى الآن ترجمة عربية متفق عليها لمصطلح *Isomorphic* ستتم تسميتها هنا "اسمورفيزم" اجتهادا.

(ب) التعريف الإجرائي لمورفولوجيا المؤسسة الإعلامية:

إن أدبيات ومراجع علوم الإعلام والاتصال قد فصلت في مفهوم المؤسسة الإعلامية لغة واصطلاحاً، لذلك سوف ننتقل مباشرة إلى التعريف الإجرائي لهذا المفهوم:

- المؤسسة الإعلامية: ونعني بها في هذه الدراسة المؤسسة التلفزيونية كهيئة سمعية بصرية تقوم بإنتاج رسائل في شكل (فيديوهات، صور، صوت) وتبثها عبر الشاشة (جهاز التلفزيون)، وهذه المؤسسة التلفزيونية تتمثل في كل من قناتي الأرضية وقناة الشروق نيوز. حيث توجد العمارة الحاملة للمورفولوجيا البشرية والهندسية في كلتا القناتين بالجزائر العاصمة.

وبعد ما حاولنا تغطية مفهوم مصطلح المورفولوجيا من مختلف الجوانب اللغوية والاصطلاحية والعملية عبر تخصصات مختلفة، فإننا نعني بمورفولوجيا المؤسسة الإعلامية في أطروحتنا هذه: بنية

وتشكيلة التلفزيون كهيئة قائمة بذاتها، وهيكلتها بنويًا ووظيفيًا وهندسيًا، من جهتين: أولاً: البشرية والمتمثلة في تركيبة الأفراد الذين يشتغلون بها (سماتهم السويديمغرافية والشكلية) ومواقعهم في قاعات التحرير ناهيك عن تسلسلهم الهرمي وهويتهم بالإضافة إلى توصيف كل عامل للمهمة الموكلة له.

ثانياً: التنظيمية تشمل توزيع الأقسام، المصالح ووضوح الهيكل التنظيمي الداخلي وهيكله الأستوديوهات والبلاطوهات ومراكز الإنتاج الإخباري داخل هيكل التلفزيون.

3.4.1 صانعو الرسائل التلفزيونية:

لقد قمنا بتبني هذا المصطلح انطلاقاً من مدخل القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة والفروق الجوهرية التي توصل إليها الباحثون السابقون في إيجاد أهم عناصر الاختلاف بين القائم بالاتصال وحارس البوابة، والتي مجملها انصبت في عنصر "درجة المباشرة في التعامل مع الرسالة" إذ أن القائم بالاتصال له دور مباشر ويساهم بشكل إبداعي في التعامل مع الرسالة أي دور مواجهي وغالباً ما يتجسد في الصحفي أو المذيع أو مقدم الأخبار أو المنشط، أما حارس البوابة فله دور غير مباشر إذ يقرر تمرير رسالة ما بعد إخضاعها لمجموعة من العمليات التحريرية والفنية (تعديلها أو حتى حذفها) ثم يتخذ قرار بثها ويتجسد في المخرجين والقائمين بالمونتاج ورؤساء الأقسام والتحرير وغيرهم من الذين يطلق عليهم جنود الوظائف الخفية. وعندما نتعرض لنظرية حارس البوابة فإننا نجد من بين المصطلحات أو المرادفات التي أعطيت له هي صانع الرسالة أو متخذ قرار تمرير معلومة وحذف أخرى في سلسلة الاتصال.

وبما أن دراستنا هذه تأخذ من التلفزيون ميدان بحث، فإننا حاولنا اختيار متغير صانع الرسالة التلفزيونية بدلاً من القائم بالاتصال أو حارس بوابة لسبب وجيه، وهو أننا نرغب في دراسة الأشخاص الذين يتعاملون مع الرسالة بصفة مباشرة (المحرر، الصحفي، المنشط، المصور، القائم على الديكور والبلاطو، القائم بالمونتاج، تقني الصوت والصورة، المخرج، المهندس) أو غير مباشرة (المسؤولين ورؤساء التحرير) الذين يساهمون في إنتاجها من الفكرة إلى غاية استقبالها من قبل المتلقي.

وعليه فإننا نقصد **إجراءياً بصانع الرسالة التلفزيونية** في دراستنا هذه: كل فرد يشتغل في التلفزيون ضمن فريق عمل داخل الأستوديوهات وفي غرف المراقبة والإدارة، يتدخل بصفة مباشرة أو غير مباشرة في إنتاج الرسالة أي المحتوى الإخباري السمعي البصري (أخبار، تقرير، روبرتاج، تعليق، تحقيق) والذين يتمثلون في عمال إنتاج نشرات الأخبار وهم: المدربون، رؤساء التحرير، رؤساء الأقسام، الصحفيون، المحررون، المقدمون، المخرجون، المنتجون، المصورون، تقنيو التحرير (المونتاج)، تقنيو الصوت

(الميكساج)، مسؤولو الإضاءة، مسؤولو البلاطو، السكربيت، القائمون بالجرافيك، المصورون، المساعدون، فنيو البلاطو والديكور والماكياج.

وفي نفس السياق، نحاول دراسة جزء ضمن نموذج إنتاج المضمون الإعلامي التي جاء بها الباحث الفرنسي "بيار ألبير Pierre Albert"، والتي تتضمن رؤية قريبة من هدف دراستنا ومنطق يتوافق والنظريات التي قمنا بتبنيها كسياق نظري، والذي قد يساهم بحثنا في تطويرها. ناهيك أن النموذج الموالي يتوافق مع مراحل الإنتاج السمعي البصري الثلاث "قبل الإنتاج، أثناء الإنتاج وما بعد الإنتاج" (Preproduction, Production, Postproduction)، ويقوم على ثلاث محاور أساسية مقترنة بثلاث مراحل متمثلة في:

- ما قبل (BEFORE): بمعنى كل ما يسبق عملية إنتاج المادة السمعية البصرية، وهو ما يمكن إيجازه في المؤسسة كتركيبة بشرية ومادية تحكمها مقومات أساسية تضمن استمراريتها وتطورها.

- أثناء (IN): أي ضمن صنع الرسالة في حد ذاتها والتي تعتبر منتجا يستحق الاهتمام والعناية في الدراسة، بمعنى لحظة تحرير المحتوى الإعلامي بكل ما يحومه من عمليات فنية.

- ما بعد (AFTER): أي ما بعد صنع المادة الإعلامية أو على وجه التحديد دراسة جمهور هذه الوسيلة، الأمر الذي يمكن أن يشمل جوانب مختلفة كظروف التلقي، الحاجات المشبعة، نوع الجمهور المستهدف ونسب الاستماع، القراءة والمشاهدة (بوزيان، 2014، ص. 7).

ونظرا لأهمية المرحلة التي تسبق إنتاج المحتوى والقائمين على العمل، نركز في بحثنا هذا بالتفصيل وبنظرة أكثر عمقا على العنصر الأول الذي أشار إليه بيار ألبير وهي مرحلة "الماقبل" المتمثلة في دراسة تشكيلة وتركيبة المؤسسة الإعلامية للإجابة عن أحد الأسئلة الفرعية لهذه الدراسة المتمثل في: من هم صانعو الرسالة التلفزيونية؟ وما هي خصائصهم المورفولوجية (بما في ذلك كفاءاتهم ونزاهتهم التنظيمية)؟ إن صناعي الرسائل التلفزيونية كقائمين بالاتصال يعرفون في الكثير من البحوث الإعلامية بالصحفي أو المقدم أو المذيع، ومعظم تلك دراسات ركزت على الصحفي: ظروفه، تكوينه، ضغوطاته، احترافيته، وتناولت علاقته بالمؤسسة الإعلامية من خلال متغيرات: الرقابة، السلطة، السياسة الإخبارية. في حين تم إغفال الجانب التنظيمي الذي قد يؤثر فيه معرفيا وإدراكيا ونفسيا وسلوكيا ومهنيا. وهذا ما نحاول التركيز عليه من خلال دراستنا هذه ومنه التعرض إلى الجوانب المورفولوجية المتمثلة في هيكلية المؤسسة الإعلامية (أقسامها، مكاتبها، استوديوهاتها، هندستها) من الداخل والخارج، التي يمكن أن تكون من جهة محفزات لا شعورية لصانع الرسالة كما قد تكون عاملا مهدما للرجبة في العمل من جهة أخرى.

5.1 الخلفية النظرية للدراسة:

تعتبر الخلفية النظرية من بين المحطات البحثية المهمة التي يجب أن يقف عندها مختلف الباحثين في شتى التخصصات، خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية بالنظر إلى أن طبيعة هاته التخصصات التي تحتاج إلى مجموعة من الأساليب، والأدوات تمكنها من التحكم في ظواهرها المتسمة بشيء من التعقيد (لأنها تتعامل مع الإنسان، وهذا الأخير يصعب التعامل معه علميا فنجد تارة بشخصية وتارة بشخصية مغايرة تماما). لذلك يجذب أن يكون البحث في مثل هذه العلوم موجها بنظرية، أو نموذج، تستنبط منها فروض، ومفاهيم وتحدد مداخله ومنهجيته. إلى جانب هذا، فالمرجعية النظرية لما تحمله من ثروة معرفية مدعمة بمدارس، ونظريات، فإنها تشكل في هذه الحالة مرجعية الباحث في عملية الوصف والتفسير.

وقد جاءت فكرة مهمة في كتاب "بناء النظرية الاجتماعية" "لعلي ليلة" مفادها أن النظرية في العلوم الإنسانية والاجتماعية تروح بأنه لا يوجد نظرية شاملة قد تفسر كل قضايا المجتمع (ليلة، 2004، ص. 125)، لذلك نجد هناك الكثير من النظريات أو بالأصح النماذج النظرية التي تعالج مواضيع معينة وتلائم دراسة جوانب مختلفة. ومن ثم فإن أي باحث هو بصدد القيام بمشروع أكاديمي بحثي علمي عليه أن يضع نفسه في إطار أو مركز نظري أكثر ملاءمة لدراسة مشكلته وموضوعه.

ويجدر القول أنه في حقبات زمنية ماضية تنامي الترف الفكري، وتساعد النقد حول مصطلح النظرية كونها تثير كثيرا من الدهشة إذا ما أقيمت على مسامع الباحثين، أو الطلبة. فالواقع أن هذا له ما يبرره، إذ أن الأفكار التي تدافع عن قوة النظرية وأهميتها تأتي بشكل يخاصم التبسيط، وهو ما يجعل الطلبة يلتزمون بالجذور الأولى لها ويحتاجون إلى جهد جهيد لفك شفرتها ومن ثم فهم عناصرها. ولا ينكر أنه هناك من الباحثين من قام بإعادة الاعتبار لمفهوم النظرية انطلاقا من أن كل ما نتعامل معه في إطار حياتنا يستند إلى فكرة نظرية، تترجم في إطار الممارسة الحياتية اليومية، بمعنى أننا في كل روتين الحياة اليومية نفكر بطريقة نظرية في ما قد نفعله، وما نقوم به، وأننا نمارس ونفعل كل مقولات النظرية في كل تفاعلاتنا وأنه قد حري بنا أن نجعل كل خبراتنا العلمية والشخصية متماسة مع النظرية، حتى يصبح بمقدورنا وضع مجموعة من الآليات التي من شأنها أن تساعدنا في السيطرة على كل ما يحدث في إطار وجودنا الاجتماعي، وقد فسر هذه الفكرة "إيان كريب" بقوله:

"...فالنظرية إذن هي محاولة تفسير خبراتنا اليومية في الحياة، تلك الخبرات الشخصية اللصيقة

بنا، وفقا لشيء ليس بذلك القرب منا سواء أكان ذلك الشيء أفعال أناس آخرين، خبراتنا الماضية

أو عواطفنا المكبوتة وأحاسيسنا الضمنية واتصالاتنا الصامتة وما شاكل ذلك. وفي بعض الأحيان - وتلك أكثر صعوبة- يتم التفسير على أساس شيء ما ليس لنا به خبرة مباشرة البتة وعند هذا المستوى تكون النظرية قد قدمت لنا شيئاً جديداً حقاً عن الحياة... (كريب، 1999، ص.26).

ولو تمحصنا في مقولة "كريب" فإننا نستنتج أنه أشاد بأهمية النظرية في حياة الإنسان والبشرية جمعاء سواء لفهم الشخصية العادية للفرد وسلوكه، أو لفهم ما يحدث من تفاعلات اجتماعية معقدة، ويكون ذلك من خلال تأويل كل فعل اجتماعي يقوم به بغية زيادة الوعي والخبرة وتفعيل المخزون المعرفي عموماً.

إنّ مقصدنا من النظرية والجانب الإبستمولوجية في دراستنا هذه يتقاطع مع أفكار "جيبز Gibbs" الذي يذهب إلى أن أي نظرية تستند بالأساس إلى نموذج قياسي Paradigm، أي الإطار الذي يتضمن مجموعة من الصياغات التصويرية الخاصة بالظواهر التي تهم النظرية بتقديم تفسيراته حولها. ولما كان أي نموذج قياسي يسعى إلى اختبار العلاقة السببية بين متغيرين أو أكثر، فهو يعد كذلك نموذجاً للكشف عن العلاقات الكامنة بين المتغيرات. واستكمالاً لما تقدم، فإن أي نموذج لابد أن يحتوي على مجموعة من المفاهيم Concepts، تلك التي تصف/تعبّر عن الظواهر المختلفة في المجتمع، وهي التي تحكم بينها علاقات ترابطية. والحقيقة أنه إذا كان تنوع هذه المصطلحات تشكل جزءاً واسعاً من النظرية، فإن العلاقات التفسيرية لها قد تكون بديهية في ثباتها Axiomatic أو تقريرية Propositioned تشتق من البديهيات أو ترابطية Causal التي تفترض وجود علاقة بين متغيرات عديدة (صيام، 2009، ص.16). وفي دراستنا هذه التي تدرج ضمن الدراسات الإعلامية الاتصالية أو حقل الإعلام والاتصال كجزء من العلوم الإنسانية والاجتماعية، سوف نقوم بعرض أهم القراءات النظرية التي ارتكزنا عليها (النظريات والنماذج) وحاولنا أن نستنبط بها أهم متغيرات الدراسة وبناء إشكالياتها وتساؤلاتها. وسوف نعتمد خلال هذا الفصل على طريقة منطقية في عرضه من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية: ماذا نقصد بتلك النظرية؟ وعلى ماذا تستند (أبرز مفاهيمها)؟ وكيف تعمل؟ ما هي المقدمات المنطقية التي ترتكز عليها النظرية؟ ما مجموعة المفاهيم التي تستند عليها النظرية؟ ما هي طبيعة الافتراضات التي تضعها النظرية؟ ما هي أهم النتائج التي تتوصل إليها النظرية في كل دراساتنا؟

1.5.1 المدخل البنائي الوظيفي في دراسات الإعلام:

وبالنظر إلى الضرورة القصوى التي بدأ يحتاجها البناء من اهتمام إثر التطور البنائي المؤسساتي الذي شهده القطاع الصناعي خلال القرون السابقة على مستوى التصاميم الهندسية، وهيكله المؤسسات

الصناعية الضخمة، أصبح كذلك تنظيم وسائل الإعلام، والاتصال يحمل نفس خصائص تنظيم المؤسسات والصناعات كبيرة الحجم فيما يتعلق بالتصميم الهندسي المورفولوجي للمؤسسة، البناء الهرمي الداخلي للعمل، تباين الأدوار، الأهداف، الممارسات التنظيمية، خطوط الاتصال، وعلاقات العمل وعلاقة الرؤساء والمرؤوسين التي تتجمع كلها لتوضح التفاعل بين مختلف الأدوار وتنظمه.

هذا وقد أصبحت دراسة مؤسسات الإعلام تتطلب تناول كل هذه الجوانب من خلال المداخل المتعددة التي ترسمها النماذج أو النظريات الخاصة بالبناء التنظيمي لهذه الوسائل. ولعل أهم هذه النظريات هي:

1- الإطار النظري التاريخي للبناء الوظيفية:

تعد هذه النظرية من أعرق النظريات الاجتماعية التي كان لها إضافات علمية في مختلف المجالات والتخصصات، حيث أصبحت مع الزمن والتسارع البحثي مدرسة قائمة بذاتها، إذ تعود جذورها إلى الفكر الوضعي الذي ارتبط مع أعمال "أوغست كونت August Comte" وتطورت بعدها على يد مجموعة من المفكرين في أواخر النصف الثاني من القرن التاسع عشر (19). وأخذت النظرية الوظيفية في التطور عبر كافة تخصصات الحياة خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، فسرعان ما أصبحت متميزة بدءاً من النظرية العضوية لـ "أوغست كونت" و"هاربت سبانسر" إلى غاية أعمال "إيميل دوركهايم"، "راد كليف براون"، "برونيسلاف مالينوفسكي"، "روبرت ميرتون" و"تالكوت بارسونز" الذي ينسب له المذهب الوظيفي البنيوي البارسونزي والمذهب البنيوي الجديد ليلاوركوزر.

وفي المدينة الفاضلة والمجتمع المثالي الذي وضعه "أفلاطون"، كانت هناك فكرة عامة أثرت في الفكر الغربي القائمة: على أن كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي تعمل على إنجاز بعض الأنشطة التي تساهم في تحقيق التماسق الاجتماعي العام وبعض الأبحاث أو الدراسات المستمرة تم التحقق من هذه الفكرة التي أصبحت الإطار المركزي لتحليل علماء الاجتماع الأوائل (مكاوي والسيد، 1998، ص. 124).

ولو رجعنا إلى الخلف ونظرنا في ماهية تسمية هذه النظرية "البنائية الوظيفية" فإننا نرى أنها مركبة من مفهومين أساسيين يرتبطان بتحليل المجتمع وتفسيره، أولهما "البناء Structure" والثاني "الوظيفة Function" المستمد من علم الأحياء كما سوف نرى لاحقاً. وقد سميت هذه النظرية "بالبنائية Constructivism" نظراً للتشابه الكبير في البناء في علم العمارة وبين البناء في علم التعليم، فالمبادئ والشروط التي يجب أن تتوافر في تصميم عمارة وبنائها لتكون مناسبة للسكن تماثل المبادئ والشروط

التي يجب أن تتوافر في تصميم المعرفة وبنائها في عقل المتعلم حتى يكون لهذه المعرفة معنى بالنسبة له (حجاج ، 1978، ص. 22).

أما مفهوم الوظيفة Function فله استخدامات متعددة لدى منظري الوظيفة، إلا أن المعنى الأكثر قبولاً والأوسع انتشاراً يذهب إلى أن الوظيفة هي الإسهام الذي يقدمه الجزء لكل وهذا الكل قد يكون المجتمع أو الثقافة، وهو نفس المعنى الذي نجده عند "دوركاييم" و"رادكليف براون" و"مالينوفسكي". وهناك معانٍ أخرى للوظيفة، مثل الإسهام الذي تقدمه الجماعة لأعضائها، مثل الحديث عن وظيفة الأسرة في التنشئة الاجتماعية والحماية والانتماء... إلخ كما تستخدم بمعنى المهنة أو العمل، أو الإشارة إلى المنفعة التي يحصل عليها الشخص نتيجة ممارسته لأعمال معينة. وقد أضاف "ميرتون" بعداً جديداً لمفهوم الوظيفة حينما قام بصياغة مفهومي "الوظيفة الواضحة Manifest" و"الوظيفة الكامنة Latent" ويقصد بالوظيفة الظاهرة مجموعة النتائج والأهداف الموضوعية والمقصودة التي يمكن ملاحظتها ومساهمتها في الحفاظ على النسق، أما الوظيفة الكامنة فهي تلك التي لم تكن مقصودة أو متوقعة وظهرت نتيجة تفاعل الفرد مع النشاط داخل البناء (MERTON , 1968, p. 73)، فماذا نعني بالبناء؟

– مفهوم البناء:

أول من قام بصياغة مصطلح البناء هو عالم الأنثروبولوجيا البريطاني الشهير "رادكليف براون Radcliffe Brown" محاولاً فصل البناء عن الوظيفة وذلك في محاضرة ألقاها عام 1940 أمام المعهد الأنثروبولوجي الملكي في لندن تحت عنوان في "البناء الاجتماعي On Social Structure" حيث وضح أن البناء الاجتماعي يتم تناوله من جوانب متعددة وفق التخصص المدروس. وعموماً فسر براون فكرة البناء منطلقاً من نظرة سوسيولوجية، وقال بأنه (البناء) الهيكل الذي يضم مجموعة العلاقات الاجتماعية بين وحدات الأفراد الثابتة والدائمة التي تربط بين وحدات البنية الكلية (المجتمع) الذين يلعبون أدواراً معينة ويشغلون مكانات اجتماعية محددة، ويتم التفريق بينهم وبين مكانتهم (تدرجهم الهرمي) على أساس أدوارهم الاجتماعية: الفرق في المراكز الاجتماعية بين الرجال والنساء، الرؤساء والمرؤوسين، الموظفين وأرباب العمل (RADCLIFFE-BROWN, 1940, p. 4).

ووصل معظم علماء الاجتماع الآن إلى نتيجة عامة مفادها، البناء الاجتماعي هو عبارة عن شبكة من العلاقات الاجتماعية الثابتة والدائمة بين أفراد يشغلون مكانات اجتماعية محددة، مما يؤدي إلى وجود مجموعة من النظم الاجتماعية المتساندة، يساهم كل نظام وظيفة محددة لهم في بقاء البناء الاجتماعي ككل. والتحدي الأساسي المطروح هنا هو أن بقاء هذا البناء يتوقف على العلاقات بين النظم

المختلفة وأدائها لأنشطتها. إذ تتم ممارسة الأنشطة داخل بناء Structure، وينتج عن ممارسة الأنشطة التي تقوم بها الوحدات داخل البناء مجموعة من الوظائف Functions مثل: دور السلوك الفردي والجماعي في الحفاظ على البناء الاجتماعي، والربط بين آثار هذا السلوك واحتياجات البناء الاجتماعي (مكاوي والسيد، مرجع سابق، ص.128).

وأضاف "رادكليف" أنه إذا أردنا أن نحصل على مقارنة حقيقية لمورفولوجيا المجتمعات، يجب توجيه الهدف إلى بناء نوع من أنواع تصنيف النظام الهيكلي، إلى جانب الدراسة المورفولوجية التي تتكون من الوصف والمقارنة وتصنيف الأنظمة البنوية المتنوعة، نجد الدراسة الفيزيولوجية. والمشكلة التي تطرح هنا تتمثل في: كيفية المحافظة على استمرار الهيكل البنائي؟ وما هي الآليات التي تحافظ على وجود شبكة من العلاقات الاجتماعية، وكيف تعمل؟ ومن خلال استخدام مصطلحي "المورفولوجيا والفيزيولوجيا"، يقول "رادكليف" لا بد من الرجوع إلى المماثلة/التشابه Analogy بين المجتمع والكائنات الحية والاجتماعية التي كانت شائعة جدا مع الرعي الأول من الفلاسفة والعلماء، والتي تم التركيز عليها خلال التسعينيات من قبل علماء الاجتماع، حيث تم استخدامها بطريقة خاطئة كان قد رفضها الكثير من الكتاب المعاصرين كون ظروف البحث اختلفت. لكن المقارنات، المستخدمة بشكل صحيح، تعد أدوات مساعدة ومهمة للتفكير العلمي فيظهر هناك تشابه حقيقي بين البنية العضوية والبنية الاجتماعية بشكل كبير. وفيما أسماه "رادكليف" بالفيزيولوجيا الاجتماعية Social physiology، فإن دراستها لا تتعلق بالبنية الاجتماعية فقط بل تتعرض إلى كل نوع من أنواع الظواهر الاجتماعية. فالأخلاق Morals، القانون Law، آداب السلوك (التصرف الاجتماعي السليم) Etiquette، الدين Religion، الحكومة Government والتعليم Education هي أجزاء من الميكانيزم (الآلية) المعقد التي من خلالها تتواجد البنية وتستمر. أما إذا تناولنا الموضوع من منظور الهيكلية، فإننا ندرس المورفولوجيا ليس بعزلة أو بتجريد إنما ندرس في علاقاتها المباشرة وغير المباشرة مع البنية، أي بالإشارة إلى الطريقة التي تعتمد عليها، وتؤثر في العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص وجماعات الأشخاص Persons and groups of persons.

يمكننا أن نتصور وجود مجتمعين (مؤسسات، أفراد، دول) بها: أشكال Forms مشابهة في البنية وأنواع مختلفة في اللغة أو العكس. وإن مصادفة شكل معين من البنية أو لغة معينة في مجتمع ما هي دائما نتيجة لحدث تاريخي (RADCLIFFE-BROWN, op.cit, p.06). وإنه لا يتم ملاحظة ووصف العلاقات الاجتماعية إلا بالرجوع إلى السلوك المتبادل للأشخاص المرتبطين. فشكل البنية الاجتماعية يمكن وصفه من خلال أنماط السلوك التي يتقيد ويتلاءم بها الأفراد والجماعات في تعاملهم مع بعضهم

البعض. وقد صيغت هذه الأنماط في قواعد نميزها في مجتمعنا على أنها قواعد للآداب والأخلاق والقانون (Idem, p.08).

ويقول "رادكليف" أن العلاقة الاجتماعية توجد بين فردين أو تنظيمين أو أكثر عندما يكون هناك بعض التعديل Adjustment لاهتماماتها الخاصة من خلال التقارب في المصالح أو من خلال الحد من المنازعات التي قد تنشأ عن اختلاف في الاهتمامات، واستخدم "رادكليف" مصطلح "اهتمام" للإشارة إلى كل سلوك ينظر إليه على أساس هادف.

يقول "بارسونز" بأن هناك أربع متطلبات وظيفية أساسية يواجهها كل نسق اجتماعي إذا أراد البقاء وهي:

- **الكمون Latency**: يشير إلى ملائمة الظروف السائدة (أبرزها الثقافية) في الأنساق الفرعية للظروف السائدة في النسق العام، ويشير إلى مدى الانسجام والتطابق بين الأدوار التي يؤديها الفرد في التنظيم والأدوار التي يقوم بها في الجماعات الخارجة عن نطاق التنظيم، كما أنّ حل مشكلات التوتر يتحقق من خلال ضمان وجود دافعية كافية لدى الفرد لكي يستطيع أداء مهام تنظيميه.

- **الملائمة Adaptation**: وتتعلق بالنظام التنظيمي ويعبر عن مشكلة تدبير الموارد البشرية والمادية الضرورية لتحقيق أهداف التنظيم ولعل "بارسونز" يشير إلى الأنماط المعمارية المنظمة والمشكلة لعمليات التنظيم.

- **تحقيق الأهداف Goal attainment**: ويتعلق بشخصية النظام ومدى قدرته على حشد الموارد التنظيمية ومن أجل تحقيق أهداف التنظيم. وأن نجاح تحقيق الأهداف يتوقف على ملاءمة الوسائل للغايات والأهداف.

- **التكامل Integration**: يشير إلى العلاقات بين الوحدات داخل النظام الاجتماعي (TURNER H. , 1978, p. 54).

فبعد أن حاول المفكرون القيام بقياس هاته الأفكار والفرضيات ويضعوا المجتمع من جهة كما لو كان كائنا حيا، فالوظيفية من جهة أخرى ترى أن الإنسان يشبه المجتمع في مكوناته وأنه يتصف بالنمو، وأن هناك نشاطا في كل مكون من مكونات الجسم يرتبط ويتجانس مع بعضه البعض حتى يحدث التكامل في أداء الوظيفة. لذلك لجأت ثلة من المفكرين أبرزهم (سبنسر) إلى فكرة المناظرة بين الإنسان والمجتمع سواء في النمو أو في البناء أو الوظائف أو عملية التطور، فما يرتبط بعملية النمو أرجعوه إلى تاريخ الحضارات الذي يتناظر مع دورة الحياة والنمو الإنساني (شحاتة صيام، مرجع سابق، ص.46). وهذا هو عين ما عبر عنه "هاربرت سبنسر" الذي يرى أن المجتمعات الإنسانية تتشابه مع الأفراد في

مجموعة من الخصائص التي سوف نجعلها فيما بعد.

ولقد طور "هاريت سبنسر Herbert spencer" (1903/1820) بعض الأنواع التناظرية المتشابهة بين العلوم الاجتماعية والعلوم البيولوجية بعدما قام كونت بإيجاد الفرق بين الجوانب الإحصائية والديناميكية. فالنوع الأول للتشابه كان حول عملية التطور من الشكل البسيط إلى المعقد وهذا التشابه يتعلق على حد سواء بالمحيط والفرد وتنظيمه، فالمعلوم أن العلوم الطبيعية تدرس ظواهر معقدة والتطور في البحث يحتاج جهد وتفكير كبيرين، كذلك نفس الشيء فالعلوم الاجتماعية تدرس ظواهر تتجه من البساطة إلى التعقيد خاصة تلك التي تأخذ من الإنسان موضوعا للدراسة. أما النوع الثاني للتشابه يعنى بالمقارنة بين الفرد والتنظيم الاجتماعي وتكمن أهم خصائص التشابه فيما يلي:

□ فكل من المجتمع والتنظيمات يمكن أن يتميزا عن المواد غير العضوية (متغير التعقيد العضوي عند أوغست كونت) في كل من النمو والتطور، فمنذ بداية تكوين أي بناء فإننا نجده يتسم بالبساطة ولكن مع الوقت نجد استمرار الكائن ونموه يؤديان إلى تعقده وتطوره.

□ تزايد في الحجم داخل كل من المجتمع والتنظيمات يعني تزايد في الاختلاف والتعقد، بمعنى أن كل من الإنسان والمجتمع يبدأ صغيرا ثم ينمو إلى أن يتضاعف حجمه عما كان عليه ويتطور، ويرتبط هذا العنصر ارتباطا وثيقا بسابقه.

□ الاختلاف التدريجي في البنية Structure يرتبط/يرافق بتمايز واختلاف الوظائف.

□ أجزاء الكل مترابطة بالتغيير فالجلي أن الجزء الواحد قد يؤثر في الأجزاء الأخرى : أي هناك وجود قدر من التساند والتكامل بين الأجزاء المكونة للكائن الاجتماعي، تلك التي تعمل على بقاءه وأدائه لنشاطاته ووظائفه.

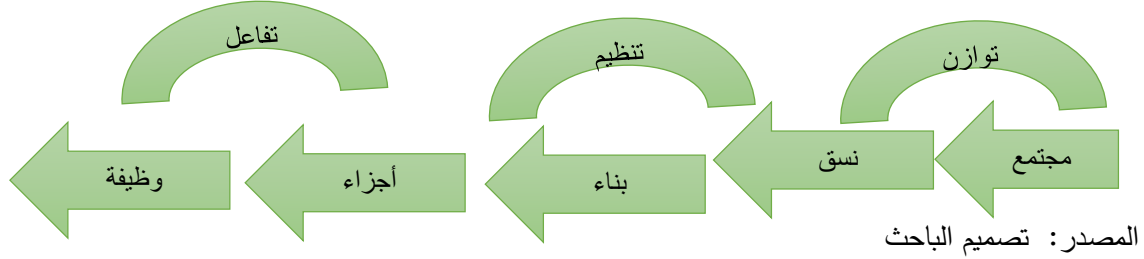
□ كل جزء من الكل عبارة عن مجتمع صغير Micro Society أو تنظيم Organism في حد ذاته.

□ حياة كل من التنظيمات أو المجتمعات قد تهدد بالزوال، لكن الأجزاء تظل تعيش لفترة زمنية طويلة، أي أن حياة المجتمع تأتي بشكل مستقل عن حياة الأفراد، بل وتستمر حياة المجتمع رغم انتهاء حياة الأفراد. فالأفراد زائلون بينما المجتمعات باقية وتظل تؤدي وظائفها وتزداد تكاملا (TURNER, op.cit, pp.22-23).

وما نفهمه مما سبق أن المجتمع ومكوناته (بما فيه المؤسسات الإعلامية) مثل الكائن الحي لها مجموعة من الوحدات وهذه الأخيرة لها وظائف تتسم بعلاقات تعمل على تكاملها واستمرارها البنائي. كما كانت هناك محاولات الفصل بين البناء والوظيفة من قبل بعض الباحثين والتي بدأت مع كل أعمال

"إيميل دوركايم" لكن تم بعد هذه السنوات التركيز على الوظيفة أكثر وأهم البناء. ويمكن تلخيص ما سبق في الشكل الآتي:

شكل رقم 01: يبين ترابط هياكل المحيط الاجتماعي.



من خلال هذا الشكل نلاحظ أنه يمكن اعتبار المجتمع نسقا يقتضي حالة توازن، وهذا النسق هو بناء وهيكل يحتاج إلى تنظيم يشكله عدد من الأجزاء والعناصر (مورفيمات) المترابطة، ولكل جزء (أو نظام) من هذه الأجزاء وظيفة يؤديها للحفاظ على بقاء النسق وتوازنه. إذن تنظر نظرية البنائية الوظيفية Structural Functionalism إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل. يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره يضمن استمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادته من خلال تحليل ذلك الخلل وظيفيا (العبد الله، نظريات الاتصال، 2010، ص. 189).

2- بروتوكول تنفيذ التحليل الوظيفي:

لتأكيد أسباب وعواقب الهياكل والعمليات المؤسساتية على وجه الخصوص، أصر "ميرتون" على أن التحليل الوظيفي يبدأ مع "الوصف الكلي Sheer description" ويقصد به الوصف الموضوعي لنشاطات الأفراد والجماعات التي تكون محل الدراسة. من خلال وصف أنماط التفاعل والوظيفة ما بين الوحدات المبحوثة، ويكون ممكنا أن نميز بوضوح العناصر الاجتماعية التي تكون موضوعا للتحليل الوظيفي. إن هنا النوع من الوصف يقدر أن يمنح "المفتاح الأساسي لفهم الوظائف المشغلة" عن طريق النشاط المخطط بغية أن تكون هذه الوظائف أكثر وضوحا، لكن خطوات إضافية تكون مهمة كذلك. وأول هذه الخطوات تخص المحققين (الباحثين) من أجل البحث عن البدائل الرئيسية التي أقصيت نتيجة سيطرة بعض الأنماط الخاصة. إن وصف البدائل المستبعدة يسمح ببروز ما يسمى "بالسياق البنائي Structural context" حيث النمط الملاحظ كان قد ظهر وبرز وذلك من خلال منح مفاتيح أخرى حول الوظائف، أو عواقب بحيث يكون النمط ملائما لكل الأنماط الأخرى وكذلك للتنظيم ككل. أما الخطوة التحليلية الثانية وراء الوصف الكلي تنطوي على التقديرات المعطاة لل"المعنى"، أو الدلالات

العقلية والعاطفية لنشاط أعضاء المجموعة. وصف هذه المعاني يمكن أن يمنح بعض المؤشرات المحفزة خلف نشاطات الأفراد المشغولة، وبالتالي تسليط الضوء على الوظائف الجلية أو الظاهرة للنشاط. فهذه الأوصاف تتطلب خطوة التحليل الثالثة لتبين "العناصر التي توفر الدوافع للملاءمة أو للانحراف" وسط المشاركين، لكن هذه الدوافع يجب أن تتوافق إما مع هدف وصف النمط أو مع التقييم اللاحق للوظائف المقدمة من قبل النمط. فسبقاً، مع محاولة فهم تكوين حوافز الملاءمة أو الانحراف وبسط الفاعلين، سجل أنه يمكن لتقدير الحاجات البيكولوجية المقدمة (أو غير المقدمة) من طرف النمط، أن تفهم من خلال منح مفتاح (تقنية) إضافي للوظائف المختلفة للنمط تحت الدراسة.

وعليه في كل من هذه الخطوات، يفترض "ميرتون" أنه سوف يمكن تقييم "التوازن الصافي للعواقب" للنمط المدروس وتحديد كذلك بعض من أسبابها الظاهرة. وتضمن هذه الخطوات أن الوظيفة المناسبة (كنمط مبحث) سوف تتأكد، لأن مسلمات الوحدة الوظيفية وفرضيات متطلبات المحافظة على دورة الحياة والقناعات حول الأجزاء الضرورية، لا تسبق تحليل البناءات الوظيفية وهياكلها. وعلى نقيض ذلك، لا يلفت الانتباه إلا إلى أنماط النشاط الملحوظة، والسياق الهيكلي الذي ظهر فيه النمط البؤري واستمر في مواجهة البدائل المحتملة، ومعنى هذه الأنماط للجهات الفاعلة يعرف بالدوافع الفاعلة للمطابقة/الملاءمة والانحراف، والآثار المترتبة عن نمط معين للاحتياجات غير المعترف بها من الأفراد والأنماط (النماذج) الأخرى في النظام الاجتماعي. وهكذا، مع هذا النوع من الأعمال الأولية، فإن التحليل الوظيفي سوف يتجنب المشاكل المنطقية والتجريبية للأشكال السابقة من الوظيفية. وبهذه الطريقة، يمكن أن يوفر فهماً لإبراز الأسباب والعواقب وأجزاء النظام ووحدات النظام الأكثر شمولاً وعلاقتها ببعضها البعض (MERTON , op.cit, p. 136).

3- البنائية الوظيفية في دراسات الإعلام:

يعد كل من "تالكوت بارسونز Talcott Parsons" و"ميرتون روبرت Merton Robert" من أبرز المفكرين الذين قاموا بدراسة الاتصال الجماهيري وأحدثوا تأثيراً كبيراً في علم الإعلام والاتصال بعد "هارولد لازويل Harold Laswell" و"تشارلز رايت Charles Wright". كما أن افتراضات النظرية الوظيفية لعبت دوراً بارزاً في توجيه بحوث الاتصال داخل المجتمع الأمريكي وغيره من المجتمعات لفترة طويلة، وفي الواقع تعد البنائية الوظيفية من أشهر النظريات وأبرزها في علم الاجتماع بالولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وأغلب دول العالم منذ ثلاثينات القرن الماضي، لأنها أخذت منحنيات واتجاهات كلاسيكية معاصرة جمعت بين البحث والباحثين في مختلف المجالات والتخصصات العلمية، لذلك يمكن

القول أنها من بين النظريات الشاملة.

وإذا أردنا تطبيق النموذج الوظيفي على موضوع الاتصال والإعلام، يمكن القول أن النظرية الوظيفية تنظر إلى حقل الاتصال والإعلام كنسق اجتماعي من المجتمع يشكل جزءا هاما من البناء الاجتماعي، فهو يمثل جزءا من كل، أي نسق فرعي ضمن النسق الاجتماعي العام يساهم في توازن المجتمع. وقد ساهم العديد من العلماء في تحليل النسق الإعلامي والكشف عن وظائف وسائل الإعلام انطلاقا من التصور العام للنظرية، ومن أبرز هؤلاء العلماء "هارولد لازويل"، "بول لازارسفيلد Paul Lazarsfeld"، "روبرت ميرتون"، "ويلبور شرام Wilber Schram" و"بيرنارد بيرلسون Bernard Burleson" و"تشارلز رايت" وتعد إسهامات هؤلاء العلماء بمثابة حجر الأساس للدراسات المعاصرة حول وظائف الإعلام وآثاره على الفرد والمجتمع.

كما قام "دينيس ماكويل Denis Macquail" بصياغة وظائف وسائل الإعلام بالاستناد إلى الوظائف الرئيسية التي قدمها "هارولد لاسويل" عام 1948 وتطويرا لطرح "تشارلز رايت" عام 1960، الذي يرى أن الأفكار الرئيسية لوظائف الإعلام في المجتمع تنحصر في:

- وظيفية الإعلام: تتمثل في الرغبة على معرفة كل ما يدور من أحداث ووقائع تحيط بالأفراد.
- وظيفة تحديد الهوية: تتجسد في خلق هوية خارجية من خلال شكل الواجهة الخارجية وإعلام الأفراد بكل ما يدور من الأخبار التي تحيط بهم ودعم القيم الشخصية وأنماط السلوك الاجتماعي المقبول، وتحقيق الفرد لذاته والتوحد مع المجتمع.
- وظيفة التفاعل الاجتماعي: وتحدد في تحقيق الانتماء والحوار والتفاعل مع الآخرين والتعرف على ظروفهم والتقمص الوجداني (MACQUAIL , 2005, p. 34).

وبالإضافة إلى ذلك فقد قام "روبرت ميرتون" بتحليل الوظائف الظاهرة والكامنة للمؤسسة التلفزيونية، وتعرض كذلك إلى نوعية المضامين التي يبثها انطلاقا من متغير "الذوق" وعبر عنه بالذوق الهابط والمرتفع وأعطى أمثلة كثيرة عن البرامج السياسية والمباريات الرياضية. فجهاز التلفزيون بالمفهوم الوظيفي هو بناء يقوم بعدة وظائف هامة، له وظيفة إعلامية بالدرجة الأولى تتضمن إحاطة الأفراد بالأخبار الصادقة، وأخرى ترويقية، كما يقوم بالدعاية والإشهار عن الأفكار والسلع والخدمات، ويبعث بقيم اجتماعية بطريقة فعالة وإن لم تكن مباشرة. فالمادة المعروضة على الشاشة قد تعكس القيم التقليدية السائدة في المجتمع وقد يكون عكس ذلك، من خلال تمرير رسائل في شكل صور وفيديوهات وأصوات وأشكال قد تكون ظاهرة أو باطنة وهذا ما يعكس الوظائف الظاهرة والكامنة التي تقوم بها المؤسسة

التليفزيونية.

ونشير أخيرا إلى أن الوظيفيين قد ناقشوا وركزوا على بعض القضايا المرتبطة بتأثير وسائل الإعلام في الأفراد والجماعات، ونالت قضية تأثيرها في عملية التنشئة الاجتماعية اهتماما خاصا، فثمة اتفاق بين العلماء على أن الأسرة والمؤسسة الدينية وجماعات الأصدقاء والرفاق والمؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام هي الأدوات الأساسية للتنشئة الاجتماعية.

ويسعنا القول أن الوظيفية في دراسات الإعلام وحقل الاتصال أخذت منحاً جماهيرياً لأن معظم الباحثين تعرضوا إلى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع، أما الجانب الذي أغفل فإن دراستنا هذه تحاول البحث فيه ويتعلق الأمر بالوظائف الداخلية في المؤسسة الإعلامية وتأثيرها في عمالها وبالتالي في المحتوى والمجتمع. في الأخير، يطرح الباحثون تساؤلات حول مستقبل النظرية الوظيفية في حقل النظريات المعاصرة. حتى وأنه قد يحتمل بأن لا يوجد لها مستقبل، فالوظيفية كانت لها مساهمات قيمة للنظريات في العلوم الاجتماعية. فبدون الوظيفية، لم يكن بإمكان علم الاجتماع تكوين مجموعة من الفرضيات المطورة لهذا العلم وللنظرية في حد ذاتها وأبرز هذه المسلمات:

□ إن الأفراد منظمون داخل أنظمة اجتماعية.

□ سلوك الفرد والمجتمع لا يمكن أن يفهم بدون أخذ الحيطة لتطور خصائص الأنظمة الاجتماعية.

□ التغيير الاجتماعي، الانحراف، والعمليات الاجتماعية الأخرى تتطور في سياق العلاقات بين أجزاء الأنظمة.

□ الأنظمة الاجتماعية تعد نقطة بؤرية للتكامل والاندماج بين الأفراد وحاجاتهم ورغبة المجموعة للتعايش بين الأفراد.

□ أنماط الفرد في التنظيم تتواجد على مستويات مختلفة للنظام، من الأجزاء الصغرى بين الأفراد إلى الأشكال الكبرى للتنظيمات الجماعية المشتركة. وإنه ضروري لفهم خصائصها والعلاقات بين مستويات التنظيم (TURNER , op.cit, p. 116).

مما هو معلوم أننا بصدد شرح الجزء الإيستيمولوجي للدراسة وأهم النظريات التي قد تنسب لها الأطروحة التي بين أيدينا، وفي نفس السياق نعرض فيما يلي على نظرية مهمة لاقت رواجاً عند الباحثين الغربيين والمتمثلة في "النظرية المؤسساتية Institutional theory" والذي سوف يكشف (الفصل) عن أسباب اختيارها.

2.5.1 النظرية المؤسساتية Institutional Theory:

أولا يجب أن نقول بأن هذه النظرية من بين النظريات الهجينة، بمعنى أن اصطلاحها له عدة معانٍ وصفات مختلفة خاصة فيما يتعلق بالترجمة إلى اللغة العربية، وفك شفرات المصطلح، لذلك نجدنا في مراجع، وأدبيات بفرضيات، ووجهات نظر مختلفة. وقد تعرض الباحثون للفكر "المؤسساتي" على مستويات متنوعة كل حسب تخصصه، على سبيل المثال وليس الحصر في مجال الاقتصاد درست من المنطق المؤسساتي وتأثيره في السلوك الاقتصادي، وفي العلاقات الدولية تناولت الجانب المؤسساتي السياسي. لكن تجدر الإشارة أن هناك مساهمات أمريكية من نوع آخر في مجال التنظير المؤسساتي بحيث لا توجد مراجع حقيقية في العالم العربي (أي باللغة العربية) تتعرض إلى النظرية المؤسساتية (SELZNICK, Foundations of the Theory of Organization, 1948, p. 25)، وقد حاولنا ترجمة مصطلح Institutional بالمؤسساتي بدلا من المؤسساتي مثلما نجد في بعض المراجع، وذلك اعتقادا منا أن مفهوم المؤسساتية أقرب إلى المعنى الذي تتوافق معه دراستنا والفرضيات والأفكار التي جاءت بها كذلك. فالمؤسساتية عبارة عن مصطلح شامل يصف مجموعة من مختلف المقاربات، ويعد "فيليب سلزنريك Philip Selznick" طالب روبرت ميرتون الأب الروحي للمؤسساتية الكلاسيكية (SCOTT, Institutions and organizations: Ideas and interests, 2008, pp. 20-22) إذ كانت أعماله وكتابته خلال سنوات الخمسينات (48، 49، 57) مهمة في إيجاد الجوانب التأسيسية لهذه النظرية وتطورت فيما بعد إلى عدة فروع علمية مختلفة. إن "سلزنريك" ومختلف الباحثين الذين قاموا باتباع (الآتية أسمائهم في الأسفل) أفكاره هم الآن أصحاب النظرية المؤسساتية القديمة Old Institution theory بينما المؤسساتية الجديدة New Institution theory يعود تاريخ تأسيسها إلى عام 1977 من خلال المنشورات (مقالات) المحورية لـ"ماير Meyer". إن كل من "ماير وروان Meyer and Rowan 1977"، "زوكر Zucker 1983" وأعمال "ديماجيو وبوال DiMaggio and Powell" المتتالية (1983، 1991) تعد أولى المحاولات العلمية لتأسيس النظرية المؤسساتية الجديدة.

فالفكرة التي بقيت من المؤسساتية القديمة إلى الجديدة تتمحور حول التسليم بأهمية المنظمات والتعرض إلى بعض الأمور التي توجه المنظمات إلى كيفية التصرف. فالمنظمات تحاول الالتزام بهذه القواعد لكسب شرعيتها وحسب هذا الخط الفكري فإنه يمكن القول أنها لا تسعى بالضرورة إلى تحقيق الكفاءة بل الأخرى إلى كسب شرعيتها. وعليه يكمن تسجيل مسلمة هامة تعنى بالشرعية المؤسساتية فهي المفهوم الأساسي في النظرية المؤسساتية، مهمة لبقاء المؤسسة (MEYER & ROWAN, 1977, p. 341)، بالرغم من وجود اتفاق على أهمية الشرعية بين الباحثين إلا أنه هناك اختلافات في تعريفها

وفهمها. فعلى سبيل المثال يفسر "سكوت Scott" بأن "الشرعية ليست سلعة تمتلكها أو تتبادلها لكنها شرط يعكس الموازنة الثقافية، الدعم المعياري، أو التوافق مع القواعد ذات الصلة أو القوانين (SCOTT Institutional environments and organizations: Essays and studies, 1995, p. 45) , في حين تعريفات "سوتشمان Suchman" وتفسيراته للشرعية تمحورت حول "الإدراك العام أو الافتراض بأن النشاطات التنظيمية مرغوب فيها، سليمة أو مناسبة مع بعض الأنظمة المتبينة اجتماعيا للمعايير والقيم والاعتقادات والتعاريف" (SUCHMAN , 1995, p. 574). ومن خلال هذا التعريف يمكن أن نقول أن دراستنا تتقاطع مع أفكار "سوتشمان" بما أنه يشرح ماذا يمكن أن يتم فهمه كنقطة ارتكاز تشمل القوى المعرفية والنفعية التي تقيد وتبني وتدعم الفاعلين التنظيميين في نفس الوقت.

وهذه وجهات النظر الموجهة للشرعية لها مكانها كذلك في الدراسة التي بين أيدينا، بما أنها تتناول موضوع القنوات الخاصة الجزائرية كحقل جديد يواجه تحدي التنظيم بالرغم من حداثة الفتح الحقيقي لهذا المجال أمام الخواص، بما أننا نبحث عن التوافق التنظيمي Conformity بين عمال المؤسسة الإعلامية ومحيطها من جهة، وتوافق هويتهم (صناع الرسائل) مع وظائفهم.

إن النظرية المؤسسية تعتبر أحد الأطر البارزة المستخدمة لفهم السلوك التنظيمي (GREENWOOD, & al., 2008, p. 5)، وفي سنة 1983 أشار "ديماجيو وبول Dimaggio and Powell" بأن المؤسسية الجديدة جاءت بمتغيرات بحثية حديثة ترتبط بالضغوط الشاملة والاستمرارية واللاحركية Inertia، أما المؤسسية القديمة على حد أبحاث "سالزنيك" المتتالية (1949, 1957) فترتبط بالعمليات الدقيقة داخل المنظمة من حيث تفاعل الأفراد والتغير. وقد تحققت مجموعة من الباحثين بأن النظرية المؤسسية من بين النظريات المشهورة والقوية في شرح وفهم كل من الفرد والفعل التنظيمي، والتي أعطت انطباعات مختلفة حول البحث في الظواهر التنظيمية من حيث التجانس والاستمرار (DACIN , GOODSTEIN , & SCOTT , 2002, p. 45).

وفي هذا السياق تصب دراستنا الحالية، التي نسعى من خلالها للكشف عن تأثير مورفولوجية المؤسسة الإعلامية في صناع الرسالة، وعليه نحاول التركيز على الديناميات الداخلية في المؤسسة أثناء التغير والجمود. لكن اختيارنا لهذه النظرية قد يطرح العديد من التساؤلات من ناحية إمكانية وجود نظريات أخرى لديها منطقتا منحى مشابه للنظرية المؤسسية وتقترب من مصطلح المورفولوجيا ومنها نظرية "إيكولوجيا السكان Population Ecology" (Hann and freeman, 1977/1984) والتي تركز على فئة من الناس من مجموعة كاملة داخل التنظيم وعلى استمرار الجمود التنظيمي الناتج عن العمل والحجم والبنية

المعقدة للتنظيم. وعلى العموم فهذه النظرية تركز على خصائص أعضاء المنظمة وهذا ما قد يتوافق مع أول سؤال لهذه الأطروحة الذي يسعى للكشف عن الخصائص المورفولوجية لصناع الرسائل (الأعضاء) من ناحية السن والجنس بالتركيز على الجوانب الطاغية لكل منها. ويؤكد علماء البنية التنظيميون على ضرورة تشخيص أهم أنواع المؤسسات التي تتمتع بالشرعية، وعلى الرغم من وجود أوجه التشابه مع المؤسساتية الجديدة، فإن هذا المشروع يهتم أكثر بالأفعال وتفاعلات أعضاء المنظمة وليس بالتركيز على البيئة السكانية. أما نظرية الطوارئ "توشمان Tuschman" التي لقت النور عام 1979، فجاءت حول تلاؤم المحيط وطوارئ المنظمة وعلاقتها بالضغوطات الداخلية والخارجية. في هذه النظرية يركز المنظرين كذلك حول مفهوم القائد في المؤسسة وقد تم التركيز على نفس الشيء في المؤسساتية القديمة أيضا من قبل "سالزنيك Slznick" عام 1957 و"باشروف وكهران Bsharov and khurana" عام 2015 ولقد اهتمت نظرية الطوارئ بالمتغيرات المتلائمة التالية: التصميم Design والأداء أكثر من الديناميات الداخلية. وقد يمكن بناء نقاط تلاقي بين دراستنا والعناصر الأخيرة التي ركزت عليها نظرية الطوارئ حيث إننا سوف نسعى لمعرفة مدى ملاءمة أستوديوهات وتنظيم المؤسسة لصناع الرسائل الإعلامية، بالإضافة إلى التأثيرات الإدراكية للتصميم والإضاءة والمحيط في أداء المهنة.

أ) النظرية المؤسساتية القديمة Old institutional theory:

تعتبر أعمال "سلزنيك" لسنوات عديدة (1948, 1949, 1952, 1957) هي القاعدة المؤسسة لهذه النظرية. فبالرغم من أن الدراسات المعاصرة اقتصرت على دور "سلزنيك" المركزي كدراسة "بشرف كوران Besharov khuran" إلا أن أثره في مجال نظرية المؤسسة كان ولازال واسع النطاق وعميقا. وقد عرف "فيليب سلزنيك" في بحوث التنظيمات من خلال كتبه الرائدة خاصة كتاب "TVA and Grass roots" أثناء بحثه حول الضرائب حيث توسع ونقد النظرة البنائية وهيكلية التنظيمات، أين كان الرأي السائد يدور حول المنظمات (في شكلها) تعتبر بيروقراطية وهي عبارة عن آلات مصممة عقلانيا كما تزعم "وييفر" سنة 1947 الذي تعرض لأهم القواعد الشعبية التي تحكم المؤسسات (1949) والقيادة في الإدارة (1957) (SELZNICK , TVA and the grass roots: A study of politics Leadership in administration and organization, 1949).

ولقد انتقدت النظرية المؤسساتية القديمة النظرة "الوييفية" نسبة "ماكس ويفر" حول المنظمات وشددت على دور المثل العليا والقيم التنظيمية وكيفية استخدامها لفهم البيئة الخارجية للمؤسسة. وتركز هذه النظرية على الديناميات الداخلية للمنظمة بالإضافة إلى أفعال وأداء الأعضاء داخل المؤسسة.

1) منطلقات النظرية المؤسساتية الكلاسيكية (القديمة):

إن النظرية القديمة بنيت على النظرة الميكانيكية للمنظمات (وييفر Weber) وتضيف جانبا عقلانيا لها، وهذا الأخير حسب "سلزنك" يتواجد في منحنيين: الأول يتجه نحو النظرة الميكانيكية التي تسلم برسمية بنية العمل التي تدمج التفويض والسيطرة، أما الثاني يتعلق بالبنية الاجتماعية أو النظام الرسمي المفتوح على كل ضغوطات المحيط المؤسساتي. ويوضح هذا الرأي المزوج للمنظمة بأنها عبارة عن هيكل اجتماعي واقتصادي قابل للتكيف. إن فكرة هذه الازدواجية (الآلية الميكانيكية/التنظيم الأكثر تكيفا) تطورت لاحقا إلى مناقشات حول الاختلاف بين المنظمة والمؤسسة. فوصفت المنظمة على أنها "نظام هزيل Lean" يفقد للوعي التنظيمي حول الأنشطة المنسقة وهي عبارة عن أداة قابلة للتوسع وأداة عقلانية مهندسة لأداء عمل معين، وتقوم القواعد والمثابرة بتشغيل هذا الهيكل الميكانيكي (SELZNICK, Leadership in administration: A sociological interpretation, 1957, p. 08). بينما المؤسسة: هي أكثر تكيف وانفتاحا على التأثير بمحيطها الداخلي (مورفولوجيتها) والخارجي كذلك وهذا ما تعرضت له بالتفصيل الباحثة "بامبلا شوميكر" الذي سوف نفضل في أفكارها لاحقا. فالمؤسسة تختلف عن المنظمة باعتبارها نتاجا للاحتياجات والضغوط الاجتماعية كونها "كائنا سريع الاستجابة والتكيف" (Idem, p. 17).

وهذا الأمر يفسر لنا استخدام مصطلح المؤسسة بدلا من المنظمة في الدراسة التي بين أيدينا لأن المؤسسة الإعلامية هي عبارة عن كائن متحرك وغير جامد بحكم طبيعة العمل الإعلامي الذي يحتاج إلى الاستجابة الفورية للأحداث والسياقات العالمية، لكن تجدر الإشارة أن في دراستنا سوف نعطي للمؤسسة والمنظمة نفس المعنى الاصطلاحي. بالعودة للحديث عن الجوانب التقنية والمؤسساتية في المنظمة أو المؤسسة فإن الجانب التقني هو عبارة عن نظام يرتكز على الهرمية والسلوك الروتيني الذي ينشأ من الهيكل الرسمية للمنظمة. من جهة أخرى، الجانب المؤسساتي هو أكثر رمزي وقابل للتكيف والعمل بالقيم المهنية. يبدو أن الثنائية التقنية والمؤسساتية حاضرة في كل مؤسسة تشمل مؤشرات متعلقة بهاذين الجانبين وهذا المؤشر يتضمن: تاريخ المؤسسة، دور التغيير وتأثير القيم وفي نفس الوقت الفعالية، الجوانب الميكانيكية للمنظمة والتي كلها تعتبر حاسمة لضمان بقائها (Ibid, p. 94).

وتفسر النظرية المؤسساتية القديمة بأن المنظمة يمكن فهمها كعنصر تقني لربح المال توصف من خلال البنية الميكانيكية، لكن عندما يتم إدراك المؤسسة على أنها قيمة فإننا نصل إلى أنها تساهم في تطوير المجتمع وتوفير الرعاية الاجتماعية وبالتالي سوف تكسب حتما شرعيتها (SELZNICK,

Foundations of the Theory of Organization, op.cit, p. 32). لذلك سلمت النظرية القديمة للمؤسسة بأن كل تنظيم سوف يشمل جانبين تقني ومؤسستي. ولكن لكي تتحرك المنظمة نحو المؤسسة فإن عليها القيام بإدراج عملية إضفاء الطابع المؤسستي وهي فكرة هامة في كل من المدرسة القديمة والنظرية المؤسستية بشكل عام وسيناقش العنصر الموالي هذه الفكرة.

(2) عملية إضفاء الطابع المؤسستي:

تبدأ عملية إضفاء الطابع المؤسستي عندما تصل المنظمة إلى درجة الحصول على عملاء متميزين أو نوع من الاستقرار الذي يتضح من خلال بنية المؤسسة. هذا الأخير يمكن أن يكون على سبيل المثال مصدرا آمنا للدعم المستمر للمؤسسة أو قناة يمكن من خلالها الاتصال الدائم. وقد يحدث أنه عندما تكون المنظمة أكثر استقرارا فإنها قد تصبح أيضا أقل مرونة (Idem, p.32)، بحيث يجب أن تحاول على المحافظة على استمراريتها Resistant من خلال محاولة جعل الهيكله سليمة.

فما هو معروف أن معظم المنظمات تتكون من مجموعات مهنية تتوزع عبر فرق عمل تحوي أفرادا يؤدون مجموعة من المهام، وضمن هذه المؤسسات نجد هياكل غير رسمية، حيث أن لكل فرد شخصيته وقضاياها ومصالحه، وهو ما قد يخلق مشكلة تتعلق بتضارب المصالح بين العاملين خاصة عندما تغيب القوانين التنظيمية أو اللوائح التي تحكم سير العلاقات والاتصالات بين أعضاء الفريق، ويتم العمل بالقوانين غير المكتوبة، وهذا ما يشيع عموما في المؤسسات الإعلامية بالنظر إلى طبيعة العمل الذي يحتاج إلى فريق عمل مرن. فالقوانين غير المكتوبة تشكل جزء من إضفاء الطابع المؤسستي والتي تزيل بعض الانحرافات المؤسستية وتتحكم فيها وتبقى بذلك البنية الاجتماعية متسقة ومستمرة (Ibid. p.33).

ولكي يكون ممكنا فهم التغيير القابل للتأقلم في هذه المنظمات الكبيرة التي تبدو دائمة، يجب التركيز على البنية الاجتماعية التي تطورت مع الوقت. فالمنظمة تتأثر بتاريخها لأنها تتعلم كيفية الاستجابة إلى الضغوط الداخلية والخارجية، كما أن تكرار هذه العادات في نمط دوري يظهر في ظلها الهياكل (المورفيمات) الاجتماعية يطلق "سلزنيك" عليها "الاتجاهات الطبيعية للمنظمة" بما في ذلك تطوير الدفاع عن المبادئ والاعتماد على القيم ووجود الصراعات الداخلية التي تعبر عن المصالح الاجتماعية. فبالرغم من أن هناك بعض التركيز للمحافظة على البنية الاجتماعية في المؤسسات فمن المهم شد الانتباه إلى أن المدرسة (النظرية المؤسستية) القديمة تشمل تطور الأشكال والممارسات التنظيمية. وهذه النقطة تتوافق ودرستنا الحالية فيما يتعلق بدراسة الجوانب المورفولوجية (الشكلية) للمؤسسة الإعلامية ومحاولة

الكشف عن تأثيراتها في ممارسات فريق العمل اليومي. بالإضافة إلى ذلك، فالطابع المؤسسي يضع على عاتق المؤسسة آخذة بعين الاعتبار الضغوط الداخلية والخارجية والاجتماعية منها والعمل على التأقلم معها بتفادي كثرة التغير (EKBERG, 2017, p. 30). وبالتالي فإن عدسة المؤسسة القديمة تشمل التركيز على الجوانب الروتينية للمنظمة (نفس المتغير ركزت عليه باميل في نظريتها الإعلامية) التي تتطور من تاريخها، في نفس الوقت موازنة التاريخ مع دور التكيف وشخصية المنظمة.

إن الجانب المؤسسي هو عبارة عن عملية تركيبية وهذا يعني "العمل بالقيم خارج المتطلبات التقنية" (SELZNICK, Leadership in administration: A sociological interpretation, op.cit, p. 17)، وينبغي أن يعكس هذا الشيء تاريخ المنظمة بما في ذلك عملها والاهتمامات الجلية والطريقة التي تتكيف مع بيئتها. ويمكن للخصائص التي تدل على عملية إضفاء الطابع المؤسسي أن تكون انتقائية لتعيين موظفين مماثلين وإبرام اتفاقات أو علاقات مع الحلفاء وخلق لغة خاصة والالتزام بالأعضاء من خلال الدفاع عن الاهتمامات المقبولة. وإن تجسيد القيم في المنظمة له مكان مركزي في النظرية المؤسسية حيث أن المشاكل تحدث عندما تكون بعض القيم معرضة للخطر أو في حالة وقوعه.

3) دور إضفاء الطابع المؤسسي: من التقني إلى التنظيمي:

إن حديثنا عن عملية إضفاء الطابع المؤسسي في المؤسسة الإعلامية قد يعتبر ليس حصريا أو جديدا، لكن بالنظر إلى اهتمام هذا الجانب من قبل مختلف الفاعلين والمؤسسات السمعية البصرية والمنظمات بمختلف قطاعاتها والذين غالبا يركزون على الجانب التقني الإنتاجي، إلا أن الطابع المؤسسي الذي يتوجه من التقنية نحو المؤسسة له مكانته داخل المنظمة. ودرجة هذا الاتجاه ترتبط بمدى الحرية الممنوحة لأعضاء المؤسسة في أداء عملهم، فكلما كانت أهداف المنظمة وهياكلها أكثر تحديدا كلما قل احتمال وجود ضغط اجتماعي يؤثر فيها. لذلك لا توجد منظمة تخلو تماما من الطابع المؤسسي، بالإضافة إلى أنه كلما اقتربت المنظمة من أن تكون مادية وتركز على الجانب التقني فقط، كان هيكلها قابلا للإنفاق على كل شيء مادي بسهولة.

وعندما تبدأ عملية تضمين الطابع المؤسسي (كتبني القيم) داخل التنظيم فإن عملية مقاومة التغيير تأخذ موقعها هي كذلك في المؤسسة. ثم يبدأ الأفراد في المنظمة بالتعرف على الهيكل أو البنية الاجتماعية Social structure، وإذا ما أجبرت على التغيير دون رضاهم من المحتمل أن يتواجد هناك شعور بالمساس للشخصية أو انتهاك حقوق فريق العمل. وهذا قد يحدث إشكالا كبيرا لأنه يمكن أن يخلق صيغة الاعتماد على منحى معين حيث تحتفظ المنظمة بقيم قديمة للكفاءات التي لا ترتبط بوضعها

الحالي ولا تحدث أي تغيير إيجابي على محيط المؤسسة في نظر "جرفيس 1997"، وحتى إذا كان ذلك غير مرغوب فيه، فإنه ينبغي للهيكل والأعضاء الذين يدعمونهم بأن يقدموا تغييرات تكنولوجية واقتصادية عند الحاجة. وفي نفس السياق تأتي هذه الأطروحة للبحث عن هوية صانع الرسالة واستخراج أبرز الكفاءات السمعية البصرية التي قد تحدث تقدماً إيجابياً داخل المؤسسة الإعلامية وذلك من خلال تحليل وظائفهم ومقارنتها مع سيرهم الذاتية.

وبالتالي نستطيع القول أن المنظمة تخلق القيم بقدر ما تحاول العمل على تجسيدها، وهو الأمر الذي تمثله المنظمة لتصبح أكثر مؤسساتية. ولكي تتفادى المنظمة كل مخاطر التضيق المؤسساتي والزوال هناك ضرورة لفهم وإيجاد اهتمامات داخلية لأقلمتها مع الضغوط الخارجية. فعلى سبيل المثال وليس الحصر يشرح "سلزنيك" استخدام القائد لبعض الرموز Signs للدفاع عن قيم المؤسسة والتي تعمل المنظمة على تجسيدها كالقدرة على التضحية السريعة وهذا العامل قد يؤدي إلى الاستقرار، وقد يكون هذا صعباً على المؤسسة بحكم أنّ القائد يجب أن يحقق ويرفع أهدافها والتي توصف كمهمة Mission. عندما كان "سلزنيك" بصدد بناء أفكاره خلال الخمسينيات حول النظرية المؤسساتية كان مصطلح "مهمة" غير واضح ولم يتم تعريفه بشكل كاف في رأيه، ليكشف في 1957 بأنه يجب على القائد أو المسؤول عندما يملئ شروط Stipulating مهمة ما أن يأخذ بعين الاعتبار الجوانب التالية (Ibid, p. 67):

- التوقعات الخارجية التي تحدد ما يجب السعي إليه أو تحقيقه إذا أرادت المؤسسة البقاء على قيد الحياة.
- الوضع الداخلي للأدب المهنية، المجهودات Strivings، الرغبات الخفية Inhibitions، الكفاءات الموجودة داخل المنظمة.

إنّ مهام المؤسسة بصفة عامة يجب أن تكون واضحة ومعروفة بشكل مفصل مع الأخذ بعين الاعتبار كل مستلزمات المهمة وكافة الضغوط الداخلية والخارجية التي قد تواجهها، حتى يستطيع شاغلها أن يلبس تلك المهمة بجانبها السلبي والإيجابي، وهذا ما قد يميز مؤسسة عن أخرى. بالنسبة للنظرية المؤسساتية القديمة بتول هذه الوظيفة القائدون داخل المنظمة ويكلفون بمسؤولية ضمان الوعي بهذه التهديدات الخارجية وبأن الجوانب الشكلية للمنظمة قد شخصت والتي تسعى كلها لتطوير المهمة. لذلك يجب أن تعكس المهام مباشرة المنظمة كونها كل متكامل، وينبغي ألا تكون هناك أي وجهات نظر متضاربة في طريقة ممارسة وإرشاد النشاط الواحد، خاصة داخل المؤسسة الإعلامية لأن العمل السمعي البصري يحتوي على أنشطة صعبة جداً تقتضي التخصص في مهمة واحدة لخلق الإبداع

والتميز. وإن كان بات حالياً التوجه نحو الصحفي المتعدد الاختصاصات برؤى متعددة ومختلفة. وعندما تتجه المؤسسة من الجانب التقني إلى المؤسساتي بمعنى يكون في مرحلة إضفاء الطابع المؤسساتي فإنها تصنع لنفسها "شخصية" Character خاصة بها، فبمجرد حدوث هذا التحول فإن أهداف المنظمة تصبح عبارة عن "قيم" أما الأهداف المحددة التي كانت موجودة تتحول إلى طرق تفكير واتخاذ القرار داخل المنظمة. وخلال هذه العملية فإن المنظمة تكسب ثقافة يطلق عليها "ثقافة المؤسسة"، وهكذا مع تحرك المنظمة نحو المؤسساتية، فإنها تحدد شخصيتها. ويعتبر تواجد الجانب التقني في المنظمة أمراً حتمياً لأنه لم يعد ينظر إليه كقيمة أساسية، في حين أن المؤسسة لديها معنى لكل من العمال والمنظمة وكافة الأشياء المحيطة بها، وإن القيم الاجتماعية هي جزء من شخصية المؤسسة وهي كذلك مكونات ورغبات مستخدمة في توحيد أعضاء المنظمة، إذ نجد نخبا في المنظمة وأعضاء هم عملياً مسؤولون عن حماية القيم الاجتماعية، وهذه الحماية هي جزء من المحافظة على مورفولوجيتها. في هذا السياق، يتوافق التحدث عن بنية المؤسسة وهيكلتها مع مفهوم المورفولوجيا خاصة عند المؤسسات الإعلامية التي تحتاج إلى حيز مكاني كبير يغطي هيكله الأستوديوهات وديكوراتها، فقد نتعب المصطلح إضافة للنظرية المؤسساتية القديمة والجديدة بما أنه قد تم إغفاله كما سوف نرى كالاتي.

(ب) المؤسساتية الجديدة:

إن العناصر السابقة كشفت لنا النقاط الأولى لظهور النظرية المؤسساتية القديمة خلال سنة 1950. ومع أواخر السبعينيات وبدايات الثمانينات تجلى مظهر آخر في سياق التفكير التنظيمي والمؤسساتي الذي مهد لظهور النظرية الحديثة للمؤسسة "المؤسساتية الجديدة". والتي يعود تاريخ بروزها إلى عام 1970 عبر المنشورات المشهورة لمجموعة من الباحثين أبرزهم: "مايبر وروان Meyer and Rowan" في 1977، "زوكر Zucker" في 1983، "ديماجيو وبوال Dimaggio and powell" في 1983. وكما أوضحنا سابقاً فالمؤسساتية القديمة كان تركيزها ضيقاً وصغيراً Micro-focused تناول التغيير والديناميات والتفسيرات والقيم. خلافاً عن المؤسساتية الجديدة التي تجسد النظرة البنائية والهيكلية للمنظمة حيث ركز كل من "هيرش ولويسبارغ Hirsch and Louisburg" سنة 1997 على الإحصائيات والاستمرارية والنتائج. وقد لخصت هذه النظرية من قبل "غيرن وود وآخرون Greenwood and al." إلى خمس أفكار التي تركز على تأثير الحقل Field (مثلاً: التخصص) على حد تعبير "بيار بورديو" في المنظمة بالإضافة إلى الثبات والتجانس (GREENWOOD, & al., op.cit, p. 06):

✓ تؤثر الضغوط المؤسساتية في جميع المنظمات لاسيما تلك التي لديها تكنولوجيات غير واضحة إذ

يصعب تقييم نتائجها. فالمنظمات التي تتبنى السياقات المؤسساتية تعد منظمات مؤسساتية محضة.

✓ تتأثر المنظمات بسياقها المؤسسي والشبكي، إذ يتألف السياق المؤسسي من أشكال (يطلق عليها بعض الباحثين أساطير Myths) عقلانية للسلوك الملائم.

✓ تصبح المنظمات متساوية شكلا (أي اسمورفيك Isomorphic) مع سياقها الهيكلي لتأمين الموافقة الاجتماعية (الشرعية) والتي توفر منافع البقاء والاستمرار.

✓ التوافق مع الضغوط المؤسساتية قد يتعارض مع ما يتوفر كالكفاءة، فالمطابقة قد تكون بشكل رسمي حيث يتم فصل الهياكل الرمزية عن النواة التقنية للمنظمة.

✓ تعتبر الممارسات المؤسساتية عادة عمليات عالمية معترف بها ومقبولة على نطاق واسع تقاوم التغيير من كل جوانبه.

وتجدر الإشارة أنّ هناك بعض الجوانب في النظرية المؤسساتية الحديثة التي تختلف من الناحية النظرية عن المدرسة القديمة و"الشرعية" وهي خير مثال. ففي المنظور الجديد، تفهم (الشرعية) وتوصف على أنها التمسك بالسياق المؤسسي على المستوى المجتمعي أو التنظيمي. من ناحية أخرى، أوضحت المدرسة القديمة بأن الشرعية تكون مطلوبة عندما تقوم المنظمة بتحسين الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية. وعلى مستوى آخر، فالمؤسساتية وعملية إضفاء الجانب المؤسسي هما المثال الثاني الذي يبين لنا نقاط الاختلاف: ففي حين تركز المدرسة القديمة بقوة على المستوى التنظيمي (بما في ذلك المجموعات أو التجمعات) فالمدرسة الجديدة تطور فكرة نشاط المؤسسة التي تعمل في الحقل المتخصص الذي يضم طيفا من اللوائح القانونية والتأثيرات الحكومية واهتمامات الجماعات والمهن والعلاقات فيما بين المؤسسات.

(1) التصور العام للحقل *Notion of the Field*:

إن مصطلح "Field" باللغة الإنجليزية يحمل عدة معان في اللغة العربية، لكن من الناحية العلمية يقصد به حقلا أو مجالا أو تخصصا وقد وصفه عالم الاجتماع "بيار بورديو Pierre Bourdieu" في مجال الصحافة بالحقل السمعي البصري. والمجال أو الحقل هو فكرة هامة جاءت في النظرية المؤسساتية، إذ ورد تعريف مشترك حول الحقل المؤسسي يسلم بأنه "تلك المنظمات التي تشكل في مجملها مجالا أو فضاءا معترفا به في الحياة المؤسساتية التي تضم الموردين الرئيسيين والموارد ومستهلكي المنتجات والوكالات التنظيمية والمنظمات الأخرى التي تنتج خدمات أو مواد مماثلة"، وهو أيضا 'مجال معترف به في الحياة المؤسساتية' (DIMAGGIO & POWELL , The iron cage

revisited: Institutional Isomorphism and collective rationality in organizational fields, 1983, p. 147)

إن حقل المنظمات يتم تحديده كمصدر رئيسي للضغوط في النظرية المؤسسية وهكذا يشير الحقل إلى أن الجهات الفاعلة تنفذ الأنشطة التي "تتسم بمبدأ أو هدف توجيهي" (EVANS & KAY, 2008, p. 973) إن القواعد الموجودة في سياق ما والتي تتبعها المنظمة هي عبارة عن مفاهيم اجتماعية أو أساطير، وهذا عبارة عن جانب محوري في التطور المبكر للمؤسسات الجديدة، وتعني الأساطير العقلانية عند "مايير وروان" المفاهيم الاجتماعية التي تشكل مع السياق المؤسسي الذي تستجيب له الشركة. غير أن تعريف السياق المؤسسي مختلف، وقد قدم العديد من الباحثين وجهات نظرهم التي يمكن أن تكون قواعد ومعايير وأيديولوجيات نتيجة التفاهم المشترك للسلوك المناسب حول السياق الذي هو نظام مبني على اعتقادات معرفية ومعيارية "سكوت 2008".

والحقل المؤسسي بالإضافة إلى مفهوم المجال لهما دور محوري في النظرية المؤسسية درسه وتؤكد من أهميته حديثا (2017) مجموعة من الباحثين (زيتانا، غرونوارجن، لوج، هاينغينكس، Zietsna, Groenewegen, Logue, Hinings)، ولقد استخدموه كأساس لفهم وتفسير "الاسمورفيزم". لذلك تصبح المنظمات التي تنشط في نفس الحقل أو نفس السياق متشابهة، أين يعد "الاسمورفيزم" تصورا ومفهوما هاما في المدرسة الجديدة بما في ذلك الاتجاه نحو التجانس داخل السياقات المؤسسية. ويسجل أنه كلما كانت المنظمة أكثر تكيفا وتوافقا فإنها تلتزم بمصفوفات السلوك المناسب، وبالتالي تكتسب شرعيتها مما يجعلها أكثر عقلانية. بالرغم من أن الباحثين ينددون بأهمية توافق المنظمات التي تنشط في نفس الحقل من حيث كافة المعاني الشكلية والعمليات الفنية. إلا أنّ وجود افتراض يذهب بأن تلك الأساطير العقلانية هي سند للسلوك المناسب، والمنظمة تتوافق مع هذه الأساطير (الأشكال) بمعنى أن المنظمات التي لها نفس الحقل تتوافق مع نفس الأساطير أو على الأقل المتشابهة منها.

فالاسمورفيزم هو مفهوم رمزي داخل النظرية المؤسسية الجديدة، وقد تلقى اهتماما علميا كبيرا خلال سنوات التنوير العلمي عند الغرب لكن تناوله يبقى ضئيلا جدا في العالم العربي، بالرغم من أنه يمثل التركيز الأساسي للاستمرار والتجانس المرتبطين بالمؤسسات الجديدة عموما. وفي العنصر الموالي سوف نحاول تفسير أكثر هذا المفهوم.

(2) الاسمورفيزم:

تتوافق مختلف المنظمات مع بعض الأساطير Myths العقلانية داخل السياق المؤسسي وعموما يجب أن تخضع إلى القواعد المؤسسية لما يحوم بها من ضغوطات. ويأتي هذا بدء من معرفة القوانين

التنظيمية الموجودة في مجتمع ما ويذهب إلى غاية القواعد المعيارية غير المكتوبة للمهنة. وتفسر النظرية المؤسساتية الجديدة (المدرسة الحديثة) بأن المنظمة التي تنشط في حقل معين (مثلا الحقل السمعي البصري حال هذه الدراسة) هي عبارة عن اسمورفيك كونها تتوافق مع نفس السياق أو السياقات، وتسعى جاهدة بأن تكتسب نفس الشرعية. والشرعية في المؤسسات الإعلامية تتجسد في مدى حصول الوسيلة على شكل تنظيمي رسمي وهوية قائمة بذاتها، وهذا لا يتحقق إلا من خلال توفر مجموعة من الصفات أبرزها الاحترافية، المهنية، المصادقية وكسب ثقة الجمهور المستهلك لرسائلها، وبالتالي سلوكها الملائم سوف يكون متشابها. وقد جاء بمصطلح الاسمورفيزم كل من "ديماجيو وباول" عام 1983 في مقال يناقشان فيه موضوع "القفس الحديدي The iron cage" وهذا الأخير عبارة عن مفهوم عرفه "ماكس فيبر" في وقت مضى مشيرا إلى ضرورة عقلنة الحياة الاجتماعية. والقفس الحديدي هو أحد القواعد والقوانين التي نتعرض لها جميعا في الحياة وتفرض السلطة البيروقراطية التي يجب الالتزام بها.

3) القفس الحديدي:

القفس الحديدي هو مفهوم في علم الاجتماع تعرض له "ماكس فيبر" في كتابه الشهير "الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism" إثر تصوره للمجتمع الحديث الذي عبر عنه بهذا المصطلح (The Iron cage (Stahlhartes Gehäuse). ويشير القفس الحديدي في معناه إلى زيادة العقلنة داخل الحياة الاجتماعية خاصة عند المجتمعات الرأسمالية الغربية، حيث يبقى الأفراد مقيدون بالنظم القائمة على القيم الصناعية المنظمة بصفة صارمة والكفاءة والحسابات العقلانية. بالإضافة إلى تقدم الرأسمالية الحديثة في الغرب جاء متوازيا مع تطور بعض المنظمات الكبرى المتأقلمة مع طبيعة وظيفتها والذي يركز على قيمة مهمة وهي: الإدارة ذات التقنية العليا أو البنية المهيكلية بتقنيات عالية.

ويقول "ماكس فيبر" المنظمة البيروقراطية بكافة مجهوداتها (أولها التخصصات) عندما تعترض إدراج المهارات المكونة وتحديدها للكفاءات ووضعها لقواعد وعلاقات هرمية للسلطة، فإنها تكون ضمن عملية إنشاء قفس للمراقبة بحيث أن الأشخاص -الفاقدون للقوى والمقاومة- يوما ما سوف يجبرون على العيش كفلاحي الحضارة المصرية القديمة. وهذا قد يحدث إذا تم النظر بإيجابية للقيم التقنية، والخدمة الإدارية المدنية الرشيدة، وتوزيع فوائد الرفاهية كقيم أساسية تحكم التنظيمات. فتحقق البيروقراطية هذه النتيجة

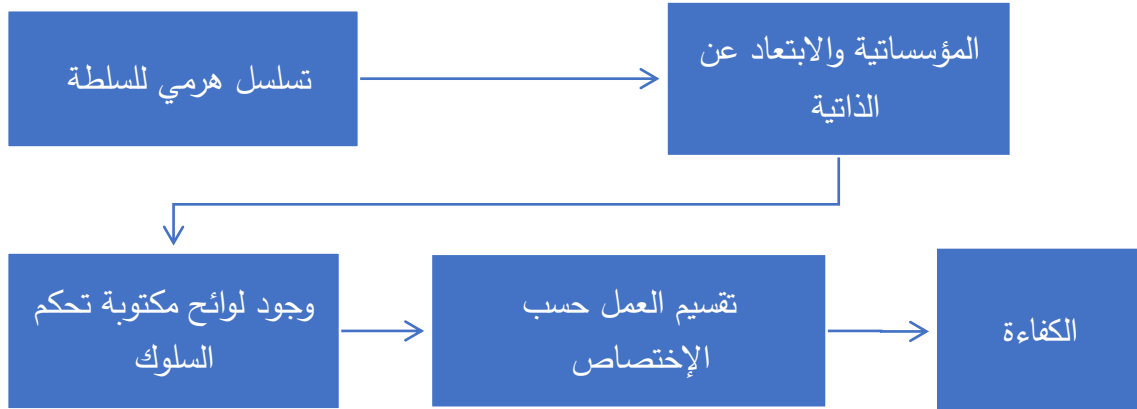
أكثر من أي هيكلية أخرى مسيطرة (KALBERG , 2001, p. 179).

ويشير "ماكس" بهذه المقولة إلى مرحلة الإقطاع عندما كان الناس يترقون في الخدمة عن طريق

المحسوبية والمصالح الشخصية أو عن طريق الرشاوي والتزلف، وقد عمل على تغيير تلك المظاهر حيث اقترح طرق الترقية حسب الأقدمية ونظاما للمحاسبة، ويعتقد أن هذا قد أثر في المجتمع الحديث وفي طريقة تصرف الفرد الآن خاصة أثناء السلوك السياسي. كما تجدر الإشارة أن "ماكس فيبر" كان أول من اهتم بالفعل الاجتماعي والمعنى الذاتي (أي بلغة الاقتصاد القيمة المضافة) الذي يضيفه الأشخاص لسلوكياتهم وتفاعلاتهم ضمن سياق اجتماعي محدد.

وقد خاض "ماكس" في مفهومي البيروقراطية والعقلنة كأسلوبين للإدارة، وقال بأن السمة المميزة للمجتمعات الحديثة تكمن في تغيير دوافع سلوك الأفراد، إذ يؤسس الفعل الاجتماعية على الكفاءة بدلاً من الأنماط القديمة القائمة على النسب والقرابة وصار السلوك موجهاً نحو أهداف عقلانية وليس بالقيم والتقاليد. بحسب "فيبر" عملية الانتقال من الشروط المهنية القديمة الحاكمة للسلوك الاجتماعية بالعرق والنسب، نحو الشرط الجديد ذي القواعد الصارمة، كانت نتيجة مباشرة لنمو البيروقراطية والرأسمالية. وقد وضع سمات البيروقراطية النموذجية المتمثلة في ضرورة توفر مجموعة من الأشياء هي: 1- تسلسل هرمي للسلطة وتطبيق 2- المؤسساتية بالابتعاد عن الذاتية بالإضافة إلى ضرورة 3- وجود لوائح مكتوبة تحكم السلوك وشدد على 4- تقسيم العمل حسب الاختصاص وأخيراً توصل إلى أنه لا يمكن قيام المنظمة دون 5- الكفاءة.

شكل رقم 02: يوضح سمات البيروقراطية النموذجية حسب "ماكس فيبر"



Source: DIMAGGIO, J. Paul. (1988). Interest and agency in institutional theory. (L. G. Zucker. Ed.) MA: Ballinger Publishing Company Cambridge. Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment. N: 1, p.13.

وقد ذهب بعض الدارسين (كسودباي 2010) في هذا المجال إلى أنّ القفص الحديدي لم يتم فهمه جيداً وتم الخروج عن هدف النظرية وسياقها، داعين إلى أن القفص الحديدي تجرّد من معناه الأولي كهيكل يدفع بالمنظمة نحو اثبات العقلنة والفعالية، بمعنى أنّ المنظمات هي غير مفيدة للمحيط

المؤسساتي أو سياقها. ووفقا "لسودباي Souddaby" لم يكن هذا هو المعنى الذي يقصده المؤلفون، حيث كان الهدف الحقيقي من إعادة النظر في القفص الحديدي هو البدء في المناقشة حول الوكالات (كمؤسسات صغيرة شكلا) وطرق العمل الخلاقة. حيث وصفت العملية المتعلقة بالوكالة تفسيرا للمنظمات ببيئاتها المؤسساتية لاحقا على أنها قيادة الأعمال المؤسساتية أو بمصطلح آخر وهو المؤسسة المقاولاتية. وعليه يمكن تعريف قيادة الأعمال المؤسساتية بأنها مؤسسات جديدة تعمل بفريق عمل ضيق ومنظم، ترى فيهم الموارد التي تستطيع تغطية اهتماماتها بقيم عالية. ومقاول المؤسسة يخلق نظاما جديدا كليا للمعنى الذي يحصر عمل بعض المجموعات المتباينة للمؤسسات مع بعضها البعض (DIMAGGIO , Institutional Patterns and Organizations: Culture and Environment, 1988, p. 14) وكما تم الإشارة من قبل، يعتبر الإسمورفيزم أحد المواضيع المهمة في المدرسة الجديدة أين تتبع المنظمات وصفة أو طريقا لسلوكها الخاص وذلك من خلال محاولة كسب الشرعية عن طريق التوافق مع الأساطير العقلانية داخل سياق معين أو حقل ما. وهذه الأساطير تترجم من خلال تأثيرات الهيكل والبناء الشكلي للمؤسسة والتي قد تحدث ضغوطا داخلية، أو من خلال الضغوط الخارجية للحقل المؤسساتي. وقد اقترح كل من "ديماجيو وباول" ثلاث مكانيزمات تؤدي إلى نوع من التوافق بين المؤسسات، بمعنى أنهم قاموا بتشخيص المكانيزمات حول كيفية إدراج الطابع المؤسساتي وكيف تجد المنظمات موارد مختلفة للتوافق مع المحيط المؤسساتي. والمكانيزمات هي: (DIMAGGIO & POWELL , The iron cage revisited: Institutional Isomorphism and collective rationality in organizational fields, op.cit, pp. 150-154)

- **المكانيزم الإلزامي COERCIVE**: ويرمي هذا المفهوم إلى اسمورفيزم التوافق مع الضغوط الخارجية التي تمارسها المؤسسات أو الدولة، وتتمثل أبرز آثار ذلك في أن المنظمة تضطر إلى الالتزام بكافة الحتميات وليس لديها الخيار. أما فيما يتعلق بالمنظمات التي تنشط في نفس الحقل فتكون لديها حسب هذا المكانيزم نفس القوانين والقواعد التي يتم اتباعها وتطبيقها تحت سلطات ضبط معينة.

- **مكانيزم المحاكاة MIMETIC**: هذا السلوك الإسمورفيكي يظهر عندما يكون هناك غموض وشك حول التكنولوجيات الحديثة أو تغيرات أخرى في محيط العمل، فتقوم المنظمة بتقليد منظمات أخرى على مستويات مختلفة ويعد هذا شكلا من أشكال الإسمورفيزم.

- **المكانيزم المعياري NORMATIVE**: وهذا عموما يتصل بمجموعة مهنية تحدد الطرق المثلى للعمل، ولكسب الشرعية يجب اتباع القواعد وبالتالي ستلتزم أعضاء هذه المجموعة المهنية بنفس القواعد والقوانين وتصبح متجانسة Homogenous.

إن المكانزمات السابقة تظهر مصادر التوافق الأساسية المشخصة من قبل المدرسة الجديدة بالنسبة للتنظيمات الحديثة. ويمكن القول أن قواعد التوافق التي ذكرها "ديماجيو وباول" يمكن أن تطبق داخل إما وكالة تنظيمية أو وكالات منافسة ناجحة أو وظائف تجبر المنظمة الالتزام بها كمنطق مؤسساتي.

(4) المنطق المؤسساتي:

ينظر على أن داخل كل حقل مؤسساتي يترجم الفاعلون الظروف التي يجب على المنظمات اتباعها والتي تعرف بالمنطق المؤسساتي، وأول من تبنى هذا المصطلح هما الباحثان "فريدلاند وأفورد Friedland & Alford". وبما أن المحيط المؤسساتي يستطيع أن يكون جمعياً (أي يجمع عدة أشكال) حتى وإن كان غير متوافق مع التنظيم الداخلي للمنظمات، فإن هذه الأخيرة تحاول دائماً البحث عن دعم خارجي. إذن، فالمنطق المؤسساتي يعرف على أنه البنية الاجتماعية، الأنماط التاريخية للنشاطات المادية وافتراضات، قيم، اعتقادات، قواعد يكون الأفراد قادرين بها على إنتاج وإعادة إنتاج بقائهم المادي Material subsistence، تنظيم الوقت والفضاء المكاني وتوفير المعنى أو الفهم لحقيقتهم الاجتماعية (THORNTON & OCASIO , 1999, p. 804). ويوفر منطق أساسيات التنظيم "حيزاً" للحياة الاجتماعية والفاعلون في المنظمة يمكن أن يستفيدوا من مناطق (م. منطق) متعددة ومختلفة لإيجاد الدعم المستمر (BESHAROV & WENDY , 2014, p. 366). وهكذا فإن المنطق يتيح الفعل المناسب داخل الحقل من خلال اتباع قواعده وعليه يستطيع أن يكسب الفاعلون والمؤسسات شرعيتهم. بالإضافة إلى ذلك قد توصف هذه الأخيرة أو تفهم على مستويات مختلفة فإنها تتبع عموماً من المجتمع (منطق النظام الأعلى) وتفسر داخل الحقول أو المنظمات أو المهن (منطق النظام السفلي مثلاً). ولعل المثال الشائع هو منطق السوق، ومنطق المهنية الذي تحدث عنه كل من "ثورنتن Thornton 2002 وسكوت Scott 2008" ونقشاتهم المتكررة حول تغليب منطق السوق على المنطق المؤسساتي المهني للمنظمة، أي الجانب التحريري وتنظيم غرف الأخبار (FARASHAHI , HAFSI , & MOLZ , 2005, p. 14)، وهو كذلك حال دراستنا الحالية المتعلقة بالمؤسسات الإعلامية. والنظرية المؤسساتية الجديدة بدورها تشرح ذلك وتقتصر مستويات متعددة من المصادر الموجودة داخل الحقل والمنطق الذي يؤثر في المنظمات.

وفي الأخير يمكن القول أن الأسس الأولية لظهور النظرية المؤسساتية التنظيمية الجديدة كانت مع بداية الثمانينات، والتي ركزت على "المؤسسات والعمليات المؤسساتية في المستوى التنظيمي والحقل التنظيمي"، لذلك فإن خطوط البحث الأولى اعتمدت على الشكل التنظيمي البيروقراطي في قطاع ما أو مجال معين (أي في عملية العقلنة) في حين توجه التركيز في وقت لاحق على مجموعة واسعة من

الأشكال والممارسات والسلوكيات وبناء الحقل في حد ذاته. وقد كان التركيز المحوري على المنظمة وعلاقتها بسياقها وهذا الأخير يلعب دورا واسعا في إشراك القيم الاجتماعية والأفكار العامة (EKBERG, .op.cit, p. 46).

وقد أشار كل من "أوليفر Scott و Olivier سكوت" بأن هناك تأكيدا شديدا في أدبيات النظرية المؤسسية على بناء المؤسسة وعمليات التغيير المتقاربة التي تحصل على مستواها، خاصة في حقل الإعلام والاتصال فتطبيقاتها تظل منعدمة تماما في الدراسات الإعلامية، غير أن بحثنا نبع من جذور هذه النظرية وتعمق في أفكارها وفرضياتها مثلها مثل النظرية الموالية.

3.5.1 مدخل القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة:

خلال السنوات القليلة الماضية والحالية يمكن القول أن دراسات القائم بالاتصال شهدت تقدما كبيرا في مجال الصحافة، بحيث أسهم كل ما قدمته عبر قارات العالم إلى حد كبير في بناء عملية التراكم المعرفي داخل علم الاتصال الجماهيري. لكن ما يعاب على تلك الدراسات والأبحاث هو إغفالها لكيفية النظر إلى القائم بالاتصال من المنطق المؤسسي في مكان عمله، بمعنى هل الإعلامي كقائم بالاتصال هو مجرد عنصر من عناصر النظام (المؤسسة الإعلامية) أم أنه عنصر فاعل في النظام، بإمكانه الإسهام في تغيير بيئته إذا سنحت له الفرصة في الترقية والصعود في السلم الهرمي (قيراط، 2007، ص. 195).

وقد وضع الأستاذ الدكتور "محمد قيراط" خمسة 5 اتجاهات لدراسة القائم بالاتصال وهي: (الاتجاه المؤسسي، اتجاه مخرجات النظام الإعلامي، اتجاه جمهور القائم بالاتصال، اتجاه فاعلية القائم بالاتصال ومكانته على خريطة النظام الذي يعمل فيه، اتجاه البيئة والمحيط) (نفس المرجع، 2007، ص. 204). وتجدر الإشارة أن الدراسة التي بين أيدينا تصب ضمن أول اتجاه ألقى عليه الدكتور للباحث بدارسته وهو: **الاتجاه المؤسسي ودراسة النظام الإعلامي** (قيراط، مقابلة حول القائم بالاتصال والصحفي الجزائري، 2017): فهذا الاتجاه من أهم المتغيرات الرئيسية التي يجب أن تأخذها دراسات القائم بالاتصال بعين الاعتبار، والنظر إلى المؤسسة الإعلامية كتنظيم يحمل هيكله وتشكيله تتفاعل بها عناصر البيروقراطية، التمويل، الإشراف، القانون، التشريع، فلسفة الإعلام.

وبالنظر إلى طبيعة دراستنا هذه وهدفها، حاولنا التركيز على هيكله وتشكيله المؤسسة الإعلامية وعمالها أي مورفولوجيتها. فقد لا يعطينا التحليل الامبريقي والوصفي للقائم بالاتصال في دولة غربية ودولة من دول العالم الثالث فروقات كثيرة من حيث نتائج الاحترافية والخلفية التعليمية وكل التوجهات

المهنية، لكن إذا ما أخذنا الموضوع من زاوية البعد المؤسسي، فإننا نصل إلى نتائج توضح لنا الفرق المورفولوجي للمؤسسة والقائم بالاتصال من تنظيم إلى آخر.

1- دراسات وبحوث القائم بالاتصال:

إن الدراسات السابقة والأبحاث العلمية التي اهتمت بدراسة القائمين بالاتصال كمتغيرات منفصلة، مازالت قليلة خاصة تلك التي لها أبعاد مؤسسية وتقنية، إذ سيطرت المدارس الإدارية الكلاسيكية كما أشرنا سابقا على غالبية البحوث مما أدى بمعظمها إلى تناول القائم بالاتصال بعيدا عن تأثير النظام الاجتماعي وأخذ بخصوصية الوسيلة الإعلامية التي يعمل فيها، وعموما يمكن تقسيم الأبحاث التي درست القائم بالاتصال فيما يلي:

أ) الدراسات الغربية:

تعد الدول الغربية السبابة في الدراسات الإعلامية خاصة ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية لكثرة أقسام الإعلام بها، وقد انقسمت دراسات القائم بالاتصال إلى مجموعات متباينة وهذا حسب اهتماماتها البحثية المنهجية وكذا الشخصية (دراسات مدفوعة الأجر لوزارة الدفاع)، فأولى الدراسات التي تناولت بالشرح والتحليل القائم بالاتصال كانت دراسات أمريكية ويمكن إبرازها فيما يلي:

○ الدراسات التي اعتمدت على مجموعات فرعية مقصودة من مجتمع البحث وعينات صغيرة:

انطلقت أولى الدراسات التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال منذ ثلاثينيات القرن الماضي وتميزت دراساتهم باستعمالها لعينات صغيرة من مجتمع البحث: أي تعاملت مع فئات معينة من الصحفيين أو مجموعات متخصصة من القائمين بالاتصال. وبما أن هدف أي بحث هو التوصل إلى نتائج قابلة للتعميم فإن اعتماد هذه الدراسات على عينات صغيرة ومجموعات فرعية من مجتمع البحث، يجعل نتائجها غير قابلة للتعميم على مجموعات أخرى من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية وكذا القائمين بالاتصال في كل الدول لأن كل دولة لها خصوصياتها التي تختلف عن دولة أخرى (قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، 2006، ص ص. 34-35).

○ الدراسات التي ركزت على تطور وازدهار مهنة الصحافة:

في بداية الستينات مع تطور وسائل الإعلام وزيادة منافستها، طرحت الأوساط الأكاديمية والعلمية موضوع الصحافة بوصفها حقلا أكاديميا ومهنة وظهرت عدة دراسات في هذا الاتجاه، خلصت إلى أن الاحترافية في الصحافة تعد تطورا لأيدولوجية تميزت بالتطور التكنولوجي والسياسي والاقتصادي للدول الصناعية الغربية، هذا يعني أن التركيبات السياسية والاقتصادية والثقافية تؤثر بدرجة كبيرة في الطرق

التي يعمل من خلال القائمين بالاتصال. وقد وصل "باي" مثلاً إلى أن التمدن يرتبط بتطور طبقة محترفة من القائمين بالاتصال، وبالنسبة لـ"باسين" فإنه ينظر إلى القائم بالاتصال بدول العالم الثالث في إطار تاريخي وسياسي، اجتماعي وثقافي فقد نما وتطور بوصفه مصححاً وداعياً للتغيير والتطور. وبالنسبة إلى "دونسباك" فالاحترافية في الصحافة تقوم على المهام الاجتماعية التي تحدد لمجموعة معينة من المهنيين (قيراط، ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال: الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية، 1997، ص. 10). وما يؤخذ على هذه الدراسات يكمن في أن معظمها أهملت تأثير المحيط التنظيمي السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي في القائم بالاتصال.

○ الدراسات السلوكية:

تناولت البحوث في هذا المنحى دراسة القائمين بالاتصال من الزاوية السلوكية، إذ أن نسبة كبيرة منها اعتمدت على مقياس ماكلاود وهاولي، إذ حاولت هذه الدراسات وضع مجموعة من المقاييس لقياس وتحليل الممارسات والسلوكيات والتوجهات المهنية عند القائم بالاتصال، لكن هذه الأبحاث أخفقت إلى حد بعيد في تقديم الإطار المنهجي والنظري لقياس هذا البعد. أما مقياس ماكلاود وهاولي فإنه متكون من 24 بند وكل عنصر يحتوي على سبعة 7 اختيارات ("أنتق تماماً" إلى "أعارض تماماً" وهذا لقياس الاستعدادات المهنية للقائم بالاتصال اتجاه مهنته)، فنصف هذه البنود كانت تمثل المهنة والاحترافية والنصف الآخر غير متصل بالمهنة (قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، مرجع سابق، ص. 37).

○ الدراسات التي اعتمدت على عينات منتظمة وممثلة لمجتمع البحث:

بدأت نتائج هذه الأبحاث تظهر في سنوات 1986، 1987، 1988 وعلى قلتها إلا أنها تميزت باستخدامها لعينات منتظمة وممثلة لمجتمع البحث، حيث شملت القائمين بالاتصال من مختلف المؤسسات الإعلامية (صحافة، إذاعة، تلفزيون) وقامت بمقارنات بينهم في دول مختلفة مع الأخذ بعين الاعتبار البعد التاريخي والاجتماعي والسياسي لكل دولة (قيراط، ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال: الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية، مرجع سابق، ص. 13). لم تقم هذه الدراسات كذلك بالبحث في متغير المهنية بالاعتماد فقط على مقياس "ماكلاود"، كما أنها أخذت بعين الاعتبار المناخ والمحيط الذي يقوم الصحفي بإنتاج الرسالة الإعلامية فيه. ورغم الاعتراف بقيمة هذه الدراسات من الناحية المنهجية والنظرية في دراسة القائم بالاتصال، إلا أنها أهملت هي الأخرى عناصر مهمة لها تأثيراتها في عمل القائم بالاتصال وأدائه لعمله داخل المؤسسة الإعلامية وفي مقدمتها تنظيمها وخط سيرها وكل ما يرتبط بهيكلها.

(ب) الدراسات العربية:

أصبح معلوماً بأن دراسات القائم بالاتصال في التنظيمات لم تأخذ حقها من البحوث والاهتمامات الأكاديمية، وقد كان هذا دافعا حفز البروفيسور "محمد قيراط" إلى التطرق لموضوع القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية، في بحثه المعنون "القائمون بالاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة" أو تلك المعنونة "رجال الإعلام الجزائريون: دراسة في خلفياتهم وتوجهاتهم المهنية وظروف عملهم":

Kirat Mohamed, **the Algerian news people: a study of their backgrounds, professional orientations and working conditions**, Unpublished Ph.D. dissertation, Indiana University, Bloomington, Indiana, USA, 1987-1988.

محمد قيراط، رجال الإعلام الجزائريون: دراسة خلفياتهم وتوجهاتهم المهنية وظروف عملهم، رسالة دكتوراه في الإعلام، معهد الصحافة جامعة إنديانا، 1987-1988.

وقد طرحت إشكالية البحث مجموعة من الأسئلة التي تتمحور أساسا في تحديد من هم الصحفيون الجزائريون كقائمين بالاتصال؟ من أين أتوا؟ ما هي خلفياتهم الاجتماعية؟

وقد اعتمد الباحث على منهج المسح وتكونت عينته من خمسة وسبعين 75 فردا (صحفيا قائم بالاتصال) واستخدم الاستبيان الذي تضمن تسعة وثمانين 89 سؤالاً، بالإضافة إلى المقابلات العلمية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- مهنة الصحافة هي مهنة رجال، فالعنصر النسوي في الجزائر يمثل الربع بينما تجاوزت نسبة النساء في الولايات المتحدة الأمريكية 33%.

- هناك قصور من الصحفيين الجزائريين بخصوص المهنة والرضا عنها.

- يرى الصحفيون الجزائريون أن مهنتهم كقائمين بالاتصال هي محرك لتعزيز القيم الإسلامية والتنمية الاقتصادية والتغيير الاجتماعي.

- وفيما يخص الوظيفة الإعلامية فتصور الصحفيين في الجزائر والسعودية وحتى في الولايات المتحدة الأمريكية مرتبط بالوسط الاجتماعي والثقافي والسياسي حيث يعمل القائم بالاتصال (قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، مرجع سابق، ص ص 35-38).

وعلى صعيد آخر من بين الأبحاث والدراسات العلمية الخاصة بالقائم بالاتصال نجد دراسة الأستاذ "عزي عبد الرحمن" وهي مذكرة ماجستير معنونة بـ "المراقبة الاجتماعية داخل غرف الأخبار: دراسة حالة Social control in the News room: A case study" في علم الاجتماع بجامعة "NTSU" بالولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1980: عزي عبد الرحمن، المراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار: دراسة

حالة، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع، جامعة NTSU، الولايات المتحدة الأمريكية، 1981/1980. استوحاها من دراسة "وارين بريد" المعنونة بـ Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis المراقبة الاجتماعية في قاعات التحرير: تحليل وظيفي التي قام بها عام 1955 (BREED , 1955, p. 327).

واحتوت الدراسة على مراجعة نقدية للتراث النظري السائد في موضوع المراقبة الاجتماعية، وذلك انطلاقاً من التعاريف العديدة التي قدمها علماء الاجتماع الكلاسيكيون والمعاصرون حول مفهوم المراقبة الاجتماعية واعتمدت دراسته الميدانية على استجابات مباشرة للعديد من الصحفيين والدارسين أي الباحثين في مجال الإعلام بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الهدف من هذه الدراسة هو الكشف عن السياسة الإخبارية وطريق محافظة المؤسسة الإعلامية عليها.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الفريق يستطيع تجاوز السياسية التي أصبحت تعتبر قيمة، حيث يوجد عدة طرق تمكن المحرر الذي يملك خبرة كبيرة في العمل الصحفي من تجاوز بعض القيود التي تفرضها السياسة الإخبارية. إذ يعمل المحرر ذو الخبرة على تجنب محاولات التوتر غير الضرورية كلما كان ذلك لا يؤثر في القيم المهنية. ولا يتجاوز المحررون ذوي الخبرة المهنية الكبيرة السياسة الإخبارية لمؤسساتهم (بن لعلام، 2015، ص.27).

2- الأدبيات الإعلامية والقائم بالاتصال:

لقد اختلف منظور تناول القائم بالاتصال بين الباحثين وذلك لاختلاف تناول مواضيع دراستهم وللمناهج وأهداف الباحث، فمنهم من تناوله من منظور القدرة على التأثير في أفكار وآراء الجمهور. أما فيما يخص البحوث الأخرى نجدها ركزت على دور القائم بالاتصال (الصحفي) وخلصت بأنه يحدد مصير واتجاه العملية الاتصالية داخل المؤسسة برمتها مستندا إلى كفاءاته وخبرته (المزاهرة، 2012، ص. 239). وبالرغم من دور الصحفي في تحديد مصير تدفق العملية الاتصالية، فإن بعض الباحثين أكدوا على أن الرسالة السمعية البصرية ليست نتاجا لعمل فردي، وإنما هي تلاحم جهد عدد كبير لفريق عمل كامل ومتكامل لتعقد تلك العملية التي تطلب التخصص والكفاءة للعمل داخل بيئة منافسة.

وقد توصلت بعض الدراسات إلى أن دور القائم بالاتصال اتجاه جمهوره يشبه المحامي عندما يدافع عن الضحية، وأجمعوا من منظور المحامي أن له دور كبير في إنتاج صورة إعلامية تعبر عن الحقيقة الاجتماعية. فلا يمكن لخبرين عن حدث معين أن يتطابقا بصفة كاملة، وذلك لوجود اعتبارات شخصية ومهنية بين مؤسستين إعلاميتين كما أشارنا في النظرية المؤسسية، بالإضافة إلى اختلاف العوامل التي

تؤثر في القائمين بالاتصال، وهي مجموعة من العوامل المهنية والذاتية والاجتماعية التي قد تحدث تأثيرا مباشرا وغير مباشر في صنع الرسالة الإعلامية. ومن هنا بدأت معالم نظرية حارس البوابة Gatekeeping Theory تظهر والتي اهتمت واجتهدت في تشخيص العوامل التي تؤثر في القائم بالاتصال.

ارتبطت نظرية حارس البوابة بالقائم بالاتصال عبر دراسة الباحث "ليو روستن Leo Roston" عام 1935 تناولت بالشرح قطاعا من القائمين بالاتصال (مراسلو واشنطن) في الولايات المتحدة الأمريكية. كما نشر الباحث الأمريكي "دايفيد مانج وايت David mang Whight" دراسة حول حارس البوابة وانتقاء الأخبار عام 1951 والتي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المتغير داخل المؤسسات الإعلامية.

3- الخلفية التاريخية لنظرية حارس البوابة:

يرجع الفضل لإخراج هذه النظرية في الأصل من مجرد متغير إلى نموذج إعلامي صنع ثورة في مجال الإعلام، إلى التطورات التي أحدثتها العالم النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية "كورت لوين Kurt Lewin" على مفهوم حارس البوابة عام 1947 في كتاباته حول ديناميكية الجماعة. وأثبت "لوين" أن الرسالة الإعلامية تتعرض خلال رحلتها للوصول إلى الجمهور لنقاط وبوابات تفتيش عديدة، لا بد أن تتعامل معها وهذه الرحلة التي تقطعها الرسائل تتعرض في جوهرها إلى مجموعة عوامل مؤثرة في عمل صانعيها الذين يسيطرون على البوابات والقواعد التي تحكمها. يؤكد "كورت" أن حراس البوابة يتمتعون بالحق في فتح البوابة أو غلقها أمام أية معلومة تأتي لهم، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر (حجاب، 2010، ص.271).

1.3- حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية:

لقد أجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على عملية "حراس البوابة" لكنها لم تستخدم بطريقة مباشرة بالضرورة هذا المصطلح. وقامت هذه الدراسات بتحليل الوظيفي لأساليب التحكم والسيطرة داخل غرفة الأخبار، والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار، ولكنها لم تتعرض لتأثير الجوانب الشكلية للمؤسسة أثناء انتقاء الأخبار، وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال (بريد، كارتر، ستارك، جيبير، جاد، وايت...) (مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 2001، ص.176).

ومن الملاحظ أن تأثير حارس البوابة تتوقف على طريقة أداءه المهام، إذ تختلف درجتها حسب كل شخص ومقدرته الفكرية والنفسية وحتى الفيزيولوجية على اشتغال في منصب يحتاج إلى حراسة في

بعض الأحيان تحتاج إلى تنازل عن مبادئ شخصية لسيقة بالإعلامي في حد ذاته. فالمحافظة على البوابة وحراستها ترتبط بطبيعة الوظيفة الموكلة، إذ يشغل حراس البوابة في المؤسسات الإعلامية وظائف عديدة تظهر في مسميات مختلفة وفقا لعنوان المنصب الذي تضعه المؤسسة أثناء مرحلة التخطيط وفقا لما هو متعارف عليه داخل كل الوسائل الإعلامية وحسب هاته النظرية يمكننا استنتاج أبرز الأوصاف الموكلة لحارس البوابة كالآتي:

قائمون ومسؤولون على الوسيلة الإعلامية.

كل من يتحكم بمضمون الرسالة (المحرر).

صاحب وصانع القرار.

يقر ما سينقل وما لا يتم نقله.

يغير ويعدل وينشر ما يريد، أي يقوم بعملية فلترة.

له نفوذ (مخول) وصاحب امتياز، يسمح له بالتحكم في المضمون.

يتوزع على مراحل " من المصدر إلى الجمهور " أثناء رحلة رسالته.

يتكونون من سلسلة وعدة حلقات فهي عملية تتأثر بالقوى المحيطة به.

يدقق، يمحص ويفتش ثم يبيث.

يسيطر على بوابته فقط.

الحراس
البوابة

2.3- أبرز دراسات حراسة البوابة:

تعتبر دراسة "مانج وايت" التي قام بها حول حراسة البوابة وانتقاء الأخبار البداية الجادة لتطور مفهوم حراس البوابة والتي فتحت المجال في الخمسينيات من القرن العشرين لإجراء سلسلة من الدراسات المهمة، تمخضت عنها فرضيات ومسلمات طورت من مجال البحث في الإعلام كأبحاث "بريد Breed ووايت White وماكران Marcaine وجيبير Gieber"، حيث توصلت إلى الكشف عن أبرز العوامل التي تؤثر في قرارات القائمين بالاتصال واختياراتهم للأخبار والمواد الإعلامية.

إن معظم الدراسات العلمية التي أخذت من حارس البوابة أو القائم بالاتصال كموضوع بحث، اختلفت في زاوية المعالجة والتحلي وفي إبراز تأثير مختلف العوامل بدء من الاجتماعية إلى غاية العوامل المهنية والذاتية. وعموما حراسة البوابة تعنى السيطرة على مكان استراتيجي داخل المؤسسة الإعلامية أي أن القائم بالاتصال يمتلك سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته (ELDON & al., 1982, p. 22).

فالدراسات التي تتناول القائم بالاتصال كجزء من فريق عمل كامل أو تضعه في سياق مؤسساتي الذي يعمل به وينتمي إليه تبقى ضئيلة جدا، فالوصول إلى فهم هذا المتغير المعقد وظيفته حارس البوابة قد يسخر فهما، وتحليلا منطقيا للعناصر والعوامل المتحركة في عمله والقرارات التي يصدرها والناجمة عن خلفياته الذاتية والشخصية. فالانتماء كذلك لمجتمع معين له خصوصياته وقوانينه التي تحكمه دون أن ننسى الضغوط المهنية التي لها علاقة وثيقة بمحيط المؤسسة (شارق، 2013، ص. 161)، لذلك بات من الضروري فهم سلوك القائم بالاتصال والمحيط الذي يعمل فيه والقيم المؤسسية التي يتبناها. وقد قام "كورت لوين" بتحديد أربعة عوامل مؤثرة في عمل حارس البوابة:

✓ **قيم المجتمع وتقاليد:** تعمل وسائل الإعلام داخل نظام اجتماعي تحكمه معايير أساسية تنطوي على مجموعة من القيم والقواعد والمبادئ التي تنظم حركة أفراد المجتمع. إذ يفرض على كل فرد ينتمي إلى حيز اجتماعي معين الالتزام بها عبر طرق وأساليب مختلفة. وبما أن وسائل الإعلام تعد أهم نسق من المجتمع تتحرك وتعمل داخل البناء الاجتماعي من خلال تنشئة أفرادها فترجع فيه عادات وتقاليد وقيم ذلك المجتمع. لذلك عملية حراسة البوابة في المؤسسات الإعلامية لا يمكن أن تسمح بمرور رسائل تتناقض مع معايير المجتمع وقيمه وتقاليد التي من شأنها تطمس هويته وثوابته الأساسية وبالتالي تهدد استقراره.

✓ **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تصاعدت الأبحاث التي تدرس خصائص والسمات الشخصية (كالنوع والعمر والتخصص والطبقة الاجتماعية والانتماء الفكري والعقائدي) للدور الرئيسي الذي تلعبه في التأثير والتحفيز لممارسة عملية حراسة البوابة. وتوصلت هذه الأبحاث إلى أن تلك المتغيرات الفرعية لها من قريب أو من بعيد مؤثرات ضمنية تفرض على الإعلامي نمطا تحريريا معيناً. وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المخترنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته وتحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب فعله (عبد الحميد، 1997، ص. 103). وهذا ما أكدته أيضا دراسات "ديفيد مانج وايت" في نتائجها حول تأثير العوامل الشخصية والفردية للقائمين بالاتصال في المضامين، وقد أرجع عملية انتقاء الأخبار واختيارها داخل غرفة التحرير إلى المعايير الذاتية الخاصة بالقائم بالاتصال.

يعتبر "الانتماء" أحد المحددات الشخصية المهمة لتأثيره في طريقة التفكير والتفاعل مع عالم ومحيط القائم بالاتصال، كما أن هذا الأخير ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية والاقتصادية التي تعد بمثابة جماعات مرجعية يشارك القائم بالاتصال أعضائها في الدوافع والميولات والاتجاهات وتبرز قيمتهم في

اتخاذ قرارته وقيامه بسلوك معين (مكاوي والعبد عبدلي، نظريات الإعلام، 2007، ص.286).
 ✓ **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** تؤكد البحوث الإعلامية بأن القائم بالاتصال تعترضه مجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتتحكم في إمكانية توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وبالتالي فهم طبيعة الدور المطلوب منه. وتشمل المعايير المهنية مجموعة من العناصر المؤثرة في عمل حارس البوابة وهي:

أ. **سياسة المؤسسة الإعلامية:** وهو الخط الذي يعمل بها القائم بالاتصال منذ دخوله إلى تلك المؤسسة، إذ يصبح مع الوقت كنوع من العرف المتفق عليه أو نوع من التطبيع الذي يفرض على كل عضو بطريقة غير مباشرة. وقد ينجم عن هذا الفرض ضغوط تضع حارس البوابة في مواقف حرجة (كأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج).

ب. **مصادر الأخبار:** وهي أسلحة القائم بالاتصال التي لا يمكنه الاستغناء عنها، بحيث أثبتت بعض الدراسات عن الصحفيين وعلاقتهم برجال السياسة قوة تبادلية وتأثيرية مؤكدين على محاولة استغلال الصحفي من خلال مكانتهم، وقوته من جهة أخرى في تشكيل علاقات مع أناس لهم كلمتهم في المجتمع. وقد نجم عن تلك الدراسات في هذا السياق نموذج آخر إلى جانب "نموذج المحامي" وهو "نموذج الاعتماد والتكيف" الذي ذهب في تحليله لطبيعة العلاقة القائمة بين القائم بالاتصال ومصادره بأنها قائمة على التعاون المتبادل بين الطرفين بالرغم من تشعب وتبيان أهدافها.

ج. **علاقات العمل وضغوطه:** وهي تلك العلاقات الناجمة عن التفاعل مع زملاء العمل أي الفريق الذي يكون وحدات اجتماعية علائقية تكون مرجعية بالنسبة للقائم بالاتصال، يتوحدون مع بعضهم البعض داخل المجموعة. فتكوين علاقات العمل تجعل القائم بالاتصال من الناحية النفسية والمهنية يقوم بعمله براحة أكثر والانتماء والرضا الوظيفي ويتجاوز روتينيات العمل التقليدية ويتجنب مخاطر المهنة. ويلعب كذلك هيكل المؤسسة دورا واضحا في تكوين علاقات العمل، فنجد أحيانا قائمين بالاتصال يشتغلون في نفس التلفزيون ولا توجد بينهم علاقة وحتى قد لا يعرفون بعضهم البعض.

3.3- التوجهات المعاصرة لدراسات القائم بالاتصال وحارس البوابة:

لقد تعرضنا فيما سبق إلى أهم الدراسات والأدبيات التي كانت الأساس لبناء نظرية حارس البوابة وتطوير مدخل القائم بالاتصال، وتبين أن هذا المنظور الإعلامي أخذ من وقت الباحثين كثيرا بالنظر إلى تعقد حقل الإعلام والاتصال لكنها كانت جلها دراسات مهمة وناجحة تعد قاعدة الأبحاث الحديثة. ووفقا لـ "بامبلا شوماكر" و"تيم فوس"، فإن حراسة البوابات الإعلامية هي عملية اختيار عدد لا يحصى

من المعلومات وصياغتها في عدد محدود من الرسائل لكي تصل إلى الناس كل يوم، إذ لا تحدد هذه العملية المعلومات التي يتم اختيارها فقط، ولكن تحدد أيضا المحتوى وطبيعة الرسائل مثل الأخبار التي سيتم بثها (الدليمي، 2016، ص.105).

بعد خمسين عامًا من دراسة "وايت" لحالة "السيد جيتس" في عام 2001، قامت "شوميكر" و"إيكولز" و"كيم" و"ورجلي" بدراسة تأثير القوى في حراسة بوابات الأخبار فيما يتعلق بتغطية قوانين الكونجرس. وبشكل أكثر تحديدا، كانوا مهتمين بفرضيتين:

(1) ارتباط قوة حراسة البوابات الإعلامية المعتادة لتقييم استحقاق الأخبار والقوانين للنشر بالكيفية التي يتم تغطية القوانين بها.

(2) وارتباط قوات الصحفي الفردية (التعليم والأيدولوجية السياسية والخبرة في العمل والعرق والجنس والسلوك الانتخابي) بكيفية تناول مشروع القانون. كما أنهم تنبأوا بأن أحقية مشروع القانون بنشر أخباره سوف تكون أكثر أهمية من خصائص الصحفيين الشخصية. فالبحت حول الصحفيين (فيما يتعلق بخصائصهم الشخصية) والمحررين (لتقييم الأخبار التي تستحق النشر)، وجدت "شوميكر" وزملاؤها أن الحق في نشر الأخبار وحده له تأثير بارز في مقدار التغطية التي تعطى للقانون، وهكذا تم دعم أولى فرضياتهم وكذلك فكرة أن أحقية الأخبار ونشرها تكون أكثر أهمية من الصفات الشخصية (SHOEMAKER & al., 2001, p. 236).

وفي الوقت الذي ركزت فيه دراسة "شوميكر" على غرف الأخبار التقليدية، اهتمت "سينجر" بالكيفية التي من خلالها تتم ترجمة حراسة البوابات الإعلامية لاستخدام الصحف التقليدية لأدوات الإنترنت (SINGER , Campaign contributions: Online newspaper coverage of Election 2000, 2003, p. 39)

وفي كل من الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعامي 2000 و2004، درست كيف يمكن للإنترنت تغيير عملية معالجة الصحف، معتبرة أن قوة حراس البوابات الإعلامية تبدو وكأنها تقل في مجتمع المعلومات الحديث. وتتحدى الإنترنت فكرة 'البوابة' بأكملها وتتحدى فكرة مدى تمكن الصحفيون (أو أي شخص آخر) من تحديد ما يمر خلالها. وفي دراسة لتغطية إعلامية عام 2004، تساءلت "سينجر" عن الطريقة التي تم من خلالها تغيير آراء محرري المواقع الإلكترونية التابعة لكبريات الصحف منذ عام 2000؟ (SINGER , Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in Campaign 2004, 2006, p. 266)

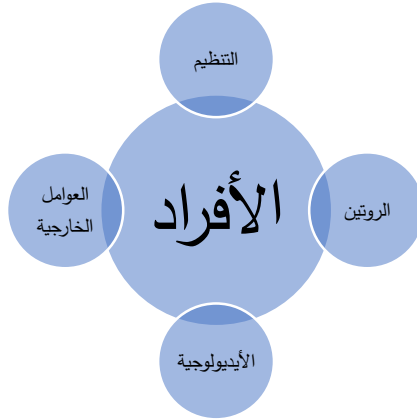
ومهما اختلفت الدراسات فإن السؤال يظل مطروحا حول كل ما يؤثر في القائم بالاتصال أثناء بناء

أو تشكيل رسالته في النهاية. وهذا السؤال يحدد العديد من الاتجاهات الخاصة بدراسة القائم بالاتصال، والذي يمكن من خلالها الكشف عن القوى أو العلاقات التي يتأثر بها صانع الأخبار أثناء ممارسته لمهامه في المؤسسات الإعلامية (العبد الله، مرجع سابق، ص.128). والنظرية الموالية تحدد لنا هذه الجوانب بالتفصيل.

4.5.1 نظرية التسلسل الهرمي للمؤثرات في المحتوى الإعلامي Theory of a hierarchy of influences on media content

لقد ساهمت أبحاث "بميلا شوميكر وزملائها، Pamela Shoemaker & al., (1991، 1999، 2001، 2009) في تطوير نظرية حارس البوابة، ودراستها من منظور جديد يتناول تفاعل القائمين بالاتصال في بيئة معقدة (أستوديوهات التلفزيونات الضخمة) والبيئة الجديدة (الإنترنت). وحاولت الباحثة في الكثير من المرات الكشف عن أهم المتغيرات التي تؤثر في المضمون الإعلامي التي لخصتها في كتاب لها وللباحث "ستيفان ريز Stephen Reese" المعنون "بنظريات التأثيرات في محتوى وسائل الاتصال

الجماهيرية" (Theories of influences on Mass Media) الذي يقترح نظرية لتحليل وسائل الإعلام بالاعتماد على مستويات التحليل المساعدة على تصنيف التأثيرات التي تحدث إما انفصاما أو ارتباطا مع بعضها. ومستويات التحليل تأتي من المحيط الصغير أي الداخلي للمؤسسة Micro إلى المحيط الكبير أي الخارجي للمؤسسة وتتجسد في: الفرد، الروتينيات، التنظيم، العوامل الخارجية والأيدولوجية وينظر لكل مستوى على أنه يحتوي مستويات فرعية بداخله (REESE , 2001, p. 178).



المصدر: إنجاز الباحث

وهي أحد الأطر النظرية التي يبدو أنها مفيدة لدراسة

الإنتاج الإعلامي المعاصر: التلفزيوني والأون لاين من خلال طرح سلسلة من المؤثرات التي قد تساهم في صنع المحتوى السمعي البصري، والتي تم استخدامها في العديد من الدراسات حول محتوى الطباعة والإذاعة والإنتاج.* ومن بين دوائر التغيير لهذه الدراسات الحديثة رأيت في إعادة تصور نظرية "بميلا شوميكر وريز" لتسلسل مؤثرات المحتوى الإعلامي في ظل العصر الإعلامي الجديد.

* See, for example, Serena Carpenter, "How Online Citizen Journalism Publications and Online Newspaper

بالرغم من أن النظرية يرتكز اسمها على مؤثرات المحتوى، إلا أنها تركز كذلك إلى حد كبير على العوامل المتعلقة بعمليات الإنتاج وتستخدم نموذجا مرئيا بدوائر ذات مركز واحد Concentric Circles بغية وصف التأثيرات النسبية في محتوى وسائل الإعلام الناجمة عن الأفراد العاملين، الروتين، المنظمات والعوامل الخارجية والأيدولوجية. وهذه الأطروحة تقترح لأول مرة هذا النموذج النظري بالدراسة والذي يمكن الاستفادة منه كونه مفهوما حديثا إلى حد ما يعنى بالدراسات الحديثة الخاصة بإنتاج الأخبار السمعية البصرية خاصة عبر الإنترنت.

1- حراسة البوابة وجذور التسلسلات الهرمية للتأثيرات المورفولوجية:

تتنامي نظرية "شوميكر ورييس" عن التسلسل الهرمي للتأثيرات في المحتوى الإعلامي داخل إطار العصر التكنولوجي والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بنظرية حارس البوابة. في المقابل، طورت هذه الأخيرة فرضية استخدمها عالم الاجتماع "كورت لوين" في وصف كيفية تحرك الغذاء عبر سلسلة من "البوابات Gate" التي يسيطر عليها واحد أو أكثر من حراس البوابات في طريقها من الحديقة أو البقالة إلى طاولة الأكل (LEWIN , 1951, p. 35). هذه الفرضية أو الفكرة تم تعميمها في السياق الإعلامي من طرف "ديفيد مانج وايت" الذي أصبح صديقا "للوين" أثناء متابعة شهادة الدكتوراه عام 1950. وقد نشر "وايت" بحثا حول مهام حارس البوابة التي يؤديها محرر "صحيفة Midwestern" الذي أطلق عليه اسم "Mr. Gates" لدوره في تحديد أي نسخة خدمة سلكية يتم نشرها أو التي يتم استبعادها، ووجد أن سبب اختيار الأخبار كان شخصا في مجمله قائما على الأحكام القيمية الناجمة عن الخبرة والتوقعات والخصائص الشكلية (WHITE , The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News, 1997, p. 65).

لقد تعرض عمل "وايت" لانتقادات حادة بسبب تركيزه على وضع غرفة الأخبار التي من المحتمل أن يكون لها سلطة أقل للتأثير في التقرير الإخباري. ومع ذلك أثرت أبحاثه بلا شك عبر سنوات لدراسات حراسة البوابة. كما لاحظ "روبرتس" في تتبعه لتطور نظرية حارس البوابة، بأن تلك الدراسات هيمنت

Utilize the Objectivity Standard and Rely on External Sources," **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol 85, No. 3, 2008, pp.533-550./ William P. Cassidy, "Gatekeeping Similar for Online, Print Journalists," **Newspaper Research Journal**, Vol 27, No. 2, 2006, pp.6-23./ Thomas Hanitzsch et al., "Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-National Survey of Journalists", **paper presented to the International Communication Association**, Chicago, 2009./ Karie L. Hollerbach, "The Impact of Market Segmentation on African American Frequency, Centrality and Status in Television Advertising," **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol 53, No. 4, 2009, pp.599-614./ Susan Keith, Carol B. Schwalbe, B. William Silcock, "Visualizing Cross-Media Coverage: Picturing War Across Platforms During the U.S.-led Invasion of Iraq", **Atlantic Journal of Communication**, Vol 17, No. 1, 2009, pp.1-18./

تقريباً خلال العشرين سنة الفارطة من قبل الباحثة "شوميكر" التي كتبت كتاباً عام 1991 حول نظرية حراس البوابة أحدث تأثيراً كبيراً في أقسام الإعلام بالولايات المتحدة الأمريكية. إذ تتصور كل من "شوميكر وفووس" بالاستناد إلى أبحاث "غانز" (1979) و"جتلين" (1980) "حول الحراسة تتضح في خمسة مستويات/فرضيات/مسلمات وهي: (KEITH , 2011)

✓ **الفرد:** يتأثر المحتوى بتفاعل عمال المؤسسة الإعلامية وسماتهم بالإضافة إلى العوامل البسيكولوجية للقائمين بالاتصال والمهنية والشخصية والانتماءات السياسية والتكوين المهني الذي يتلقونه، إذ تكون القرارات في مجملها شخصية. فالصحفي وحده يختار كيف يتم فرز المعلومات لا أحد يسأله عن مصدر الأخبار، حتى وإن أخفى جزءاً منها، والمحرر لا يمكنه فعل أي شيء ضده في هذا الصدد.

✓ **الممارسات الروتينية للأعمال الاتصالية:** حيث يتأثر اختيار المحتوى بـ "قواعد الاختيار التي تطورت عبر تاريخ الاتصال الجماهيري" وأن مقارنة الروتينيات التنظيمية تفسر بأن ذلك التأثير، يكون ناجماً عن طرق العمل التراكمية والمعتادة للقائمين بالاتصال ومؤسساتهم الإعلامية. إذ يتم اتخاذ القرارات وفقاً لمجموعة من الممارسات الأخلاقية وسياسات التنظيم المعممة والمحددة مسبقاً، يتعلم المحررين كتابة الأخبار بتقنية الهرم المقلوب وفقاً لسياسة مؤسستهم. فضمن بيئة وسائل الإعلام هناك العديد من الجوانب الأخرى التي تؤثر في عملية حراسة البوابة لكنها لا تملئ على العاملين بل تكتسب بالخبرة.

✓ **المؤثرات التنظيمية:** حيث يؤثر اتخاذ القرار الجماعي حول إعدادات محددة على المحتوى. وتجد الإشارة أنه لم يتم تطوير الأبحاث حول هذا العنصر وتأتي الدراسة التي بين أيدينا لتكملة البحث في هذا الإطار.

✓ **المؤسسات الاجتماعية والقوى الأخرى:** يتأثر المحتوى هنا بعوامل خارجة عن نطاق القائم بالاتصال والمؤسسة مثل: الأسواق، الجمهور، المعلنين وجماعات الاهتمام. تختلف الأحداث إلى درجة توفرها ثقافياً كأخبار الرعاية Sponsor والمساهمين والمعلنين وغيرهم من القوى الخارجية التي لها تأثير كبير في تحديد كيفية تنظيم المعلومات.

✓ **النظام الاجتماعي أو الأيديولوجية:** حيث يتأثر المحتوى بالنظم الاجتماعية أو إيديولوجيات المجتمعات. إن الثقافة، القيم الاجتماعية، المجموعات السياسية وضغط الجماعات والعرق لطالما أثرت في معايير اختيار الأخبار. إذ لا يمكن أن تحصل الأخبار الأقل اهتماماً وأهمية على مساحة أو وقت معين، على سبيل المثال في باكستان نادراً ما تنشر وسائل الإعلام أو تبث أخباراً عن الجنس والعري والوجدان والعرق. بحيث يتم احترام بعض المؤسسات آخذين بعين الاعتبار الديانات والقيم الأخلاقية

المقدسة (SHABIR , 2015, p. 592).

وفي الآتي سوف نقوم بالتفصيل في أهم المؤثرات التي سوف نتبناها هذه الأطروحة والتي لم تلق حضاها من الدراسة في بحوث الإعلام الأخرى:

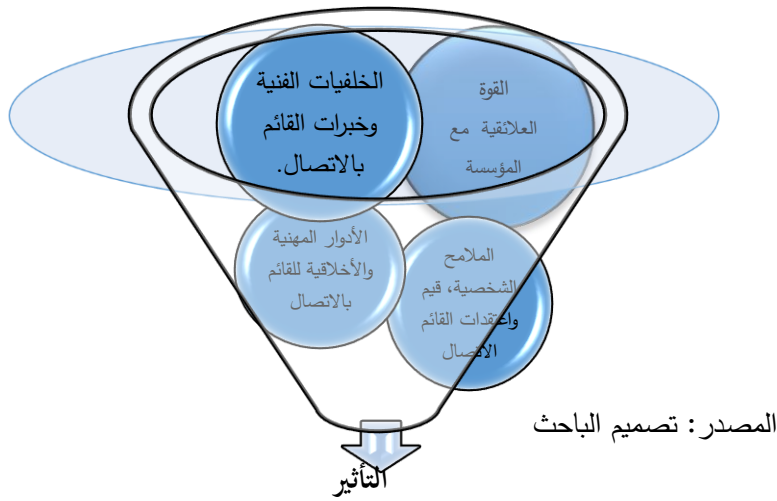
- تأثيرات عمال المؤسسة الإعلامية في المحتوى:

إن مختلف المضامين التي أصبحت تبت عبر الوسائط الإعلامية من أخبار وأفلام أخذت منحى سلبيا نتيجة الانفتاح الليبرالي في تناول مواضيع وتابلوهات (كالجنس والعنف)، إذ عبّر الجمهور عن أسفه اتجاه هذا الشيء لأنه يتنافى مع الحاجات الاجتماعية لهم. وألقى المتلقي اللوم على القائمين بالاتصال كالصحفيين، المخرجين، المصورين، حيث أنهم يتأثرون أثناء التحرير بسماتهم وخصائصهم الشخصية وخلفياتهم المهنية، على سبيل المثال قد يؤثر التعليم في كتابتهم من خلال الخلفية النظرية لطرق التحرير التي تعلموها بالجامعات أو من المعاهد. وقد نعتبر التأثير من قبل القائمين بالاتصال والمعتقدات مواقف يحملونها نتيجة لخلفياتهم أو تجاربهم الشخصية كالمواقف السياسية أو المعتقدات الدينية. بالإضافة إلى التوجهات المهنية وتصميمات الدور الذي يأخذه القائم بالاتصال على الأقل جزئيا كوظيفة تكون اجتماعية لعملم على سبيل المثال ما إذا كان الصحفيون يعتبرون أنفسهم مراسلين محايدين أو مشاركين نشطين في تطوير القصة الخبرية.

ويبين الشكل بالأسفل العلاقات بين كل هذه العوامل، من خصائص القائمين بالاتصال (مثل النوع الاجتماعي، العرق، التوجه الجنسي) وخلفياتهم الشخصية وخبراتهم (مثل التنشئة الدينية والوضع الاجتماعي/الاقتصادي للعائلة). ولا تشكل فقط المواقف الشخصية والقيم والمعتقدات الخاصة بالقائمين بالاتصال، بل توجه أيضا الخلفيات والخبرات المهنية (مثل ما إذا كان القائم بالاتصال يذهب إلى قسم الصحافة أو قسم السينما). هذه الخبرات المهنية (بما في ذلك الوظائف الاتصالية) تشكل أدوار وأخلاقيات المهنيين، التي تؤثر مباشرة في محتوى وسائل الإعلام. في حين أن تأثير المواقف الشخصية والقيم والمعتقدات يكون غير مباشر، تعمل فقط إلى الحد الذي يمتلك فيه الأفراد السلطة على مؤسساتهم الإعلامية بما يكفي لتجاوز القيم المهنية و/أو الإجراءات الروتينية التنظيمية. والشكل الموالي يوضح العوامل الجوهرية للصيقة بالقائم بالاتصال المؤثرة في المحتوى.

من خلال الشكل أدناه نستنتج أهم خصائص القائم بالاتصال، خلفياته، خبراته، ملامحه، قيمه، معتقداته، أدواره، أخلاقه، وقوة تأثيرها في المحتوى الإعلامي. وفيما يلي سوف نفضل في كل عامل:

شكل رقم 04: العوامل الجوهرية الخاصة بالقائم بالاتصال المؤثرة في المحتوى الإعلامي



- خصائص القائم بالاتصال، خلفياته وخبراته: ما هو نوع الأشخاص الذين يتوجهون نحو العمل في وسائل الإعلام؟ لقد شغل هذا السؤال بحوث الإعلام خلال التسعينات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية وحاولوا التفصيل في خصائص الصحفيين إلى أبعد حد ممكن (درجة البحث حول متغيرات ذات خصوصية كبيرة) ويوضح الجدول رقم 01 بالأسفل أهم المتغيرات التي تم التركيز عليها.

- الخلفيات حول محتوى وسائل الإعلام: ويرتبط التأثير هنا بالديموغرافيا ومدى وجود فرق بين تعداد الأفراد داخل المؤسسة الإعلامية (حجمهم) وهل يشكل ذلك فارقا في الهيكلة، فيؤثر في صناعة المحتوى (قد يكون التأثير هنا سلبيا) (SHOEMAKER & REESE , 1996, p. 74).

- المواقف الشخصية، القيم والمعتقدات (Personal Attitudes, Values, and Beliefs): لقد شاعت خلال السنوات الأخيرة المسلمات التي تقترض بأن القائمين بالاتصال هم من الناحية السياسية ليبراليين أو هم ضد الدين، ويستند الاهتمام بمواقف وقيم القائمين بالاتصال إلى افتراضات تسلّم بأن مواقف الصحفي تؤثر في كتابته وتحريره للقصص الخبرية. وأهم المؤثرات تجسدت في:

✓ القيم الشخصية والمعتقدات: ويتعلق الأمر هنا بما يسمى بالأمومة "Motherhood" أي القيم المكتسبة من الأسرة، الصداقة، الحب والازدهار الاقتصادي، معارضة الكره، التمييز العنصري والحرب. بالإضافة إلى هذه القيم القاعدية التي تتعامل مع متغير اللطف البشري Human Kindness.

✓ المواقف السياسية الشخصية والتوجهات الدينية: إن توجهات الصحفيين أصبحت سياسيا ليبرالية، التي تنفر من المعايير التقليدية والمؤسسات، فمعظمهم يضعون أنفسهم في حقل الديمقراطية والقلّة شعبية وآخرون مستقلون تماما. ولقد قام العديد من الباحثين بالعمل على معرفة خلفيات الصحفيين السياسية من وراء كتاباتهم خاصة السياسية خلال السبعينيات إلى غاية التسعينيات، والتي معظمها قد

توصلت إلى أن الصحفيين يعملون في الإطار المرموق Prestigious والمؤثر من قبل وسائل الإعلام الأمريكية. ففي دراسة "الروبينسون Robinson's" سنة 1983 حول كيفية قيام الصحفيين في شرق الولايات المتحدة بالإبلاغ عن انتخابات 1980 التي تؤيد المترشح "بوكانان" وجد أن الصحفيين الليبراليون المفترضين تعاملوا مع الديمقراطيين أسوأ من الجمهوريين (Idem., p. 84).

جدول رقم 01: يبرز متغيرات القائم بالاتصال وأبعاده ومؤشراته من منظور نظرية "شوميكر"

المتغير	أبعاده ومؤشراته
النوع أو الجندر (Gender)	الرجل والمرأة في المؤسسات الإعلامية . بروز الطالبات في أقسام الإعلام والمرأة في مجال الصحافة.
العرق (Ethnicity)	الأقليات، دارسو الإعلام المميزون، النجوم، الجنسيات، اللون، مشاكل التوظيف.
التوجه الجنسي (Sexual Orientation)	التوجهات نحو نفس الجنس لكل من المرأة والرجل وتأثيراتها في تناول مواضيع عند الجنس الآخر.
الطبقة: متوسطة أو نخبة (Average or Elite)	الطبقات الاجتماعية، اندخارات الصحفيين العائلية (مغتربين، مواطنين محليين...)، البطولة والشجاعة المهنية، التعليم.
تطور المهن الاتصالية (The Evolution of Communication Careers)	سهولة شغل حقل الصحافة، عدم التخصص في مدارس الصحافة، معدلات الأجور، السن، العمل الجماعي، الخروج من المهنة، الخبرة، تدرج العمل في وسائل الإعلام،
تعليم القائم بالاتصال	نوع وبرامج التعليم، مستوى التعليم، مسميات التخصصات في أقسام الإعلام، طبيعة مقاييس الإعلام المدروسة، تخصصات القائمين بالاتصال، مهارات القائمين بالاتصال، ثقافة القائمين بالاتصال (الكتب...).

Source: SHOEMAKER , J. Pamela; REESE , D. Stephen (1996). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (Second Ed). United States of America:

Logman Publishers, p.84

✓ الأدوار المهنية والأخلاق للقائم بالاتصال: قد يتأثر محتوى وسائل الإعلام بالدور المهني للقائمين بالاتصال وأطره الأخلاقية، والتعامل مع هذه التوجهات المتعلقة بالوظائف يكون بشكل منفصل عن المواقف الشخصية والقيم والمعتقدات الخاصة بالقائمين بالاتصال. والتي يتم تشكيلها أساسيا من قبل قوى خارج المؤسسة الإعلامية مثل خصائصهم الشخصية وخلفياتهم وخبراتهم. على النقيض من ذلك، فإنه يتم تشكيل التوجهات المهنية والأخلاقية للقائمين بالاتصال في المقام الأول استنادا للوظيفة

(أو في التعليم المهني) من خلال عملية يصفها "بريد 1960 Breed" بالتنشئة الاجتماعية: فالصحفي الجديد في المهنة يكتشف ويستوعب حقوق والتزامات وضعه وقواعده وقيمه بالتدرج.

✓ الأدوار المهنية: هل الصحافة مهنة؟ تعتمد الإجابة على مجموعة من المعايير، ويعرف "لومبارث Lambeth" (1986) المهنة الإعلامية على أنها تتمتع بالخصائص التالية:

1- هي مهنة بدوام كامل Full time work، ويسلم معظم الصحفيين عبر العالم بهذا الشيء.
2- مارسوها ملتزمون بشدة بأهداف المهنة، ربما لا يكون الصحفيون ملتزمين بالصحافة مثل الفزيائيين اتجاه الطب. على الرغم من أن الالتزام المبكر بالإصلاحات الاجتماعية قد يقود الناس إلى الصحافة كمهنة في سن مبكرة، إلا أن العديد من الناس يغادرون المهنة الصحفية ويتوجون للعمل في مجالات أخرى.

✓ الأدوار الأخلاقية: الأخلاق "هي دراسة تكوين القيم الأخلاقية (والآداب العامة) وأساسيات الصواب والخطأ" (ALTSHULL, 1990, p. 357)، فاعتقادات الصحفيون حول ما هو أخلاقي يمكن أن يمارس تأثيراً صريحاً في المحتوى الإعلامي، بالرغم من افتقاد الصحافة للقوانين والأخلاق المتينة متعارف عليها عالمياً، لكن هذا لا يعنى أنها تفتقد لإمكانية حصولها على الشرعية المهنية.

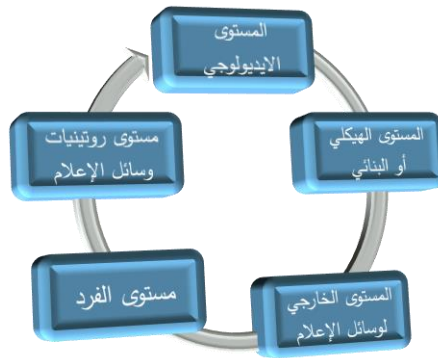
- تأثيرات روتينيات المؤسسات الإعلامية:

من أجل فهم أفضل لعامل الإعلام يجب فحص الإجراءات الروتينية المصاحبة لوظائفهم. فمصطلح الروتينية يتعلق بالممارسات والنماذج الممتدة والمكررة التي يستخدمها العاملون في وسائل الإعلام Media Workers للقيام بأعمالهم وأداء نشاطاتهم. من وجهة نظر "كارل مانهايم Karl Mannheim" "عالم اجتماع ألماني أنه بالإمكان إظهار هذه الروتينية كمجموعة من القيود على الإعلاميين وعمال المؤسسة ضمن العديد من المؤشرات الأخرى (انظر الشكل 05)، فالروتين يشكل سياقاً مباشراً سواء داخل أو من خلال هؤلاء الأفراد الذين يقومون بعملهم. ولتوضيح ذلك، فقد نضع في الاعتبار تصنيف برنامج حماية البوابة الذي يتم تطبيقه عادة على صانعي القرار في وسائل الإعلام. إذ يرتبط هذا المصطلح مع اللب الداخلي والحلقة الخارجية للنموذج المصور في الشكل 05 بحيث يساعدنا على التذكر بأن الفرد يملأ دوراً ويخدم وظيفة داخل نظام كبير من البوابات. سواء في صناعة الأخبار أو الترفيه.

تتعد مصادر الروتين داخل المؤسسات الإعلامية التي تحدث هي كذلك تأثيرات في الأفراد، فالمستهلك والمورد بتوجهاتهم وقيمهم تساهم في صنع روتينيات تتعود عليها المؤسسات الإعلامية في

التعامل والتغطية. وبالعودة إلى المستوى الثاني في الشكل 05 فإننا نتساءل: ما هي الروتينيات المرتبطة أكثر لمساعدة المؤسسة الإعلامية في حد ذاتها لمعالجة المعلومات؟ كالأفراد، فالمنظمات تطور أنماط ورسومات وعادات وطرق لأداء المهام والنشاطات. فرؤساء التحرير يملون على مرؤوسيهم الخطوط العريضة وعندما يسير العمل على أكمل وجه يتوقف هذا النشاط من قبل الرؤساء لأنه يصبح عادة بالنظر إلى أن العمال قد فهموا طريقة عمل المؤسسة (رويتن).

شكل رقم 05 يوضح تأثيرات روتينيات وسائل الإعلام في المحتوى داخل نموذج التسلسل الهرمي.



Source: SHOEMAKER, J. Pamela; REESE, D. Stephen (1996). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (Second Ed). United States of America: Logman Publishers, p. 101.

أما عن المصادر الخارجية فإنها ترتبط بتأثيرات الموردين، ففي مجال صناعة المحتوى الرمزي تعتمد وسائل الإعلام على الموردين الخارجيين للمواد الخام، سواء كانت خطابات أو مقابلات أو تقارير الشركات أو جلسات استماع حكومية. هؤلاء الموردون أو المصادر لديها تأثير كبير في المحتوى.

- التأثيرات التنظيمية في المحتوى:

(أ) قضايا ومسائل التنظيميات الإعلامية: تختلف المنظمات في كيفية حل مشكلات الإنتاج، فكيف يتم تنظيم المنظمات الإعلامية؟، وكيف تختلف؟ وكيف تمارس السلطة داخلها؟ وما الفرق الذي يحدثه في محتوى الوسائط؟

إن المنظور المؤسسي يؤثر في اختلافات الأدوار التنظيمية، والبنية الداخلية والأهداف والسياقات والتكنولوجيا. فالتحليل التنظيمي يسعى إلى شرح الاختلافات الحاصلة أثناء صناعة المحتوى الذي لا يمكن أن يعزى إلى الاختلافات في الروتينيات والأفراد. في العنصر السابق، أدركنا أنه إذا تصرف اثنان من العاملين في مجال الأخبار بنفس الطريقة على الرغم من الاختلافات الفردية، فإنهما يستجيبان إلى إجراءات عمل مماثلة. وبالمثل، إذا وجدنا أن العاملين في الصحف يتصرفون بنفس الطريقة التي يتصرف بها المذيعون، على الرغم من الإجراءات الروتينية المختلفة، عندها سنشك في أن التشابه التنظيمي في

الهيكل يجعلها كذلك.

(ب) الهيكل التنظيمي: لعل النموذج الأساسي والمألوف للمساعدة في هيكلة أسئلتنا على هذا المستوى هو المخطط (الهيكل) التنظيمي. توضح هذه المخططات أو الرسوم البيانية عادة كيفية إعداد الشركة مع مربعات وخطوط لتعيين الأدوار وتوجهات السلطة. مثل أي نموذج جيد يميز المخطط التنظيمي الأشياء والعلاقات ذات الأهمية. ويساعد الهيكل التنظيمي على تصور أربعة أسئلة مهمة:

1- ماهي الأدوار التنظيمية؟ المربعات Boxes في الهيكل تظهر من يفعل ماذا. كتوظيف الأفراد وترقيتهم الذين يأخذون على عاتقهم المهام والسلطات. يظهر عدد ونوع الأدوار الممثلة مدى الاختصاص أو الاختلاف في الوظائف التي تشكل المنظمة الإعلامية.

2- كيف يتم تنظيم المؤسسة؟ يوضح ترتيب المربعات التي يشار إليها بواسطة الأسهم المترابطة، مدى تعقد الهيكل التنظيمي. ماهي خطوط السلطة بين الإدارات؟ هل تتمركز السلطة مع وجود اتصالات رأسية قوية أو تنتشر بين عدة إدارات؟ كيف يتم الجمع بين مختلف الإدارات؟ على سبيل المثال، يتم الاحتفاظ بأقسام الأخبار بشكل متعمد من أجزاء أخرى من المؤسسة للحفاظ على الاستقلال الصحفي. في بعض المؤسسات قد يكون المالك/الناشر مباشرة في اتخاذ القرارات الإخبارية اليومية، بينما يمتلك البعض الآخر العديد من الوسطاء المضمنين في الهيكل. بطبيعة الحال، قد تكون بعض خطوط السلطة أكثر ضعفا من غيرها، رسمية ولكنها ليست كافية أو ليس لها صلة Irrelevant. فقد يظهر الهيكل التنظيمي أن فردا في المؤسسة الإعلامية وظيفته "محرر" لكنه عمليا يقوم بنشاط أقل من تلك الوظيفة بمهام ضئيلة الإشراف.

3- ماهي السياسة وكيف يتم تنفيذها؟ تشير أسهم المخطط إلى من يجيب لمن، ولكنهم لا يقولون ما هي السياسات التي يتم نقلها. يتطلب فهم المنظمة معرفة شيء من محتوى تلك الأسهم. ماهي الأولويات المحددة؟ ماهي الأهداف الموضوعية؟ كيف يتم تطبيق هذه السياسات؟ وأخيرا، قد يشير المخطط إلى سؤال مهم آخر. كيف يتم تطبيق خطوط السلطة؟

إن الهدف والشئ الذي يكمن خلف كل سؤال من هذه الأسئلة هو بحثنا عن كيفية تأثير العوامل التنظيمية في المضمون الإعلامي؟ ذلك نحن بصدد استعراض العديد من الدراسات البحثية لمعالجة هذه النقاط. يستخدم البعض المؤسسة كنموذج للمساعدة في تصور إنتاج المحتوى. وقرن آخرون الاختلافات الفعلية في المحتوى بين وسائل الإعلام مثل بين الصحف المملوكة للأسرة والمجموعة مثلا. هذه الدراسات قد لا تقول ذلك صراحة، لكنهم حددوا سبب تباين المحتوى في الاختلافات بين المؤسسات الإعلامية.

وقد ساهم العديد من الكتاب غير الأكاديميين بمعلومات مهمة أيضًا، من خلال وصف الأعمال الداخلية لشركات الإعلام الرئيسية.

(ج) التنظيم: الأدوار والبنية لتحقيق أهدافها، يجب على المنظمة تعيين الأدوار وتطوير بنية يمكن من خلالها لأعضائها العمل مع بعضهم البعض بطريقة مثلى.

- صناعة الأخبار كعملية تنظيمية:

يمثل هيكل المؤسسة الإعلامية ساحة اللعب التي يتنافس عليها الموظفون للحصول على الموارد النادرة. بالنسبة لوسائل الإعلام الإخبارية، يقول "سيغال Sigal" إن تقسيم العمل "يشكل الخطوط المحددة لمصادر صراع المنظمة". كما يضيف بأن عدم التيقن من الأخبار يترك مجالاً كبيراً لتأثير السياسة التنظيمية (SIGAL , 1973, p. 21)، بحيث يتم تضمين التعارضات والاصطدامات في النظام عمودياً وأفقياً. عادة ما يتم توجيه المراسلين نحو مصادرهم والذين يكونون على اتصال دائم بهم، وهذا يجعلهم في نزاع متكرر مع المحررين الذين يتناغمون بشكل أكبر مع اهتمامات الجمهور وأهداف المنظمة.

أخيراً وليس آخراً، نكون قد وضحنا المسار النظري والمقارباتي الذي تسير فيه أطروحتنا، إذ يعد المحور من بين الإجراءات البحثية المهمة التي يمر عليها مختلف الباحثين في شتى التخصصات، خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تحتاج إلى مجموعة من الأدوات تمكنها من التحكم في ظواهرها المتسمة بشيء من التعقيد (لأنها تتعامل مع الإنسان، وهذا الأخير يصعب التعامل معه علمياً فنجدته تارة بشخصية وتارة بشخصية مغايرة تماماً). لذلك يحد أن يكون البحث في مثل هذه العلوم موجهاً بنظرية، أو نموذج، أو مقارنة تستنبط منها فروض، ومفاهيم وتحدد مداخله ومنهجيته. إلى جانب هذا، فالبحث يحتاج إلى ثروة معرفية مدعمة بدراسات، ونظريات تشكل في هذه الحالة مرجعية الباحث في عملية الوصف والتفسير.

ولعل تفصيلنا لأهم النظريات الكلاسيكية والحديثة جاء وراء قراءة وبحث معمقان حول المقاربات القريبة من حقل علوم الإعلام والاتصال التي تناولت المنظور المؤسسي وتأثيراته. فتبنت هذه الدراسة وفقاً لمتغيراتها المدرسة الوظيفية البنائية التي منحتها نورا حول أهمية البناء التنظيمي وإسقاطها على المؤسسة الإعلامية ووظائفها، وأخذت منحا كان قد وضعه منظرين أمثال "رادكليف" و"ميرتون في التعامل مع التحاليل الوظيفية للمناصب المشغولة في التليفزيونات. في نفس السياق وجد البحث طياته في ضرورة ولوج الحقل المؤسسي وذلك بالتفطن لنظرية أقل تناولا في العالم العربي وهي النظرية المؤسسية. فكشف الباحث من خلال فرضياتها أهمية الجمع بين الجانب المؤسسي والتقني داخل

وسائل الإعلام، كما سنحت للأطروحة بأن تستنبط متغيرات مهمة ودراستها بدقة كالإسمورفيزم. بعدها أردنا فهم السياقات الفردية الحائمة بصانعي الرسائل كقائمين بالاتصال ولعل أهم المدخل والنظريات الأكثر تفسيراً لهذا المنطق هما مدخل القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة. فقد فسرا لنا الحثيات السياقية للعامل بالمؤسسة الإعلامية خاصة الصحفي. ولدراسة التأثيرات قمنا بتسليط الضوء على نظرية حديثة لـ "شوميكرو" التي فسرت لنا أبرز المتغيرات المؤثرة في المحتوى الإعلامي.

بنهاية هذا الفصل نكون قد عرضنا الجانب التصوري العام الخاص بموضوع البحث، الذي كشف عن الخلفية التصورية القاعدية لظاهرة دراستنا. فبينت الإشكالية أن الموضوع به أبعاد مفهومية مترابطة بمتغيرات من علوم أخرى كالهندسة والعلوم الاجتماعية، وبما أن البحث العلمي تتقاطع فيه مجموعة من التخصصات والإعلام هو أحد هذه التخصصات التي تعد مفترق طرق كل الميادين الأخرى، فإن موضوعنا طرح إشكالية تتعلق بالتنظيمات التلفزيونية الجزائرية التي تشهد اهتزازاً في هندستها ومورفولوجيتها. وتقاطع تلك العلوم مع هذه الدراسة جعلنا نشرح في هذا الفصل أهداف، أسباب، مفاهيم البحث والدراسات التي تقترب من الموضوع على قلتها.

ولكي نضع هذه الدراسة في مسار يساعد على الوصول لإجابات واضحة ذات فائدة علمية سنطرق في العنصر الموالي إلى الأدبيات والأفكار التي كتبت حول حقل الإعلام والتلفزيون على وجه الخصوص من جانبه المهني.

الفصل 2

محتويات الفصل الثاني: تشكيلة وتركيبه المؤسسات الإعلامية التليفزيونية

◆ تمهيد

◆ النماذج الإعلامية المهنية.

◆ مورفولوجيا المؤسسة التليفزيونية.

◆ مورفولوجيا صناعات الرسائل التليفزيونية.

◆ الوضعية المهنية والاجتماعية لصناعات الرسائل.

تمهيد:

إن كل تخصص يحمل في طياته جانبين شق أكاديمي علمي تفسره نظريات ونماذج شرعية تثبت عبر اختبارها في الواقع والتأكد من صحتها وفعاليتها. أما الشق الثاني فإنه يرتبط بالجانب المهني لذلك التخصص أي مختلف الوظائف والمكونات والنشاطات التي يؤديها داخل المجتمع والنفع الذي يكونه كل من هذين المتغيرين (التخصص والمجتمع) للبشرية، ففي هذا الشق نحتاج إلى نماذج براغماتية تفسر وتبسط التخصص للمهنيين من أجل الممارسة الناجحة، بالإضافة إلى كافة المعطيات التي يتطلبها ويحتاجها العمل في مجال ذلك التخصص. والإعلام كتخصص قائم بذاته وعلم له تأثيراته ومؤسساته التي هي كذلك مثلها مثل المؤسسات الصناعية والاقتصادية والسياسية تحتاج إلى فهم من خلال توفر مجموعة من المعطيات والمعايير ودراستها من قبل متخصصي هذا العلم. وفي هذا الفصل سوف نقوم بالتعرض إلى بعض النقاط التي يغفلها معظم الباحثين في الإعلام أهمها مكونات المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية والنماذج المفسرة لها. قد يكون الأمر صعباً لأن المؤسسة الإعلامية تجمع بين طرف كبير من التخصصات العلمية التقنية والأدبية لكن الإجابة عن السؤال كيف تشتغل المؤسسة الإعلامية؟ يحتاج منا إلى بحث مطول ودقيق لكي نحصل على معلومات شاملة عن هذا الحقل المعقد لأنه من جهة قطاع حساس يرتبط كثيراً بأمر مباشرة تحكم سير المجتمع وتوجه الرأي العام، وهذا ما من شأنه سوى لتسخير معلومات وتقنيات بملاحظات أكاديمية ومهنية للمهتمين بحقل الإعلام.

1.2 النماذج والمدارس الإعلامية:

إن الظواهر الإعلامية عامة شدد انتباه العلماء منذ اللبانات الأولى لظهور الاختراعات والاكتشافات أهمها الطباعة وبعدها علم الصحافة المكتوبة. فمن الناحية المهنية شهد مجال الإعلام تقييمات وانتقادات مهنية من قبل المهتمين والكتاب المواكبين لكافة التطورات الحاصلة في هذا الحقل، ولعل ملاحظاتهم المستمرة أسفرت عن بناء مساهمات في بناء قواعد ولوائح تنظيمية في شكل نماذج مفسرة لمهنة العمل في الإعلام والطرق السليمة للممارسة باحترافية، آخذين بعين الاعتبار مجموعة من العوامل الخارجية التي قد تؤثر في المؤسسة الإعلامية والتي تعرض لها باحثون سابقون أهمها الثقافة الفرعية للمجتمع وعادات وأنماط التعرض للوسيلة بالإضافة إلى أهمية هذه الأخيرة بالنسبة للجمهور والمجتمع. وكل هاته العوامل تدلنا على المجتمع الجماهيري الديمقراطي والمتمثل عموماً في الدول الأنجلوساكسونية السبابة في تطوير مهنة الإعلام، وفي الآتي سوف نفصل في هذا التطور.

1.1.2 النموذج الأنجلوساكسوني Le Modèle Anglo-Saxon:

تطور هذا النموذج خلال الفترة ما بين 1978 و1998، أين تصاعدت الدراسات حول تاريخ الصحافة في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية. وتشكل هذا في إطار البحث عن أصول الممارسات الصحفية التي أصبحت تعتبر اليوم المرجع المعياري للدارسين والمهنيين في سائر بلدان العالم. فالنموذج الأنجلوأميركي في الإعلام كان في بداياته يركز على الدقة والموضوعية، ويعزو هذا إلى حاجة التجار لأخبار سريعة ودقيقة لأسعار المواد المتغيرة أو للأحوال السياسية المتقلبة التي تؤثر في التجارة والاستقرار المجتمعي. في نفس الوقت الذي ارتبطت فيه وسائل الإعلام بالأحزاب السياسية فإنها ركزت على توفير معلومات خاصة بالسوق (جداول السفن، أخبار تجارية) بالإضافة إلى الآراء والافتتاحيات، بالرغم من أنها كانت باهظة الثمن. فالتغير لم يكن سببه اختراعات تقنية وإنما تحولات اجتماعية وسياسية واقتصادية يشير إليها "شندسون" على أنها نشوء "مجتمع السوق الديمقراطي". وأولى مظاهر التحول أسفرت عن ظهور صحافة "البنس PENNY PRESS" في الولايات المتحدة الأمريكية التي تحوز على قاعدة جماهيرية عريضة، وذلك لثمنها البهيز أي بنس واحد للصحيفة الواحدة والأخبار التي تغطيها كانت تتميز بالإيقاع السريع، الأمر الذي مكن المواطنين الأمريكيين من شراء هذه الصحفية بالنظر إلى ارتفاع أسعار الصحف الأخرى المنافسة (University Of Florida, n.d.). ففي سياق هذا التحول تم اختراع المفهوم الجديد للأخبار التي تماهي فكرة إنتاج الأنباء بالصحيفة الأمر الذي يجعل من الصعب إدراك مدى دور صحافة البنس في تطور وسائل الإعلام، التي تبيع بكثافة المنتجات الإخبارية للجمهور ومن ثم بيع مساحة إخبارية للمعلنين. فالمنتج المباع هو الأخبار المبتكرة في جوانب متعددة، ومن أهم مزاياه: "الدقة والموضوعية والسرعة" التي يمكن التحقق منها عن طريق الوسائل المنافسة (عثمان، 2009، ص 66-67)، من خلال المقارنة بين محتوياتها وشرعية كل وسيلة وقوة ثقلها لدى الجمهور وتوسعها الجغرافي. وتكتسب الأخبار أهميتها حسب هذا النموذج من طلبات المستهلكين للمعرفة والتسلية ودوافع المومنين الساعين لكسب ربح ونشر آرائهم الأيديولوجية.

➤ خصائصه: يحوز النموذج الأنجلوساكسوني على مجموعة من المزايا التي نبرزها في الآتي:

- تقديس الواقع ونشر الحقائق التي تحدث داخل المجتمع المحلي:

تتوجه هذه المدرسة نحو التركيز على الحقائق الواقعية والبحث عن الأحداث الساخنة Hard والباردة Soft وتدعو إلى ضرورة التفريق بين هاتين الميزتين، ففي وقت يتم تضمين بعض مصطلحات الأخبار القوية (الساخنة) والناعمة (الباردة)، فإنها تمثل الأهداف المتطرفة لاستمرار إضفاء بعض المعايير في شكل قيم إخبارية. بشكل عام، يمكن فصل معظم القصص الإخبارية إلى نوعين: فوري وخطير، وخطير

وأقل خطورة. وبالطبع، توجد فوارق دقيقة في كل فئة، وتحمل المصطلحات الساخنة إلى جانب ما تتسم به من جدية وأقل خطورة، ثروة من الأحكام القيمة حول شرعية الجهود الصحفية فيما يتعلق بمواضيع مختلفة. إن الأخبار "الساخنة" هي تجسيدا لـ "كلب المراقبة" أو الدور الذي تلعبه الصحافة في المراقبة الاجتماعية. عادة ما تتضمن الأخبار الصعبة تغطية ذات مغزى سياسي أو اقتصادي أو عسكري، أو قضايا اجتماعية ذات انعكاسات سياسية أو اقتصادية أو عسكرية (مثل تغطية الجريمة والقصص حول المظاهرات السياسية). كما تحمل القصص الإخبارية الجادة متطلبات مؤقتة - فالأخبار الجادة تشير إلى أن الأحداث الحالية حساسة للوقت والمكان.

في العموم، الحكمة من الأخبار الساخنة هي أن هدفها الرئيسي يذهب لإعلام المجتمع وشد انتباه أفراده نحو الأخبار الثقيلة التي لها تأثير في المجتمع، ثم يلي ذلك، الغرض الرئيسي من الأخبار الباردة هو الترفيه وتوفير الراحة النفسية للجمهور. يقول المؤرخ النحوي "فرانك لوثر موت Frank Luther Mott"، "إن قصص الأخبار الساخنة تكون "مثيرة للاهتمام لأنها ترتبط بمصير البشر"، في حين تكون قصص الأخبار الباردة "مثيرة للاهتمام لأنها تتعامل مع حياة البشر" (BELL, 2009, p. 687). وعليه نستنتج أن هذه الخاصية اتسمت قيمة مهمة وهي: التوجه نحو الاهتمام بجمع المعلومات News Gathering.

يمكن القول أن الصحفي الأنجلوسكسوني يُعرَفُ قبل كل شيء على أنه مهني البحث عن الجديد، فالتجسيد البطولي لهذا الأخير يتمثل في المُخبر الصحفي وصحفي التحقيق (المكراكر Muckraker) الذي يكشف وينبش عن الوقائع والفضائح. إن هذا النوع الصحفي يقدر الصحافة الموجهة نحو جمع الأحداث كمياً وكيفياً. ومن الطقوس الأساسية للممارسة الصحفية نجد الدورات التي تقودها الشرطة حول الأحداث المهمة Fais Divers، التي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية، وهذا التوجه من البداية يضيف على هذا النموذج نوعاً من الاحترافية (NEVEU, 2009, p. 11). يُضم أيضاً إلى جانب هذه الممارسات الصحفية أدواراً وكفاءات وكتابة لا يمكن أن تكون سهلة أو تلك التي تمثل وظائف موجودة تكون دخيلة عن المهنة (كالأدب والسياسة...). فهذا النموذج جاء بوظيفة فكرية كمهنة تامة وكاملة تفتح لممارسيها ميدان العمل الإعلامي المهني، فالإعلامي الأمريكي بالرغم مما يواجهه من صعوبات أثناء بحثه عن المعلومة الجديدة (كالمافيا، العصابات، المناطق الصعبة...) حُمِلَ بعد 1850 مسؤولية اجتماعية التي تعترف بقيمة المخبر الصحفي الذي يتيح للجمهور أخبار ومعلومات عن المجتمع والقضايا الشائكة التي تكتنفه وتحوم به يومياً.

تدعو المدرسة الأنجلوساكسونية الصحفي بأن يكون متصلا دائما بالميدان، وأن يكون لديه أجندة وبرنامج الأمان وأهم العناوين والعلم بحوثيات العمل المرتبط بسرعة تسجيل أبرز النقاط الهامة، عبر تنظيم وتقينة المعلومات، إتقان المواقف الاتصالية كالمقابلات الصحفية مثلا. فهناك أنواع صحفية متعلقة بالبحث عن المعلومة ظهرت اليوم في سائر بلدان العالم، كانت قد نشأت وترعرعت في الولايات المتحدة الأمريكية. فظهور الروبورتاج ارتبط ارتباطا وثيقا بتغطية الحروب الانفصالية، في حين ظهر الحوار الصحفي سنة 1860، بالرغم من المحاولات الفرنسية التي أرادت أن تنسب هذا النوع إليها، لكنها لم تنجح منذ البداية في وقت تفوقت الدول الأنجلوأميركية في عمل الروبورتاج والحوار الصحفي (Idem, p. 12).

- الميزة النفعية L'utilitarisme:

تعتبر خاصية "النفعية" من بين القيم المتجذرة في المدرسة الأنجلوساكسونية، حيث يعتبر العمل الإعلامي في هذه المدرسة "استعماليا" أي مفيد، لأن مجال الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية مع بداية القرن العشرين تطور وأخذ يسعى نحو الاستجابة للمتطلبات اليومية والاحتياجات العملية للجمهور، خاصة في أثناء تغطية المجال الزراعي. ولعل هذا الأخير أخذ حصة كبيرة من اهتمامات وسائل الإعلام التي حاولت إبراز أهمية المعلومات الاقتصادية وشد الانتباه لمنطق السوق وحركات السفن التجارية. إن حركة القراءة والتحرير الإعلامي الحديث تترجم من خلال تقسيم بنية النص الخبري إلى فقرات متخصصة. ففي حقبة زمنية سابقة توجه المحررون من التركيز على وصفات المطبخ التي كانت شغل شاغل الجمهور النسوي نحو الفقرات الدينية. فمن خلال هذه التقيئة وبروز قطاعات مختلفة للجمهور الذي بدوره يعبر عن احتياجات تعمل وسائل الإعلام على تلبيتها، ظهر في الدول الأنجلوساكسونية الإعلام المتخصص فئويا وموضوعاتيا Thématiques.

- الإعلام الأنجلوساكسوني كمنشأ مقاولاتي Activité Entrepreneuriale:

إن ما يحرك العمل الإعلامي في هذه الدول هو منطق المؤسسة القائم على التسويق ومنطق السوق الذي يتفاعل مع أهم عنصر وهو المال. ففي هذا الإطار يقول ماجني MAGNAT (قطب أو شخصية هامة في الصناعة والمال) صحيفة "روي هوارد Roy Howard":

"وصلنا بسهولة إلى مضيق مملوء بسلع تجارية جديدة. نحن هنا لتسخير مساحات إخبارية وبيعها بأسعار نفعية للذين يرغبون في الاستثمار. لكن يجب أولا إنتاج صحيفة بمعلومات وأشكال جذابة التي تضمن سيرورتها وترجع الإشهار أكثر فاعلية" (Ibid, p. 21).

فمن خلال هذا القول يمكن أن نستنتج شيئاً هاماً وهو أن الإعلام أصبح صناعة قائمة بذاتها تركز على أمرين مهمين وهما: أولاً تقديس الحقائق أي توفير معلومات واقعية وثانياً الشكل وهو وضع تلك المحتويات في قالب جمالي يستحسنه الجمهور داخل سوق شديد المنافسة. ومنطق السوق دفع بالصحف البارونية (الريادية) ك (بيرسون Pearson، نورثكليف North cliff وهيرست Hearst) بأن يكونوا السباقين في إنشاء مجموعات صحفية قوية اقتصادية وجماهيريا. وبالعودة للحديث عن النشاط المقاولاتي الذي لا يقوم بدون تمويل أو مال، فالميزانية هي التي تحدد طبيعة نشاط كل مؤسسة إعلامية خاصة في سوق تحكمه المنافسة الحرة، التبادلات التجارية ومعادلة العرض والطلب. وقد تعددت أسباب هذه الوضعية والتي هي في مجملها عبارة عن مسببات اقتصادية أهمها:

- سلطة الصحافة التي عكست التطور السريع للديموقراطية في الدول الأنجلوساكسونية: سرعان ما أصبح الإعلام يشكل مصدر ضغط في الدول الأمريكية يستمد قوته من الجمهور العام والمحلي ومن اللوبيات المحركة له بالإضافة إلى السياسة الديموقراطية التي تدعو إلى حرية الرأي والتعبير.

ومن خلال ما عرفته بعض البلدان الديموقراطية من حرية الصحافة خاصة الولايات المتحدة الأمريكية عام 1791، والدعم الذي لاقته في بريطانيا خلال سنوات 1830، تشكل ما يعرف بالأمان القانوني الذي سمح بنشر الصحيفة كنشاط تجاري وإنشاء صحف ذات طابع اقتصادي. فالتمدن والتحضّر المبكر يكونان عنصر آخر ساهم في تخفيض تكاليف البث وتوسيع قاعدة المشاهدة وهذا المنطق الأخير لا يمكن فصله عن الجوانب أو السجلات النفعية السالفة الذكر. ويتوافق المنطق المقاولاتي مع الميزة الأخيرة لهذا النموذج وهي الاحترافية.

- الحرفة والاحترافية Professionnalisme:

دائماً ضمن المدرسة الأنجلوساكسونية، التي تعتبر الصحفي بأنه لا يمكن تشبيهه بفنان أو مناصر أو متطوع فهو بكل بساطة يؤجر على أساس ممارسة مهنته والمهام التي يقوم بها (كالبث عن المعلومة الساخنة القوية) يجزى بمردودية. وهذه الأخيرة تتحدد من خلال مدى قدرته على جمع الأخبار والمعلومات المثيرة والجديدة، فعلى سبيل المثال عندما ينشر خبراً موضوعه كالاتي: "نجا رجل من حريق مهول شب في بيته ولقد تلقى المساعدات والإسعافات اللازمة". في حين خبر آخر يقول "هلك رجل إثر حريق مهول داخل بيته حيث تم اكتشاف جثته تحت رماد بيته الذي احترق كاملاً ولم يبق منه شيء". فأكد أن الخبر الثاني سوف يتلقى عليه الصحفي مكافآت مالية كبيرة لاحتوائه على الجانب الدرامي بالإضافة إلى أنه حدث خاطر الصحفي بالبحث عنه من خلال تنقله لعين المكان لنقل الحقيقة من مصدرها وهنا

تكمّن احترافيته. وتجدر الإشارة إلى أن العقلانية في نظر هذا النموذج تتلاقى من جهة مع قدرات الصحفي في جمع كم هائل من المعلومات ومن جهة أخرى مع الإبداع الاحترافي القائم على القدرات التقنية للصحفي التي ينميها عن طريق التكوين والخبرة، حيث ظهرت مقارنة التعلم بالكفاءة *APC بالإضافة إلى مسألة التفرغ التام لهذه المهنة. ولعل أهم معايير تحديد احترافية الصحفي والتي على أساسها يحدد أجره تتجسد في:

(1) القدرة على الاستقصاء والتحقيق Capacité d'enquête: ولصعوبة أداء هذا النوع الصحفي توجهت الدول الأنجلوساكسونية نحو إدراجه كتخصص قائم بذاته في أقسام الإعلام والصحافة ليظهر بعد ذلك ما يعرف بالصحفي المحقق Journaliste d'Investigation.

(2) القدرة على الكتابة وفق المعايير والتقنيات المحددة Ecriture Médiatique Normalisées: كلما زاد التزام الصحفي بفنيات التحرير وتخصصه في مجال معين كلما زادت احترافيته، وكلما وسع الصحفي من مجال تكوينه يكتسب بذلك معايير المهنية الفنية، العلمية والتقنية (Ibid, pp. 11-12).

في آخر هذا الشطر ما يسعنا القول إلا أن النموذج الأنجلوساكسوني استفاد من كل أخطاءه العملية وحولها إلى نقاط قوة من خلال تطوير سبل العمل الصحفي. أما في الآتي سوف نحاول التعرض إلى نموذج أوربي هو كذلك شهد عدة عمليات متطورة تبعتها مجموعة من البلدان المستعمرة أو المجاورة.

2.1.2 النموذج الفرنكفوني Le Modèle Francophone:

إن الأوضاع الحالية للصحفيين في أوروبا وفرنسا على وجه الخصوص أتت من القانون الأساسي الفرنسي للصحفي عام 1935 الذي جاء على وقع ضعف عدد الصحفيين المتخصصين والمتخرجين من مدارس الصحافة. وقد أحدث هذا القانون آثارا بالغة في ممارسة مهنة الإعلام والتي مازالت إلى يومنا هذا. تميزت المدرسة الفرنسية عموما -قبل الخوض في التفاصيل- بميولها إلى التعبير عن الرأي في الكتابات الإعلامية وذلك بسبب فتح مجال الإعلام لغير خريجي أقسام الإعلام أو الذين زاولوا تكوينا إعلاميا. ففي فرنسا آنذاك كان هناك أعداد قليلة جدا من خريجي مدارس الإعلام في الوسط المهني الإعلامي الفرنكفوني.

تمثلت الخصوصية الأولية للصحافة الفرنسية في صيغة متناقضة إلى غاية ولادة الصحافة الشعبية في العصر الذهبي، فالمؤسسات الإعلامية كانت تشتغل بدون صحفيين متخصصين، لذلك واقع ومقاربة الكتابة الإعلامية والوضع الاجتماعي للصحفي في فرنسا لا يمكن فصله وفهمه من دون الرجوع إلى

* APC: Apprentissage par compétence.

الخلفية الأدبية والسياسية وإلى تاريخ وماضي هذه المهنة. حيث كانت المقالات تكتب وتوجه عن طريق المتعاونين الإعلاميين Collaborateurs de Presses إذ كان الاعتماد الأساسي للصحافة الفرنسية في بدايتها على هذا النوع من الإعلاميين، بالرغم من أنه لا يعيش نشاطها كوظيفة متخصصة بكل احترافية أو بمنطق المهنية أي يمارسها كنشاط ثانوي للزيادة من أجره الذي يتقاضاه من وظيفة أخرى خارج مجال الإعلام، وهؤلاء المتعاونين كانوا من غير التخصص في أغلبهم، وغير دائمين في المهنة يتلقون أجرهم بالقطعة A la pige.

فالمجالس المنتخبة المشرفة على عمل محطات الراديو والتلفزة الأوروبية تمثل عادة مصالح فئات متناقضة النقابات وأرباب العمل مثلا، أو ممثلو الكنائس والأحزاب العلمانية، وبالتالي يؤثر هذا التناقض في المصالح والتوجهات في عمل الصحفيين ورؤساء تحرير هذه القنوات، بحيث يبديون مكبلين أحيانا أو يضطرون لإخضاع تقاريرهم لنوع من الرقابة الذاتية Auto-control (جرن والد وآخرون، 2005، ص.13). وساهم بصفة كبيرة هذا الوضع، القائم على ضبابية المسيرة المهنية عن الممارسة الإعلامية في الدول الفرنكوفونية، إلى الدفع بضرورة وضع مجال الإعلام تحت مجهر الكتاب الناقد ومن بينهم "بالزاك" BALZAC الذي علق في أحد كتبه "Illusion perdues" عن واقع مهنة الإعلام في فرنسا وقال بأن هذا الوضع سببه: إفراغ القانون الأساسي للصحفي من محتواه الذي يفتح الطريق للنجاح خارج فرنسا. ويقصد "بالزاك" هنا النجاح عند البلدان الأنجلوساكسونية، ففئة الصحفيين القليلين، المبتدئين يكونون في غالب الأحيان من الشعراء همهم الوحيد هو الحصول على وضعية جيدة، لذلك غالبا ما يغيرون هذه الوظيفة منتقلين إلى قطاعات أخرى أو يعملون بصفة عشوائية تغطي عليها الأتعاب الروتينية فتجعل العامل يشتغل بأقل جهد وعن غير حب. وإذا تحدثنا عن المصورين Caméralistes فإنهم يحاولون اختزال المؤتمرات الصحفية والحوارات البرلمانية لغياب الإبداع والكفاءة الاحترافية، لأن معظمهم قادمون من غير تخصص الإعلام. حتى الصحفيون الفرنسيون -على قلتهم- كانت مهاراتهم أدبية، متشكلة من الموهبة الفطرية أو المكتسبة بالخبرة (NEVEU , op.cit , pp. 12-13). وعليه شهدت الصحافة الفرنسية خلط ومنافسة بين الصحفي السياسي والصحفي الحامل للآراء السياسية، ناهيك عن بروز عدة مظاهر سلبية: كالرشوة، تأثيرات الحكومة والضغطات الشخصية.

لكنه مع الزيادة السريعة في تطور حقل المؤسسات الإعلامية وطرق الإنتاج والعمل السمعي البصري الآتية من الدول الأنجلوساكسونية بالإضافة إلى زيادة خلق أقسام الفيديو خاصة في ألمانيا، نجحت الصحافة الفرنسية في الخروج من حرب كانت قد حملتها مطولا دون أن تشعر في نشر الدعاية

المغرضة والعمل لصالح القوى السياسية. وجرت محاولات نحو تنظيم المهنة، فظهر قانون الإعلام 1881 الذي وضع حدا لمجموعة من الأشكال السلبية كالمراقبة الضمنية المتحيزة والمشكوك فيها. هذا الإطار التنظيمي شجع على إنشاء صحافة يومية وزيادة معتبرة في عدد الصحفيين، والتوجه نحو التخصص في الأدوار والتسلسل الهرمي العقلاني. فأولى مظاهر التغيير تمثلت في تأسيس نقابة للصحفيين عام 1918 وفي نفس هذه السنة جاءت المبادرة لكتابة ميثاق أخلاقيات المهنة، حيث شدد هذا الميثاق على ضرورة تنظيم المهنة والفصل بين الصحفي المهني والصحفي الدخيل عنها Faux Journaliste. فالسياسة التحريرية الفرنسية تتعلق بالممارسة، إذ يتلقى الصحفيون الفرنسيون دعما من نقابات أو منظمات مهنية عندما يواجهون ضغوطات معينة. كما سجل مظهر آخر مهم يتمثل في العلاقة بين الصحفيين والمصادر السياسية التي يعتمدون عليها والتي يتبادلون خلالها المعلومات الجديرة بالتغطية الإخبارية (جرن والد وآخرون، مرجع سابق، ص. 65).

وكانت سنة 1935 المفتاح الذي بين من هو ممارس مهنة الإعلام؟ ومن يحق له ممارستها؟ تمثلت في تصويت البرلمان عن قانون هوية الصحفيين Le Statut du journaliste. هذا القانون جاء بمجموعة من الحقوق في مجال العمل والحماية الاجتماعية، وركز على ضرورة المحافظة على نوعية الصحفي في لجنة البطاقة المهنية للصحفي المحترف والأشخاص المعروفين بأملكهم لوسائل الإعلام. ويمكن عرض أهم خصائص الصحافة الفرنسية في النقاط التالية:

- التوجه نحو التوظيف المكثف خاصة في سنوات 1980 والرغبة في إنعاش وتجديد المهنة: بعدما كان الإعلام الفرنسي في سبات عميق بسبب سياساته الاستعمارية سرعان ما تقطن إلى هذا الحقل الخطير الذي بات يهدد مجتمعه، ففتح المجال في البداية إلى دخول هذه المهنة دون ضوابط أو معايير انتقائية للعمل، فتوجه كل من يملك القدرة على الكتابة لكسب مناصب في المؤسسات الإعلامية بهويات مهنية مفقودة وبمخصصات تقنية وأدبية.

- تشييب المهنة وذلك بالتركيز على توظيف فئة الشباب حيث ساهم في إحياء المهنة، وأصبح معدل عمر الصحفي صغيرا بعدما كانت الصحافة الفرنسية قد سيطر عليها ولمدة طويلة شريحة الخمسينات والتي معظمها كانت من غير التخصص.

- طغيان فئة الشباب على العمل الإعلامي الذي يتطلب جهود فيزيولوجية لكن غالبا ما لا يستمرون في هذه المهنة لأنها متعبة وتطلب التنقل الدائم، خاصة الجنس الأنثوي فهويتها وطبيعتها وظروفها لا تسمح لها بأن تشتغل في ذلك الوقت. لكن مع زيادة أقسام الإعلام توجهت النساء الإناث نحو التخصص

وامتهان الإعلام بداية من المجالات وبعدها تدرجت إلى الوسائل الإعلام الثقيلة.

- زيادة عدد الإناث في المؤسسات الإعلامية الفرنسية كمقدمات ومحركات أخبار إلا أنهم لا يرتقون إلى المناصب العليا داخل المؤسسات لأسباب اجتماعية عائلية وبيولوجية، لأن التدرج داخل التلفزيون مثلاً يتطلب خصائص مهنية وبيولوجية وقدرة واسعة على اتخاذ القرارات والتحكم في زمام الأمور.

- التميز والتفرد الفرنسي في اتساع سوق الإعلام مما أدى إلى التخصص في الإعلام والاتصال وإقبال الطلبة الجامعيين على دراسة المجال الإعلامي، بسبب العولمة والتعددية في وسائل الإعلام وزيادة تأثيرات هاته الأخيرة في مختلف الأصعدة.

-الخصائص المورفولوجية للمهنة:

إن الخط البارز في عالم الصحافة الفرنسية يتمثل في قدرتها على توسيع وتطوير مجال العمل الإعلامي خاصة خلال سنوات 1960-2000. وبدأت معالم التطور تظهر بين الثمانينات والتسعينات خاصة مع ارتفاع عدد الحاصلين على بطاقة الصحفي المحترف بنسبة كبيرة جداً (من 16619 إلى 26614)، هذا الرقم يبين أولى الحلول ومظاهر النهوض بالخلل الوظيفي المتعلق بالصحافة، في مهنة تركز بشكل واسع على نقل كمية كبيرة من المعارف والمعلومات. وطرح هذا التدفق السريع من جهة أخرى مشكل آخر وهو مسألة التأطير Encadrement، الذي يرتبط بتدريب طلبة الأقسام الإعلامية ومدى تأهيلهم وتأطيرهم بصفة جيدة وهذا يتطلب وقت ومسؤولية من قبل المؤطرين الذين كانوا أغلبيتهم ذكورا لهم خبرة. بينما المرأة العاملة في مجال الصحافة تواجه عائقا كبيرا لتولي مناصب تستدعي التأطير خاصة المناصب العليا في التنظيم (Société des journalistes, 2013).

-تعداد المهنة: جدول رقم 02 يوضح تطور عدد الصحفيين المتخرجين الفرنسيين وتدرجهم الوظيفي

الوضعية / السنة	1975	1980	1985	1990	1999	2008
مأجورون	8 889	11 945	14 109	16 459	24 911	28 642
صحفيو القطعة	595	829	1 408	2 344	5 709	6 778
صحفيو محررو الصور	-	155	251	479	890	-
معلقو الصور	798	991	1 241	1 677	1 464	-
طلبة من التخصص بطالون	186	261	699	830	1 281	1 342
المجموع	13 635	16 619	22 621	26 614	31 902	37 303

Source : NEVEU, Eric. (2009). Sociologie du journalisme. Paris : La Découverte, Collection Repère. p.22

يمثل الجدول بالأعلى تعداد مهنة الصحفي في فرنسا من سنة 1975 إلى غاية 2008 حسب وضعية

(Statut) كل مورد بشري وبيّن مختلف التغييرات والانتقالات الكمية التي شهدتها الإعلام، إذ صاحبت كل مرحلة منه تبني إستراتيجية معينة حيث يمكن استخلاص أربع تطورات هامة في الآتي: قبل عرض الجدول تجدر الإشارة أن إحصائيات الجدول بالأسفل وردت في كتاب الباحث "أريك نوفو" التي أجزها سنة 2009 (وهنا توقف الإحصائيات في انتظار إصدارات أخرى للكاتب).

- التوظيف المكثف Le recrutement massif والتخصص الأكاديمي:

يطرح النموذج الفرنكفوني بأن فرنسا عرفت عملية توظيف سريع في مجال الإعلام سنة 1980 بغرض محاولة تجديد وإنعاش المهنة Rajeunir la profession بعد عدة سنوات طويلة من الممارسات السوداء وطغي الدخلاء عن المهنة من غير التخصص. فخلال سنة 1999 توجهت الصحافة الفرنسية نحو فتح المجال لتوظيف صحفيين متخصصين، إذ شهد صعود فئة الشباب بشكل واضح وبالأخص الفئة الشبابية الأكثر تحسلاً على شهادات عليا، محاولة إنقاص معدل صحفيي الخمسينات الذين كانوا يشغلون مهن الإعلام في البداية بدون أي تخصص أو امتلاكهم لشهادات تثبت مستواهم. فمعظم المتحصلين على شهادات عليا متخرجون من تخصصات مختلفة، ومكونون في مجالات تختلف عن نوع تخصصهم أو عملهم. وكانت أنواع التكوين مرتبة كآلاتي:

- (1) الآداب، والمتدربين في مجال الصحافة. (2) الحقوق ومعاهد الدراسات السياسية. (3) تنظيمات العلوم الإنسانية. (4) الإعلام والاتصال. (5) التكوين التقني. (6) العلميين.

بالإضافة إلى أهمية التخصص الذي ركزت عليه مختلف وسائل الإعلام أثناء عملية التوظيف، نجد اختلافا في التكوين بين النساء والرجال حيث أن النساء الصحفيات هن أكثر تكويننا في المجالات الأدبية ووسائل الإعلام، واللواتي في غالب الأحيان لا يمكنهن مزاوله نشاطات أو مهام ترتقي إلى عمل إدارات في الصحافة "كرئيسات تحرير أو مديرات نشر"، بالرغم من أننا في عصر أصبحت فيه المرأة تخوض كل المجالات وأصعب المهن. في حين أن الجنس الذكري يكون متخرج من معاهد الدراسات السياسية IEP institut d'études politiques ومدارس الصحافة الأكثر شهرة.

إن كل هذه المميزات التي بدأت تظهر معالمها ترجع إلى أهمية تبني التخصص والاستفادة من الجمهور الذي يشكل العنصر الهام في العملية الإعلامية من خلال مساعدتهم وتلبية حاجياتهم اليومية. كما ساعد التشريع الأمني في فرنسا على إعطاء حرية أكثر للصحفيين في ممارسة مهنتهم، الذي زاد من ظهور مجموعات صحفية معتبرة. وملتزم التغيير الجذري في طرق ومناهج التسيير في مختلف هياكل المؤسسات الإعلامية الفرنسية (TF1, France Televisions) مرتكزين بذلك على التسويق

ودراسات السوق، الانفتاح على التمويل وزيادة الأجر، إنقاص التكاليف، وأهم شيء جذب المتلقي وبالتالي جذب الإشهار والمعلنين (NEVEU, op.cit, p. 28).

3.1.2 التجربة في العالم العربي:

تملك الدول العربية هي كذلك تاريخ حافل يتراوح ما بين القوة والضعف فيما يتعلق بمجال الإعلام. ولقد عرف العرب فن الصحافة منذ عصر الجاهلية وتاريخهم الأدبي العريق بعناصر موضوعية وواقعية، حيث أن مصطلح الإعلام أو الصحافة لم يكن يعرف آنذاك بهذا الاسم فقد كانوا يمارسونه بدون هذا التعريف الاصطلاحي الموجود حاليا (مروة، 1961، ص.64). ولكن مع النهضة الأدبية الحديثة التي شهدتها العالم العربي منذ القرن التاسع عشر نتيجة التواصل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب تطور مجال الإعلام خاصة أثناء التغطيات الإخبارية الحربية أو خلال التبادلات التجارية أو الهجرة والزواج بين شعوب العالم، كما حدث مع الدول الأنجلوساكسونية.

وسرعان ما جذب الإعلام العربي الظواهر المحيطة به اهتمام الصحافيين والدارسين الغربيين، الذين توصلوا إلى نتائج مهمة أبرزها القصور الشديد في الدقة والمصادقية وبروز الأسلوب التعبوي وغياب تام لما يعرف بالصحافة الاستقصائية.

- خصائص الإعلام في الدول العربية:

يظهر الإعلامي العربي أكثر حذرا وأكثر حساسية اتجاه ما يحدث داخل منطقتة أو بلده، فله مسؤولية كبيرة خاصة أن في مثل هذه البلدان تكون ملكية وسائل الإعلام في العموم للدولة وتأثيرات إطاراتها والجماعات الضاغطة مرتفعة، الأمر الذي يجعل الصحفي العربي مقيدا ويحس بعبء أثقل. وتتمثل مهام الصحفي عبر مختلف المؤسسات الإعلامية:

- بث معلومات تنموية،

- بث معلومات تخدم المواطن (الخدمة العمومية)،

- إعلام الجماعات السياسية وإحاطتهم بكل الإنجازات وأوضاع البلاد.

كما تشير مختلف أفكار الباحثين في الوطن العربي بأن الإعلام العربي لا يهتم بالحقائق كالنموذج الأنجلوساكسوني بل يركز على الآراء تقريبا مثل النموذج الفرنكفوني، إذ يقول "عبد الله شليفر: "بأن ميولات الصحافي يجب ألا تظهر في الأخبار وإنما في تعابير الرأي ويستطيع أي صحافي أن يكتب رأيه بعيدا عن الأخبار وهذا لا يعني أن الخبر مجرد من الميولات والتحيزات" كما قال في محاضرة بعنوان "الإعلام والدين في العالم الإسلامي" بأن الفوضى هي النمط السائد في معظم مؤسسات الإعلام

العربي والسبب يعود إلى نقص الدقة وتوثيق المعلومات والصدق (عثمان، مرجع سابق، ص 56-57). لكن لطالما كان للصحفي العربي أعمال بطولية ومسار يشهد له التاريخ، إذ تعتمد المجتمعات العربية على الصحفي بصفة كبيرة من أجل الاستعلام وأخذ كمية كبيرة من المعلومات التي تهتم حياته اليومية وأبعد من ذلك التوجه نحو الترفيه. عمليا يحتاج الناس لمعلومات تسمح أكثر بحل مشاكلهم المختلفة، ومواد تداوي جروحهم وتنسيهم ولو نسيبا مصائب ومصاعب الحياة. فالصحفي له سلطة توجيه وتركيز الناس، إضحاكهم وإبكاءهم أحيانا.

-مشاكل الصحافة في العالم الثالث:

من بين المشاكل التي يعاني منها الإعلام العربي، هو نقص التحفيز على العمل الذي يجلب الممارسة البناءة للمهنة. فالعمل هو ضرورة يقوم بها الناس، فإذا كان الشغل ليس محفزا وليس مكافئا وإذا أحس الصحفي بأن عمله ليس له معنى فالحياة تصبح كئيبة ويتحول العمل الصحفي إلى روتين يومي يفترق للاحترافية.

من جهة أخرى يعاني الصحفيون في العالم العربي خاصة المبتدئون والمتخرجون الجدد من تندي في الأجور. بالإضافة إلى استغلال الإطارات لهذه الطاقات الجديدة الذين وفروا عليهم تعب المهنة، فأصحاب الخبرة يأتون إلى العمل فقط لقراءة الجرائد أو سماع المستجدات وشرب القهوة والدرشة مع الزملاء، وأحيانا لا يأتون إلى العمل إطلاقا، معتقدين أنهم مهما فعلوا فالوضع يبقى كما هو عليه ولا يتغير (HESTER & J. TO , 1989, p. 20). مشكل آخر يواجه الصحافة في الوطن العربي يتعلق بالتكوين والتعليم، يرتبط مباشرة بمشكل كبير يصادفه الصحفيين أثناء عملهم وهو غياب الجانب التطبيقي أثناء التكوين الجامعي الذين يزاولونه قبل الدخول في عالم الشغل، وأن نوعية التعليم والمعلومات التي يتلقونها ذات طبيعة نظرية محضة. كما أن هذه الجامعات لا توفر التربصات والممارسات الميدانية ناهيك عن الأساتذة الذين يدرسون ويؤطرون الطلبة هم في حد ذاتهم خريجي تلك الجامعات زاولوا مهنة التعليم بعد تخرجهم مباشرة. فمنهم من لا يملك أدنى علم بالحياة المهنية الخارجية، ومنهم من يشتغل بالموازاة مع التعليم مهنا أخرى.

كما أن هناك مشكلا شائكا آخر يتعلق بغياب المصداقية: فالصدق من بين الأخلاق التي يجب أن يتحلى بها الصحفي المهني والذي يسعى جاهدا لإعطاء بالتحديد عرضا مفصلا عن الأحداث يكون فيه أكثر موضوعية ومصداقية، لكن الموظفين والمواطنين يظنون بأنهم ينقصهم الخبرة والتكوين أو يمكن القول بأنهم لا يملكون الهوية والجرأة في الكتابة، وبهذا سوف يستقبلون أو يتقبلون رشوي Pots de vin

من قبل رؤوس أموال أو أشخاص أقوياء مالياً يبحثون على استغلال سلطة الإعلام من أجل أغراض شخصية. ومن هنا يطرح مشكل المصادقية في وسائل الإعلام، الذي تحول إلى مشكل مصادقية شخصية للصحفي. عموماً يمكن القول أن مختلف هذه المشاكل هي مكتسبة نتيجة الاحتلال للبلدان العربية وتوريث السياسات الإعلامية الاستعمارية للبلد المحتل-ولعل الجزائر خير مثال-. فمن المفروض أن وسائل الإعلام وصحافيي هذه البلدان يقبلون هذا الميراث كحقيقة لكن ليس كمعيار يقتدى به، لذلك نلاحظ أن كل بلد يتبع طرق عمل البلد الذي استعمره.

إن البنية التحتية الإعلامية للبلدان العربية التي كانت مستعمرة تأتي من أوطان هذه الأخيرة، التي أبقّت لصيقة فكرياً وثقافياً من أجل تسهيل التبادلات والتعاملات مع بعضهم البعض، وكأن المستعمر لم يخرج من تلك البلدان. وهناك عنصر آخر يميز هذا النوع من التبعية وهو التطور النسبي الذي يمس بالضرورة عواصم البلدان، هنا تبدأ المركزية في العمل وفي إصدار القرارات من طرف الدولة التي تتمركز في العاصمة، إذ تحتكر الدولة قطاع الإعلام وتتحكم فيه متجاهلة ما يحدث في المناطق الأخرى من الوطن. فمن بين مظاهر بقايا الاستعمار داخل البنى التحتية هي اللغة، فالصحفي لا يستعمل اللغة التي تطور من مهمته أو تزيد من كفاءته بل إلى جانب اللغة العربية يستخدم لغة البلد الذي استعمر وطنه: نجد صحفاً كثيرة صدرت في العالم العربي باللغة الفرنسية والإنجليزية والإسبانية والبرتغالية. وفي الأخير ما يمكننا استنتاجه هو أن الإعلام العربي لم يجذب للنموذج الأنجلوأميركي الملتزم بمعرفة المعلومات الموثقة، بل يتبع النموذج الفرنسي في إنتاجه الذي لا يفصل بين الآراء والأخبار وأنه أقل اهتماماً بالتحقق من دقة كل خبر أو رأي وما زال له توجه سياسي واضح من خلال أجندة وسائل الإعلام الفرنسية (عثمان، مرجع سابق، ص. 75).

-الإعلام والقائم بالاتصال في الجزائر من خلال الخطابات والمواثيق الرسمية ومشكل الهوية:

إن الإعلام الجزائري كأحد النماذج الصحفية للإعلام العربي، مر هو كذلك بفترات متعاقبة اختلف فيها دور الإعلامي وتطورت مستويات عمل الصحافة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا. وقد شهد الصحفي الجزائري ملامح متعددة انتقل من مفهوم الموظف، إلى مفهوم المناضل فالملتزم والمهني إلى غاية مفهوم المكافح فأخيراً عون الدولة وحالياً ضبابية تامة في هويته. بالنظر إلى أن الدولة الجزائرية تزعم دائماً إبقاء قطاع الإعلام في خدمة مشاريع سلطوية وأهداف تنموية.

إن اعتبار الخطاب الرسمي للصحفي كمناضل تكرر بصورة كلية ليتعدى الأمر لتحمله مسؤولية الدفاع عن الثورة والتزامه بخطها، ومن خلال هذا الخطاب أصبح الولاية يتعاملون مع الصحفيين وكأنهم

ملاحقون يعملون في إداراتهم وفي هذا الصدد يقول الأستاذ زهير احديدان " يبدو أن الجزائر تعتبر الصحافة كطفل قاصر غير ناضج" (بوجمعة، 2008، ص.15). الأمر الذي أدى إلى تضيق مجال العمل المهني أمام هاجس النظام والتجنيد وأمام إلحاح الرسميين.

إن مختلف القوانين والمواثيق تظهر أن هوية ممارسي الإعلام في الخطابات الرسمية لم تكن لها أية أبعاد مهنية إذ غفلت عن تحديد وضعية وهوية الإعلامي، فالخطاب الرسمي لم يطلب من الصحفي أن يكون ذكيا ولا حتى أن يعرف كيف يحرق سوى ولاءه وخدمة الدولة والحكومة الجزائرية.

يمكن القول أن الصحفي الجزائري كقائم بالاتصال خاض مشوارا نضاليا طويلا وواجه فيه العديد من التحديات، فمنذ الاستقلال وإلى يومنا هذا عايش تحولات على مستوى دوره ووظيفته، وواقعه وذلك وفق نظرة السلطة له وطبيعة الخطاب السياسي الموجه للممارسة الإعلامية. حيث صنف الصحفي في العديد من الوظائف المتعلقة بمهنة الإعلام، فقد اعتبر موظفا في ظل الفراغ القانوني، ثم مناضلا في عهد الرئيس هواري بومدين إلى غاية 1982 دون أن يكتسب الصفة المهنية، لتأتي أحداث أكتوبر 1988 وما تمخض عنها من صدور ثاني قانون إعلام في الجزائر 1990 الذي منح الصحفيين بعد جهاد طويل الصفة المهنية في المؤسسات وحدد حقوقهم وواجباتهم، غير أن إعلان حالة الطوارئ سنة 1992 كان لها أثر كبير على وضع الصحفي، نظرا للتجاوزات الأمنية في البلاد. الأمر الذي جعل الصحفي يعمل كمكافح في الميدان، ومع مجيء سنة 1999 اكتسب الصحفي صفة أخرى لمواكبة أحداث هذه الفترة، لعل أهمها المصالحة الوطنية والوثام المدني، فقد أصبح الصحفي عون الدولة من منظور السلطة. خاصة مع مجيء تعليمية رئيس الحكومة (مولود حمروش) سنة 1990 الخاصة بـ "صندوق ترقية الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية" والتي سمحت بظهور العديد من الصحف الخاصة. هذا التوجه المفروض في الواقع، أدى إلى تغيير قانون الإعلام، ففي 3 أبريل 1990 صدر القانون الجديد المتعلق بالإعلام الذي رفع احتكار السلطة لملكية وسائل الإعلام. وجاء لأول مرة بتعريف جديد للصحفي، وأصبح بموجبه التأهيل المهني للصحفي شرطا أساسيا للتعيين والترقية والتحويل في وسائل الإعلام، وهو التحول النوعي الذي لم يحدث منذ الاستقلال. لكن لا أحد ينكر ما جاء به القانون العضوي الجديد 2012 فيما يخص الصحفي ومهنته، رغم كل الانتقادات التي وجهت له.

يعتبر القانون العضوي أول قانون عضوي للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة، وبذلك يكون قد جاء في وقت أصبح الإعلام الوطني يتخبط في مشاكل عديدة في ظل الفراغ القانوني لبعض النواحي خاصة التنظيمية بالنظر إلى حساسية هذا القطاع. وخلال الفترة الممتدة من 1990 إلى 2011، حدثت عدة

تطورات وتغيرات مست العديد من الميادين والمجالات ومن بينها الميدان الإعلامي، وعليه أصبح قانون 1990 لا يكفل متطلبات الصحافة الجزائرية خاصة السمعية البصرية منها. وأضحى من الواجب ومن الأولويات إصدار قانون إعلامي جديد يتماشى مع طموحات الصحفيين خصوصا في ظل العولمة والعصرنة وزيادة التسابق الإعلامي، وتوجه المتلقي إلى فضائيات عالمية قصد تقصي الحقيقة والحصول على أخبار دقيقة ومفصلة محترفة. وبما أن الأمر بات يتعلق بالجمهور، فإنه أصبح من المهم إعادة النظر في القوانين الإعلامية، فبعد رأي مجلس الدولة والمجلس الدستوري ومصادقة البرلمان، صدر القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق لـ 12 جانفي 2012. وجاء هذا القانون لينظم حرية الإعلام في 12 باب يضم 133 مادة تناولت لأول مرة بصفة رسمية مجال الإعلام الإلكتروني. ومع تصاعد النقاش حول ضرورة النهوض بهذا القطاع وضرورة تسوية وضعية الصحفيين من قبل ممارسي هذه المهنة بغية التكيف مع الأوضاع العالمية ومعرفة من هو الصحفي؟ وماهي هويته؟ وقد أولى المشرع الجزائري في القانون العضوي الجديد 05/12 أهمية للصحفي وذلك من خلال تسوية أوضاعه المهنية كالحق في التأمين والضمان الاجتماعي اللذان تجاهلتهما في القوانين السابقة. وقد أقر هذا في المادة 90 التي تنص على أنه "يجب على الهيئة المستخدمة اكتتاب تأمين خاص على حياة كل صحفي، يرسل إلى مناطق الحرب أو التمرد أو المناطق التي تشهد أوبئة أو كوارث طبيعية، أو أي منطقة أخرى قد تعرض حياته للخطر". في حين جاءت المادة 91 لمنح الصحفي الحق في رفض القيام بالعمل إذا لم يعط له الحق المنصوص عليه في المادة 90، ولا يعتبر رفضه خطأ مهنيا ولا يعاقب عليه (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2012) (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، قانون رقم 12 - 05، السنة 49، العدد 02، الأحد 21 صفر 1433هـ، الموافق 15 جانفي 2012، ص.10).

كما أدرج القانون العضوي للإعلام البطاقة المهنية التي تحدد هوية الصحفي المحترف، التي تمنحه حرية وسهولة الوصول إلى المعلومات. أما المشرع الجزائري قد ندد بحق الصحفي في الحصول على بطاقة التعريف المهنية في المادة 76 التي تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة مهنية وطنية تصدرها لجنة تحدد تشكيلها وسيرها عن طريق التنظيم. وهو ما أشار أيضا المرسوم التنفيذي رقم 9/148 المؤرخ في 10 ماي 2008 المتعلق بتحديد النظام النوعي لعلاقات عمل الصحفيين في المادة 5 منه: "يحق للصحفي الحصول على بطاقة تعريف مهنية خاصة بالصحفي الدائم والتي يحدد شكلها وشروط تسليمها عن طريق التنظيم" (صالح، ربيع 2015، ص ص. 91-100). لكن شروط الحصول على تلك البطاقة التي وضعت في سنة 2013 تبقى تشكل قيودا على ممتهني الإعلام وغير واضحة المعالم،

وإجراءات الحصول عليها تتطلب وقتا طويلا عريضا.

عموما يمكن القول أن الإعلامي الجزائري تمثل عدة مراكز عديدة، ذات علاقة بالنموذج الثاني لنظرية القائم بالاتصال (نموذج الهيمنة، نموذج التوحد، نموذج التبادل) الذي وضعه "دينيس ماكويل" والذي يفسر العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور المتلقين والدولة، وهذه المراكز تتمثل في: القائم بالاتصال المستخدم أو الموظف، القائم بالاتصال الحرفي أو المهني. حيث يتبنى الأول أهداف المؤسسة الإعلامية أكثر من المتلقين، وبالتالي أصحاب المهارات الخاصة الذين يصدرون أحكامهم حسب الأحكام التقنية أو المهنية أو الأسس الأكاديمية.

في الأخير يمكن القول أن النموذج الجزائري كنموذج عربي أثرت فيه مجموعة من العوامل أبرزها سياسية بدأت بالحقبة الاستعمارية ودامت إلى الآن مع المراحل التنموية والاستقرار. لذلك لم يجد الإعلامي الجزائري متفلسا لكي يقوم بممارسة مهمته ووظائفه الإعلامية بشكل احترافي فطالما كان مقيدا، كما لم تتح له الفرصة بأن يبدع ويتعرف على أساسيات وقواعد هذا الحقل بالنظر إلى الفراغات القانونية التي اكتتفتها بالرغم من التشريعات الإعلامية التي عرفتها الجزائر في مراحل سابقة.

وبالرغم من تغير الظروف السياسية والشعبوية (الحراك الاجتماعي فيفري 2019) والساحة الإعلامية الجزائرية، وتساعد النقاش حول حقوق وواجبات الصحافيين الجزائريين، بعد مسيرة طويلة عريضة من النضال بغية تحرير قطاع الإعلام وإعادة النظر في الأوضاع المهنية للإعلاميين، يبقى الإعلامي يعاني من مشكل التنظيم المهني الذي يعمل بمعايير مهنية تتبنى من خلاله المؤسسات لهويات ومعايير واضحة تجعلها تعمل باحترافية وتدفع السلطة إلى إعادة النظر في مكانتها.

بعد التعرض إلى أهم النماذج التي تولدت من خلال الممارسات الإعلامية عبر التاريخ، فقد أصبح للإعلام نماذج تفسر طبيعة المهنة وتشرح سبل العمل في حقل الإعلام، بات من الأهم أن نكتشف المحيط الداخلي للمؤسسات الإعلامية الذي ينتج ذلك الكم الهائل من الأخبار والمعلومات والبرامج الاستعراضية ويدخل بيوت كل الناس بدون سابق إنذار. لذلك سنتناول أبرز العناصر المشكلة لهيكله أو مورفولوجية التلفزيون التي تحمل هيكلًا معقدًا شكلا يحتاج منا الفهم وتفصيل عميق.

2.2 مورفولوجيا المؤسسة التلفزيونية:

على غرار كافة المؤسسات الاقتصادية والصناعية التي تتسم بكبر حجمها، لاحتياجها إلى فضاءات عمل ضخمة سواء الإنتاجية أو الإدارية. وزيادة عن الخصوصية التي تتسم بها المؤسسة الإعلامية والمضمون الذي تنتجه خلافا عن كل القطاعات الأخرى، بات من المهم معرفة الوظائف المهيكلة للعمل

الإعلامي وأبرز الأقسام التي تنظمها خاصة الإخبارية منها كونها (الأخبار) الوظيفة الأولى والأساسية التي تعتمد عليها الفضائيات بمختلف أشكالها.

1.2.2 أقسام المؤسسة التليفزيونية:

من بين أبرز المكونات التي تشكل التليفزيون هي أقسام غرف الأخبار التي تكون في العموم مقسمة إلى جزئين الجزء الأول، له علاقة بالإنتاج السمعي البصري فنجد القسم الهندسي الذي يضم عمليات التشغيل والصيانة والإرسال المتحكم من قبل أنظمة الكمبيوتر التي تشمل المصادر المختلفة للأخبار المكتوبة والمسموعة والمرئية، وأجهزة تشغيلها فضلا عن تشغيل الأستوديو ووحدة المنتج الملحقة به. أما القسم التقني فيضم وحدات أستوديو والبلاطو، المونتاج والميكساج. أما الجزء الثاني فإنه يتفرع إلى الأقسام الفنية والتحريرية والتي تتكون من، قسم المحررين والصحفيين، وقسم متابعي مصادر الأخبار المصورة والمسموعة وقسم المراسلين والأقمار الصناعية، قسم المراسلين والأخبار المحلية، قسم الإخراج والعمليات الفنية، قسم النسخ والأرشيف وقسم الإدارة (حمدي وعراضة، 2012، ص. 23).

2.2.2 النظام التليفزيوني:

وهو ذلك النظام الذي يحتوي على مجموعة من العناصر التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق هدف معين، وكل عنصر يعتمد في عمله على أدوار العناصر الأخرى. فنظام التليفزيون يشمل المعدات والعاملين الذين يديرون هذه الوسائل والمعدات لإنتاج محتوى سمعي بصري معين. سواء أكان الإنتاج بسيطاً أو معقداً، داخل الأستوديو أو خارجه، فإن النظام يعمل بنفس الأساس حين تقوم الكاميرا التليفزيونية بالتقاط كل تراه أمامها من (أشكال بصرية) إلى (إشارات كهربائية) والتي يتم تخزينها مؤقتاً أو يتم تحويلها ثانية من قبل جهاز التليفزيون (المونيتور) إلى أشكال مرئية. وعليه يمكن القول أن هذا النظام يقوم بنقل الضوء والصوت إلى إشارات صوتية كهربائية والتي تبث (بدون سلك أو بالكابل) ويتم إعادة تحويلها بواسطة مستلم جهاز التليفزيون إلى صورة وصوت سمعي بصري وغالبا ما يركز هذا النظام وكافة العمليات التي يقوم بها على ما يسمى بأستوديو الإنتاج وهو الفضاء الإنتاجي للأعمال السمعية البصرية (ZETTL , Television production handbook, 2012, p. 12).

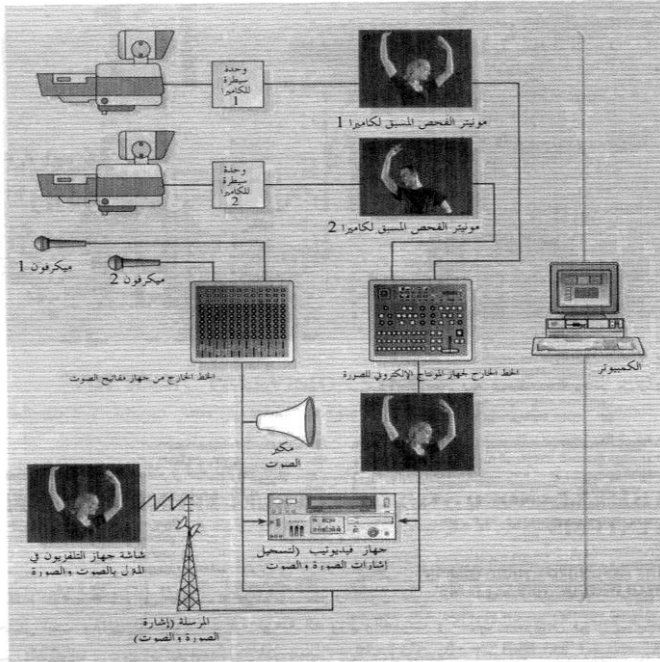
-الفضاء الإنتاجي التليفزيوني:

وهو الفضاء الذي يمكن فيه خلق أو توسيع أي نظام تليفزيوني عندما يكون هنالك إنتاج تليفزيوني في الأستوديو أو في مواقع تصوير خارجية.

➤ نظام الأستوديو أثناء العمل: عندما يقدم المذيع من داخل الأستوديو خبرا سمعيا بصريا مصورا عن

قيام وزير البيئة بتنظيف حي ما، حينذاك تكون كاميرا رقم (1) أو كاميرا رقم (2) مركزتين على المذيع، إذ تقوم الكاميرا (1) بأخذ لقطة قريبة للمذيع في حين تأخذ كاميرا (2) لقطة متوسطة نوعا ما. حينها يتم تغذية إشارة الصورة وتكون النوعية مسيطرا عليها بوحدة سيطرة الكاميرات ذات العلاقة.

نظام عمل التلفزيون



أما بالضغط على زر الفيديو فستظهر على الهواء مثلا صورة المحافظ وهو يزرع الشجرة على شاشة العرض (عرض التقرير). كل ما يظهر على شاشة الإشارة الخارجية ينقل للبت إما على الهواء أو للبت الداخلي المغلق أو (التسجيل) على الفيديو تيب. أما الإشارات الصادرة من ميكروفون المذيع تنتقل إلى لوحة التحكم في الصوت وكذا الحال مع الصوت المسجل على الفيديو للوزير. وتسهل لوحة التحكم في الصوت مهمة الاختيار بين صوت المذيع أو صوت المسجل للوزير على الفيديو تيب وكذلك للسيطرة على نوعية الأصوات الداخلة.

المرجع: هاربرت زاتل. (2013). المرجع في الإنتاج التلفزيوني. ترجمة سعدون الجنابي، خالد الصفار، مراجعة أحمد نوري، ط8. العين: دار الكتاب الجامعي. ص.06.

➤ **عناصر الإنتاج التلفزيوني داخل الاستوديو:** وتتمثل أبرز هذه العناصر في الكاميرا، الإضاءة، الصوت، الديكور، تسجيل الفيديو تيب، جهاز الدمج الإلكتروني، المونتاج في مرحلة ما بعد الإنتاج، المؤثرات الخاصة. فعند محاولة التعرف على الإنتاج التلفزيوني، يتم النظر إلى كل مجموعة من المعدات وعملها ضمن معناها الأوسع داخل النظام التلفزيوني، أي على علاقتها بكل المعدات الأخرى المتدخلة في الإنتاج والفنيين الذين يشغلونها أي موظفو الإنتاج. وفي الآتي سنشرح كل عنصر واحدا تلو الآخر:

(1) الكاميرا: وهي الآلة التي تقف عليها كافة العمليات الإنتاجية وهي من أهم عناصر الإنتاج داخل الاستوديو أو خارجه، التي تأتي بمختلف الأشكال والمقاييس والحجوم. فبعض الكاميرات تكون سهلة الحمل والاستخدام والتشغيل من قبل شخص واحد، في حين يكون البعض منها ثقيل إلى درجة تحتاج إلى شخصين لرفعها ببسر ووضعها على قاعدة استناد داخل الاستوديو والتي يتم لصقها بشاشة القراءة (Autocue) الخاصة بالمقدم الذي يتحكم به من مكانه إما بقدميه أو بيده.

حيث يسهل المسند حركة الكاميرا وعدسة التقريب داخل أرضية الأستوديو يسر كما توضحه الصورة

كاميرا الأستوديو مع قاعدة استناد تعمل بضغط الهواء.



المقابلة بينما تكون الكاميرات المحمولة ملائمة لاستخدامات جمع الأخبار والإنتاج الميداني الخارجي.

وعموما تحوي كاميرات الأستوديو التليفزيوني على العدسات ومحدد الرؤية (View Finder) ومعدات التحميل:

(أ)-**العدسات The Lens**: تلعب العدسات دورا مهما في اختيار أجزاء من المحيط المنظور وإعادة إنتاج أشكال بصرية صغيرة منهم، وفي كافة الكاميرات الفوتوغرافية والسينمائية. ففي الكاميرات التليفزيونية تدخل الأشكال البصرية في الكاميرا آلة صناعة الصورة) والتي تقوم بتحويلها من ضوء صادر (عن الشكل البصري إلى إشارة كهربائية. وتحتوي كافة الكاميرات التليفزيونية على عدسة زوم، والتي تتيح الانتقال تصويريا من اللقطات الواسعة (التي تظهر منظر واسع) إلى لقطات مقربة دون تحريك الكاميرا أو الشيء المراد تصويره.

المرجع: هاربرت زاتل.(2013). المرجع في الإنتاج التليفزيوني. ترجمة سعدون الجنابي، خالد الصفار، مراجعة أحمد نوري، ط8. العين: دار الكتاب الجامعي. ص.07.

(ب)-**محدد الرؤية (الفيو فايندر) The Viewfinder**: وهو عبارة عن جهاز تليفزيون صغير يوضع على الكاميرا حيث يقوم بعرض ما تراه الكاميرا أمامها.

(ت)-**معدات التحميل Mounting equipment**: تم صناعة الكاميرات المحمولة بطريقة بحيث توضع على الكتف. ولكن هناك كاميرات صعبة التشغيل إذا كان التصوير يستمر لفترات طويلة فتجدها ثقيلة. وفي مثل هكذا حالات يستخدم التريابود Tripod (الحامل الثلاثي) حيث يمنح الحامل الثلاثي ليس راحة في التشغيل فقط ولكن أيضا يؤمن ثبوت الصورة. وكذلك تحتاج كاميرات الأستوديو الثقيلة إلى مساند تقف عليها. والمساند تتنوع من الحامل الثلاثي لدى الكاميرات المحمولة في أستوديو الأخبار والتصوير الميداني إلى رافعات كبيرة.

(2)**الإضاءة Lighting**: لا تستطيع الكاميرا أن ترى أمامها إلا بوجود كمية معينة من الضوء حالها في ذلك حال العين البشرية. لأنه بالعادة لا ترى الأشياء بل إلا من خلال انعكاس الضوء عليها، فبمجرد التلاعب بمصادر الضوء المسلط على الأشياء المدركة تتحدد طبيعة الرؤية وهذا بالضبط ما يحدث

على الشاشة في الكاميرا وهذا التلاعب يطلق عليه الإضاءة.

(أ) -معدات الإضاءة **Lighting instruments**: تستخدم للحصول على الإضاءة الموجهة يطلق عليها

اسم الضوء المركز المحدد (السبوت لايت). وتلك المعدات التي تصدر الإضاءة المنتشرة يطلق عليها

تشكيل إضاءة الأستوديو بأنواع متعددة من الضوء (الغامر واللايت)



اسم الضوء الغامر (فلود لايت): أما في أستوديو التلفزيون

فإن عدة أنواع من السبوت لايت والفلود لايت معلقتان في

السقف. إن تشكيل الإضاءة في الأستوديو تتضمن عددا من

الأضوية المركزة (سبوت لايت) والأضوية الغامرة الإضاءة

(فلود لايت).

المرجع: إنقطة الباحث، 25 ديسمبر 2018، أستوديو

التلفزيون العمومي.

(ب) -تقنيات الإضاءة **Lighting techniques**: تستند إضاءة

التلفزيون على مبدأ بسيط: هو استخدام بعض الآلات (غالبا ما تكون السبوت لايت) لإضاءة مناطق

محددة، وكذلك آلات أخرى (خاصة الفلود لايت) للسيطرة على الظلال وللوصول بالضوء الكلي المطلوب

في مشهد ما إلى مستوى مقبول.

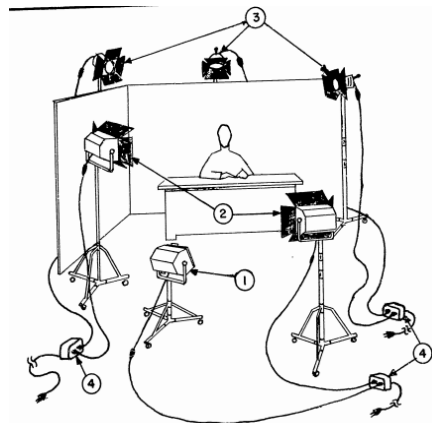
(ت) -علاقة الكاميرا بالألوان والإضاءة: تعتبر كاميرا التلفزيون أحد أهم عناصر الإنتاج، في حين تكون

معدات الإنتاج وأسالبيه متأثرة بما تستطيع أو لا تستطيع الكاميرا عمله.

ومن أهم أجزاء الكاميرا هي العدسة والكاميرا نفسها مع مجزئ الوميض وجهاز الإظهار (لاقط الصورة)

والفيوفايندر. إذ يقوم مجزأ الوميض بتقسيم اللون الأبيض الداخل إلى الألوان الثلاثة الرئيسية: الأحمر

والأخضر والأزرق (RGB)، ويحول جهاز الإظهار الضوء الداخل إلى الكاميرا إلى إشارة كهربائية-



وأهم أنواع كاميرا التلفزيون نجد الكاميرات الديجيتال

تستند أساسا على 525 خطا التقليدية أي 30 إطارا

(فريم) بالثانية كنظام NTSC.

أما النوع الأكثر شيوعا وهي الكاميرات عالية الوضوح

الديجيتال تشتغل بنظام 720P (المتقدم) أو نظام

1080i (المتشابه) من أنظمة المسح. وبين كل هذه

الأنظمة تكون فيها نسبة عرض وارتفاع الشاشة

9X16 (زاتل، 2013، ص. 49).

1-شاشة عرض المباشر 2-فلولايت 3-سبوتلايت 4-مصادر كهربائية

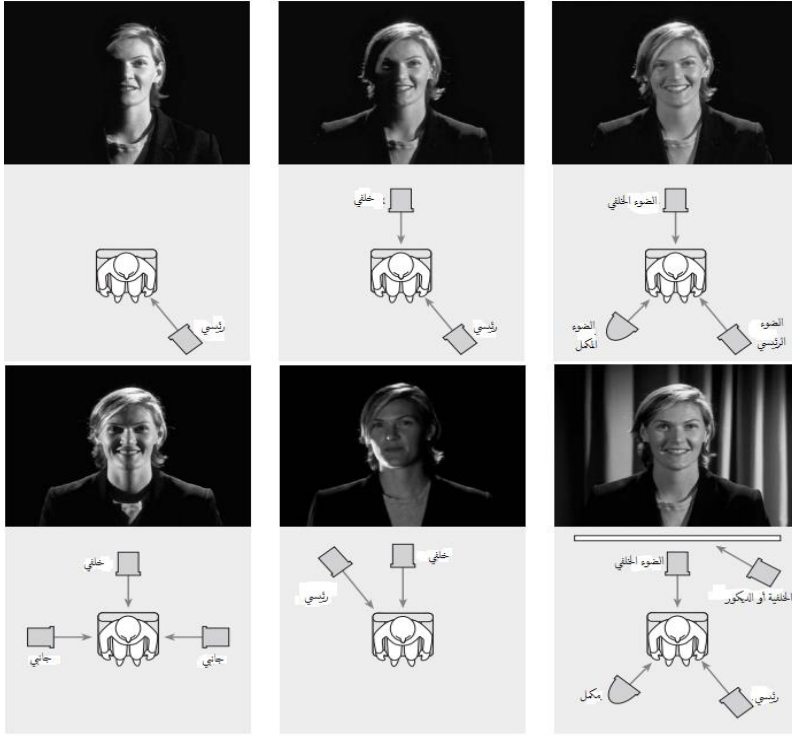
Document report, **Lighting Systems for educational Television**, Hub electric, Report No Bull 132, Chicago, 1967, p.10. (Hub electric, 1967)

(ج) -أنواع الإضاءة داخل الأستوديو: مهما يكون

نوع الإنارة التي تشيع في الاستوديوهات فإن التعامل الرئيسي سوف يحدث مع نوعين من الأضواء وهما الضوء الموجه والضوء الانتشاري.

فالضوء الموجه ينتج عن المصابيح النقطية المركزة ويضيء مساحة صغيرة نسبيا بشعاع ضوئي واضح المعالم، وينتج ظلًا كثيفة واضحة الحدود. ولكن عموما نجد أنواع أجهزة الإضاءة المشكلة لهيكل

أنواع الإضاءة واستعمالاتها



الاستوديوهات التليفزيونية كما يلي:

-الضوء الرئيسي: وهو المصدر

الرئيسي الواضح للإنارة الموجهة

التي تنزل على شيء ما أو على

مساحة معينة، ويكشف عن الشكل

الأساسي للشيء.

-الضوء الخلفي: ويكون مصدر

الإنارة من خلف الهدف وبالاتجاه

المقابل للكاميرا ويعمل على تمييز

الظل عن الخلفية ويؤكد على

الهيئة العامة له.

-الضوء المكمل: وهو بصورة

عامة ضوء انتشاري يعمل على

Source : ZETTL, Herbert. (2011). Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics, 6th Edition. San Francisco: Wadsworth, Cengage Learning. p.38.

خفض الظل أو تقليص مدى التباين. ويمكن أن يكون موجهًا إذا كانت المساحة المطلوب تغطيتها أو ملئها محدودة نوعًا ما.

-الضوء الخلفي: أو إنارة المشهد ويستخدم بصورة خاصة لإنارة الخلفية وهو منفصل عن الإضاءة الموجهة نحو المنشط أو منطقة الأداء.

-الضوء المتنقل: وهو مصدر إنارة موجهة من الخلف ويكون بعيدًا بعض الشيء عن الهدف إلى الجانب وعادة ما يوضع بزوايا منخفضة في الاتجاه المقابل للمصدر الرئيسي. بينما يقتصر عمل الضوء

الخلفي على إبراز الأجزاء الخلفية من الرأس والأكتاف. يقوم الضوء المتنقل بإبراز وتحديد معالم الطرف الجانبي من المذيع، فاصلاً إياه عن الخلفية.

-الضوء الجانبي: ويوضع مباشرة إلى جانب الهدف ويكون عادة على الجهة المقابلة للكاميرا من

المصدر الرئيسي ويستعمل أحيانا ضوءان متقابلان لبعضهما للحصول على مؤثرات ضوئية لإنارة الوجه مثلا. تستخدم الإضاءة الموجهة و/أو الإضاءة المنتشرة في كافة أعمال الإنارة، إذ يمثل الضوء الرئيسي المصدر الأساسي للإنارة وهو الذي يكشف عن الهيئة الأساسية للجسم (الهدف). ويعمل الضوء الخلفي على تمييز ظل الجسم عن الخلفية ويبرز الحدود الخارجية له وتمنحه صفة التألق أما الضوء المكمل الذي يقلل الهبوط ويجعل الظلال أقل كثافة. أما ضوء الخلفية أو ضوء المشهد ينير خلفية المشهد بينما يعمل الضوء الجانبي كضوء مكمل إضافي ويستعمل الضوء المتنقل لإبراز الحدود الخارجية للجسم التي لولاه لامتزجت مع الخلفية. وعموما يستعمل التلفزيون الإنارة المثلثية المتكونة من الأضوية الرئيسية والخلفية والمكاملة (ZETTL, Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics , 2011, pp. 38-39).

3) الصوت Audio:

إن أهم عنصر بعد الصورة يحرك التلفزيون هو الصوت، إذ لا ينقل المعلومات بدقة فحسب ولكنه أيضا يعمل بدرجة كبيرة على تكوين جو العمل ومناخه. فإذا فتح التلفزيون وأغلق مفتاح الصوت خلال فترة نشرة الأخبار فإن المذيعين والمقدمين الرئيسيين سيواجهون صعوبة في نقل قصصهم الإخبارية للمشاهدين عن طريق تعابير الوجه أو الرسوم البيانية أو باستخدام الصورة فقط.

(أ)-الميكروفون Microphone: وهو عبارة عن جهاز يقوم بالنقاط كافة الموجات الصوتية مهما كان نوعها ولا تختلف أهميته عن أهمية الكاميرات. حيث تقوم كل الميكروفونات بتحويل الموجات الصوتية إلى طاقة كهربائية أي إلى إشارات سمعية، التي يتم تكبيرها وترسل إلى مكبرة الصوت التي تعيد بث الإشارات كأصوات حقيقية. فالغرض من الصوت في التلفزيون عموما هو فهم صوت مذيع النشرة الإخبارية أو متابعة أصوات ما يقوله الضيوف في برنامج حوارى إخباري، فإن كل ذلك يتطلب مجموعة من الميكروفونات ويجب أن يراعى التنظيم المحكم لتوزيع الميكروفونات لكيلا يحدث أي تشويش بينهم.

(ب)-معدات التحكم في الصوت داخل الاستوديو

ENG/EFP sound control equipment: إن صوت الإنتاج داخل الاستوديو يمكن السيطرة عليه من قبل المصور أو تقني الصوت والذي يضع على أذنيه سماعة أذن يستخدمها لسماع الصوت الذي ينقل من الاستوديو ويتحكم فيها عبر لوحة مفاتيح، التي تحتوي على مجموعة من المفاتيح التي تضبط مستوى الصوت ونوعية إشارة الصوت وتقوم بمزجه بإضافة بعض المؤثرات عبر عازل الصوت. ولكون المصور مشغول بالكاميرا، فإن جهاز التحكم في الصوت في الكاميرا يوضع على المؤشر الأوتوماتيك (التوافق الآلي).

(ت)-أنواع الميكروفونات المستخدمة في إنتاج الأخبار: مهما كان نوع الميكروفون التقني (الديناميكية أو المكثفة أو الشريطية) فإنه يتبع الهدف من استخدامه وطبيعة الوظيفة التي يؤديها. ومن أهم الميكروفونات المستخدمة في أستوديو الأخبار نلقى:

➤ **ميكروفونات لافالير Lavalier Microphones**: ويشار إليها باختصار ميكروفون (لاف) وهو الأكثر شيوعا واستعمالا في العرض التلفزيوني أمام الكاميرا، وتتسم هذه الميكروفونات بنوعية عالية من دقة الصوت وحجم صغير جدا، إذ يمكن تثبيته على الملابس باستخدام ماسكة صغيرة وسلك البطارية. وميكروفون لافاير قادرا على الالتقاط من جميع الاتجاهات لأنه مزود بعنصر ديناميكي أو مكثف لتوليد الصوت وهو مصمم بصورة رئيسية لالتقاط الكلام، ويكثر استعمال هذا النوع من الميكروفونات في الأخبار والمقابلات.

➤ **الميكروفونات المنضدية Desk Microphones**: الميكروفونات المنضدية كما يوحي الاسم هي تلك التي توضع عادة على المناضد والطاولات وهي شائعة الاستعمال في البرامج النقاشية وجلسات الاستماع، وإلقاء الخطب والمؤتمرات الصحفية وكافة البرامج الإخبارية الأخرى حيث يكون الممثل جالسا يتكلم من خلف المنضدة أو الطاولة أو منضدة العرض والنقاش وتستعمل لالتقاط الصوت فقط. وفي أعمال التلفزيون تكون الميكروفونات المنضدية هي نفسها ميكروفونات يدوية عادة مثبتة على محمل منضدي. ومن بين أنواع الميكروفونات المنضدية نجد ميكروفون الحد الفاصل Boundary Microphone أو كما يسمى في مواضع أخرى بميكروفون منطقة الضغط ويشيع استخدام Pressure zone microphone هذا النوع في الإذاعة أو في أستوديو التلفزيون الذي يعتمد على ديكور واضح لخاصيته في إشراك مجموعة من الناس في الحديث والتقاطه لعدة أصوات بنفس الوقت.

عند استعمال ميكروفون الحد الفاصل كميكروفون متدلي فوق ديكور أستوديو التلفزيون فإنه يثبت على لوح إضافي عاكس للصوت يميل بزواوية نحو مصدر الصوت للحصول على التقاط أمثل لأصوات المنشط والضيوف (ZETTL , Television production handbook, op.cit, pp. 17-19)

(4) **العمل في وظائف ما بعد الإنتاج Working in postproduction (المونتاج والميكساج):** المعروف أنه لإنتاج أي عمل سمعي بصري خاصة التلفزيوني، فإن ذلك يتطلب جهدا كبيرا من قبل فريق عمل كامل ومتكامل، ومن بين أهم المراحل المهمة في الإنتاج المرئي والسمعي هي عملية التحرير التي تحدث بعد أن تكون كل المادة الفيلمية قد مرت بمرحلتين ما قبل الإنتاج ومرحلة الإنتاج إلى أن يتم تصويرها نهائيا وتخزينها، وهذا ما يطلق عليه عملية ما بعد الإنتاج. فهي المرحلة التي يتم فيها

تنظيم وترتيب اللقطات المتناثرة والمتتابعة وبعاد تجميعها في قالب بصري. إن عملية التحرير Editing تضم مجموعة من المواد الخام (صور، فيديوهات، أصوات) المختلفة على نفس المشهد أو أكثر بحيث يشترط توفر التوازن بين الصور والصوت لخلق كل متماسك. وخاصة التماسك في أي عمل فني تعتبر ضرورية بغية تحقيق الدفع الروائي لأن قرارات عملية التحرير تقود جمهور المشاهدين خلال حركة الصوت والصور للحكم على المادة المقدمة.

إن مجال السمع البصري لا يقترن بوظيفة الصحفي فقط، لكنه يوجد العديد من فرص التوظيف داخل مجال ما بعد الإنتاج، والوظيفة الأساسية في هذه المرحلة هي "محرر فيديو Video editor"، فعمليا يجب أن يكون لمحرر الفيديو سنوات خبرة عديدة في وظيفة أخرى كـ "مساعد محرر فيديو"، أو في بعض المجالات الأخرى التي تقترب من العمل في وظائف الفيديو كالتصوير.

(أ)- **متطلبات وظيفة محرر الفيديو Editor:** مثل أي وظيفة سمعية بصرية، فإن للقائم على المونتاج مجموعة من الحاجيات التي تتطلب إحساسا روائيا ونظرة إبداعية فنية كبيرة، بالإضافة إلى القدرة على تركيب الصور بصفة جيدة. كما يفترض أن يحوز المحرر في مرحلة ما بعد الإنتاج على فهم عميق وإحاطة واسعة بالوسائل الإعلامية وبعض القدرات التقنية (أي يكون على علم بكافة التركيبة الوظيفية للوسائل الإعلامية أو للحقل السمعي البصري).

إن عمليات التحرير مرت بحقب زمانية متعاقبة، اقترنت معظمها بالتطور التكنولوجي للوسائل السمعية البصرية. فعملية التحرير المعمول بها في التلفزيون حاليا لم تعد خطية ولكنها أصبحت رقمية تعتمد بصفة كبيرة على الكمبيوتر الذي يوفر للمحرر كمية كبيرة من الإبداع والحرية في خلق البرنامج النهائي من المادة الفيلمية. وتكنولوجيا الكمبيوتر دفعت بعلماء المعلوماتية إلى تطوير برامج تشغيلية تثبت على الكمبيوتر أو المعلوماتية بغية أداء وظائف ومهام وفق التخصص والنشاط المرغوب فيه.

ومجال السمع البصري استفاد هو كذلك من هذه التطورات، إذ يوجد عدد هائل من نظم البرامج Software تتعلق بمعايير صناعة تحرير الفيديو. إذ نجد برنامج AVID من بين الأسماء التجارية المشهورة في هذا المجال الذي كان لديه أيضا نظما أخرى تتعلق بتحرير الدراما، الأخبار، البرامج الواقعية. فشرية Apple قامت بإنتاج برنامج iMovie والنسخة النهائية المخصصة للإنتاج الاحترافي العالمي والمعروفة لدى الكثير من المحررين بـ Adobe Premiere. ويقوم محرر الفيديوهات بالمعاينة على جهاز مراقبة سواء كانت المادة المصورة على شريط فيديو رقمي أو على قرص مضغوط Disc ثم يعالجها باستخدام الفأرة ولوحة المفاتيح. وتحوز الشركات الإنتاجية (السمعية البصرية) الكبيرة على فرق

محرري الفيديو الخاصة بها سواء كانوا متصلين مباشرة بالخط الإلكتروني (كمبيوتر) أو غير متصلين (وسائل مونتاج).

ففي حقل ما بعد الإنتاج، الكثير من الإعلاميين الذين يعملون في مجال الإنتاج التلفزيوني وجدوا وظيفتهم الأولى تتمحور غالبا في "مؤسسات الاتصال Boites de communication"، وهذه الأخيرة هي عبارة عن شركات تجارية مستقلة عن الوسيلة الإعلامية. تقدم هذه المؤسسات سلسلة من التسهيلات الخاصة بالإنتاج السمعي البصري (من أماكن تصوير، معادات، وسائل نقل، وسائل بث، وسائل مونتاج) سواء بمعدل يومي أو بالساعة، وهذا ما قد نجده يغيب تماما عن المشهد العربي لعدم توفرها بكثرة خاصة إذا ما تحدثنا عن البلد مثل الجزائر الذي لا يعرف إلا عددا قليلا من هاته المؤسسات لعدة أسباب أبرزها: التخوف من السمعي البصري لأهميته، التخوف من زيادة وعي المواطنين بالواقع المعاش، تضيق قانون واحتكار المؤسسة العمومية للتلفزيون أو الشركات الحكومية للإنتاج تخوفا من منافسة الخواص، انعدام مرافق الإبداع، المحسوبية وانعدام الثقة في الكفاءات.

بالرغم من أن بعض الشركات توفر مكاتب لتحرير الفيديو بصفة خاصة وتكون مزودة بالمعدات اللازمة (كمبيوتر تتوفر على برامج التحرير، كاميرات...)، بينما شركات أخرى تقدم كل المعدات التي تحتاج إلى العمليات الكاملة من عمليات المزج المختلفة والمؤثرات الصوتية والبصرية وأيضا دوبلاج الصوت Sound Dubbing (وهذا ما نلاحظه يحدث فيما يتعلق بالمسلسلات المترجمة). وتجدر الإشارة أن العمل على الفيديو يتطلب جهدا وتركيزا لتجنب الوقوع في الأخطاء التحريرية لذلك تتوسع الوظائف في العمل ما بعد الإنتاج، فقد تكون مهمة المساعد جمع الشرائط Tapes أو تركيب وتحميل آلات شرائط الفيديو أو نقل النسخ وتوزيعها، فتح البريد الإلكتروني، الاهتمام بما يدور حول المكتب، تشغيل ومراقبة البرامج، تنبيه القائم بالمونتاج حول سلامة المادة النهائية والمراقبة البعدية للعمل النهائي لتتقته من الأخطاء التي قد تحدث أثناء المونتاج. وهذه المهام قد توفر للمساعد خبرة جيدة مما قد يخوله للعمل كرئيس تحرير الفيديو.

كما تتضمن مرحلة ما بعد الإنتاج أيضا مزج الصوت ومعالجته (ميكساج) بالإضافة إلى دوبلاج الصوت، ويذهب العمل إلى أبعد من ذلك ليشمل خلق وتوزيع وتلحين المقاطع الصوتية ليشكل بذلك هوية خاصة بالمادة السمعية البصرية. كما أن هذا العمل توسع مع الوقت ليشمل الدبلجة إذ تنتفذ هذه الأخيرة في أستوديو خاص، من النسخ الأصلية للفيلم والتي يطلق عليها Rushes. نفس الشيء هنا، فمهنيا من محتمل أن نجد مساعد صوت يوفر معرفة خاصة بالمزج بين الصوت والموسيقى أو موزع

موسيقي أو متخصص في الصوت للعمل على إنتاج الصوت للفيديوهات (بجنيل وجبرمي، 2007، ص.72).

الغرافيكس وتطبيقاته على الشاشة



(ب)- مواصفات التخطيطات التلفزيونية

: Graphics

عند مشاهدة التلفزيون تظهر عناوين المرجع: التقاط الباحث، 2019، قديوهات بموقع التلفزيون الجزائري والشروق. افتتاحية مبهرة في العرض حتى لو كان البرنامج يتألف من حوار قصير أو عرض منتج بسيط، فمن المهم إقحام على المشهد حروفا راقصة تغير شكلها ولونها مرة واحدة على الأقل ومن ثم تختفي مرة أخرى. ولعل هذه العملية ترتبط بتوليد التخطيطات البصرية المتولدة من الحاسوب إذ أصبحت من الجوانب الأساسية للإنتاج التلفزيوني. وعلى الرغم من توفر العديد من التخطيطات التلفزيونية المبهرة للنظر عبر الشاشة، إلا أن أهدافها الأساسية هي إعطاء معلومات دقيقة كعناوين الأخبار أو أسماء المذيعين والضيوف. ويعد تصميم التخطيطات من أهم المراحل التي تتطلب تركيزا في صنع الإبداع من خلال التعامل مع علم الجمال والألوان إلى حد كبير، بحيث يراعى في التصميم أبعاد الصورة والمسح والمناطق الأساسية لها والخطوط ذات الأبعاد الكبيرة والصور المتحركة بالإضافة إلى حجم المعلومات الواجب وضعها بالنظر إلى القدرة على قراءتها ناهيك عن الملامس Textures والأشكال والتناسب بالإضافة إلى أهم عنصرين وهما اللون والأسلوب. ويستخدم الغرافيك في التلفزيون بصفة كبيرة لدرجة أنه لا يمكن الاستغناء عنها خاصة في الأخبار لتشكيل جنيريك البداية والنهاية الحامل لفريق العمل الصانع للمحتوى وكتابة المواعيد وشريط الأخبار.

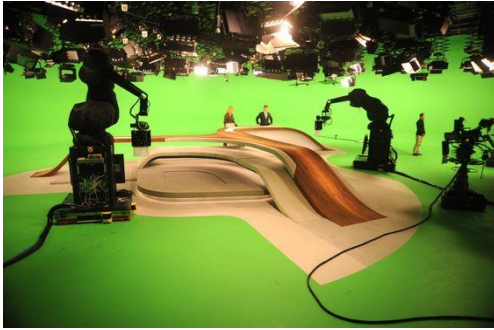
(5) عالم الأستوديوهات التلفزيونية ومستلزماتها:

إن كل ما يظهر على الشاشة النهائية لدى الجمهور يكون خلفه فريق عمل كبير يدير الأستوديو، فالوصول على البث التلفزيوني يقوم على التصوير الداخلي أو الخارجي بتوفر مجموعة من العناصر المتفاعلة مع بعضها البعض فمثلا الإضاءة المتكاملة للكاميرا تمكنها من رؤية الأشياء التي أمامها بكل وضوح. ووجود الكاميرات العالية الدقة والتي يتم شحنها بالبطاريات والمزودة بأجهزة التسجيل ومحولات البث بالمايكرويف المتنقلة معها، وبالترادف مع بث الأقمار الصناعية، أصبح مجال الإنتاج التلفزيوني صناعة قائمة بذاتها. ومع ذلك، فالثروة التكنولوجية منحت للتلفزيون قابلية البث والإنتاج من أي مكان لكن لا يعني ذلك بالضرورة الاستغناء عن الأستوديو الذي هو كذلك يعد عنصرا تم تطويره مع موجات التغيير الإلكترونية، حيث تحول إلى العمل من الواقعي إلى الشكل الافتراضي بإضافة مجموعة من

الخصائص، لكن التساؤل الذي يطرح في هذا الإطار هل ستستمر أستوديوهات التلفزيون على البقاء حية ما دام تصميمها المعقد يجذب عين المشاهد؟ وهل ستعطي سيطرة قصوى مضاف إليها لاستخدام أمثل للمعدات الاستعراضية كالإضاءة والديكور؟ فالإجابة على هذه الأسئلة سوف نحاول في الآتي التعرض إلى خصائص العمل داخل الأستوديو:

أ)- الأستوديو التلفزيوني The television studio:

وهو المكان أو الفضاء أو المحيط الذي تتم فيه كافة العمليات الفنية (الإنتاج والإخراج: التحرير، التصوير، التنشيط، التركيب...) ويشترط فيه الإبداع حيث تحدث أحيانا عملية البث التلفزيوني المباشر. فالأستوديو المصمم جيدا يوفر الأجواء السليمة والتنسيق بين كافة عناصر الإنتاج من -كاميرات وإضاءة وصوت والمناظر وأداء المقدمين.



أستوديو يجمع بين الديكور الواقعي والافتراضي

المرجع: موقع Pinterest، صورة مأخوذة يوم 12 مارس
Pinterest.studio، 2018، Studio Gallery، الرابط: gal.com

-الأستوديو الرقمي/الافتراضي: بالرغم من أن هذا الأستوديو صغير نسبيا إلا أن إمكاناته غير محدودة وأهم ما فيه أنه ليس بحاجة إلى أية ديكورات أو إكسسوارات، لاعتماده على خاصية إحلال الألوان في التصوير الجانب الذي مكنه من خلق فضاءات مبدعة. والألوان المعتمدة أثناء الإنتاج بداخله هي الأزرق والأخضر، إذ يقوم مصمم الجرافيك بتصميم

مناظر وخلفيات وهمية بالكمبيوتر، وتتجلى روعة الأستوديوهات الافتراضية في مجال البث المباشر، حيث تعد هذه التقنية بمثابة الحل السحري لإنشاء محطة تلفزيونية بأقل تكلفة ممكنة، أي أن جميع ديكورات البرامج التي تقدمها المحطة تكون مخزنة على الكمبيوتر، مما يتيح رفاهية بناء وتغيير الديكور بدون أية تكلفة وعلى الهواء مباشرة (نفس المرجع، ص. 231). فيدهن/يركب الأستوديو بالكامل بأحد هذه الألوان ويقوم المذيع أو مقدم البرامج بأداء ما يجب عليه في هذه الغرفة المدهونة بلون واحد. ويقوم المخرج باستخدام أجهزة تقنيا بإحلال صورة أخرى مصورة مسبقا مكان اللون المدهون به الأستوديو وأشهر الأنظمة المستخدمة نجد ال- Tricaster.

ويشترط ألا يكون الشخص مرتديا ملابس تحمل لون الأستوديو فيظهر بداخله وكأنه في المكان الذي تمثله هذه الصورة. ويمكن بدل استخدام تصوير مسبق، إضافة رسمة متحركة وشخصيات وهمية، وعند إحلالها يظهر الإعلامي وكأنه يتفاعل معها. ويؤدي الأستوديو فائق الجودة إلى نتائج ذات نوعية عالية

في الصورة، وحين بدأ هذا النظام كانت تكاليفه باهظة ولكن عند ظهور التقنية الرقمية عموما وتطور الشاشات الرقمية ساهم هذا في انخفاض الكلفة نسبيا.

(ب)- **تصميم الاستوديو Physical Layout**: يكون تصميم الاستوديوهات ليس فقط للإنتاج متعدد الكاميرات ولفريق العمل، وعند تقييم استوديو الإنتاج التلفزيوني يجب أخذ بعين الاعتبار ليس فقط المعدات الإلكترونية التي تهيكله، لكن كذلك المدخلات الفيزيولوجية تلعب دورا هاما: الحجم، الأرضية، الأسقف والحيطان.

➤ **الحجم Size**: ويتعلق الحجم بمستويات متعددة ترتبط بتقديرات قياسية كالكبر والصغر والطول والعرض والتي كلها تساهم في تكوين فضاء تتفاعل بداخله مجموعة من العناصر. فكلما كبر حجم استوديو الإنتاج التلفزيوني، كلما أصبحت عناصر الإنتاج أكثر تعقيدا وأصبحت معه حرية الحركة لعناصر الإنتاج أكثر مرونة. من السهل إعادة إنتاج عرض بسيط في استوديو كبير بينما العكس، فصعب جدا إذ لا يمكن إنتاج برنامج مهم يحتاج إلى عرض كبير جدا في استوديو صغير. عموما كلما كبر الاستوديو كلما أصبحت إدارته أصعب لاحتياجها للجهد والقوة الفيزيولوجية والنفسية. فهو بحاجة إلى كاميرات ضخمة وأسلاك الصوت الطويلة والكثير من معدات الإضاءة وكذلك فريق عمل كبير، في حين تكون الاستوديوهات المتوسطة الحجم والصغيرة أسهل في التعامل معها وإدارتها (ZETTL, Video Basics 4, 2004, p. 300). ولكن هذه الأنواع تطلب التركيز في الأداء مما قد يصعب العمل بسرعة وتصبح المرونة في الحركة والإنتاج أهم تحد. إن الاستوديو المصمم جيدا Well-designed يوفر مراقبة للكاميرا الواحدة أو الكاميرات المتعددة الخاصة بإنتاج الفيديو، كما يسهل عمل الفريق والتنسيق بين مختلف عناصر الإنتاج.

➤ **الأرضية Floor**: يتوجب أن تكون أرضية الاستوديو مستوية ومنبسطة حتى تستطيع الكاميرات أن تتحرك عليها بكل يسر وحرية. ويجب أن تكون صلبة بحيث تتحمل تحريك المعدات الثقيلة عليها وكذلك المناظر الطبيعية ومعدات الديكور. إن أرضية أغلب الاستوديوهات تكون معدنية أو من الخرسانة المسلحة المصقولة أو يضاف عليها طبقة من مشمع الأرضيات (اللينوليوم Linoleum) أو صفحات من البلاستيك الصلب وذلك لكي تسهل الحركة ونقل الديكورات بكل يسر.

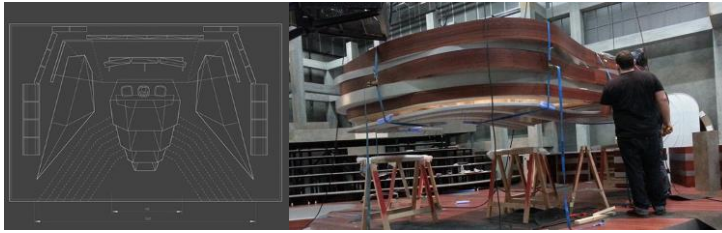
➤ **ارتفاع السقف Ceiling high**: يتطلب استوديو التلفزيون ارتفاعا واضحا لكي يوفر ذلك الفراغ لنصب كل التجهيزات التلفزيونية، فالارتفاع الدقيق لسقف الاستوديو والذي يجب أن يكون -على أقل تقدير 26/25 سم- هو واحد من أهم عوامل التصميم في عالم استوديو الإنتاج. فإذا ما كان السقف

منخفضا فإن الأضواء ستكون قريبة إلى المشهد على الأرض أي أنها لن تسمح بالتحكم الجيد على الإضاءة في المشهد ولن يكون هنالك مجال متسع لتسريب الحرارة الزائدة خارج الاستوديو.

➤ **الأبواب Doors:** يحتاج الاستوديو إلى بوابات ثقيلة وممانعة لدخول أو خروج الصوت وتكون كبيرة وعريضة حتى تسمح بتحريك المناظر والديكورات والأثاث. لا يوجد هنالك شيء أكثر يسبب مشاكل بالنسبة لفريق العمل أكثر من محاولة إدخال مناظر ومشاهد وأثاث من خلال بوابة أستوديو صغيرة أو أن تكون تلك البوابات تسمح بدخول الأصوات من الخارج مثل أصوات السيارات والناس وهي تمر قرب الأستوديو وتسربها للداخل أثناء وجود عرض على الهواء.

(ت)- **ديكور الأستوديو:** يعتبر الديكور داخل الأستوديو عبارة عن فن قائم بذاته وهو أهم مقومات الأستوديوهات التلفزيونية، ويشهد هذا المجال تطورا متلاحقا عبر الإنتاج العالمي. إن أهمية الديكور في العمل التلفزيوني يمثل هوية القناة، وقد تعتمد هذه الأخيرة على حاستي السمع والبصر والإبهار البصري وهو الشغل الشاغل لأهل الديكور بصفته من أهم الوسائل التي تجذب عقل وخيال المتفرج، والديكور المميز هو عنوان البرنامج الناجح وفاتح شهية المشاهد. فلولا الديكور لما قام أي برنامج، لأن الديكور الجيد هو أساس البلاطو والإقناع، وتأتي أهميته مباشرة بعد الإعداد، وتتكامل العملية بوجود التقديم والإخراج. ولتشكيل الديكور تستخدم مجموعة منقاة من أجود الأخشاب، إضافة إلى أدوات حديثة تساعد في النحت والتلوين، ودهانات حساسة جدا في طلاء السقف والجدران وأنواع جديدة من الأرضيات المتحركة. كما يعمل التنسيق أيضا مع مصممي الأزياء والمكياج ليظهر الديكور بصورة أوضح وأجمل.

تحضير لديكور حقيقي لبلاطو نشرة الأخبار



المرجع: موقع Pinterest، صورة مأخوذة يوم 12 مارس 2018، الرابط: [Pinterest.tvdecor.com](https://www.pinterest.tvdecor.com)

فبعض الدول تقوم باستخدام أشكال مطاطية تصهرها أولا ثم تضعها في قوالب معينة وأشكال مختلفة، وعقب انتهاء البرنامج تقوم بصهرها وتشكيلها من جديد. تبدأ عملية إنتاج الديكور بتوافق فكرة المخرج مع مهندس الديكور، فيتم اختيار الجلسات والكراسي والخلفيات والألوان التي ترتبط بطبيعة البرنامج، فيصمم المهندس خلفيات هادئة للبرامج الدينية والاجتماعية الجادة، ويضيف الألوان الصاخبة والأشكال المتعددة في برامج الأطفال والمنوعات التي يكون هدفها الترفيه والإمتاع، وكما لكل مقام مقال

فلكل برنامج خلفية مناسبة. ويتم ذلك بالتعاون والتنسيق مع الشركات الراعية لوضع خلفيات مناسبة للبرامج والتنسيق التام يضمن الاستخدام الأمثل لكل ديكور ثابت يصعب نقله وتحريكه، وإكسسوارات يجوز تحريكها أثناء تصوير المشاهد (قمش، 2011). لكن مع زيادة تطور برامج التحرير الحاسوبية كما ذكرنا سابقا تظن علماء التحرير والمونتاج بمعنية علماء الإعلام الآلي نحو تصميم برامج متخصصة في الإنتاج السمعي البصري، فنشأت البرامج التي تصمم ديكور الأستوديو وأصبح يطلق عليه الديكور الافتراضي الذي يعوض الخلفية (الخضراء أو الزرقاء).

➤ **المناظر والإكسسوارات Scenery and properties**: تتكون المناظر التلفزيونية من عناصر ذات ثلاثة أبعاد تستخدم في الأستوديو لخلق محيط محدد لعرض ما أو لفترة العرض. وإن أكثر المناظر شيوعا هو المسطح وهي عبارة عن إطار خشبي مغطى بمواد رقيقة أو جدار صلب (قطعة خشبية أو مختلف أنواع الألواح الخشبية المضغوطة). وعناصر المناظر الأخرى تشمل صفا أو رتلا وقاعدة أو منصبا ومنصة ومصطبة وأبوابا وشبابيك وكذلك درجا أو سلما. وكذلك تعتبر كل من الأثاث المناضد والكراسي والستائر والصور المعلقة والمصابيح والكتب والأجهزة الإلكترونية كلها ممتلكات الأستوديو أو ما يدعى اختصارا بـ props إضافة إلى مستلزمات المنظر. واعتمادا على نوع العرض، يتعين على الديكور أن يعطي المحيط الطبيعي الموجود في العرض مثل غرفة الجلوس، أو ربما فقط محيط جذاب ومؤثر لغرفة عمل مثل ديكور المقابلات. مهما كان القصد وراء الديكور، فإنه يجب أن يعطي متسعا للإضاءة الجيدة وزوايا كاميرا ملائمة وحركة أو وضعية ميكرفون وكاميرا جيدة وحرية في الحركة (زاتل، مرجع سابق، ص. 28).

- غرفة المكياج والملابس Makeup and Dressing Rooms:

إن غرفة المكياج والملابس من المساحات المساندة التي لها صلة بالديكور والبلاط وهي غرفة متعارف عليها في فمراكز الإنتاج، التي تظهر المذيعين والضيوف بأحسن حلة وفقا للإضاءة وموضوع البث المختار وطبيعة الديكور.

- غرفة التحكم في الأستوديو (صورة وصوت) The studio control room:

وهو المكان حيث يجلس المخرجون والمنتجون والكادر الفني إذ تتخذ العديد من القرارات على التتابع بخصوص إخراج الصورة والصوت مستندا على ما تدلي به برامج وأشكال والتحكم بالصوت والإضاءة. تكون غرفة التحكم في غرفة منفصلة لصيقة بالأستوديو ويتم فيها التنسيق كافة فعاليات الإنتاج.

ويتم في هذه الغرفة اتخاذ كافة قرارات الإنتاج من قبل المخرج والمخرج المساعد والفنيين وعدد من المنتجين ومساعدى الإنتاج، تلك القرارات التي تخص الحصول على صورة فعالة وانسيابية في الصوت الذي يتم إذاعته حيا أو على شريط فيديو. إن جميع غرف التحكم تتضمن مساحات سيطرة متميزة: سيطرة البرامج وسيطرة الصورة (المازج الإلكتروني) وسيطرة الصوت وفي بعض الأحيان سيطرة الإضاءة والكاميرا.

وفي آخر هذا الجزء نكون قد تطرقنا إلى كل الجوانب المشكلة للمحيط الداخلي الخاصة بالتليفزيون سواء التقنية أو غير التقنية، وحاولنا الإحاطة بكل التفاصيل التشغيلية للمحطات السمعية البصرية التي من خلالها تعرفنا عن المورد المادي الذي تحتاجه الوسائل الحديثة والرهانات التي ستواجه الموارد البشرية. بالنظر إلى أهمية العناصر السابقة الذكر وخصائصها المؤسسية والتقنية، فإنه ليس خطأ بأن يعلم أي عامل بالمؤسسة الإعلامية بكل حيثيات وشغل المادة السمعية البصرية، التي تمر عبر سلسلة قد تكون طويلة وقد تكون صغيرة حسب حجم المحطة وعمالها. فالطالب في حقل علوم الإعلام والاتصال الآن من المفروض أن يوفر له كافة هذه المعطيات الميدانية ساعين بذلك إلى تشكيل معرفة وثقافة عامة حول تخصصه. لذلك سنواصل عرض العناصر المشكلة لمرافق المؤسسات الإعلامية وفي الآتي نتناول بجزء من التفصيل التشكيلية البشرية التي تحوز على مراكز مهنية داخل المؤسسة السمعية البصرية.

3.2 مورفولوجيا صناع الرسائل التليفزيونية:

إن استخدامنا لمورفولوجيا صانعي الرسائل التليفزيونية كمصطلح مركب بدلا من الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية أو القائم بالاتصال/حارس البوابة أو الفرد الإعلامي، يفسر لنا أننا في هذا الجزء سنكشف عن كل عامل يحوز على وظيفة في السلم الهرمي المشكل للمؤسسة الإعلامية، وكما قمنا بشرحه في الفصل الأول أثناء التعريف الإجرائي فإننا سنفصل ذلك في الآتي.

1.3.2 التسلسل الهرمي لفريق العمل اليومي بالمؤسسات التليفزيونية:

من المعروف أن إعداد النشرات والبرامج يحتاج إلى طاقم كبير، ومسميات هذا الأخير تختلف من مؤسسة إلى أخرى وفقا لحجم نشاطها وهو ما ينطبق على طبيعة المهام الموكلة إلى أفراد هذا الطاقم. بينما إدارة العمل الإخباري في أي مكان قد تبني الطريق خطوات نجاح الخدمة الإخبارية عبر التنظيم والهيكلية. لذلك تتطلب طبيعة العمل الإعلامي وجود وتهيئة فريق عمل منسجم ومتربط، حيث يلتزم كل عنصر من عناصر هذا الفريق بأداء عمل معين ومحدد، وطبيعة العمل الصحفي الذي ينجز ويتكامل

بالأداء المشترك والمتربط بين أعضاء الفريق. فإدارة البرامج هي مركز الأنشطة داخل كل محطة حيث تتخذ قراراتها من خلال التفاعل بين أعضاء المؤسسة (HALL , 1967, pp. 36-38).

إن كل مؤسسة إعلامية محترمة تلخص مهامها وأفرادها في شكل هيكل التنظيمي يرسم المحطة بأكملها الذي يكون مرفقا بمختلف عناصر العمل بالمؤسسة من المدير العام إلى عمال الأمن ويمكن تحديد الوظائف الأساسية التي تنظم عمل أي محطة كما يلي:

1-المدير العام General Manager:

وهو العنصر الفعال في المؤسسة الإعلامية ومحركها الرئيسي وعمودها الفقري، وتحدد الواجبات الأساسية للمدير العام في الإشراف على وضع السياسات العامة التي تنتهجها المحطة وعلى عمل جميع الإدارات وتنسيق التعاون بينها. بالإضافة إلى قيادة العمل والإشراف على إدارة الأعمال التي تقوم بها جميع الإدارات. فإدارة البرامج بمختلف أنواعها تكون تحت إشراف المدير العام (أحيانا يطلق عليه المراقب ومدير التنظيم) بمساعدة كافة فريق العمل من مخرجين، صحفيين، منشطين، رؤساء الأقسام. ويشارك المدير العام في ذلك مجموعة من المساعدين المتخصصين في إدارة الميزانية والشؤون المالية، والجوانب الإدارية، وإدارة الاستوديوهات كذلك (ASPINALL , 1971, p. 26).

2-رئيس تحرير الأخبار News Editor In Chef:

هو الشخص المسؤول عن إدارة العمل الإخباري بأي مؤسسة إعلامية، وترتكز مهامه في النطاق الإداري والإشرافي من خلال وضع السياسة العامة والخطوط العريضة (كما في المؤسسات الخاصة أو المحطات المتخصصة) ونقل التعليمات والعمل لتنفيذ السياسات (كما في المؤسسات الكبرى والحكومية). بصفة عامة قائد الأخبار يتابع الأداء العام ويسهر على تحقيق الأهداف المسطرة. وهو المسؤول الأول عن تنفيذ السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، وعن وضع الخطط والبرامج المناسبة لتطبيقها، فضلا عن إشرافه على العمل اليومي للتحرير. وفي المجمل رئيس التحرير هو العقل المفكر، والقلب النابض الذي يدفع بالوسيلة التي يعمل بها إلى الأمام، ويوجهها نحو الطريق السليم (الفلاحي، مرجع سابق، ص ص 66-68).

1.2-مدير التحرير: هو المسؤول عن الإشراف اليومي في عدد من أقسام التلفزيون، كما يشرف على وضع الخطط وبرامج العمل في القسم الذي ينتمي إليه. وقد يكون للمؤسسة الإعلامية أكثر من مدير تحرير يشرف كل منهم على عدد من الأقسام، حسب النظام الإداري الذي تقتضيه.

2.2-المحررون Editors: وهم العمود الفقري للمؤسسة حيث يقومون بترجمة وتحرير الأخبار والبرامج

بكافة أنواعها، فضلا عن مسؤوليتهم في إعداد التقارير المرتبطة بالأحداث الداخلية والخارجية ولكي يمكن للمحرر القيام بهذا العمل لا بد أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط:

- امتلاك ثقافة عامة أو متخصصة بالنسبة لبعض الأقسام كالأخبار الاقتصادية أو الرياضية ويتقن بعض اللغات الأجنبية على الأقل واحدة.

- أن يكون لديه خبرة ولو محدودة ببقية العمل الإخباري كتحضير برنامج غنائي كامل وتنفيذ النشرة مما يساعده على الكتابة السريعة وفن الإلقاء (حمدي وعراضة، مرجع سابق، ص.25).

3.2- رئيس تحرير فترة البث (نشرات أخبار أو برامج) Program (strand) Editor: وهي وظيفة توجد في بعض القنوات الإخبارية تضمن الإشراف على ما يبث من أخبار وتقارير والتنسيق بين رؤساء تحرير النشرات على مدار اليوم (عبد النبي، 2014، ص.208).

1.3- المبرمج Programor: وهو الشخص المسؤول عن البرمجة بالمؤسسة الإعلامية سواء الحصة الإخبارية والنشرات أو البرامج الأخرى. وينتمي المبرمج إلى قسم البرمجة إذ يكون على تواصل دائم بالمؤسسات الإعلامية الأخرى (غالبا ما تكون خارج الوطن) أو مؤسسات الإنتاج السمعي البصري لشراء البرامج وعرضها أو لإنتاج مشترك. وبالمشاوره مع مدير البرمجة فواجباتهما تتجسد فيما يلي:

- الإشراف على الوحدات والوظائف الخاصة بقسم البرامج وتنفيذ سياسات المحطة وفقا لتعليمات المدير العام أو المالك.

- الإشراف على انتقاء وتقييم المادة الصالحة للبث وتوجيه العاملين بقسم البرمجة والإنتاج (RALEIGH, 1973, pp. 30-32).

(4)- مخرج الأخبار:

وهو المسؤول عن تنفيذ النشرة وفقا لما يحدده رئيس التحرير، وفي كثير من المحطات يطلق لقب "منفذ" على مخرج النشرات الإخبارية. إذ يقوم بتنفيذ كل التعليمات الخاصة بكل وقفة إخبارية وفقا لإرشادات رئيس التحرير. إن مخرج الأخبار هو المسؤول عن الإدارة الفنية للعمل وعن إخراج وتنفيذ نشرات الأخبار على الهواء مباشرة، ويجلس في غرفة المراقبة ليعطي تعليماته إلى مجموعة الفنيين المتواجدين معه في الاستوديو (حمدي وعراضة، مرجع سابق، ص. 26).

(5)- مخرج البرنامج:

وهو المسؤول الأول عن البرنامج وإدارة العمل سواء داخل الاستوديو أو في موقع الحدث. يحتاج عمل المخرج لخبرة وممارسة قبلية في العمل التلفزيوني، وإتقان جميع الأعمال الفنية. يستطيع المخرج

الجيد أن يتعرف على الأصوات بدقة ويتفهم خصائصها وتناقضاتها، فالأصوات مثل الألوان لها ضلال عديدة من المعاني والتعابير، حيث يستخدم الكلمات والموسيقى والمؤثرات الصوتية مثل الرسام الذي ينتقى الألوان اللازمة لإنجاز لوحة فنية (HALL , op.cit, p. 77).

(6)-المنشط الرئيسي The Straight/principale Animator:

يعتبر منشط الحصاص رجل العرض Anchorman بالنسبة للمحطة، فهو الشخص الذي يراه ويسمعه الملايين من المشاهدين كل اليوم. وهناك تأثير كبير لأسلوب كلامه فطريقة أداءه تقدم نموذجاً أحياناً يقلده الناس. لذلك لا بد من التأكيد على سلامة النطق، والتمكن من اللغة، والقدرة على الإلقاء بسهولة والطلاقة، والقدرة على توصيل الأفكار بوضوح، والألفة مع المشاهد، وتواجد الشخصية عند التحدث.

1.6-مقدم البرامج الموسيقية The Disk Jockey: يعتبر الديسك جوكي المعلق المرح أو مقدم البرامج

الموسيقية، فهو الشخص الذي يختار ويعرض المواد الموسيقية، ويتحدث ليملاً الوقت بين البرامج أو الفقرات. ينتشر هذا النوع من المؤديين في المحطات التجارية التي تقدم الترفيه، ويتسم هذا الإعلامي بشخصية جذابة وقدرة على التخيل وإراحة الجمهور بامتياز. وقد ظهر مصطلح الديسك جوكي لأول مرة في مجلة Variety الأمريكية عام 1941 لوصف الشخص الذي يقدم المواد المسجلة خاصة المواد الموسيقية الترفيهية، وقد اتجهت معظم المحطات التجارية الأمريكية إلى هذا النمط من الأداء خلال عقد الخمسينيات (HARLESS , 1990, p. 254).

2.6-مقدم نشرات الأخبار The News Caster: يتسم مقدم نشرة الأخبار بالعديد من الخصائص مثل

الشخصية المميزة التي تحظى بالقبول على المستوى الاجتماعي العام. فرغم أن الناس يعيرون أهمية كبيرة لما يقوله المذيع إلا أن نسبة كبيرة من المشاهدين يركزون على كيفية التعبير من خلال قارئ النشرة. وهذا الأخير يكون ناجحاً عندما لا يتفاوت أدائه بين نشرة وأخرى، ويكون لديه قدرة على عزل انفعالاته الشخصية لحظة إضاءة الضوء الأحمر في الاستوديو وبداية قراءة النشرة.

3.6-المعلق الرياضي The sport caster: تعد إذاعة المباريات الرياضية نمطاً متخصصاً من الأداء

التلفزيوني، فمخرج البرنامج الرياضي هو المسؤول المباشر عن نجاحه من حيث أسلوب التقديم وإعداد البداية والنهاية، وإجراء بعض المقابلات أثناء تقديم المباريات. ويتميز المعلق الرياضي بالقدرة على تلوين الأحداث بصوته وإضفاء الصدق والحيوية عليها، كما يجب أن يلم بالمصطلحات الخاصة باللعبة التي يذيعها ويكون على دراية بقوانين هذه اللعبة.

4.6-مقدم المناقشة أو الندوة The Moderator: تتضمن برامج المناقشات حضور مجموعة من

الخبراء أو المتخصصين في مناقشة موضوع أو قضية معينة تهم أكبر عدد ممكن من المشاهدين، وتتسع للاختلاف في وجهات النظر أو التعدد في الآراء، وقائد المناقشة هو مقدم البرنامج الذي يمهّد للموضوع ويقدم المتحدثين ومؤهلاتهم، ويقوم بتنظيم وإدارة المناقشة، حساب الزمن، تحقيق التوازن بين الآراء، إتاحة الفرصة لجميع المشتركين في التعبير عن أفكارهم وآراءهم، ويضمن عدم خروج النقاش عن الموضوع الرئيسي ويكون لديه معلومات دقيقة حول الموضوع وشخصيات المتحدثين، وفي نهاية البرنامج يقوم بتلخيص الآراء للمستمعين ويعيد شرح الأفكار الأساسية للبرنامج (مكاوي، إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق، 1989، ص.224).

(7)- مدير الإنتاج Production Director:

يقال أن رجل الإنتاج الجيد هو مبدع، فهو خليط من المذيع والمحرر والمهندس. والطريقة الوحيدة لتعلم الإنتاج هي التجريب من خلال أستوديو الإنتاج للحصول على الخبرة، فالإنتاج يتطلب أكيد حاسة سادسة، وأذن حساسة ومشاعر رقيقة. ومسؤولية مدير الإنتاج تتمثل في إشرافه على كل جوانب الإنتاج ويكون تابعا للمدير العام وأحيانا يكون مسؤولا أمام مدير البرامج.

(8)- المدير الفني Technical Director:

يحظى المدير الفني بمكانة إشرافية ويتبع المدير العام مباشرة ويشترط فيه أن يكون متخصصا في هندسة اللاسلكي والإرسال الإذاعي والتلفزي ويقوم بالأعمال الآتية:

- الإشراف على كل الوحدات والمعدات الخاصة بالإدارة الهندسية.
- إتباع السياسات التي يقرها المدير العام والإشراف على جميع العمليات الفنية الخاصة بالمحطة.
- توفير الأجهزة والمعدات المطلوبة لإنتاج البرامج بالإشراف مع مدير الإنتاج (نفس المرجع، ص.167).

1.8-المهندسون Engineers: يعمل المهندسون بالتلفزيون تحت إشراف المدير الفني ويتعاونون مع العاملين الآخرين في إعداد وتنفيذ البرامج من الناحية الهندسية.

2.8-مدير التصوير: تمثل علاقة المخرج بمدير التصوير أهمية خاصة أثناء إنتاج العمل الفني التليفزيوني، لأن لمدير التصوير دورا في غاية الأهمية من خلال مسؤوليته عن الإضاءة، وتكوين الصورة أثناء عملية التصوير، كما أنه يتحكم بدرجة كبيرة في تصميم موقع التصوير، وبالتالي في تصميم الصورة المرئية النهائية للعمل الفني. وقد يسبب هذا أحيانا نوعا من التوتر بين المخرج ومدير التصوير، لذلك يجب أن يكون هناك نوع من التفاهم المتبادل والتكامل في أسلوب كل منهما (عبد النبي، مرجع سابق، ص.266).

3.8- مدير الإضاءة: هناك العديد من المتخصصين الذين يحتاجهم العمل الفني ولعل مدير الإضاءة يعد أحد العناصر الفنية في الإنتاج، إذ يبدأ بوضع خطة للإضاءة وتحديد احتياجاته من أجهزة الإضاءة وترتيبها، ويقوم بتوزيع الإضاءة ويشرف عليها فإن عنصر الإضاءة من أهم العناصر التي تميز الإنتاج.

4.8- مخرج الإضاءة: وهو المسؤول الأول عن تصميم حبكة الإضاءة الخاصة بالعرض بالتشاور مع المخرج ومصمم الديكور. فهو يشرف على عدد من طاقم الإضاءة الذي يركبون، يحركون ويراقبون مصادر الإضاءة المتعددة المطلوبة للعرض.

5.8- مشغلوا الكاميرا Camera Operators: ويشكلون جزء من طاقم الكاميرا يشغلون آلات الكاميرا المختلفة ويضعونها على قاعدة عمود يدوية أو محمولة ويكونوا على اتصال مباشر دائما بالمخرج.

6.8- مشغل جهاز القارئ الآلي Autocue/TVprompter: وهو المسؤول عن تحريك النص للمذيعين بالسرعة المناسبة لهم خلال النشرة، إذ يقوم مشغل القارئ الآلي بعملية تحميل النشرة على الأوتوكيو عندما يأمره المخرج بذلك (عادة قبل النشرة بـ10 دقائق وقبل القيام بتجربة العناوين). وهذا الجهاز يشهد 3 شاشات: الأولى هي شاشة سوداء تظهر النص ليتمكن من مطابقة الصوت مع النص الذي أمامه، والثانية جهاز ENPS ليتمكن من متابعة ترتيب مواد النشرة والأخبار الجديدة، والثالثة هي تلفزيون عادي لمتابعة النشرة على الهواء. يمكن للمشغل التحكم في السرعة، حجم وحركة النص، التبطئة أو التسريع طبقا لكيفية قراءة المقدم وإيقاعه (بجنيل وجيرمي، مرجع سابق، ص. 347).

7.8- مسؤول جهاز الكتابة الإلكترونية: وهو المسؤول عن تصميم وكتابة العناوين وال فقرات الافتتاحية وأسماء الشخصيات وتخزينها في جهاز الكمبيوتر لاستخدامها أثناء الإنتاج لتظهر على اللقطات في جهاز العرض.

8.8- القائمون على المونتاج Editors: بعد الانتهاء/ أو أثناء (حال النشرات الإخبارية) من التصوير يقومون بالتعامل مع المادة المصورة بإشراف المخرج لوضعها في صورتها النهائية من حيث إضافة الموسيقى والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية وترتيب اللقطات وضبط إيقاع المادة المصورة، ويعد مونتاج العمل التلفزيوني من أهم المراحل التي يمر بها الإنتاج التلفزيوني، إذ يستطيع القائم بالمونتاج أن يشيد أو يهدم أي عمل فني.

9.8- مسؤول تتابع الصور أو ملاحظ السيناريو Script: هذا الشخص يهتم بمراقبة تنفيذ النقطيع التقني طبقا للقوانين التلفزيونية الموضوعية، ويمكن أن نطلق عليه "مذكرة المخرج"، وغالبا ما يقوم بهذا العمل فتاة ويطلق عليها اسم فتاة التتابع Continuity girl وهي المسؤولة عن المحافظة على التتابع، كمتابعة

الحوار، والحركة، وهو ما يضمن التتابع السليم بين اللقطات أثناء المونتاج.

10.8-مسؤول المؤثرات البصرية Visual Effects Producer: يشرف مسؤول المؤثرات البصرية بالتعاون مع المخرج ومدير التصوير على وضع خطة للمؤثرات البصرية، فيتم كتابة مجموعة من الملاحظات على كل مشهد يحتاج إلى مؤثر بصري، ووصفه وصفا كاملا بقدر الإمكان.

11.8-مهندس وفتيو الصوت: المخرج ذو الخبرة يولي اهتماما خاصا باحتياجات مهندس الصوت، والتي عادة تكون جوهرية في العمل الفني التلفزيوني، وغير مكلفة في ذات الوقت، وعلى الرغم من أن مهندس الصوت يعمل تحت إشراف المخرج، إلا أنه يعمل أكثر قربا لمدير التصوير، حيث إنه يجب أن يضع ميكروفونات التسجيل بطريقة غير ظاهرة في الكادر أثناء التصوير، يتولى تشغيل الأجهزة الخاصة بتسجيل الصوت، وتوزيع الميكروفونات والتأكد من كفاءتها، وكذلك جودة الصوت أثناء الإنتاج، ويتولى رفعها من موقع التصوير بعد انتهاء الإنتاج (عبد النبي، مرجع سابق، ص. 267).

9-مدير الاستوديو:

طبقا لطبيعة الإنتاج، يوجد مديرا للاستوديو، ويكون مسؤولا عن تنسيق الجهود في البلاطو والموقع ككل. وقد يساعده شخص أو شخصان يتولون عددا من المهام في مكان التصوير.

1.9-مشرف قاعة الاستوديو Floor Manager: وهو شخص يتحرك خلال النشرة ما بين الاستوديو والجاليري (غرفة التحكم) لتنظيم دخول وخروج الضيوف بهدوء وأمان، كما أنه مسؤول عن طباعة مواد النشرة قبل بدء البث، وتسليم المذيعين أي نسخ معدلة أو موضوعات جديدة خلال النشرة. وتعني عادة ما يستخدم مشرف الاستوديو وسيلة اتصال لاسلكية مع المخرج، كما ينبغي أن يكون شاغل هذه الوظيفة شابا نشيطا راغبا في الحركة وبذل الجهد (نفس المرجع، ص. 208).

2.9-مدير الأرضية Floor Manager: وهو مسؤول عن كل شيء يحدث على أرضية الاستوديو. فهو عضو مهم في طاقم العمل الإنتاجي، يضمن المساحة الكافية المخصصة للأداء بالكامل، وأماكن جلوس الجمهور (إذا تطلب الأمر ذلك)، والمساحة المخصصة لتحرك الكاميرات. وتجدر الإشارة أنه يوجد اتصال ذو اتجاهين بين مدير الأرضية وشرفة الاستوديو، التي تبرز توجيهات المخرج إلى المقدم والمشاركين الآخرين غير القادرين على سماع مكبر الصوت من الشرفة.

3.9-مصمم الموقع: في بعض الأشكال الإنتاجية هناك شخص تتحدد مسؤوليته بالإشراف على موقع التصوير بالاشتراك مع المخرج من حيث تصميم الموقع، الديكورات والدهانات وغيرها مما يتعلق بكتلة المكان وتصميمه.

4.9- مهندس الديكور ومصمم الملابس: مهندس الديكور هو المسؤول عن تصميم ديكورات العمل الفني التليفزيوني، كما هو مبين في ورقة العمل اليومي. ومصمم الملابس هو المسؤول عن تصميم ملابس المقدم والضيف ويعمل كل من مهندس الديكور، ومصمم الملابس تحت إشراف المخرج، وبالإضافة إلى مهندس الديكور ومصمم الملابس، هناك مسؤول الإكسسوار والماكيير، والمسؤول عن مخزن الملابس.

6.9- مسؤول الماكياج: يكون مسؤولاً عن الماكياج -غالباً ما يكون أنثى-، تتحدد مهمته بالتعاون مع الماكبير ومصفف الشعر في التأكد من ظهور الشخصيات على الشاشة في أفضل صورة ممكنة. في الأعمال الإنتاجية -بشكل عام- هناك شخص تتحدد مسؤوليته في التأكد من مناسبة الملابس للشخصية والدور حسب النص (نفس المرجع، ص.267).

(11)-المدير الإداري Administration Director:

يعتبر هذا المنصب مهماً جداً إذ لا تقوم أية وسيلة إعلامية من دونه، فهو لا يقل أهمية عن وظيفة الإخراج، الإنتاج أو التقديم. يتبع المدير الإداري المدير العام مباشرة ويشرف على العمليات الإدارية والحسابات الخاصة بالمحطة، ووضع الميزانيات ونظم الأجور والحوافز ويتبعه مجموعة من المحاسبين والموظفين الإداريين والعمال والأمانة والأرشيف والإدارة والتسيير الرقمي بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي (مكاوي، إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص.169).

2.3.2 بعض الوظائف الحديثة المتخصصة للإعلاميين في التليفزيون:

- **إعلامي الشؤون السياسية:** إن صحفي ومحرر الشؤون السياسية هو سفير الوسيلة الإعلامية (GUNN, 2011, p. 45)، وهو الذي يختص بمتابعة الشؤون السياسية وكتابة وتحرير المضامين التي يطغى عليها الطابع السياسي، بمعنى أن عمله الأساسي يركز في ملاحقة الأحداث السياسية ومتابعة تطوراتها وجمع المعلومات التي تتعلق بهذا المجال ومن ثم كتابة وتحرير الأخبار والتقارير والتحليلات والتعليقات والمقالات والتحقيقات التي تتعلق بالشأن السياسي الداخلي والخارجي للبلد الذي ينشط فيه. إن إعلامي السياسة ومخصص الحكومة المحلية حقلهما في تغطية يدور بين البرلمان والحكومة، يحظران الخطابات الأمنية لمد الجمهور بأهم المعلومات، فهم عين الناس وعين الدولة مما قد يحملون مسؤولية كبيرة في بعض الأحيان (TURNER & ORANGE, 2013, p. 2).

- **إعلامي الشؤون الاقتصادية:** تعطي الدول اهتماماً بالغاً للاقتصاد لأنه أصبح عصب الحياة المعاصرة وأحد مظاهر القوة في الدولة الحديثة، بالنظر إلى ارتباط هذا المجال بحياة الناس ومعيشتهم بحيث لا

توجد هيئة إعلامية في العالم لا تنشر تقارير عن الأجور والمال أو السياسات الاقتصادية. فعلى الصحفي التجاري ألا يتردد أبداً في طرح الأسئلة عن الصرف والإنفاق، الشركات والعمولات، السلع والمنتجات، وعليه أيضاً أن ينقب عن الأجوبة إذا لم تتوافر له بسهولة، كما يحاول التعرف على المقاولين الذين تم إرساء عقود البناء عليهم في المشروع، وكم تبلغ قيمة كل عقد، وعدد العاملين. لذلك يجب على الصحفيين التجاريين بذل كل الجهود لمعرفة ومقابلة قادة الأعمال التجارية والسعي لكسب ثقتهم من أجل الحصول على كل المعلومات التي تخصهم (فريني، شيفرين، وفولبي، بلا تاريخ، ص. 8).

والمحرر الاقتصادي يقوم بتغطية أبناء المال، التجارة، البورصة، البنوك وكل ما يتعلق باقتصاد البلد الذي ينشط فيه، ومناقشة القضايا والمشكلات الاقتصادية الرئيسية والفرعية، ومدى تأثيرها في جوانب الحياة المختلفة ومحاولة الوصول إلى حلول لها. فالصحفي الاقتصادي ملزم بوضع حيز التطبيق مبادئه وفلسفته التحريرية، "أي وضع القلم في خدمة التطور والتنمية" وذلك بربط المعلومة الاقتصادية بمختلف المجالات الأخرى، كرهانات الحكومة الاقتصادية الوطنية القومية والعالمية وتحديات الاقتصاد (EHOUMI , NOUWLIGBETO , & AFFANGBE, p. 5).

- **الإعلامي الفني:** وهو الصحفي الذي يتولى مسؤولية تحرير أو تغطية المجالات الفنية المختلفة من سينما ومسرح وموسيقى وغناء وباليه وأوبرا وفنون تشكيلية، على أن يكون متخصصاً في إحدى هذه الفروع ومؤهلاً للكتابة عنها. فالصحفي المتخصص في الفن هو خبير لديه محصول ثقافي ممتاز في تاريخ الفن وقلم جميل، ينقب، يحلل ويكتب المعلومة في فقرات أو برامج داخل مؤسسات إعلامية ويقوم بتشريحها ويضعها تحت مجهر التحليل (La grande école des métiers de la culture et du marché de l'Art, 2016).

- **إعلامي الشؤون العلمية:** يتفق معظم رؤساء التحرير على أن التوليفة الملائمة للصحفي العلمي الجيد تتكون من 80% من المعرفة الصحفية الجيدة، بالإضافة إلى 20% من الاستعداد لتعلم العلوم والكتابة عنها. وعلى حد تعبير "أنتوني تاكر" المحرر العلمي في صحيفة الجارديان البريطانية بقوله: "الكتاب العلميون، مثل كل الصحفيين الآخرين، يجب أن يمتلكوا شهية نهمة للقراءة، كما أن أفضلهم يمتلكون ذاكرة تشبه خزانة الملفات" (منظمة المجتمع العلمي العربي، 2017). فالصحفي العلمي هو همزة وصل بين العلماء المتخصصين والشعب، وهو الذي يقوم بتبسيط المادة العلمية وتحويلها من مصطلحات ونظريات جامدة إلى مادة مفهومة لمختلف مستويات المستمعين، بشرط أن يلتزم الدقة في نقل المادة العلمية حتى تكون خالية من الأخطاء التي يمكن أن تسيئ للبحث العلمي والأكاديميين ولا

تحقق الفائدة من نشر المعرفة العلمية.

- **إعلامي الشؤون الدينية:** ربما أكثر مهمة صعبة تواجه الصحفي هي الكتابة عن قضايا وأشخاص يختلف معها الصحفي جوهريا، سواء كان مصدر هذا الاختلاف هو الانتماء العرقي، أو المعتقدات الدينية، أو التوجه الجنسي، أو الطبقة الاجتماعية، خاصة عندما يكون دور الصحفي هو التعبير بدقة وموضوعية عنم يختلف معه وعن أفكاره وقضيته. فالصحفي هنا هو ذلك الذي يكتب في شؤون الدين ويخاطب الناس على اختلاف أنواعهم وعرقهم ودينهم سواء كانوا مسلمين أو مسيحيين... ويكون هدفه عادة من البرامج أو الأخبار التي يقدمها التوعية بأمور الدين وأعمال الخير التي يجب إتباعها، وأمور الشر التي يجب تجنبها (الزلاقي، 2010، ص. 9).

- **إعلامي الصحافة الأدبية والثقافية:** وهو الصحفي الذي يتخصص في كتابة الموضوعات المتعلقة بالأدب والثقافة وتحريرها باستعمال الفنون الصحفية والقوالب التي تناسب مواضيع هذه المجالات ومتابعة النشاطات الأدبية والثقافية داخل البلد وخارجه، فضلا عن نشر أهم الإنتاجات المقدمة على مستوى هذه النشاطات ونقدتها نقدا بناء، وعرض أهم المشاكل والعوائق التي تقف حائلا دون تطور الإنتاج الأدبي والثقافي. وقد حدد الصحفي الفرنسي "مكسيم مامت" في مقابلة صحفية "جيروم غارسين" المتخصص في الشؤون الأدبية والثقافية نوعية الصحفي الأدبي والثقافي، بأنه ذلك "الذي يجب أن يمتلك حس النقد الحقيقي، والانفتاح عن الخطأ مهما كانت درجته وأسلوبه. يمكن ألا يحب فيلما جيدا، ويحب فيلما ضعيف الإخراج لكن يجب أن يبزر موقفه بحجج عقلانية. إذن الصحفي الأدبي/الثقافي الجيد يجب أن يتمتع بحكم راسخ" (MAMET, 2008).

- **الإعلامي الاستقصائي:** من أكبر وأهم عمل يقوم به الصحفي الاستقصائي هو البحث عن الحقيقة، فالمحقق الناجح يجب أن يعلم كيف يستغل وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات وأن يكون موثقا جيدا من مصادر مختلفة، ويجب أن يتوفر له حس التنقيب عن المعلومات ذا نفس طويل وأن تكون لديه قوة الملاحظة والعمل الخفي. كما قال "ولتر ليبمان" في سلسلته التجريبية " الحرية والأخبار: "لا يمكن أن يكون قانون أعلى في الصحافة أكبر من قول الحقيقة وخزي الشيطان" (MICHELLE, 2017). ويقصد بذلك بأن الصحافة التحقيقية هي سيرورة بحث وقول القصص الواقعية ونقلها كما هي بتفاصيلها، هدفها صنع التغيير من خلال إزاحة الستار عن الأحداث خاصة الحساسة منها مهما كانت درجة خطورتها (كالقتل).

4.2 الوضعية المهنية والاجتماعية لصناع الرسائل (التوافق النفسي والمهني):

إن حديثنا عن أبرز العناصر المشكلة للمؤسسات التلفزيونية والهياكل المادية والبشرية المتوزعة عبر كامل أركان مورفولوجيا المؤسسة، التي تحمل كذلك على غرار ما ذكرناه سابقا مجموعة عناصر متنوعة تساهم في تسيير وتنظيم العمل الإعلامي، وتعمل على ضمان سيرورة العملية الاتصالية داخل المنظمة وممارسة النشاطات باحترافية وفي الآتي سوف نعرض أهم هذه المعايير والتفصيل في ماهيتها. وهذا الطرف الكبير من العناصر والتشابك المهني في حقل الإعلام يتطلب كما هائلا من القوانين واللوائح والعناصر التي تساهم في تنظيم هاته المهنة ووضع مختلف الهياكل والأفراد في مكانها المناسب وتحديد أبرز معالم الاحتراف من خلال إيجاد سبل للتوافق والتلاؤم عبر الأخلاق والتخصص وبعض الاعتبارات الشخصية والمهنية الأخرى التي سنتعرض لها في الأسطر المقبلة.

(1) أخلاقيات العمل الإعلامي:

يقول "بيار بورديو": " لا يوجد وسط لا يجب أن يكون موضوعيا، فالصحفي ينظر إليه نظرة سلبية لأنه يقول أشياء مخبأة وسرية من الصعب معرفتها. وهذا الحقل (الوسط) يستطيع أن يفرض نفسه ويبسط نفوذه على كل الحقول الأخرى إذا توفر عنصران وهما الأخلاق والموضوعية" (BOURDIEU , Eté , 1996, p. 16).

نلتمس من خلال مقولة عالم الاجتماع وباحث التلفزيون "بورديو" أن العمل في الإعلام يحكمه مجموعة من الأمور المتعلقة بالتنظيم القانوني والشخصي، حيث أن أخلاقيات العمل بالحقل الإعلامي ترتبط من بعيد أو من قريب بأخلاقيات البحث عن المعلومات وكيفيات معالجتها والتي تشير إلى قيمة ليست حصرية بل إلى قيمة مهيمنة وضرورية متعلقة بالحقيقة. هذه القيمة توجه بصفة دقيقة رسائل أدبيات الصحفيين (البحث عن الحقيقة واحترامها) حيث كانت تشترط المناقشة المتكررة بين المهنيين ضرورة إدراج وإحداث: الموضوعية في التحرير. وهذا لا يتحقق إلا من خلال سن قوانين ومواد تحكم العمل الصحفي في أي بلد كان، فالعنصر القانوني من الجوانب المقدسة بالنسبة للمؤسسة الإعلامية يمكنها من ممارسة نشاطها وفق أخلاقيات ومواثيق تتوافق وطبيعة الدولة التي تنشط فيها. يقول في هذا الإطار "لوفال LOVELL":

إن أخلاق المهنة هي عبارة عن طرق تحتاج بأن تعمل بأهداف اجتماعية يتم اكتسابها أثناء العمل المهني الجماعي، هذه الأخلاق لا تلقن ولا ترجع إلى التكوين الواعي أو إلى الإيديولوجية المرغمة بل تكتسب من خلال الممارسة اليومية الروتينية" (FRASER & BOURDIEU, 2007, p. 110).

وهنا نستنتج أن فريق العمل والفرد من خلال الخبرة يتلقون أساليب العمل اليومي والاحتراف والمواقف المختلفة وتكسبه تعلم الصدق في حال العمل بمؤسسة تحترم القوانين وتطبق قواعد العمل الإعلامي. ولكي يقوى وزن المراقبات الداخلية مع الرقابة الخارجية، يجب على مجموع الإعلاميين تأسيس حكم نقدي بصفة ناجعة يستطيع بفضلها عرض مشروعاته الخاصة على الجمهور. ومحاولة تصميم قواعد محكمة للداخلين الجدد في المهنة من خلالها يمكن حماية الجسم الصحفي من المتطفلين Intrusions الذي لا يتقبلون بعض قواعد الممارسة أو لا يكونون في موضع يمكنهم من تقبلها أي لا يكفي منح الصحفيين نوعاً من الميل البيروقراطي بل يجب أن يكونوا في موضع يحترم فعليا كل القواعد الصادرة من قبل المؤسسة الإعلامية (Idem, p.15).

(2) التوافق المهني والشخصي:

مناقشة التوافق المهني في الإعلام يقودنا إلى طرح مجموعة من الأسئلة بالنظر إلى ضعف الدراسات التي حاولت الإجابة عن: من وكيف؟ في مختلف البحوث الإعلامية، وبالرغم من سهولة طرح سؤال: كيف يمتحن من تلك المهنة؟ إلا أن الإجابة عنه تقتضي التعمق في ماهية العناصر المحركة للعملية الاتصالية داخل الحقل الإعلامي. وفي الآتي سوف نعرض عن كافة هذه الأفكار:

(أ) -بروتكول الرجل والمرأة في الإعلام:

-الجنس: بالاستناد إلى دراسة قام بها عالم الاجتماع "بيار بورديو" حول فهم المجتمع القبائلي الجزائري، تصور أن الجنس الأولي جنس مختلف في ظل الإدراك البنائي للأهداف التي غالبا ما تكون ضمنية ومخفية، وفي نظره أن الهوية الاجتماعية تتشكل من هوية الجنسين التي تأتي من خبرة الأسر في التقسيم العائلي وأشكال الزوجين (ADKINS & SKEGGS , 2004, p. 21). وسرعان ما سجل قوة الجنس في حقل الإعلام والهيمنة الذكورية، حيث ارتبط هذا الحقل بثلاث قوى: (1) الاجتماعية السياسية الاقتصادية و(2) القوى المهنية و(3) الديناميكية، فيما أن الجنس هو المورفيم الذي يحدد ترتيبات هذا الحقل ويعكس الوزن المرتبط بهذه القوى في أي نقطة مقدمة في وقتنا.

والتحدث عن النوع وقيمه ثبت في الحقب الأخيرة من خلال التغيير المتلاحق في المناصب التي تتولاها المرأة والتأثير المباشر في الإنتاج. عموما كل مهنة تنتج إيديولوجية وشخصية مثالية أسطورية، تمثلت خلال سنوات سابقة في اعتبار عالم الإعلام كحصن رجولي. فالصحافة نشأت في جو هيمن عليه الذكور، حيث كان الجنس الأنثوي يلقي صعوبات في ممارسة الإعلام فعلى مدى سنوات تم تجاهل المرأة وذلك يرجع ليس فقط بسبب رأس المال الاجتماعي الذي يرفع عادة من طرف الحكومة

أو المؤسسات غير الحكومية لمعالجة الظواهر والمشاكل الاجتماعية المتعلقة بأكبر الحوادث والتفجيرات والإقصاءات الاجتماعية، بل إلى جانب كل هذا، المتطلبات الفيزيولوجية والعاطفية في العمل التي تتعلق بإنتاج رأس مال اجتماعي لا تستطيع المرأة مجابهته (FRASER & BOURDIEU, op.cit, p. 103).
ففي تنظيم التلفزيون كانت المناصب القيمة والحساسة تقتصر فقط على النخبة الذكورية الغنية الموهوبة بالثقافة، فكل المواقع العليا كرئيس التحرير، رئيس قسم، مخرج كانت محجوزة من قبل أشخاص ينحدرون من طبقة اجتماعية راقية وعائلات عريقة أو ذوي مستوى علمي رفيع كدكاترة وأساتذة في الجامعات (DJERF-PIERRE , 2007, pp. 83-85).

- الجنس في المؤسسات الإعلامية:

خلال سنوات 1950 سادت فكرة التكامل بين الجنسين في الصحافة وكان هذا في إطار تصاعد وتيرة الاختلاف النوعي في الجنس ومواقع كل منهم في الإعلام ومجالات التغطية. إذ أصبحت جميع الانشغالات المنزلية، الأمومة والعلاقات العاطفية من اهتمامات النساء لكن وضعهن جد متدن مقارنة بالرجل الذي يبقى مسيطرًا على تغطية الأحداث السياسية والاقتصادية. في أواسط 1960، بدأ التمييز الجنسي يتضاءل وينفتح، لكن التسلسل الهرمي في قاعات التحرير بقي مختلفًا. حيث شهدت المرأة دخولًا ملحوظًا في التنظيمات الإعلامية لكنها كانت حبيسة الأقسام التحريرية فقط، ففي التلفزيون كان رؤساء فريق العمل كلهم رجالًا، الأكثر هيبة، يشغلون الأخبار المرموقة والصعبة. أما في سنوات 1970، أصبح ينظر للجنس على حسب نسب المشاكل والالتزامات الاجتماعية، وتطور المحيط وانشغالات المجتمع وقد ظهرت بعض المواضيع كانت مخصصة للمرأة وأخرى للرجل مما أعاد ترتيب عنصر الجنس في الإذاعة والتلفزيون، كاهتمام الرجل أكثر بالرياضة والتجارة. في حين صارت المواضيع الثقافية والأمور المتصلة بالمجتمع مجالات تكتسحها المرأة فمع بداية سنوات 2000، تموقت المرأة فقط في التلفزيون والإذاعة العمومية والمجلات بأكثر من 40% (Idem, p. 96).

وقد شغلت مشكلة الجنس الحقل الصحفي منذ البداية ووضعت المرأة والرجل في أماكن ومواقع مختلفة. إذ، تميز الإعلام بالتسلسلات الهرمية، والفصل النوعي على أساس الجنس، لكن طرق التعامل معه تختلف بين الأصناف والوسائل الإعلامية. فعلا، يمكننا ملاحظة التغير الجذري والتقلب الجزئي أثناء السنوات القليلة الماضية، فالهيمنة من قبل العنصر الذكري لم يعد لها مكان قوي ويعود هذا للتحرك النسوي في البلدان الديمقراطية التي تعطي قيمة للإعلام. فاحتلت المرأة مكانة هام في عالم الشغل وأصبحت تتواجد في كل مكان وفي كافة المجالات: التعليم، الطب، الإعلام وميادين أخرى. حيث تؤكد

"ماينود Meynaud" ذلك وتقول بأن " نسبة الإناث الكبيرة حالياً دون شك هي خير دليل وأحسن مؤشر على تموقعهن وصلتهن بمختلف المهن " (CHEKROUN , 2015, p. 20). وترجع أسباب هذا التطور إلى دخول البنات للتعليم العالي والثانوي، في وقت كان ممنوع على الشابات مزاولة دراستهم في الكثير من المجتمعات. وإن أتيح ذلك، فإنهن يفضلن دراسة التخصصات الأدبية كالعلوم الإنسانية أقل من العلوم التقنية التي يقبل عليها غالباً الذكور كتقنيين ومهندسين. ولعل نمط التعليم هو أكبر دليل يوضح لنا تموضع الجنس وتوجهه لعالم الشغل، تؤكد "بولات":

"للمعلمين اتجاه يتمثل في منح التلاميذ خصائص مختلفة من بينها قاعدة الصورة النمطية الجنسية التي تجعلهم يصدقون بأن الذكور هم موهوبون ومبدعون في المجالات العلمية، كالرياضيات والتقنيات وأن البنات هن أقل فضولاً، أقل مبادرة فيها وأكثر اهتماماً بالتخصصات الأدبية" (DURU- BELLAT , 1995, p. 78).

لكن هذه النظرة سرعان ما تلاشت مع زيادة وعي الأسر وانفتاح عالم الشغل الصناعي والتقني فأصبحت المعاهد التقنية تستقطب الإناث بصفة كبيرة.

خلال الستينيات أي البدايات الحقيقية للتلفزيون كان عموماً يشغله الجنس الذكوري، إذ كان الرجل فيه هو الملك الأعلى المترعب على هذه المهنة منذ الثورة الصناعية، آنذاك اعتبر القادة أن صوت المرأة لا تشد انتباه الجمهور وغير محبذ لدى المتلقي. لكن سرعان ما رفع بعض النساء التحدي وحاولن دخول مجال الإعلام من خلال العمل وراء الستار لسنوات، وكانت أول امرأة أمريكية صحفية تقرأ الأخبار على الملايين من المستمعين الصحفية "قران هاريس" عبر إذاعة ديتروايس WWJ في عام 1943 (STERLING , 2009, p. 710).

(ب) - التخصص والتكوين في حقل الإعلام:

إن مجال الإعلام هو حقل واسع وشامل لكل التخصصات العلمية والمهنية فمصطلحات الأنواع الصحفية "Terminologie" (ربورتاج، تقرير، ملف، تعليق، تحقيق...)، أو تلك المتعلقة بسجل الممارسات (محرر، رئيس تحرير، مخرج، منشط، تقني، صحفي) التي تمد الجمهور بالأخبار والمعلومات في الوقت والمكان المناسب، تختفي خلفها وضعيات ونشاطات جد متنوعة هي في حد ذاتها نتيجة معارف متخصصة بمهارات وممارسات متوازية (ALAIN , 2001, p. 89). فلم يكن إلا بعد الحرب العالمية الثانية وفترة (1948-1968) للتكوين والتخصص في الصحافة أن يثبتا في المجال المهني ويشرع على أساسهما العمل، وصاحب هذا التثبيت إجراءات تراقب وتضبط تطور التكوين في الصحافة. كما أنه

سبقت الممارسات الإعلامية تأسيس علم الإعلام والاتصال الذي بدأ يجد سبيله إلى المحيط الأكاديمي في أواخر القرن 19 بأمريكا، ويعتبر "روبرت لي" أول من اقترح تكويننا جامعيا يخص الإعلاميين سنة 1869 (عزي، 2010، ص. 8). في حين ظهر بصفة أولية عند البلدان العربية كمصر والجزائر في الستينيات توجهات التكوين الإعلامي ببرامج متأثرة بالنموذج الفرنسي خاصة بلدان المغرب العربي، إذ توجه البعض الذي تلقى دراسته في إنجلترا وأمريكا إلى العمل الامبريقي ذي الطبيعة الأنجلوساكسونية، الذين تكونوا في بيئة متنوعة في وجهات النظر بين المنظرين والفلاسفة (نفس المرجع، ص. 12-13).

➤ التاهيل الأكاديمي:

أصبحت مواكبة هذا العصر تطلب ضرورة الإعداد العلمي لأولئك الذين يقومون بعملية إنتاج المادة الإعلامية مفروضة، فلقد مضى ذلك الزمن الذي كان يمكن فيه لمن يمتلك بعض القدرات أو الموهبة أن يصبح صحفيا ناجحا. لكن معظم المؤسسات الإعلامية الغربية اليوم ابتعدت كثيرا عن تلك الصورة لتصبح صناعة تقوم على التعامل مع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، وأصبح التخصص ضرورة لزيادة القدرة على التعامل مع المعلومات في مجال محدد. يضاف إلى ذلك أن الصحفي اليوم يعمل في إطار نظام إعلامي يفرض معايير وقيمه على عملية تدفق المعلومات في العالم كله، والصحفي الذي لم يدرس النظام الإعلامي، فإنه قد يتحول مع الزمن دون وعي إلى مجرد عامل سلبي في هذا النظام، ولا يستطيع أن يكون عضوا فاعلا في عملية إنتاج المادة الإعلامية. من أجل ذلك فإن التعليم يعتبر أهم شروط إعداد الكوادر البشرية اللازمة لإقامة صناعة جيدة للإعلام والمعلومات (صالح، 2004، ص. 227).

➤ التكوين الأكاديمي العربي في مجال السمعى البصري:

إن التكوين الأكاديمي في مجال الإعلام المرئي والمسموع في الدول العربية يعاني بصورة خاصة من مجموعة نقاط الضعف. فلا شك أن التسارع التكنولوجي في حقل الإعلام قد أربك كثيرا مهن الإعلام خلال السنوات الأخيرة، فعدة وظائف جديدة أفرزها واقع الاندماج بين وسائل الإعلام والتي أتاحتها أنظمة الإعلام الآلي المتطورة الفاتحة لآفاق عريضة في مجال الصناعات الإعلامية.

وإن ما يميز هذه المهن هو حضورها في كل التخصصات الإعلامية وغيرها من التخصصات في العلوم الأخرى، لكونها تتبثق كلها من رحم واحدة. وأبرز هذه المهن نقلى: متخصص الجرافيك Inforaphiste، متخصص في إنشاء مواقع الوب Webmaster، متخصص في التسويق والتطوير التجاري للمواقع الإلكترونية Responsable marketing-pub، متخصص في الكتابة للوب Redacteur web، متخصص في الإنتاج للوب Producter web، متخصص في الرسم للوب Web designer. وبالنظر

إلى هذه الوظائف يمكن اعتبار الواب قلب الدائرة في كل ما يتراكم من مهن إعلامية واتصالية اليوم. وإذا نظرنا إلى الإعلام التلفزيوني على اعتبار أنه صناعة تتحقق باستخدام الوسائط الرقمية المندمجة، نجد أن المهن الجديدة، المشار إليها، هي صلب ما يجري في الأعمال التلفزيونية (العبد الله، علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي واشكاليات التكوين المهني، 2009، ص.156).

-مشاكل التكوين الإعلامي في الوطن العربي:

إن الإشكال يطرح على المستوى العربي وعلى الجزائر بوجه متخصص من البعد العلمي والنظري. فظهور التلفزيون في البلدان العربية لم تحتضنه ولم ترافقه أدبيات تعنى بتحليل الخطاب المرئي كالتي لمع في إنتاجها "رولان بارت وأريستيان ماتر وإمبرتو ايكو"، ولم يتكون له رصيد من المعارف يؤسس لبناء المعنى السمعي والمرئي على غرار ما حدث في أوروبا. فالتلفزيون في البلدان العربية احتضنه خطاب السلطة السياسية ورافقه وظل معه إلى يومنا هذا على الرغم من تبدل المشهد الإعلامي بحلول الفضائيات والتلفزيون الرقمي الأرضي، فهو في واقع الأمر ظهور لوسائط تقنية ناقلة لخطاب القوى السياسية المهيمنة في المجتمع (نفس المرجع، ص.157).

ولعل الشاشة التلفزيونية في البلدان العربية لم تكن مهينة لصناعة حاضر المجتمع ومستقبله، لذلك لا نجده قادر على استيعاب ما يجري في أقسام الإعلام. ففي الواقع، يجري التكوين الأكاديمي في البلدان العربية في مجال الإعلام المرئي والمسموع على نحو يغيب التفكير فيما يحيط بالصورة من أطروحات وأدبيات تفسر وظائفها وتحلل أبعادها. ولا يسمح هذا الوضع بطبيعة الحال بتأسيس تكوين قادر على إنتاج رسائل إعلامية تخدم الواقع العربي.

وعليه أصبح لا بد من مراجعة منظومة التكوين بكاملها في مجال الإعلام المرئي والمسموع بشكل عام، في ظل ما يشهده التعليم الجامعي في أقسام الإعلام المرئي والمسموع العربية، تماثلا بارزا في الخطط والأهداف، يتجلى بوضوح فيما تتضمنه الخطط الدراسية من مقررات تعنى بتطوير مهارات الطالب في الكتابة الإخبارية وإنتاج البرامج التلفزيونية.

يتفق الكل على صعوبة مهنة الإعلام وضعف التكوين الذي يؤهل الصحفيين، فمجهودات الجامعة ضعيفة مقارنة بما يتطلبه سوق العمل. هذا الضعف الكبير بين أن التحرير لم يعد مثل السابق، ووقت التدريب الجيد في العمل محدود والشاب ينطلق في حياته المهنية بدون أي تكوين متخصص. بالرغم من الاستثمار المتواصل في مجال الإعلام وبالرغم من تخرج الآلاف من الطلبة المكونين في الصحافة، إلا أنه نادرا جدا ما تمنح الأولوية للطلبة المتخرجين أثناء التوظيف، فهذا الأخير يبقى ذاتيا، موقعا

بامتياز من قبل بعض الأشخاص المفضلين "Coups de Cœur" (PEPIN , Eté 1996, p. 63).

(ت)-التدريب الإعلامي:

إن الرهان المعاصر لدى كل المؤسسات الإعلامية يرتبط بعامل التدريب كونه يعد التدريب ممارسة تطبيقية بعد تخرج الطالب وتأهيل يضمن له العمل بأريحية واحترافية. لذلك تعد عملية التأهيل العلمي والتدريب المهني أحد العوامل الأساسية لتحقيق حرية الإعلام ومسؤوليته، ذلك أن التدريب يؤدي إلى رفع الكفاءة وصقل القدرات ويزيد من إحساس الإعلامي باستقلاله ونزاهته وتمسكه برأيه وقدرته على التعبير عنه، والدفاع عن حقوقه بشكل عام، وهو يعتمد بشكل أساسي على كفاءته في الصعود بالسلم الهرمي الوظيفي. بينما يتجه الإعلامي محدود الكفاءة الذي لم يحصل على قدر كبير من التعليم والتدريب إلى انتهاج وسائل غير أخلاقية للترقي المهني، وتقل قدرته على التمسك بحقوقه والدفاع عن آرائه، ذلك أنه لا يثق في قدراته وهو ما يضعف شخصيته، ويجعله يشعر دائما بالولاء.

في آخر هذا الفصل يمكن القول أن الوضع الجديد يفرض حتما على المؤسسات الإعلامية تحديات جديدة تختلف شكلا ومضمونا عن الفترات السابقة وتزداد شدة هذه التحديات على الدول النامية نظرا للتأخر المسجل في ميدان تكنولوجيا صناعة الصورة عموما وفي الآليات الضرورية للاستفادة من هذه التقنيات بالجزائر على وجه الخصوص. وكما أشرنا سابقا أن كل وسيلة أصبحت تدعم الأخرى دون مقابل مما أسفر عن اندماجهم في وسيلة واحدة بحيث أن الهيكل الإلكتروني قد يحمل في مضمونه وظائف رئيسية، وأخرى مساندة، وثالثة فنية، فضلا عن توزيع الأدوار والمسؤوليات والمهام. وتساعد الجدل حول إمكانية الوصول إلى صيغة "إعلام بلا تنظيمات" وهنا دارت إشكاليتنا منذ البداية حول هل تبقى المؤسسة الإعلامية ليست بحاجة إلى مباني ضخمة لاستيعاب موظفيها ومكاتبها ودواليبها الكثيرة، أو مكان صغير محدود قد يكفي لصناعة محتوى إعلامي يصلح ليكون مقرا لإدارة كبيرة كانت في الماضي يضيق بها مبنى ضخم يفوق مبناها بعشرات المرات؟

الفصل 3

محتويات الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

◆ تمهيد

◆ مجالات الدراسة

◆ منهج البحث

◆ مجتمع البحث وعينة الدراسة

◆ أدوات جمع البيانات

تمهيد:

في القسم العملي لهذا البحث سنكشف أولاً عن كافة العمليات والطرق التي قمنا بالاعتماد عليها خلال سنوات الدراسة، والتي قادت إشكاليتنا من قريب أو من بعيد نحو المسار الذي يتوافق وطبيعة الظاهرة المدروسة وأهدافها. محاولين تفاعل مع مجموعة من العناصر المنهجية، والتي كانت قد أثبتت شرعيتها وصحتها من قبل، سواء تعرضت للنقد (الإبستمولوجية) أم لا (الحقيقة). فكل العلوم قابلة للعلاج "شوبنهاور Schopenhauer" أو لدحض، والنقد في فرضيتها وأسئلتها (كارل بوبر Karl Popper). وقد أجب هذا الأخير عن سؤال من أين نبدأ البحث؟ بأن نقطة الانطلاقة تكون من المشكلات الموجودة في المجتمع، ويقصد بها استقرار الظواهر من خلال الدراسات الاستطلاعية والاستكشافية، فلكي نفهم كل تلك الإشكاليات يجب الاستمرار في البحث من أجل تحقيق نمو متقدم للعلم بالنظر إلى قلة الأسس الثابتة للمعرفة، فكل المعرفة مؤقتة حسب الظروف والوقت والمكان (كارل بوبر). والتمييز بين موضوع علمي أو عكس ذلك من المفروض إخضاعه لمنطق الكشف العلمي الموضوعي من خلال الاختبار والقياس. هذا الأمر يتطلب من الباحث حنكة علمية وقدرة على اتخاذ قرار واضح يبتعد عن الذاتية يطلق عليه "كارل بوبر" "القرارات المنهجية الموضوعية anti Methodological decisions subjectivism" (بوبر، بلا تاريخ، ص ص 25-26). وهذا ما قمنا به في دراستنا هاته في الجزء الثاني من هذا القسم الذي يتناول الجانب التطبيقي القائم على اختبار أسئلة الإشكالية في أرض الواقع بالاعتماد على أسلوبين (كمي ونوعي) في الجانب الكمي منه حاولنا حصر جانب إحصائي لمجتمع البحث وعينته، أما الجانب النوعي فتمثل في تقييم المعلومات المجمع من الميدان وتحليلها واستنتاج تفسير وصفية لماهية الظاهرة الإعلامية في الجزائر.

إن منطق هذه الأطروحة يتوافق نوعاً ما مع منطق، وأفكار "كارل بوبر" في التحليل الميداني وتشكيل المعرفة والنقد العقلي، فأفكاره كلها اعتمدت على التصور الميتافيزيقي المحدد للظواهر لأنه يوجد بالمجتمع قضايا كلية صادقة، وهذه الأخيرة هي ما يناظر الوقائع الطبيعية Facts of Nature، ومع هذا فإن عموميتها قد تضمن صدقها كلياً، لذلك يجب أخذ الأفكار المنطقية من النظريات، وحذف تلك المريبة أو الكاذبة. فمن المعروف أن هدف العلم هو اقتراجه أكثر فأكثر من الصدق، وذلك قد يكون في نظرنا عن طريق أسلوب النقد العقلي Rational Criticism، وهذا الأسلوب ينتمي إلى المنهج الأب وهو الوصفي الذي كان قد تعرض له "ماكس فيبر" في كتابه الشهير "منهجية العلوم الاجتماعية The methodology of social sciences" حيث قام بنقد نظرة "إيدوارد مايرز Edward Meyers" في المنهجية

تحت عنوان "دراسات النقد في منطق ثقافة العلوم": يعتقد "إيدوارد" بأن الفهم الأكبر للمعرفة المنهجية لأي باحث لا يقوده حتماً إلى أن يكون متخصصاً في الجانب الذي يبحث فيه، فالباحث في مجال التاريخ مثلاً قد لا يكون مؤرخاً، ووجهات النظر حول المنهجية غير السليمة لا تشمل بالضرورة ممارسات عملية خاطئة، بمعنى أن أي باحث يترجم، ويفسر طرقه المنهجية حسب منطق واحتياجه للخطوات التي تبني معارف موضوع دراسته (WEBER, 1949, p. 155). ومن ثم فإن نمو المعرفة يتقدم بدءاً من حذف الجانب الذي يعتقد الباحث بأنه خاطئ، أو لا يخدمه والتي صاغها "بوبر" في العملية الآتية (POPPER, 1979, p. 119):

P1 — TT — EE — P2

فجوهر هذه العملية ينطلق من اختيار المشكل (P: Problem) وصياغته في شكل تساؤل أو فرضية، وعرضها للمعالجة (TT: Traitement) والاختبارات بمنطق حذف الخطأ الذي قد يقودنا إلى صياغة مشكلات جديدة على أساس حل المشكلات القديمة، وهذا ما يخلق لدى الباحث ما يسمى بالخبرة البحثية. إن الخبرة المنهجية في العلوم الإنسانية والاجتماعية دفعت بالباحثين إلى صياغة مجموعة من الطرق والمناهج وتطويرها، والتي تجعل الأفكار العلمية أكثر وضوحاً، وإيجازاً داخل نسق يمثل العالم الميتافيزيقي. وبما أن الأنساق النظرية تتطلب تمييزاً ملحا في البحث العلمي فإنه يجوز التحدث عن أخطاء المناهج العلمية وأدواتها بالترابط مع الاقتناع الذاتي للباحث وموضوعيته العلمية. وبالنظر إلى الهدف النظري من دراستنا الذي جاء للتحقق من بعض أفكار النظريات (النظرية المؤسساتية ونظرية التسلسل الهرمي للتأثيرات) والأدوات (التحليل المورفولوجي) التي يمكن تطبيقها على المؤسسات الإعلامية حاولنا اتخاذ عدة قرارات منهجية أساسية تقترن بمعايير امبريقية لتأكيد اختيار القضية محل الدراسة والتحقق من علميتها. فكثيراً ما يرمز إلى القواعد المنهجية على أنها تقاليد يمكن أن توصف بأنها قواعد خطة العلم الامبريقي وقد جاء فصلنا المنهجي كالاتي:

1.3 مجالات الدراسة:

إن القيام بأي بحث علمي يستدعي الضبط، والتدقيق، والحصص داخل نطاق معين ومحدد، بغرض القياس الميداني، وهذا قد لا يصبح عملياً إلا من خلال وضع موضوع الدراسة ضمن مجال واضح المعالم، وهذا الأخير يرتبط بتخصص الباحث، والظاهرة التي يبحث ضمنها بكافة ملامحها. فالظاهرة التي تكون محل الدراسة تقتضي التحكم، بما أن الباحثين أو الأكاديميين لا يمكنهم دراسة مجتمعات كبيرة الحجم وهذا ما يطلق عليه "مجتمعات البحث" بحكم اتساعها واختلافها (العجز المكاني). فالعالم

يسير ضمن كرة أرضية، بكواكبه ومجراته لذلك يجد الفرد نفسه مقيدا وعاجزا عن دراسة جل الظواهر التي تحدث في كامل الكون المعاصر. ناهيك عن عجلة الزمن السريعة والوقت الذي أصبح يسير وفقا للتسابق المتنامي للعصور والأزمنة والأمكنة. وبالنظر إلى زيادة عدد الكائنات الحية وارتفاع نسبة الولادات انتشر البشر وتعاضمت سبل وطرق ممارساتهم، وتعقدت حياتهم وتعقدت سلوكياتهم. وعليه أسفرت كافة هاته المعطيات على بروز مستلزمات ضرورية أثناء القيام بالبحث العلمي تقتضي توفر شروط منظمة، أبرزها تدقيق الدراسة من خلال تحديد مجالاتها من حيث الكائن والمكان والزمان.

إن التغيير (السيروية) غير متطابق مع الزمن، لكنه يحدث في الزمن، تماما مثلما تحتل المادة الفضاء. والزمن مثل الفضاء حامل سببيا فالكائنات الحية كلها تنمو، لكن مرور الزمن نفسه ليس له تأثير على الأشياء. (وهذا هو السبب في أن مفارقة "جودمان Goodman" الأخضر الأزرق توحى بأن مجرد مرور الزمن قد يكون له تأثير سببي) (آبيل، 2011، ص.189).

وبما أن العلوم الإنسانية تتعامل مع البشر، فإن كافة البحوث في هذا التخصص تأخذ من الإنسان موضوعا للدراسة لذلك يضيف الكثير من الباحثين عنصرا منهجيا وهو المجال البشري. فخلال محاولة التوصل إلى أهداف بحثنا وأسئلة إشكاليتنا قادنا البحث في موضوع بنية المؤسسات الإعلامية للعمل ضمن ثلاث مجالات مفصلة كما يلي:

1.1.3 المجال الزمني:

إن هذا المجال يبين لنا مدة دراستنا وتنظيمها الوقتي وفترة إنجازنا لهذه الأطروحة أو بالأحرى الحيز الزمني الذي جاءت ضمنه إشكاليتنا وأبرز المحطات لإيجاد حلول لأسئلتها. ففكرة الخوض في موضوع المورفولوجيا انطلقت منذ عام 2016 حيث قمنا باستنباط هذا التصور استنادا لقراءات معمقة لكتب فرنكوفونية وأنجلوساكسونية وعربية لتخصصات قريبة من علوم الإعلام والاتصال وفقا لاهتمامات الباحث خاصة في مجال المهنة الإعلامية، والتنظيمات والهندسة. فانطلقت مغامرة بحثنا التي سنفصلها وفقا لأجزاء الأطروحة كالاتي:

(أ) - الإطار النظري: انطلق العمل على هذا الإطار من أكتوبر 2016 وانتهى في أكتوبر 2019. إن بناء هذا الإطار كان نتيجة لقراءات نظرية لمراجع وأدبيات في حقل الإعلام والاتصال والحقول القريبة منه، تتمثل أبرز المراجع في الكتب الورقية والإلكترونية والمعاجم، والقواميس، والمقالات بلغات مختلفة كالعربية والفرنسية والإنجليزية والألمانية. إلى جانب ذلك خبرة الباحث المهنية ودراسته الاستطلاعية مكنته من استقراء الظاهرة محل الدراسة.

(ب) - الإطار المنهجي: إن منهجية هذه الأطروحة انطلقت لحظة اختيار الموضوع وإشكاليته فكافة الخطوات المنهجية أخضعت للقياس والاختبار بالاستشارة مع المشرف وفقا لمقتضيات مجتمع البحث. وكانت فترة الضبط المنهجي لموضوعنا منذ 17 جانفي 2017 وانتهت أثناء صياغتنا لنتائج الدراسة وإطارها التطبيقي 30 سبتمبر 2019.

(ج) - الإطار التطبيقي: ينقسم هذا الإطار إلى شقين الأول ارتبط بمرحلة جمع البيانات من الميدان وتطبيق كافة الإجراءات العملية لإنجاز هذا البحث في الفترة الممتدة بين 15 جانفي 2018 إلى 03 جانفي 2019، إذ انطلق إنجاز هذا الإطار بدء من عملية التفكير في مجتمع البحث وعينته، وينقسم زمانيا إلى قسمين منفصل فيهما في الأسطر القليلة الآتية، كما أنه يتقاطع مع عنصر مهم وهو المجال المكاني: وعليه كانت الإجراءات التطبيقية كالآتي:

- الدراسة الاستطلاعية: كانت في الفترة الممتدة ما بين 15 جانفي 2018 إلى 10 فيفري 2018، وكان لهذه الدراسة هدف محقق وهو تكوين صورة شاملة عن تنظيم المؤسسات محل الدراسة والاحتكاك بميدان البحث وعينته، وكانت أبرز الأهداف المحققة كما يلي:

- التقدم بطلب تسهيلات دخول المؤسسات (التلفزيون العمومي الجزائري وتلفزيون الشروق) والحصول على إذن بتفحصها.

- اختبار إمكانية قياس أسئلة بحثنا وإجراءات الدراسة الميدانية.

- اختبار مدى ملائمة الميدان مع إشكالية وأسئلة بحثنا.

- التأكد من حداثة موضوعنا بالبحث في أرشيف المؤسسة وطرح أسئلة على العمال.

- معاينة موقع المؤسسات وميدان الدراسة.

- معاينة فضاء المؤسسات من الداخل ومن الخارج لأن موضوع المورفولوجيا يقتضي ذلك.

- جمع معلومات ترتبط بتاريخ وهيكلية المؤسسات بالحصول على وثائق إدارية.

- الميدان: أما الشق الثاني فيتعلق بالنزول العملي للميدان بعد تحضير أدوات البحث (الاستمارة والمقابلة)

التي قمنا بالعمل عليها طوال الفترة الممتدة ما بين شهر ماي 2018 إلى غاية سبتمبر 2018 من خلال

التواصل الدائم بعمال المؤسسات التلفزيونية واستشارة المشرف. أما عمليا، الإجراءات التطبيقية انطلق من

20 سبتمبر 2018 إلى غاية 03 جانفي 2019 قسمناه زمانيا إلى فصلين من 21 سبتمبر 2018 إلى 15

نوفمبر 2018 كانت حصة التلفزيون العمومي من الدراسة، والفصل الثاني خصص لقناة الشروق نيوز

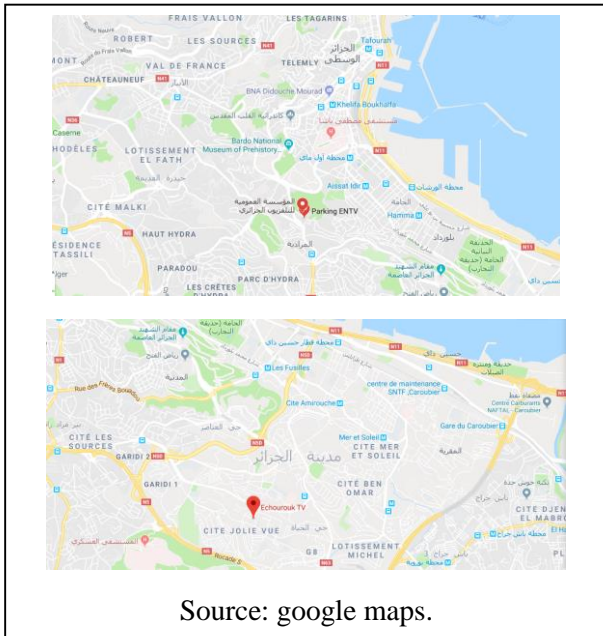
ما بين 01 ديسمبر 2018 إلى 03 جانفي 2019. أين قمنا بتوزيع الاستمارات على المبحوثين، وأخذ

مواعيد مع العينة التي استهدفناها (كرؤساء الأقسام والمصالح) في المقابلة. كما تحصلنا على بعض الوثائق والمعلومات الجديدة التي قامت المؤسسات بتغييرها أو تسعى لتحقيقها مستقبلا.

وفيما يخص الجزء الثاني فقد عكفنا على الانطلاق فيه مباشرة فور الانتهاء من جمع كافة البيانات وشعورنا بالتشبع المعلوماتي من الميدان، وقد انحصر في الفترة ما بين جانفي 2019 إلى سبتمبر 2019 أين أخذ البحث مساره الفعلي من تشفير، وتفرغ لأدوات البحث والمعطيات التي تحملها ومعالجتها من خلال تحويلها من مواد خام إلى معلومات سعيانا من خلالها للوصول لتحقيق أهداف هذا البحث عبر التفسير والتحليل، وفي الأخير صياغة نتائج الدراسة العامة ومناقشتها. كما شملت هذه المرحلة جانبا مهما وهو التركيز على العناصر التيبوغرافية للأطروحة المتعلقة بالإخراج الشكلي والتتبع اللغوي.

2.1.3 المجال المكاني:

انحصر المجال الجغرافي لهذه الأطروحة في بلد الجزائر بشمال إفريقيا وبالتحديد بعاصمة البلد "الوسط الجزائري" وهو بالضبط مكان تموقع مؤسسة التلفزيون الجزائري (ENTV) المتواجد (بجي 21 شارع الشهداء سيدي محمد 21 Boulevard Des Martyrs, Sidi M'Hamed Echourouk) بجي (المنظر الجميل Belle vue القبة العاصمة)، والصور الموائية توضح المجال المكاني لهذه الدراسة الذي كنا متواجدين فيه طوال أشهر الدراسة.



-مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

-مجمع الشروق.

3.1.3 المجال البشري:

شمل هذا المجال عمال المؤسسات (التلفزيون العمومي وتلفزيون الشروق) الذين أطلقت عليهم هذه الأطروحة اسم "صانعي الرسائل التليفزيونية"، فهم الأفراد الذين يشغلون مناصب مختلفة ومتعددة الموزعة على مصالح وأقسام مهيكلة للمؤسسة، ويقومون بأداء المهام المنوطة بهم ويديرون العملية

الاتصالية داخل التلفزيون. ويرتبط المجال البشري بمجتمع البحث المستهدف في المؤسستين الإعلاميتين:

✓ **الأولى:** المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري والتي تضم 3127 عاملا (انظر الملاحق). حيث اخترنا (كما سنفسر في العينة بعد قليل) مديرية الأخبار التي تضم 446 عاملا يتوزعون كالاتي:

جدول رقم 03 (أ): يوضح تقسيم عمال مديرية الأخبار حسب الفرع والجنس والعدد

الفرع	ذكر	أنثى	المجموع العام
الفرع الإداري واللوجستيكي	19	11	30
فرع الأرشيف والتوثيق	13	3	16
فرع المحاسبة والمالية	1	1	2
فرع تسير النقل المباشر للتلفزيون	1	0	1
فرع الأخبار	120	151	271
فرع الإعلام الآلي	1	0	1
فرع الإنتاج	11	15	26
الفرع الفني التقني	94	3	97
الفرع التقني	2	0	2
المجموع العام	262	184	446

المرجع: وثائق المؤسسة (انظر الملاحق)

الثانية: مؤسسة تلفزيون الشروق تضم 500 عامل، وحسب هدف دراستنا كما هو موضح في الفصل الأول فإنه وقع اختيارنا على القناة الإخبارية الشروق نيوز التي تعمل بثمانين 80 عامل. وفي العنصر الموالي سنتناول بالتفصيل كيفية اختيارنا للعينة ومنهج البحث.

2.3 منهج الدراسة:

كما أشرنا سابقاً أن هذا البحث يركز على الجوانب التطبيقية الامبريقية داخل المؤسسة الإعلامية وهذا هو التوجه المستقبلي للدراسات في حقل الإعلام. إذ بدأ البحث الامبريقي بقسم علم الاجتماع بجامعة شيكاغو منذ 1909 تحت إرشاد وتوجيه عالم الاجتماع "وليام إسحاق توماس William Isaac Thomas"، بالإضافة إلى "روبرت إزرا بارك Ezra Park" (الذي ولج الحياة الصحفية في سن مبكر) الأمر الذي مكنه من التماس المشاكل الاجتماعية الموجودة بالولايات المتحدة الأمريكية، والعمل على دراستها، وإيجاد حلول لها بالاعتماد على المسوح الشاملة، والتركيز على الإحصائيات والدراسات الميدانية

استنادا لأخصائيين مهنيين. حيث كانت أهم تقنيات البحث المستخدمة في تلك الأبحاث تتجسد في الملاحظة المباشرة وتحليل الوثائق الأساسية والمستندات الثانوية (مقالات صحفية، بيانات، تقارير، سجلات محاكم...) (جوبو، 2014، ص ص. 86-87).

على العموم، يستخدم كافة الباحثين مجموعة من الطرق والمناهج المختلفة لتحقيق أغراض معينة لكنهم يصبون لنفس الهدف الأساسي، وهو التعمق أكثر في المعارف حول العالم، وكشف الظواهر التي تحيط به. فمن بين المراحل التي يمر بها أي باحث علمي هي اختياره لوسائل وطرق تساعد على إنجاز بحثه وفق ما يتصوره، بإتباع السبيل العلمي الصحيح ومسعاها الأول والمقصود هنا هو منهجه. فالمنهج عبارة عن مجموعة الخطوات أو العمليات المنظمة يعتمدها الباحث من أجل بلوغ هدفه وتحقيق ما تطمح إليه دراسته لإعداد البحث إعدادا منهجيا سليما، ويرشده إلى الطريقة العلمية الصحيحة (أنجرس، 2004، ص.98).

أدى تعدد أنواع وأنماط البحوث في العلوم الإنسانية أدى إلى تنوع المناهج المستعملة في كل بحث بالنظر إلى كل منهج، وطريقة إجابته عن السؤال كيف؟ "الوصول إلى الأهداف". ففي مجال علوم الإعلام والاتصال شاع استخدام **المنهج الوصفي** انطلاقا من ملاحظة الظواهر الإعلامية (وصفها، تصنيفها وتبويبها). وهذه الدراسة التي بين أيدينا تسعى للوصول إلى هدف جوهري وهو التعرف على تركيبة المؤسسات التليفزيونية الجزائرية وطبيعة تشكيلتها الداخلية لذلك نرى تلاقحا لأسباب دراستنا مع الأسباب السالفة الذكر ليتضح لنا منذ بداية كتابتنا للإشكالية أنّ جوهرها تفسيري وصفي وعليه فإننا نستنتج أن **منهجنا وصفي**. فمن بين أنواع البحوث الوصفية نجد الدراسات التفسيرية التي تسعى إلى جمع بيانات من أفراد مجتمع البحث ومحاولة تحديد الحالة الراهنة للمجتمع في متغير معين أو مجموعة من المتغيرات وتفسير العلاقات الحاصلة بينها.

وعليه دراسة مورفولوجية المؤسسات الإعلامية تتطلب استعمال المنهج الوصفي لما لديه من إجراءات تسمح بمعرفة تشكيلة، والتركيبية الداخلية، ومن مجتمع البحث الكلي المتمثل في المؤسسات التليفزيونية الجزائرية اختار الباحث عينة ممثلة لإجراء البحث في الأوقات المسموحة. وعن عينة الدراسة فقد اعتمد على نوعين: العينة الطبقية والعينة العرضية من مجتمع بحث كبير، كما سنرى ذلك فيما بعد.

1.2.3 أسباب اختيار منهج الدراسة:

يتعين علينا أن نفهم أن الوصف منهج من مناهج البحث العريقة وليس مجرد تقنية من خلال تعلم التصنيف لأنظمة البحث الاجتماعية تجنبنا للمعارضة الكيفية والكمية.

إن استعمالنا للمنهج الوصفي يعود إلى طبيعة الدراسة، والهدف منها كما هو موضح في الإشكالية، والتمس الباحث بأن التحقيق عن طريق الوصف الموضوعي هو الأنسب للعرض كل مفاصل المؤسسة التليفزيونية ومعرفة أبرز المؤثرات الناجمة عنها وعن محيطها. فالوصف كمنهج يعتبر دراسة استطلاعية نقوم بها قصد الكشف عن مشاكل المؤسسات وتحليل، وتفسير الأوضاع الراهنة لأي نظام اجتماعي يتراوح مدها بين المستوى القومي، الإقليمي، المحلي أو يقتصر على وحدات منفردة كالمؤسسات (مدرسة، جامعة، إذاعة، شركة، مؤسسة...) (إبراهيم، 2000، ص.129).

وقد قمنا بإجراء دراسة استطلاعية أولية كما هو مبيّن في المجال الزمني للدراسة، فبما أنّ البحوث الاستطلاعية تهدف إلى استكشاف الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث دراستها والتعرف على أهم الإشكاليات والأهداف التي يمكن وضعها، وإخضاعها للبحث العلمي خاصة أنّ هذا النوع من البحوث الحاوية لموضوعات جديدة لم يتناولها باحث من قبل أو قد لا تتوفر عنها معلومات، أو بيانات والتي تكشف عن حلقات غامضة أو مفقودة في تسلسل التفكير الإنساني (نفس المرجع، ص. 38).

2.3.3 استخدامات الوصف في الأطروحة:

وتركز الاستعمال الواضح للمنهج في الوصف المركز لمتغيرات الدراسة، ويتجسد نوع الوصف الذي قمنا به في التفسير المعمق لأضلاع أطروحتنا، مستنبطين الطريقة من قبل عالم الاجتماع الألماني "هيوبرت كنوبلوتش عام 2005 Hubert Knoblauch" الذي قام في دراسته بالاعتماد على الوصف المركز للدلالة على نوع محدد من الوصف السيسولوجي (السيسولوجيا) الذي تتبناه الأبحاث التطبيقية. وتتضمن هذه التقنية زيارات ميدانية قصيرة الأجل نسبيا، لأن قصر مدتها الزمنية يتم تعويضه من خلال الاستخدام المكثف للتقنيات السمعية البصرية التي تسفر عن جمع البيانات والمعلومات وتحليلها. والوصف المركز قد لا يعني فقط بالجماعات والتنظيمات والمؤسسات أو وسائل الإعلام، ولكنه يعني بالمواقع والأماكن والأنشطة (أو الأداء) ذات الأهمية للمبجوثين أنفسهم. وهي تركز على المحدد والمخصوص، أي تفاصيل الأداء في حالة، ومكان معينين كما يحدث بشكل طبيعي في التفاعلات الاجتماعية اليومية. لذا فالوصف المركز يحل عادة أبنية، وأنماط التفاعل مثل تلك التي يتضمنها تناسق أنشطة العمل ووظائفها بغية الوصول إلى الهدف الرئيسي وهو اكتساب المعرفة الخلفية اللازمة لأداء الأنشطة المعنية وفهم الممارسات التي يتضمنها التعامل مع التقنية (جوبو، مرجع سابق، ص. 637).

3.3 مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن أصعب مرحلة في عملية البحث بأكملها هي النجاح في الحصول على إذن بدخول الميدان.

ناهيك عن أن الدراسة الميدانية تحتاج إلى تعاون بصفة كبيرة من قبل المبحوثين. وهذا المطلب قد يقلل بشكل جذري من عدد التنظيمات أو المؤسسات أو الجماعات التي نهدف لدراستها، غير أنه بمجرد النجاح في الحصول على ترخيص لدخول أحدها، فالباحث يخصص من وقته وطاقته القدر الهائل من أجل كسب ثقة مبحوثيه طوال فترة البحث وتعزيز ورعاية العلاقة التعاونية معهم.

1.3.3 خطوات اختيار عينة البحث: إن اختيارنا لعينة هذه الدراسة مر بمجموعة من المراحل نفضلها في الآتي:

أولاً: تحديد وحدات العينة: بما أن موضوع مورفولوجيا المؤسسات الإعلامية لم يتم تناوله من قبل حاولنا اختيار العينة بشكل دقيق، وذلك من خلال معاينة الأماكن والمواقع ومعاينة الأفراد وتحديد وحدات عينة دراستنا والتي قسمناها إلى وحدتين:

- **وحدة الأفراد كفريق عمل:** وتتمثل في صناع الرسائل التليفزيونية العاملين في كل من مديرية الأخبار "للتليفزيون العمومي" و"قناة الشروق نيوز" والذين يشكلون بنية العمل الإخباري ويتدخلون في صنع المحتوى السمعي البصري بصفة مباشرة، وهم مقسمون في الفئات التالية:

- الفئة الأولى: الصحفيون والمحرورون والمقدمون.

- الفئة الثانية: المهندسون والتقنيون والمخرجون والمصورون.

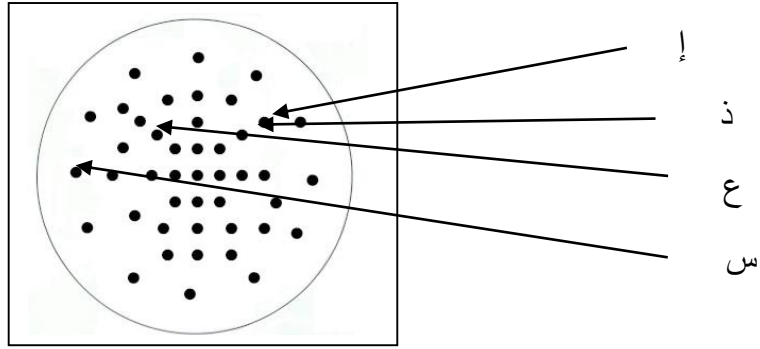
- الفئة الثالثة: الإداريون ورؤساء المصالح.

واستجبونا أعضاء المنظمة الموزعة على هاته الفئات لأنهم الأشخاص الوحيدين القادرين على إعطاء تفسير حول السياقات التنظيمية والواقع الذين يعيشونه لفهم ودراسة المؤسسة بعمق.

- **وحدة المكان:** ويتمثل في هندسة القنوات من الداخل والخارج. وكان اختيار هاته الوحدة بالنظر لعدم توفر دراسات من قبل حول الأماكن أو المواقع التي يتفاعل بداخلها الإعلاميون، من خلال التركيز على الجوانب التنظيمية والهندسية والفنية لقاعات التحرير والأستوديوهات والبلاتوهات أي الجمع بين الفضاءين الإداري والإنتاجي. فخلال بحثنا هذا تصرفنا بشكل مختلف وذلك عبر اختيار العينة على مستويين: الموقع (الحقل أو الفضاء) والأفراد.

ثانياً: تحديد مجتمع البحث: وهو الإطار الواسع لعينتنا فمجتمع بحثنا الأصلي يرتبط بمجال تخصص الباحث "الإعلام والاتصال" وبالتحديد الحقل السمعي البصري، ويتمثل مجتمع بحثنا المباشر الذي يظهر من خلال عنوان الأطروحة في المؤسسات التليفزيونية الجزائرية العمومية والخاصة.

شكل رقم 06 يوضح مجتمع بحث الدراسة وعينتها المختارة



Source : ANGERS, Maurice. (2015). Initiation pratique à la méthodologie des sciences Humaines. Alger: Casbah Editions, p.265

إ: محيط الإعلام: مجال تخصص الباحث.

ذ: المؤسسات التلفزيونية الجزائرية: مجتمع البحث (ميدان ومكان الدراسة).

ع: مجمع الشروق للنشر والإعلام.

س: المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

ثالثا: حجم العينة: لقد حاولنا مراعاة جانبيين لاختيار حجم عينتنا:

-الجوانب الفنية: وحاولنا بعد حصر عينتنا في مديرية الأخبار (القناة الأرضية الجزائرية) وقناة "الشروق نيوز" منح درجة كبيرة من التجانس بين وحدات مجتمع البحث، وتركيز الثقة بين أجوبة المبحوثين لكن الاختلاف التاريخي، والشكلي بين القناتين سجل لدينا تباينا كبيرا لذلك كان من الواجب علينا فتح حجم العينة وذلك للتقليل من خطأ التحيز.

-العناصر غير الفنية: وهي عبارة عن اعتبارات مادية نابعة كلها من عوامل الوقت المحدد لإنجاز الأطروحة، والحيز الجغرافي لجمع البيانات والميزانية المخصصة لإخراج هذا البحث، لذلك اضطررنا التغاضي عن نسب الوقوع في الروتينات المنهجية المرتبطة بالأخطاء اختيار العينة.

رابعا: اختيار نوع العينة:

إن دراسة التنظيمات الإعلامية لا يمكن أن تكون بشكل عشوائي، فمن خلال دراسة الباحث الاستطلاعية، والتربصات التي قام بها استقرأ موضوع هذه الدراسة واختار على أساسها كلاً من "التلفزيون العمومي" وتلفزيون الشروق" باستخدام عینتين: العينة الاحتمالية تمثلت في **العينة الطبقية** عند التعامل التلفزيون العمومي استخدمنا العينة الطبقية بيد أنها تحتوي على المنطق وتبعدنا عن التحيز وتفيد بمعلومات مختلفة حول الحالة المدروسة، و**العينة العرضية** عن التعامل مع تلفزيون الشروق لعدم توفر أية معلومات إحصائية عن المؤسسة. وقد راع الباحث عند اختياره للعینتين مجموعة من الاعتبارات

- المؤسساتية وهي النطاق الجغرافي، ملكيتها، وطريقة بثها، والاعتبارات العلمية التالية:
- وقت محدود وغير كاف للاختيار الهادئ للموقع، في ظل نقص الموارد والتمويل والتسهيلات.
- اخترنا القناة الأرضية وقناة الشروق النيوز لأن استخدامهما متاح وأنسب لمفاهيم وتصورات الموضوع.
- مؤسستان تتسم كل واحدة منها بحالة التدفق السريع للأخبار.
- مؤسستان تمتلكان خصائص متناقضة ومتشابهة.

وقد قمنا باختيار القناتين الأكثر ارتباطا بالجمهور بالإضافة إلى استنتاجنا بعد دراستنا الاستطلاعية بأن من بين القنوات الجزائرية التي تحتوي على تنظيم قابل للدراسة هو التلفزيون العمومي لما له من تاريخ متين في الممارسة المهنية، فلا يمكن إنكار أن القناة العمومية من بين المؤسسات التي عرفها العالم العربي ذات طابع مؤسساتي واضح يحوز على قاعدة بشرية ضخمة، لذلك لاحظنا بعد استطلاعنا لهذا الكيان (التلفزيون العمومي) أن إشكالية دراستنا تتبع عمق المشاكل التي يواجهها الإعلام حاليا (2019)، إلى جانب أبرز أهم القنوات الخاصة "تلفزيون الشروق" الذي وقع اختيارنا عليه لأسباب متعددة أبرزها التقنيات التي تبناها مؤخرا وإعادة هيكلة مورفولوجيته بتغيير موقعه وبنيته الخارجية.

فلما عدنا إلى الميدان لتجديد الزيارة للتلفزيونات وبعد الدراسة الاستطلاعية لم يعد المحيط الميداني غريبا، بل نشأت لدى الباحث علاقة وطيدة جدا بعينة بحثه، الأمر الذي شدّه لمواقع المؤسساتين وأجهد فكره في طرح أسئلة حول التغير التاريخي لموقع العمل والعمليات المهنية والسياقات المؤسساتية. حيث قمنا بإعادة التحليل الوصفي الذي يتضمن استجاب أو استنطاق وصف فعلي يخدم دراستنا دون أي ميدان عمل آخر وهذا ما قد نطلق عليه بالتحديث الوصفي بعد معاينة، واستطلاع مفردات ووحدات البحث الذي مكن الباحث من السيطرة على ظاهرة الدراسة مع تقليل تنوع الحالات لضمان استمرارية النتائج والمحافظة على منحنى سريان إشكالية الأطروحة.

خامسا: وحدات العينة:

(1)- الوحدة البشرية: استهدف التلفزيون (المصالح والمديريات والعمال) المتخصص في صناعة الأخبار والنشرات الإخبارية، ففي المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري اخترنا مديرية الأخبار التي تقوم بإنتاج الأنباء لتلفزيوناتها الخمسة (الأرضية، الجزائرية الثالثة، كنال ألبيري، الأمازيغية، قناة القرآن الكريم). أما "مجمع الشروق" فقد اخترنا منه "قناة الشروق نيوز" كونها متخصصة في صناعة الأخبار بين نشرات وبرامج إخبارية.

(2)- الوحدة البنوية المورفولوجية: تجسدت في تحليل بنية المؤسسة في اتجاهين: "الفضاء الخارجي الذي

يشمل الوجهة الخارجية للمؤسسة كبنائية تحمل صورة وتبعث رسائل لشعبها، والفضاء الداخلي الذي يشمل الحيز الإداري والإنتاجي".

أ)- عينة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري:

تنوعت أسباب اختيار هذه العينة، منها أكاديمية تتصل بطبيعة الدراسة وأهدافها وأخرى مهنية عملية ترتبط بكبر حجم المؤسسة وضخامتها، لذلك اخترنا من مديرية الأخبار عينة من الأفراد العاملين بها والذين يسهرون على حسن إنتاجها طيلة اليوم على مدار الأسبوع. وبما أن للتلفزيون الجزائري أربعة 4 محطات أو نشرات إخبارية رسمية رئيسية، بالإضافة إلى حصص إخبارية مفصلة: نشرة يومية تأخذ شكل المجلة الإخبارية المتمثلة في "أخبار الظهيرة". فقد عملنا على تقسيم المديرية إلى طبقات (انظر الجدول أدناه) وقمنا باستخراج مفردات من الطبقات التي تجيبنا عن أسئلة إشكاليتنا والتي استهدفنا دراستنا وكانت كالآتي:

جدول رقم 03 (ب): يوضح توزيع طبقات العينة حسب الوظائف

المجموع العام	الطبقات
1	فرع تسير النقل المباشر للتلفزيون
271	فرع الأخبار
26	فرع الإنتاج
97	الفرع الفني التقني
2	الفرع التقني
397	المجموع العام

المرجع: وثائق المؤسسة (انظر الملاحق)

ونلاحظ من خلال الجدول بالأعلى عدم تجانس فروع المديرية من حيث توظيف العمال وتباعد كبير في حجم وعدد الأشخاص القائمين على الفرع. إذ نرى تواجد مفردة واحدة فقط تشغل الطبقة الواحدة مقابل عدد كبير في الفروع الأخرى، ولعل هذا الشيء يبرز لنا الخلل التنظيمي الذي تعيشه المؤسسة والتركيز على وظائف التحرير والأخبار أكثر من الوظائف التقنية والفنية. وفي الموالي سنفصل أكثر في اختيار الطبقات.

-أسباب اختيار الطبقات:

-طبقة تسير نقل البث الهوائي المباشر للتلفزيون ولها إمكانية على تمرير الصور التي تأتي من الاستوديوهات والمراكز الإخبارية (قطعها، مسحها أو تعويضها) فعلاقته بالمادة والشاشة مباشرة.

-طبقة الأخبار وهي الطبقة الأكثر قدرة على الإجابة عن أسئلتنا بما أنه يضم الجسم الصحفي بأكمله بالإضافة إلى كافة الوظائف التي تصنع وتنتج المحتوى (من بينها الرسالة الإخبارية) والتي تسهر على إخرجه من الناحية التحريرية والإعلامية فهم من يبحثون عن المعلومات ويعالجونها من المصدر إلى غاية تلقيها من قبل الجمهور .

-طبقة الإنتاج: وهي التي تكمل عمل الطبقة التي تسبقها، فهي تسهر على إخراج المحتوى من الناحية الفنية الإبداعية، والجمالية. وبما أن فرع الإنتاج يقوم بمعالجة الصورة (المخرج والقائم بالمونتاج)، والتعامل معها باستخدام مؤثرات معينة بالإضافة إلى تصوير التقارير المكتملة للخبر (التصوير والتسجيل الصوتي). وبالتالي فإننا نلاحظ مباشرة التعامل مع الرسالة من قبل هذا الفرع الذي يكون على علاقة وطيدة بالفرع التقني الذي نلاحظه كطبقة من العينة يسهر على حسن تسيير المادة الإعلامية كما تأتي من الفروع الأخرى وبأن لا يشوبها أي تشويش فتتقص من قيمتها.

-الطبقة الفنية التقنية: يضم الفرع الفني قسم السينوغرافيا: مصلحة الديكور، مصلحة الماكياج، مصلحة الآلات (حاملو الأجهزة والإكسسوارات والكاميرات). القسم التقني: مصلحة الأنفوغرافيا (تخطيطات المعلومات الرسومية). وأدركنا أنها في غاية الأهمية فهي تضمن القالب البصري الذي تظهر فيه النشرات والحصص الإخبارية بالتلفزيون، فالقائمين على العمل فيها يتحكمون بالديكور وصنع البلاتوهات وتصميمها والإضاءة وبما أن هذه العناصر جزء من عملية إخراج المحتوى الإعلامي، فعلى سبيل المثال وليس الحصر قد يبعث لون الديكور معلومة للجمهور لحظة إلقاء خبر معين، أو إضاءة البلاتو باللون الأحمر لحظة طرح خبر معين يكون لشد انتباه الجمهور، ودلالة على خطورة الموضوع.

-نوع وحجم العينة:

بات من الواضح أن عينتنا هي الطبقة من مجموع كلي للطبقات المقدر بـ 397 مفردة وبالنظر إلى كبر حجم مجتمع البحث فإننا قررنا بالتشاور مع المشرف ووفقا للإحصائيات الرياضية والعدد المسجل بالمؤسسة تم أخذ نسبة اثني وثلاثين بالمئة 32% من العدد الكلي للمفردات. كما اخترنا نسبة معينة (نتعرض إلى معاييرها فيما بعد) من كل طبقة حددنا مفرداتها باستخدام العينة العشوائية البسيطة في كل طبقة. ويعتمد حجم العينة على أخذ نسب مختلفة بالنظر إلى اختلاف وعدم تجانس عدد المفردات في كل طبقة جزئية. لذلك اختارنا كان على أساس تحقيق تناسب حجم كل عينة مع حجم الطبقة الجزئية.

جدول رقم 04: يوضح نسب وعدد العينة داخل كل طبقة بمديرية الأخبار في التلفزيون العمومي الجزائري

عدد المفردات	النسبة	عدد العينة
01	%100	01
271	%30	81
26	%50	13
97	%40	29
2	%100	02

المرجع: إنجاز الباحث.

لعلنا نتساءل عن عدم تجانس النسب التي أخذناها من كل طبقة، فذلك يرجع إلى عدم تناسب فروع المؤسسة في حد ذاتها، فإذا كان شخص واحد فقط يشغل مصلحة واحدة فإنه من المنطقي كان علينا استجوابه إذ لا يجد غيره يستطيع الإجابة عن أسئلتنا. في حين سجلنا طبقات فاق عدد عمالها المتنتين 200 مفردة لذلك كان علينا أخذ نسبة معتبرة منها كون الوقت لا يسمح بإجراء مسح شامل على كل الطبقات.

-تقنية الاختيار: كلما كبر عدد مفردات البحث داخل كل طبقة كلما نقصت نسبة العينة المأخوذة، وكلما نقص عدد المفردات بالطبقة الواحدة كلما ارتفعت نسبة السحب.

-حساب عدد العينات: المعادلة:

إذا افترضنا أن $X =$ هو العدد الكلي للمفردات،

وإذا كان $P =$ هو عدد المفردات داخل الطبقة و pr هي النسبة التي ستؤخذ من العدد الكلي،

فإن \bar{X} ستكون عينة كل طبقة،

وإذا عملنا بتقنية التدوير فمعادلتنا هي تكون كالآتي:

$$\bar{X} = \frac{P \times pr}{100}$$

وعليه فإن مجموع عينة دراستنا قدر بـ 126 مفردة وقد قمنا بتحضير 126 نموذج استبائي، وتوزيعه عشوائيا على الطبقات المستهدفة، وفي النهاية حصلنا على مئة وعشرين 120 استمارة إذ أن مفردتين لم تكملا الإجابة عن كل أسئلة الاستمارة وباقي المفردات سحبوا الاستمارة ولم يعيدوها للباحث. وبعد قيامنا بالقرأة الأولية لكافة إجابات الاستبيانات، قمنا بإلغاء ست 6 استمارات وذلك لعدم استكمال المبحوثين الإجابة عن كافة الأسئلة. ليقف العدد على مئة وأربعة 104 استمارة قابلة للتليل والتفسير.

(ب)- عينة مجمع الشروق:

بما أننا حصرنا مجال بحثنا في الأشخاص القائمين على النشرات والمواعيد الإخبارية وليس كافة البرامج الأخرى، فإننا اتجهنا نحو "قناة الشروق نيوز". بالنظر إلى حداثة المؤسسة لم نتحصل على أية وثيقة إدارية تمكننا للعمل بطريقة ممنهجة وحساب عدد العينات، فالمؤسسة لا زالت في مرحلة التحضير التنظيمي والبناء، إذ أنها لم تنتبه منذ البداية لتنظيم العمل الإداري، والتعامل مع وضعها كهيئة رسمية قبل الوقوع في الخلط المهني (وهو سبب إشكاليتنا). وبعد ما قمنا بالمشاركة مع المشرف، التجأنا لحل المنطقي وهو الاعتماد على نوع العينة الأنسب لهذه الحالة وهو استعمال العينة العرضية، وقد حضرنا نفس عدد الاستبيانات الموزعة في القناة الأرضية إنصافاً. إذ نجحنا في توزيع ثمانين 80 استمارة على مدى أسبوع كامل. الأمر الذي جعلنا نستنتج أن عمال "الشروق نيوز" يتراوح عددهم بين ثمانين 80 ومئة 100 عامل. وقد استرجعنا في الأسبوع الموالي ستين 60 استمارة، وبقيت عشرون 20 أخرى بحوزة الباحثين بسبب تنقلهم والتزامهم بمواعيد وتغطيات خارج المؤسسة بالرغم من إصرارنا على استرجاعها إلا أن العينة لم تستطع ردها. أما البعض الآخر خاصة الإناث فقد أخذوا استراحة العطلة حيث لم نقدر الحصول عليهم أو حتى الاتصال بهن. وبعد تفحصنا لجميع الاستبيانات المجمعة من قناة "الشروق نيوز" قمنا بإلغاء أربعة 4 منها، التمسنا أنها غير مفيدة منهجياً، كون بعض الباحثين لم يجيبوا على نصف أسئلة الاستمارة فتجنبا الوقوع في أي خلل إحصائي. لتقف عينة "الشروق نيوز" عند العدد ست وخمسين 56 ذكورا وإناثاً.

4.3 أدوات جمع البيانات:

إن هذا العنصر من بين المفاتيح المنهجية التي لا يمكن أي بحث علمي الاستغناء عنها، لأنها تشكل الأدوات التي تحرك جسم الأطروحة بأكملها. ولا يمكننا أن نشبهها بالأدوات الطبية أو التعليمية أو الصناعية لأن خصوصيتها تختلف عنها وأهميتها تسبق أي اكتشاف كان، لأن أدوات جمع البيانات هي التي تساعد على تطوير البحوث السابقة الذكر. لذلك تقتضي مرحلة جمع البيانات في مختلف العلوم توفر أدوات علمية لتحقيق حل لكافة الإشكاليات، والظواهر التي تحدث في المجتمع. وأثناء بحثنا قمنا باستخدام مجموعة من الأدوات التي ساهمت كثيراً في دفع هذه الأطروحة وتقدمها. وسوف نقوم بعرض كافة الأدوات المباشرة (التطبيقي) وغير المباشرة (النظري) التي قمنا باستخدامها كما يلي:

1.4.3 التوثيق:

لقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على تقنية مهمة اكتشفنا خلال اطلاعنا على البحوث والأدبيات

الأكاديمية، بأنها مغيبة عن الدراسات العلمية بالرغم من أنها العمود الفقري لأي بحث: ألا وهي أداة التوثيق. الذي ظهر في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر عندما أحس علماء الطبيعة بعجز المكتبات التقليدية عن تأدية خدماتها بصورة كاملة، ورغبة منهم في خدمة زملائهم بدأوا في يفكرون في تجميع الإنتاج الفكري المنشور في ببيولوجرافية عالمية، والرأي الأرجح أن أول من وضع خطط إصدار تلك الببيليوغرافيا هما العالمان "أوتليت" و"لافونتين" وقد أطلقا على نشاطهما اسم التوثيق (عبد الستار، 2000، ص.10). وقد عرفه "جيمس ماك" و"روبرت تايلور" بأنه مجموعة العمليات اللازمة لتجميع، وتنظيم، وتوصيل المعرفة المتخصصة وذلك لغرض توفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات التي تشتمل عليها. ويرى "برادفور" التوثيق بأنه عملية جمع، وتصنيف جميع سجلات المعرفة، والمعلومات الحديثة، وتيسير استعمالها لمن يحتاجها من باحثين ومخترعين (نفس المرجع، ص. 11).

وقد اعتمدت هذه الدراسة على التوثيق بنسبة كبيرة أثناء جلب المعلومات، ووضعها في الإطار المفهمي والنظري، أو خلال تدعيم الباحث للإطار المنهجي والتطبيقي عند عرض، وتفسير النتائج. وعموما نلتمس التوثيق في الكتب، والمجلات، والمقالات، والمعاجم، والقواميس، وكل الوثائق الرسمية التي اعتمدها الباحث أثناء هذه الدراسة من المعاجم، والتراجم، والموسوعات، والمصادر الجغرافية (الأطالس)، والكتب، والأدلة السنوية، والمطبوعات الرسمية، والبحوث، والرسائل العلمية، والكشافات، والمستخلصات، والببيليوغرافيات.

2.4.3 الملاحظة:

تقول "مادلين غرافيتس Madeleine Gradwitz" أنه لا وجود للعلم، بدون طبيعة نلاحظها بأعيننا ونعيشها بأنفسنا (GRAWITZ, 2001, p. 10)، فالملاحظة هي أداة تصاحب الباحث طوال مدة دراسته من دون أن يشعر خاصة إذا كان البحث تحليليا أو ميدانيا. ففي هذه الدراسة التي بين أيدينا استخدم الباحث الملاحظة بدء من الدراسة الاستطلاعية إذ لاحظ بنية التليفزيون وشكله الداخلي والخارجي والتركيبية الداخلية من أقسام، ومصالح، وطريقة هيكله العمال. كما استعمل الباحث الملاحظة أثناء توزيعه للاستثمارات ساعدته على تقييم القائمين بالاتصال أثناء تفاعلهم داخل أقسام التحرير وردود أفعالهم عند إجاباتهم خاصة إذا صادفتهم الأسئلة الحساسة فيرفضون الإجابة عنها لذلك نستنتج الإجابات من ملاحظة إيماءاتهم واتصالهم غير اللفظي.

وكانت لهذه الأداة الفضل في إدراك المحيط الإداري، والإنتاجي الخاص بكل مؤسسة، وأخذت الملاحظة شكل التحقيق في مدى تطابق التوثيق الخاص بالمؤسسة (كالهيكال التنظيمي) وتواجهه على

أرض الواقع. لم نقم بإعداد شبكة ملاحظة لأن تعاملنا كان مع أشياء مادية ثابتة (ملاحظة هيكلية المؤسسة وتركيبية المؤسسة التنظيمية) أكثر من الأشخاص، بالتالي فإنها تأخذ شكل الملاحظة المباشرة المعمقة في تمحيص وإدراك الأشياء المادية.

3.4.3 الاستبيان:

كان الاستبيان هو الأداة الأكثر اعتمادا في هذه الدراسة حيث ساعد الباحث في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المبحوثين في الوقت المتاح. إذ قام بتحضير الاستمارة شكلا ومضمونا عبر عدة مراحل: -المرحلة الأولى: تضمنت الاطلاع على الأدبيات المنهجية وطرق القياس المعتمدة في الدراسات الميدانية.

-المرحلة الثانية: تضمنت تحديد المتغيرات المراد قياسها والتحقق منها أثناء الدراسة الاستطلاعية. -المرحلة الثالثة: وضع المعالم الأولية لمحتوى الاستمارة من خلال تحويل أهم أسئلة الإشكالية الفرعية إلى محاور، وقد قمنا بوضع ثلاث 3 محاور تتفرع إلى مجموعة من الأسئلة.

-المرحلة الرابعة: تنقيح، وضبط الاستمارة مع المشرف، والتشاور حول أبرز الأسئلة التي تجيبنا عن الإشكالية.

-المرحلة الخامسة: توزيع الاستمارة على أربعة 4 عمال في "التلفزيون الجزائري" وأربعة 4 عمال "بتلفزيون الشروق" منهم عاملين اثنين في التحرير وعاملين اثنين في الأستوديوهات، وكانت هذه المرحلة جد مهمة، جعلتنا نضيف ونلغي بعض الأسئلة والمصطلحات (تبسيطها) لكي يفهمها المبحوث بسهولة ويستطيع الإجابة عنها بأريحية.

-المرحلة السادسة: أنهى تصميم الاستمارة شكلا ومضمونا مع المشرف وقمنا بطبعها والنزول إلى الميدان لتوزيعها. وقد تضمنت مجموعة من الأسئلة المغلقة موزعة على ثلاث 3 محاور وفق ما تقرضه إشكالية البحث، وكل محور يعمل تحت أبعاد ومؤشرات نابعة من متغيرات الرئيسية للبحث، بينما كانت الأسئلة المفتوحة أقل استخداما ولم يحدث هذا بمحض الصدفة ولكن تعمدنا استخدام هذه التقنية لأن طبيعة بحثنا تختلف عن البحوث الأخرى بالنظر إلى ميدان الدراسة ومدى تعقد مجتمعها وهذا يعود إلى سرعة العمل التلفزيوني. فالعمال وبالأخص صناع الأخبار لا يملكون الكثير من الوقت للتعبير، والإجابة عن كل الأسئلة المفتوحة. لذلك قمنا بتشكيل الاستمارة في قوالب مغلقة، ومحددة وكان هذا الأمر جد صعبا على الباحث الوصول إليه لأنه يحتاج إلى دراية كبيرة بحقل الإعلام، والاطلاع على أبرز المتغيرات التي تحيط به، لكن تمكنا من صياغة محتوى الاستمارة بنجاح دون الخروج عن حيز الإشكالية

وأسئلتها.

وقد تمكن الباحث بصعوبة من تشجيع صناع الرسائل التلفزيونية على الإجابة عن أسئلة الاستبيان ضمن المحاور الثلاثة العامة، من أجل الوصول إلى إجابات موضوعية ولو نسبياً، وتوصل بنا الأمر أحياناً إلى المضيّ ساعات طويلة ننتظر إنهاء التصوير والبث في الليل أو النهار، بالإضافة إلى الالتحاق بالمؤسسة لمقابلة الفريق المكلف ببث نشرة السابعة صباحاً ولم نتمكن ليلاً بمقابلة الفريق الثاني إلاّ بعد الفراغ من بث أخبار الثامنة مساءً، أي أثناء فترة التحضير لنشرة الثانية عشرة 00:00.

جمع الباحث مائة وستين 160 استمارة من "القناة الأرضية" و"قناة الشروق نيوز" حصل من خلالها على البيانات، والمعطيات المرغوبة فيها ما كان ليصل إليها في الوقت المحدد لو استخدم وسيلة أخرى، فمثلاً توقف التلفزيون العمومي الجزائري عن إعطاء أوامر بالدخول لأي غريب بعد أحداث 22 فيفري 2019.

وساعدنا الاستبيان في الحصول على معلومات حول التركيبة البشرية للمؤسستين وخصائصهم المهنية والشخصية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى تكوين قاعدة بيانات عن المؤسسة وكل الضغوطات المحيطة بها وأبرز التأثيرات الناجمة عن محيطها في صناع الرسائل وانعكاساتها على المحتوى.

4.4.3 المقابلة:

تعدّ المقابلة من بين التقنيات الاتصالية البحثية التي قمنا باستخدامها من أجل الحصول على معلومات معمقة حول طرق العمل بالتلفزيون من عينة البحث. وبالرغم من اعتمادنا الأكثر الذي مال إلى الاستبيان، إلا أن الباحث لم يستطع الاستغناء عن المقابلة أثناء التعامل مع عينة الخبراء. وتتطوي هذه الأخيرة على تجميع عينة من الأشخاص ذوي تجربة معروفة أو مثبتة وذوي خبرة (دليو، 2015، ص.134) في مجال الإعلام، وانحصر خبراء المقابلة في رؤساء التحرير والمصالح والمسؤولين وأصحاب القرار بالمؤسسة التلفزيونية.

ولقد اعتمدنا على مقابلة بسيطة تضمنت أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة، محاولين إعطاء المبحوث حرية أكثر في التعبير أثناء الإجابة بغية الحصول على معلومات كثيرة. وكانت المقابلة في بعض الأحيان معمقة حاول المبحوث التحكم فيما يدلي به، وبالأخص عندما يغوص في الحديث عن هيكل المؤسسة، وسياساتها وتقنيات التوظيف فيها، إذ وضع الباحث استراتيجية الفلتره والقطع كلما خرج المبحوث عن موضوع السؤال.

وكانت المقابلة أفضل وسيلة للحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة، وهنا قصدنا مباشرة أسماء الأشخاص المتواجدين في جدول دليل المقابلة (انظر الملاحق) كما أردنا اللجوء إلى تقنية "دلفاي" (مقابلة مع عينة الخبراء) لكن نتائج الاستبيان كانت كفيلة بتغطية معالم البحث والحصول على البيانات الكافية من عينة البحث. وقد كان هذا نتيجة قرارات منهجية أثناء إجرائنا لهذا البحث بمعونة المشرف.

حاولنا الربط بين مفاهيم، وتصورات مختلفة، وملاحظة، ومراقبة الفاعلين الاجتماعيين والتفاعل معهم واختيار استراتيجيات جمع المعلومات. واتخاذ قرار فيما يخص النواحي التي ينبغي استكشافها والنواحي الأخرى التي ينبغي تجاهلها.

تمكنا من خلال المقابلة من التعرف على خصائص متعلقة بموضوع البحث والمؤشرات الاختبارية لتلك الخصائص، بالإضافة إلى التعريفات الإجرائية التي يتم من خلالها جمع المعلومات وتسجيلها. كما استعملنا في هذا البحث من خلال توظيفها في جمع بيانات حول التلفزيون، هيكلته، طريقة عمله ومختلف جوانب اتخاذ القرار، ونطاق المسؤولية والإشراف بالمؤسسة الإعلامية. تضمنت المقابلة ثمانية عشر سؤالاً طرحها الباحث على مبحثين عينة الخبراء الذين أبرزوا تعاونهم مع الباحث، استخلص من خلالها طرق ومحركات العمل ساعدته في إثراء الفصل التطبيقي بالتفسير والتحليل.

-تقنيات تصميم المقابلة:

- لقد هدفنا من خلال هذا البحث إلى إعداد دليل منهجي للمقابلة. علّه يكون بادرة أولية يطورها باحثون في المستقبل، وحاولنا تصميم الدليل وفقاً لمعايير تتوافق وحقل الإعلام لذلك اتبعنا الخطوات التالية:
- تقسيم العينة إلى فئات وفقاً للأقسام والمصالح.
 - تقيئة الأقسام والمصالح حسب الوظيفة.
 - تجزئة الوظيفة إلى مهام.
 - توزيع المهام حسب فضاءات العمل بالمؤسسة (الإنتاجي والإداري).
 - كتابة أسماء المبحثين المقصودين والذين كانوا كعينة خبراء فرعية.
 - تحضير الأسئلة وفقاً للوظيفة المشغولة والمهام التي يؤديها داخل الفضاء المتاح.
 - إعداد أسئلة مشتركة والتأكد من مدى توافق وتعارض وتناقض أجوبة كل مستجوب.
 - تحضير أجهزة سمعية بصرية لتسجيل المقابلة.
 - الحصول على ترخيص من المبحوث في التسجيل.

- ترميز كل مجوثر دون الكشف عن هويته أثناء المقابلة وأثناء تفريغها وفك رموزها.
- إعادة تدوين إجابات المبحوثين باستخدام برنامج تفريغ المقاطع الصوتية Transcription.
- الاستعانة بالإجابات الواضحة والصحيحة في تفسير الإطار التطبيقي.

5.5.3 التحليل المورفولوجي:

ففي أواخر الأربعينيات من القرن العشرين، اقترح "فريتز زويكي Fritz Zwicky"، أستاذ الفيزياء الفلكية في معهد كاليفورنيا للتكنولوجيا (Caltech)، شكلا عاما من أشكال المورفولوجيا، والذي يعرف اليوم بالتحليل المورفولوجي العام (GMA) General Morphological Analysis (GMA) قائلا:

"تم لفت الانتباه إلى حقيقة أن مصطلح التشكل يستخدم منذ زمن طويل في العديد من مجالات العلوم لتعيين البحوث في العلاقات الهيكلية... لقد اقترحت تعميم وتنظيم مفهوم البحث المورفولوجي، وليس فقط دراسة أشكال الهياكل الهندسية والبيولوجية والبيولوجية والمادية عموما، ولكن أيضا لدراسة العلاقات الهيكلية الأكثر تجريدا بين الظواهر والمفاهيم، والأفكار، مهما كانت شخصيتها" (FRITZ , 1969, p. 34).

فمن خلال مقولته نستنتج أن التحليل المورفولوجي بدأ من علم الأحياء والتشريح والنبات وتوسع إلى علم اللغات (المفاهيم) والمنظمات (البنى والهياكل التنظيمية). وقد طور "زويكي Zwicky" التحليل المورفولوجي GMA كوسيلة للهيكلية والتحقيق لمجموعة كاملة من العلاقات الواردة في المجموعات المعقدة متعددة الأبعاد، غير القابلة للقياس الكمي.

وكان عام 1995، الحدث الأهم الذي أسفر عن تطوير التحليل المورفولوجي بدعم الكمبيوتر المتقدم للتحليل المورفولوجي GMA من قبل وكالة أبحاث الدفاع السويدية (FOI) في ستوكهولم. وقد أتاح ذلك إنشاء نماذج استدلال غير محددة كميًا، مما يوسع بشكل كبير من وظائف التحليل المورفولوجي GMA ومجالات التطبيق. ومنذ ذلك الحين، تم تنفيذ حوالي مائة 100 مشروع باستخدام التقييم العالمي للبيئة البحرية، لهيكلية قضايا السياسة والتخطيط المعقدة، وتطوير مختبرات السيناريو وتخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات، وتحليل الهياكل التنظيمية ومعرفة أصحاب المصلحة*.

ويبدأ أسلوب التحليل عن طريق تشخيص وتحديد أهم المتغيرات التي تجمع المشكلة المطلوب دراستها (حال دراستنا: العناصر التنظيمية والهندسية للمؤسسة الإعلامية)، وتعيين كل عنصر في

* يمكن الإطلاع على قائمة المشروعات عبر الرابط التالي: <http://www.swemorph.com/projects.html>

مجموعة من القيم أو الشروط ذات الصلة. يتم ذلك أساسا بلغة الإعلام الآلي، على الرغم من أنه يمكن استخدام الملصقات والمقاييس المجردة لتحديد مجموعة العناصر التي تحدد نطاق القيمة المنفصلة لكل معلمة Parameter (داخل برنامج التحليل بالكمبيوتر).

إن النقطة المهمة في هذا البرنامج هو قدرته على فحص جميع التكوينات في المجال الهيكلي، من أجل تحديد أي منها يستطيع أن يكون قابلا للتطبيق، عمليا، مثيرا للاهتمام، وما هو العكس. ويشغل

Nesting	Direction	Hierarchisation	OLD/NEW
Nested	Bottom Up	Hierarchal	New
Not Nested	Top Down	Non-hierarchal	Old

ظهور خاصية الهيكلية من تصنيف يبلي

- في تنسيق التحليل المورفولوجي

Source: Carma Software.

البرنامج من خلال تمييز مساحة الحل ذات الصلة في المجال البنيوي، تتكون مساحة الحقل مورفولوجي من مجموعة فرعية من الحلول والتكوينات المحتملة التي تقي ببعض المعايير والأهداف النفعية، والمعيار الأساسي هو الاتساق الداخلي. وتكون هذه التقنية لاستخدام تقييمات الاتساق المزدوجة، من أجل التخلص من التكوينات غير المتسقة داخليا في

التنظيم، والتي أصبحت ممكنة بفضل العلاقات التوافقية المتأصلة في النماذج المورفولوجية، أو في أي مساحة تكوين منفصلة. في حين أن عدد التكوينات في مثل هذا الفضاء يتطور بشكل واقعي مع كل معلمة جديدة، فإن عدد العلاقات الارتباطية بين شروط المعلمة يتسع فقط بما يتناسب مع سلسلة المتغيرات الثنائية. وعند تجميع هذه العلاقة الناتجة، تعمل وظيفة الحقل المورفولوجي التي تظهر كنموذج استدلالي، حيث يمكن اختيار أي معلمة (أو معلمات متعددة) كـ "مدخلات Input"، وأخرى "مخرجات Output". وبالتالي، مع دعم الكمبيوتر المخصص، يمكن تحويل الحقل إلى مختبر يتم من خلاله تعيين ظروف أولية مختلفة، ودراسة الحلول البديلة.

فالتحليل المورفولوجي العام (GMA) عبارة عن طريقة مدعومة بالحاسوب لهيكلية وتحليل المجموعة الكاملة للعلاقات الموجودة في المنظمات. فالـ GMA مفيد بشكل خاص للعمل مع ما يسمى بالمشاكل

	Nesting	Direct	Hierar
Direction	Bottom Up	Top Down	
Hierarchisation	Hierarchal	Non-hierarchal	
OLD/NEW	New	Old	

التأسيسية المعقدة وهو الشيء الذي يتقاطع مع النظرية المؤسسية التي تحدثنا عنها في الفصل الثاني من هذا البحث. وقد تم تطبيق التحليل في الكثير من المجالات خاصة في مجال تصميم الأشياء وأشكالها بالإضافة إلى التصاميم التنظيمية والمؤسسية والهندسية (ÁLVAREZ & RITCHEY , op.cit, p. 9).

ظهور تناسق الخصائص وتقاطعها لتكوين

- معالجة الهيكلية باستخدام برنامج مساعد في التحليل المورفولوجي:

"تمط الهيكلية" ناتج عن الجدول السابق

Source: Carma Software.

أصبحنا نعلم أن التحليل المورفولوجي العام (GMA) هو وسيلة لمعالجة

الهيكل والتحقيق في مجموعة كاملة من العلاقات الواردة في المجمعات والتنظيمات المعقدة، وعادة غير قابلة للقياس الكمي. كان "فريتز زويكي"، الرائد في معهد كاليفورنيا للتكنولوجيا في ثلاثينيات وأربعينيات القرن العشرين، لتشكيل هيكل هرمي اعتمد على مساحة بها معالم متعددة تم إنشاؤها في حقل مورفولوجي، مرتبطة عبر علاقات منطقية، مستبعدا العلاقات السببية. خلال السنوات العشر الماضية، تمت حوسبة تقنيات التحليل المورفولوجي GMA وتوسيع نطاقها من أجل هيكلية وتحليل مساحات السياسة المعقدة وتطوير سيناريوهات العقود المستقبلية وبدائل استراتيجية.

إن هيكلية وتحليل النظم الاجتماعية التقنية المعقدة يقدم عددا من المشكلات المنهجية الصعبة. أولاً، العديد من العوامل المعنية ليست قابلة للقياس الكمي، لأنها تحتوي على أبعاد اجتماعية وسياسية ومعرفية قوية. ثانياً، إن أوجه عدم اليقين الكامنة في مثل هذه المشكلات معقدة من حيث المبدأ غير قابلة للاختزال، وغالبا لا يمكن وصفها أو تحديدها بشكل كامل. ويشمل ذلك كلا من عدم اليقين المزعوم (الإجراءات الواعية، العاكسة بين الجهات الفاعلة المتنافسة) وعدم اليقين غير المحدد (على سبيل المثال، عدم اليقين بشأن أنواع الاكتشافات العلمية والتكنولوجية التي سيتم إجراؤها في المستقبل). وفيما يخص الهيكلية فإنه يعتمد التحليل المورفولوجي على الشبكات والتسلسلات الهرمية للعلاقات السببية أو شبه السببية، والتي يمكن تمثيلها في أشكال مختلفة من مخططات التأثير. بشكل عام، يمثل مخطط التأثير نموذجا نوعيا لنظام يصور التأثير على العلاقات بين عناصر أو جوانب مختلفة من النظام، ويوضح اتجاه هذه التأثيرات ويسمح (عادة، ولكن ليس دائما) بنشوء حلقات التعليق أو السببية الدائرية (حلقة الأسباب).

وبالرجوع إلى دراستنا والحديث عن التحليل المورفولوجي، فإننا حاولنا تطبيق ما قام به "بيلي" في تحديد اثني عشر عاملا (ثنائيا) أو معلما (مصطلح المعلم هنا ليس بمعناه الرياضي الرسمي، ولكن بمعناه أكثر بوجه عام، معنى علم النظم: أي أحد العوامل التي تحدد النظام وتحدد سلوكه) لتحديد المفاهيم المختلفة للتطور (RITCHEY , Problem structuring using computer-aided morphological analysis, 2006, p. 4).

تنتج 12 معلمة ثنائية $2^{12} = 4096$ أربعة آلاف وستة وتسعين سمة التي تمثل أطر عمل (رسمية) محتملة. (هذا لا يعني أن كل هذه الأطر الرسمية ممكنة منطقيا أو معرفيا) ومع ذلك، هناك اثنا عشر متغيرا (حتى لو جاءت في شكل ثنائيات فقط) تعالج هيكلية المؤسسة التي تحتاج إلى التعمق بها نوعيا أكثر مما يجب معالجتها في تصنيف عاد (من خلال الملاحظة). وقد قمنا في البحث الذي بين أيدينا

باستخدام التحليل المورفولوجي بمساعدة الكمبيوتر وبرنامج التحليل الذي سمح لنا بالعمل في شكل مريح مع احدى عشر 11 ثنائية. كما أن لديه بعض الفوائد الإضافية، تجسدت في استخراج بعض الخصائص والمميزات والتأثيرات، الذي سمح لنا صراحة بالتمييز بين:

1) الهيكلية الفعلية المحددة (أي المستخدمة حالياً) (2) الهيكلية "غير محددة بعد" المحتملة للنشوء، و(3) (منطقياً أو معرفياً) الهيكلية المستحيلة. وأخرجها لنا البرنامج في شكل ألوان. فمن خلال دعم الكمبيوتر، يمكن حذف معلومات جديدة أو دمجها أو إضافتها في أي وقت، دون الحاجة إلى إعادة تتبع التناسق الداخلي وإعادة تقييمه.

أما عن المقارنة الاسمورفيكية، فإن الخصائص الرياضية/ التوافقية للنماذج المورفولوجية ليست سوى جانب رسمي من هذا المحتوى للتعريف بالفضاء وخصائصه الشكلية. ومع ذلك، لا يسع القول إلا البحث عن مسألة ما إذا كان هناك أية علاقة ذات مغزى بين الخصائص الشكلية للنموذج المورفولوجي لكل من القناتين (الأرضية والشروق نيوز). في الواقع، إن الخصائص المورفومترية والطوبوغرافية مماثلة للمفهوم العام "لفضاء" الذي ناقشه في الأصل (بيرنارد ريمان 1953) ومؤخراً إلى المساحات المفاهيمية ("هندسة التمثيل المعرفي") التي درسها "غيردانفوس 2004 "Gärdenfors (RITCHEY , On the Formal "Properties of Morphological Models, 2012, p. 14).

-برنامج التحليل المورفولوجي المدعم بالكمبيوتر (MA/Carma™):

يعد MA/Carma™ البرنامج المدعم بالكمبيوتر للتحليل المورفولوجي وهو خليفة البرنامج MA/Casper، وهو نظام برمجيات عالمي رائد يدعم شكلاً موسعاً من التحليل المورفولوجي. يستخدم "MA/Carma" كمنصة تطوير لنماذج الاستدلال المورفولوجي (ماذا لو؟) ولإنشاء مختبرات سيناريوهات سمعية بصرية ومخابر استراتيجية. تم تطوير سلسلة برامج MA للمرة الأولى في عام 1995، وهي في نسختها الخامسة من البرمجة حالياً. يدعم "MA/Carma" عملية التحليل المورفولوجي MA (Morphological analysis) بأكملها كمنصة تطوير للنمذجة المورفولوجية في: دورات تحليل التوليف، تقييم الاتساق الداخلي، تطوير قاعدة البيانات العلنقية، السيناريو، الملاحظات والوثائق.

يتم تطبيق MA / Carma كبرنامج مكتوب بلغة ++C. تم تصميمه وفقاً لنماذج تطبيقات Windows XP / Vista / 7/8 العادية والمطبقة على نطاق واسع ويوفر واجهة سهلة الفهم للمستخدم.

-حساب عدد خصائص الهيكلية بالتلفزيونين التي جاءت كآلاتي:

دعنا نفترض أن:

1. Linearity	2. Static/dynamic	3. Evolutionary	4. Ordering	5. Complexity	6. Hierarchy	7. Transformation	8. Size	9. New/old	10. Direction	11. Aggregation	12. Nesting
Linear	Static	Non-evolutionary	Ordered	Simple	Two-level/hierarchical	Transformational	Large	New	Bottom-up	Aggregative	Nested (non-autonomous)
Nonlinear	Dynamic	Evolutionary	Non-ordered	Complex	Multi-level/hierarchical	New variable	Small	Old	Top-down	Disjunctive	Non-nested (autonomous)

خصائص هيكلية التليفزيون المستوحاة من نموذج

بايلي في الحقل المورفولوجي

Source: Carma software

1. Linearity	2. Static/dynamic	3. Evolutionary	4. Ordering	5. Complexity	6. Hierarchy	7. Transformation	8. Size	9. New/old	10. Direction	11. Aggregation	12. Nesting
Linear	Static	Non-evolutionary	Ordered	Simple	Two-level/hierarchical	Transformational	Large	New	Bottom-up	Aggregative	Nested (non-autonomous)
Nonlinear	Dynamic	Evolutionary	Non-ordered	Complex	Multi-level/hierarchical	New variable	Small	Old	Top-down	Disjunctive	Non-nested (autonomous)

خصائص هيكلية المؤسسة الإعلامية مصفوفة التناسق

المتبادل، مع 264 "تقييم" زوجي في 66 فدره معلمة

(2x2 بيضاء ومظللة)

Source: Carma Software.

$N = \text{عدد المعلمات في حقل مورفولوجي داخل في الحقل}$
 المرجعي فإن عدد معلمات دراستنا جاءت على هذا الشكل:
 وبالتالي فإن ظهور خصائص هيكلية المؤسسة التليفزيونية
 وعددها بالجزائر جاءت كالاتي:

كما أن P تدل على معلمة بحيث تكون المعلمات في المجال
 المورفولوجي هي:

$$P_1, P_2, P_3 \dots P_N$$

$v_x =$ هي عدد الشروط في نطاق قيمة المعلمة المعينة P_x ,

بحيث يتم تعريف الحقل المورفولوجي الكلي (كمياً) بواسطة:

$\{P_{xvi}\}_{x,i}$ بعد ذلك، يكون إجمالي عدد التكوينات البسيطة

TSC (أي التكوين مع شرط واحد فقط تحت كل معلمة) في

الحقل المورفولوجي المشكل للفضاء:

$$TSC = v_1 * v_2 * v_3 \dots V_N$$

وهذا يدل ببساطة على أن TSC يزداد بطريقة واقعية مع زيادة

عدد المعلمات "N" داخل المجال المورفولوجي الأساسي.

وبالتالي عدد خصائص هيكلية التليفزيون جاءت كالاتي:

$$N=11$$

$$TSC= 22$$

-تعليقات وشهادات حول استخدامات التحليل المورفولوجي:*



"Absolutely necessary for futures research. This book presents the theory and process of how to use the computer to analyze very complex social situations that do not lend themselves to simplistic scenario analysis. It therefore provides an extraordinary view into a methodology that has great applications for very important situations, whether for governments, businesses or research institutes. ... The principles and methodologies of this book have been practically used for developing national early warning systems for governments, so the approach is well tested and shown to be very effective."

Amazon Book Review by John L. Peterson (Director of The Arlington Institute) September 2011 of Wicked Problems - Social Messes: Decision Support Modelling with Morphological Analysis (Springer, 2011)

* Comments and Testimonials, official we site of Swedish morpho, visited 07/06/2019, at 13:15, the link:

<http://www.swemorph.com/index.html>

الفصل 4

محتويات الفصل الرابع: نتائج الدراسة: تفريغ البيانات وتفسيرها

◆ تمهيد

◆ عرض نتائج التلفزيون العمومي الجزائري

◆ عرض نتائج قناة الشروق نيوز

تمهيد:

من خلال هذا الجزء سنعرض الجانب العملي لهذه الأطروحة التي قد يكون لها مساهمة علمية في مجال التخصص، خاصة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية التي لطالما لاقت مناقشات حادة حول غياب أو صعوبة إضفاء البعد الرياضي الإحصائي على الظواهر الاجتماعية الذي ينظر له الكثيرون على أنه عنصر يبرهن علمية الدراسات ومصدقيتها. فهناك من الباحثين من يوظف الجانب الإحصائي في دراسته بالنظر إلى طبيعة البحث في حد ذاته وأهدافه، وهناك من يستعير هذا النهج احتشاما من منطلق أن العلوم الطبيعية والتقنية تكون بذلك الأكثر موضوعية وعلمية، ويرتبط بتكثيف ظواهر وصفية في الأصل تستدعي النهج النوعي أكثر من أنه كمي وهنا ما يوقع الكثير من الباحثين في خطأ "التقليد العلمي" أي تطبيق طرق علمية من تخصصات أخرى تثبت سلامتها وموضوعيتها. لكن قد لا يعزى الأمر أن يستخدم الباحث النهجين معا الكمي والنوعي بغية إيصال بحثه نحو المبتغى العلمي الذي يرغب به، فيوظف بذلك أساليب وطرق إحصائية من جداول وأشكال تكتم بعض المعلومات التي يجمعها من الميدان، كما يقوم بالتفسير والتحليل باستخدام حجج وبراهين منطقية وأمثلة واقعية في شكل تقارير نوعية قد تجيبه عن أسئلة دراسته.

أما عن دراستنا الحالية سنعرض فيما يأتي النتائج التي توصلت إليها باستخدام الأسلوبين الكمي والوصفي وهذا ما آل إليه بحثنا بالنظر إلى إشكاليته وأهدافه. وقد قمنا باستخدام جداول مركبة لمعرفة مدى علاقة المتغيرات الأساسية لهذه الأطروحة مع بعضها البعض، واستخدمنا الأساليب الإحصائية التالية:

- استخدام الجداول البسيطة.

- استخدام الجداول المركبة الديناميكية.

- الاعتماد على برنامج الاكسيل واستخدام صيغة التكرارات والنسب والعمل بالتقنية المحاسبية التالية:

$$\text{SUM (Xn:Xn, X11, Xn, Xn)}$$

$$\text{Xn/X\$n}$$

- استخدام برنامج كارما Carma للتحليل المورفولوجي وقد شرحنا العمليات الحسابية في الفصل السابق.

1.4 نتائج المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري:

في هذا الشق سوف يتم عرض نتائج الدراسة الميدانية التي هدفت للتعرف على الهندسة البشرية والخصائص المورفولوجية لصناع الرسائل التلفزيونية في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، عبر استخدام أدوات البحث التي تم الإشارة إليها من قبل، حيث يتم فيما يلي عرض كافة النتائج بالاعتماد

أهميتها في دراسة الهندسة البشرية للمؤسسة، حيث سجلت أعلى النسب لدى الذكور في خانة المتزوج والتي تمركزت حول الشريحة بين 31-41 بنسبة 36% تلتها الشريحة 42-53 بنسبة 27%، كما حصلت الفئة 53 فأكثر على نسبة 15%، بينما نالت الشريحة 20-30 4% وقد أتت في المرتبة الثانية الحالة "أعزب" التي كانت قد سجلت نسب متعادلة في كل من الفئتين 20-30 و 31-41 بنسبة 7% بينما لم تسجل أية نسبة 0% لكل من الحالتين مطلق وأرمل. وحسب نفس الجدول فإن الإناث تشهدن استقرارا عائليا من خلال تسجيل أعلى النسب في حالة "المتزوج" خاصة عند الشريحة العمرية 31-41 بنسبة 61% بينما سجلت الشريحة 42-52 14% في حين راحت نسبة 6% للشريحة 20-30، حيث لم تتل الشريحة أكثر من 53 سنة أية حصة من العينة 0%. أما حالة "أعزب" عند الإناث أتت في المرتبة الثانية التي كانت قد سجلت نسبة واحدة فقط في الشريحة 31-41 بنسبة 18%. كما أن وجود شريحة 53 فأكثر عند الذكور يدل على أن هذا الجنس يكمل مسيرته المهنية حتى في سن متقدم، بينما غياب هذه الشريحة في التلفزيون لدى الإناث يفسر من منطلق أنها هي الأكثر إقبالا على التقاعد والخروج من مهنة الإعلام في سن مبكر بالنظر إلى التزاماتها العائلية ووضعها الاجتماعي.

ويمكن تفسير نتائج النسب وتصدر الحالة متزوج وتمركزها في الشريحة الأعلى 31-41، 85% و44% عند الذكور، 82% و80% عند الإناث بينما أتت الشريحة الشبابية والحالة أعزب في المركز الأخير، انطلاقا من أن صناعات الرسائل يشعرون بالاستقرار داخل التلفزيون الذي لا يركز على الفئة الشبابية في العمل التي تأتي في المركز الأخير لدى كل من الجنسين، فالشريحة 31-41 قد تكون أكثر خبرة وتشعبا بسياسة القناة والتي تكون قد تعودت على العمل بأريحية وثبات، فتوفر بذلك المؤسسة لها الوضع الاجتماعي الأنسب، وهذا ما أسفرت عليه نتائج الجدول أعلاه، كما أن المجتمع الجزائري هو مجتمع مسلم يشعر الشاب الجزائري بعد المرحلة العمرية 25-30 بالمسؤولية وإثبات ذاته عبر تكوين أسرة لتحقيق نوع من الاستقرار النفسي والاجتماعي وإعادة ترتيب أولوياتهم انطلاقا من الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية خصوصا.

ولعل تجاوز مرحلة العزوبة تجعل من الفرد أكثر نضجا في التفكير وبناء تصورات عن المجتمع والواقع بصفة أكثر عقلانية وبذلك تتطور الأجناس. وقد بات جنس الأشخاص الذين يتولون مهام صناعة الأخبار التلفزيونية في الواقع عنصرا مهما لدى باحثي الدراسات المعاصرة التي تركز بالدرجة الأولى على دراسة التنظيمات الإعلامية (محمد قيراط) تحت عنوان القائم بالاتصال، كونها ترتبط بهندسة التلفزيون البشرية والتي تعتبر العمود الفقري لهيكل المؤسسة وتبرز العديد من الجوانب التي تتعدى

عفوية التركيبة بالنسبة للجنسين إلى تأثيرات كل جنس في تنظيم المؤسسة الإعلامية، إدارتها وسيرها والتأثيرات حتى أيضا على المعالجة الإعلامية في حد ذاتها (DAMIAN-GAILLARD, FRISQUE, & SAITTA, 2009, p. 175).

ويمكن تفسير تفوق الذكور في التلفزيون العمومي بالرغم من كثرة عدد الطالبات الحاملات للشهادات العليا والمتخرجات من معاهد متخصصة وافتتان نسبة مهمة منهن بالمهنة، انطلاقا من الوظائف التي يشغلها صناع الرسائل وإلى طبيعة العمل التلفزيوني الذي أصبح صناعة قائمة بذاتها وبالتالي فإنه يشهد تداخلا قويا في المهام (الهندسة، الإخراج، تصميم الديكور، التصوير، الإضاءة) التي تتوافق والذكور أكثر من الإناث، فهاته الأخيرة تملك قدرة على الكتابة والإبداع والوصول بسلاسة أكبر إلى مصادر المعلومات وبالتالي فإنها تتمركز حول وظائف التحرير والإدارة (بن روان، 2007، ص 07-08).

كما يمكننا تفسير طغيان الذكور أكثر على عينتنا بالنظر إلى هدف دراستنا الذي توجه نحو المتعاملين مع الرسالة الإعلامية مباشرة والقائمين على إنتاجها، ولعل الجنس الأنثوي يبرز في الإدارة أكثر من الإنتاج داخل التلفزيون العمومي. لكن لا يمكن الإنكار أن الواقع المهني في الجزائر يتوجه نحو التأنيث، فهو ليس خصوصية جزائرية بل ثقافة صارت تفرض نفسها في الكثير من الدول، ما حرك العديد من الدراسات حول الموضوع لعل أبرزها تلك التي أنجزها "إريك نوفو" "Eric Neveu" والتي تساءل فيها عن تأثيرات تأنيث الصحافة الفرنسية.*

وبطبيعة الحال فإن تأنيث المهنة وتفوق عدد الذكور لا يلغي ولا يقلل من مكانة الإناث بل تعددت الأسباب يقول رئيس تحرير الأخبار إن انفتاح مجال الإعلام على الجنسين، دفعنا لإعادة النظر في بنية مؤسستا ومنح فرص أكثر للذكور كونهم الأكثر تفرغا، كما أنه لا يمكن أن ننكر أنه لدينا عدد لا بأس به من الإناث التي تشتغلن في التحرير والتقديم وهذا يرجع لامتلاكهن لخصائص متعددة كالصوت الجميل والحميمي الذي يكون محبذا للأذن أكثر (سبعون ، 2018).

* للمزيد مع المعلومات: انظر الفصل الثاني، ص ص 89-93.

جدول رقم 06: يوضح ترتيب الجهة التي ازداد وترعرع فيها صناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية

ولاية النشأة				ولاية الازدياد					
أنثى		ذكر		الجنس	أنثى		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
2%	1	2%	1	باتنة	2%	1	0%	0	باتنة
0%	0	0%	0	الشلف	0%	0	2%	1	الشلف
10%	5	0%	0	تيزازة	10%	5	0%	0	تيزازة
10%	5	5%	3	تيزي وزو	10%	5	7%	4	تيزي وزو
71%	35	82%	45	الجزائر	61%	30	75%	41	الجزائر
0%	0	2%	1	الجلفة	0%	0	2%	1	الجلفة
0%	0	0%	0	غرداية	0%	0	4%	2	غرداية
0%	0	0%	0	سطيف	2%	1	2%	1	سطيف
0%	0	2%	1	سكيكدة	0%	0	2%	1	سكيكدة
2%	1	0%	0	عنابة	2%	1	0%	0	عنابة
0%	0	0%	0	عين الدفلى	0%	0	2%	1	عين الدفلى
0%	0	4%	2	قسنطينة	2%	1	4%	2	قسنطينة
0%	0	2%	1	جيجل	0%	0	2%	1	جيجل
0%	0	0%	0	المسيلة	2%	1	0%	0	المسيلة
0%	0	2%	1	وهران	0%	0	0%	0	وهران
4%	2	0%	0	البلدية	8%	4	0%	0	البلدية
100%	49	100%	55	المجموع	100%	49	100%	55	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين لنا الجدول أعلاه المكان الذي ولد ونشأ فيه صناع الرسائل التلفزيونية لما لهذين المتغيرين من أهمية في تكوين شخصيتهم وطبائعهم، كما أنه يبرز لنا الولاية التي تركز المؤسسة على التوظيف منها. وقد سجل الجدول ظهور 16 ولاية من 48 ولاية جزائرية معظمها ولايات شمالية جاءت بالترتيب الآتي: شرق، وسط، غرب، جنوب. ومن خلال الجدول نستنتج أن المؤسسة تركز بصفة كبيرة على إدراج عمال من الجهة الوسطى من منطلق القرب المكاني، فمعظم عمال القناة ازدادوا بالجزائر العاصمة إذ احتلت المرتبة الأولى بنسبة 75% ذكور 61% إناث والأشخاص الذين نشأوا فيها قدرت نسبتهم بـ 82% ذكور 71%، تلتها كل من ولايتي تيزازة والبلدية في المركزين الثاني والثالث. أما باقي الولايات التي ظهرت في عينة دراستنا فجاء ترتيبها كالاتي قسنطينة، غرداية، الشلف، الجلفة، سطيف، سكيكدة، عين الدفلى، جيجل، عنابة، باتنة. أما عن الولايات التي كبر فيها صناع الرسائل التلفزيونية فجاء

ترتيبها كالاتي العاصمة، تيزي وزو، تيبازة، البليدة، قسنطينة، الجلفة، باتنة، سكيكدة، عنابة، جيجل، وهران. ويكمن الاختلاف في النسب بين مكان الازدياد والنشأة من كل ولاية في أن صناعات الرسائل ينتقلون للعيش بعاصمة البلد ومنهم من يفضلون التنقل إلى العاصمة بغية الدراسة والحصول على مناصب شغل سواء للأبناء أو أولياءهم وهذا يعود إلى أن كل عواصم الدول بها فرص كثيرة بحكم تموقع كافة الإدارات وسيادة الدولة بها لذلك تكون فرص العيش والشغل متاحة أكثر من الولايات الأخرى. ولعل المكان الذي ينحدر منه العامل خاصة الذي نشأ وسطه له تأثيرا مباشرا على صياغته للرسالة لأن الفرد هو وليد بيئته فهو ينمو ويتبع ثقافة محيطه وعاداته وتقاليده، لذلك كلما كان التلفزيون يحوي أشخاصا من مناطق مختلفة كلما اختلفت طرق وأنماط العمل فتارة تضيي تنوعا جيدا على بيئة العمل والمحتوى وتارة أخرى تخلق مشاكل ناجمة عن عدم التفاهم واختلاف العقليات. إن لمتغيري "مكان النشأة" ومكان "ازدياد" صناعات الرسائل التلفزيونية أهمية كبيرة في دراسات القائم بالاتصال خاصة عند محاولة فهم ظروفه وأبرز العوامل التي تتدخل في صياغة رسالته وإخراجها في قالب معين. إلا أن هذين العاملين لم يأخذا حظهما من الدراسة من خلال عدم تقطن الباحثين للتعلمق في المنطقة التي ينحدر منها العامل الذي يأتي على وقع احترام خصوصية الأفراد وابتعاد عن التدخل في خائصهم الشخصية، غير أن الدراسات الأمريكية في العلوم الاجتماعية لطالما نددت بفهم عقلية العامل من خلال دراسة تأثير بيئته وثقافة محيطه في تكوين شخصية الفرد غير أن هكذا بحوث تبقى مغيبة عن الإعلام. ومن خلال النتائج بالأعلى توضح أنه فعلا لمكان الازدياد والنشأة تأثير في اختيار الموظفين فما أن التلفزيون العمومي مقره في العاصمة فإنه يفضل توظيف أشخاص من نفس الولاية أكثر من أفراد آخرين بحكم القرب المكاني وفهمهم للسياق الاجتماعي لعاصمة البلد.

(2) الإطار التكويني والتأهيلي:

إن الجدول رقم 7 بالأسفل مقسم إلى فئتين الفئة الأولى هي التكوين القاعدي التعليمي الذي تابعه العامل بالمؤسسة العمومية للتلفزيون والفئة الثانية هي التكوين العلمي المتقدم، وكما توضحه النسب بالأعلى فحانة "شهادة جامعية" سجلت عند الإناث 86% ثم الذكور 45% تلتها عند نفس الجنس فئة دراسة "ثلاث سنوات بالثانوي" بتقدير 15% بينما سجلت عند الإناث نسبة ضئيلة 8%، لتأتي في المركز الثالث فئة التكوين المهني بنسبة 13% ولم تسجل عند الإناث أية نسبة. كما تفوق الذكور في حانة "دراسات عليا" أي مرحلة التكوين في الطور الثالث "دكتوراه" بنسبة 11% حيث ظهرت مفردة واحدة (إناث) في هذه الفئة متحصلة على نسبة 2%، أما باقي الفئات فقد رتبت كالاتي "ثانوي بكالوريا" 9%

لدى الذكور و0% عند الإناث، فئة التكوين الذي يتراوح بين "سنة و3 سنوات في الجامعة" أي دون

جدول رقم 07: يظهر الخلفية التأهيلية والتكوينية لصناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية

الجنس		ذكر		أنثى	
المستوى	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
مهني	7	13%	0	0%	0
ثلاث سنوات ثانوي	8	15%	4	8%	4
ثانوي بكالوريا	5	9%	0	0%	0
الجنس		ذكر		أنثى	
المستوى	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
بين سنة و3 سنوات في الجامعة	4	7%	2	4%	2
شهادة جامعية	25	45%	42	86%	42
دراسات عليا	6	11%	1	2%	1
المجموع	55	100%	49	100%	49

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

الحصول على الشهادة الجامعية (بكالوريا+ سنوات في الجامعة) 7% ذكور و4% إناث.

ولعل هذه النسب تعطي تفسيرات متعددة فالإناث هن الأكثر إقداما على التكوين الجامعي بالنظر، من جهة، إلى استمرارهن في الدراسة بمرحلة الثانوية وما بعدها أكثر من الذكور الذين من أول عشرة يتوقفون وهذا ما أبرزته نسب الجدول حيث كانت الفئات "مهني"، "ثلاث سنوات بدون بكالوريا" و"بكالوريا" بصفة واضحة لدى الذكور الذين يتوجهون إلى الحياة العملية أو إلى أداء الخدمة الوطنية كحتمية أولا وكمهرب لبناء مستقبلهم ثانيا. من جهة أخرى الثقافة المجتمعية الجزائرية الحديثة التي انفتحت على ما يسمى بتأنيث المهن الحساسة ومنها التعليم العالي، ناهيك عن أن الجنس الأنثوي الذي أصبح أكثر حماسة لمزاولة الدراسات العليا وتكتملتها حتى النهاية. وتعد هذه النتائج جد إيجابية في تقديرنا كون التلفزيون يستند على الشهادة في التوظيف ويمتلك موظفين بمستويات جامعية قد تكون مؤهلة لممارسة العمل الإعلامي الذي يعد عملا يحتاج لكثير من التركيز لحساسيته في تناول المواضيع، فهو يرتبط بالمجتمع ارتباطا وثيقا قد يخدمه أو يسيء إليه، كما يرتبط بأقوى السلطات والوزارات والدول. فالرسالة التلفزيونية هي منتج واسع الاستهلاك متاحة للعامة، لذلك بات من الأهمية أن تصنع في قالب مهني يوضع في أيدي كفاءات تعي قيمتها وتجيد إنتاجها.

-الشهادة: يظهر الجدولان بالأسفل المبحوثين ذكورا وإناثا الذين يمتلكون مؤهل علمي جامعي، حيث

سجلت أعلى النسب في خانة المتحصليين على شهادة الليسانس في الشعب غير التقنية عند الإناث

72% حيث راحت الحصة الأكبر لجامعة الجزائر، في حين لم يزاوِل كافة الإناث (التي ظهرن في العينة)

جدول رقم 08 (أ): يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل في القناة الأرضية -ذكور-

الشهادة	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		الجامعة
	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	
الجزائر	1	3%	18	58%	2	6%	1
البلدية	1	3%	0	0%	0	0%	1
قسنطينة	0	0%	1	3%	0	0%	0
المجموع	2	6%	19	61%	2	6%	2

جدول رقم 08 (ب): يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل في القناة الأرضية -إناث-

الشهادة	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		الجامعة
	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	
الجزائر	0	0%	31	72%	0	0%	0
المجموع	0	0%	31	72%	0	0%	0

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

دراستهن في شعب تقنية، بينما ظهرت عند الذكور بنسبة 6% منقسمة بين جامعتي البلدية 3% والجزائر 3%، فالذكور هم كذلك حصلوا على شهادة الليسانس بنسبة عالية 61% في الشعب غير التقنية راحت النسبة الأكبر إلى جامعة الجزائر 58%. كما تفوقت 19% من الإناث على الذكور 6% في شهادة الماستر ودائما في الشعب غير التقنية بجامعة الجزائر. لكن حدث العكس في خانة الدكتوراه حيث سجل الذكور نسبة ملحوظة 16% بينما لم تسجل الإناث سوى 2%، أما عن شهادة الماجستير فيمكن القول أن الجنسين متعادلان لكن يبقى الذكور هم الأكثر إقداما على الشعب التقنية وقد سجلت مفردة واحدة متحصلة على هاته الشهادة ومفردتين من الشعب غير التقنية بينما الإناث فثلاث مفردات تحصلن على شهادة الماجستير من الشعب غير التقنية.

ولعل التفسير المنطقي لهاذين الجدولين يأخذ منحى إيجابي، فالتلفزيون به إطارات متحصلة على شهادات متنوعة بمجرد ظهورها وتسجيلها في العينة فهو يعتبر تنوعا أكاديميا مهنيا قد يضيف على التلفزيون طابعا مؤسسيا ذا مستوى يسهل في العمل باحتراف، وبالرغم من أن معظم صناع الرسائل لم يكملوا دراساتهم العليا إلا أن وجود عينة بسيطة حائزة على شهادات عليا فهذه نتيجة لا يمكن تجاهلها. أما عن تمركز النسب الأعلى في شهادة الليسانس وتفوق الإناث عن الذكور فتفسيره هو أنهم الأكثر

شغفا لممارسة الإعلام والأكثر حبا لتكوين استقرار مجتمعي، والذي لا يكون سوى بإيجاد منصب شغل. إن النتيجة التي توصل لها الجدولان بالأعلى، تسلم بتفوق الذكور في تكملة الدراسات العليا (خاصة الدكتوراه)، ولعل التفسير المنطقي يتزامن مع بدايات موجات التغيير في الرغبات بالنظر إلى التنوع الجنسي في الجامعات الجزائرية، كما أن طموحات الطلبة الذكور بدأت تتسع كما أنهم الأكثر تفرغا من الإناث. كذلك تجدر الإشارة أن هاته الأخيرة نجدها أقل حضورا في المقاعد البيداغوجية الخاصة بالشعب التقنية بينما الذكور فنجدهم الأكثر شغفا بالجانب التقني، ولهذا نستطيع تفسير تسجيل نسب عند هذا الجنس في كل من "الماجستير والدكتوراه" من منطلق أن وزارة التعليم العالي تفتح مجالا وآفاقا للبحث العلمي في هاته الشعب أكثر من الشعب الأخرى. كما أن الجدولين سجلا انخفاضا كبيرا في عدد الجامعات التي زاول فيها المبحوثون دراستهم عبر مختلف ولايات الوطن، وكان قد سجل ثلاث جامعات فقط التي جاءت وفقا للترتيب التالي الجزائر، البلدة وقسنطينة. ولعل تمركز التلفزيون بالعاصمة هو بمثابة فرصة تحفز الطلاب على التنقل للدراسة بجامعة قريبة منه لكي يمكن زيارة التلفزيون الحصول على تربية ميدانية ويطمحون للحصول على وظيفة به مستقبلا.

جدول رقم 09: يوضح التخصصات الجامعية لصناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية

الجنس		ذكور		أنثى	
اسم التخصص		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الاقتصاد		1	3%	0	0%
الإلكترونيك		2	6%	0	0%
سمعي بصري		10	32%	14	33%
صحافة مكتوبة		4	13%	0	0%
إعلام واتصال وعلاقات دولية		3	10%	2	5%
اتصال وعلاقات عامة		3	10%	3	7%
تربية بدنية		2	6%	0	0%
اتصال وتسويق		1	3%	0	0%
مانجمنت		2	6%	1	2%
حقوق		1	3%	14	33%
الإحصاء		1	3%	0	0%
لغة ولسانيات		1	3%	0	0%
اتصال وإشهار		0	0%	1	2%
علم الاجتماع		0	0%	6	14%
علم النفس		0	0%	2	5%
المجموع		31	100%	43	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يفصح الجدول رقم 09 الذي هو مكمل للجدول المتعلقة بالإطار التأهيلي، عن تخصصات الشهادات التي تحصل عليها صناع الرسائل بالتلفزيون الجزائري، وقد سجل الجدول 15 تخصصا وتوضح أن تخصصات الإعلام والاتصال نالت حصة الأسد، إذ رُتبت تخصص السمع البصري في الطليعة بنسب متقاربة جدا ما بين الإناث 33% والذكور 32%، ثم جاءت الحقوق إذ تفوقت الإناث 33% عن الذكور 3% تلتها تخصصات الإعلام والاتصال والفروع القريبة منها: اتصال وعلاقات عامة 10% ذكور و7% إناث، علم الاجتماع راح لفئة الإناث بنسبة 14% إناث ولم تظهر أية نسبة عند الذكور، إعلام واتصال وعلاقات دولية 10% ذكور و5% إناث، صحافة مكتوبة 10% ذكور ولم تسجل الإناث أية نسبة. كما جاءت التخصصات التالية في نفس المرتبة تارة تسجل في فئة الإناث وتارة أخرى عند الذكور الذين برزت عندهم التخصصات العلمية أكثر: الإلكترونيك، الإحصاء، الرياضة، المانجمنت، علم النفس، اتصال وإشهار، اتصال وتسويق، لغة ولسانيات.

ونلاحظ أن تخصصات الإعلام والاتصال هي الأكثر بروزا وعليه يمكن القول أن التلفزيون الجزائري تقطن إلى أهمية التخصص أثناء التوظيف لأن العمل الإعلامي يحتاج ضرورة تعميق المعارف في حقل الإعلام، فالتخصص يساعد على إتقان العمل وأداءه باحترافية أكثر من الأشخاص الآتين من غير التخصص.

ورغم توفر عدد معتبر من خريجي أقسام الإعلام والاتصال بمؤهل السمع البصري داخل التلفزيون الجزائري إلا أن توظيفهم وتمثيلهم في المهنة يبقى ضعيفا نوعا ما وهو ما يفتح المجال أمام العديد من التساؤلات تتعلق بنوعية التكوين في الجامعات الجزائرية الذي يركز على الجانب النظري أكثر من التطبيقي، كما أن آفاق التخصص في حقل علوم الإعلام والاتصال يظل ضيقا جدا، ويتعلق الأمر بتنوع التكوين في هذا الحقل المتعدد والواسع (كالتركيب، التصوير، الإخراج، الجرافيك...) والبعض الآخر - ذاتي - يرتبط بطريقة دخول القائمين بالاتصال للمؤسسة (وهاته النقطة سنفصل فيها في الجداول القادمة) التي غالبا ما تكون عبر المعارف وإهمال جانب التخصص في المهنة خاصة أن التلفزيون تتداخل فيه العديد من التخصصات. ومن الواضح أن وجود نسبة معتبرة لصناع الرسائل بالتلفزيون القادمين من تخصصات أخرى الذين يمكن اعتبارهم "دخلاء" عن مهنة الإعلام يدل على أن مهنة الإعلام تستقطب شرائح واسعة من المجتمع وأن الشهادة لا تكفي وحدها لتحديد مدى ملائمة أي شخص للوظيفة.

فالتلفزيون به مهام تحتاج إلى معارف تقنية (كالتركيب والإخراج والإرسال) وغير تقنية (التحرير، التنشيط) لذلك سجلنا وجود عمال بشهادات خارجة عن حقل الإعلام والاتصال. فامتلاك شهادة في

تخصص علوم الإعلام والاتصال يعني امتلاك تكوين قاعدي وأساس أولي لا بد منه، خصوصا في ظل غياب معاهد ومراكز متخصصة في تكوين إعلاميين وتقديم كفاءات تستطيع العمل بأريحية. إذ يسمح هذا التكوين الأساسي للإعلاميين بالتهيئة المهنية والتوعية بأهميتها وتوسيع آفاقهم ونظرتهم للعمل الإعلامي وقدراتهم على التطوير والإبداع. في المقابل تغيب عن القادمين من تخصصات أخرى هذه الميزات فتعلمهم للمهنة يطغى عليه أكثر العادة (الروتين) التي تقتل الإبداع غالبا وتحد من القدرة على التطوير وتعكس نوع وسوء التحكم، في وقت بات فيه مستوى التكوين محددًا لتنافسية المؤسسات (BOUKHEROUF , 2012, p. 21).

جدول رقم 10: يكشف عن مستوى التكوين في الإعلام والاتصال لصناع رسائل القناة الأرضية

		لا		نعم		التكوين الجيد في الإعلام
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	التقدير
المجموع	42	69%	29	31%	13	
100%						
		52%	15	0%	0	نقص التدريب الميداني
		34%	10	0%	0	طرق التدريس ليست جيدة
		14%	4	0%	0	انعدام وسائل التكوين

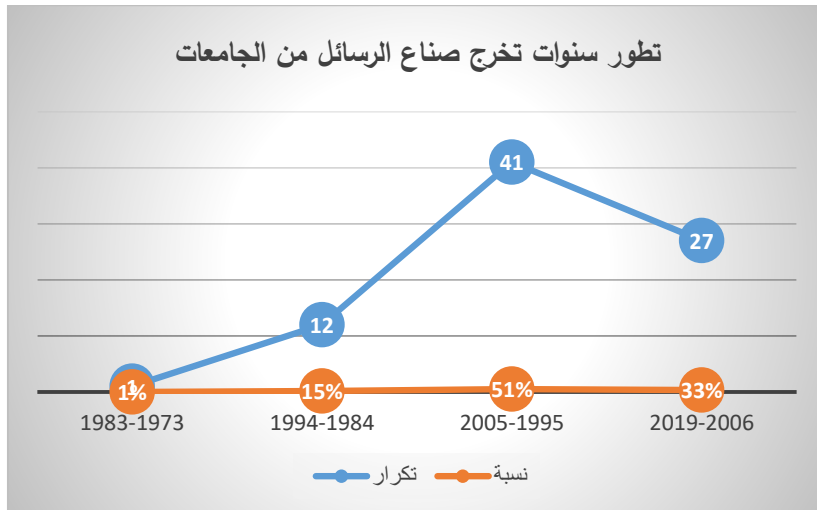
المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يلخص هذا الجدول تقديرات صناع الرسائل الذين تلقوا تكوينًا في حقل الإعلام والاتصال وقد تجلّى أن معظمهم لم يتلقوا تكوينًا جيدًا خلال مساره الجامعي بنسبة 69% وكانت أبرز الأسباب التي عبر المبحوثون عنها تدور حول نقص التدريب الميداني في الجامعة 52%. وهذا يبين تركيز كليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال على الجانب النظري، فهو من جهة مهم بالنسبة للطلاب حيث يكسبه قواعد وأسس تخصصه ومعرفة متعمقة حول الخلفية التاريخية (كأبرز رواد وعلماء هذا العلم، الظروف التي نشأ وتطور بها) التي جاء في إطارها هذا التخصص ومراحل تطوره، ومن جهة أخرى يصبح مرجعية علمية متينة يستعين بها في ممارسته المهنية.

كما عبر صناع الرسائل بنسبة 34% عن اختلال في طرق تدريس الإعلام والاتصال وهذا قد يرجع إلى خلفية الأساتذة الذين دخلوا إلى معاهد وأقسام الاتصال من فروع أخرى كعلم الاجتماع والنفس والاقتصاد أما النسبة المتخصصة من أساتذة الإعلام يربطون الإشكال بالسبب الأخير الذي عبرت عنه عينتا وهو انعدام وسائل التكوين بنسبة 14% وهذا يرجع إلى نقص وعي المسؤولين بالكليات والجامعات بمدى أهمية الإعلام والاتصال في بلداننا، ونقص إرادتهم في تطوير هذا الحقل بمنح حصص مالية

والاستثمار في الكادر البشري من خلال تدريبه في الجامعة التي تبرز كآلية وحلقة وصل بين الفرد والمجتمع عبر تكوين جيل المستقبل، قبل الخروج إلى العالم المهني الذي يحتاج إلى حنكة وفطنة تجعلان من جيل المستقبل قادرا على ممارسة أدوار مهنية مجتمعية كما يجب. والبارز خلال القراءة للجداول الإحصائية الخاصة بالتكوين، يتمثل أولا في إغفال الاعتناء بالأداة أي بالوسائل المحدثة لبناء المضامين التليفزيونية مثل التدريب على أساليب التصوير والإضاءة والإخراج وتشغيل الأستوديو. وهذه خصوصا لما نتحدث عن صناعات المضمون والرسائل القائمة اليوم على جيل من الوسائط التقنية المتغيرة بنسق متسارع. وثانيا التركيز المفرط على القوالب الصحفية أثناء حلقات التكوين في أقسام الإعلام والاتصال. ويعتبر بعض الأساتذة أن هذه القوالب من المحاور المركزية أثناء لقاء محاضراتهم، غير أن الإلمام بتطبيقاتها لا يمكن تجاوزه بأية حال من الأحوال. بينما تبدو هذه القوالب من خلال عينة المقاييس، المادة الأساسية في التكوين مثلما تحيلنا إليها أسماء بعض المقررات: "البرامج الإذاعية والتليفزيونية"، "الكتابة الإذاعية والتليفزيونية"، "الإشهار"... وكأن مجرد الإلمام بهذه المقاييس يؤهل الطالب لأن يكون صحفيا محترفا (العبد الله، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص. 143). إن التكوين الإعلامي في كل طور من أطواره ينبغي أن يأخذ في الاعتبار المسألة التقنية (هيكله الأستوديوهات وقاعات التحرير) كونها كذلك مدخل من مداخل الإعلام والاتصال التي تقرب الطالب من الواقع، لأنه لا وجود لمضمون إعلامي خارج منظومة الوسائط التقنية.

شكل رقم 07: يكشف عن تطور سنوات تخرج صناع الرسائل من المعاهد والجامعات الجزائرية



المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبدو من خلال الشكل أن صناع الرسائل التليفزيونية زاولوا دراستهم بالجامعات الجزائرية عبر سنوات متعددة، إذ اختلف زمن تخرجهم وفقا للجامعات المانحة للشهادات التي كانوا يرغبون بها والناشطة في

مجال تخصصهم والتي كانت ضئيلة جدا خاصة بعد الاستقلال. لذلك تمركز القائمين بالاتصال في كل من جامعة الجزائر، البلدية وقسنطينة خاصة أن العمال جلهم من العاصمة حسب الجدول رقم 07. ووفقا للمتوسط العمري لعمال القناة الأرضية، فالنسبة الأعلى تمركزت في فترة التخرج 1995-2005 وخلال هاته الفترة يكون صناع الرسائل في مرحلة العشرينات ولو قمنا بربط هذا الشكل بالجدول رقم 05 لوجدنا أن الفئتين العمريتين 31-41 و 42-52 هي الغالبة لذلك نتائج هذا الشكل تتطابق ونتائج الجدول الأول. وبعدها انخفضت النسبة إلى الفترة 2006-2019 إلى 33% بالرغم من مجهودات الدولة التي تضافرت لفتح جامعات في جل الولايات الجزائرية، إلا أن نتائج هذا الشكل تبقى إيجابية في ظل تواجد 15% من الموظفين تخرجوا في سنوات ماضية 1984-1994 أين كان التكوين الجامعي ضعيف والجامعات قليلة جدا، بالإضافة إلى انخفاض معدل النجاح في شهادة البكالوريا آنذاك، أين يتوجه التلميذ إلى الحياة العملية وإلى معاهد التكوين المهنية وهذا ما لخصته آخر نسبة 1% مسجلة في الشكل أعلاه خلال الفترة 1973-1983.

وعليه نستنتج أنه هناك علاقة ارتباطية بين السن وسنة التخرج ونوع الشهادة ومستواها لدى عمال التلفزيون العمومي، إذ أن سنهم المتقدم وفي مرحلة معينة من حياتهم زولوا التخصصات التي كانت تمنحها الجامعات الجزائرية آنذاك لذلك توقف معظمهم في مرحلة الليسانس. وبالرغم من فتح تخصص الإعلام والاتصال في كل الجامعات الجزائرية إلا أن العمال لا يبرزون رغبتهم في دراسة هذا التخصص كشهادة إضافية، وهذا ما سيكشفه لنا الجدول الموالي.

جدول رقم 11: يفصح عن مدى حصول صناع الرسائل بالقناة الأرضية على شهادات إضافية مكتملة

الجنس		أنثى								ذكر							
الفئة		30-20				41-31				52-42				فأكثر 52			
الشهادة		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
إعلام آلي		2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%		
سمعي بصري		0	0%	3	5%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%		
الإدارة		0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%		
اللغات		0	0%	1	2%	0	0%	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%		
لا يوجد		4	7%	21	38%	35	71%	9	16%	9	16%	35	71%	7	14%		
المجموع		6	11%	25	45%	39	80%	14	25%	10	18%	39	80%	7	14%		
		55	100%	49	100%												

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين الجدول رقم 11 أرقاما إحصائية تنتظر في اسم وعدد الشهادات المكتملة للمسار التأهيلي لصناع

الرسائل بالتلفزيون لدى الجنسين وفق أعمارهم، وقد ثبت أن معظم المبحوثين الذين استهدفتم دراستنا لا يمتلكون شهادات تكوينية مكملة، لذلك سجلت أعلى النسب عند خانة "لا يوجد" في كل الفئات العمرية المرتبة حسب النسب لدى الجنسين كالآتي: الإناث (31-41، 42-52، 20-30) الذكور (31-41، 42-52، 53 فأكثر، 20-30). ويمكن تفسير هذا الترتيب أن الفئة العمرية المتقدمة في السن بالرجوع إلى سنوات تخرجها (1973-1983، 1984-1995، 1994-2005) لم تتحصل على الوقت الكافي بعد التخرج من الجامعة للتوسع في الدراسة، فخلال تلك الفترة كانت الجزائر بحاجة إلى إطارات وموارد بشرية لسد بعض الفراغات المهنية، خاصة أثناء مخططاتها (الرباعي والخماسي) لتنمية البلاد.

لكن لا يمكن أن نبطن أنه هناك من حاول برغم الظروف تطوير معارفه، حيث سجلت نسب عند الذكور أكثر من الإناث اللاتي سجلن نسبة واحدة 08% في خانة الإعلام الآلي لدى الشريحة العمرية 31-41، أما باقي الشرائح العمرية لم تتحصل على شهادات إضافية، وهذا يعود إلى عدم تفرغ الإناث للدراسة، واللاتي تفضلن الاكتفاء بالشهادة التي تتحصلن عليها من الجامعة، كما أن فرص التوظيف في المجتمع الجزائري تميل للإناث لذلك نجدهن في الأجسام الإدارية أكثر من الذكور وعليه فإن المدة التي تفصل الإناث عن زمن الحصول على الشهادة والتوظيف تكون ضيقة، ناهيك عن المسؤولية التي تقع على عاتقهن أثناء العودة إلى المنزل فمهن متروجات وربات بيت لذلك نجدهن الأقل حصولا على شهادات مكملة.

بينما تباين الذكور في مزاولة تكوين إضافي عبر كافة الشرائح العمرية: الإعلام الآلي 4% (الشريحة 20-30)، السمي البصري 5% (31-41) و2% (53 فأكثر)، الإدارة 2% (42-52)، اللغات 2% (31-41) و5% (42-52)، ونلاحظ أن الشريحتين (31-41) و(42-52) هي التي تحصلت على شهادات مكملة من الذكور ودليل ذلك ارتفاع الرغبة لدى الجنس الذكري في التوسيع من ثقافته بحكم أنه الأكثر تأثرا بالبطالة ويحتاج وقتا للحصول على وظيفة يرغب فيها، خلافا عن الإناث اللاتي تستطعن القبول بأية وظيفة حتى من خارج تخصصها، لذلك يتجه الذكر الجزائري إلى تعبئة وقته عبر التسجيل في مراكز تكوين خاصة. ونلاحظ كذلك في نتائج هذا الجدول عزوفا كبيرا من قبل الشباب في الإقبال على التكوين الذي يسهل كفاءاتهم ويعزز تعليمهم الجامعي بسبب الكسل والخمول.

-التدريب:

إن هذا الجدول يضم مجموعة من المتغيرات التي قد تعطينا تفسيراً عن واقع التدريب الإعلامي قبل دخول صناعات الرسائل إلى المؤسسة وبعد التوظيف وفي المستقبل حسب الجنس وفئته العمرية، وقد

انجبت نتيجة هذا الجدول في أن صناع الرسائل التليفزيونية لم يتلقوا تدريبات قبل دخولهم إلى التليفزيون وهذا أثبتته النسب التي حصلنا عليها في كل شريحة عمرية لدى الجنسين، حيث أجابت الإناث من الشريحة 31-41 بلا بنسبة 53% ونعم بنسبة 29% وأجاب الذكور بنسبة 35% لا و11% بنعم عند نفس الشريحة، لتأتي الشريحة 42-52 في المركز الثاني عبر الذكور بـ 15% عن عدم تلقيهم

جدول رقم 12: يعرض وضع التدريب الإعلامي من حيث الجنس والفئة العمرية من وجه نظر صناع الرسائل

أنثى			ذكر							
التدريب	التدريب	التدريب	الفئة العمرية		التدريب	التدريب	التدريب	الفئة العمرية		
إضافي	بعد	قبل	تكرار	نسبة	إضافي	بعد	قبل	تكرار	نسبة	
3	2	1	تكرار	30-20	4	3	1	تكرار	30-20	نعم
6%	4%	2%	نسبة		7%	5%	2%	نسبة		
37	27	14	تكرار	41-31	22	16	6	تكرار	41-31	
76%	55%	29%	نسبة		40%	29%	11%	نسبة		
0	5	1	تكرار	52-42	14	10	7	تكرار	52-42	
0%	10%	2%	نسبة		25%	18%	13%	نسبة		
0	0	0	تكرار	فأكثر 53	2	6	5	تكرار	فأكثر 53	
0%	0%	0%	نسبة		4%	11%	9%	نسبة		
0	0	0	تكرار	30-20	2	3	5	تكرار	30-20	لا
0%	0%	0%	نسبة		4%	5%	9%	نسبة		
0	11	26	تكرار	41-31	1	8	19	تكرار	41-31	
0%	22%	53%	نسبة		2%	15%	35%	نسبة		
9	4	7	تكرار	52-42	1	5	8	تكرار	52-42	
18%	8%	14%	نسبة		2%	9%	15%	نسبة		
0	0	0	تكرار	فأكثر 53	9	4	4	تكرار	فأكثر 53	
0%	0%	0%	نسبة		16%	7%	7%	نسبة		
49	49	49	المجموع		55	55	55	المجموع		
100%	100%	100%			100%	100%	100%			

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

لتدريب قبلي و11% بالعكس، أما الإناث من نفس الشريحة عبرت بـ 14% بلا ونسبة 2% فقط بنعم. أما الشريحة الشبابية 20-30 فقد أنفى الذكور التدريب قبل دخولهم للتليفزيون بنسبة 9% ونسبة ضئيلة جدا 2% بنعم والشريحة 53 فأكثر أجابت بنعم بنسبة 9% ولا 7%، وسجلت آخر نسبة 2% للإناث في الإجابة بنعم من قبل الشريحة الشبابية.

ولهذه النسب عدة تفسيرات، فدخل القائمين بالاتصال إلى التليفزيون دون تدريب يرجع إلى أن

الجامعات الجزائرية لا تدرب طلابها ولا تقوم بتحضيرهم لمزاولة المهنة الإعلامية تطبيقياً، وهذا الأمر يتقاطع مع نتائج الجداول السابقة التي عبرَ من خلالها صناع الرسائل عن الغياب التام للتكوين التطبيقي بالرغم من ضرورة هذا المتغير في مهنة الإعلام. فهذا الحقل هو عبارة عن تخصص منتج ومولد للمعلومة التي باتت خطيرة في عصرنا الحالي، تستخدمها الدول كسلاح وكمحرك للأنظمة السياسية والاقتصادية، لذلك يشهد هذا التخصص تطورات متلاحقة لاهتمام رجال الأعمال والسياسية الذين يستعملونه كمصدر وكوسيلة دعائية من جهة، وتوجيه الجماهير العريضة بمختلف الفئات لاستهلاك الوسائل الإعلامية بشكل متدفق من جهة أخرى.

ولأسف بالرغم من كل هذا، لازالت الجزائر تعاني من نقص في الوسائل الإعلامية التي تفتح المجال لخريجي الجامعات وتمنحهم الفرصة للتدريب باحتراف، لذلك نجد التلفزيون الجزائري وظيف أشخاصا بدون تدريب، إذ يقوم بدمجهم مع فريق ذي خبرة يسهر على تدريبهم. وهذا ما نلاحظه في خانة التدريب بعد الدخول إلى المؤسسة حيث أجابت الفئة 31-41 إناث بنسبة 55% على أنها تلقت تدريباً بعد دخولها للتلفزيون ونسبة 22% بلا، أما الذكور فقد أجابوا بنسبة 29% بنعم و15% بلا بينما الشريحة 42-52 منهم أجابوا بحصولهم على تدريب بنسبة 18%، وإناث هاته الشريحة أجبن بنسب متقاربة بين 10% نعم و8% لا. وتبقى الشريحة الشبابية والمتقدمة في السن في المراكز الأخيرة، حيث عبر الذكور ذو العمر 53 فأكثر بنسبة 11% نعم و7% فقط بلا وذو الشريحة بين 20-30 بنسب متساوية 5% نعم و5% بلا، في حين كل إناث هذه الشريحة عبرن بنسبة 4% على تلقيها لتدريب بعد دخولها للتلفزيون.

ولعل هذا الاختلاف بين الإناث والذكور في تلقي التدريب ومنح امتيازات للإناث على الذكور يعود إلى الأساليب الإقناعية التي تستخدمها للحصول على تدريب سريع أبرزها العلاقات الشخصية ومركزها الاجتماعي كالزواج والإنجاب الذي يخولها قانونياً وإنسانياً في تقديم تدريبها قبل الحصول على أبناء.

أما عن الاختلاف في تلقي التدريب بين الشرائح العمرية، نلاحظ أن الشباب لا يرغبون في صقل كفاءاتهم المهنية، الذين أصبح يشوبهم الكثير من الخمول وبما أن صناع الرسائل التلفزيونية الشباب لا يسعون لذلك، فالمؤسسة تركز على منح تدريبات للشرائح الأخرى 31-41 و42-52 من جهة لامتلاكها للخبرة داخل المؤسسة ومن جهة أخرى لحيازتها على علاقات متينة مع المؤسسة. أما عن الشريحة المتقدمة في السن 53 فأكثر فكانت نتائجها متساوية بالرغم من أنها هي الأكثر خبرة المفروض تكون قد زاولت كلها تدريبات، وهذا يفسر من منطلق طموحات كل فرد عامل بالمؤسسة ورغبته الشخصية في

التطور والتدريب، وهذا ما أثبتته نتائج الخانة الثالثة المتعلقة بطموحات التدريب في المستقبل، حيث سجلنا نتائج إيجابية ورغبة الإناث في التدريب أكثر من الذكور، اللاتي عبرن بنعم بنسبة 76% عند الشريحة 31-41 بينما عبر الذكور عند هذه الشريحة بنسبة 40% نعم ونسبة ضئيلة جدا بلا 2%. كما يطمح 25% من الذكور بين 42-52 لتلقي تدريب إضافي و2% يرفضون ذلك، على عكس إناث هاته الشريحة اللاتي يرفضن 18% التدريب بمختلف أنواعه إلى جانب 6% من شابات شريحة 20-30 منهن من يرغبن بالتدريب، أما الشباب الذكور ف7% يوافقون على التدريب الإضافي و4% بلا، كما أن شريحة الذكور المتقدمة في السن 53 فأكثر يرفضون التدريب بنسبة 16% و4% فقط من يريد ذلك.

وأبرز الشروحات التي قد نقدمها عن هذه النسب هو أن العمال المتقدمين في السن وصلوا إلى مرحلة من التشبع والتعب المهني، لذلك تنقص رغبتهم في الحصول على تدريب إضافي، لكن النتيجة التي بزغت عن النسب المقروءة في الأسطر القليلة السابقة هو أنه هناك رغبة من الشباب ذكورا وإناثا في الحصول على تدريب مهني، لحاجاتهم الماسة لتطوير معارفهم في مجال الإعلام الذي يعرف تأثيرات مختلفة أبرزها التكنولوجية، خاصة الشريحتان 31-41 و42-52 التي تعد عصب التلفزيون فهي التي تقوم بالإنتاج والسهرة على حسن بث الرسالة من المصدر إلى غاية تلقيها من قبل الجمهور. فالتقنيات الحديثة التي شهدتها مجال التلفزيون والسمعي البصري تمس كل صناعات الرسائل التلفزيونية، ولمواكبة كافة التغييرات يجد العمال أنفسهم في أمس الحاجة لتدريب مهاراتهم واكتساب تقنيات جديدة واستخدامها أثناء عملهم. في الأخير يبقى التركيز على المردود والإخراج النهائي لرسالة سليمة مقبولة من كافة الشرائح.

جدول رقم 13: يعرض نوع التدريب الإعلامي الذي يرغبه صناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية

الجنس		ذكر						أنثى			
نوع التدريب	تقني	التحرير والتنشيط		مؤسساتي إداري		تقني		التحرير والتنشيط		مؤسساتي إداري	
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
		64%	37	17%	10	19%	11	38%	19	22%	11
المجموع				100%	58					100%	50

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

إن هذا الجدول هو امتداد لآخر نقطة من الجدول الذي سبقه، الذي يفصح عن نوع التدريب الذي يسعى العمال بالتلفزيون مزاولته، حيث يرغب الذكور تلقي تدريبات في الجانب التقني بالتلفزيون وذلك بنسبة عالية 64% أما الإناث فقد سجلت أعلى نسبة عندهن 40% في خانة التحرير والتنشيط، تلتها مباشرة عند نفس الجنس نسبة 38% اللاتي فضلن التدريب التقني و22% يرغبن بالتدريب المؤسساتي

الإداري، بينما اختاروا هذا النوع من التدريب بنسبة 19% و17% منهم يفضلون التدريب في التحرير والتنشيط. في الواقع توجه الذكور نحو الجانب التقني يفسر انطلاقا من رغبتهم في التخصص التقني وشغفهم في تطوير هذا الجانب الذي يعتبر أحد الأدوات اللصيقة بالحقل السمعي البصري وحتمية تفرضها هاته المهنة بالنظر إلى العولمة والتطورات التكنولوجية التي شهدتها، إذ نرى أن الأنثى كذلك أصبحت تولي اهتماما بهذا الجانب. أما عن رغبة صقل المهارات في التحرير والتنشيط فكانت الأكثر طلبا من قبل الإناث وهذا يرجع إلى مهارات النساء التي غالبا ما تكون عقلية إبداعية تميل إلى فنيات التحرير والتنشيط، ولا يمكن أن نضمّر نوعا آخر سجلناه من قبل المبحوثين، وهو التدريب المؤسساتي الإداري الذي يعد مطلبا مهما في عصرنا الحالي بالنظر إلى غياب الثقافة التنظيمية داخل المؤسسات السمعية البصرية الناجمة عن إهمالها لهذا الجانب المحرك للعملية الاتصالية والمؤسسة في حد ذاتها.

(3) الإطار الاقتصادي :

جدول رقم 14: يكشف عن الأجر الشهري لصناع الرسائل بقناة الأرضية

أنثى		ذكر		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
0%	0	0%	0	أقل من 20 ألف
0%	0	4%	2	بين 21-40 ألف
33%	16	18%	10	أكثر من 40 وأقل من 60 ألف
67%	33	78%	43	أكثر من 60 ألف
100%	49	100%	55	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تكشف من خلال هذا الجدول أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تقدم لعمالها الذين ظهروا في العينة أكثر من 60 ألف دينار جزائري في الشهر بنسبة 78% ذكور و67% إناث، وتبقى هناك فئة قليلة بين الإناث 33% والذكور 18% التي تجسدت في الموظفين الجدد بالمؤسسة التي تتقاضى أجرا شهريا بين 40 و60 ألف دينار جزائري.

ويمكن تفسير هذه الأرقام أن التلفزيون يقدم أجورا مرتفعة لموظفيه وهذا يرجع إلى طبيعة المؤسسة، فهي عمومية اقتصادية ملك للدولة وبما أنها المؤسسة العمومية الوحيدة الناشطة بالجزائر بدعم الدولة بأكملها يذهب إليها بالإضافة إلى الأرباح التي تحققها من عائدات الإشهار والمشاهدة. وتفسير أكثر من 60 ألف يرجع إلى طبيعة سلم الأجور الذي يعمل على أساس مستوى الشهادة، فمستوى صناع الرسائل بالنظر إلى نتيجة الجدول رقم 07 تمركز في الحائزين على شهادات جامعية، وهذه الأخيرة ما يوافقها

ويعادلها في سلم أجور المؤسسة ينطلق من 60 ألف دينار وهذا بالنظر إلى الأجر القاعدي المرتفع للعمال والحوافز (حوافز النقل، الأكل، المسؤولية، الماكياج والملابس)، بالإضافة إلى تطبيق معادلة الزيادة بـ 10 بالمئة في الأجر بسبب تموقع المؤسسة المركزي وتواجهه بالمحور يحتاج إلى صرف يومي، فالعيش وسط المدينة يجبر العامل على العيش وفق ما يطرحه المجتمع وما يحتاجه السوق بالعاصمة والذي يحتاج إلى انفاق أكثر من ولايات أخرى بالنظر لدرجة واختلاف المستوى المعيشي (رئيس تحرير قسم الأخبار، 2018).

جدول رقم 15: يشرح مدى رضا صناع الرسائل بالقناة الأرضية عن الأجر

أنثى		ذكر		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
35%	17	60%	33	راض عن الدخل
65%	32	40%	22	غير راض عن الدخل
100%	49	100%	55	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يعزز هذا الجدول النتائج التي سبقتها الذي سجل اختلاف في تقديرات الجنسين للأجر الذي تدفعه المؤسسة التلفزيونية العمومية الجزائرية، فنسبة معتبرة من الإناث تقدر بـ 65% عبرت عن عدم رضاها عن الدخل الشهري بينما 35% أجابت بالعكس، أما الذكور فـ 60% منهم راضون عن الدخل ونسبة 40% غير راضية، وتبقى هذه النسب قابلة للنقاش والتحليل.

أولا نلاحظ أنه بالرغم من ارتفاع أجر العمال بالتلفزيون مقارنة بالأجر القاعدي في الجزائر (الذي يتراوح بين 18 ألف دينار و 20 ألف دينار) إلا أن الإناث غير راضيات تماما عن وضعهن المالي، وهذا يعود إلى أعباءها الاجتماعية ومسئوليتها في تربية الأولاد وتنظيمها للوالم البيت والأسرة وهذا بالنظر إلى نتائج الجدول رقم 05 الذي سجل 86% من النساء بالقناة الأرضية هن متزوجات، كما أن حاجاتهن الشخصية (الملابس والتزين والجمال) تحتاج شهريا إلى نسبة معتبرة من المال لتغطية تكاليف التزين، فجمال المرأة بالتلفزيون يعد حاليا من الأمور الأساسية التي يجذب حضورها، إذ أصبحت عاملات التلفزيون الجزائري توليه أهمية لأن الشاشة تفرض الخروج في شكل لائق. ناهيك عن الانفتاح الثقافي لدى الأنثى في الجزائر فهو بدأ يشهد تطورا ملحوظا (كسياقة السيارة والسفر) كل هذه الاعتبارات قد لا نجدتها عموما عند الذكور، الذين تقتصر أدوارهم على الصرف الأسري والإنفاق على الأمور القاعدية في الحياة اليومية فمن المعروف عن الرجال أنهم الأكثر تأمينا للمال من النساء القابلة للتبذير والصرف

على أشياء ثانوية.

جدول رقم 16: يبين الموقع السكني ونوعه عند الجنسين بالقناة الأرضية

الجنس		نكر						أنثى	
نوع السكن		سكن خاص		مستأجر		سكن عائلي		سكن عائلي	
المجال المكاني		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
قريب من مقر القناة		18%	10	59%	29	18%	10	0%	0
بعيد عن مقر القناة		16%	9	18%	9	15%	8	8%	3
المجموع		35%	19	78%	38	33%	18	8%	7

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يوضح هذا الجدول عاملا في غاية الأهمية غالبا ما يكون محفزا للإعلاميين في إعطاء أقصى ما عندهم من أجل إنتاج رسالة إعلامية جيدة، وقد بدا من الجدول أن التلفزيون توجه نحو توظيف عمال قريبون من موقع التلفزيون خاصة الإناث اللاتي أجبن بأنهن يسكن بقرب من مقر القناة وفي سكن خاص بنسبة 59%، بينما أجابت نسبة 18% بأن سكنهن الخاص بعيد عن مقر القناة، كما أجابت بنسبة 8% أن سكنها مستأجر.

ويمكن تفسير هذا أن موقع القناة يتواجد بقلب العاصمة الذي يعج بالسكان لذلك يصعب استئجار سكن بالنظر إلى الاكتظاظ الإداري الذي تشهده العاصمة. بينما نسبة 8% من الإناث تعشن في سكن عائلي قريب من القناة ونسبة 6% يبعدين عنه. أما نسب الذكور فكانت متباينة، إذ أن شريحة معتبرة منهم 33% تعاني من بعد المسافة التي تبعدهم عن مقر القناة بالنظر إلى كراء مكان المبيت الذي سبقنا وشرحنا سبب استحالة الكراء بقلب العاصمة. كما توصل الجدول إلى أن الذكور هم الأكثر استقرارا مكانيا من الإناث بالنظر إلى النسبة 35% التي سجلنها عند "السكن الخاص" والتي انقسمت بين 18% قريبا من القناة و16% بعيدة عنه، لتثبت تقريبا نفس الحالة عن خانة "السكن العائلي" لدى الذكور 18% الذين يعيشون في سكن عائلي قريب من القناة و15% يبعدون عنه.

ونستنتج أن التلفزيون لا يوفر المبيت لعماله، بالرغم من أن هذا المتغير قد يتدخل في ربح الوقت والعمل بأريحية وكسب الجهد والتقليل من تعب المسافة. كما ثبت من خلال نتائج الجدول أعلاه أن وضع الإناث أحسن من الذكور الذين يغامرون في البحث عن العمل بغية تأمين معيشتهم والحفاظ على استقرارهم الاجتماعي. كما يمكن تفسير هذه المعطيات بأن معظم العمال يجبرون عن العيش في نفس ولاية تواجد القناة لأن هذا الشيء يساعدهم للوصول إلى المقر بسهولة، فطبيعة العمل الإعلامي تقتضي التفرغ دائما والوصول في الوقت المناسب، فالأخبار لا تنتظر بل تتلف بسرعة ولعل هذا السبب يجعل

الأفراد الأقرب من مقر القناة أكثر حظا في الحصول على منصب بالتلفزيون.

(4) الإطار الثقافي:

تعتبر الخلفية الثقافية لصناع الرسائل التلفزيونية من بين معايير تقييم مدى نجومية الإعلامي وكفاءاته الديناميكية التي يمارسها في المجتمع سواء الذي ينتمي إليه أو بمجتمعات أخرى خاصة في ظل التبادل الثقافي بين دول العالم. فالثقافة والقدرات الإبداعية أصبحت من أهم الخصائص التي تميز الأشخاص وتكسبهم قوة إضافية ومعاملات تأثيرية زائدة كالإعلامي الفنان المتعدد اللغات.

ويتوجه الجدول رقم 17 نحو المستوى الثقافي المتوسط بالنظر إلى النسبة الكلية للإجابة بـ "لا" عند كلا الجنسين، الإناث 68% والذكور 54% مقارنة بالمبحوثين الذين أجابوا عن كافة المعايير الثقافية بـ "نعم".

جدول رقم 17: يظهر المستوى الثقافي لصناع الرسائل بالقناة الأراضية

الجنس		نكر				أنثى		التقييم
		لا		نعم		لا		
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
المعايير الثقافية								
أتقن اللغة الفرنسية		95%	52	5%	3	100%	49	0%
أتقن اللغة الإنجليزية		44%	24	56%	31	35%	17	65%
أنتمي إلى حزب سياسي		0%	0	100%	55	0%	0	100%
أنتمي إلى جمعية اجتماعية		13%	7	87%	48	0%	0	100%
أقوم بالمطالعة		65%	36	35%	19	45%	22	55%
أقوم بنشاط فني		22%	12	78%	43	8%	4	92%
أقوم بالرياضة		67%	37	33%	18	33%	16	67%
أسافر كثيرا		65%	36	35%	19	39%	19	61%
النتيجة الكلية		46%	204	54%	236	32%	127	68%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

حيث نلاحظ أن كل صناع الرسائل التلفزيونية يتقنون اللغة الفرنسية إناثا 100% وذكورا 95%، بينما سجلنا فقط عند الذكور نسبة ضئيلة جدا من لا يتقنون هاته اللغة، ولعل التفسير المنطقي لهذه النتائج هو أن اللغة الفرنسية هي ثان لغة في الجزائر، بالإضافة إلى أن هاته الأخيرة كانت مستعمرة من قبل الفرنسيين الذين تركوا ثقافتهم في مختلف ربوع الوطن خاصة وسط البلاد. وثلتمس هذا التأثير في مختلف الاتصالات غير اللفظية المتمثلة في الملصقات والإشهارات والمؤشرات والإشارات المرورية المكتوبة، كما نجد كل الوثائق الإدارية والتنظيمية باللغة الفرنسية، ناهيك عن الاتصالات اللفظية المتجسدة في بعض الكلمات المستعملة في اللهجة الجزائرية.

وبما أن الجزائر مساحتها شاسعة وثقافة كل ولاياتها تختلف من مكان إلى آخر، نلقى أن سكان الوسط هم الأكثر استخداما للغة الفرنسية بنسب معتبرة لهاته اللغة بالنظر إلى المحور المركزي الذي كان يحوزه المستعمر الفرنسي وأبرزه العاصمة، بالإضافة إلى تمركز الوزارات والإدارات هنالك، ناهيك عن تشجيع الأولياء لأبنائهم لدراسة هذه اللغة من أجل فهم كافة الأوضاع السياسية والاجتماعية والقانونية والمؤسسية، وبالأخص كون فرنسا أكبر دولة شريكة للجزائر اقتصاديا، لذلك نجد مجموعة من المؤسسات الجزائرية بمختلف أنواعها شراكتها جزائرية فرنسية. كما يمكننا أن نستنتج من خلال نتائج الجدول أعلاه أن التلفزيون الجزائري في حد ذاته يطلب إتقان هاته اللغة لأن الجزائر ورثت الإذاعة والتلفزيون عن فرنسا وبالتالي نجد أرشيفها به مصادر باللغة الفرنسية، إلى جانب ذلك امتلاك التلفزيون الجزائري لقناة ناطقة باللغة الفرنسية وهي "CANAL ALGERIE".

أما عن اللغة الإنجليزية بالرغم من شهرتها عالميا إلا أن نسبة صناع الرسائل في التلفزيون الجزائري الذين يتقنون هاته اللغة ضئيلة الذكور 44% والإناث 35%، بحيث يمكن القول أن هاته اللغة لا تلقى بعد اهتماما كبيرا من قبل التلفزيون، وبالتالي فرغبة العمال الذين يشتغلون به بدراسة والتحدث بالإنجليزية تبقى ناقصة حتى قبل دخولهم للقناة. كما أن التلفزيون الجزائري يمنع انخراط عماله في بعض الجوانب الثقافية: حيث ثبت أن كل العمال لا ينتمون إلى أي حزب سياسي ذكورا وإناثا ولعل سياسة الاحتواء (الاندماج في نظام الدولة) والصمت السياسي (نسبية حرية التعبير الديمقراطي) التي تنتهجها القناة بالنظر إلى ملكيتها التي ترجع إلى الدولة هي أكبر تفسير عن ذلك.

وأنارت لنا نتائج الجدول بالأعلى عدم انتماء صناع الرسائل إلى المجتمعات المدنية، حيث سجلنا أن كل الإناث لا تنتمين إلى أية جمعية اجتماعية 100% نفس الشيء الذي وجدناه بالنسبة للذكور فنسبة ضئيلة 2% منضمة إلى جمعية اجتماعية، في حين نسبة 87% لا يفعلون ذلك، وهذا ما يفسر محدودية ثقافة المجتمع المدني في الجزائر والجهل بسبل ممارستها بما أنها تضم جمعيات في أغلبها غير ربحية تقتضي التطوع والمبادرة لتطوير المجتمع الجزائري، وبما أن الإعلامي وقته قصير ومحدود فإن هذه الأمور ليست من أولوياته. كما أن تسييس الجمعيات الاجتماعية في الجزائر أي تغليب المصالح الشخصية وخدمة أشخاص لديهم نفوذ أو جهة معينة والتشهير بها، جعل من هذا المعيار خطأ أحمرًا عند التلفزيون الجزائري.

أما عن باقي المعايير الثقافية فقد سجلنا نسب متقاربة بين الذكور والإناث تميل أغلبها نحو الفراغ الثقافي الضعيف لدى الإناث وإلى الثقافة المتوسطة عند الذكور ف65% منهم يقومون بالمطالعة و35%

لا يفعلون، بينما الإناث 45% يطالعن و55% بلا، وهذا يرجع إلى عدم تفرغهن لهذا الشيء بالنظر إلى الأعمال المنزلية التي يقمن بأدائها يوميا. كما ححصص الجدول أن العامل الثقافي الفني، لم ينل اهتماما كبيرا لدى صناع الرسائل لذلك سجلنا 78% ذكورا و92% إناثا في خانة لا، بينما خسف من العينة 22% ذكور و8% إناث من يؤدي نشاطا فنيا، هذا الأخير الذي يعد متنفسا للعامل بعد أسبوع من الجهد والتعب والتفكير المهني. إلى جانب الرياضية التي باتت متغيرا مهما في الحياة الاجتماعية والمهنية للعمال، إلا أن في التلفزيون تبقى الرياضة عاملا يرتبط بشخص كل فرد، فروح الفريق المهني لا ترقى إلى روح الفريق الرياضي خارج أسوار التلفزيون لهذا وجدنا انعكاسا في نتائج الجنسين، فالذكور الذين يزاولون نشاطا رياضيا بلغت نسبتهم 67% و33% لا يقومون بذلك وانقلبت النسب لدى الإناث فنسبة 33% منهن فقط يقمن بالرياضة بينما 67% لا يمارسها، وعليه يمكن القول أن ثقافة ممارسة الرياضة داخل المؤسسات لم تتطور في نظر المنظمة التي لا تشجع هذا الأمر من جهة، ومن جهة أخرى، الرياضة تستقطب الشريحة الذكورية خاصة الشبابية والتي تكون لصيقة برغباتهم وقناعاتهم الشخصية إذ تعد متنفسا إيجابيا بالنسبة لهم. وفي الأخير لأح الأمر أن نسجل 65% عند الذكور الذين يقومون بالسفر كثيرا و35% بلا والإناث 39% أجبن بنعم و61% بلا، ونلاحظ هنا أن الذكور هم الأكثر قدرة على السفر بحكم نقص مسؤولياتهم الاجتماعية بينما النساء فتحكمن عوامل عديدة أبرزها الأبناء والإنجاب.

بالرغم من أهمية كل هذه العوامل الثقافية التي تساعد على الترفيه والترفيه عن النفس، إلا أنها لم تلق اهتماما كبيرا من قبل صناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري، الذي هو بدوره لا يولي كذلك أهمية أكثر في تحفيز عماله عبر تنمية كل تلك العناصر الثقافية المهنية.

(5) الإطار الوظيفي:

نصل الآن إلى عنصر حاسم في حياة صناع الرسائل التلفزيونية وهو التاريخ المهني الذي يحدد هويتهم الوظيفية، فالجدول رقم 18 بالأسفل يكشف عن مختلف الوظائف التي يقوم بها الأشخاص الذين يتعاملون مع الرسالة والمحتوى الإعلامي، والذين أطلقنا عليهم صناع الرسائل التلفزيونية. ويمكن قراءة هذا الجدول من خلال تسجيل مناصب العمال في كل وظيفة وترتيبها على السلم الواقع بين 0 درجة و8 درجات كأكثر ترتيب دُون في هذا الجدول: لقد سجل الجدول اثنين وعشرين 22 مسمى وظيفيا بمديرية الأخبار التابعة للقناة الوطنية، إذ برز أن التلفزيون يعتمد على الوظيفة "محرر محقق درجة 1" متقدمة الإناث على الذكور بـ10 مفردات وهاته أول وظيفة صحفية في التلفزيون التي تقوم على تحرير الأخبار والبحث عنها من مصادر مختلفة ولا شك أن الأنتى تبديع في هذا الأمر لامتلاكها لمخيلة

جدول رقم 18: يفصح عن المسميات الوظيفية لصناع الرسائل بالقناة الأرضية

الترتيب العام	مجموع الأعداد	أنثى		ذكر		الجنس
		الترتيب	العدد	الترتيب	العدد	المسمى الوظيفي
1	30	1	20	1	10	محرر محقق درجة 1
4	6	4	2	3	4	محرر محقق درجة 2
2	8	2	6	6	2	محرر محقق متخصص
5	5	3	3	6	2	محرر ومقدم ومنشط
7	2	5	1	7	1	محرر مقدم رئيسي
8	1	8	0	7	1	مهندس بلاطو
6	3	8	0	5	3	مصور الأخبار
4	6	8	0	2	6	أنفوغرافي
7	2	5	1	7	1	قائم بتحرير الصور والفيديوهات (مركب)
7	2	8	0	6	2	تقني صوت
8	1	8	0	7	1	مسؤول ديكور
8	1	8	0	7	1	مدير تصوير
6	3	8	0	5	3	مسؤول إرسال أخبار
6	3	3	3	8	0	سكرتيت
3	7	3	3	3	4	مخرج أخبار
2	8	4	2	2	6	رئيس تحرير الأخبار
8	1	8	0	7	1	عامل على التوزيع الفني
7	2	5	1	7	1	مساعد ديكور
4	6	4	2	3	4	مرسل فيديوهات الأخبار VTR
8	1	8	0	7	1	مهندس ديكور
6	3	4	2	7	1	مسؤول إداري ومنسق إخباري
6	3	3	3	8	0	مجمل (قائم بعمليات الماكياج)
Top	104	Top	49	Top	55	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أدبية واسعة وأسلوب في التعبير بالنظر إلى تخصصها في الشعب الأدبية أكثر من الذكور.

وقد جاء في المركز الثاني وظيفة "محرر محقق متخصص" متفوقة الأنثى عن الذكور بـ 4 مفردات إذ يتضح أن الإناث يتخصصن أكثر في الكتابة حول موضوع معين (سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي)، كما جاءت وظيفة "رئيس تحرير" في المركز الثاني تفوق الذكور على الإناث بـ 4 مفردات وهذا

يفسر مسؤولية هذه الوظيفة التي تحتاج إلى شخصية قوية واتخاذ قرارات في الوقت والمكان المناسب الأمر الذي يتعذر على المرأة اشتغاله عموماً. احتلت وظيفة "مخرج الأخبار" المرتبة الثالثة تساوت تقريباً في التوزيع بين الذكور والإناث، فالمهم أن نجد إناثاً تشغلن وظيفة الإخراج بالتلفزيون فهي أبرز وأهم مهمة بالتلفزيون، عدم وجودها يدل عن عدم وصول الرسالة للجمهور. وقد جاءت مجموعة من الوظائف في المركز الرابع التي أخذت نفس الترتيب لكنها اختلفت في التوزيع بين الذكور والإناث حيث نلاحظ أن منصب "أنفوغرافي" يشغله فقط الذكور فهذه الوظيفة تجمع بين العلم والفن، تحتاج إلى تقنية عالية في التعامل مع المادة الإعلامية لذلك لا يمنح التلفزيون الجزائري وظيفة الأنفوغرافيا للإناث، في نفس المركز أتت وظيفتا "محرر محقق درجة 2" و"مرسل فيديو الأخبار في غرفة المراقبة VTR" متقدماً الذكر على الأنثى بمفردتين.

أما المركز الخامس فكان من نصيب المنصب "محرر ومقدم ومنشط" الذي يجمع بين ثلاث مهام رئيسية في إعداد الأخبار وهي التحرير وتقديم الأخبار وتنشيطها، فهاته الوظيفة من أخطر المهام في التلفزيون إذ يجد صاحب هذا المنصب نفسه داخل أستوديو مليء بالكاميرات والإضاءة لذلك يتطلب كفاءات وثقة بالنفس. أما في المركز السادس فقد احتلت مجموعة من الوظائف هذه المرتبة: "مصور أخبار" و"مسؤول إرسال الأخبار" للذكور فقط وهذا يمكن تفسيره انطلاقاً من أن الإناث لا تتقن الجوانب التقنية وغير قادرات على أداءها، وبما أن هاتين الوظيفتين يغلب عليهما الطابع التقني فنجد الذكور يشغلون هاته المناصب بالكامل، العكس يحدث مع وظيفتي "سكريبت" و"التجميل" حيث سجل تولى الإناث لهذا المنصب غير الذكور، أما وظيفة "مسؤول إداري ومنسق إخباري" فتفوقت الإناث كذلك بمفردها واحدة على الذكور.

وقد ثبت أن هناك وظائف بالتلفزيون تتطلب مهاماً أحادية المنصب سجلها الجدول كالاتي "محرر مقدم رئيسي" مفردة واحدة ذكور وواحدة إناث وقد عهد التلفزيون الجزائري على تنصيب دائماً نفس الوجوه لسنوات طويلة لتقديم نشرة الثامنة أين يعد هذا المنصب ثابتاً وحساساً كون نشرة الثامنة تبث في وقت الذروة يشاهدها جمهور عريض. نفس النتيجة سجلناها عند وظيفة "مساعد الديكور" و"التركيب" ويخص الأمر هنا تركيب النشرات الإخبارية فهاته المهمة كذلك في غاية الأهمية تقتضي التركيز عند تمرير معلومات وإخفاء أخرى سواء من حيث الشكل أو المحتوى. جاءت كذلك في المرتبة السابعة وظيفة "تقني الصوت" بدا من خلال النتائج أن الذكور فقط من يحوزون على هاته الوظيفة. كما أبان الجدول بالأعلى أن الذكور يشغلون وظائف ذات المنصب الواحد أي المنصب الذي به مسؤولية واتخاذ القرارات

وهي كالاتي "مهندس بلاطو"، "مسؤول ديكور"، "مدير تصوير"، "مهندس ديكور"، "عامل على التوزيع الفني" التي احتلت المرتبة السابعة، أما المرتبة الثامنة والأخيرة التي تسجل صفر 0 مفردة، قد كشفت لنا الوظائف التي لا تزالها الأنثى (هندسة البلاطو، التصوير، الأنفوغرافيا، والإرسال)، أما الذكور فيشغلون كل المناصب في التلفزيون إلا وظيفة السكريت.

جدول رقم 19: يبرز لنا خبرة صناع الرسائل التلفزيونية في وسائل الإعلام قبل الدخول إلى التلفزيون

الجنس		أنثى				ذكر			
تقدير الخبرة		نعم		لا		نعم		لا	
الوظيفة		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
صحفي بالجراند المحلية		9%	4	-	-	4%	2	-	-
عامل مؤسسة خاصة		2%	1	-	-	5%	3	-	-
أنفوغرافي بمجلة		0%	0	-	-	7%	4	-	-
إداري (ة)		4%	2	-	-	5%	3	-	-
صحفي بالإذاعة		4%	2	-	-	12%	7	-	-
المجموع		20%	9	59%	36	31%	19	82%	37

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

بين الجدول أعلاه أن معظم صناع الرسائل دخلوا إلى التلفزيون الجزائري بدون خبرة قبلية في وسائل الإعلام، وهذا بالنظر إلى ضعف تواجد وسائل سمعية بصرية بالجزائر، ناهيك أن الأمر يرتبط بالطريقة التي يستعملها التلفزيون في التوظيف والأسلوب الذي يستخدمه المتقدم للمؤسسة من جهة أخرى. وهذا ما توصلت إليه نتائج الجداول السابقة، إذ نجد أن نتيجة هذا الجدول توصلت إلى أن نسبة 82% من الإناث لا يملكن أية خبرة في وسائل إعلامية أخرى، بينما نسبة قليلة منهن كانت تشتغل في الجرائد والمجلات 20%، نفس الشيء بالنسبة للذكور 59% دون خبرة و31% فقط من كان يشتغل بالإعلام. إن هذه النسب تجعلنا نستنتج عدة أمور، منها ما يتعلق بمناهج التوظيف القائمة على العلاقات الشخصية فعندما نستخدم هذا الأسلوب فإن معايير التوظيف الموضوعية تسقط وأبرزها طلب الخبرة أثناء التقدم خاصة عند بعض الوظائف التي تحتاج من الموظف كفاءة عالية أبرزها التنشيط والتصوير وهندسة الأستوديو وهذا ما توضحه نسب الجدول بالأعلى إذ سجلنا بعض النسب لكلا الجنسين عند الإجابة بنعم عن الخبرة. ويمكن تفسير كذلك نتائج الجدول بالأعلى الذي حاولنا معرفة الوظائف التي تتطلب خبرة قبلية وقد توضح أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تحتوي على وظائف سمعية بصرية كثيرة تشكل تسلسلا هرميا واضح المعالم، وعليه فإنها تمنح للداخلين الجدد في المهنة الوظائف القاعدية التي لا تحتوي على مهام ذات قرارات ومواقف صعبة أبرزها التحرير والتحقيق والتصوير، بعدها

يتدرج الموظف خلال فترة إلى وظائف أعلى في السلم الهرمي للمؤسسة. كما نجد وظائف تحتاج خبرة قبل الدخول إلى المؤسسة أهمها الأنفوغرافيا، فهذا التخصص الحديث الذي يتعامل مع المادة الإعلامية بإبداع هو الذي يضفي عليها عناصر جمالية تؤدي غرض الرسالة. أما عن الوظائف ذات المسؤولية كالإخراج ورئاسة التحرير فتقتضي الخبرة دون أدنى شك، فالإيجابي من خلال النتائج بالأعلى أن نجد إناثا يحجزن مناصب ذات قرارات كرئيسات تحرير، وهذا الأمر الذي لم يكن سابقا بحجة أن النساء هن الأقل قدرة على أخذ القرارات بسرعة خاصة الصارمة، فهذه الأخيرة تنقص لدى الإناث بحكم طبيعتها الحساسة والعاطفية (رئيس تحرير النشرة الإخبارية (ف أ)، 2018).

جدول رقم 20: يبرز لنا ترقية صناعات الرسائل من خلال التدرج في السلم الهرمي داخل التلفزيون

المجموع	لا	نعم	الجنس	
55	26	29	تكرار	ذكر
100%	47%	53%	نسبة	
49	31	18	تكرار	أنثى
100%	63%	37%	نسبة	

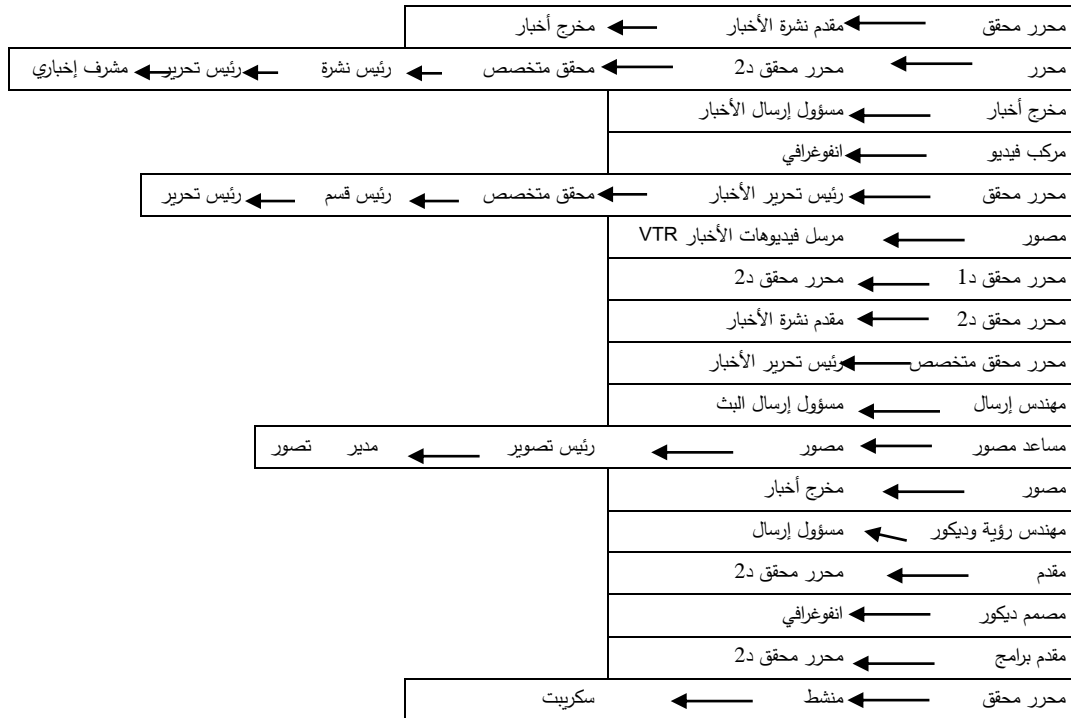
المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين الجدول رقم 20 صناعات الرسائل الذين تدرجوا في السلم الهرمي للتلفزيون الجزائري، وقد ثبت أن هذا الأخير يطبق سياسة التدرج في الوظائف ويتبع السلم الهرمي في العمل داخل المؤسسة. كما توصل الجدول بالأعلى إلى أن هناك اختلافا بين الجنسين في التدرج الوظيفي وترقيتهم، وهذا الأخير يبنى على أساس فترة ومدة العمل بداخل المؤسسة والخبرة التي يكونها العامل في الوظيفة، وقد تفوق الذكور عن الإناث في عدد الحاصلين على امتياز الترقية في الوظيفة إذ أجاب الذكور بنعم بنسبة 53% بينما نالت الإناث 37% حيث أن 63% من هن لم تتدرج في وظيفتها في حين 37% من الذكور لم يحصلوا على ذلك.

ولعل أسباب عدم تدرج بعض العمال عديدة ترتبط بمعايير الترقية في الوظائف التي تحتاج إلى خبرة في المهنة ودراية بأساليب العمل بالتلفزيون، فيتعذر بالتالي خاصة لدى الموظفين الجدد الحصول مباشرة على ترقية أو تولي مناصب مفتاحية منذ البداية. كما أن الذكور هم الأكثر حصولا على الترقية لمناصب أعلى بما أن هذا العنصر كما توضحه نتائج الجدول السابق لديه خبرة سابقة وهو الأكثر قدرة على أخذ قرارات وتولي المسؤولية الكاملة خاصة عندما يتعلق الأمر بمناصب الرئاسة التي تحتاج إلى تمضية وقت طويل بالمؤسسة كما تقتضي تنقلات وإجراء شبكة علاقات متينة، هاته الأمور التي قد

يصعب على النساء أداءها بحكم التزاماتها العائلية فالكثير من البحوث التي درست المرأة في مكان العمل استنتجت أن معظم النساء يفكرن بالعاطفة التي تعكس موضوعية اتخاذ القرارات وصناعتها. وبما أن التلفزيون الجزائري يطبق سياسة التدرج (انظر سلم التدرج الوظيفي بالأسفل) فالإيجابي أن هناك عمليات تحدث على المورفولوجيا الوظيفية بالمؤسسة، وبما أن سياسة هذه الأخيرة في الترقية تعتمد بالأساس على الخبرة فنجد أن صناعات الرسائل الأكثر تدرجا هم أصحاب الخبرة، التي يكتسبونها داخل قاعات التحرير أو خارجها. فهي عنصرا ضروريا يمكن من ترقيته في الوظيفة وتدرجه في الهيكل التنظيمي والتسلسل الهرمي. وكما أشرنا سابقا، العمل لسنوات طويلة مع فريق متفاعل ومحترف يعطي للفرد القدرة ويلقنه كفاءات مهنية تساعد على العمل باحترافية، القائم على الإبداع في انجاز الوظيفة الإعلامية لصنع التميز. فلا يمكن إنكار أن هناك وظائف عليا (كـرئيس التحرير ومدير الإنتاج) في الإعلام لا تشتغل إلا إذا تحصل الإعلامي على خبرة كافية ودراية واسعة بهذا المجال العريض الذي تحومه عوائق وتحديات عديدة يتطلب حلها حنكة وتكوين شبكة علاقات مهنية. من جهة أخرى لا يمكن إنكار كذلك أن العمل في أي مجال أولا وآخرا هو وسيلة لكسب المال من أجل العيش والتأقلم مع سيورة الحياة، فكلما تضاغت الأقدمية داخل التنظيم كلما زادت خبرة العامل وإحاطته بكل ظروف العمل وحيثياته، وبالتالي سوف يتدرج القائم بالاتصال في الهيكل التنظيمي ويكسب اجرا إضافيا.

-سلم التدرج الوظيفي: شكل رقم 08 يبين سلم التدرج الوظيفي بالقناة الأرضية



المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نلاحظ من خلال هذا السلم أنه هناك تنوعا في التدرج من وظيفة إلى أخرى، فالمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تحفز عمالها من خلال ترفيتهم في المناصب، كما أنها تستخدم تقنية الإصغاء لانشغالات عمالها أثناء الترقية. فالرغبة في تغيير المناصب تأتي من صناع الرسائل من جهة الذين يشعرون أنهم يستطيعون تقديم الأفضل في وظائف أرقى، ومن جهة أخرى تأتي من المؤسسة في حد ذاتها وتقوم بالترقية بدافع التحفيز، أو أثناء دراسة وضعها الوظيفي فقد تقوم بتوقيف مهام عامل ما عن وظيفة المسؤولية عند شعورها بأنه أصبح أقل نفعا في أداءها، فتضطر تغيير وظيفته ونقله لمنصب أقل مسؤولية لكن من نفس الدرجة أو لأقل منها وتعوضه بأخر أكثر تلاؤما.

جدول رقم 21: يبين المعايير التي يستخدمها التلفزيون الجزائري في تقديم المهام لصناع الرسائل

الجنس	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
التخصص	26	34%	29	52%
الخبرة	24	32%	17	30%
الاهتمامات	13	17%	4	7%
الطلب	13	17%	6	11%
المجموع	76	100%	56	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نجم عن الجدول أعلاه أن التلفزيون يعتمد على مجموع من التقنيات عندما يقوم بتوزيع المهام على العمال عند كلا الجنسين، حيث جاء معيار التخصص في أعلى مرتبة عند الإناث 52% وعند الذكور 34%، جاءت بعدها الخبرة في الوظيفة وهو المعيار الذي عرجنا عنه في الجدول السابق بنسبة 32% عند الذكور و30% لدى الإناث. بينما تعادل كل من معيار الاهتمامات والطلب عند الذكور بنسبة 17%، في حين أجابت الإناث في مركز ثالث عن الطلب بنسبة 11% وراحت أقل نسبة 7% للاهتمامات. ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه أن التلفزيون ينوع في توزيع المهام على صناع الرسائل فنجد تارة يفضل التخصص وهو جانب مهم للعمل بأريحية، فإذا كان الموظف متخصصا في المهمة التي يؤديها فهذا يسهل عليه عملية الإنتاج ويريح المؤسسة من الإنفاق على تدريبات إضافية وتكوينات مكثفة، كما أن معيار الخبرة ينال اهتمام المسؤولين في الترقية داخل الهيكلية بالمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري. بينما يبقى الطلب يرتبط بطموح العامل داخل المؤسسة والاهتمامات برغبة صانع الرسالة الإعلامية في تطوير نفسه مهنيا ولكن جاء هذان المتغيران في آخر القائمة وينسب ضئيلة ما يفسر رغبة العمال في المحافظة على وظائفهم.

جدول رقم 22: يبرز علاقة سنة التوظيف بطريقة الدخول للعمل بالتلفزيون

الجنس		ذكر								أنثى					
تاريخ التوظيف		2013-2003		2002-92		91-81		2019-2014		2013-2003		2002-92		91-81	
طريقة التوظيف		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
مسابقة على أساس امتحان		0	0%	2	4%	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
مسابقة على أساس شهادة		8	15%	1	2%	5	9%	4	7%	3	6%	6	12%	3	6%
يطلب من المؤسسة		0	0%	5	9%	4	7%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%
بواسطة		0	0%	13	24%	7	13%	1	2%	0	0%	5	10%	25	51%
النتائج العامة		8	15%	21	38%	19	35%	7	13%	3	6%	12	24%	31	63%
المجموع		55	100%	49	100%										

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يكشف الجدول (22) علاقة سنة توظيف القائمين بالاتصال للجنسين بطريقة التحاقهم بالتلفزيون، حيث توصل الجدول بالأعلى إلى ظهور في عينتنا أشخاص بخبرة تفوق الـ38 سنة إذ نلاحظ أن هذه الأخيرة انحصرت في سنوات التوظيف بين 1981-1991، وهاته الفترة عرف فيها التلفزيون الجزائري تطورات مختلفة أبرزها إعادة الهيكلة المؤسساتية، منذ استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962 (بمقتضى المرسوم المؤرخ في 1 أكتوبر 1962 تحت رقم 67-234 الذي بموجبه تحولت المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ بـ01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية لتلفزيون).

وقد اعتمد التلفزيون خلال هذه فترة، التوظيف على أساس الشهادة الذي كان حذرا جدا بما أن الجزائر كانت تمر بمرحلة صعبة جدا (العشرية السوداء)، الذكور 15% والإناث 6%. لكن سرعان ما استدرك التلفزيون الجزائري الوضع خاصة بعد صدور ثاني قانون للإعلام (1990) فتصدت المرحلة بين 2002-92 المرتبة الأولى في نسبة التوظيف عند الذكور 38% أين توجهت المؤسسة نحو توظيف الذكور أكثر من الإناث لأنها كانت بحاجة إلى كوادر تقنية للنهوض بالتلفزيون الجزائري وقامت باستعمال طرق توظيفية مختلفة، لكن الوساطة كانت أبرز وسيلة لولوج التلفزيون وهذا بنسبة 24%، كما قامت باستدعاء صحفيين كانوا يشتغلون بالصحافة المكتوبة وهذا ما يثبت نسبة 9% عند خاتمة "يطلب من المؤسسة"، أما اعتمادها على الامتحان 4% والشهادة 2% فكانتا ضئيلتين. ولعل نفس الأسباب التي جعلت من التلفزيون يعتمد على نفس الطريقة بتفاوت بسيط في نسبة التوظيف خلال الفترة بين

2003-2013، فبالرغم من أننا نتحدث عن توظيف الذكور إلا أن الوساطة كانت أهم طريقة للعمل بالتلفزيون، 13% بالوساطة، 7% بطلب من المؤسسة، 9% على أساس الشهادة، 5% على أساس الامتحان. العكس حصل مع الإناث، إذ جاءت الفترة 2003-2013 في المركز الأول بنسبة 63% استخدمت الوساطة في الوصول إلى المؤسسة التي بدورها وظفتهم بنسبة 51% والقليل منهن 12% وظفن على أساس الشهادة. جاءت الفترة 92-2002 في المركز الثاني عند الإناث بنسبة 24% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالذكور الذين وظفوا خلال هاته الفترة، تفرعت بين التوظيف بالاعتماد على تقنيتين على أساس الشهادة 14% والوساطة 10%.

وخلال السنوات الأخيرة 2014-2019 فقد تضاءلت نسب التوظيف بالتلفزيون لدى كل من الجنسين وهذا بسبب الأزمة التي نددت بها الدولة الجزائرية (سياسة التقشف) على إثر انخفاض أسعار البترول، التي أدخلت الجزائر في فترة ثبوت وجمود على مختلف الأصعدة، إلى جانب القرارات الوزارية حول تجميد بعض المشاريع وبالتالي تجميد التوظيف في مختلف القطاعات. ولعنا نلاحظ أن دخول الإناث إلى التلفزيون لم يكن أبدا عن طريق الامتحان وهذا ما يجعلنا نفسر أن التلفزيون لا ينظر في توظيف الكفاءات والبحث على تقديم صورة محترفة كما أنه مؤسساتيا برز ضعف في اعتماد معايير مهنية في انتقاء الموظفين، ولعل الأمر قد يعود إلى سياسة المؤسسة وحساسية التلفزيون لذلك تكثر فيه المعارف. كما يمكن أن نستنتج أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تتوجه نحو توظيف الإناث أكثر من الذكور باستخدام الوساطة، خاصة في المناصب الإدارية والتحريرية بينما تعتمد على الذكور في الجانب الإنتاجي المتصل أكثر بالأستوديو، أي تستخدم تقنية "الند بالند" وذلك للأهمية التي أصبح يكتسبها قطاع الإعلام ورغبة الشباب في الولوج لهذا القطاع علما أن مختلف القطاعات في الجزائر تعتمد على هذه الطرق في التوظيف الذي باتت ثقافة بارزة يعاني منها المجتمع الجزائري (رئيس تحرير قسم الأخبار، 2018).

كما يمكن تفسير توقف التوظيف خلال السنوات الأخيرة، لاعتماد التلفزيون على ما يطلق عليه بالمتعاونين والمأجورين بالقطعة LES PIGISTES ET LES COLLABORATEURS البعض منهم يملكون مناصب مالية ويشغلون بمؤسسات أخرى، أو تتصل ببعض الأشخاص الفاعلين (كالفنانين والسياسيين) الذين يكونون معروفين ولهم جماهير فيقومون بتقديم برامج استعراضية (كألحان وشباب، سكوب فن...) علما أنها ليست المهنة الوحيدة التي يشغلونها بل هي مهمة زائدة، ولعل هاته الطريقة ورثتها الجزائر عن الاستعمار الفرنسي فخلال كتاباتهم أكد بعض الباحثين الفرنسيين أثناء تشريحهم للمهنة

الصحفية "كبلزك" أن التوظيف في مختلف المؤسسات الإعلامية بفرنسا يعتمد على المتعاونين والمأجورين بالقطعة.* وتجدر الإشارة أن هذا النوع من المتعاونين لا يستمرون بالعمل بل يتوقفون حسب قدرتهم على العطاء، لذلك ابتعدت المؤسسة عن التوظيف والزيادة في عدد عمالها في سنوات 2014-2019. يمكن القول أن التلفزيون اعتمد على طرق مختلفة في التوظيف ونستنتج نشوء مفاضلة في استخدام طرق التوظيف بين الذكور والإناث، فهاته الأخيرة تبقى مميزة لدى المؤسسات وأصحاب قرار التوظيف، ولعل السبب يرجع إلى طبيعة الأنثى وشخصيتها التي تتسم بالتعاون وقبولها بكافة شروط التوظيف، خلافا عن الذكور الذين في أغلبهم يناقشون شروط العمل بالنظر إلى مركزهم الاجتماعي الذي يدفعهم إلى التفكير في العمل بمتطلبات معينة من قبل التلفزيون.

ولقد استبان بأن الطريقة الأكثر استعمالا في التوظيف هي الاعتماد على العلاقات الشخصية في إيجاد المنصب والشهادة في التوظيف حيث يبدي التلفزيون مرونة أكبر في توظيف الإناث. وعلى العموم نلاحظ أن التلفزيون لم يتبع سياسة توظيف واضحة المعالم، بالنظر إلى اختلاف الطرق عبر حقب زمنية مختلفة. كما يظهر أن هناك نوع من الاستقرار في التلفزيون وهذا الاستقرار ينبع من سنوات تواجد صناع الرسائل بالمؤسسة، التي تجيب على ما يطلبه عمالها كتحفيز للبقاء، وهذا أمر تنظيمي لا بد منه لخلق نوع من الاستقرار الذي يعد أمرا مهما في أي مؤسسة.

(6) الإطار المهني:

جدول رقم 23: يكشف عن أسباب تقدم صناع الرسائل للعمل بالتلفزيون.

أنثى		ذكر		الجنس
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الأسباب
53%	29	48%	31	أحب الصحافة والإعلام
13%	7	12%	8	الإعلامي له مكانة في المجتمع
5%	3	3%	2	أحب الشهرة
11%	6	18%	12	موهبة
18%	10	18%	12	الوظيفة الوحيدة التي تحصلت عليها
100%	55	100%	65	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أعرب الجدول أعلاه عن الأسباب التي دفعت صناع الرسائل التلفزيونية للعمل بمجال الإعلام خاصة التلفزيون العمومي، وكان السبب الأكثر اختيارا من قبل المبحوثين هو "أحب الصحافة والإعلام"

* للمزيد من المعلومات ارجع إلى الفصل الثاني، ص.94.

إذ تقاربت النسب عند الإناث 53% و48% لدى الذكور، ولعل تخصص أغلبية المبحوثين في حقل الإعلام والاتصال، وتواجد نسبة معتبرة من تخصصات قريبة يفسر رغبة المبحوثين في ممارسة الإعلام وبالتالي الرغبة ولدت لهم حبا لهاته المهنة. كما لا يمكن أن ننكر إعراب المبحوثين الآتين من تخصصات أخرى عن حبهم يفسر لنا في أن مجال الإعلام يستقطب أشخاصا من تخصصات أخرى لما له من أهمية وتأثير في المجتمع.

وبالرغم من أن نصف المبحوثين أعربوا عن حبهم لمهنة الإعلام إلا أن السبب الذي جاء في المرتبة الثانية قد يظهر تواجد بعض التناقض داخل التلفزيون والذي يثبت نتائج توصلنا لها في الجدول رقم 22 والمتعلقة بطرق التوظيف بالمؤسسة حيث جاء "الوظيفة الوحيدة التي حصلت عليها" في المركز الثاني بنفس النسب لدى الإناث والذكور 18%، فبالنظر إلى أن التلفزيون يستخدم "الواسطة" في إدراج العمال بالمؤسسة وبما أن الأجر الذي تقدمه هو أهم محفز لهم (جدول رقم 15) لذلك نجد أشخاصا يعملون به كمصدر للرزق لا غير.

وجاء في المركز الثالث لدى الذكور 18% أن السبب الذي دفعهم للعمل بالتلفزيون هو "الموهبة" بينما أجابت الإناث بنسبة 13% على أنهن اخترن العمل بالتلفزيون لأن الإعلامي له مكانة في المجتمع. أما المركز الرابع فقد أجاب الذكور بنسبة 12% عن السبب "الإعلامي له مكانة في المجتمع" والإناث بنسبة 11% عن أنهن اخترنها من باب الموهبة، ونلاحظ أن المركز الثالث والرابع جاء بنسب منعكسة لدى كل من الذكور والإناث، فالبعض منهم موهوب وهذا يمكن تفسيره أن صناع الرسائل كانوا يسعون للعمل بالإعلام منذ الصغر، والموهبة تبدأ منذ مرحلة الطفولة وتتطور مع حب المهنة.

كما يمكن تفسير اختيار المبحوثين لسبب "الإعلامي له مكانة في المجتمع" انطلاقا من أهمية موقع هذه المهنة في الدول فهي تعتبر رابع سلطة داخل المجتمعات بما أنها تتوجه إلى جمهور واسع وعريض، الأمر الذي يجعل من صناع الرسائل نجوما انطلاقا من جماهيرية الوسيلة التي يشتغلون بها، نفس الأمر الذي يفسر لنا كذلك اختيار نسبة حتى وإن كانت ضئيلة السبب "أحب الشهرة"، فظهورها يعني هناك رغبة لدى كل عامل بأن يكون مشهورا خاصة وأنا يمكننا تفسير النسبة الضئيلة بالعودة إلى الوظائف التي تتعامل مع الشاشة وتظهر صناع الرسائل للجمهور أبرزها المقدمين والمنشطين.

جدول رقم 24: يكشف عن حوافز العمل بالتلفزيون الجزائري

الجنس		الحوافز			
أنثى	ذكر	نسبة	تكرار		
39%	19	18%	10	الأولياء	الأشخاص
29%	14	24%	13	الأقرباء	
14%	7	2%	1	الأساتذة	
4%	2	18%	10	التخصص والاهتمام بالمهنة	الظروف
10%	5	11%	6	الفرصة	
4%	2	27%	15	ربح المال	
100%	49	100%	55	المجموع	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين الجدول رقم 24 أبرز الحوافز الشخصية والظروف التي دفعت بصناع الرسائل الظاهرين في العينة نحو امتهان الإعلام، فنلاحظ اختلاف بين الجنسين في الدوافع والحوافز، إذ سجلت عند الذكور أعلى نسبة في خانة الظروف في حافز "ربح المال" بنسبة 27% بينما راحت أعلى نسبة عند الإناث 39% لاختيار حافز الأشخاص وهم "الأولياء"، بينما جاء في المركز الثاني لدى كل من الجنسين حافز "الأقرباء" إناثا 29% وذكورا 24%، أما المركز الثالث فقد كان من نصيب تحفيز "الأولياء" عند الذكور 24% و14% "للأساتذة" عند الإناث. كما أجابت هذه الأخيرة بنسبة 10% على أن "الفرصة" كظرف هو سبب دخولهم للتلفزيون بينما 18% من الذكور رشحوا ظرف "التخصص والاهتمام بالمهنة" بينما أجابت نسبة 4% من الإناث عن هذا السبب. و11% من الذكور ذهبوا "الفرصة" التي تحصلوا عليها فاستغلوها وجاء في آخر مرتبة 4% عند الإناث حافز "ربح المال".

ويمكن تفسير نتائج هذا الجدول انطلاقا من الاختلافات بين الذكور والإناث، حيث أن وضع الذكور اجتماعيا يجعلهم الأكثر بحثا عن العمل بغية الحصول على المال الذي يعد الحافز الأول لأي عامل يتقدم إلى أي وظيفة كانت. كما أن الأولياء (الأب والأم) هم المحرك الأساسي لرغبات الإناث، فالأسرة لها دور كبير في تشجيع الأبناء ونصحهم نحو بناء مستقبل زاهر، كما يمكن تفسير ميل الأساتذة لتحفيز الإناث أكثر من الذكور انطلاقا من تفوق عدد الإناث في المقاعد البيداغوجية خاصة في الشعب الأدبية (وهذا ما كشفه الجدول رقم 09) عن الذكور، كما أن الإناث هن الأكثر استماعا للأقرباء المتمثلين في العائلة الكبيرة والأصحاب والمهنيين كذلك، والذكور كذلك يسمعون للأقرباء خاصة الأشخاص المتهنين للإعلام الذين غالبا ما يكونون علاقة جيدة قد تسمح لهم الفرصة في الحصول على منصب عمل بالإعلام.

جدول رقم 25: يفصح عن الطموح المهني لصناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري

أنثى		ذكر		الجنس	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الوسيلة	
0%	0	0%	0	الجريدة	في مجال الإعلام
7%	4	5%	3	الإذاعة	
61%	33	53%	32	التلفزيون	
0%	0	2%	1	الجريدة الإلكترونية	
0%	0	0%	0	الإذاعة الإلكترونية	
15%	8	10%	6	التلفزيون الإلكتروني	
11%	6	20%	12	مؤسسات الإنتاج السمعي البصري	
0%	0	3%	2	حزب والسياسة	في مجال مهني آخر
6%	3	5%	3	تجارة	
0%	0	2%	1	تدريس	
100%	54	100%	60		المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

ينير الجدول أعلاه عن رؤية المبحوثين في وضعهم المهني بعد سنوات من العمل بالتلفزيون، وقد أشاع الجدول رقم 25 إلى وجود مجالين قد يطمح صناع الرسالة العمل فيهما، مجال الإعلام أو مجال مهني آخر، وقد كشفت لنا النتائج أن معظم عمال التلفزيون الذين ظهروا في العينة يرغبون في البقاء للعمل بالتلفزيون إناثا 61% وذكورا 53% وهي نسب عالية فاقت الخمسين بالمئة، ولعل تفسير هذه النسب يروح إلى أن صناع الرسائل يرغبون في الاستقرار حتى بعد 5 سنوات وهذا يفسر عدم طموحهم في تغيير بئرة اهتمامهم لمواكبة التطور وتطوير كفاءاتهم المهنية خاصة أن مجال الإعلام يعرف تغييرات ونقلات نوعية تعبر عن بروز وسائل جديدة التي حاليا لا تجذب انتباه صناع الرسائل. وقد أجاب 20% من الذكور و11% من الإناث عن طموحهم في التنقل للعمل بمؤسسات الإنتاج السمعية البصرية (Boites de productions)، كما حبذت الإناث أن تختار العمل في التلفزيون الإلكتروني بنسبة 15% متفوقة على الذكور بـ 05%، هاته الوسيلة الجديدة التي واكبت تطور الشبكة العنكبوتية باتت تفرض نفسها على الساحة الإعلامية لكنها تحتاج نوعا من التقنية العالية.

وقد عبر الجدول كذلك عن رغبة نسبة 7% من الإناث و5% من الذكور للعمل بالإذاعة وتسجيل هذه النسبة يمكن تفسيره على أن هناك من العمال من يرغب في الاختفاء عن الأضواء وتفضيل الصوت عن الصورة. ليذهب الأمر أبعد من ذلك في أن يرغب المبحوثون التخلي عن المهنة على الإطلاق والتوجه نحو التجارة بنسبة 6% إناثا و5% ذكورا. كما تفرعت رغبات البعض من الذكور 3% منهم من

يريد التحرر ويذهب لممارسة السياسة والدخول في حزب يمكنه من ممارسة نشاطه السياسي، و2% راحت بين العمل في مجال التعليم كأساتذة ومجال الجريدة الإلكترونية، بينما تبقى الصحافة المكتوبة مستعدة من طموح صناعات الرسائل وهذا ما يفسر إمكانية زوال الجريدة المطبوعة في المستقبل، كما أن الإذاعة الإلكترونية لم تحض باهتمام الباحثين لنستنتج أن صناعات الرسائل التلفزيونية يجذبون الصورة والإنتاج السمعي البصري.

في آخر هذا المحور يتساءل الكثير حول التفصيل في معرفة بعض الخصائص لصناعات الرسائل التلفزيونية في حين تكتفي معظم الدراسات بالتركيز على المتغيرات السوسيو-ديمغرافية، فالإجابة ببساطة هو أن أطروحتنا تحاول التعمق في هوية صناعات الرسائل التلفزيونية والطاقت التي يوظفها التلفزيون، وقمنا بالبحث عن أهم المتغيرات الشخصية كونها لسيقة بالفرد العامل والتي من قريب أو من بعيد تكون لها دخل في تكوين الشخصية المهنية والروح العملية للإعلامي الأمر الذي قد يحدث تأثيراً كبيراً في طريقة صناعة المحتوى الإعلامي وأداء صناعات الرسائل التلفزيونية داخل محيط التلفزيون أو خارجه. وعليه يمكن القول أن نتائجنا حاولت الإجابة على السؤال الفرعي الأول.

ثانياً: عرض نتائج مورفولوجيا المؤسسة المتعلق بالتنظيم الفيزيولوجي للتلفزيون:

1)- هيكل المؤسسة (الخصائص البنوية الخارجية والداخلية للمؤسسة):

يعرض هذا الجزء من الأطروحة الجانب التطبيقي المتعلق بالهيكل المؤسساتية والتنظيمية للمؤسسة التلفزيونية، شكلها، هندستها، نوعية تنظيمها، شرعيتها، تفاعلها. وبما أن الخصوصية التي تتحصل عليها المؤسسة التلفزيونية هي قدرتها على الجمع بين هيكليين: الإداري والإنتاجي وهذا الأخير تميزه الأستوديوهات وقاعات التحرير التي لا نجد لها في مؤسسة أخرى (الاقتصادية، السياسية، الثقافية...).

ولعل هاته الجوانب لم يتم دراستها على المستوى العربي من قبل، بالرغم من أهميتها بالنسبة للباحثين في حقل الإعلام ودارسيه، بالإضافة إلى ممتنيه والراغبين الاستثمار به. وعليه حاولنا تشريح العمل بالتلفزيون الجزائري من حيث الشكل كمورفيمات (بنى) مركزين في ذلك على الجوانب الهندسية والشكلية معتمدين الجانب النوعي باستخدام التحليل المورفولوجي، كما اعتمدنا على تكميم بعض المعطيات واستنطاق نسبها عليها تمدنا بنظرة استشرافية حول التنظيم الهيكلي للتلفزيون من جانبه المؤسساتية.

وقد انطلقنا من أفكار المنظر "هنري مانتسبورغ Henry Mintzberg" ومن خلفية المنظر الأمريكي في مجال التنظيمات وهندستها "ريشارد إل دافت Richard L. Daft" الذي حاول لسنوات دراسة السلوك التنظيمي والتصميم التنظيمي (Organization behavior, organization design) وذلك من خلال أبعاد

التصميم التنظيمي (التلفزيوني) التالية:

(أ) - الأبعاد الهيكلية: توفر مواد لوصف الخصائص الداخلية للمؤسسة التي تتجسد في:

1) الشكل: وهو الفضاء الذي ينشط ويتفاعل بداخله العمال، فالتلفزيون يجمع بين ثلاث أشكال مهمة وهي: الأستوديوهات وقاعات التحرير والمكاتب الإدارية (هيكلها التنظيمي).

2) تخصص الوظيفة: وهي درجة تقسيم الأجزاء التنظيمية في وظائف مختلفة، إذا كان تخصص الوظيفة واسع النطاق، فصانع الرسالة التلفزيونية سيؤدي مهامه بشكل بطيء، أما إذا كان تخصص الوظيفة ضيق النطاق فإنهم سيكونون واسعي الأداء.

3) التسلسل الهرمي للسلطة: ويتعلق الأمر بمن يقدم المهام لمن، بالإضافة إلى نوع الهيكل وخصائصه وتصميمه: إيجابياته وسلبياته. ويرتبط التسلسل الهرمي بمعالم السيطرة داخل المؤسسة من قبل مناصب الإشراف العام على المهام (المناصب المفتاحية ذات المسؤولية والمراقبة)، فعندما تضيق مساحات السيطرة فإن التسلسل الهرمي يكون طويلا، وعندما يكون العكس فالتسلسل الهرمي للسلطة يكون أقصر وهذا ما يقرب تفاعل المصالح والأقسام والوظائف من بعضها البعض.

4) المركزية: وتشير إلى المستوى التنظيمي الذي يملك سلطة اتخاذ القرارات، فعندما تكون هذه الأخيرة في أعلى مستوى Top level فإن المؤسسة تنتهج أسلوب المركزية، وعندما يكون في المستوى السفلي Lower level فإنها لامركزية التي تفوض القرارات لمستويات تنظيمية أقل.

5) الاحترافية: والتي ترتبط بطريقة أداء المهام داخل المؤسسة القائمة على الخلفية التعليمية والعلمية والتدريبية للقائمين على إنتاج المحتوى السمعي البصري بالتلفزيون. فترتفع الاحترافية عندما تتوفر رغبة الموظفين في إجراء تدريبات طويلة لشغل وظائف معينة بالتلفزيون، وتكون متوسطة عندما نجد أشخاصا بمستوى تعليمي ضعيف.

6) عدد الموظفين وتوزيعهم: تشير إلى نسب الموظفين وتوزيعهم على مختلف الوظائف والأقسام. تشمل نسب الموظفين Personnel Ratios التوزيع الإداري ونسبة العمال الفنيين والعمال المباشرين (كالمحررين) وغير المباشرين (كالمترجمين والمراسلين). ويتم قياس نسبة الموظفين بقسمة عدد الموظفين الظاهرين في العينة على العدد الإجمالي للموظفين بالمؤسسة.

(ب) - الأبعاد السياقية: تتعلق بالمؤسسة كبنية تنظيمية (حجمها، تكنولوجيتها، محيطها، أهدافها) التي

تشكل وتؤثر في الأبعاد الهيكلية (DAFT, 2010, p. 15):

1) الحجم: يمكن قياس حجم المؤسسة بالنظر إليها ككل أو كجزء من المكونات، كالبناء والقسم. لأن

المنظمات عبارة عن أنظمة اجتماعية يتم قياس حجمها عادة بعدد الموظفين، وتعكس المقاييس الأخرى كمجمل الإنتاج أو إجمالي المدخلات لكنها عامة لا تشير إلى حجم الجزء البشري من النظام.

(2) **التقنية التنظيمية:** تشير إلى الأدوات والتقنيات والإجراءات المستخدمة لتحويل المعلومات الخام إلى رسائل معالجة ليذهب الأمر أبعد من ذلك في التركيز على كيفية إنتاج المؤسسة فعليا للمحتوى السمعي البصري.

(3) **محيط العمل:** ويشمل جميع العناصر المتواجدة داخل المؤسسة البشرية (من أعلى منصب إلى آخر منصب) والمادية (من أبسط مادة إلى أعدها).

(4) **بيئة المؤسسة:** تشمل جميع العناصر الرئيسية الخارجة عن حدود المنظمة: الحكومة، الصناعة، المستهلكون، الاقتصاديون...

(5) **الاستراتيجية التنظيمية:** ترتبط بطموح المؤسسة في تطوير من هيكلها البشري (توفير بيئة عمل مريحة) والمادي (تطوير البنية) لأجل المنافسة والمحافظة على الاستقرار.

(6) **ثقافة المنظمة:** وتجمع القيم والمعتقدات والتفاهات والمعايير الأساسية التي يتقاسمها الموظفون. قد تتعلق هذه القيم والمعايير الأساسية بالسلوك الأخلاقي أو الالتزام بالموظفين أو الكفاءة أو الخدمة وهي توفر السبب الأوحد لجمع أعضاء المؤسسة مع بعضهم البعض. ولعل ثقافة المؤسسة لا تكتب لكن يمكن ملاحظتها من خلال توارخها، شعاراتها، مراسمها وتصاميم مكاتبها وفضاءها الإنتاجي.

إن كافة هاته الأبعاد السياقية والهيكلية تشكل المورفولوجيا العامة للمؤسسة التلفزيونية، كما أن البعض من تلك الأبعاد قد تكون مترابطة، فعلى سبيل المثال، يميل حجم المؤسسة الكبير والتكنولوجيا الروتينية والبيئة المستقرة إلى إنشاء مؤسسة بالخصائص التالية، شكل كبير، تقسيم في العمل، مركزية.

بالاستناد إلى ما سبق قوله، سوف نشرع مباشرة في تقديم المؤسسة العمومية للتلفزيون وبالتحديد

مديرية الأخبار التي استهدفتها إشكاليتنا:

1.1 تقديم المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري:

هي الشركة الوطنية التي تدير أنشطة التلفزيون من البحث عن المعلومات إلى غاية البث. وهي تسير حاليا شبكة تلفزيونية تحمل 5 قنوات تلفزيونية وطنية وهي الأرضية، كنال ألبيري، الجزائرية الثالثة، قناة الأمازيغية وقناة القرآن الكريم. تعتبر المؤسسة عضوا نشطا في اتحاد إذاعات الدول العربية (EUROVISION and EURORADIO, 2019)، واتحاد البث الأوروبي، كما أن لها حصة مساهمة في قناة يورونيوز بنسبة 0.15 بالمئة (DIA, 2015). وهي منذ 2019/05/26 وفي ظل الحراك الشعبي

والتحولات السياسية التي شهدتها الجزائر خلال هاته الفترة، تحت سلطة المدير العام المعين من قبل رئيس الدولة بالنيابة "عبد القادر بن صالح" السيد "سليم راجحي" (APS, 2019)، الذي خلف السيد "لطفي شريط" المنتهية مهامه بعد شهرين من الصعود على رأس المؤسسة والذي بدوره جاء مكان السيد "توفيق خلادي" الذي ترأس المؤسسة منذ 2012 بعد السيد "عبد القادر العلمي" (وكالة الأنباء الجزائرية، 2019). تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري جهازا إعلاميا مهما على المستوى المغربي والعربي، وهي مؤسسة عمومية رائدة في حقل الإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبت تضطلع بمهمة إنتاج أخبار وحصص توجيهية وإعلامية بالإضافة إلى البرامج الترفيهية والتثقيفية (التي حدد نسبتها قانون السمعي البصري لسنة 2014 ب 60%).

2.1- تحليل نقدي لهيكلية التلفزيون:

قبل التفصيل في هيكلية التلفزيون الجزائري، تجدر الإشارة إلى الوسيلة التي سبقته والتي كان لها صدى إعلامي تاريخي، تعلق الأمر بدخول الإذاعة إلى الجزائر فكان قبل ذلك بوقت طويل نسبيا إبان الحقبة الاستعمارية أي سنة 1929 وكان ذلك أيضا استجابة لحاجيات الأقلية الأوروبية المتواجدة في الجزائر، حيث كانت برامجها ذات صلة وطيدة مع فرنسا، كما أن الهياكل الأساسية التي أنشأت منذ البداية ظلت متواضعة جداً مقارنة مع شساعة الجزائر. فأنشأت بناية الإذاعة ب 8 طوابق وسط العاصمة التي جهزت بمركز إرسال ضعيف الذي امتد في فترة لاحقة 1940 إلى قسنطينة ووهران. إلى أن وضع جهاز أقوى بالعاصمة عام 1942 وعليه امتدت السياسة التوسعية هذه إلى قسنطينة ووهران كما أقيم فيما بعد جهاز إرسال قوته 200 واط بعنابة. إلا أن السياسة الاستعمارية الإعلامية حاولت أن تبقى بعيدة عن الفرد الجزائري وركزت على المستوطنين فقط، لغاية اندلاع حرب التحرير أين ظهر النضال الإعلامي مع "صوت الأحرار" فالتف حوله الشعب الجزائري الأمر الذي جعل منه قوة إعلامية أكثر جماهيرية من إذاعة المحتل. لذلك ذهبت السلطات الاستعمارية إلى ضرورة تمتين قواعدها لغاية مقصودة وهي عزل جبهة التحرير الوطني وتشجيع تسرب قوة ثالثة موازية لها تخدم أغراضها الاستعمارية، ولكن رغم كل ما أقيم حول صوت الأحرار من شبكات تشويش كثيفة ومؤامرات وصلت إلى درجة الانتحال إلا أنها استمرت وكانت دافعا قويا لثورة الجزائرية السياسية والإعلامية على حد سواء لذلك ذهبت جهود المستعمر نحو ضرورة استخدام وسيلة إعلامية أخرى وهي التلفزيون.

- هيكلية المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري:

بما أن هاته المؤسسة تم اعتبارها الناطق الرسمي باسم الدولة الجزائرية، فإنها كانت تتبع أوامر المجلس الأعلى للإعلام ووزارة الثقافة والاتصال، بموجب القانون 100/91 الذي تم من خلاله تحويل المؤسسة الوطنية للتلفزيون إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. والمؤسسة اليوم (2019) تدار من قبل مجلس إدارة وتخضع لمواصفات دفتر المهام الذي يحدد حقوقها وواجباتها النابع من المرسوم الوزاري الصادر في 24 جانفي 1987 المحدد للنظام الداخلي والبناء الهيكلي للمؤسسة الذي عُدل سنة 2009. لذلك فإن المؤسسة عبارة عن وحدة تنظيمية مهيكله وفقا لقانون رسمي ومرسوم وزاري، وفي العموم كانت إجابات المبحوثين حول هذه النقطة كالاتي:

جدول رقم 26: يبرز الوصف الذي يقدمه صناع الرسائل لمؤسستهم التلفزيونية

الجنس		الوصف	
أنثى	ذكر	أنثى	ذكر
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
51%	25	56%	31
12%	6	9%	5
37%	18	35%	19
100%	49	100%	55

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين الجدول رقم 26 التعريف الذي يقدمه عمال مديرية الأخبار ونظرتهم للتلفزيون مؤسساتيا، وقد أجمع كلا الجنسين على أنها عبارة عن وحدة تنظيمية مهيكله بنسبة 56% عند الذكور و51% لدى الإناث اللاتي سجلن نتيجة لافتة عندما عبرن بنسبة 37% عن أن التلفزيون هو مكان للعمل وكسب الرزق، بالرغم من أن الذكور في العموم هم من يرغبون في العمل لكسب المال غير أنهم أجابوا بنسبة 35% عن هذا العنصر الذي سجل نسبا متقاربة بين الجنسين. ولعل تفسير هذا الأمر ينطلق من طبيعة الحياة الاقتصادية التي تشغل بال كل فرد يتخرج من الجامعة ويطمح في الحصول على منصب عمل يساعده على العيش، فالعمل هو مرحلة مهمة في حياة الأشخاص الذين يبنون ويكملون به سائر حياتهم الاجتماعية والاقتصادية.

وتجدر الإشارة أنه بالرغم من أن التلفزيون الجزائري هو أحد مؤسسات الإنتاج السمعي البصري في الجزائر إلا أن عماله عبروا بنسب ضئيلة عن هذا العنصر 12% إناث و56% ذكور، الأمر الذي يجعلنا نستنتج نقص الإنتاج التلفزيوني من قبل المؤسسة العمومية وضعف المواد الإعلامية التي تعود عليها بالربح حتى إن كانت عمومية تمول من قبل الدولة، فكمية المحتوى الذي تنتجه كل سنة تبقى ضئيلة إذ تحتاج إلى صقل وخدمة واعدة خاصة على مستوى النوعية، بالنظر إلى المنافسة الشرسة التي

باتت تشهدها سوق الإعلام، وهذا ما حدث خلال شهر رمضان 2019 أين شهد الإنتاج في الجزائر نقلة نوعية من حيث إنتاج البرامج التلفزيونية والمسلسلات الدرامية.

(أ)- تحليل الهيكل التنظيمي العام الخاص بالمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري:

إن مؤسسة التلفزيون الجزائري تحتوي على تنظيم ضخم وهذا يعود إلى تاريخها العريق، يضم هيكلًا تنظيميًا عامًا يشمل كافة القنوات والبنى التي يشكلها التلفزيون، بالإضافة إلى هيكل فرعية منظمة للمديريات والقنوات الشاغلة. ونلاحظ أن الهيكل التنظيمي العام لم يُحَيَّن منذ سنة 2009 ولم يطرأ عليه أية تغييرات أو إعادة هيكلة منذ 10 سنوات خاصة أن الهيكلة القاعدية قد ورثت من الاستعمار الفرنسي. فرغبة المؤسسة مازالت محدودة تتم عن محاولة إبقاء على الهيكل القديم والاستقرار دون إحداث تعديلات قد تطور من بنية المؤسسة والتي تتدخل من قريب أو من بعيد في تحفيز الموظفين على الشغل بأريحية داخل محطة العمل WorkStation، إذا ما واكبت التطور الحاصل وحاولت السعي لتحسين هويتها التنظيمية وإضفاء الجانب المؤسساتي على هيكلتها. وبالرغم من أن الطابع المؤسساتي (التنظيمي والتقني) الذي دعت له النظرية المؤسساتية حاضر بالتلفزيون العمومي وملتزمه في أدوات وتقنيات ومعاملات المؤسسة (وجود إدارة قائمة وفاعلة) أي الجانب المؤسساتي التنظيمي والتقني، إلا أنه لا يرتقي للمستوى المطلوب إذا ما قورن بهياكل وهيئات أخرى كالـ BCC و TF1. وما يثبت هذه الحقيقة هو تحليلنا الذي سيأتي في الأسطر القليلة اللاحقة.

أولاً- الأبعاد الهيكلية:

(1)- الشكل: تبين أنه هناك هيكل تنظيمي مركزي ينظم التلفزيون،

➤ نوع وشكل الهيكل: رسمي هرمي Pyramid يستخدم تقنية التوزيع عبر مصالحي ومديريات Departmental أي يركز على العام والتجميع Grouping وليس على التخصص والوظيفة.

➤ خصوصيات الهيكل: يحتوي على 31 جذعاً مستقلاً تابعاً إلى المديرية العامة التي توجه كافة خطوط الاتصال من الأعلى إلى الأسفل، وهذا ما يظهر العلاقة الكلاسيكية على الهيكل أو ثقافة الرئيس والمرؤوس بالرغم من أن المؤسسة الإعلامية تتفادى هكذا نوعاً من الإدارات والتنظيمات كونها تختلف عن المؤسسات الأخرى في الإنتاج (صنع المحتوى).

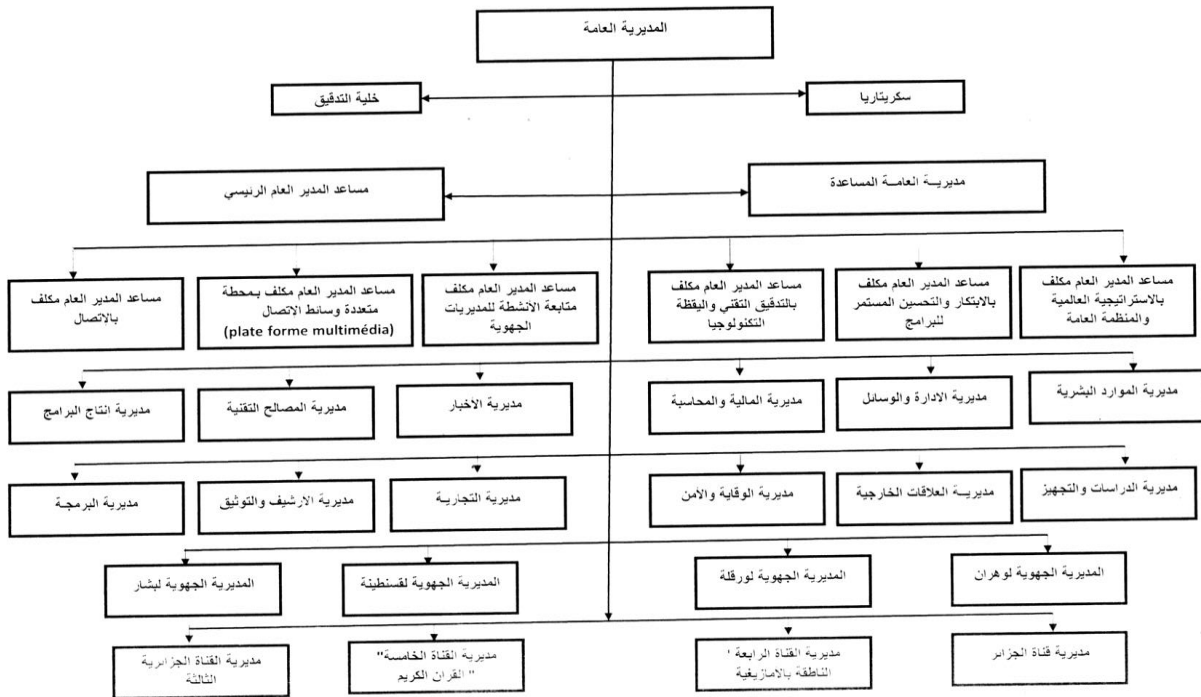
➤ تصميم الهيكل: يشرح الهيكل التنظيمي الخاص أن التلفزيون الجزائري يعتمد على تقنية 2/3/2/1 أي التصميم الهرمي المنفرع ذي المسؤولية المحدودة والسلطة الأوحدي اتخاذ القرار. ونستنتج من الهيكل أن مصممه يقسم المؤسسة إلى شقين على 8 مستويات أفقية: شق علوي يضم المديرية العامة

ومساعدتها وتستنتج أن لهذا الشق السلطة الأقوى بالنظر إلى تموقع "خلية التدقيق" في المركز الثاني مباشرة بعد المدير فهي تسهر على تدقيق المحتوى والمراقبة الإخبارية على كل معلومة يتم بثها. كما أن هذا الشق اقتصر على عناصر تقنية أكثر من أنها مؤسساتية. أما الشق الثاني من التقسيم الهيكلي تجسد في المستوى السفلي الذي يتفرع عنه 20 مديرية مستقلة عن بعضها البعض.

➤ إيجابيات وسلبيات الهيكل: الإيجابي في هذا الهيكل هو قوته من حيث الجمع بين عدد هائل من

شكل رقم 09: الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون 2009



المصدر: وثائق مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

الأقسام والفروع والمصالح، كما أن تطبيقه هو فعلا موجود على أرض الواقع (ملاحظتنا أثناء الدراسة الميدانية). لكن ما يعيب على هذا الهيكل هو عدم أخذه بعين الاعتبار خصوصية المؤسسة الإعلامية التي تحتاج إلى معايير تنظيمية أخرى ترتبط بالفضاء الإنتاجي (الاستوديوهات والبلاتوهات).

(2) - تخصص الوظيفة: هذا الهيكل لم يعتمد في تصميمه على الوظيفة أو التخصص بشكل كبير بقدر ما جاء ليجمع عدة وظائف تحت سلطة أو مصلحة واحدة دون ذكر الوظائف المخولة للشغل تحت كل مصلحة. وبالتالي فإن التخصص في الوظيفة داخل التلفزيون الجزائري يبقى واسع النطاق لذلك نجد صناع الرسائل بطيئين في أداء المهام وهذا ما نستنتجه من سيرورة العملية الاتصالية داخل التلفزيون الأمر الذي ينعكس على إنتاج المحتوى الذي يقدمونه، فإذا كان هناك تداخل في المهام نتيجة المسؤولية

المحدودة لكل وظيفة (عموما يتعلق الأمر باختيار المعلومات وحذفها) بالتالي هذا الأمر سيبطئ في اتخاذ القرارات والعمل باستقلالية أكثر من أن يسرعه فالأخبار التي يصل إيقاعها سريعا تحتاج إلى عجلة سريعة لمواكبتها.

(3) -التسلسل الهرمي: تقدم المديرية العامة بزعامة المدير العام للتلفزيون المهام وتوزعها عبر مختلف المصالح والمديريات وإذا ما لاحظنا الهيكل فإن مساحات الحرية ضيقة جدا والسيطرة جد محكمة وهذا ينم على التسلسل الهرمي الطويل الذي يحد من تفاعل المصالح والأقسام، السبب الذي قد يعطل في أداء المهام ويحد من نطاقها وطموحها.

ومن خلال الأسهم المتجهة إلى الأسفل التي يمكن اعتبارها الخطوط الموجهة للاتصال النازل، فهناك خط واحد للاتصال يبدأ من المديرية العامة ويتجه إلى الأسفل وكل مستوى يخرج عنه خيطان نحو الفروع الأخرى، إذ لا نجد خطأ اتصاليا بين تلك الفروع مما نستنتج أن هذا التسلسل الهرمي من نوع سلطوي في اتجاه واحد في اتخاذ القرارات يفرض احترامه وتتبع التسلسل حسب المصالح والمديريات. فمثلا نجد المديرية الجهوية لقسنطينة تعاني من مشكل الاستقلالية في اتخاذ قرار البث وصناعة المحتوى وكذلك التوظيف، إذ تجد نفسها دائما مجبرة على الرجوع للمديرية والإدارة المركزية المتواجدة على بعد 500 كلم بالعاصمة وبالنظر إلى المسافة المحرزة، فالمحطة أمام تحد الوقت والمكان اللذين يحدان من سرعة إنجاز المهام.

(4) -المركزية: بالرجوع إلى خطوط الاتصال المتواجدة بالهيكل التنظيمي المتوجه من الأعلى إلى الأسفل، فالتلفزيون ينتهج سياسة المستوى الأعلى Top Level في تسيير العمل واتخاذ القرارات وأبعد من ذلك فالمديرية العامة في حد ذاتها تخضع لأوامر السلطة الأعلى منها وهي وزارة الاتصال والحكومة وبعض الوزارات الضاغطة (الدفاع الوطني والمخابرات) وهذا ما نلاحظه عبر كافة المراسيم الصادرة من الحكومة الجزائرية بالجريدة الرسمية التي ترجع دائما "مصطلح بمقتضى" إلى هاته الهيئات في تشريع مواد وإصدار مراسيم وقوانين متعلقة بالإعلام والاتصال.

فأسلوب المركزية الذي يشتغل به التلفزيون الجزائري يدخله في دوامة تعقيدات تنظيمية ومحدودية في العمل بموضوعية في تغطية الأخبار مما يعرقل العمل بأريحية ومرونة، بالرغم من أن العمل الإعلامي يحتاج إلى استقلالية أكثر وحرية في الأداء السبب الذي يدفع نحو الممارسة بمستوى عال واحترافية. وبما أن التلفزيون يصنع العكس فحضور الاحترافية وقياسها يبقى يشهد عدة مطبات ولو بصفة نسبية.

5- الاحترافية: بالنظر إلى نتائج الجدول رقم 07 المتعلق بمستوى صناع الرسائل والجدول رقم 12 المرتبط برغبات الموظفين بالتدريب فإننا نستنتج أن الاحترافية تبقى متوسطة بما أننا سجلنا تواجد نسب معتبرة من الإعلاميين لا يرغبون بتدريبات ومنهم من يفقدون إلى شهادات جامعية.

6- عدد الموظفين: تحتوي مؤسسة التلفزيون الجزائري على 3127 عامل ذكورا وإناثا موزعين على 5 قنوات تلفزيونية تحكمهم إدارة مركزية، وهذا عبارة عن عدد ضخم جدا مقارنة بالعمل المقدم. فصناع الرسائل التلفزيونية يوظفون في التلفزيون وليس في المصالح والقنوات التي يشتغلون بها، الأمر الذي يمكن تفسيره بأنهم عبارة عن موظفين يشتغلون كل مرة في قناة أي غير ثابتين في أداء المهام، والأمر أعمق من ذلك، لعلهم فعلا يكونون ثابتين في الوظيفة لكن ليس في أداء المهام أي ينتقلون للعمل لمصلحة أو قناة معينة عند اللزوم وهو الوضع الأكثر تعرضا أو بصيغة الأمر الذي يحدث دائما، خاصة أنه منذ 2014 توقف التلفزيون عن التوظيف. ويمكن استنتاج بعد كافة هذه المعطيات أن التلفزيون لا يملك القدرة على وضع خريطة طريق تنظم العمل بصفة محترفة وشفافة، فتوزيع العمال يشهد خطأ كبيرا وهذا يعود إلى سوء استخدام الهيكل التنظيمي والخطأ في تطبيق التسلسل الوظيفي بالإضافة إلى فقدان الرغبة في إصلاح الوضع.

ثانيا - الأبعاد السياقية:

1) الحجم إن عمر المؤسسة يفوق 62 سنة وعدد عمالها وهيكلتها الداخلية والخارجية كبيرة جدا، بذلك فحجمها ضخم. لذلك فإننا ننظر لها كهيئة كلية وكتنظيم به مديريات وأقسام بها فروع وأجزاء ومصالح.

2) التقنية التنظيمية: تبرز التقنية التنظيمية في جانب واحد فقط وهي التقنية الإدارية في التنظيم فهي تطبق كافة الإجراءات الإدارية البيروقراطية المعروفة (توزيع المهام، التسلسل الهرمي، الحضور، السلطة، المسؤولية، الغيابات، العقوبات...)، بينما الجانب الأهم المتعلق بالإنتاج فلا نجد له أية تقنية تنظيمية تؤسس وتنظم لعمل الأستوديوهات والبلاطوهات.

3) محيط العمل: يضم التلفزيون مجموعة من المناصب المتعددة والمختلفة منها التي تجمع مهامها متشابهة ومنها ما تجمع مهامها مختلفة وهذا ما كشفه الجدول رقم 18 كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة.

4) بيئة العمل: مؤسسة التلفزيون الجزائري موضوعا تحت إشراف وزارة الاتصال مع الشخصية القانونية والاستقلال المالي، وكانت هي المشغل الوحيد لخدمة التلفزيون في الجزائر حتى سنة 2014 أين تم

إعطاء الإذن من الدولة بفتح قنوات خاصة بموجب قانون خاص بالسمعي البصري وهو الأول من نوعه. فأولوية المدير التنفيذي العليا تتمثل في التأكد من تصميم المنظمة بشكل صحيح. فكبار المديرين لديهم العديد من المسؤوليات، ولكن واحدة من أكثر من غيرها المهم هو التأكد من أن المنظمة مصممة بشكل صحيح. يقوم التصميم بتنظيم وتركيز عمل الأشخاص وتشكيل استجاباتهم للجمهور. ينظر المديرون في كل من الأبعاد الهيكلية والسياقية وكذلك التأكد من عمل الأجزاء المختلفة من المؤسسة بشكل احترافي ومبدع.

جدول رقم 27 (أ): يبين التوزيع الإجمالي لموظفي التلفزيون الجزائري حسب مديريات المؤسسة.

المديرية	العدد الإجمالي للموظفين
مديرية قناة الجزائر CANAL ALGERIE	188
مديرية القناة 1 لرابعة الناطقة بالأمازيغية	87
مديرية القناة الخامسة "القرآن الكريم"	132
مديرية قناة الجزائرية الثالثة	111
مديرية الأخبار	446
المديرية الجهوية لقسطنطينة	132
المديرية الجهوية لوهران	154
المديرية الجهوية لورقلة	113
المديرية الجهوية لبشار	91
مديرية الموارد البشرية	78
مديرية الإدارة والوسائل	221
مديرية المالية والمحاسبة	33
مديرية المصالح التقنية	588
مديرية انتاج البرامج	394
مديرية الدراسات والتجهيز	49
مديرية العلاقات الخارجية	7
مديرية الوقاية والأمن	148
المديرية التجارية	30
مديرية الأرشيف والتوثيق	51
مديرية البرمجة	41
المديرية العامة	19
المديرية العامة للمساعدة	14
المجموع العام	3127

المرجع: المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري (وثائق المؤسسة، انظر الملاحق).

5) الاستراتيجية التنظيمية: يمكن القول أن التلفزيون الجزائري لا يعتمد بصفة واضحة على استراتيجية

تنظيمية واضحة المعالم بسبب ضعف الرغبة في تغيير الهيكل البشري والتنقل للعمل في بيئة أكثر استقلالية ومريحة من الناحية المادية والتنظيمية وهذا نستنتجه من خلال الإبقاء على نفس البنية القديمة الذي تركها الاستعمار الفرنسي. أما إذا ما تعلق الأمر بالمحتوى والمضمون فالأحداث التي شهدتها الجزائر منذ 22 فيفري 2019 دفعت بعمال المؤسسة إلى الخروج عن صمتهم والاحتجاج وضرورة رفع التعقيم والعمل بحرية وموضوعية مهما كانت نوعية الأخبار. وقد حاول صانعو الرسائل التليفزيونية بالمؤسسة تبديل الاستراتيجية في التحرير وعرض كافة الأخبار التي تحدث في الجزائر والتوسيع من مساحات التغطية والربط.

(6) ثقافة المنظمة: إن القيم والتفاهات والمعايير الأساسية التي يتقاسمها حاليا (2019) إعلاميو وصحفيو التليفزيون العمومي هي الخدمة العمومية لدى الدولة والمنصب هو منصب مالي لكسب لقمة العيش. بالعودة إلى عينة دراستنا فيمكننا القول إن بيئة عينتنا تتداخل مع البيئة الكلية أي لا يمكننا الانتقال لعرض محيط عمل عينتنا دون المرور على مجتمع بحثنا ألا وهو التليفزيون، فمديرية الأخبار جزء لا يتجزأ من المؤسسة وهي عصب التليفزيون في تزويده بالأخبار وإنتاجها. وقد قمنا بالتعرض إلى القناة الأرضية والآن سنفصل في القناة التي هي في حد ذاتها مديرية الأخبار.

3.1- مديرية الأخبار:

وهي المحور الأساسي المحرك للأخبار وإنتاجها بالتليفزيون الجزائري، ولعلها هي أولى المصالح التي تم التخطيط لها وإنشائها فهي في نفس الوقت تمثل القناة الأولى أو ما يطلق عليها القناة الأرضية. هذه الأخيرة التي ظهرت في شكل أول شاشة تليفزيون إخبارية بالجزائر وبعدها أصبحت عامة متنوعة ولكن تبقى الخدمة الإخبارية من أبرز مهامها. يهيكل المديرية بناء تنظيمي مستقل كبير (انظر الشكل أسلفه) لأن مديرية الأخبار هي من أكبر المديريات حجما متقدمة في المركز 02 عن القنوات والمديريات الأخرى (ب 446 عامل) بعد مديرية الخدمات التقنية (ب 588).

(أ) -دراسة وتحليل هيكل القناة الأرضية:

أولا -الأبعاد الهيكلية:

(1)-الشكل: تضم القناة أستوديو واحدا رسميا للنشرات الإخبارية مركزيا منفصلا عن إدارة القناة وعن قاعات التحرير التي تتواجد في طابق منفصل تابع لبناية الإذاعة الوطنية. ينظم المديرية والقناة هيكل تنظيمي يحمل الخصائص التالية:

➤ نوع وشكل الهيكل: رسمي ديناميكي يأخذ شكل أفقي Flat في توزيع المصالح والفقرات.

بعين الاعتبار خصوصية المهام المقدمة وطبيعة المهن التي قد تصدر عن كل قسم لذلك فهو ناقص من ناحية تحديد الوظائف والأشخاص القائمين عليها ومن يشرف عليها السبب الذي قد يدخل القناة في الكثير من العقبات أبرزها تلك المتعلقة بالتداخل في المهام. كما أن الهيكل ركز على رئاسة التحرير والمساعدين والمتخصصين ولم يفصل في التخصصات الإعلامية، بالإضافة إلى أنه حدد بعض مجالات التغطية (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية) وحصرها في شكل فقرات بدلا من التوسيع في نطاق التغطية والتخصص في كل مجال، وبالحديث عن التغطية فالهيكل أشار فقط إلى قالب واحد فقط وهو الربورتاج وهذا ما يفسر ضعف القناة في العمل بالقوالب الصحفية الأخرى المعروفة.

(2) -تخصص الوظيفة: يظهر أن الهيكل لم يولي اهتماما كبيرا بالوظائف التي يتطلبها التلفزيون بقدر ما فصل في الأمور التنظيمية العامة التي تهيك المديرية من الناحية الإدارية والتقنية، بالإضافة إلى أنه وضع البرمجة العامة لعمل القناة ولم يشرح من هو أو هم القائمين على تلك البرامج. فمن الناحية العملية فالهيكل خال من أي تقسيم وظيفي يشرح كيفيات وطرق العمل وتموضع كل عامل وفقا لتخصص الوظيفة التي يتولاها، والذي يبقى أداؤه متوسطا يتراوح ما بين البطيء (أثناء أداء المهام الروتينية) والسريع (لحظة تغطية أخبار آنية) لأن التخصص في الوظيفة حسب الهيكل مرة نجده واسعا ومرة أخرى ضيقا.

(3) -التسلسل الهرمي: نستنتج من خلال الهيكل أنه لا يوجد سلطة أعلى من أخرى، بالنظر إلى أن كافة المديرية تابعة المدير العام الذي يشكل السلطة الأعلى داخل المؤسسة. أما عن المديرية الفرعية وعلاقتها بالأقسام فهي تمارس مهامها ضمن نطاق المسؤولية والمتابعة والوقوف على أداء المهام بفعالية. إذ نلاحظ أن التسلسل الهرمي قصير ما بين المصالح لذلك فالتفاعل والتواصل حاضرا وهذا أمر يمكن تفسيره من خلال طبيعة الرسالة وصناعتها وإنتاجها يحتاج إلى ديناميكية بين أعضاء فريق العمل وسرعة في تدفق الاتصال وهذا هو تفسير النقط التي تربط المديرية والمصالح ببعضها البعض، فهي تتم عن مرونة الاتصال بين مختلف العمال. وبالتالي فإنه لا وجود للمركزية في مديرية الأخبار.

(4) -الاحترافية: من خلال نتائج الجدول رقم 07 المتعلق بالمستوى التأهيلي لصناع الرسائل والجدول رقم 12 المرتبط برغبات الموظفين بالتدريب، نستنتج أن الاحترافية تبقى متوسطة بما أننا سجلنا تواجد نسب معتبرة من الإعلاميين لا يرغبون بتدريبات ومنهم من يفتقدون إلى شهادات جامعية.

(5) -عدد الموظفين: تضم المديرية أو القناة الأرضية 446 عاملا من بينهم 262 ذكر و184 أنثى يتوزعون على 9 فروع مختلفة يوضحها الجدول بالأسفل. فكل فروع الهيكل تعمل ضمن مديرية الأخبار المشكلة

للقناة الأرضية، كما تجدر الإشارة أنه قد ينتقل أحد العمال العاملين بأحد هذه الفروع للعمل في مديريات أو قنوات أخرى تابعة للتلفزيون الجزائري إذا اقتضى الأمر ذلك وهذا ما يطلق عليه بتقنية العمل المتعدد الخدمات Multi-service.

ثانيا - الأبعاد السياقية:

يجب الإشارة إلى أن الأبعاد السياقية للقناة الأرضية تتقاسم بعض مؤشراتها مع هيئة التلفزيون العمومي ككل بما أن مديرية الأخبار جزء منه، لكن لا يعزى الأمر أن نعرض بالتحليل بعض المؤشرات: (1) الحجم: يرتبط عمر المديرية بعمر المؤسسة، وبما أن عدد عمالها وهيكلتها الداخلية والخارجية كبيرة، فإن حجمها حتى وإن كانت جزء من المؤسسة ككل فإنه يبقى كبيرا. لذلك فإننا ننظر للمديرية كتنظيم قائم بذاته.

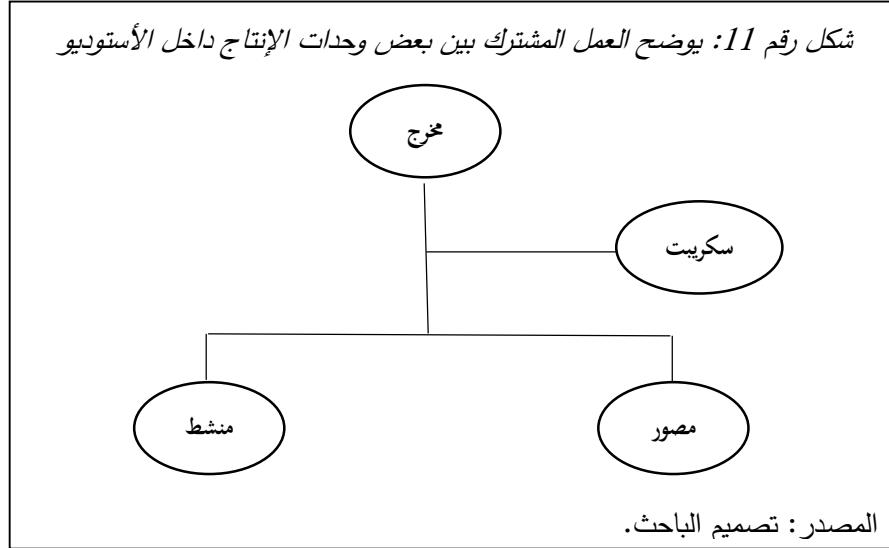
جدول رقم 27 (ب): يرسم توزيع فروع مديرية الأخبار وعددها حسب الجنس

الفرع	ذكر	أنثى	المجموع العام
الفرع الإداري واللوجستيكي	19	11	30
فرع الأرشيف والتوثيق	13	3	16
فرع المحاسبة والمالية	1	1	2
فرع تسير النقل المباشر للتلفزيون	1	0	1
فرع الأخبار	120	151	271
فرع الإعلام الآلي	1	0	1
فرع الإنتاج	11	15	26
الفرع الفني التقني	94	3	97
الفرع التقني	2	0	2
المجموع العام	262	184	446

المرجع: المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري (وثائق المؤسسة، انظر الملاحق).

(2) التقنية التنظيمية: تعتمد المديرية على تقنية التعديلات المشتركة Mutual Adjustment (إعادة التشكيل): ينتج عن التعديل المشترك التنسيق الجيد للعمل داخل الأستوديو وذلك يحدث من خلال إجراء أبسط عملية للاتصال غير الرسمي، بالإضافة إلى مراقبة المحتوى أكثر من مراقبة الأشخاص فالعمل بالأستوديو هو عمل جماعي بالدرجة الأولى يحتاج إلى التواصل والتنظيم الدائم والشكل 11 بالأسفل يشرح ذلك: إذ بضع المنشط سماعه يتلقى من خلالها كافة التوجيهات من المخرج والسكريبت من غرفة التحكم Régie، فكيف نتوقع العمل داخل هكذا محيط من دون توحيد الجهود والاتصال المستمر في كل ثانية.

إذا رجعنا إلى هيكل مديرية الأخبار فإننا نلاحظ التطبيق الواضح لميكانيزم الثلاثي والرباعي فما فوق حسب عدد أعضاء الفريق وحسب حجم البرنامج المقدم كما يوضحه الشكل أعلاه. وهذه الاستراتيجية تقوم على وضع شخصين في حلقة تنظيمية واحدة وذلك لتبسيط عملية الاتصال فيما بينهم وهذا الشيء يسهل من المراقبة المباشرة داخل الأستوديو والشكل بالأسفل يوضح ذلك.

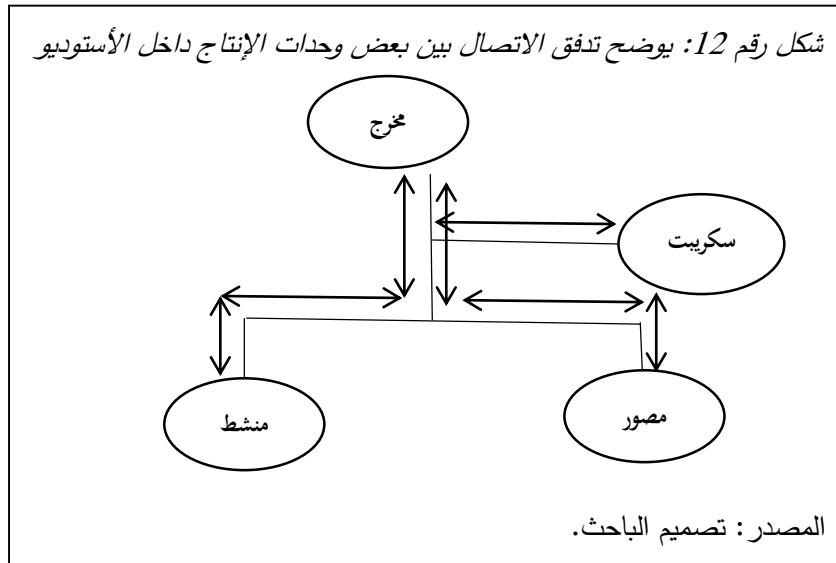


وهذا الميكانيزم يحدث التنسيق بامتلاك فرد واحد مسؤولية التحكم في الصورة والمحتوى (المخرج)، وهذا الفرد يجد نفسه متخذا سلوكا تنظيميا معياريا يحدد نمط الاتصال اللارسمي والعمومي بالرغم من أن التليفزيون العمومي يفرض تدفق الاتصال الرسمي بضوابط معينة، إلا أن المهنة تفرض عكس ذلك. لذلك بات من المهم أن يكون تصميم الموقع المهني لائقا وجذابا وديناميكيا يبعث بالراحة النفسية لدى صناع الرسائل لأن له دورا كبيرا في تشجيع التواصل بين أعضاء البلاطو والأستوديو، فإذا كان التصميم مبدعا وواضحا ومزينا جيدا فهذا قد ينعكس إيجابا على أداء الإعلامي الذي يدفع به نحو إنتاج محتوى محترف وجميل بصريا.

وبالنظر إلى ما وصلت له تكنولوجيا السمع البصري والتصاميم الهندسية الاستعراضية الرائعة أصبحت مهمة على أي عامل بالتليفزيون مواكبة هذا التغيير وتبني هاته الجمالية في الأداء ولعل هذا الشيء يصقل خلال التدريب والتلقين Training and Indoctrination. فأخذ موقع معين داخل الأستوديو يكون بناء على التخصص والرسمية والتكوين والتدريب، فالمؤسسة المفروض عليها أن تضع معايير اختيار صناع الرسائل الأكفاء والجديرين بالمناصب الإنتاجية وهذا ما لم نصل له كنتيجة بالقناة الأرضية فهناك علة بين وحداتها تتعلق بغياب تلك المعايير.

(4) بيئة العمل: مؤسسة التليفزيون الجزائري موضوعة تحت إشراف وزارة الاتصال مع الشخصية القانونية

والاستقلال المالي، وكانت هي المشغل الوحيد لخدمة التليفزيون في الجزائر حتى سنة 2014 أين تم إعطاء الإذن من الدولة بفتح قنوات خاصة بموجب قانون خاص بالسمعي البصري وهو الأول من نوعه. (5) الاستراتيجية التنظيمية: تقوم المؤسسة بتطبيق استراتيجية تجميع الوحدات Unit Grouping التنظيمية: تأتي في شكل عناقيد والتي تكون على أساس ماذا سوف يحدث؟ وتجميع الوحدات داخل التليفزيون أسفر على عدة تأثيرات أسهمت في تكوين نظام من الإشراف المشترك على المناصب والوحدات وهذا خلق هيكلًا سلطويًا فرعيًا Substructure (انظر الشكل 12 بالأسفل).



4.1- خلاصة تحليل وتفسير الهيكلية التليفزيون الجزائري:

نستنتج أن التليفزيون العمومي الجزائري هيكلته طويلة عمودية Tall ومديرية الأخبار/القناة الأرضية هيكلتها مستوية Flat أفقية. فالهيكلية العمودية الطويلة تكون سلسلتها السلطوية أكبر وأطول وأعدت خاصة مع تشكل في كل مرة مجموعات صغيرة على كل مستوى هرمي، أما الهيكلية الأفقية فبها مستويات قليلة والتي تكون منبسطة مرنة لكن بها مجموعات تشغيلية إنتاجية عريضة في كل مستوى.

ولقد قام كل من (كارزو ويانوزاس Carzo and Yanouzs) عام 1969 باختبار تجربتهم حول الأداء داخل الهيكلية العمودية الطويلة والهيكلية الأفقية ووجدوا اختلافات كثيرة في أداء العمال، خاصة فيما يتعلق بتدفق المعلومات ما بين المصالح، وتوصلا إلى أن الهيكلية الطويلة يكون بها أسلوب حذر كبير في جمع وبث المعلومات ورقابة شديدة من طرف المسؤولين، في حين الهيكلية الأفقية تسمح بالنقاشات الدائمة والتواصل بمرونة وسرعة في التفاعل، إذ يسجل حضور دائم لسلسلة الاتصال بين الأفراد التي تكون غالبا غير رسمية (MINTZBERG, 1979, p. 136).

إن الهياكل العمودية/المستقيمة بها عدد كبير في المستويات المتفرعة إلى أقسام ومصالح وفروع ووحدات وهذا يشكل عائقًا للمرور المعلوماتي الأفقي ويضيع الكثير من الوقت في أخذ الإذن من المستويات العليا عند كل قرار، ولو ذهبنا عند الهياكل الأفقية فإننا نجد بها أجهزة متطورة في المحادثات ومعاينات مرنة التي تكون حافزا للاستشارة الدائمة والأداء الجمعي ويستغل الوقت في حل الاختلافات وتنسيق الجهود بين صناعات الرسائل.

ولقد سجلت مجموعة من النتائج في دراسة كل من (بورتير ولوال Porter and Lawler 1964) التي جاءت في إطار البحث عن التأثير البيكولوجي للهياكل العمودية والأفقية. ووجدت بأن الهيكل الطويل يخدم أكثر حاجات الأمن لدى الأفراد بما أن المسؤول أو المراقبة دائما موجودة وحاضرة. وآخرون توصلوا إلى أن الرقابة في الهيكل العمودي تكون قريبة جدا ما بين المستويات الأمر الذي يخلق أوضاعا ومواقف محبطة عند الموظف الذي يبحث عن الاستقلالية والتجديد الشخصي. ففي نفس المنحى، تأتي دراسة كل من (إيفانيفيتش ودونلي Ivancevich and Donnelly 1975) حول المكلفين بالبيع ووجدوا أن علامات الرضا الوظيفي تأتي من خلال تطبيق أبعاد الاستقلالية والتجديد الشخصي في العمل لأن هذا الشيء يؤدي إلى التخفيض من التوتر العصبي والضغط والقلق، كما توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الأفراد يؤدون بفعالية أكثر بالهيكل الأفقي العريض أكثر من الهيكل العمودي المتوسط والطويل. (Idem, p.136).

وفي دراسة (بارغر وكومينغز Berger and cummings 1976) حول تأثير الهيكل التنظيمي في أداء العمال وأوضاعهم توصلوا إلى أن مدراء المستوى الأعلى المراقبون هم الأكثر رضاء ورغبة في العمل بالهيكل العمودي أما نظرائهم من المدراء المشتغلين بالمستوى التنفيذي يكونون سعيدين أكثر داخل الهيكل الأفقي. كما يسجل (أرجيس Argyris) "الهياكل الطويلة تزيد من الفروع الثانوية والتتابع والشعور بالاستقلالية والخضوع والوداعة وضعف المقاومة". فمن الواضح أن تكون حرية أكثر بالبناء الأفقي الذي ينقص من التواصل الرسمي القصير بين المدير وأعضاءه الذين يرغبون في تحديد نجاحهم أو فشلهم بأنفسهم من خلال تطوير القدرات إذ تم الحد من حجم الرقابة الممارسة (Ibid, p.138).

يحدث الربط بين الوظائف والمصالح والأقسام عندما يكون العمل في نفس الوقت: أفقيا متخصصا، معقدا ومستقلا أكثر. فإذا لم يكن العمل أفقيا متخصصا ومستقلا بالتالي يكون التنسيق المقرب غير ضروري وصعبا، كما أن الربط بين الوحدات يظل صعب التطبيق. أما إذا كان العمل ليس معقدا، فضرورة التنسيق يتوصل إليها على الموسع من خلال الإشراف المباشر أو العمل بمعيارية (أي يمكن

تنظيم العمل المعقد من خلال تبني مستوى نوعي وممتاز من المهارات ومقاييس الكفاءات). ومن بين المواضيع المعقدة المتخصصة في العمل التليفزيوني نجد موضوع الاحترافية، الذي يطرح دائما حول إيجاد العلاقة بين الاحترافية (كالانفتاح على التدريب) واستعمال أجهزة رابطة بين الوظائف بالمحافظة على نفس الأداء (Ibid, p. 178).

إذ نجد نوعين من الاحترافية في التليفزيون: الأولى احترافية في الوظائف واستقلالية الأفراد والثانية تدور حول إمكانية العمل في شكل فريق متناسق وهنا يلعب تصميم الاستوديوهات دورا كبيرا في المساعدة على التواصل كما أنه كلما كانت قاعات التحرير مفتوحة وقريبة من الاستوديوهات كلما سهل الأمر على المعالجة من مختلف الجوانب الفنية والتحريرية والإبداعية أين تتحد رؤى المحرر والمصور والمخرج والقائم بالمونتاج.

وفيما يتعلق بعوامل العمر والحجم كعناصر من الكونتاجنسيا Contingency factors (ولا يقصد بها نظرية الطوارئ بل نظرية الفرق أو العمل في فرقة والاعتماد على شيء أو على كافة أعضاء الفريق في إنجاز العمل)، فإنه يمكن القول بأن الهياكل الجديدة الديناميكية لا تظهر قابلة للتغيير باستمرار أو الظهور كنماذج خطية Linear patterns، بل تظهر أكثر دقة وضبطا في وصف التغيير والنماذج بما أنها تمر بانتقالات مختلفة وتشهد التغييرات الأساسية بما أنها تضمن تقييم وتنسيق عملها.

فالمحيط الديناميكي يخلق هيكلا منظما جيدا، بينما المحيط المستقر فإنه يؤدي نحو البيروقراطية وهذا الطرح يلفت الانتباه حول عدم تجانس طبيعة العلاقات-أي أن الظروف الديناميكية لديها تأثير في الهيكل أكثر من الظروف الثابتة والساكنة (Ibid, p. 272). وبالرجوع إلى عينة دراستنا فإننا يمكننا من خلال ما سبق استنتاج النتائج التالية وقد حاولنا صياغتها في شكل مبادئ:

- التركيز على الأخبار الرياضية فالمؤسسة توفر أقساما ورئاسات تحرير بكثرة تسهر على حسن سيرها.
- شمولية في توزيع المصالح وإغفال لتخصصات متعددة متعلقة بتسيير الاستوديوهات والبلاتوهات وصناع المحتوى.

- التركيز على الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون تحديد مجالات هاته التخصصات والقائمين عليها.

- الاعتماد على الفرق في العمل أي المناوبة. إذ تعمل القناة الأرضية ب 4 فرق تتناوب على إنتاج النشرات والحصص الإخبارية.

- التركيز على رئاسة التحرير (ر. ت) أكثر من سبل وطرق التحرير في حد ذاتها.

- هيكل يحتاج إلى التفصيل في الوظائف والمهام أكثر والتعمق في ماهية المهنة.
- تضمين لأهم الوظائف (كالإخراج، إدارة البلاتوهات، المدير الفني...) ووضعها خلف أقسام ومصالح فنية وإنتاجية مما قد ينقص من قيمتها وبالتالي فالمديرية العامة قد لا تعطي أهمية لها.
في الأخير يمكن القول أن المؤسسة التي ترغب في الأمن والاستقرار هي الأكثر بعدا عن تبني الهياكل الجديدة الفعالة والمرنة في تبني التغيير وتطوير النشاطات الجديدة وتنسيق التعقيدات المتعددة للاستقلالية والابتعاد عن الاتكالية أو الاعتمادية.

5.1- تحليل للهوية البصرية للتلفزيون الجزائري:

لعل دراسة الهوية البصرية في مجال السمعي البصري ما زال حديثا نسبيا أو لا يأخذ حظه من الدراسة بعد، فمصطلح الهوية البصرية للمؤسسات نجده أكثر في مجال العلاقات العامة ويرتبط بدراسة الاتصال الخارجي وصورة المؤسسة لدى المستهلك. لكن دراستنا للهوية البصرية في السمعي البصري يقترب قليلا من الفكرة السابقة لكنه يختلف في التحليل. ونقصد بالهوية البصرية: دراسة شكل التلفزيون من الناحية الخارجية كبنية قائمة بذاتها، شكلها، حجمها، موقعها، الألوان المستخدمة والرموز التي تعرف بالمؤسسة لدى الجمهور والسكان المحليين. وفي نفس السياق نركز أطروحتنا على هذا العنصر في التحليل، والذي سنبرز من خلاله أهمية الاعتناء بالشكل الخارجي للمؤسسة وتشكيل صور وبناء جذاب يبرز طبيعة عمل التلفزيون ويواكب التكنولوجيا المعاصرة. وفيما يخص المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، يمكننا القول أنها تقع منذ فتحها -من قبل الاستعمار الفرنسي- بنفس المكان أي في قلب العاصمة وسط السكان. والصور الموائية توضح شكل المؤسسة من الخارج.

أولا: المورفولوجيا أو الشكل الخارجي للمؤسسة:

صور توضح التطور المورفولوجي الخارجي للتلفزيون العمومي الجزائري



المصدر: إنقاط الباحث، 25 ديسمبر 2018، التلفزيون الجزائري.

كما أشرنا سابقا هيكل التلفزيون الجزائري يضم بنايات ضخمة يرجع تاريخها إلى الحقبة الاستعمارية ينشط ضمن هيئة الإذاعة والتلفزة

الجزائرية. والصور أعلاه تصف مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري، إذ نلاحظ أن التصميم بسيط وقديم وكلاسيكي، بمجرد الوصول إلى الموقع فإننا نجده مسيجا بأعمدة حديدية (كأنه مدخل لمؤسسة

أمنية أو سجن) بها لافتتان واحدة من البلاستيك باللون الأزرق مكتوبة عليها باللغتين العربية والفرنسية "التلفزة الجزائرية Télévision Algérienne" باللون الأبيض، أما اللافتة الأخرى فهي من الحديد مصبوغة بالأسود بحروف مركبة من اللون الذهبي Forex حاملة لشعار "مؤسسة التلفزة الوطنية Enterprise national de Télévision". وهو مدخل تقليدي يفتر للعصرنة بالرغم من مكانة المؤسسة وطبيعة شغلها الاتصالي الذي يحتاج إلى تصميم مزين يبرز أهمية المؤسسة.

ونجد في مدخل المؤسسة طرفا كبيرا من رجال الحراسة الذين يسهرون على توفير الأمن والاستقرار لما يحيط بالمؤسسة من أخطار. وهناك نظام استقبال محكم استنتجنا منه معالم البيروقراطية وصعوبة في التواصل من ميل ومرونة ومراوغات في الإجابة من ميل آخر وهذا يفسر خوفهم من الإدلاء بأي معلومة تخص المؤسسة أو الانتساب لأي شخص بالمؤسسة. فقبل دخول التلفزيون يجب الحصول على إذن من المديرية العامة (مديرية الموارد البشرية فرع التدريب) يطلق عليه دعه يمر * Laisser passer، وانتظار لساعات طويلة داخل قاعة الاستقبال إذ يجب دائما معرفة شخص ذا منصب عال يسمح لك بالدخول باسمه، غير ذلك يستحيل الدخول.

عموما تحتوي المؤسسة على أربع بنايات: 1 بناء قناة كانل ألجيري Canal ALGERIE الواقعة على يسار مدخل المؤسسة. بعدها نجد 2 بناية التلفزيون الجزائري وعلى الجهة اليمين نجد 3 مبنى



المصدر: إنقاط الباحث، 25 ديسمبر 2018، التلفزيون الجزائري.

الإذاعة ووراءها 4 بناية خاصة بتخزين وإدارة الوثائق والعمليات التقنية. كما نجد بنايات ملحقة تتواجد بحي الكاليتوس خارجة عن العاصمة ببعض الكيلومترات يطلق عليها كاليتوس "1" بها أستوديوهات متنقلة خاصة بالبرامج الاستعراضية وكاليتوس "2" فيها مستودعات وضع الديكورات. كما نجد مقابل المؤسسة مكان يطلق عليه ENG وهو حيز مستقل يتواجد به الفريق التقني بكافة معداتهم من كاميرات وكافة لوازمها وأجهزة الإضاءة وغيرها.

* أنظر للنموذج في الملاحق.

- البيروقراطية في المؤسسة: نلتبس البيروقراطية داخل التلفزيون منذ الوصول إلى البناية، فإمكانية دخول المؤسسة صعب للغاية يتطلب مراحل جد معقدة تحتاج إلى علاقات شخصية ومعرفة عميقة بأشخاص يشتغلون بها. ولعل هذه الطريقة ورثتها المؤسسة من فرنسا الشيء الذي استنتجناه من بعد استطلاعنا للقنوات الفرنسية في بداية مغامرة هذا البحث TF1 و France-Télévision إذ نجد نفس المنهج المتبع عند هاتين المؤسساتيتين لحظة دخولهما، وهذا إن دل عن شيء فإنه يدل على بقاء خلفيات الأداء الفرنسي الإداري البيروقراطي الذي لازلت الجزائر تعاني منه إلى الآن، فالرغبة في تغيير طرق العمل تتطلب تغييرا جذريا في أساليب الشغل وأبعد من ذلك وهو العمل على تغيير عقلية الأفراد قبل كل شيء.

ثانيا: دراسة بناية التلفزيون:

شكل مستطيل مموح يدل على الضخامة يضم 5 طوابق يحتوي كل طابق على أكثر من 20 مكتب مقابل بعضه البعض في شكل مربع مغلق: في الطابق السفلي نجد مطعما كبيرا وأماكن للراحة (الكافتيريا). أما الطابق الأول والثاني فإنه يضم قاعات تحرير مستقلة خاصة بكل من قناة الجزائرية الثالثة، القناة الرابعة والقناة الخامسة. بالإضافة إلى مكاتب رؤساء التحرير وأقسام البرامج والتنشيط. فيما يخص الطابق الثالث لوحده القسم الرياضي يضم أستوديو الأخبار القديم الذي تركته فرنسا والذي تحول إلى مكان لمراقبة البث، كما يضم هذا الطابق مكاتب خاصة بمسؤول القسم الرياضي ومساعديه ومصالح البرمجة الرياضية وتسييرها. وتأتي المديرية والأقسام الإدارية (المالية، تسيير الموارد البشرية، التطوير، الصيانة، الإحصاء...) في الطابق الرابع. وتجدر الإشارة أن هذا الطابق انفرد بالإدارة وكل مديرية أو قسم يضمنان مجموعة من المكاتب فعلى سبيل المثال مديرية الموارد البشرية يتفرع عنها قسم التدريب والتكوين والتوظيف في مكاتب منفصلة. أما الطابق الأخير فهو منفرد للمديرية العامة وهو موقع تواجد المدير العام ومساعديه والسكرتارية العامة بالإضافة إلى خلية التدقيق.

لا شك أن بناية التلفزيون ضخمة وحاملة لتخصصات ومديرية وفروع تسهر على حسن سير المؤسسة إلا أنها هندسيا قديمة تتنافى مع الهندسة الحديثة (المباني الإيكولوجية) التي تبعث بالمعاصرة والتقدم والتطور والشفافية، فهندسة التلفزيون يطغى عليها العمل الإداري الكلاسيكي والإعلامي التقليدي. كما أن طريقة بلاط وبناء وتزين الجدران قديمة من مادة البياجور وبعض التصاميم بمادة الحطب والقليل من الزجاج فهي من بعيد قد تتم عن مؤسسة إدارية وليست إعلامية. فالشيء الوحيد الذي يوضح هوية المؤسسة أو العلامة الدالة على هويتها انحصرت فقط على لافتة Panneau de signalisation حاملة

لطبيعة التلفزيون والعلم الوطني (وطني عمومي) تم وضعهما أثناء استرجاع السيادة على الإذاعة والتلفزيون وبعد إعادة الهيكلة تم تغييرها، فوضع لوغو المؤسسة. أما مديرية الأخبار فهي مستقلة عن التلفزيون، إذ تخصص لها طابق (الثاني) في بناية الإذاعة وهي أقدم بناية في تاريخ الجزائر تركها الاستعمار الفرنسي بعد عدة محاولات لتدميرها قبل رحيلهم.

ثالثا: دراسة لوغو المؤسسة:

تجدر الإشارة أننا سنقوم بتحليل لوغو التلفزيون العمومي الذي هو نفس اللوغو الذي اختارته للتعريف بكل قنواتها: الأرضية، الأمازيغية، القرآن الكريم، الجزائرية الثالثة وكنال الجبيري، تختلف فقط في ترقيم القنوات.

تعطي المؤسسة أهمية كبيرة للوغو فهو يرافق كل أروقتها ومعداتنا وتغطياتها، فمستحيل أن يبث



شعار المؤسسة المتجسد في اللوغو والعلم الوطني من الخارج
المصدر: صورة من موقع التلفزيون الجزائري، شوهد يوم 21 ماي 2019.



لوغو القناة الأرضية
المصدر: صورة من موقع التلفزيون الجزائري، شوهد يوم 21 ماي 2019.

أي محتوى للتلفزيون بدون اللوغو. كما نستنتج غيابا لشعار خاص بها، ولا يوجد عريضة غرافيك Charte graphique تحفظ هوية اللوغو. وجاء هذا الأخير في شكل دائري للدلالة على السلم والسلام والكفاح وهو رمز لهيئة رسمية متفق عليها من طرف السلطة الجزائرية مثل ما هو الحال مع كافة الإدارات الجزائرية (الجيش الشعبي الوطني، البلديات...) وهذا نلاحظه من خلال الأختام الرسمية الوطنية وباقي شعارات الهيئات الجزائرية.

-الشكل: دائري منقسم إلى نصفين نصف سفلي مكتوب عليه اسم الهيئة والنصف الآخر العلوي عبارة عن أغصان للزيتون للدلالة على السلم والأمن والهوية الوطنية.

-خط الكتابة: الخط العربي الأندلسي ولغة الكتابة العربية لإثبات الانتماء للمجتمع العربي الجزائري.

-الألوان: يحتوي على ثلاث ألوان فالأحمر يشير لدم الشهداء الجزائريين والأخضر يجسد التعايش والبناء

أما الأبيض فيروج للسلم. وهي ألوان مستوحاة من العلم الوطني:

ونلاحظ أن الكلمتين تبدآن بنفس الحرف "ت" لذلك كان نصيب اللون الأحمر لكلمة تليفزيون والذي يدل على دم الشهداء الذين دفعوه ثمنا لاسترداد صوت وعين الجزائر من يد الاستعمار.

-ت: باللون الأحمر للدلالة على كلمة تليفزيون وتم استيحائه من كلمة تحرير.

-ج: باللون الأخضر للدلالة على جزائري، وهو لون الطبيعة يرمز لشجرة الزيتون وما تحمله من سلمية والعمل والأصالة وطبع جذور الهوية الجزائرية في البلاد كجذور شجرة الزيتون التي تغرس في أعماق الأرض ولا تموت.

منطقيا لوغو التليفزيون الجزائري هو شعار تاريخي وطني يدل على تاريخ الجزائري وبيّن هوية الوطن. لكنه لم يخضع لتعدّلات منذ الاستقلال، أي لم يتم عصرنته وإضفاء بعض التصاميم الجمالية التي تعبر عن ديناميكية المؤسسة الإعلامية وشفافيتها.

جدول رقم 28: يبرز تقييم صناع الرسائل للواجهة الخارجية للتليفزيون

الجنس		نكر		أنثى	
التمثيل		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
تعبر عن طبيعة عمل المؤسسة		12	22%	9	18%
تعبر عن سياستها		30	55%	25	51%
مجهولة الهوية		13	24%	15	31%
المجموع		55	100%	49	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يفصح الجدول أعلاه عن إدراكات المبحوثين للواجهة الخارجية لمؤسستهم التي تبعث بالهوية البصرية الخارجية عن التليفزيون، وقد اختلفت إجابات العمال في التعبير عن إدراكاتهم حيث يقول 55% من الذكور و51% من الإناث أن المورفولوجية الخارجية للتليفزيون تعبر عن سياسة المؤسسة، الأمر الذي يجعلنا نستنتج إذا ربطنا هذا الجدول بتحليلنا للهوية البصرية في السابق أنه فعلا التليفزيون الجزائري هو عبارة عن مؤسسة عمومية مثل كل مؤسسات الدولة الأخرى تؤدي مهامها في إطار العمل العمومي الروتيني والأداء الإداري البيروقراطي بالنظر إلى تنصيب العلم الجزائري على قمة المؤسسة وهو الرمز الوحيد الذي تضعه كافة مؤسسات الدولة الجزائرية للدلالة عن أن المؤسسة ملك للدولة، وهذا الأمر ليس سلبيا بالعكس فكل المؤسسات الخاصة تفعل نفس الشيء عبر أنحاء العالم، لكن ما يعاب على التليفزيون كمؤسسة ممارسة للاتصال هو اكتفائه برمز واحد فقط للتعريف بهويته وابتعاده عن تصميم هندسة محترفة ملائمة للعمل الإعلامي.

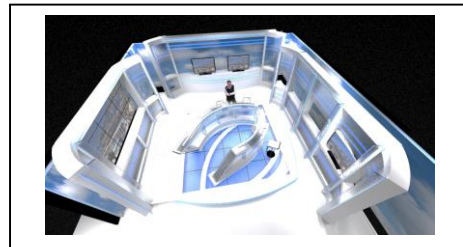
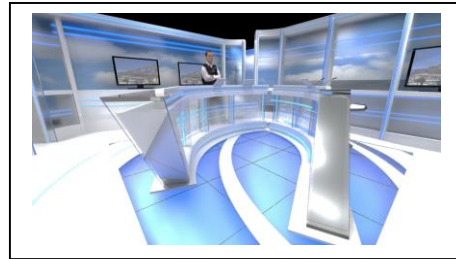
وما يعزز هذا التفسير هو النتيجة التي جاءت في المركز الثاني والثالث من إجابات المبحوثين

حول غياب هوية بصرية خاصة بالتلفزيون الجزائري 31% إناث و24% ذكور التي تبرز طبيعة عمل المؤسسة التي تنفرد بأداء خدمة تختلف عن كافة المؤسسات الأخرى وهو إنتاج المعلومات والمحتوى معتمدة على تقنيات السمعى البصري. فلا يمكن الإنكار أن الإعلام والصحافة لهما مكانة كبيرة في أوساط المجتمعات ومؤسساتها، التي لها تأثير كبير على الحكومات من جهة وعلى الجماهير من جهة أخرى لقدرتها على توصيل الصوت والصورة في لمح البصر، من خلال البث اليومي للأخبار، فهذه الميزة لا تضطلع بها أي مؤسسة أخرى ذات طابع صناعي أو تجاري أو اقتصادي أو اجتماعي/ثقافي أو حتى اتصالي. ونلاحظ أن هناك إجابات محتشمة لدى كلا الجنسين 22% ذكور و18% إناث حول مدى تعبير الهندسة الخارجية للمؤسسة عن طبيعة عملها والذي تجسد في العلم الوطني ولوغو المؤسسة الذي لم يتم تغييره منذ إعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون.

إن الاعتماد على الهندسة المعاصرة القائمة على الواجهات الزجاجية والتصاميم الإبداعية التي تشد انتباه الجمهور تعطي للمؤسسة رهبة وهوية قوية داخل المجتمع. فهذه العناصر هي أحد نقاط قوة المؤسسة الإعلامية بما أنها منظمات وحيدة في العالم التي تضطلع بمهمة الاتصال بكافة قواعدها.

رابعاً: دراسة تصميم أستوديو وبلاتو الأخبار بالتلفزيون الجزائري:

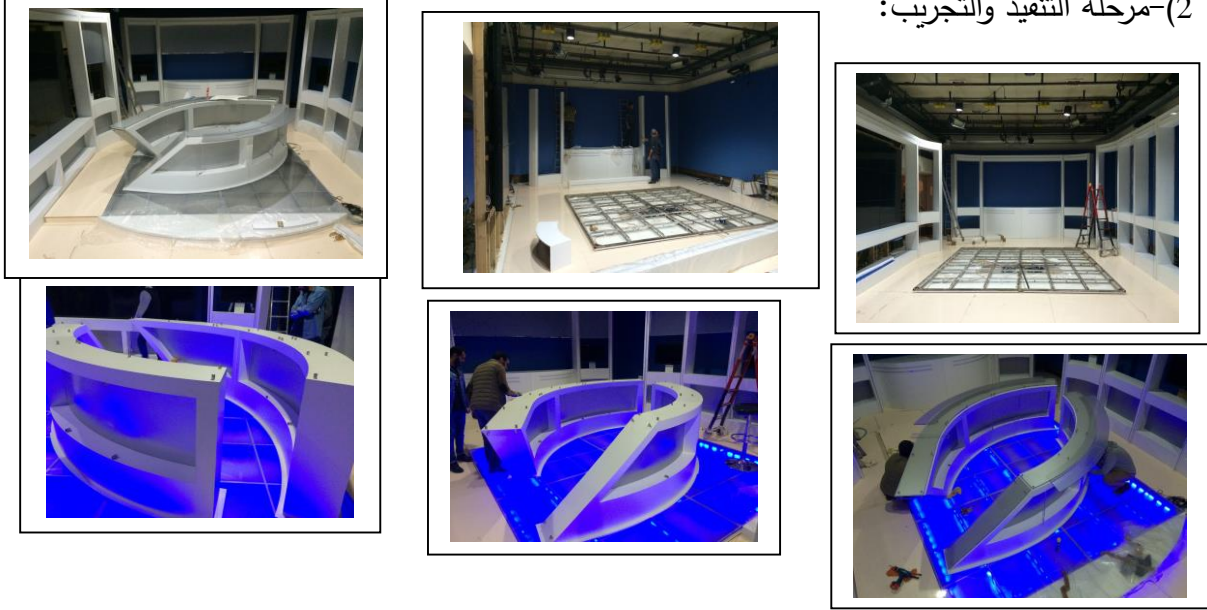
1-مرحلة التحضير والدراسة:



المصدر: وثائق المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

في مرحلة التحضير يتم تكليف مصلحة السينوغرافيا بتصميم مجسم وهندسة أولية للبلاتو، وكما نرى أن بلاطو الأخبار الخاص بالتلفزيون الجزائري تم تحضيره في مجسم ثلاثي الأبعاد Croquis maquette 3D.

(2)-مرحلة التنفيذ والتجريب:



المصدر: وثائق المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري.

في هذه المرحلة يتم تطبيق كافة الأفكار المخطط لها في المساحة المخصصة لتتصيب الديكورات والبلاطوات.

(3)- مرحلة التشغيل والبت:



المصدر: وثائق المؤسسة العمومية

للتلفزيون الجزائري.

البلاطو رقم 02 المستحدث منذ 2019/07/28:



المصدر: موقع التلفزيون الجزائري، فيديو نشره الأخبار.

إن كل عمل فني بالتلفزيون يعتمد على الفن البصري يتكون من مجموعة الأشكال الفنية البصرية، إذ لا يخلو من القيم الجمالية المشكلة للصورة والمشهد التي تحوي أبعاد مختلفة تؤدي أوارا وفقا للموضوع المطروح. لذلك أصبح من المهم دراسة العوامل (القيم) الشكلية في المشهد التلفزيوني الذي يرسمه ويصنعه فريق عمل من مهندسين في الصورة والديكور والإضاءة والإخراج والتحرير. إذ تبدأ عملية الصناعة من تحرير الفكرة في شكل نص مكتوب ثم يستوحي القائم بالديكور والمهندس بتخيل الفضاء ليأتي مهندس الإضاءة ويعمل على إبراز مواطن القوة والجمال وتأكيد الظل والضوء والجو العام للبلاتو وهذا يكون تحت رقابة مدير التصوير بالتنسيق مع المخرج الذي يراقب الوحدات Sequence من غرفة التحكم بمساعدة السكريت. وعليه فإن صناعة الرسالة الإعلامية تقتضي العمل بروح الفريق الواحد إذ يجب على كل عضو من الفريق الوعي بكافة المكونات الشكلية للبلاتو والأستوديوهات، لذلك سنحاول في الآتي تحليل القيم التشكيلية الخاصة بالتلفزيون الجزائري:

1-التكوين Composition:

فالتكوين أولى القيم التي تولى بالدراسة، لأنه يعتبر المجال المكاني الحيوي الذي يصف الوسيط التعبيري لصانع الرسائل التلفزيونية في محدداته البنائية والجمالية للمشهد التلفزيوني كذات فاعلة ومبدعة موصفة حالته الانفعالية، وإحساسه الداخلي وعقلانيته وتجلياته في إبداعه التأليفي الشكلي، وقدرته على بناء هيكل العمل الفني وإحاطته بالضروريات الأساسية من تصميم ومكونات العناصر التأليفية، التي يرى مهندس الديكور ذاته وأنفاسه الإبداعية من خلال توزيع عناصر التكوين، وبنائيتها، وتجانسها، وموازنتها، وحركتها، وانتقالها، الرتيب بحس إيقاعي مدروس في بؤر منظورية أو كتلية متناسقة لونها، وشكلها مع بقية العناصر لعموم التكوين وهدفه، ووحدته العضوية ومدركاته التشكيلية والموضوعية البصرية (أبو راشد، 2000، ص 26).

إن لاحظنا الصور بالأعلى فإننا نجد تكوين بلاتو التلفزيون الجزائري جاء بعد تكلفة قدرت بمئة وعشرين مليون دينار جزائري، وبالرغم من أن هذا الرقم لا يشمل ما نلاحظه في الصور بالأعلى، فتصميم البلاتو بسيط وضيق لا يكلف هكذا رقما وإن كان هذا الأخير قليلا مقارنة بمداخل ورأس مال المؤسسة. فالبلاتو ثابت في أستوديو مثبت Studio fixe على أرضية خاصة فقط بالأخبار.

-الأرضية Le sol: نلاحظ أنها مصنوعة بمادة البلكو بلاتر Placoplâtre والجيرفلاكس Gerflex لأنه مزين ويمكن تنظيفه وتغييره بسهولة، حيث أن أرضيتها وجدرانها عازلة للصوت بمادة الفلين المعالج وهذا لتفادي دخول مؤثرات خارجية قد تلتقطها الميكروفونات والتي قد تحدث تشويشا يزعج عملية الإنتاج.

2- فكرة التصميم Design Idea:

وهي الحصلة الفكرية والثقافية العلمية التي يتمتع بها مصمم الديكور بالتلفزيون، والتي تكون في محصلتها الأفكار الأولية للتصميم المطلوب الخاص بالأسستوديوهات والبلاطوهات بما ينسجم ومضمون المشهد، الذي يعتمد على التصميم الداخلي Interior Design بالدرجة الأولى لإظهاره. فالتصميم الداخلي هو الابتكار والخلق أولاً والإظهار والتنفيذ ثانياً (خنفر، 1983، ص 9).

أ- عناصر التصميم Design Elements : تشمل عناصر التصميم مجموعة من المفردات تحمل قيما فنية تتوافق فيما بينها شكليا لإيصال مفهوم التصميم إلى البعد التشكيلي وحركته وإيقاعه، وماهيته البصرية وتتكون مما يلي:

1- الفراغ Space والكتلة Solid:

يشكل الفراغ في المشهد التلفزيوني الحيز الذي يضم عناصره المختلفة، بما فيها التقنية، إضافة إلى مساحة العمل التي يجول فيها الإنسان (إضاءة، كاميرات، ديكور). لهذا، تعد الكتلة والفراغ، من أهم العناصر الشكلية الرئيسية للمشهد التلفزيوني، لكون حرية مهندس الديكور تعتمد بالمقام الأول على كبر أو صغر مساحة الفراغ المخصص لتنفيذ هذا المشهد ضمن حدوده والعناصر المكونة له. والفراغ والكتلة في تحليل مورفولوجيا التلفزيون يجعلنا ندرس الخصائص المورفومترية للبلاطو والأسستوديو:

- الخصائص المورفومترية لبلاطو أخبار التلفزيون الجزائري:

يكتسح مساحة 8/10 من مساحة كبيرة جدا للمؤسسة وهي عبارة عن مساحة صغيرة جدا لا يمكن للمصمم وضع كافة الآليات المخطط لها، لأن المساحة الضيقة، تحد من يد وخيال مهندس الديكور بشكل كبير، والعكس صحيح أيضا، لأنه لا يمكنه وضع كافة العناصر والمساحات على تصميمه وأحيانا يضطر لإلغائها، وبالتالي سيعتمد على نمط معين من التصاميم، والعزوف عن أنماط أخرى، مما يضعف هذه التصاميم، ويقلل من سمة الإبداع فيها.

فهندسة بلاطو الأخبار مدققة جدا فيما يتعلق بالأرضية وحدود الطول والعرض الأمر الذي يثبت لنا أن علاقة الهندسة بالديكور وتصميم البلاطو وثيقة جدا، لذلك كان التصميم محكما وموجه من قبل السلطات بما أن المؤسسة هي الناطق الرسمي باسم الدولة. غير أن هذا الشيء قد يضعف أحيانا من قوة المشهد التلفزيوني. فهذا الأخير كاللوحه الفنية، يحتاج إلى فراغ يحضن عناصره ضمنه، وأي خلل في نسبة هذا الفراغ، يؤثر على تعبير هذه العناصر. لذلك فإن توفر الفراغ المناسب لاحتضان المشهد التلفزيوني، يزيد من أهمية وجمال عناصره وعلاقتها مع الحيز من حوالها، وهكذا تتشكل علاقة حوار

بين الكتلة والفراغ، بشكل فني مدروس يعزز القيمة الجمالية والتعبيرية لتصميم المشهد. وكل هاته الإيجابيات لا تأخذها القناة الأرضية بعين الاعتبار نظرا إلى أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تمنح مساحات شغل أكثر للعمل الإداري وهذا ما نستنتجه من البنائات المتعددة الطويلة والعريضة التي تحوي مكاتب إدارية كثيرة.

2- الشكل (Shape):

البلاتو رقم 01:

شكل البلاتو بيضاوي منفتح الجزء لتبيين للجمهور بأنها عين على العالم Oeil sur le monde، والبلاتو مستنسخ من حصة Air France التي تبث على France 5 وهذا ما يجعلنا نستنتج أن علاقة التلفزيون الجزائري بالتلفزيون العمومي الفرنسي لصيقة جدا يرجع تاريخها لفترات قديمة جدا. فالتلفزيون الجزائري يحاول تقليد البرامج الفرنسية والعمل بنفس التقنيات والأدوات، وهذا ما نلاحظه في طريقة تصميم الاستوديوهات والبلاتوهات. كما أن اهتمام التلفزيون الفرنسي بالمواضيع والقضايا الجزائرية يتوضح من خلال التغطيات والترتيب للأخبار كلما كانت هناك أحداث في الجزائر، سواء الحديثة أو القديمة. لكن العلاقة بين هاذين التلفزيونين هي علاقة ليست نفعية تميل أكثر إلى السلبية، فأرشيف المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تم بيعه لفرانس 2 خلال الفترة ما بين 1997 و1999 وهذا ما صرح به صحفي أسبق بالتلفزيون العمومي "رؤوف حرز الله" في مقابلة له مع الصحفي "عبد اللالي مزغيش" بثها من على الفايسبوك مباشرة قائلا:

"نصف أرشيف التلفزيون الجزائري سرق بين عامي 1997 و1999 والنصف الآخر بيع إلى قنوات فرنسية 'فرانس 2' وهو أرشيف مهم جدا وولتتمس هذا الشيء من خلال التسريبات خاصة أثناء المرحلة الدموية التي عاشتها الجزائر والتي تم بثها عبر القنوات الفرنسية بدلا من الجزائرية وهذا ما يثبت تحكم النظام الفرنسي الإعلامي في التلفزيون الجزائري ومثال ذلك البرنامج الوثائقي الذي بث في فرانس 2... شاهدت صورا قمت أنا بتصويرها مع مصور التلفزيون الجزائري المعروف 'ميدون'... وهي صور شائكة جدا ارتبطت بالعمليات الإرهابية على مدينة البويرة حينما كانت الحمامة تلف حول الدم وكانت هذه صورة شهيرة وجدناها فجأة بيعت إلى التلفزيون الفرنسي بالرغم من أن التلفزيون لم تكن له نية بيع الأرشيف...". (HARZELLAH, 2019)

من خلال ما قاله الصحفي المصور رؤوف حرز الله نستنتج أن التلفزيون الجزائري كان يملك قاعدة سمعية بصرية ضخمة حول تاريخ الجزائر، ومن خلال خطابه نلاحظ لمح الخيانة من قبل بعض

الأشخاص الذين كانوا يتحكمون بالتلفزيون ولو ربطنا زمانيا الشخص المقصود هو المدير العام حمراوي حبيب شوقي.

البلاطو رقم 02:

لم يكن من المتوقع لدى الجمهور ظهور التلفزيون الجزائري بعد الحراك الاجتماعي الذي قام به الشعب الجزائري بمختلف المستويات، من بينهم عمال التلفزيون العمومي في التتديد بحرية التعبير والرأي، وإسقاط الرقابة المستمرة على المؤسسات العمومية والتدخل في سبل وطرق عملها. وقد أتى هذا الفعل بالإيجاب، فقد تم تغيير العديد من الوجوه التي كانت تحتكر القناة العمومية ومعالم التغيير كذلك نلتمسها في زيادة مدة وزمن الأخبار، تعاقب مذيعين عدة على النشرات، تغيير في حركات وزوايا الكاميرا، صوت الجينغل والأنفوغرافيا الخاصة بها، وأبرز شيء هو تغيير شكل المجسمات الفنية لبلاطو الأخبار. ومثلما نلاحظ في الصور بالأعلى فإن الأشياء التي تغيرت هو شكل المجسم التقديم الذي تحول من شكل عين إلى حرف L وهو الحرف الأول من كلمة Liberté والذي يعني الحرية. كما غير مصممو الديكور لوحات إلكترونية كبيرة كخلفيات مصاحبة.

وقد تظهر صورته بالنسبة للجمهور جديدة لكن لدى المتخصصين في الإعلام والاتصال والهندسة لم نلاحظ أي لمسة إبداعية في ظل المساحة الضيقة التي وضعت فيه ونقص الإضاءة والعناصر الشكلية المصاحبة للديكور (الملاص، الخامات، اللون).

3- الأنفوغرافيا:

إن الأنفوغرافيا من بين التخصصات الحديثة التي دخلت مجال السمعي البصري التي تضفي على المشهد رونقا جماليا مبهرا وتضيف على المضمون قيمة تفسيرية واضحة. وينقسم إلى جزئين فهو من جهة: مجموعة الخطوط (Line) والنقاط (Dots) التي تستخدم للتعبير عن فكرة محددة، أو الإشارة إلى مدلول ما، فهي من أقوى وأهم العناصر المستخدمة في خلفيات المشاهد التلفزيونية التي تقود العين إلى عنصر معين أو مفردة مقصودة، كما يمكن أن تستخدم في خلق جو من التناغم فيما بينها ومع العناصر المحيطة بها كذلك. كما يساهم غمق أو سماكة الخط في إنتاج تصاميم جديدة ومتنوعة، وبالطبع لكل تصميم من هذه التصاميم تأثيرات مختلفة في الفرد. ونلاحظ أن التلفزيون الجزائري يعتمد منذ زمن طويل على نفس الخطوط والنقاط وهي بسيطة جدا مقارنة بما توصل إليه علم الأنفوغرافيا من خطوط بتقنيات ثلاثية ورباعية الأبعاد. فهي ليست غمقة وليست سمكة تستخدم بطريقة غير هادفة وهذا نستنتجه من خلال استخدامها في كل المواضيع وبنفس الطريقة.

ومن جهة تجمع الأنفوغرافيا الرموز (Symbols) والعناصر (Elements) وهي أهم الأدوات التي يستخدمها مهندس الديكور في تصميم المشهد، وإذا كان هذا الأخير محدودا من حيث الكتلة والفراغ داخل بلاتو الأخبار الخاص بالتلفزيون الجزائري، فإنه توجب إحياء المساحة المخصصة للبلاتو وإبراز الفكرة والهدف، لترجمة النص المكتوب "السيناريو" إلى مشهد بصري، اقتصر الأمر في الاعتماد فقط على:

- صور ثابتة في شاشات إلكترونية Incrustation: des images fixe

- غياب للديكور واعتماد شاشات LED عريضة كخلفية للبلاتو.

وبالطبع إدخال هذه الرموز والعناصر القليلة لا يحقق الواقعية في مشهد تلفزيوني يجسد ملامح الدولة الجزائرية، فأحيانا يجد المتلقي الجزائري صعوبة كبيرة في تخيل ملامح النشرة وإدراكها. لذلك أصبح لابد على مهندس الديكور استخدام مجموعة من المفردات البصرية والرموز النابعة من المجتمع الجزائري المعاصر، بما يخدم المشهد ويعمل على تجسيده بالشكل المطلوب (مثلا اعتماد زخرفة إسلامية وكتابة العربية مما يؤكد للمشاهد بصريا أن الدولة عربية مسلمة).

3-المضمون (Content):

كما هو معلوم أن صناعة الصورة يقوم بناء على فكرة تشكيلية واضحة يعبر عنها المصمم من خلال تصاميمه الفنية، حيث تتفاعل جميع محددات ومبادئه وغاياته والمدرجات الوصفية للتكوين، مما ينتج عنه فكرة واضحة المعالم، تتحدد بشخصية وموهبة وعلم المصمم. فالتصميم ينم على الفكرة التي أراد المصمم التشكيلي إيصالها للمشاهدين، كما يعبر عن أيديولوجيته التصميمية والفكرية. فالعمل الفني بدون مضمون لا قيمة له، لأنه كالرسالة بدون محتوى (الفران ومعاد، 2009، ص.636).

وبالرجوع إلى تقييمنا لبلاتو الأخبار الوحيد التابع للتلفزيون الجزائري، يعبر مصممو الديكور عن استحالة تطبيق أفكارهم الإبداعية بالنظر إلى ضعف التمويل والاستثمار في جانب الديكور والاستعراض، خاصة منذ 2010، وهي السنة التي باشرت فيها الدولة بالتقشف والكبح على المؤسسات العمومية. ويرفض التلفزيون إضافة مديرية فنية مستقلة Direction artistique، كما يرفض تغيير موقع التلفزيون لذلك المساحة تبقى ضيقة، وبالتالي يعجز صناع الرسائل العاملين بقسم السينوغرافيا عن إضافة مورفيمات فنية حتى وإن حدث الأمر فشكل وبلاتو الأخبار كان ممنوع تغييره أو إضافة عناصر جديدة عليه دون ترخيص من المدير العام ووزارة الاتصال. وهذا الكبح يروح إلى أبعد من ذلك، إذ يتقاضي مدير التصوير ومسؤول الإضاءة المزج بين الألوان التالية:

-الأحمر والأزرق بغية الابتعاد عن أي شيء يدل على بلد المستعمر وهو فرنسا الأخضر: ليبيا والخطوط البيضاء والأزرق إسرائيل.

4-اللون (Color) :

يقسم علم الألوان إلى قسمين أساسيين، قسم فيزيائي يمكن قياسه. وقسم نفسي تتحكم به النفس والشعور. وبين هذين القسمين يقع القسم الفسيولوجي (علم يدرس العلاقة بين السلوك والأعضاء) الذي يدرس أثر النور والألوان على حاسة الرؤية (دملخي، 1999، ص.7). وعليه فإننا سوف نقوم بدراسة القسم الفيزيائي وإسقاط القسم الثاني من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية.

-اللون الطاعي: الأزرق الفاتح Blue Ciel Pastel والأزرق الغامق واللون الأبيض وهي ألوان باردة. وهذا ما يجعلنا نستنتج أن النشرات الإخبارية بالتليفزيون العمومي تركز على الأخبار الباردة خاصة تلك المتعلقة بالتنمية.

إذا ما لاحظنا صور البلاطو بالأعلى فإننا نرى طغيان الألوان الخافتة من أبيض وأزرق وظهورها كألوان باردة Couleur froide والتي توحى بالهدوء والصفاء والنقاوة، تصاحبها أحيانا مؤثرات الإضاءة الصاخبة التي تحدث آثار الإصرار، كما أن الظلال المصاحب للون الأزرق يضيف شيئاً سلبياً على العين يدل على الغموض في بعض الأحيان لذلك استخدامه سلبياً. فالأزرق يستخدمه التليفزيون الجزائري أثناء بثه للأخبار التنموية وهذا للدلالة على الثبوت النفسي.

-البعد الفني لألوان البلاطو: ألوان مائية Aquarelle للدلالة على الشفافية والنقاوة والصفاء. ولإدراك الأبعاد الكامنة في اللون بما فيها الفيزيائية والفسيولوجية، يجب تركيز شكل الديكور لما له من تأثير فسيولوجي بالدرجة الأولى عند مصممه والمتفاعلين بداخله ومعه. فاللون يضيف على الأشكال المصممة للبلاتوهات رونقا جمالياً ويعطيها معنى معبراً. ومن جهة أخرى، يلعب اللون دوراً هاماً في التأثير النفسي على صانع الرسالة التليفزيونية من حيث الشعور بالحرارة والبرودة فاللون الأزرق يضيف شعوراً بالبرودة، وعلى العكس من ذلك اللون الأحمر الذي يشعر بالدفء والحرارة.

إضافة إلى ذلك، يستخدم اللون في الخداع البصري فعلى سبيل المثال: طلاء جدار حائط بلاطو أخبار بلون فاتح كالأبيض يحقق الشعور باتساع المكان، وعند طلائها بلون قاتم كالأسود يوحي بشعور بضيق المكان (غالبا ما تبعث بشعور الخوف والغرابية)، مع أن المساحة والمكان واحد في كلي الحالتين. لذلك يتطلب استخدام اللون في المشهد التليفزيوني دراسة معمقة ومتأنية من قبل مهندس الديكور، عند اختياره له، لأن الاختيار الموفق له، واستخدامه بشكل سليم في تصميم ديكور برنامج ما. فالاستخدام

الإيجابي للون ينجح في توصيل الفكرة مباشرة بينما إذا كان الاستعمال سلبيًا فيصعب على المتلقي ترجمة اللون مع الإضاءة والشكل، فاختيار مجموعة ألوان غير موفقة لبرنامج اجتماعي، فهو يؤدي إلى تشتت الرؤية لدى المشاهد، ويشوش على الفكرة أو الهدف العام لهذا المشهد.

5- الإضاءة (Lightening):

يعتمد تصميم البلاط، بشكل أساسي، على الإضاءة. فهي أحد العناصر الرئيسية التي لا يمكن الاستغناء عنها لإظهار عناصر أي مشهد تليفزيوني كما أن التضاد بين الضوء والظل هما أحد أهم وسائل تكوين المشهد (إيتين، 1998، ص.71). على العموم يمكن إبراز تفاصيل المشهد التليفزيوني والتأكيد على الأجواء المختلفة (منزل، مقهى، ليل، نهار) من خلال الإضاءة، التي تلعب دورًا هامًا في إظهار الحالة المعنوية والنفسية والانطباعية للمشهد التليفزيوني (بين الهدوء والحركة والنشاط والسكين). ونستنتج أن بلاطو الأخبار للتليفزيون الجزائري يعتمد على إضاءة أحادية، موجهة، قليلة الإشعاع بالنظر إلى ضعف البنية التحتية والمساحة الضيقة. فالإضاءة الموجهة تكون حزماتها حادة وتظهر ظلالًا شديدة، ويستخدم هكذا نوع من الإضاءة لتسليطه على مناطق محددة وأبرزها مذيع النشرة وهذا ما نلاحظه في أستوديو الأخبار بالأعلى.

كما يستخدم بشكل أساسي الإضاءة الرئيسية لتوزيعها على المشهد بشكل عام، كما يخصص إضاءة خاصة موجهة نحو مقدم الأخبار لأنه العنصر البارز في النشرة، لأنه قل ما يتم استضافة ضيوف في النشرة. كما نلاحظ أن هناك نقصًا في الإضاءة الملونة مما ينقص من عمليات التشكيل الفني في خلفية البلاطو.

6- التقنية (The technique):

هي حصيلة الخبرات والموهبة والتي يتمتع بها المصمم ويساعد الحرفيون والمهندسون والمنفذون للعمل، من خلال تجاربه وما تعلمه وما مارسه في المجال التشكيلي التصميمي خلال حياته، وتبرز أهمية هذا الجانب من خلال التميز الذي نلاحظه في تنفيذ التصاميم الفنية بين مصمم وآخر. غير أن التليفزيون الجزائري يعتمد على المتعاملين Sous-Traitant حيث أن مسؤول الأستوديو أو البلاطو يلتجئ إلى مؤسسات الإنتاج السمعي البصري الخاصة من أجل المساعدة في التصميم، وهذا يثبت ضعف المؤسسة في توظيف كفاءات ضمن هذا المجال، بالرغم من التأثيرات والأهمية التي يحملها في مجال التليفزيون. فالمتعاملون لا يعرفون أهداف المؤسسة وطبيعة العمل بالتليفزيون ورغبات جمهوره، لذلك فإنه يكون مقيدًا بوثيقة التعامل معه وهذا قد لا يفسح مجال الإبداع في الهندسة والتصميم.

وفي آخر هذا التحليل نستنتج أنه هناك كبحا بنوييا في الإخراج الفني بالتلفزيون العمومي الجزائري، الذي تعيشه قناة الأرضية كذلك وذلك للخلفية المؤسساتية الضيقة التي تعمل بها المؤسسة والتي تحاول تغليب الجانب الإداري على الإعلامي. فهي تتدخل في الجانب التحريري، على سبيل المثال، التعامل مع حركات الكاميرا أثناء بث النشرات الإخبارية يتحكم فيه المدراء ووزير الاتصال بالرغم من عدم إلمامهم بهذا الجانب، يقول مصور النشرة الرئيسية: "يمنع أخذ لقطة عريضة للأستوديو أو القيام بحركات إبهار جمالي خاصة بالجسد... أو أخذ لقطة من الأعلى والأسفل Tilt up tilt down، وهذا الخوف من الالتقاط من فوق يفسر تخوفات التلفزيون من الدولة ووزارة الاتصال في أن يصل الخبر مثلا عن الرئيس في صورة خطيرة بما أن الالتقاط من فوق قد يدل على كبر حجم الخبر...". لذلك التعامل مع الأستوديو يخضع لقوانين جد صارمة تحد من حرية صناع الرسائل في إجراء التعديلات اللازمة سوى العمل بالنماذج الموضوعية مسبقا. كما أن المساحة الضيقة لا تسمح بتأطير الصورة جيدا، فالكاميرات والإضاءة تحتاج إلى مساحة واسعة وتمكن من الالتقاط المحترف والتحرك بحرية أكثر. وهذا ما يفسر لنا الغياب التام للديكورات والأكسيسوارات واقتصار الخلفيات على شاشات عرض إلكترونية صغيرة. وفي نفس السياق نكمل تحقيقاتنا في عرض النتائج التي توصلنا إليها حول وعي العمال بالأستوديوهات وطرق العمل بداخلها يظهر عن الجدول رقم 29 بالأسفل نتائج جلية تتعلق بمدى إلمام صناع الرسائل بالتلفزيون العمومي بالجانب المؤسساتي الذي دعت له النظرية المؤسساتية، ولقد توضح أنا هناك اختلافا في إجابات المبحوثين حول عدد أستوديوهات النشرات الإخبارية وهذا يدل على ضعف الثقافة المؤسساتية والتقنية لدى العمال بالرغم من أن التلفزيون الجزائري به أستوديو واحد وحيد رسمي لتقديم النشرات الإخبارية أكد نصف المبحوثين 55% من الذكور و49% ذلك.

جدول رقم 29: يبرز معرفة صناع الرسائل لعدد الأستوديوهات الخاصة بالنشرات الإخبارية للمؤسسة

العدد	الجنس	
	أنثى	ذكر
1	نسبة 49% تكرار 24	نسبة 55% تكرار 30
2	نسبة 8% تكرار 4	نسبة 2% تكرار 1
3	نسبة 6% تكرار 3	نسبة 18% تكرار 10
4	نسبة 14% تكرار 7	نسبة 4% تكرار 2
5 فأكثر	نسبة 4% تكرار 2	نسبة 7% تكرار 4
لا أدري	نسبة 18% تكرار 9	نسبة 15% تكرار 8
المجموع	100% 49	100% 55

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

كما أن إجابة 18% من الإناث و 15% بـ"لا أدري" شيء ليس مقبولا كليا أما باقي النسب فقد توزعت حول إجابات مختلفة، فمنهم من أجاب بتوفر أستوديو واثنين وثلاث وأربع وخمسة فما أكثر، ولعل هذا يفسر عدم إحاطة عمال مديرية الأخبار بالتلفزيون الجزائري بكافة العناصر التنظيمية والأمور المؤسساتية التي تهيكل محيط عملهم. فبمجرد الإجابة بلا أدري هذا يعطينا تفسيراً قويا على طبيعة العمل العمومي الذي آل إليه التلفزيون الجزائري والشغل في المؤسسات العمومية الجزائرية، فكل موظف يكون مسؤولاً على مهامه فقط ولو بصفة نسبية ولا يهمله معرفة محيط عمله بالكامل بالإضافة إلى اتساع نطاقات التفويضات من عامل لآخر. فإسناد فراغ وظيفة شخص معين يملك منصبا مأجورا عليه ولا يبرز حضوره اليومي، الوضع الذي يجد به العمال الآخرين أنفسهم مجبرين على إتمام وإكمال مهامه دون أي اعتراض من منطلق العمل الجماعي، ولكن هذا الأمر مهينا خاطئ، فالتفاعل داخل أستوديو الأخبار يحتاج حضور كافة الأعضاء علما أن كل منصب تختلف وظيفته عن آخر، لذلك لا توجد ازدواجية في الوظيفة سوى "المساعد" الذي يعوض المسؤول مثلا في التصوير عند غيابه. كل هذه المعايير تجمع بين الجانب التقني والمؤسسي في المنظمات والتي يجب على كل أعضاء الفريق تبنيها للعمل باحترافية وتحقيق الفاعلية في الأداء الذي يمكن تقييمه بسهولة من خلالها.

جدول رقم 30: يبرز تقييم صناع الرسائل لأستوديو الأخبار بالتلفزيون الجزائري

التقييم	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
جيد	15	27%	20	41%
متوسط	35	64%	29	59%
رديء	5	9%	0	0%
المجموع	55	100%	49	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أجمع صناع الرسائل التلفزيونية بمديرية الأخبار أن أستوديو أخبارهم من حيث التصميم والتنظيم يبقى متوسطا من حيث المستوى ذكورا أكثر 64% من الإناث 59% بينما أجابت هذه الأخيرة بنسبة 41% عن خانة جيد والذكور 27% الذي أجابوا كذلك عن أن الأستوديو رديء بنسبة 9% ولم تسجل أية نسبة في هاته الخانة لدى الإناث.

فالحقيقي لو فسرنا هذه النسبة فإننا نجدها تظل تلوح بالضعف التقني الذي يشتغل به بلاتو الأخبار بالتلفزيون الجزائري وضيق مساحته مقارنة بما توصل إليه العلم الهندسي في السمعي البصري. كما أن تعبير الذكور عن هذا الشيء أكثر من الإناث يفسر لنا أن المشرفين عليه هم الذكور وليسوا الإناث

فالعامل داخل الاستوديوهات والبلاتوهات يحتاج أولا وقبل كل شيء إلى تفرغ دائم وبنية فيزيولوجية قوية قادرة على التعامل مع الديكورات والكاميرات والإضاءات. وتجدر الإشارة أن قسم السينوغرافيا بالتلفزيون الجزائري هو الذي يشرف على بلاتوهاته وأستوديوهاته بالنظر إلى غياب مديرية فنية Direction artistique.

فهاته الأخيرة هي التي تسهر على السير الحسن للبلاتوهات وتخلق الصورة والمنظر الطبيعي من خلال عدة أشكال أبرزها الديكور، الذي يعتبر عنصرا هاما من عناصر توصيل المفاهيم وتبسيط البرامج التلفزيونية غير الدرامية، ومنها البرامج الإخبارية والإعلامية والثقافية كبرامج الفئات (المرأة والشباب والأطفال أو العلمية والسياحية والفنية أو الدينية أو المنوعات)، والتي تهدف إلى جذب انتباه المشاهدين، والتأثير فيهم. كما يعاون الديكور في خلق الجو الطبيعي والنفسي لكثير من الأستوديوهات الإخبارية التي تحتاج بتأكيد لتصميم مختلف تضي عليه الواقعية من خلال توفير الخلفيات المميزة Background مطابقة لطبيعة الأخبار وسياسة قنواتها (معوض، 2009، ص.116).

جدول رقم 31: يبرز تقييم صناع الرسائل لديكور أستوديو الأخبار بالتلفزيون الجزائري

الجنس		ذكر		أنثى	
التقييم	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
جيد	13	24%	19	39%	
متوسط	35	64%	30	61%	
رديء	7	13%	0	0%	
المجموع	55	100%	49	100%	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تفسيرا كذلك للجدول السابق يجمع مرة أخرى صناع الرسائل التلفزيونية بمديرية الأخبار أن ديكورات أستوديوهات الأخبار متوسطة التصميم بنسب متقاربة عند كلا الجنسين ذكورا 64% وإناثا 61% بينما أجابت هذه الأخيرة بنسبة 39% عن خانة جيد والذكور 24% الذين أجابوا كذلك عن رداءة الديكور بنسبة 13% ولم تسجل أية نسبة في هاته الخانة لدى الإناث. ونلاحظ أن إجاباتهن محايدة تتوجه نحو الإيجابية، بالرغم من أنهن الأكثر تذوقا للعناصر الهندسية الجمالية الإبداعية التي تجلب انتباه الآخرين، بما أنهن ربات منازل، ففي الواقع والمعروف أن النساء هن من يقمن بتزيين بيوتهن لمعرفتهن بالموضة والجمال وتتاسق الألوان. لكن هذا لا يعني أن الذكور يمثلون العكس فلو رجعنا إلى جداول سابقة من هذه الأطروحة أهمها التي تبرز علاقة المسميات الوظيفية والجنس لوجدنا أن الذكور هم من يشتغلون أكثر بالقسم الفني وبالإشراف على الأستوديوهات داخل التلفزيون العمومي، وهذا يفسر وجود نسب من الرجال

من يتذوقون الموضة كذلك ويرغبون في تطبيق أفكارهم الإبداعية. ويبقى عنصر الديكور كأحد العناصر أو المورفيمات ضمن مورفولوجيا المؤسسات التليفزيونية أحد أهم المواد التي تكون الصورة وتكملها لذلك أصبح من المهم في عصرنا الحالي التركيز على الاستثمار والتكوين في مجال الديكور وهيكلة قاعات تحرير التليفزيون.

جدول رقم 32: يبرز تقييم صناع الرسائل لتصميم قاعات تحرير القناة الأرضية

التقييم	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
جيدة	11	20%	7	14%
متوسطة	35	64%	32	65%
رديئة	9	16%	10	20%
المجموع	55	100%	49	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أوضح لنا الجدول رقم 32 أن قاعات التحرير بالقناة الأرضية متوسطة التصميم معبرين الإناث بنسبة 64% والذكور بنسبة 61% بينما أجاب 20% من الذكور بالتصميم الجيد وأجابت الإناث بنفس النسبة على أنه تصميم رديء في حين عبر الذكور عن الرداءة بنسبة 16% وأقل نسبة 14% أجابت بها الإناث راحت لخانة التصميم الجيد. ولعل أعلى نسبة تقييم سجلت لدى الإناث يرجع إلى كثرة تواجدهن بقاعات التحرير وحصولهن على وظائف أكثر في التحرير بدلا من الوظائف المرتبطة بالأسستوديوهات التي يحوزها الذكور، وسبق وأن تحدثنا في هذه النقطة في شروحاتنا السابقة.

وتفسير هذه النسب يعود كذلك إلى تموقع قاعات تحرير القناة الأرضية ومديرية الأخبار فهي منفصلة تماما عن بلاتوهات الأخبار، ومتواجدة بطابق الإذاعة الجزائرية ضمن مديرية الأخبار التي في نفس الوقت هي القناة الأرضية، ونلاحظ هذا الخط في التصميم عند التليفزيون الجزائري الأمر الذي يدفع بالعمل روتينيا كل يوم والزيادة من المراقبة كون القاعات لصيقة بالإدارة. لهذا نستنتج أن صناع الرسائل التليفزيونية التابعين إلى الجسم الصحفي والعاملين بالتحرير يعملون ضمن فضاء مغلق بمعزل عن الوحدات الأخرى (الأسستوديوهات والبلاتوهات ومراكز البث والمونتاج....).

وبما أننا تحدثنا فيما سبق عن العناصر المورفولوجية المكونة للمؤسسة التليفزيونية فإن قاعات التحرير كذلك هي أحد الفضاءات الهندسية التي يتم فيها معالجة المعلومات، والأخبار، والأنباء، والذي بات من المهم التركيز على شكلها وهيكلتها، لما لهذا الفضاء من إمكانيات في التأثير على نفسية العامل، فمثلا الفضاء المفتوح يساعد على التفاعل أكثر من الفضاء المغلق الذي قد يسد نفسية الموظف

وبالتالي يفقد التركيز ويمتدح عن الإبداع.

وفي الآتي سوف نقوم بعرض التقرير الذي تحصلنا عليه من الاستمارة حول الهيكلية من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية العاملين بمديرية الأخبار بمساعدة برنامج حاسوبي يبرز نتائج التحليل المورفولوجي الذي حاولنا التحقق عبره من نجاعة نتائج الاستمارة وقياس مدى صدق وثبات أجوبة المبحوثين.

جدول رقم 33 يستنتج خصائص هيكلية التليفزيون العمومي الجزائري وتأثيرها من وجهة نظر صناع الرسائل بمساعدة

برنامج CARMA:

الخاصية	النتيجة	نوع التأثير	المستوى المتأثر	حجمه	الجنس الأكثر تأثرا
بسيطة		سلبي بسلوكي	1	ضعيف	الإناث
معقدة					
هيكل رسمي		إيجابي سلوكي	3-2-1	قوي	الذكور
هيكل لا رسمي					
ثابتة (ساكنة)		متوسط فيزيولوجي	2-1	متوسط	الذكور
ديناميكية (متغيرة باستمرار)					
متطورة		متوسط فيزيولوجي	3-2-1	قوي	الذكور
غير متطورة					
مرتبة (منظمة)		إيجابي مهني	1	متوسط	الإناث
غير مرتبة					
صغيرة (من حيث الشكل)		متوسط فيزيولوجي/اجتماعي	2-3	قوي	الإناث
كبيرة					
ضعيفة (من حيث البنية)		إيجابي مهني	3,2,1	قوي	الذكور
قوية					
قديمة		متوسط ادراكي	3	متوسط	الذكور
جديدة					
اتصال من الأسفل إلى الأعلى		سلبي مهني	3	قوي	الذكور
اتصال من الأعلى إلى الأسفل					
مجمعة (في البناء واحد)		متوسط فيزيولوجي	1,2	قوي	الإناث
منقسمة (في عدة بنايات منفصلة)					
بناء مريح		سلبي بسلوكي	3,2	قوي	الإناث
بناء غير مريح					

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

-مفاتيح الجدول:

الخاصية الأكثر قربا لتجسيد الهيكلية في الواقع	
الخاصية المتوسطة (تمثلها لكن بنسبة معينة)	
الخاصية البعيدة (لا تمثلها)	

-التأثير: تقديره: إيجابي، متوسط، سلبي.

انعكاسه: إدراكي، سلوكي، مهني، بسلوكولوجي، فيزيولوجي، اجتماعي.

المستوى المتأثر: 1-الإداري الاستراتيجي،

2- التحريري المعالج،

3-الإنتاجي المنفذ.

توصلنا من خلال برنامج التحليل المورفولوجي إلى نتائج إيجابية، نجحنا في تحويل البيانات الخام المجمعة من الميدان بمساعدة البرنامج الحاسوبي إلى معلومات تبرز نتائج الهيكلية الحقيقية الخاصة بالتلفزيون العمومي الجزائري. إذ توصلنا إلى ظهور متدفق للون الأزرق (10 مرات) وتساوى كل من اللون الرمادي (6 مرات) واللون الأسود (6 مرات) وهي نتيجة إيجابية من وجهة نظر صاحبي البرنامج الذين يفترضون تغلب اللون الأزرق على الألوان الأخرى يدل على إيجابية النتائج وقربها أكثر نحو تجسيد الواقع، أما باقي النتائج فنقع على عاتق الباحث الذي يقوم بالتحليل الوصفي لنتائج الأبنية المتوصل إليها وصفا. وأول من قام بهذا الشيء هو الأكاديمي "بايلي Bailey" الذي جلب التحليل الوصفي لتطور الأنظمة الاجتماعية في نظرية التطور والانبثاق. وقام بتكملة طروحاته خلال أواخر التسعينيات كل من "ميلر Miller" و"لوهمان Luhmann" و"ميهاتا Mihata" و"باكلي Buckley" (RITCHEY, On a Morphology of theories of Emergence, op.cit, p. 2).

-تحليل الجدول:

يوضح الجدول بالأعلى طبيعة الهيكلية المورفولوجية للتلفزيون الجزائري الذي أسفر عن نتيجة متعددة الأبعاد داخل محيط متعدد الأبعاد multidimensional: وهو المحيط الإنتاجي المتعلق بتوزيع قاعات التحرير والأستوديوهات والبلاطوهات وهو معقد لذلك التفاعلات والتقاومات تتعقد كلما توجهت نحو هذا المحيط، بالإضافة إلى المحيط المكلف بوضع الاستراتيجيات والتخطيطات (المستوى الإداري). وقد قمنا بالتحليل المورفولوجي بمساعدة برنامج (MA/Carma™) السويدي.

يظهر الجدول بالأعلى حقلا مورفولوجيا بخمسة 6 معالم عمودية واثنى وعشرين 22 خاصية وثلاث

3 ألوان، تبرز درجة الخاصية ومستوى واقعيته. وقد خلص الجدول إلى ظهور أنواع متعددة من التأثيرات التي تحدثها نتيجة الخاصية المورفولوجية في صناع الرسائل التلفزيونية والمستويات المتأثرة وحجم التأثير والجنس الأكثر تأثرا بها.

وتوضح أن مورفولوجية التلفزيون الجزائري بها هياكل بسيطة ترتبط بالقنوات الثالثة والرابعة والخامسة، أما الهيكل العام فإنه يقع بين البسيط والمعقد بالرغم من أنه يحمل الجسم الوظيفي العام للمؤسسة ككل بكافة فروعها. وفي نفس السياق، توضح أن هيكل مديرية الأخبار التي تمثل القناة الأرضية في نفس الوقت، معقد (انظر اللون الأزرق) له تأثير نفسي على العاملين وهو تأثير سلبي لأن التعقد يدل على تشعب أحرف الهيكل وهذا التشعب يخلق في نفسية العامل جزءا من الجهد والتعب لأنه يُسير في مورفيمات كثيرة بها مستويات مختلفة ومتداخلة تحتاج إلى الفهم والمتابعة المستمرة في كل وقت وفي كل مكان، وهذا التأثير يخلق تعباً كبيراً لدى الإناث في المستوى الاستراتيجي، لأن هذا الأخير هو عبارة عن إدارة تشغلها أكثر الموظفين النساء المتواجداً في المناصب الإدارية أكثر (إحصائيات المؤسسة لسنة 2018).

وتنظم المؤسسة التلفزيونية الجزائرية، هياكل رسمية سجلنا أن لها تأثير إيجابي في سلوك كل مستوى من مستويات التنظيم، يأخذ المنحى القوي خاصة عند الذكور، فهذا الأخير يظهر الأكثر صرامة وجدية، يميل للعمل في فضاء منظم وصارم، إذ يتفاعل مع المادة الإعلامية أكثر من أمور أخرى (كالزملاء) (حجاب (مخرج بالتلفزيون العمومي)، 2018). وثبت أن التلفزيون لا يعمل بالهياكل غير الرسمية ولا يقبل بتجاوز التسلسل الهرمي بين المصالح والمديريات إلا بالرجوع إلى المستويات الأعلى، أين يمكننا استنتاج ميل التلفزيون لتطبيق تقنية العمل بالمسؤوليات والإشراف المستمر على الوحدات والمحتويات، وهذا ما قد يكبح أحيانا التصرف السريع مع المادة الإعلامية.

لذلك نجده يسعى للمحافظة على ثباته وبيئته عن التغير باستمرار، الأمر الذي يؤثر في صناع الرسائل فيزيولوجيا، والذي يعني ارتباط وتموضع كل فرد داخل المصالح والأقسام وقاعات التحرير والأستوديوهات إذ أنه يشعر بجمود جسدي ومكاني خال من الديناميكية، مما ينعكس على أداءه لحظة إنتاجه للرسالة الإخبارية. وهو تفسير كذلك نتيجة توجه المؤسسة تارة نحو التطور إذا ما تعلق الأمر بالجوانب التكنولوجية وهو أمر حتمي بالنظر إلى التطورات الحاصلة في هذا المجال بالعالم، وتارة أخرى نجدها هندسيا وتنظيميا متوسطة التطور فهي بالأساس تكون أكثر حذرا في التعامل مع التغيير ومواكبة العصرنة الهيكلية، فعملية التحديث والتحيين تطلب منها التفكير جيدا والرجوع دوماً إلى أصحاب القرار

والمسؤولين على التلفزيون (وزارة الاتصال والحكومة).

والجلي كذلك، يتضح أنه إذا كانت المؤسسة تفرض على عمالها احترام التسلسل الهرمي وينظمها هيكل رسمي فمن الطبيعي أن نجد خاصية الترتيب وبصفة مطلقة، فهو (الترتيب) أمر ضروري يساعد على تمرير المعلومات بصفة متسلسلة، لذلك عندما تكون المنظمة مرتبة يكون لها تأثير مهني إيجابي يسهل على المستوى الأعلى توجيه العمال وإدارتهم بصفة جيدة. وتبقى دائما الإناث الأكثر تأثرا بالترتيب والتنظيم لأن طبيعتها تميل غالبا للشغل في مكان مرتب، كما أنها ترغب في خلق محيط مهني يخلو من المشاكل والعقبات قائم على الاحترام والتعاون. فالترتيب يسمح بوضع كل شيء في مكانه وكل مقام في مقاله وسجله الخاص. لكن بالرغم من كل هذا، سجلنا وجود بعضا من الخلط المهني بين المصالح والمديرية بسبب عدم فهم الترتيب (انظر إلى اللون الرمادي الظاهر في الجدول)، وهذا ناجم عن كبر حجم المنظمة (اللون الأزرق) وضعف الكفاءات القادرة على تنظيم المؤسسة وفقا للشروط والتقنيات المتوافقة وخصوصية المؤسسة الإعلامية. لذلك بات من المهم تكوين أفراد في إدارة المؤسسة الإعلامية والابتعاد عن توظيف أفراد ذوي خبرات محدود في الإدارات أو تلقوا تكوينًا نظريًا بأسس إدارية لمؤسسات ليست إعلامية، فإدارة التلفزيون تختلف تماما في الإنتاج عن المؤسسات الأخرى، لأن التوجيهات التنظيمية والإدارية تتعقد في التلفزيونات الكبيرة الحجم والمنقسمة إلى عمارات وبنيات منفصلة عن بعضها البعض (انظر اللون الأزرق في الجدول بالأعلى)، والتي لها تأثير فيزيولوجي على العامل، إذ يجد نفسه دائما مجبرا على التنقل من مكان إلى آخر خاصة وأن التلفزيون الجزائري يضم بنايات متعددة ومنقسمة، وهذا ما يخلق في نفس صناع الرسائل خاصة الإناث إرهاقا جسديا في ظل نقص وسائل النقل السريعة، ونقص وسائل الربط بين الوحدات يرفع من كمية الضغط الاجتماعي، ويدخل الأنثى في مشاكل جسدية (المشي اليومي والصعود في الدرج يتعب الأرجل) فتصبح أقل قدرة على العمل بإتقان وتتوقف عن العمل في الإعلام مبكرا.

يطبق التلفزيون كذلك سياسة البيروقراطية الإدارية أي عملية طلب إمضاء الحضور اليومي قبل الذهاب لمواقع العمل (قاعات التحرير والأستوديوهات)، وهذا ما يجعل الإعلامي مجبرا دوما للمرور بالإدارة وتضييع الوقت. فالنساء عموما يتفاعلن مع زملائهم في الأروقة والمكاتب ونجدهن متجمعات يتحدثن عن حياتهن الشخصية والعائلية ويشكلن مجموعات اتصالية غير رسمية (بدافع الترويح عن النفس ونسيان التعب المهني)، مما قد يخلق العديد من الروتينيات المهنية خاصة في الأداء والمردودية وبما أن التلفزيون من حيث الشكل ليس ضعيفا أي يضم بنايات كثيرة، فلو افترضنا تواجد في كل طابق

تجمعات غير رسمية بالتالي سيضيع الكثير من الزمن ونصل إلى اللاتنظيم الناجم على انفلات الرقابة عن تولد المجموعات الفرعية غير الرسمية.

إن بنية مؤسسة التلفزيون العمومية قوية، من جهة تتحكم في كل المستويات لكن هاته القوة تميل نحو التنظيم الإداري أكثر من التنظيم الإنتاجي، مما قد يخلق خلاا وظيفيا لعدم توفير كفاءات تتحكم بزمام الأمور وتعمل بتقنيات مرنة في التعامل مع التنظيمين وفقا لمقتضيات كل منهما. لذلك سجلنا ضعفا في بعض البنى المرتبطة بالأستوديوهات خاصة مصالح السينوغرافيا والصورة والصوت من حيث تنظيم المهام بها، إذ نلقى العديد من العمال يحوزون على مناصب بها، لكن القليل فقط منهم من يشتغل فعليا ويبدع في التعامل مع المادة الإعلامية شكلا ومضمونا، وبما أن الذكور هم الأكثر تموضعا في هذه المصالح فهم الأكثر تأثرا بهذه الخاصية، خاصة أنهم الأكثر تفويضا لغيرهم في المهام (حماوي مدير الأخبار الرياضية)، (2018). وعليه فالبنية القوية تشترط توفر كفاءات قوية لتحقيق تأثير مهني موجب على كل مستويات المؤسسة.

ولا يتوقف الأمر على هذا فقط فصناع الرسائل يعبرون عن ضعف التجديد وهذا يجعلهم يشتغلون بأساليب ضعيفة بالنظر كذلك إلى قدم بنية المؤسسة، فالمورفولوجيا القديمة ومكان العمل الهش أو غير المتجدد لا يحفز على العمل بإبداع. فالإعلامي يصبح عمله روتينيا كلاسيكيا داخل فضاء كلاسيكي قديم، الأمر الذي يفسر تنقل المجتمعات المتقدمة للعمل في فضاءات متعددة الأبعاد 3D Spaces مفتوحة تشجع على التواصل والتفاعل بطريقة سهلة وسلسة Open spaces, Glass 3D organizations، لذلك فالحصول على مردودات إيجابية وناجحة يأتي نتيجة توفر الشروط المهنية المكانية المصممة جيدا والنظيفة والمريحة. فإذا كانت إدراكات العامل للفضاء إيجابية فهي ستعود بالراحة على نفسيته ويصبح أكثر عطاءا وتوصلا مع محيطه ويرغب في تمضية وقته بداخله. العكس الذي يحدث لدى التلفزيون العمومي الجزائري، فالنتيجة السلبية المسجلة في خانة مريح والتي ظهرت في لون أسود هي دليل المحتوى غير المريح الذي تراه أعين المشاهد الجزائري للأخبار.

فالمؤسسة بناؤها غير مريح (اللون الأزرق) فاقتدا للتجدد يعود تاريخ إنشائها للحقبة الاستعمارية والذي حولته فرنسا من مكان إدارة وثائقها وشؤونها وعسكرها إلى مؤسسة تليفزيونية ورثته الجزائر أثناء استرجاع السيادة، وكان لحظتها هذا الحدث تاريخيا ومظهرا إعلاميا إيجابيا يعود بالمصلحة على تاريخ الجزائر الإعلامي. لكن ما يعاب تسجيله هو العمل بنفس البناء بعد قرابة 70 سنة من إنشائه دون إحداث أي تغيير أو ملامسة شكله، مما يجعلنا نستنتج ضعف الرغبة في تطوير المجال التليفزيوني

بالجزائر ورغبة السلطة في العمل بتقنيات وبناءات قديمة ذات خلفية فرنسية قائمة على تحكم السلطة واحترام التسلسل الهرمي الذي ينجم عنه تسلسل عملية الاتصال الرسمية.

وفي نفس السياق، يتموضع الاتصال بالتلفزيون العمومي بين السلبي والموجب انطلاقاً من تواجد نوعين من الاتصال وهو الصاعد والنازل. لكن هذا الأخير يأخذ حصة الأسد فالمديرية العامة للتلفزيون هي التي تملي على صناعات الرسائل كافة الأوامر والقرارات والتنفيذيات التي يجب العمل بها وهذا أمر واضح إذا ما كانت المؤسسة عمومية خاضعة لقوانين السلطة.

فحرية التعامل مع المحتوى تبقى رهينة موضوع الخبر ومدى ارتباطه بسيادة ورموز الدولة ما يعود بالسلب على العامل خاصة الذكر الذي يرفض التحكم في شخصه ويندد بحريته في التعبير والتأطير الإعلامي. وإذا ما لاحظنا فإننا نتحدث عن المستوى الثالث 3 وهو المستوى الذي يتعامل مباشرة مع الرسالة الإعلامية: خلقها، تنظيمها، ترتيبها، إنتاجها، بثها وكل هذا يتطلب تلاحم جهود فريق عمل كبير له صوته ونظرة ومكانته. وعليه فإن قوة التأثير المسجلة في الجدول والتي يشعر بها عمال هذا المستوى تأتي من مستويات أعلى تكبح طموح العمال وشكل المحتوى في حد ذاته لذلك نستنتج رداءة المحتوى الذي يقدمه التلفزيون من حيث الشكل.

(2)-العلاقات المهنية والتواصل داخل المؤسسة:

جدول رقم 34: يشرح تقييم صناعات الرسائل بالتلفزيون الجزائري للعمل في الفضاء الإداري والإنتاجي

العناصر	خاصية الهيكلية	الفضاء الإداري		الفضاء الإنتاجي	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
إنجاز المهام	سريع	24	12%	90	43%
	بطيء	80	38%	14	7%
الجهد	يتطلب	58	28%	100	48%
	لا يتطلب	46	22%	4	2%
التفاعل والتواصل	يوجد	55	26%	86	41%
	لا يوجد	49	24%	18	9%
الكفاءات البشرية	كثيرة	55	26%	45	22%
	قليلة	49	24%	59	28%
المجموع الكلي للإجابات		416	50%	416	50%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبرز الجدول 34 بالأعلى خصائص العمل وعلاقته بالفضاء الإداري والأستوديوهات، حيث أجمع المبحوثون أن إنجاز المهام بالفضاء الإنتاجي أسرع من الفضاء الإداري وذلك بنسبة فارق فاقت 32,83%

وهذا يدل على أن نسبة إنجاز المهام تتزايد سرعتها كلما كان العمل في الفضاء الإنتاجي وتتباطئ كلما كان إنجازها يدور حول الفضاء الإداري والنسب في الأعلى تفسر لنا ذلك.

ففي الواقع الفضاء الإنتاجي هو حقل الصناعة الإعلامية بالنسبة للتلفزيون أين يتم استقبال وتحضير الأخبار وتحويلها في شكل تقارير وصور وأصوات من قبل فريق عمل يجد نفسه يركض نحو بث الأخبار والأنباء لحظة وقوعها لأن التسابق الزمني الخبيري أصبح فوراً خاصة بعد تطور الميديا الجديدة، وهذا يتطلب اتحاد جهود كل عضو من أعضاء الفريق الذي يكون مسؤول على التحرير، الصورة، الصوت، الإخراج، التصوير، الإضاءة، مرسل التقارير، مسؤول البلاطو، المذيع... لذلك توصلنا إلى نتيجة جلية توضح ارتفاع الجهد المطلوب في الفضاء الإنتاجي بصفة كبيرة عن نظيره الفضاء الإداري بنسبة فارق كبيرة 44,72% لذلك كلما كان العمل في فضاء الاستوديوهات كلما قلت نسبة الكسل والخمول لأن الإنتاج التلفزيوني هو عدوهما وصديق الديناميكية.

وتفسير كلامنا هذا يعزز من خلال النتيجة التي سجلت في خانة التفاعل والتواصل إذ أجابت عينتنا عن أن التفاعل يتواجد أكثر في الفضاء الإنتاجي ويقل في الفضاء الإداري بنسبة إيجابية مقدرة 30,91% يعني أن التواصل والتفاعل كذلك ليس مغيباً من هذا الفضاء لأن الكادر الإعلامي ككل يعمل ضمن سيرورة اتصالية دائمة لا تقتضي المقاطعة وإلا فإنه يخلق صراعاً بين أعضاء الفريق في التلفزيون الجزائري.

وبالحديث عن أعضاء الفريق فإننا نستنتج من الجدول أعلاه أن القناة الأرضية تشهد موازنة في الكفاءات البشرية بين الفضائيين لكن نسبة الفارق جاءت سلبية 4,91% وهذا يفسر لنا نقص الكفاءات البشرية في الفضاء الإنتاجي والفضاء الإداري على حد سواء، ومديرية الأخبار بها عدد مرتفع من الموظفين 446 عاملاً إلا أن الكفاءات ناقصة جداً وهذا يعود إلى تقويض المهام والالتكالية في العمل بالإضافة إلى ضعف الصرامة والحضور اليومي للموظفين داخل التلفزيون، فوظيفياً المؤسسة تسجل 446 عاملاً و50 شخص فقط هم من يشتغلون فعلياً وهذا الأمر يفسر لنا التسرب المالي في التلفزيون لأشخاص مجهولي الهوية يتقاضون أجر الوظيفة ولا يشتغلون (م. مدير مصلحة السينوغرافيا)، (2018).

التفاعل:

يبين الجدول 35 بالأسفل مدى توفر بعض أنماط السلوك التفاعلي بين صناع الرسائل أثناء العمل ولقد أجاب المبحوثون بنسبة 74% بأن التكامل في الاستوديوهات هو أبرز الأنماط التي ينجم عنها التفاعل والعمل ضمن روح واحدة لأن فكر شخص واحد لا يصنع الإبداع الذي يطلب من الإعلاميين دائماً،

جدول رقم 35: يشرح حضور أنماط السلوك التفاعلي بأستوديوهات التلفزيون العمومي الجزائري

المجموع	الإيجابية/التكرارات/النسب		الأنماط
	تكرار	نسبة	
104 %100	77	74%	نعم
	27	26%	
	77	74%	لا
	27	26%	
104 %100	45	43%	نعم
	59	57%	
	45	43%	لا
	59	57%	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

لكن يبقى دائما نسبة 26% من صناعات الرسائل في بلاتوهات التلفزيون العمومي يرفضون التكامل، وهذا ما يفسر وجود بعض الصراعات الاجتماعية وصعود مشاكل مهنية أبرزها ضعف التفاهم بين بعض أعضاء فريق العمل. وهذا يجعلنا نستنتج أن العمل بالأستوديوهات كذلك به نظام الفرق *Systeme des Clans* وهذا ما قد يشكل ما يطلق عليه بالمجموعات الفرعية التي تتحد مع بعضها البعض ضد أو مع مجموعات أخرى وهذا الشيء لا يجذب وجوده بالمؤسسات الإعلامية لأنها تختلف عن المؤسسات الاقتصادية والسياسية والثقافية والجامعية الأخرى في إنتاج المحتوى الذي هو بحاجة مستمرة لتضافر الجهود وروح فريق واحدة بغية إصدار أخبار في قوالب محترفة. فإذا كان نظام العمل مريضا فالإخراج بالتلفزيون الجزائري العمومي سوف يكون كذلك ويظهر ذلك على الشاشة لا محال. وعدم إعطاء حرية المبادرة لكافة أعضاء الفريق يحد كذلك من تطوير المحتوى وقد عبرت نسبة 57% عن ذلك.

فالمبادرة في العمل قد تأتي من أي عضو في المؤسسة وتشجيعها يدفع بها نحو التقدم الدائم ويلبي احتياجات الجمهور ويحجب عن رغباتها المهنية في السمع البصري، غير أن القناة الأرضية تسمح بالمبادرة فعلا لكن بصفة نسبية فقط 43% وهذا ما قد ينقص من أداء الأعضاء التي تكون خارج هاته النسبة وغير قادرة على التعبير والتعامل مع المحتوى وتطبيق أفكارهم كما يرغبون. فكبح المبادرة من قبل الإدارة ينعكس سلبا على مردودية العمال ويضعف من قدراتهم على الإبداع في المستقبل، لذلك فالإدارة بالتلفزيون العمومي يجب أن تعيد النظر في هذا النمط إذا أرادت أن تصنع صورا استعراضية ممتازة. ولقد أصبح موضوع تنظيم الجهود المؤسساتية شائعا في التسعينات من القرن العشرين مع تعزيز مفهوم (فن العمارة المؤسساتية)، الذي شرح مطولا في كتاب "ديفيد نادلر David Nadler" ومؤلفين

مشاركين (نادلر Nadler، جيرشتاين Gerstein، شو Shaw وزملاء عام 1992). فتنظيم فريق مشروع مرغوب فيه هو التنظيم الذي يتوافق مع إعادة تنظيم العاملين والافتقار إلى سيطرة المدير المباشرة على المصادر، ويعزز التواصل الفعال بين أعضاء فريق المشروع، ويسهل دمج الأجزاء الكثيرة للمشروع. لا يوجد تنظيم واحد يناسب مواصفات جميع المشروعات.

إن التنظيم الذي يكون مثاليا لمشروع يمكن أن يفشل فشلا ذريعا مع آخر، فأشياء كثيرة يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار في الإعداد لتنظيم فريق من خلال طرح: ما هو حجم المشروع؟ هل يمكن أن يعين له جهاز عاملين بشكل دائم، أو هل سيكون هناك مستوى عال من حركة الفريق؟ ما هي الطبيعة الثقافية للمشروع؟ كيف تبدو الثقافة المشتركة؟ ما هي المميزات النفسية لأعضاء الفريق والعمال الآخرين المناسبين؟ (فريم، مرجع سابق، ص. 139).

(أ) - السلوك الإداري وأنماطه:

جدول رقم 36: يبرز علاقة الجنسين بإدارة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري

التقدير	تكرار		نسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
جيدة	21	10	38%	20%
سطحية	32	30	58%	61%
سيئة	2	9	4%	18%
المجموع	55	49	100%	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أسفر الجدول رقم 36 عن أن علاقة الجنسين بإدارة المؤسسة سطحية تركز على التعاملات المهنية فقط الإناث بنسبة 61% والذكور بنسبة 58% وهي نسبة مرتفعة تعطينا مجموعة من التفسيرات أبرزها سوء التسيير الإداري في المؤسسة ووجود مشاكل اتصالية ما بين الطرفين خاصة عند الإناث اللاتي تقعن دائما في مناوشات مع نظيراتها العاملات بالإدارة بما أن معظم الإداريين هم نساء. فإذا أحست هذه الأخيرة بأن أخرى تراقبها أو تحت سيطرتها تنشأ عندها غيرة وحقد وهذا ما يخلق الصراع بينها.

وتفسير وصف الذكور بالسطحية كذلك ينطلق من ممارسة الرقابة الشديدة على العمل وكبح حرية الممارسة الإعلامية من جهة أخرى هذا على مستوى المحتوى. أما عن التعاملات الإدارية الأخرى المتعلقة باستخراج الوثائق الخاصة بكل عامل فنصنع الرسائل لا ينكرون أن العلاقة جيدة، غير أن وقوع العمال فيما بينهم بمواقف سلبية تجعل علاقتهم سيئة في المستقبل وهذا يفسر تسجيل نسبة 18% عند الإناث و4% لدى الذكور في خانة علاقة سيئة. يمكن استنتاج أن ليس كل صناعات الرسائل هم على

علاقة جيدة مع إدارتهم وفي نفس الوقت هناك من هم على صلة متينة وجدية وآخرين سيئة وهذا يدل على وجود مفارقة في التعامل بالتليفزيون نتيجة العلاقات الشخصية والمفاضلة بين الموظفين.

جدول رقم 37: يوضح مشاركة صناع الرسائل التليفزيونية في الاجتماعات التنسيقية وفقا للجنس

العنصر	التقدير	الجنس	ذكر	أنثى
حضور الاجتماعات التنسيقية	نعم	تكرار	20	18
		نسبة	36%	3%
	لا	تكرار	35	31
		نسبة	6%	63%
		المجموع	55	49
			100%	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبرز الجدول بالأعلى مدى مشاركة صناع الرسائل التليفزيونية بالاجتماعات التي تقوم بها الإدارة، وتوصلنا أن كلا الجنسين لا يحضرونها وينسب قريبة جدا أكثرها عند الذكور 64% و63% إناث. فهاته الأخيرة، هي في العموم الأكثر صبرا وسماعا للتعليمات التي تقدمها الإدارة وهي الأكثر تقبلا وانفتاحا على الاقتراحات التي تملى عليها أكثر من الذكور الذين تتقادى الإدارة العليا دعوتهم لحظة انعقاد الاجتماعات. وهذا يفسر تحيز المؤسسة لعامل على آخر، من منطلق مدى تقبل كل فرد للشئ الذي تقترحه فهي تتقادى الأشخاص الذين يناقشونها، بما أن طبيعة المؤسسة كما أشرنا سابقا عمومية ملك للدولة وخطها السياسي سلطوي وهيكلتها مستقيمة فقل ما تقبل التفاوض مع المستويات الدنيا. لذلك هناك عدم رغبة صناع الرسائل في الحضور بما أن حريتهم في المبادرة تبقى محدودة وهذا ما توصلنا إليه في الجدول رقم 35.

جدول رقم 38: يوضح فرض التسلسل الوظيفي على صناع الرسائل التليفزيونية عند الجنسين

عناصر التسلسل	التقدير	الجنس	ذكر	أنثى
فرض التسلسل الوظيفي	نعم	تكرار	43	34
		نسبة	78%	69%
	لا	تكرار	12	15
		نسبة	22%	31%
		المجموع	55	49
			100%	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

توصل الجدول رقم 38 أن التليفزيون يفرض احترام التسلسل الهرمي للوظائف بين صناع الرسائل التليفزيونية على الذكور بنسبة 78% أكثر من الإناث 69% بينما فئة قليلة فقط من لا تخضع لهذه القاعدة.

وهذا يرجع إلى طبيعة العلاقة بين بعض صناع الرسائل التليفزيونية بالقناة الأرضية مع الإدارة العامة التي تمنحهم امتيازات بحكم الروابط الشخصية القائمة بينهم. وهذا الشيء يزيد من حجم الاختلالات الوظيفية وصعود المشاكل بين العمال، فالإحساس أن هناك تفرقة يدخل الإعلامي في الإحباط المهني ويقلل من أداءه.

(5) التحفيز والولاء للمؤسسة:

جدول رقم 39: يبرز حجم الوقت الذي يقدمه صناع الرسائل للتليفزيون وفقا للجنس

الجنس		ذكر		أنثى	
حجم الوقت		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
أكثر من الوقت الرسمي		42%	23	47%	23
الوقت الرسمي		51%	28	53%	26
أقل من الوقت الرسمي		7%	4	0%	0
المجموع		100%	55	100%	49

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نلاحظ من الجدول أعلاه، أن نصف عينة صناع الرسائل التليفزيونية إناثا 53% وذكورا 51% يقضون فقط الوقت الرسمي أي زمن الشغل الموجود في عقد العمل. ونصف الآخر تقريبا أكثر من الزمن الشرعي الرسمي للعمل ذكورا 42% وإناثا 47% وهذا الشيء طبيعي لأن العمل الإخباري يحتاج دائما تفرغا وتمضية وقت أطول بين قاعات التحرير والأستوديوهات، لأن الأخبار تتدفق بشكل دائم ومستمر. إذ يجد صناع الرسائل أنفسهم مجبرين على مواكبتها لحظة وقوعها وهذا الأمر تطلبه المؤسسة خاصة عند الوظائف ذات المسؤولية كما لاحظنا عند منصب مدير التصوير.

لكن تصدر نتيجة الوقت الرسمي في الطليعة تفسر من منطلق نظرة العاملين لمؤسستهم التي هي عمومية في الأساس لذلك فإنهم لا يرون أن هناك داع لقضاء وقت أطول بالتليفزيون خاصة أن شكلها ومكانها لا يبعثان على الراحة، بالإضافة إلى نقص التحفيز وضعف ثقافة احتواء العامل وتنمية الشعور فيه بالانتماء للمؤسسة.

جدول رقم 40: يبرز قيام صناع الرسائل التليفزيونية بأعمال إضافية في التليفزيون الجزائري حسب الجنس

التقدير	المقابل		أنثى	ذكر
	مادي	معنوي		
نعم	تكرار	نسبة	5	1
			10%	2%
	تكرار	نسبة	10	17
			20%	31%
	دون مقابل	تكرار	22	24
		نسبة	45%	44%
لا	التكرار	النسبة	12	13
			24%	24%
		المجموع	49	55
			100%	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

توضح من الجدول رقم 40 أن المبحوثين يقومون بأعمال إضافية غير تلك التي تكون من مسؤوليتهم ولا يتلقون أي مقابل مادي عليها إناث 45% وذكور 44% وعلى الأكثر سيكون مقابل معنوي ذكور 31% وإناث 20% بينما نجد نسبا متساوية لدى كلا الجنس في رفضهم لأداء مهام إضافية بنسبة 24%. والجلي هو تسجيلنا لنسب في خانة مقابل مادي لدى الإناث أكثر من الذكور وهذا يفسر وجود تقنية المفاضلة ما بين العمال في المؤسسة وعدم المساواة بينهم، فتفضيل الأنثى على الذكر في التليفزيون الجزائري أصبح مشكلا يعاني منه الجسم الإعلامي وهذه الثقافة تشمل كذلك كافة المؤسسات العمومية الجزائرية من الجامعية إلى الاقتصادية فالصناعية، وهذا يعود إلى قوة الأنثى التي باتت تمارسها وخصائصها المرنة التي تملكها في التعامل مع الأشخاص بالإضافة إلى الشكل الجميل الذي يضيف رونقا على المكان والزمان والأشخاص والمحتوى.

جدول رقم 41: يبرز قيم التضحية والمساعدات التي يقدمها صناع الرسائل للتليفزيون الجزائري وفقا للجنس

الجنس	ذكر		أنثى	
المقابل	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
التخلي عن العطلة	10	18%	24	40%
القيام بأعمال إضافية	35	64%	20	33%
خفض الراتب	10	18%	16	26%
المجموع	55	100%	60	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

كل المؤسسات معرضة للخطر وقابلة للمرض والتدهور والمرور بأوقات حرجة وصعبة إذا لم تجد أفرادا تتجيبها من ذلك سوى عمالها، وهذا هو حال التلفزيون الجزائري إذ أن العمال قابلين للقيام بأعمال إضافية بغية مساعدة المؤسسة بنسبة كبيرة 64% لدى الذكور وهذا ما يثمن نتيجة الجدول السابق، بينما تكون الإناث الأكثر تقبلا للتخلي عن العطلة بنسبة 40% والقيام بأعمال إضافية بنسبة 33% لأن وقتها عموما ضيق وتحتاج دائما للعودة للبيت مبكرا بهدف الالتزامات المنزلية التي تنتظرها. عكس الرجل الذي يكون لديه الوقت حتى بعد الزمن الرسمي. كما أن الإناث هن الأكثر تقبلا لخفض الراتب 26% أكثر من الذكور 18% الذين لا يمكنهم التخلي عن العطلة والعمل دون مقابل بالنظر إلى وضعهم الاجتماعي، فالمعروف أن الرجل هو الذي ينفق عن العائلة ويسعى دائما بأن يكون المصدر الاقتصادي خاصة في التعامل مع الأبناء.

ونلاحظ تناسب نتائج هذا الجدول وعقلانيته فيما يخص نتائج الذكور والإناث، فالرجل يضحى بوقته لكسب المال والإناث تضحين بمالهن وجهدهن لخدمة نفسها من جهة وعائلتها من جهة أخرى.

ثالثا: عرض تأثير مورفولوجيا المؤسسة في صناع الرسائل التلفزيونية:

في هذا الشق سوف نقوم بعرض أبرز نتائج الفحوصات والاختبارات التي قمنا بها مع الباحثين والتي سوف نستنتج من خلالها أبرز التأثيرات وأهم العوامل المؤثرة في صناع الرسائل التلفزيونية داخل الفضاء الإداري والإنتاجي، إلى جانب الرضا عن سياقات العمل داخل التلفزيون الجزائري وانعكاساتها.

1) الاستقرار والرضا على مورفولوجيا المؤسسة وأطرها الأخلاقية:

جدول رقم 42: يبرز طرق العمل المتولدة عن تأثير طبيعة بيئة العمل من وجهة نظر عمال القناة الأرضية

		لا		نعم		التقييم
المجموع		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	طرق العمل
%100	104	27%	28	73%	76	أ- نشاطات يومية روتينية.
%100	104	41%	43	59%	61	ب- مهام تطلب بنية فيزيولوجية قوية
%100	104	31%	32	69%	72	ت- انتقائية في أداء المهام.
%100	104	31%	23	69%	72	ث- الولاء لجهة أو شخص معين.
%100	104	59%	61	41%	43	ج- كثرة النقد بين الزملاء.
%100	104	63%	65	38%	39	ح- التركيز على الإنتاج وكسب جمهور عريض.
%100	624	44%	275	56%	349	المجموع الكلي

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يحمل الجدول 42 بالأعلى مجموعة من الأعباء المهنية المتولدة عن الأداء اليومي داخل قاعات التحرير والأستوديوهات وعن سياسة وشخصية القناة التي تحدث تأثيرات في صناع الرسائل التلفزيونية

والتي أسفرت عن نشوء طرق عمل خاصة بالتلفزيون الجزائري. ونلاحظ أن نتيجة النسبة الأكبر المسجلة في الجدول بالأعلى راحت عند خانة "نعم" وعليه فإن طرق العمل تؤثر في أداء صناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون العمومي. وقد توضح أن هذا الأخير به نشاطات يومية روتينية تعود العاملون على أداءها، إذ أجابوا بنسبة عالية جدا تجاوزت 73% ونسبة قليلة جدا 27% من أجابت بالعكس وهي نسبة الداخلين الجدد في المهنة المسجلين في عينة دراستنا، فبالنظر إلى الاختلاف العمري والوظيفي الذي توصلنا إلى نتيجته في الجداول الأولى من المحور الأول والتي كان مفادها تواجد كبير لموظفين ذوي خبرة وقلة قليلة من الجدد.

ولقد اعتبرت الفئة الأولى أن النشاطات التي يؤديها روتيننا تقتصر للتجديد والديناميكية بالرغم من أن العمل الإعلامي متجدد باستمرار وكل يوم، وذلك لسرعة وقوع الأحداث وظهور الأخبار. ولعل أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تزيد من روتينية العمل دون قصد من خلال توفير كافة المصادر والوسائل وجلب المواد جاهزة الأمر الذي يشل حركة عمالها ويتولد بالتالي الروتين. وهذا الأخير يأتي من العقلية والشخصية التي تتبناها المؤسسة وهو ذلك الثوب الذي تلبسه بغية تسير عملها وتنظيم بناءها، والتي غالبا ما تكتسب من الروتينيات اليومية وسياسة ملاكها وتوجهاتهم الذي ينتج عنها ثقافة عمل توضح معالمها بالقوانين والنظام الداخلي الخاص بها.^أ فسياسة المؤسسة هي من بين العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال التي توصلت لها نظرية حارس البوابة عند الغرب (وارين بريد) والعرب (عزي عبد الرحمان ومحمد قيراط)^ب، كما قام "كورت لوين" بتحديد أربعة عوامل مؤثرة في عمل حارس البوابة ومن بينها سياسة المؤسسة.^ت

ففي نفس السياق توصلت الباحثة "بامبلا شوميكر" إلى العوامل المتعلقة بعمليات الإنتاج وتستخدم نموذجا مرئيا بدوائر ذات مركز واحد Concentric Circles بغية وصف التأثيرات النسبية في محتوى وسائل الإعلام الناجمة عن الروتين.

من جهة أخرى، العمل بالتلفزيون الجزائري يحتوي على مهام تحتاج إلى بنية قوية أجاب 59% من الباحثين عن ذلك وأبرز تلك المهام ترتبط بالأستوديوهات والإنتاج فالطبيعي أن يحتاج عمال البلاتوهات إلى بنية قوية (وهي من خصائص الذكور) لكي يستطيعوا حمل الكاميرات، والميكروفونات، وأجهزة

^أ انظر الفصل الأول، ص ص.78-80.

^ب انظر الفصل الأول، ص.65.

^ت انظر الفصل الثاني، ص.69.

الإضاءة، والكوابل، والديكورات، والأكسيسوارات، لذلك فهكذا مهام لا تمنح للإناث ويكون الذكور هم الأكثر تواجدا بمناصب تحتاج للبنية القوية التي لا تعيق العمل عند بعضهم وهذا هو تفسير نسبة 41% التي عبرت عن أن المهام التي تتطلب بنية قوية لا تؤثر في أداءهم.

ولعل هذا العامل يغفل عموما عن دراسات التأثيرات المهنية من البحوث بالرغم من أن له قيمة وأثارا ناجمة غير مباشرة في أداء المهام. وبالحدوث عن المهام فإن نسبة كبيرة من عينتنا 70% عبرت بأن هناك انتقائية في أداء المهام بالتلفزيون وهو أمر يفسر من جانبين الأول يرتبط بالعامل السابق فإذا ما افترضنا أن التلفزيون به مهام تطلب شروطا فيزيولوجية فبالتالي يصبح مسموحا للمؤسسة انتقاء أشخاص جديرين بتلك المهام. أما الثاني ينطلق من طبيعة العلاقة بين العمال ومسؤوليهم، فإذا كان لأحد صناعات الرسائل علاقته وثيقة بالمسؤول المباشر عن الوظائف، فالمسؤول قد لا يرفض طلبه في التهرب من مهمة ما وتفويضها لشخص آخر (علاقتهم مهنية أكثر منها شخصية) لا يملك الكفاءة الكاملة لأدائها. وهذا الأمر أسفر عن نشوء طريقة سلبية تثبت لنا تفسيرنا السابق وهو ولاء 69% من صناعات الرسائل لأشخاص معينين أبرزهم المسؤولين وأصحاب القرار، فيتمخض عنه نشوء جماعات فرعية تعمل بأسلوب المصلحة وهذا يبعد العامل عن العمل بمهنية والفصل بين الزملاء. ولعل هكذا أمورا تجعل طريقة إنتاج المحتوى الإعلامي رديئة وغير محترفة، فالعمل بهذه الطرق مع البعض من العمال تشعر البعض الآخر بالظلم والتحيز، ينعكس سلبا على الإعلامي الذي يعمل دون ولاء وبضمير فيضعف بذلك أداءه وتدخله في روتين يومي ممل. وهذه الأساليب خلقت داخل مديرية الأخبار بالتلفزيون العمومي الجزائري ضغوطات أخرى رفعت من نسبة انتقاد الفئة الأخيرة من الزملاء للفئة الأولى وقد أكدت نسبة 41% ذلك. ويصبح بالتالي أي عمل يقدم عليه أصحاب الفئة الأولى التي لها علاقات شخصية جيدة مع المسؤولين مصدر انتقاد وأي فعل مهني لهم يرتبط بأساليب خفية تجعلهم يشككون في مصدرها ورهن الانتقاد. وبما أن التلفزيون الجزائري عمومي الملكية من حيث الطبيعة

القانونية فإنه لا يأخذ بعين الاعتبار تصليح كل الأمور السلبية السابقة ويسمح دون وعي بنشوء هكذا بنى اجتماعية، بما أنه لا يسعى لكسب جمهور عريض وكانت هذه إجابة المبحوثين بنسبة كبيرة 63%. في آخر هذا الجدول نلاحظ أن هناك الكثير من طرق العمل السلبية داخل التلفزيون الجزائري والتي تؤثر في العمال مهنيا وهي طرق مترابطة تتولد من بعضها البعض في حال عدم انتباه المؤسسة لحلها وتصليحها وإعادة النظر في التركيز على المحتوى والإنتاج أكثر من البنى الفرعية غير الإنتاجية. ولعل هذا الأمر يرتبط كذلك بطريقة دخول صناعات الرسائل للمؤسسة والتي توصلنا في الجدول رقم 22

أن نسبة معتبرة دخلت بواسطة وأن هذه النسبة تبقى لها مرتكز وأفضلية ولديها من يدافع عنها، فهي قد لا تشعر بتهديد خسران المنصب وهذا ما يوجه سلوكهم نحو العمل بطرق غير مهنية وغير أخلاقية والجدول رقم 43 سيفصل فيها.

جدول رقم 43 (أ): يقيس درجة قبول وعدم قبول عمال التلفزيون القناة الأرضية للأطر الأخلاقية الإعلامية أثناء العمل

المجموع		غير مقبول		مقبول		التقييم
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الأشكال الأخلاقية
104	100%	81%	84	19%	20	أ- شراء معلومات سرية.
104	100%	95%	99	5%	5	ب- استعمال وثائق حكومية بدون إذن.
104	100%	87%	90	13%	14	ت- خدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة.
104	100%	90%	94	10%	10	ث- تمرير معلومات شخصية على حساب العامة.
104	100%	94%	98	6%	6	ج- تحريف المعلومات لكسب الجمهور.
104	100%	90%	94	10%	10	ح- إعادة تمثيل أحداث و تضخيمها.
104	100%	90%	94	10%	10	خ- العمل بمؤسسة للحصول على معلومات داخلية
104	100%	87%	90	13%	14	د- استعمال ميكروفونات وكاميرات خفية
832	100%	89%	743	11%	89	المجموع الكلي

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

لقد حاولنا استخدام مقياس "ليكارتر Lekert" بتبني سلمه المتدرج الحامل لخمس درجات (غير مقبول جدا، غير مقبول، لا مقبول أو مرفوض، مقبول) وحاولنا التصرف في هذا السلم والعمل بحل وسطي (اقتناعا من الباحث بعد القياس الأولي للاستمارة) فقررنا العمل بدرجتين فقط لتفادي تشتت

المبحوث في الإجابة والحصول على إجابات دقيقة وحيادية بغية قياس الأشكال الأخلاقية بثبات.

جدول رقم 43 (ب): يبرز تأثير الأخلاق في صناع رسائل القناة الأرضية

المجموع		لا تؤثر		تأثير ضعيف		تأثير متوسط		تأثير كبير		درجة التأثير
		النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
104	100.00%	18.27%	19	4.81%	5	28.85%	30	48.08%	50	الأخلاق والنزاهة

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

إن الأطر الأخلاقية من بين العوامل والأشكال التي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في صناعة الأخبار والتي ترتبط بشكل أساسي بالفرد وتكوينه ومدى قدرته على قبول تلك الأشكال حسب دراسة "شوميكر" بالقائم بالاتصال (صانع الرسائل). ونلاحظ ميل إجابات المبحوثين لدرجة "غير مقبول" في الجدول بالأعلى، وذلك بنسبة عالية جدا 89% وهي نتيجة إيجابية توحى بوعي صناع الرسائل بالجوانب الأخلاقية التي يجب التحلي بها أثناء ممارسة المهنة، لكن تسجيل نسبة معتبرة في خانة "مقبول" 11%

لديه ما يفسره في الجدول، وإن دل هذا الشيء إنما يدل على حضور العمل بأشكال تتنافى مع الآداب والأخلاق الإعلامية (المسجلة بالجدول أعلاه) من قبل فئة معينة بالمؤسسة والتي نسبتها 18,27% لا تتأثر بالأخلاق والنزاهة.

ولقد تصدرت قيمة عدم قبول "استعمال وثائق حكومية بدون إذن" المرتبة الأولى بنسبة 95% والمرتبة الأخيرة في قبول العمل بهذه القيمة بنسبة 5% ولعل وعي العمال بخطورة استخدام وثائق تابعة للدولة دون أخذ الإذن من المسؤولين يعود إلى ملكية القناة، فهي حكومية تابعة للدولة فمن الطبيعي ألا يشتغل صناع الرسائل بوسائل وأدوات تقف ضد السياسة العامة ويستخدمها لمصالحه أو في مهنته دون إذن. لكن تسجيل نسبة قليلة تتبنى هذه القيمة يعود إما لوجود أشخاص لديهم صلاحيات وحرية كاملة في التعامل مع الوثائق الحكومية أو تواجد فئة تعمل بمنطق التخفي والتكتم دون إشعار الجميع بذلك، وهذا ما يتعارض مع الأخلاق العامة للمؤسسة. لكن يبقى الوضع خطيرا في التعامل مع الوثائق الحكومية والإدلاء بها دون إذن، فإذا حدث أي تسريب قد يخسر الإعلامي منصبه ويعرضه لعقوبات وهذا ما جاء في المادتين 92 و97 من القانون العضوي للإعلام 2012.

أما في المركز الثاني جاءت فئة عدم قبول " تحريف المعلومات لكسب الجمهور " بنسبة 94% وقبولها بنسبة 6%، وهذا الشيء يتوضح أكثر بالرجوع إلى هدف المؤسسة في حد ذاته وكما سبق وأن أشرنا، التليفزيون الجزائري هو مؤسسة عمومية وأجور العمال تمنح من طرف الدولة لذلك لا تخضع المؤسسة لأي رهان اقتصادي قد يهدد دورة حياتها، وبما أن المستهلك للمضمون الذي يصنعه الإعلاميون هو الجمهور فإنه قل ما يهتم العمال بكسب جمهور عريض بغرض جلب المعلنين أو نسب المشاهدة وهو منطق المؤسسات الخاصة التي تحقق مداخيلها عبر هاتين التقنيتين. لذلك يبتعد معظم العمال عن الشغل بهذه الطريقة بالرغم من أن 6% منهم يسعى إلى الشهرة والتوصل حتى لتحريف البيانات للوصول إلى شريحة كبيرة من الجماهير وهذا يعتبر طمسا واختراقا في حق المتلقي مما ينعكس سلبا على صورة المؤسسة واحترافيتها.

ولقد جاء ثلاث قيم عدم القبول في المركز الثالث بنسبة 90% بالترتيب التالي: "تمرير معلومات شخصية على حساب العامة"، "إعادة تمثيل أحداث وتضخيمها"، "العمل بمؤسسة أخرى للحصول على معلومات داخلية" وهي قيم تتنافى والآداب العامة لمهنة الإعلام، الذي بات يتبناها بعض العمال لتحقيق أهداف معينة وهو تفسير تسجيل قبول 10% التي تأخذ بعين الاعتبار هذه القيم عند البحث عن المعلومات وصناعة الأخبار وحتى انتحال شخصيات أخرى (القيمة خ) للعيش وسط الأحداث ونقلها.

وبالرغم من صعوبة المواقف التي يقع فيها الإعلامي إلا أن تمرير معلومات شخصية على حساب العامة يتنافى مع معيار المصادقية وإعادة تمثيل الأحداث وتضخيمها هو شيء سلبي يفقد الكثير من المهنية بينما التوجه نحو العمل بمؤسسات أخرى بغية تحصيل معلومات داخلية خاصة بها قد يكون إجراما في حق المهنة والمؤسسة والفرد.

وجاء في المرتبة ما قبل الأخيرة رفض صناع الرسائل لـ "خدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة" بنسبة 87% إذ أن هذه النسبة لا تستغل قيمة المنصب وآفاقه، ولعل هذه القيمة تعزز القيمة (ث) فشخصنة المنصب هو جانب لا أخلاقي وسلبي إذا استخدم لأغراض غير مهنية. وبالرغم من كل ذلك إلا أن نسبة 13% تقبل أن تؤدي معروف لأشخاص لهم مكانتهم لدى الدولة وهذا من أجل إرجاع ذلك المعروف عند الحاجة ونقصد هنا تطبيق ثقافة "مصلحة بمصلحة"، وقد تتوصل نفس النسبة للعمل بـ "ميكروفونات وكاميرات مخفية" إذا استدعى الأمر تحقيق مصالح ومواضيع حساسة وخطيرة، وشدة الخطورة قد تصل إلى التحايل والكشف عن أمور ساخنة، لذلك عبرت نسبة 87% عن أن هذا الأمر غير مقبول.

أما في المركز الأخير جاءت أقل نسبة لكنها تظل عالية 81% تروح نحو عدم قبول "شراء معلومات سرية" بغية صناعة المضمون والفوز بالسباق الإخباري، فكلمة شراء المحتوى في الإعلام هي في الأصل سلبية وتفتقد للاحترافية ومن قيمة الإعلامي في حد ذاته، فالمهنة تطالبه بالبحث الصافي الخال من الشوائب وحتى في أخطر الأوضاع (الإعلام الأمني) غير أن نسبة معتبرة 19% من صناع الرسائل بالتلفزيون العمومي تستخدم هذا الشكل أثناء التعامل مع المحتوى ومع الأشخاص الخارجيين، ويعود ذلك إما لضعف الكفاءات الموظفة بالتلفزيون في البحث عن المعلومات وفشلهم في التغطية والمخاطرة حيث يحبذون الأشياء الجاهزة، أو يرجع الأمر إلى ثقافة المؤسسة التي قد تشجع في بعض الأحيان على هكذا أفعال استغلالا لمركزها ومكانتها لدى الدولة.

أخيرا وليس آخرا، إذا حاولنا ربط نتائج هذا الجدول والجدول الذي سبقه، نستنتج أن عمال مديرية الأخبار بالتلفزيون العمومي هم على علم ووعي كبير بالأخلاق والآداب العامة المهنية غير أن نسبة قليلة منهم من يخترقونها وهذا ما يخلق طرق وأساليب روتينية في الغالب تكون سلبية تكبح من طموح البعض وتسمح بالتسيب بالنسبة للبعض الآخر. ولعل وجود هكذا أفعال يرجعنا إلى الخلفية التعليمية والعلمية للأفراد فالمفروض يكون الإعلامي قد تلقى دروسا أكاديمية في أخلاقيات المهنة ويكون قد تدرّب على أساليب السيطرة على الرغبات الشخصية وأحيط بأبرز القوانين التي يجب أن يعمل بها.

فالإشكال يرتبط من جهة بالمنظومة الجامعية الجزائرية التي يجب أن تمنح فرصا أكثر لتكوين

طلبة الإعلام بالإضافة إلى كل التخصصات الأخرى في مجال قانون الإعلام لأنه يرتبط بالحياة العامة للناس، وتوسع في سبل التعرف على أهم الأخلاقيات والنزاهة التي يجب أن يتحلوا بها. ومن جهة أخرى يرتبط الإشكال كذلك بالفرد والمؤسسة على حد سواء، والفرد ولید بيئته العائلية والاجتماعية وتربيته تؤثر على تكوين شخصيته وتهذيبها لذلك تلعب أفكار الفرد وعقليته دورا بارزا في صناعة المحتوى ومدى تبنيه للعمل بمعايير أخلاقية حسنة، فإن حدث العكس فإنه يأتي دور المؤسسة في تهذيب سلوكه وإلزامه بالتحلي بالمهنية والآداب الأخلاقية العامة والخاصة وعدم الخروج عنها بتطبيق القانون وتلقيته لتقافة المؤسسة المنظمة النزيفة.

جدول رقم 44: يبرز رضا صناع الرسائل عن العوامل المؤثرة الشكلية الهندسية للتلفزيون الجزائري

المجموع		لا		نعم		التقييم
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	العوامل الشكلية
%100	104	56%	58	44%	46	راض عن شكل القناة من الخارج؟
%100	104	70%	73	30%	31	راض عن شكل القناة من الداخل؟
%100	104	74%	77	26%	27	راض عن طريقة تنظيم العمل بالأستوديوهات؟
%100	104	58%	60	42%	44	راض عن طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير؟
%100	104	69%	72	31%	32	راض عن طريقة العمل بالإدارة؟
%100	104	65%	68	35%	36	راض عن طريقة تنظيم فريق العمل الإداري؟
%100	104	57%	59	43%	45	راض عن طريقة تنظيم فريق العمل داخل الأستوديو؟
%100	104	64%	67	36%	37	راض عن ظروف العمل؟
%100	832	64%	534	36%	298	المجموع الكلي

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

لقد قمنا باستخدام سلم "فربال verbal" لقياس الأهمية (غير مهم، غير مهم قليلا، لا مهم ولا غير مهم، مهم قليلا، مقبول قليلا) والرضا (جدا غير راض، غير راض قليلا، لا راض ولا غير راض، راض قليلا راض جدا).

فقياس الرضا يسمح للتلفزيون أن يشخص العوامل المؤسسية التي يهتم بها العامل خاصة الهندسية، فهو وسيلة لقياس أداء المؤسسة من منظور العامل ومقارنته بالمنافسين. كما يعتبر قياس الرضا وسيلة فعالة لجلب وتركيز انتباه الموظفين على العناصر الأكثر أهمية في التنظيم ويسمح بتحديد المجالات ذات الأولوية لتحسينها، وتركيز موارد التلفزيون أين يكون أحسن أداء له أكبر أثر في رضا العامل. ويخلص القياس كذلك في الفهم الجيد لحاجات وأولويات العامل والأدوات والوسائل المؤثرة فيه (عتيق، 2016، ص.203).

ولقد توصل علماء الهندسة إلى مجموعة من التأثيرات التي يحدثها المكان الذي يسكن ويتفاعل فيه الفرد ومدى رضاه عن الهيكلية السليمة والصحيحة مورفومتريا، لذلك عمدوا على تطوير العمران (ابن خلدون) وإيلائه أهمية من حيث التصميم وإبراز عناصر مبهرة تبعث بالراحة والإنعاش النفسي والفيزيولوجي عليه. ونلاحظ من خلال الجدول أن النتائج تتوجه نحو الضعف البنيوي الهندسي والتنظيمي للمؤسسة وذلك بنسبة 64% من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية بالتليفزيون العمومي الذين عبروا عن عدم رضاهم بنسبة عالية 74% عن طريقة تنظيم العمل بالأستوديوهات ونسبة قليلة فقط 26% راضية عن ذلك. وعليه نستنتج أن العمل بأستوديوهات التليفزيون الجزائري غير منظم وتشوبه الكثير من الفوضى، حيث بات العمل داخلها يحظى باهتمام صناع الرسائل بالنظر إلى الوقت الطويل الذي يقضونه بداخله لذلك تنظيمه أصبح مهما للعمل بأريحية أكثر. وهذا الأمر يرتبط بالشكل العام للقناة من الداخل فنسبة 70% غير راضية عن الشكل وهذا يفسر النسبة التي قبلها كذلك، فإذا كان شكل القناة من الداخل سيء بالتالي ستكون طريقة توزيع وتنظيم العمل بالأستوديوهات سيئة كذلك. ولعل جهود الإدارة في تحسين هذا الوضع تبقى ضئيلة فالعينة عبرت عن عدم رضاها بنسبة 69% عن طريقة عمل الإدارة التي هي أساسا بيروقراطية في الأداء وهي نتيجة توصلنا لها كذلك في المحور الثاني المتعلق بالجانب التنظيمي للمؤسسة.

ف فريق العمل الإداري يجب أن تتلاحم جهوده في الرفع من مستوى التنظيم والتحسين من الوضع الهندسي للفضاء الإنتاجي والشكل الداخلي، لأنه في عصر العولمة المكان الذي يتفاعل فيه العامل ينعكس بالإيجاب إذا كان مكيف ولائق ويؤثر بالسلب إذا كان العكس، لذلك هناك سلبية كبيرة وسط القناة الأرضية ترتبط بعدم رغبة التطوير من قبل فريق العمل الإداري وهذا ما وجه 65% من صناع الرسائل التليفزيونية نحو عدم رضاهم عن طريقة تنظيم فريق العمل الإداري، فهذا الأخير هو المخول لخلق ظروف عمل ملائمة وجيدة بغية تحقيق مردودية إيجابية وكبيرة والاستثمار في كل فرد عامل داخل التنظيم والشيء الذي يثبت لنا ذلك هو عدم رضا 64% من العمال عن الظروف التي يعملون بها. فظروف العمل كانت قد لقيت الكثير من الاهتمام من قبل باحثين في مختلف العلوم أبرزها مدرسة العلاقات الإنسانية وأبحاث "التون مايو" و"كارت لوين".

وفيما يتعلق بالرضا عن طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير فإن نسبة 58% غير راضية عن الطريقة ونسبة 42% راضية فالبعض يستطيع العمل في فضاء مشوش لا يهمله الجو المحيط بل يركز على المحتوى بالرغم من أنه كلما كان الجو ملائما، ومنظما كلما كان الإنتاج مبدعا وأكثر تنظيما وهذا

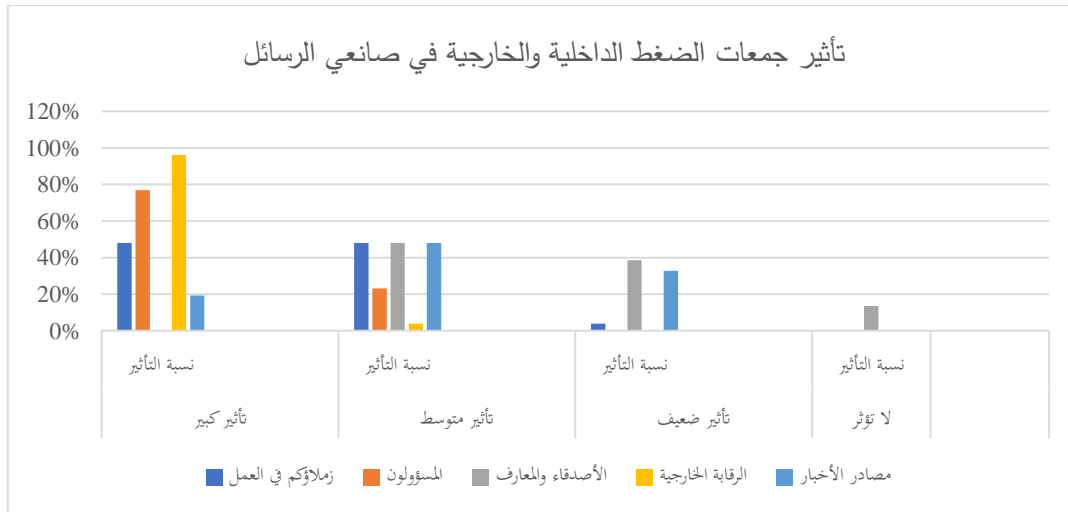
يأتي من طريقة توزيع الأفراد داخل القاعات التي تساعد على العمل بسهولة وتزيد من سرعة تدفق البيانات من خلال التفاعل المنظم. غير أنه كذلك نسبة 57% من العينة أجابت بعدم رضاها عن تنظيم فريق العمل داخل الأستوديو ونسبة 43% بالرضا ونلاحظ انقسام أجوبة المبحوثين بين الرضا وعدم الرضا يدل على اختلاف توجهات وظروف كل فرد داخل التنظيم، فكلٌ حسب توقعاته وقدراته وخلفياته نحو المحتوى والفضاء الذي يعمل بداخله.

وإذا تعمقنا أكثر في التحليل فإن الفرد الذي ينشأ في فضاء منظم فإنه يطالب العمل بفضاء مهني منظم كذلك. وبعيدا عن كل هذه المؤثرات فإن إنتاج المحتوى الإعلامي يحتاج إلى معالجة دسمة ودقيقة والتي لا تتحقق إلا في وسط منظم وبطرق وقواعد واضحة وشفافة بعيدة عن الخلط والتشويش.

كما انقسمت العينة بتسجيل فارق بسيط في مدى رضاهم عن شكل القناة من الخارج حيث أجاب 56% بلا و 44% بنعم، فالواجهة الخارجية أصبحت تكتسبها أهمية كبيرة في إعطاء صورة نمطية عن المؤسسة وطبيعة عملها لدى الجمهور، بالإضافة لبعثها بالرغبة لولوجها إذا كانت مصمما جيدا. فالعامل بمجرد وصوله إلى المقر قد يفشل بمجرد النظر إلى هيكله التقليدي، غير الجديد، الخال من الألوان التي تبعث بالحياة والحيوية والنشاط. فهكذا أشياء لا يجب تهملها من دراسات القائم بالاتصال لأن لها دورا مهما ينعكس على صناعة المحتوى.

(2) تأثيرات السياقات الداخلية والخارجية للمؤسسة:

ينتج عن الشكل بالأسفل نسب التأثيرات الناجمة عن جمعات الضغط من داخل التلفزيون وخارجه، وقد تبين أن لهاته الأخيرة تأثيرات كبيرة في صناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية. إذ الرقابة الخارجية المتمثلة عموما في الحكومة والوزارة التي لها علاقة مباشرة بالتلفزيون (وزارة الاتصال، الثقافة شكل رقم 13: يبرز تأثير الضغوطات الداخلية والخارجية للمؤسسة في صانعي الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية



ووزارة الدفاع) تؤثر بنسبة كبيرة في العمال 96% وهذا يرجع إلى ما تحمله من سيطرة على المحتوى والتحكم فيما يبث وما يخفى. كما أن تفسير هذه النسبة يعود إلى ملكية التلفزيون الجزائري العمومية فهو الناطق الرسمي باسم الدولة الجزائرية وبالتالي نجد رقابة مشددة عليه، مما قد يكبح طموح صناع الرسائل في المعالجة الإخبارية ويضغط المبدعين بالتلفزيون ويجعلهم دائما محدودين في التعامل مع المادة شكلا ومضمونا.

وفي نفس السياق توضح أن المسؤولين بالمؤسسة لهم تأثير فاق الـ 77% فهم كذلك لهم صلاحية التحكم في عمل صناع الرسائل ويأتون مباشرة في المستوى الثاني بعد السلطات الخارجية في ممارسة الضغط على العمال. ولعل التأثير الكبير الذي يصنعه المسؤولون يعود إلى المراقبة المستمرة والفترة التي يحدثونها على التحرير والإخراج Censure وهذا ما يضر المحتوى ويخل بموضوعيته خاصة إذا كان الخبر يرتبط بمستقبل الدولة والأحداث السياسية للبلاد. لذلك يجد الإعلامي نفسه في دوامة يزيد صمتها لدى زملائه بالاستوديوهات وقاعات التحرير كلما اقترب الإنتاج من الدولة الجزائرية، لذلك يجب أن يتعاونوا مع بعضهم البعض للعمل بروح واحدة وصوت واحد لأنهم يشكلون عصب الصناعة الإخبارية بالجزائر. فتأثير الزملاء في العمل تراوح تأثيره لدى معظم صانع الرسائل بين الكبير 48% والمتوسط 48% ولدى فئة قليلة ضعيف بنسبة 4%، فمن الطبيعي أن نصل إلى هكذا نتيجة بما أن وظائف التلفزيون تتطلب العمل بنفسية واحدة واتحاد أعضاء الفريق، الذي ينجم عنه زمالة فيما بينهم. فالبعض لديه علاقة قوية بزميله يتأثر بما يقوله، وما يقوم به، غير أن البعض الآخر قد ينتبه إلى هكذا أمور ويتفاعل معها بعقلانية فينج بذلك التأثير المتوسط. أما إذا كانت هناك علاقة سلبية بين الزملاء فإنه يحدث تنافر وبالتالي فالتأثير يكون ضعيفا من جهة، ومن جهة أخرى قد يحدث التأثير الضعيف أحيانا بعدم اقتناع الزملاء بأفكار بعضهم البعض. ولقد قام الباحثون في مختلف المجالات بدراسة تأثيرات علاقات العمل والزملاء "مصانع هاوثرن" "إلتون مايو" ووجدوا أن لها تأثيرا كبيرا على المرودية ونشوء العلاقة الإنسانية فيما بينهم. وبما أن الإعلام يجذب الكثير من اهتمامات الجمهور، يضع الإعلامي تحت أنظار شرائح كبيرة من المتلقين الأقربين أو البعيدين على حد سواء، فتأثير الأصدقاء والمعارف كونهم الأقربون يتراوح بين المتوسط بنسبة 48% والضعيف بنسبة 38% والموظفين الذين لا يتأثرون قدرت نسبتهم 14% ولعل متغير الأصدقاء والمعارف مهم في دراسات التأثير خاصة على الإعلامي لأن رأيهم أحيانا يكون مهما حتى وإن كان شخصا، فهم يرون بعين المشاهد قد يخطؤون أحيانا في تصويب الملاحظات وأحيانا أخرى يصيبون، لذلك بات من المهم أن يحول صانع الرسائل التلفزيونية كافة

الملاحظات إلى نقاط قوة وجعلها مصدرا خاصا. وثبت أن لمصادر الأخبار تأثير متوسط في عمال القناة الأرضية وهذا بنسبة 48% بينما نسبة ضئيلة فقط 19% من تتأثر كثيرا بهذا العامل وتبقى نسبة 33% من العينة تقول بأن مصادر الأخبار تأثيرها ضعيف. وهذا يفسر انطلاقا من أن المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري توفر مصادر أخبار متنوعة لعمالها التي يحصلون عليها بكل سهولة، لأن القناة منخرطة في الشبكات العالمية التلفزيونية ولها اتصالات مع أكبر وكالات الأنباء، والسبب يرجع إلى تاريخها العريق وملكيته التي تسمح لها بالوصول إلى مصادر الأخبار. ومع إنشاز وتوسع شبكات البحث والأنترنت وزيادة سرعة إنشاز الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح التوصل للأخبار أسرع وسهلا لا يحتاج سوى التحقق والتدقيق من صلاحيته وحقيقته.

جدول رقم 45 (أ): يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صانعي الرسائل بالقناة الأرضية حسب الجنس الذكور

المجموع	لا تؤثر		تأثير متوسط		تأثير كبير		العوامل/الدرجة
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
55	36%	20	38%	21	62%	14	مهام تتطلب بنية قوية
55	82%	15	36%	20	36%	20	العمل الليلي
55	9%	5	29%	16	62%	34	العلاقات الإنسانية بين العمال
55	24%	13	33%	18	44%	24	الزواج و الأبناء
55	13%	7	22%	12	65%	36	الأجر
55	22%	12	18%	10	60%	33	السكن
55	16%	9	15%	8	69%	38	البيروقراطية
385	21%	81	27%	105	52%	199	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يوضح الجدول بالأعلى العوامل المعنوية والمادية وتأثيراتها في العاملين الذكور بالقناة الأرضية الجزائرية، حيث تبين أن المهام التي تتطلب بنية قوية لها تأثير يتراوح بين المتوسط 38% ولا تأثير لها بنسبة 36% في حين أن نسبة 25% تتأثر بذلك. ومن الطبيعي الحصول على هكذا نتائج فالذكور هم الأكثر قوة في البنية ومورفولوجيتهم الجسدية تساعدهم كثيرا على العمل بالأستوديوهات كما أشرنا سابقا. وبالنظر إلى النتائج المتحصل عليها فإنه يمكننا استنتاج أن التأثير يميل نحو الإيجابية حيث أن المهام التي تحتاج إلى جهد قد ترهق العامل فعلا غير أن البيئة التي يتمتع بها الرجل تساعده على الأداء وتحقيق مردودية متزايدة. كما أن العمل الليلي بالتلفزيون تراوح تأثيره بين الكبير 36% والمتوسط 36% بينما أجاب نسبة 28% من الذكور بأن العمل الليلي لا يؤثر فيهم مطلقا، ولعل هذا العامل يكون من بين الشروط الأولى في التوظيف بالتلفزيون يبيث محتوياته على مدى 24/24 ويضطر صانعي الرسالة بما أنه المسؤول عن

عملية الأخبار للعمل حتى ساعات متأخرة من الليل (نشرة الأخبار الأخيرة 00:00) وهذا من الأعباء التي يجب أن يتحملها بحكم أن المهنة تقتضي ذلك. غير أن هذا العامل يؤثر فيهم خاصة بالنسبة للرجال المتزوجين ولهم أبناء بحاجة إلى رعايتهم وبالتالي يصبح العمل الليلي عائقا بالنسبة لهم. وانطلاقا من نتائج الجدول بالأعلى نستطيع استنتاج أن التأثير يميل نحو السلبية حيث أن العمل الليلي بالتلفزيون يسلب العامل كل طاقته ويجعله مهملا لبيته فنتج مشاكل عائلية تهدد حياته وحياء أبنائه الذين يحتاجون لرعاية واهتمام كبير بدء من التغذية إلى غاية التعليم. وهذا ما يتضح عن متغير "الزواج والأبناء" فهو يؤثر في الرجال بنسبة 44% وهي نسبة المتزوجين في المؤسسة، فيصبح بذلك مرتبك ومشوش وبالتالي سوف يفقد تركيزه أثناء صناعة المحتوى، لذلك ينشأ بين العمال نوع من المساندة وعلاقات أخوية. وقد تبين أن هاته العلاقات لها تأثير كبير في صناع الرسائل التلفزيونية بنسبة 62% وهذا لما لها من قوة في خلق ونشوء فرق فرعية تزيد من تأثيراتها كلما كانت أقرب وأسهل في التواصل، فتتحول علاقات الزمالة إلى علاقات صداقة وبالتالي فإنهم يساعدون بعضهم البعض من خلال تفويض أحيانا مهام وأداء مهمة مكان بعضهم وأيضا يصل الأمر حتى إلى التستر والتكتم والتغطية عن أخطاء بعضهم البعض. وهذه أمور موجودة في كل المؤسسات إذ لا يمكن منعها أو مراقبتها بحكم تعقد البنى الاجتماعية وتشعبها وهو ما أكدّه العديد من الباحثين أمثال "رادكليف". فالإنسان اجتماعي بطبعه على حد قول "ابن خلدون"، فلا يمكن للعامل أن يعزل نفسه عن غيره وما بالك داخل المؤسسة الإعلامية التي تضطلع بعملية الإنتاج برمتها وشخص واحد لا يكفي لصناعة الأخبار، بل هذه الأخيرة تتحقق بتفاعل فريق عمل كبير، ويكون هذا التفاعل إيجابيا كلما كانت هناك علاقة جيدة بينهم قائمة على التفاهم والمساعدة والتكامل.

فالمؤسسة قد لا تهدف لخلق هكذا بنيات وأحيانا لا تحفز على نشوء أبنية فرعية هروبا من المشاكل المهنية التي قد تسفر عن بعض التفاعلات المنحرفة، فالتلفزيون الجزائري لديه تحفيز أساسي للعمال وهو الأجر المرتفع والذي عبر الذكور عن تأثير هذا المتغير بنسبة 65% لما له من تحفيزات مادية فبالنهاية الإنسان يشغل بغية الحصول على مال يسر به حياته الاجتماعية والاقتصادية بالإضافة إلى السكن الذي هو بدوره يؤثر بنسبة 60% في نفسية الرجل ومردوديته، فإذا كان للذكور سكن خاص ملك لهم فإن ضغوطاته تسقط ولا تشكل مشكلا مجتمعا بالنسبة لهم وهذا ما يحفزهم على العمل بكل طاقتهم لأنه بالأخير سوف يعود إلى منزله وينال قسطا من الراحة. بينما الأشخاص الذين لا يملكون سكنا فتجدهم دائما حاملين هم العيش والتفكير الدائم بالمأوى مما قد يضعف من أدائه وينقص من اندفاعه

للعمل بكل طاقته.

فمتغيرات العلاقات الإنسانية والزواج والأبناء والأجر والسكن لها تأثير متوسط بنسبة لبعض صناعات الرسائل التلفزيونية، وليس لها أي تأثير بالنسبة للبعض الآخر، فهم يحاولون التحكم في مدى سيطرتها عليهم وعلى دخولها في حياتهم المهنية موفقين بين جانبيين وهما الشخصي والمهني وهذا حبا في مهنتهم وقدرتهم على الموافقة بين المحيط الاجتماعي والمهني وهذه من الخصائص المعروفة لدى الفرد الجزائري الذي يسعى دائما لحل مشاكله بأقل الأضرار. أما عن متغير البيروقراطية الذي بات موضوعا مهما يحتاج إلى المعالجة ودراسة تأثيراتها وانعكاساتها على مردودية الإعلامي بما أنها أصبحت ثقافة كل المؤسسات الجزائرية - حسب استطلاعات رأي مختلفة والخبرة الشخصية-. ونلاحظ أن الذكور بالقناة الوطنية يتأثرون بنسبة فاقت 69% وبصفة كبيرة جدا لأن الحياة الإدارية هي جزء لا يتجزأ من عملهم، فهم يتصادمون بها مهما حاولوا الابتعاد عنها. والتي تتولد من شخصية المؤسسة وسبق وأن ذكرنا أن التلفزيون هو مؤسسة عمومية خاضعة لقانون الدولة الجزائرية وبالتالي فطرق العمل تعمم على مختلف المؤسسات بما فيها التلفزيون دون احترام خصوصية هذا الأخير التي تحتاج إلى مساحة كبيرة من التقهيم والإبداع والحرية. وعليه تسجيل نسب بين التأثير الكبير والمتوسط تجعلنا نستنتج أن التلفزيون الجزائري عبارة عن مؤسسة بيروقراطية مثل كافة المؤسسات العمومية الأخرى.

ونستنتج أن تأثيرات العوامل المادية والمعنوية المرتبطة بالمؤسسة الإعلامية لها تأثير نسبي يفوق الخمسين في المئة 50% في صناعات الرسائل التلفزيونية الذكور بالقناة الأرضية، إذ أن الذكور يحاولون عزل تلك العوامل، وانقاصا من نسبة تأثيراتها على مهنتهم.

جدول 45 (ب): يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صانعي الرسائل بالقناة الأرضية حسب الجنس الإناث

المجموع	لا تؤثر		تأثير متوسط		تأثير كبير		العوامل/الدرجة
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
49	18%	9	24%	12	57%	28	مهام تتطلب بنية قوية
49	14%	7	20%	10	65%	32	العمل الليلي
49	14%	7	16%	8	69%	34	العلاقات الإنسانية بين العمال
49	4%	2	14%	7	82%	40	الزواج و الأبناء
49	2%	1	12%	6	86%	42	الأجر
49	16%	8	14%	7	69%	34	السكن
49	12%	6	10%	5	78%	38	البيروقراطية
343	12%	40	16%	55	72%	248	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نلاحظ أن التأثيرات لدى الإناث فاقت نسبتها 72% وبالتالي نستنتج أن العوامل المادية والمعنوية لها تأثيرات قوية في الإناث بالقناة الأرضية الجزائرية، حيث تبين أن المهام التي تتطلب بنية قوية لها تأثير يتراوح بين كبير بنسبة 57% والمتوسط 24% ولا تأثير لها بنسبة 18% وهي نسبة الإناث اللاتي يشغلن مهامًا تتطلب الجهد العضلي وهن عموماً عاملات الإدارة. فالبنية الجسدية الضعيفة قد تكون عائقاً خاصة أثناء تصميم البلاتوهات على العمل بالأسستوديوهات، ويمكن استنتاج من النتائج المتحصل عليها أن التأثير يميل نحو السلبية حيث أن المهام التي تحتاج إلى جهد قد تتعب الأنثى وتخلق لها مشاكل جسدية، وهذا الأمر يزيد من أعباء المؤسسة التي تتحمل نفقات المعالجة الطبية.

كما أن العمل الليلي بالتلفزيون له تأثير كبير على الأنثى التي أكدت ذلك بنسبة 65%، وقد يشكل هذا العامل ضغطاً كبيراً لدى النساء من خلال العمل لساعات متأخرة من الليل، فالتأثير يتزايد إذا كانت أعباء المرأة المنزلية كثيرة، وهذا التأثير يميل نحو السلبية إذ أن الأنثى تفقد سيطرتها على الوضع إذا تعلق الأمر بأبنائها وحياتها العائلية التي لها مسؤوليات أسرية وواجبات يجب أداؤها. فالزواج والأبناء" يؤثر فيهن بنسبة عالية جداً 82%، فنجد المرأة دائماً متعصبة وقلقة جداً وكل أحاديثها عن أمورها الشخصية والعائلية وهذا الأمر قد ينعكس على مردودها في صناعة الأخبار. وقد تبين أن العلاقات الإنسانية بين العمال لها تأثير كبير أيضاً فيها 69% وهذا يعود للاتصالات اللارسمية التي تحدث بين النساء العاملات التي تحاولن موازنة ومساندة بعضهن البعض، إما داخل المؤسسة أو خارجها كزميلات وكصديقات.

ولقد برزت نتيجة كبيرة تصرح بأن الأجر يحفز الأنثى بصفة كبيرة في دفعها للعمل أكثر وهذا بنسبة 86% وهي أكبر نسبة تأثير مسجلة في الجدول أعلاه، وهذا يعود إلى حاجة الأنثى المادية التي باتت حتمية وضرورة ترتبط بزيتها الخارجي والمحافظة على المظهر اللائق لأن العمل بالقناة ومواجهة الكاميرات يحتاج ذلك. وعليه فننقل المرأة مزيد وتجعل منها تشغل بصفة محفزة داخل الحياة الاجتماعية والاقتصادية، فإذا حققت إشباعاً جمالياً بالإضافة إلى رضائها على السكن الذي بدوره يؤثر فيها بنسبة 69% فإنها تؤدي مهامها بفعالية بمجرد شعورها بالراحة الاقتصادية (الأجر) والاجتماعية (السكن) وبالتالي لا تلتجئ إلى البيروقراطية بغية ترتيب وضعها.

فنتطبيقات البيروقراطية تؤثر في الأنثى بنسبة 76%، وهي نسبة لها ثقل على الجنس النسوي الأكثر تأثراً بهذا العامل لأنها تجد نفسها تحت السيطرة والابتزازات الإدارية والعاطفية من أجل تعديل وتنظيم حياتها الأسرية والمهنية، وبما أن المرأة حياتها الأسرية مهمة كثيراً بالنسبة لها ودورها محوري في التربية

وتسير البيت، لذلك فهي الأكثر عرضة لمواجهة العمل البيروقراطي أكثر من غيرها. في الأخير تجدر الإشارة أن معظم عمال وعاملات التلفزيون متزوجون من بعضهم البعض لذلك فالضغوطات والتأثيرات مشتركة بينهم.

لكن قبل عرض نتائج التأثيرات الفنية الشكلية يجب أن نسلم بأن موضوع الإدراك في السمع البصري بما أنه عنصر مهم في هذا الشق يساعد في فهم سلوك المبحوث، وكان قد ثمن أهميته في البحث العلمي علماء النفس، وفي أطروحتنا سنتناوله من جانب إدراك محيط العمل من قبل صناع الرسائل التلفزيونية كونه يسبق إدراك المشاهد للعناصر الفنية التلفزيونية. وفي الأسطر المقبلة سنتعرض لعملية الإدراك في مجال السمع البصري وأهميته في الوعي بالأشكال الفنية المكونة للمشاهد.

لقياس الإدراكات الشكلية وتأثيراتها قمنا بالاعتماد على تقنية القياس الاختياري أي عملية شبه تجريبية تلخصت في عرض صور في شكل ثنائي²¹ ويقوم المبحوث بانتقاء الصورة التي يرغبها إدراكيا. وقد قمنا بوضع مؤثرات بصرية في كل صورة وإخفاءها من أخرى لكي نستطيع استنتاج أبرز العوامل التي قد يتأثر بها صانع الرسائل التلفزيونية. فعندما يدرك هذا الأخير هذه التأثيرات يمكنه استخدامها بعد ذلك للتأثير في المتلقي بوعي وعن قصد وهذه هي التقنية المفروض العمل بها في التلفزيون. وقد قمنا بالتفكير في خلق خصائص صورية تقنيا بها مؤثرات مختلفة والتي نجملها كالآتي:

(أ)-العلاقات البنائية: العلاقات البنائية العامة، وتتمثل في: (الفضاء، الشكل، الأبعاد، اللون، الكثافة، القيمة الضوئية، الملمس المرئي، الخطوط والرموز).

(ب)-الفكرة والمعادلات التصميمية: تتمثل في: (دلالة التصميم من حيث الموضوع والمفردات البصرية: عناصر الديكور).

(ج)-القيم التعبيرية: المعادلات والعلاقات اللونية: وهي جملة القيم التالية: (الوحدة والتنوع، الانسجام، الإبهار، التناسب، التوازن، الإيقاع، الحركة، التباين والتضاد).

يتمثل الهدف الرئيسي للمشاهد التلفزيوني، بالتعبير عن حالة معينة، وتحقيق هدف خاص أو عام، وهو ما يقصد به رسالة المشاهد الفني التلفزيوني. فكما نعلم أن أي مشهد سواء كان لبرنامج أو لمسلسل أو لفلم له أهداف وقيم اجتماعية أو دينية أو أخلاقية أو وطنية. يصبو المخرج إيصالها للمشاهد ومحاورته من خلال الشاشة، ولتحقيق ذلك لابد من مراعاة مجموعة من القيم التعبيرية في المشاهد التلفزيوني الإخباري وهي: وحدة التصميم، الانسجام (Harmony)، الإبهار، النسبة والتناسب (Proportion)، التوازن (Balance)، الإيقاع (Rhythm)، الحركة (Movement)، التضاد (Contrast).

ت)-الدلالات التأثيرية: (سلوك مستقبلي، تشبع إدراكي، تنمية الروح الخيالية، تنمية المعرفة والاستكشاف، تنمية الإحساس الجمالي والذوق الفني، تجديد الروح الإبداعية والابتكارية، دعوة للتفكير والتأمل والتعبير). وجاءت عمليات القياس كالآتي:

1/ قياس التصميم: صغير، متوسط، كبير.

2/ التكوين والبناء العام (العلاقات الفضائية والعلاقات الشكلية): فضاء مغلق، فضاء مفتوح، فضاء ممتد، تداخل الأشكال، انعزال الأشكال، تفاعل قوى شكلية، هيئات ثنائية الأبعاد، هيئات ثلاثية الأبعاد.

3/ العلاقات البنائية (قوى الشد الرابطة): ترابط الأشكال، تباعد الأشكال، تقارب مكاني، انعزال مكاني، ربط لوني، ربط ضوئي، ربط حركي "قوى اتجاهية".

4/ المعادلة التصميمية: علاقة الأجزاء مع بعضها البعض ومع التصميم العام: علاقات فضائية (مباشرة)، علاقات شكلية (غير مباشرة)، علاقات لونية، علاقات مكانية، حركات اتجاهية، النسبة والتناسب اللوني، النسبة والتناسب والشكلي.

5/ أ)- المعادلات اللونية: انسجام لوني، تقابل لوني، التضاد اللوني، الحياد اللوني، تركز وتنوع لوني.

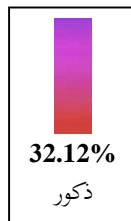
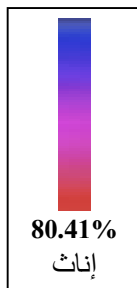
ب)- العلاقات اللونية: الجو اللوني العام أو السائد: إيقاع لوني صوتي، جمود لوني صوتي، التباينات اللونية، التوازنات اللونية، تقابل لوني ضوئي، انسجام لوني ضوئي.

6/ الفكرة التصميمية: دلالة العنوان، الموضوع، المفردات البصرية.

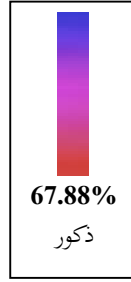
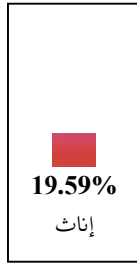
7/ نواتج التأثيرات ودلالاتها المهنية: تشبع إدراكي، تغيرات سلوكية، تنمية الروح الخيالية، تنمية المعرفة والاستكشاف، تجديد الروح الإبداعية والابتكارية، روح للتفكير والتأمل والتعبير، تغير الفضاء، الجمود.

3) تأثير العوامل الهندسية الفنية في صناع رسالة التلفزيون العمومي:

نتائج التأثير حسب الجنس:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



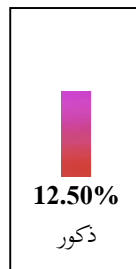
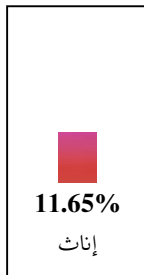
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

يتبين من خلال هذه النتائج أن هناك اختلافات بين الجنسين في اختيار مكان العمل ومؤثراته حيث توضح أن نسبة 80.41% من الإناث تفضلن العمل في فضاء كثير الأشخاص حيث تتأثرن بالعلاقات الناجمة عن هذا الفضاء أين تكثر الاتصالات غير الرسمية. بالإضافة إلى أنها تتأثر بالتصميم الكبير والبلاتو الحقيقي.

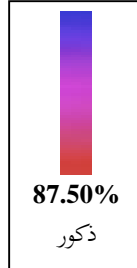
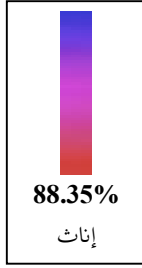
وهذا ما ينتج عنه تنامي لروح الفريق وزيادة في المعرفة والاستكشاف، وقد ينجم أحيانا عن هذا الفضاء الجمود وهو حال التلفزيون الجزائري لأنه لم يتم بتغييره منذ سنوات عديدة. بينما نسبة 32.12% من الذكور من يتأثرون بالعوامل السالفة الذكر الذين يفضلون العمل في فضاء قليل الأشخاص والاتصال فهم الأكثر تأثرا بالعلاقات الشكلية أي التفاعل مع المحتوى والشكل أكثر من التفاعل مع الأفراد وهذا بنسبة 67.88%، كما أن هذه النسبة تتأثر بالتصميم المتوسط والبلاتو الافتراضي. فهم يفضلون الإنتاج الأحادي الذي ينمي للروح الخيالية والإبداعية والابتكارية.

ولعل هذا الاختلاف بين الجنسين في حجم التأثير بالتلفزيون الجزائري يعود إلى الصفة الشكلية التي كونتها المؤسسة (المستوحاة من سياسة المنظمة في حد ذاتها) لدى عمالها حيث أن الإناث كن الأكثر تأثرا بها بما أن التلفزيون لا يعتمد على أستوديوهات افتراضية وتغرس العمل في فضاء كثيف الأشخاص بالنظر إلى حجم الموظفين بها، غير أن الذكور ونسبة 19.59% من الإناث لها طموح العمل في بيئة مغايرة.

نتائج التأثير حسب الجنس:



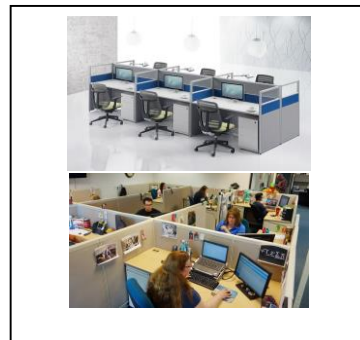
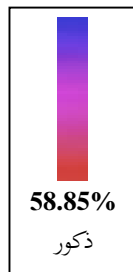
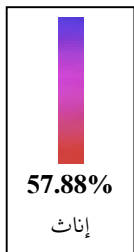
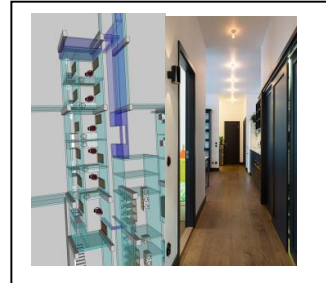
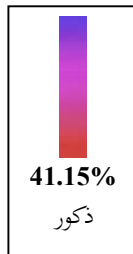
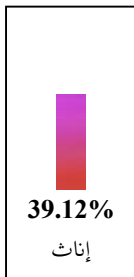
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



يتوضح أن الجنسين يتأثروا بتداخل الأشكال الناشئة عن الربط المباشر بالأستوديو والبلاطو وذلك بنسبة 88.35% إناث و 87.50% ذكور، نفس النسبة التي تتأثر بالتصميم الفني المريح والحديث المشكل لقاعات معاصرة، إذ تمنح هذه الأخيرة إمكانية نشوء علاقات اتجاهية مباشرة. بينما يفضل 12.50% من الذكور و 11.65% من الإناث العمل بنفس معايير قاعات تحرير التلفزيون العمومي الذين يشتغلون به، والتي تحمل خصائص متعددة كالعزلة الأشكال (منفصلة عن الأستوديوهات) وبساطة التصميم وكلاسيكيته. فهي عبارة عن قاعات بيروقراطية تعزز العلاقات الاتجاهية غير المباشرة وهذا ما يكثر من صفات الجمود وضعف التغيير.

نتائج التأثير حسب الجنس:

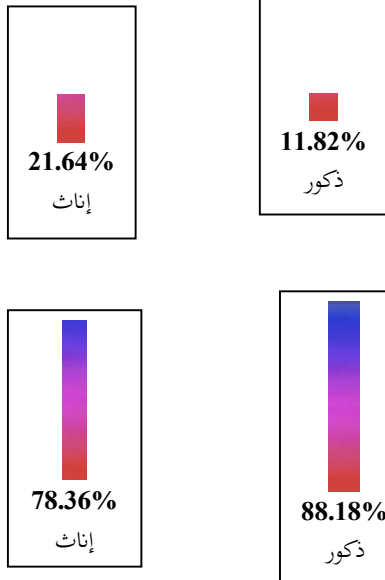
تصميم الفضاء الإداري:



يتأثر 58.85% من الرجال و 57.88% من الإناث بالشكل الإداري المفتوح والتقارب المكاني الذي يربط الأشكال والأفراد في نفس الوقت، كما يفضلون التصميمات الإدارية العصرية المشجعة على الديناميكية التي تنعكس عليهم بالإيجاب لأن الشكل الواقع بين المتوسط والصغير به فراغ صغير وكتلة ضيقة وبالتالي يكون الاتصال قصيرا ومباشرا يشجع على التفاعل بسهولة بين هيئات ثلاثية الأبعاد التي تريح صانع الرسائل مما قد يمنحه دفعا قويا للعمل بأريحة أكثر.

في حين يؤثر الفضاء المغلق الذي ينجم عنه انعزال مكاني لصناع الرسائل بنسبة 41.15% من الذكور و 39.12% إناث وجاءت هذه النسبة في المراكز الأخيرة التي تنجم عن ضعف التأثير وذلك لتباعد الأشكال والتصميم الرسمي البيروقراطي. فالفضاء الإداري كبير الحجم يترك فراغا كبيرا بين الأقسام وتكون الكتلة واسعة مما قد يجعل الاتصال طويلا وغير مباشر فيضعف من عملية التفاعل وتوصيل المعلومات بسرعة. حيث أن العمل في هيئات ثنائية الأبعاد يظل كلاسيكيا وقديما يبعث في نفسية صناع الرسائل على الملل فينقص بالتالي من العمل بفعالية.

الفضاء الإنتاجي: تصميم الأستوديو: نوعه وحجمه: نتائج التأثير حسب الجنس:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

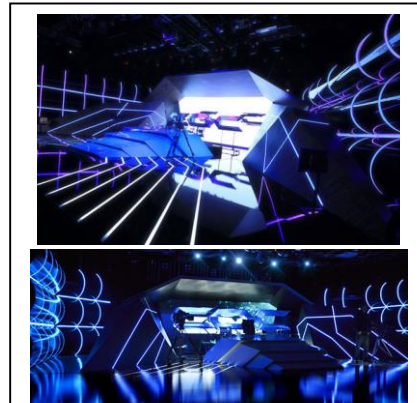
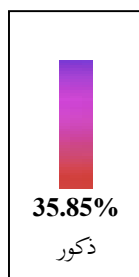
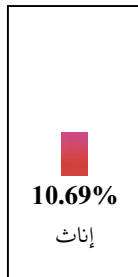
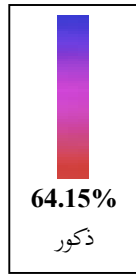
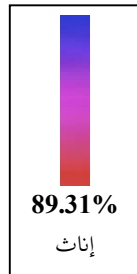
حسنت النتائج بالأعلى لصالح الفضاء الإنتاجي الحقيقي الذي يؤثر بنسبة 88.18% في الذكور وبنسبة 78.36% في الإناث وتتجسد خصائص تأثيرات الفضاء في قاعة التحكم الحقيقية، الإضاءة الحقيقية، الديكور الحقيقي الممتد على مساحة واسعة أين يكون الربط الحركي والضوئي أسهل وأريح فينتج بذلك علاقات فضائية، اتجاهية.

كما أن هذا الفضاء يحتوي على مؤثرات فرعية ناتجة عن حجم البلاط ومساحته وهي النسبة والتناسب الشكلي فهما قيمتان تعبيريتان تؤثران في صانعي الرسائل التليفزيونية، كلما اتسعت نسبة الطول إلى عرض فتزداد بذلك مساحة الإبداع بالديكور والجدب اللوني والشكلي بالبلاط. ويجب أن يكون هناك علاقة تناسب بين مختلف العناصر السمعية البصرية (الديكور، الإضاءة، الكاميرات، الخلفيات، وسائل التنقل).

والجلي في النتائج بالأعلى أن نسب قليلة فقط 11.82% ذكورا و21.64% إناثا من تتأثر بالفضاء المحدود الحامل لأشكال افتراضية تعتمد على الربط اللوني (بما أن الخلفية تكون في العموم خضراء أم زرقاء)، فتنج بذلك علاقات شكلية لونية عبر عملية الإدراج بالحاسوب Incrustation التي يجب أن تحقق نسبة وتناسبا لونيا في المشهد. وهناك برامج متعددة لتحقيق ذلك أبرزها "Truecaster" إذ يجب على صانعي الرسائل التليفزيونية الوعي بهذا الفضاء وما قد ينجم عنه من إبداع فالتعامل معه يحتاج الكثير من الجهد العقلي والتخيلي لأنهم يتعاملون مع أشياء غير ملموسة.

نتائج التأثير حسب الجنس:

- علاقة البلاط بالتصميم والإضاءة والصوت:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

يتبين أن هناك اختلافا في التأثيرات والتفضيلات بين الجنسين إذ أن تأثيرات الذكور انقسمت بين الصورة الأولى والثانية، فالأولى نالت عند الإناث نسبة عالية 89.31% والذكور 64.15% فتسفر هاته

النسب أن الجنسين يفضلون العمل في بلاتوهات ببيانات ثلاثية الأبعاد، التي تحتوي على انسجام وتقابل وتنوع لوني، بالإضافة إلى انسجام لوني ضوئي الذي يتلاءم والإيقاع الصوتي. وكننتيجة فصناع الرسائل يتوجهون نحو الميل إلى التوازنات اللونية مع الصوت.

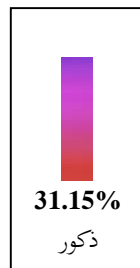
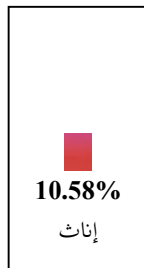
كما أنهم يتأثرون بالملامس والخامات الضوئية التي تحقق إبهارا بصريا، ويجب الإشارة أن الملمس يعتمد اعتمادا كليا على نوع الخامات المستخدمة في الديكور التلفزيوني، إذ يلعب ملمس السطوح دورا هاما في إبراز التصميم، فهو يؤثر بشكل إيجابي إذا وظف الملمس بشكل ناجح ومناسب للتصميم ومكان الخامة بالتصميم. فالتأثير الذي يوحيه ملمس خامة خشبية مثلا في تصميم خلفية ديكور للمشاهد من خلال برنامج ما، لا يمكن أن يؤديه استخدام خامة من الزجاج بديلا عنها. فالملمس هو "الخاصية السطحية لتداعيات الخطوط والأشكال والألوان في دلالات قيمية ذات تحسس ملمسي كالإحساس بالنعومة والخشونة وتفاعل القيم الضوئية ومدى انعكاس اللون وإسقاطات الضوء الطبيعي أو الصناعي على السطوح وتفاعل الإعلامي مع هذه الخاصية القيمية (أبو راشد، مرجع سابق، ص. 27).

غير أن النسبة الثانية من الذكور 35.85% تفضل العمل بفضاء أحادي الأبعاد العاملة بالتضاد اللوني أي التمرکز في لون واحد وإدراج ألوان فرعية أخرى مختلفة. كما أن نفس النسبة من الرجال بالإضافة إلى 10.69% من النساء العاملین بالتلفزيون العمومي يميلون أكثر للعمل في فضاءات ذات جمود لوني وصوتي، فتخلق في الإنتاج بذلك تباينات لونية وصوتية مما يضعف الشكل ويرکز أكثر المضمون وهو الوضع الذين يشتغلون به حاليا في مؤسستهم والذي نستنتج تأثيره المباشر الواضح من خلال هاته النسب التي تريد المحافظة على نفس الفضاء التي تشتغل به.

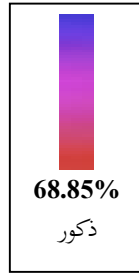
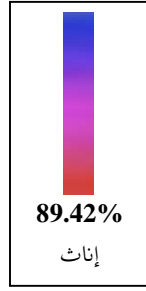
كما يتضح من خلال النتائج بالأعلى أن الإناث تتأثرن أكثر من الذكور بالتصميم المبهري الذي يحتوي على انسجام بين الديكور والإضاءة والصوت.

نتائج التأثير حسب الجنس:

-نوع الديكور والعناصر التيبوغرافية:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



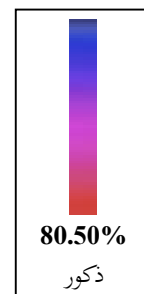
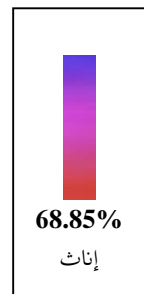
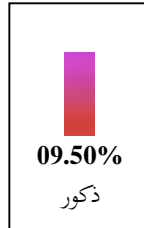
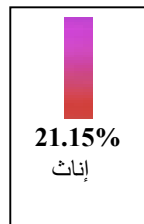
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

نلاحظ أنّ كلا من الجنسين ولو بفارق بسيط يميل لدى الإناث 89.42% أكثر في تأثر صناعات الرسائل بالتلفزيون الجزائري بالديكور الممتد المصاحب للعناصر التيوبوغرافية ذات الخامات والكتل الواسعة التي تمنح للمصمم أو المخرج القدرة على إدراج شاشات عرض كبيرة، وملصقات ولوحات إلكترونية فنية تساعد في عرض المضمون وإقناع المشاهد بالشيء المقدم، وهذا لا يكمن أن يحدث دون إيقاع لوني ضوئي صوتي متنوع.

غير أنه نسبة 31.15% من الذكور ونسبة ضئيلة 10.58% من الإناث يفضلون الديكور المغلق والبلاط الذي يحتوي على شاشات عرض صغيرة لونية ذات إيقاع لوني ضوئي صوتي ثابت. وتفسير هذه النتائج ينطلق من أن الذكور وصلوا إلى وضع يرتبط بالثبوت المهني وعدم تحمل مشقة وتعب المهنة أكثر من الإناث التي ترغب دائما في العمل بفضاء مريح نفسيا وجميلا.

نتائج التأثير حسب الجنس:

-البلاط الحقيقي والبلاط الافتراضي:



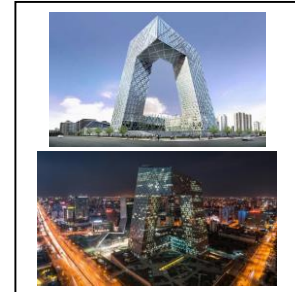
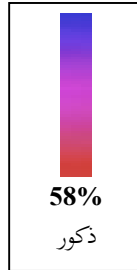
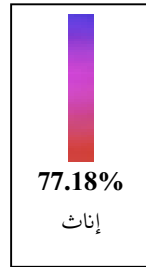
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

توضح أن معظم صناعات الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري يفضلون البلاط الحقيقي الذي

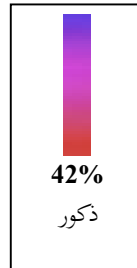
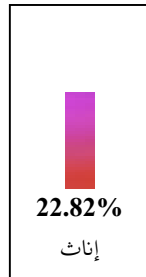
يحتوي على العناصر المؤثرة التالية سقف ثلاثي الأبعاد، جدران إلكترونية، ملابس أرضية وكل هاته الميزات تحقق تأثيرا بصريا كونها تجعل البلاطو أكثر إضاءة بألوان حقيقية باردة تسر الناظرين. غير أنه مع التطور التقني في المجال السمعي البصري نجد هناك فئات قليلة من الإناث 21.15% والذكور 9.50% من يتأثرون ويفضلون العمل بالأسستوديو والبلاطو الافتراضي وهي نسبة قليلة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار التوجهات الحديثة للإنتاج التلفزيوني خاصة عبر الويب فهو يعتمد بصفة كبيرة على الأشكال الافتراضية والتعبيرات الإبداعية البصرية التي توصل الرسالة في الوقت والمكان المطلوب وتحدث تأثيرات إدراكية ومعرفية مختلفة.

نتائج التأثير حسب الجنس:

شكل وحجم المؤسسة من الخارج:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



Source: This Thesis, shooted 12.07.2017

إن الشكل الخارجي العام يشير إلى الجانب من الشكل الفني (Form) الذي يرى على أنه سطح أو ثنائي أو ثلاثي الأبعاد" (عبد الحميد ش.، 2008، ص.123)، وهو المساحة التأليفية لتداعيات الواجهة في أبعاد شكلية مسطحة هندسية في بعدين أو منظورية إبهامية أو كتلية في ثلاثة أبعاد، تتشكل من مجموعة التوصيفات التعبيرية للصورة المنشودة من خلال تفاعل تقني ما بين الخطوط والملونات البصرية (أبو راشد، مرجع سابق، ص. 28).

وقد أسفرت النتائج بالأعلى عن أن النسب المتقدمة راحت إلى تفضيل المورفولوجيا الخارجية ذات

الحجم الكبير ثلاثية الأبعاد 77.18% للنساء و58% للرجال، خاصة ما تحمله من مؤثرات بصرية كالواجهة المصممة من الزجاج والواجهة الضوئية اللامعة والتي تتكون من رموز لونية بارزة تعبر عن النشاط السمعي البصري للتلفزيون. وهكذا مؤثرات قد تعود على العاملين بالإيجاب لأنها تحمل الكثير من الأشكال التي تبعث بالراحة النفسية وثبت أن الضوء اللامع يؤثر إيجابا في جذب حب العاملين لمؤسستهم مما قد يزيد من عطاءهم المهني.

كما تجدر الإشارة إلى وجود الأشكال بعدة أنواع وهيئات خارجية للعمل الفني منها: العضوية (Organic) والهندسية (Geometric) وهذا لا يعني وجود حد فاصل بين هاتين الفئتين. فمن خلال رسم شكل ما (مثلا: الزخرفة الإسلامية في برنامج ديني) نستطيع أن نستشعر الروح الإسلامية كسمة من سمات هذا البرنامج، والتي لا يمكن الوصول إليها إلا من خلال وجود مثل هذه الأشكال، وهذا هو الحال بالنسبة لمختلف المشاهد التلفزيونية الأخرى.

لكن بالرغم من العصرية والتغيرات الهندسية الحديثة في التصميم الخارجي للبنىات إلا أن تأثير شكل التلفزيون الجزائري الحالي جعل نسبة 42% من الذكور و22.82% من الإناث تتوجه نحو المورفولوجيا الخارجية ذات الحجم المحدود والواجهة المصممة من الياجور الخالية من الضوء التي تسجل غياب لرموز اللونية.

وفي الآتي سوف نعرض أبرز نواتج المؤثرات السابقة في صناع الرسائل التلفزيونية ورأيهم فيها.

جدول رقم 46: يوضح التأثير الإدراكي لصناع الرسائل أثناء الإنتاج بالتلفزيون العمومي الجزائري

التأثير الإدراكي	تكرار	نسبة
الأستوديو الحقيقي	81	78%
الأستوديو الافتراضي	23	22%
الديكور الحقيقي	81	78%
الديكور الافتراضي	23	22%
المجموع	208	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة

قد تكون الخصائص والمؤثرات السابقة محفزات إدراكية في اختيار محيط الإنتاج، إذ توصلت نتائج الجدول بالأعلى أن نسبة 78% من صناع الرسائل التلفزيونية الظاهرين في العينة يميلون نحو العمل في الأستوديو الحقيقي وهذا يدل على رغبتهم في الاستقرار والمحافظة على نفس البيئة التي يعملون بها. بالإضافة إلى ضعف الرغبة في التغيير خاصة أن نسبة ضئيلة فقط 22% من اختارت الأستوديو الافتراضي، كما سجلت نفس النتائج عند متغير الديكور (الحقيقي والافتراضي). ولهذه النتائج مجموعة

من التفسيرات، فصناع الرسائل بالقناة الأرضية تعودوا على نمط معين من الفضاءات (الحقيقي) وكونوا خبرة تجعلهم يتقنون عملهم ويتحكمون بكل أجزاء الفضاء ويشغلونه بأريحية ويتفاعلون معه دون مشاكل بما أنهم يتواجدون وسطه يوميا وبالتالي فإنهم قد يرفضون تغيير الفضاء لتجنب التعب وإعادة التأقلم مع محيط جديد.

كما لا يمكن إنكار أن التلفزيون الجزائري يتمتع بقدرة تنظيمية قد تغرس في روح عماله ثقافته الفضائية المتمثلة في العمل بالأسستوديو والديكور الحقيقي، وعليه فالإعلامي يتأثر بهذا النمط والثقافة التي تفرضها المؤسسة بالرغم من توفر لدى صناع الرسائل رغبة في التغيير والجدول الموالي يكشف لنا ذلك.

جدول رقم 47: يبرز التأثير المهني لعمال القناة الأرضية خلال تسيير المؤسسة الإعلامية اعتماد على فضاء افتراضي

المجموع		لا		نعم		التقدير
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	104	34%	35	66%	69	التسيير افتراضيا

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

مواصلة في استنتاج أبرز التأثيرات الناجمة عن الشكل المورفولوجي للمؤسسة، نصل الآن إلى نتيجة خاصة بالتأثير المهني توصل لها الجدول رقم 47 إذ أن نسبة كبيرة جدا 66% من ترغب في التسيير الافتراضي للمؤسسة الإعلامية وهذا ما يفسر لنا كذلك آخر نتيجة من الجدول السابق، فصناع الرسائل التلفزيونية بالقناة الأرضية بالرغم من الكبح البنوي الذي بدوره يحد من إبداعهم وطموحهم، فإنهم يريدون مواكبة التطور والتغيير التنظيمي والتسيير.

فالتقنيات المعاصرة تعود بالفائدة على المؤسسة التي تطورها وتجعلها أكثر تفاعلا ونشاطا وديناميكية. وهذه النتيجة التي تسلم بتأثر المبحوثين بالجوانب الفنية الشكلية المرتبطة بسبل التنظيم والتسيير جعلنا نستنتج أن التلفزيون لازل يتقاضي التغيير ويرغب في الجمود البنوي وهذا هو تفسير تسجيل نسبة معتبرة 34% التي ترفض التسيير الافتراضي وترغب بالبقاء في الوضع المهني الراهن. وبما أن هذه الرغبة موجودة لدى بعض العمال فإنه يمكن القول أن المؤسسة يختلف أفرادها مهنيا أي أنها تفشل في توحيد طموحاتهم ونظرتهم الاستشرافية حول طرق وسبل التنظيم والتخطيط والتسيير.

جدول رقم 48: يوضح نظرة صناع الرسائل لمستقبل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

الجنس		ذكر		أنثى	
التأثير المستقبلي		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
غامض في طريقها نحو الزوال		22%	12	9%	5
تطوير الهندسة بالأنظمة الإلكترونية		28%	15	18%	10
إعادة الهيكلة ومواكبة التغيير		22%	12	36%	20
تحريرها من الرقابة		9%	5	9%	5
تسييرها يتوجه نحو الافتراضية		11%	6	9%	5
التركيز على توظيف الكفاءات		7%	4	18%	10
المجموع		100%	54	100%	55

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أسفر آخر جدول من هذه الدراسة بروز نتيجة ناجمة عن المؤثرات السابقة والرهانات المحيطة بالتلفزيون والتي استنتجناها كتأثير مستقبلي بما أن علاقة العامل ومؤسسته أصبحت تميل نحو التأثير والتأثر ببعضهما البعض. وأجاب كل من الجنسين أنه بات من الضرورة على المؤسسة إعادة الهيكلة ومواكبة التغيير بنسبة 36% من قبل الإناث و22% من الذكور وهذا المؤثر له أهمية كبيرة يجب على ملاك المؤسسة أخذه بعين الاعتبار، لأنه منذ زمن طويل لم يقيم التلفزيون بإعادة هيكلته المورفولوجية وتغييره للهيكل القديمة (المرسوم رقم 86-147 المؤرخ في 1 جويلية 1986) لكي تواكب العصرنة الهندسية والتنظيمية. لهذا ندد الذكور بنسبة 28% والإناث 18% بتطوير هندستها باستخدام الأنظمة الإلكترونية الحديثة (كألواح الإلكترونيات الضوئية، الإضاءة والألوان، التصاميم الزجاجية) لما لها من تأثيرات إيجابية على نفسياتهم وتجذبهم للعمل، وهذا ما توصلنا إليه في الصور السابقة عند عرضنا لتأثيرات الأشكال الهندسية، فإذا لم تنتبه المؤسسة لهذه الأشياء فقد تبقى غامضة وتتوجه نحو الزوال حيث يعبر 22% من الذكور و9% من الإناث عن هذا.

كما أجابت هذه الأخيرة بنسبة 18% والذكور بنسبة 7% بأنه في المستقبل يجب التركيز على توظيف الكفاءات وفتح المجال لتدريب خريجي أقسام الإعلام على التقنيات الجديدة خاصة في الفضاء الافتراضية التي تمنح مجالاً أكثر للإبداع، لأن تسيير المؤسسة سيتوجه نحو الاستثمار أكثر في الفضاء الافتراضي بأقل التكاليف على حد تعبير 11% من الذكور و9% من الإناث.

وفي آخر النتائج يقول 9% لدى كلا الجنسين بأنه وصلنا إلى مرحلة يجب على التلفزيون والإعلامي الجزائري أن يتحرر من الرقابة بمنح حرية أكثر في التعبير من جهة وحرية في الإنتاج من جهة أخرى والتعامل مع الجوانب الشكلية للمحتوى (كالاستعراض والإبهار) على الموسع.

بالنهاية وإلى هذا الحد نكون قد تعرضنا لكافة التقنيات التطبيقية والأدوات التي استخدمناها أثناء مرحلة البحث الميداني، إذ قمنا بعرض نتائج الدراسة الأولى المتعلقة بالتليفزيون الجزائري وحاولنا شرح وتفسير وتحليل كافة المعطيات، والبيانات الخامة وتحويلها إلى معلومات في شكل جداول بعد عملية التفرغ. وجاءت النتائج تحت ثلاث محاور وكل محور يتفرع إلى مجموعة من المواضيع التي تدور كاملة حول محور واحد وهو مورفولوجيا التليفزيون الجزائري وهندستها البشرية وأبرز العوامل المؤثرة فيهم. وسنواصل الآن في عرض الشق التطبيقي الثاني من هاته الأطروحة أين سنقوم بالكشف عن أبرز نتائج تفرغ الاستبيانات الخاصة بمؤسسة الشروق ونختتمها بصياغة النتائج العامة ومناقشتها حيث يتم فيما يلي عرض كافة النتائج بالاعتماد على المحاور الواردة في تساؤلات الدراسة وأهدافها. وسنعرض نتائج البحث الذي تم إجراءه بمجمع الشروق وبالتحديد قناة الشروق النيوز، أين تعاملنا مع ستة وخمسين 56 مبحوثًا قمنا باستجوابهم. وسنخرج عن كافة التحقيقات المرتبطة بمحاور الإشكالية مستخدمين الكم والكيف على حد سواء في السرد والوصف والتحليل والتفسير.

2.4 نتائج قناة الشروق نيوز (مجمع الشروق للنشر والتوزيع):

أولاً: عرض نتائج مورفولوجيا المؤسسة المتعلقة بالهندسة البشرية لصناع رسائل الشروق نيوز:

(1) الإطار الاجتماعي:

جدول رقم 49: يبين الجنس والسنة والحالة الاجتماعية الخاصة بصناعي الرسائل داخل الشروق نيوز

الجنس	ذكر										أنثى				الوضع الاجتماعي											
	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		الناتج		أعزب		مطلق			أرمل		الناتج								
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت						
30-20	4	7%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	6	11%	0	0%	0	0%	0	0	0	0	3	6%	0	0%	0	0%
41-31	4	7%	20	36%	0	0%	0	0%	0	0%	24	44%	9	18%	30	61%	0	0%	0	0%	39	80%	0	0%	0	0%
52-42	0	0%	16	29%	0	0%	0	0%	0	0%	16	29%	0	0%	7	14%	0	0%	0	0%	7	14%	0	0%	0	0%
53 فأكثر	0	0%	9	16%	0	0%	0	0%	0	0%	9	16%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
الناتج	8	15%	47	85%	0	0%	0	0%	0	0%	55	100%	9	18%	40	82%	0	0%	0	0%	49	100%	0	0%	0	0%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يوضح الجدول 49 بعض الخصائص السوسيو-ديمغرافية لصناع الرسائل التليفزيونية العاملين بتليفزيون الشروق نيوز، إذ تجدر الإشارة أن الجزائر من بين الدول التي تتمتع بقاعد ديمغرافية كبيرة، والتي بلغ عدد السكان المقيمين بها في الأول من جانفي 2019، 43 مليون نسمة. كما تميزت السنة التي سبقتها وللمرة الخامسة على التوالي بعدد ولادات حية تجاوزت عتبة المليون، وبارتفاع في عدد الوفيات (وزارة

الصناعة والمناجم، 2019).

وحسب الجدول أعلاه تقدم الذكور بـ 15 مفردة عن الإناث إذ سجلت أعلى نسبة 60% لديهن في خانة أعزب، أما المتزوجات فيشكلن نسبة 40%، وتفوق الذكور في القناة يعود إلى توفهم في التركيبة السكانية المفصلة في الجدول بالأسفل. كما تمركزت الإناث حول الشريحة الشبابية بين 20-30 بنسبة 60% تلتها الشريحة بين 31-41 بنسبة 40%، ونلاحظ توفيق الشابات العازبات بنسب كبيرة حسب ما يلخصه الجدول بالأسفل.

وبما أن التركيبة السكانية في الجزائر تشهد نموا أكبر للعنصر الذكري، الأمر الذي جعل من هذا الجنس يطغى على التليفزيون وذلك لما تكتسبه هذه الوسيلة من وظائف تتوافق والهوية الذكورية أكثر، خاصة في الجوانب التقنية التي تحتاج بنية فيزيولوجية قوية. فالرجال، مستقرون عائليا إذ راحت أعلى النسب إلى حالة "المتزوج" 58% خاصة عند الشريحة العمرية 31-41 بنسبة 33% وهي الفئة التي أخذت حصة الأسد بنسبة كلية 47%، بينما سجلت الشريحة 20-30 نسبة 36% في حين راحت نسبة 8% للشريحة 42-52، ولم تتل الشريحة أكثر من 53 سنة أية حصة من العينة 0% لكل من الجنسين. أما حالة "أعزب" عند الذكور أتت في المرتبة الثانية التي جاءت بين الشريحتين 20-30 بنسبة 28%، و8% عند الشريحة العمرية 31-41.

ويمكن تفسير نتائج النسب وتصدر الحالة متزوج وتمركزها في الشريحة 31-41، عند الذكور، بينما حدث العكس عند الإناث إذ تغلبت الشريحة الشبابية والحالة أعزب على الشرائح الأخرى، انطلاقا من أن تليفزيون الشروق نيوز يميل في توظيف الشباب أكثر والأشخاص الأقل خبرة في مجال الإعلام وذلك لأن هذه الشريحة هي الأكثر ديناميكية وتفرغا، كما أنها تتسم بمعقولية في طلبها للأجر بالنظر إلى خبرتها المحدودة. وبما أن تليفزيون الشروق حديث النشأة فإن مداخيله محدودة وبالتالي فهو يلقي صعوبة في دفع الأجر المرتفعة.

كما نلاحظ أن القناة ركزت على توظيف ذكور من مرحلة عمرية 31-41 وهي الفئة التي دفعت به نحو التقدم والتطور منذ وضع حجر الأساس على المؤسسة، مستفيدة من خبرتهم وممارساتهم السابقة قبل إطلاق البث الرسمي للقناة. ومما هو معروف أن الخبرة تجعل الفرد أكثر نضجا في التفكير وبناء تصورات عن المجتمع والواقع بصفة أكثر احترافية في التعامل مع المادة الإعلامية.

وقد أصبح جنس صناعات الرسائل التليفزيونية في الإعلام الخاص، عنصرا يحتاج إلى الدراسة والتعمق في الأشخاص الذين يتولون مهام صناعة الأخبار التليفزيونية، فالأهمية التي تكتسبها هذه

الأخيرة جعلت من الشروق نيوز يتوجه نحو تضمين الشريحة الشبابية أكثر لتقادي المشاكل الاجتماعية المرتبطة بالعائلة والأولاد، فيكون بذلك أكثر تفرغا لأداء مهنته خاصة لدى الإناث، إذ تفضل الشروق نيوز النساء العازبات. ومما لا شك فيه أن للأسرة تأثيرا كبيرا على مردود العامل من جهة قد تضعف من قوته لأنها تأخذ من وقته وجهده ومن جهة أخرى تجعل فكره محدودا (أي ينحصر في جانب واحد -الأبناء والعائلة-) فيحد من احترافيته وأداءه.

كما يمكن تفسير تواجد العزاب أكثر بالنظر إلى أن إجمالي عدد حالات الزواج يتواصل في وتيرة الانخفاض المسجلة منذ سنة 2014، إذ أن حجم الزواجات المسجلة لدى مصالح الحالة المدنية بدأ ينخفض منذ نفس السنة، حيث بلغ عدد الحالات المسجلة خلال 2018، 332.000، وهو ما يوافق تراجعاً بـ: 8000 حالة مقارنة بسنة 2017. وعرف بذلك المعدل الخام للزواجات تراجعاً من 8,14% إلى 7,79% خلال نفس الفترة (نفس المرجع). وتجدر الإشارة إلى أن تواصل انخفاض حجم الزواجات يعزز فرضية أثر التغيرات الهيكلية للتركيبة السكانية على تراجع عدد الزواج، والتي تظهر تطور عدد الفئة السكانية 20-34 سنة (وهي الفئة التي ينحصر فيها 80% من الزواجات) تراجعاً جلياً منذ 2015، حيث انتقلت هذه الفئة من 10,997 مليون إلى 10,758 مليون ما بين 2015 و2018. وبالرغم من أن وتيرة تراجع الزواجات هي أكبر من تلك المسجلة في تراجع حجم هذه الفئة، إلا أن علاقة الارتباط تظهر جلياً ما

بين هاتين الظاهرتين. وجاءت بعض المقاربات النظرية والمنهجية العامة للصحافة والإعلام من منظور نسوي، نتيجة للحركة التي أثارها علماء الحركة النسوية في وسائل الإعلام بقضية الصورة والتمثيل الرئيسية، التي تتعلق أيضاً بدراسة لمكانة المرأة في الصناعات الإعلامية، والمرأة كمنتجة وكجمهور، وانعكاسات النساء على وضعهن الخاص في العلاقة مع الفضاء الإنتاجي، التي تسأل ما إذا كان هناك أي اختلافات بين الجنسين في التصور العام داخل غرفة الأخبار وما إذا كانت الصحفيات يعملن بشكل مختلف عن الصحفيين الذكور.

شكل رقم 14: يوضح ميكل سكان الجزائر حسب العمر والجنس (عن

10000) في 2018/07/01

الفئة العمرية	الذكور	إناث	معا
00 an	124	117	241
01-04 ans	485	458	943
05-09 ans	524	496	1 020
10-14 ans	416	393	809
15-19 ans	352	337	689
20-24 ans	395	380	775
25-29 ans	438	424	862
30-34 ans	447	442	890
35-39 ans	407	399	807
40-44 ans	323	320	644
45-49 ans	272	275	548
50-54 ans	233	235	468
55-59 ans	186	187	373
60-64 ans	151	150	302
65-69 ans	117	113	230
70-74 ans	71	74	145
75-79 ans	57	50	117
80-84 ans	38	42	79
85 ans & +	29	30	59
TOTAL	5 066	4 934	10 000

المرجع: موقع وزارة السكن والعمران، شوهد يوم 24.07.2019
<http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/demographie-algerienne-20>

وبما الجنس والوضع الاجتماعي والعمر هم من هويات صناع الرسائل التي لها تأثيرها على المحتوى في غرف الأخبار، فقبل أن تصبح المعلومات أخباراً، فهي تمر عبر سلسلة من البوابات، التي يفتحها ويغلقها الإعلاميون (حراس البوابة) والتي تتأثر بالتالي بهوياتهم، بما أنها مبنية على أساس اجتماعي (WHITE , The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News, 1950, p. 383). ولكل من الرجال والنساء مجموعة مختلفة من التوقعات التي وضعتها عليهم ثقافتهم، فلدى النساء وجهات نظر مختلفة بسبب حياتهن الاجتماعية المختلفة، بينما تتكاثر أماكن العمل مع المجتمع الأوسع، فالمرأة في غرفة الأخبار، تحمل "خبرات ومواقف وتوقعات" على عكس خبرات الرجل (ROSALIND , 2003, pp. 100-102).

وهذا الأمر يجعلنا نطرح سؤالاً وجيهاً يتعلق بما إذا كان جنس الإعلامي سيؤثر على اختياره للأخبار، وهل من المحتمل أن تنقل المؤسسة الإعلامية قصص تتعامل معها على سبيل المثال، العواطف، والقضايا النسائية؟ فقد وجدت دراسة الباحث "بلاسك Bleske" أن 8.5 في المائة فقط من القصص التي تختارها المرأة كانت تتعلق بقضايا النساء أو احتوت على امرأة كموضوع رئيسي أو مصدر رئيسي للأخبار، ومع ذلك، اعتقد "بلاسك Bleske" أن نسبة صغيرة من الأخبار المؤيدة تدعم "وجود تحيز عميق الجذور ضد النساء بوصفهن صانعات أخبار في المجتمع". وخلص إلى أنه لا يمكن التغلب على هذا ببساطة مع تولي النساء أدوار صنع القرار في غرف الأخبار (VOLCICI , 2008, pp. 6-7). ولو قمنا بالتعمق أكثر وربطنا دراسة بلاسك بنظرية "بريد Breed" المتعلقة بالتحكم الاجتماعي داخل غرف الأخبار فإنها تستطيع شرح نتائج "Bleske" من منظور الوظائف الست لغرف الأخبار التي حددها "Breed" التي عملت على ضمان امتثال الموظفين للسياسات السائدة في غرفة الأخبار، يمكن أن تتعارض السياسة المؤسسية في بعض الأحيان مع المعايير الشخصية والمهنية (BREED , 1955). لذلك، قد يكون اختيار الذكور والإناث متشابهاً للغاية، على الرغم من اختلافهما في النوع الاجتماعي، لأن كليهما يتوافقان مع سياسات مؤسسية مماثلة.

-الهوية المكانية:

يبين لنا الجدول أعلاه المكان الذي ولد ونشأ فيه صناع الرسائل التليفزيونية، فهذان المتغيران بلغا من الأهمية في الدراسات الحديثة لما لها من تأثيرات نفسية ومكانية ترتبط بالبعد والقرب السكني وثقافة المنطقة التي ازداد فيها الإعلامي فشخصيته تتكون منها. ويكشف الجدول عن الولايات الجزائرية التي تركز المؤسسة على التوظيف منها، وقد سجل الجدول ظهور أربعة عشرة 14 ولاية من ثمانية وأربعين

جدول رقم 50 يبرز ترتيب الجهة التي ازداد وترعرع فيها صناعي الرسائل التليفزيونية بالشروق نيوز

ولاية النشأة				ولاية الازدياد				الجنس
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	الجنس
0%	0	3%	1	0%	0	3%	1	بجاية
5%	1	6%	2	5%	1	8%	3	تبسة
0%	0	3%	1	0%	0	3%	1	تيزي وزو
60%	12	67%	24	60%	12	61%	22	الجزائر
0%	0	0%	0	0%	0	6%	2	البلدية
0%	0	6%	2	0%	0	6%	2	البويرة
5%	1	0%	0	0%	0	0%	0	سطيف
5%	1	11%	4	5%	1	11%	4	المدية
10%	2	3%	1	10%	2	0%	0	عنابة
0%	0	3%	1	0%	0	3%	1	عين الدفلى
0%	0	0%	0	10%	2	0%	0	جيجل
5%	1	0%	0	5%	1	0%	0	المسيلة
5%	1	0%	0	0%	0	0%	0	بومرداس
5%	1	0%	0	5%	1	0%	0	خنشلة
100%	20	100%	36	100%	20	100%	36	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

48 ولاية جزائرية متموقة أبرزها في الشمال والتي سجلت بين جهتي الشرق والوسط. ومن خلال الجدول نستنتج أن المؤسسة تميل بصفة عامة للأشخاص المتواجدين أو الآتين من الجهة الوسطى كونها الأقرب من القناة. إذ سجل صناع الرسائل التابعين للجزائر العاصمة في المرتبة الأولى من ناحية الازدياد 61 % ذكور 60 % إناث والنشأة 67 % ذكور 60 % إناث. وهذه النتائج منطقية بالنظر إلى أن تسجيل نسبة الولادات بالعاصمة بلغت في 2017 بـ 102.025 مولود متبوعة بسطيف (53.328 مولود) ووهران (41.285 مولود) وقسنطينة (38.112 مولود) وباتنة (36.808 مولود)*.

كما سجل الجدول ظهور سبع 7 ولايات نشأ فيها صناع الرسائل الذكور والتي جاءت في الترتيب العددي التالي: المدية، تبسة، البلدية، البويرة، بجاية، تيزي وزو، عين الدفلى، والإناث: عنابة، جيجل، خنشلة، مسيلة، مدية، تبسة. وفيما يخص المناطق التي ترعرع فيها الموظف في الشروق نيوز حافظت العاصمة على مرتبتها والولايات الأخرى جاء ترتيبها كالاتي الذكور: المدية، البويرة، تبسة، بجاية، تيزي

*More details visit this document, http://localhost/IMG/pdf/Demographie_Algerienne_2017.pdf

وزو، عنابة، عين الدفلى، والإناث: عنابة، تبسة، سطيف، المدية، المسيلة، بومرداس، خنشلة. وأبرز الاستنتاجات والتفسيرات التي نستخلصها هو طموح الأنثى الغالب ورغبتها في مزاوله النشاط السمعي البصري، والتي تنتقل من ولايتها إلى العاصمة للالتحاق بالقناة. فهاته الأخيرة لا تستطيع توظيف أشخاص عن بعد لأن الإنتاج في التلفزيون يحتاج للحضور الجسدي، لذلك يضطر صناع الرسائل التنقل للعيش بالعاصمة، المكان الذي يضم كافة الإدارات المركزية والمراكز المهنية، بالإضافة إلى وجود كلية الإعلام والاتصال والمدرسة العليا للصحافة التي يطمح محبي الإعلام للدراسة بها. ويذهب الأمر أبعد من ذلك، فهم يسعون للحصول على مناصب شغل تتوافق وشهاداتهم، بالنظر إلى أن العاصمة تحتكر وسائل الإعلام خاصة السمعية البصرية بينما استطاعت باقي الولايات إنتاج صحف ومجلات وظهور إذاعات جهوية، أما التلفزيون يبقى متمركزا في العاصمة و80% من الصحفيين يتواجدون بها (KIRAT , 1998, p. 327).

2) الإطار التكويني والتأهيلي:

يضم الجدول رقم 51 فئتين متكاملتين فيما يتعلق بالخلفية التعليمية، والعملية لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز، فالأولى ترتبط بالتكوين القاعدي التعليمي الذي زاولوه، والثانية بالتكوين العلمي المتقدم، وكما نلاحظ فإن النسب الأعلى سجلت في خانة "شهادة جامعية" عند الإناث 80% ثم الذكور

جدول رقم 51: يظهر الخلفية التأهيلية والتكوينية لصناع الرسائل التلفزيونية بالشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
المستوى	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
مهني	8	22%	0	0%	0
ثلاث سنوات ثانوي	4	11%	2	10%	2
ثانوي بكالوريا	2	6%	1	5%	1
		ذكر		أنثى	
المستوى	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار
بين سنة و3 سنوات في الجامعة	2	6%	1	5%	1
شهادة جامعية	18	50%	16	80%	16
دراسات عليا	2	6%	0	0%	0
المجموع	36	100%	20	100%	20

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

50% تلتها عند نفس الجنس فئة المستوى "مهني" بتقدير 22% بينما لم تسجل الإناث أي نسبة. ولقد جاءت نسبة 11% من الذكور ذوي المستوى الثالث ثانوي في المركز الثالث، والإناث سجلت نسبة 10%.

كما تفوق الذكور في خانة "دراسات عليا" أي مرحلة التكوين في الطور الثالث "دكتوراه" بمفردتين لصفر. أما باقي الفئات فقد تتابعت بنسب متساوية "ثانوي بكالوريا" 6% لدى الذكور و5% عند الإناث، وفئة التكوين الذي يتراوح بين "سنة و3 سنوات في الجامعة" من دون الشهادة (بكالوريا+ سنوات في الجامعة) 6% ذكور و5% إناث.

وهذه النسب تعطي تفسيرات متعددة كذلك بالنسبة للإعلام الخاص، فمؤسسة الشروق نيوز لا تقبل العمل بها من دون توفر شهادة جامعية خاصة في وظائف التحرير والتنشيط، بما أنها حديثة النشأة ترغب في تقديم محتوى يستطيع جلب الإعلانات والجماهير.

وبما أن الإناث يضلن متفوقات في التكوين الجامعي، فإن الإحصائيات التي جاءت في نشرة البنك الدولي خلال شهر ماي شملت 114 دولة خلال الفترة الدراسية الممتدة من 2015-2017 من بينها الجزائر، فنسبة الإناث الخريجات قدرت بـ (55 بالمائة) بعد تونس التي احتلت المرتبة الثانية عالميا في نسبة الإناث خريجات الشعب العلمية بالتعليم العالي، وتصدرت قائمة الدول العربية بـ (55 بالمائة) تلتها الجزائر وسلطنة عمان (53 بالمائة)، سوريا بنسبة 50 بالمائة ثم السودان بنسبة 47 بالمائة والمغرب بـ 45 بالمائة والصفة الغربية وقطاع غزة (45 بالمائة) والبحرين (44 بالمائة) والإمارات العربية المتحدة (43 بالمائة).

أما قطر والمملكة العربية السعودية فمثلت نسبة الإناث خريجات الشعب العلمية بالتعليم العالي 42 بالمائة في حين احتلت جمهورية مصر العربية أدنى التصنيف مقارنة بالدول العربية المدرجة ضمن هذا التصنيف حيث جاءت في المرتبة 49 بنسبة 37 بالمائة.

وتصدرت جزيرة "سان مارتن" بجزئها الهولندي المرتبة الأولى في هذا التصنيف بنسبة 75 بالمائة وتذيلت بوركينا فاسو الترتيب بنسبة 15 بالمائة (معهد الإحصاء باليونيسكو، 2019). تفسير الجدول بالأعلى وتسجيل 80 بالمائة لدى النساء ينطلق من أن الإناث يكملن دراستهن بينما الذكور يتوقفون في بعض المراحل التعليمية خاصة المرحلة الثانوية، وهذا ما جاء في تقرير معهد اليونيسكو للإحصاء والصور الموائية تفسر أكثر لنا هذه النتيجة.

PRIMARY EDUCATION		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gross enrolment ratio (%)											
Total		112.25	115.23	116.46	117.92	119.37	118.34	115.72	113.65	111.7	...
Female		108.43	111.39	112.64	114.44	116.09	115.26	112.79	110.61	108.78	...
Male		115.93	118.9	120.13	121.27	122.51	121.3	118.54	116.56	114.5	...
Net enrolment rate (%)											
Total		97.41	97.2	97.56	97.28	97.51	97.55	97.55	...
Female		96.62
Male		98.45

تعداد الذكور والإناث منذ 2009 إلى 2017 في المرحلة المتوسطة بالجزائر

SECONDARY EDUCATION		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gross enrolment ratio (%)											
Total		92.92	96.99	99.65
Female		93.41	98.71	101.55
Male		92.44	95.34	97.83
Net enrolment rate (%)											
Total	
Female	
Male	

تعداد الذكور والإناث منذ 2009 إلى 2011 في المرحلة الثانوية بالجزائر

TERTIARY EDUCATION		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gross enrolment ratio (%)											
Total		29.76	29.77	31.13	32.15	33.87	34.5	36.82	42.66	47.72	...
Female		35.15	35.28	36.96	38.49	40.84	41.86	45.08	53.62	57.31	...
Male		24.55	24.44	25.47	26	27.11	27.36	28.83	32.09	38.49	...

تعداد الذكور والإناث منذ 2009 إلى 2017 في المرحلة الجامعية بالجزائر

المصدر: صور عن موقع اليونسكو الرسمي، شوهذ يوم 2019.07.23، على الساعة 12:30، الرابط:
<http://uis.unesco.org/en/country/dz> (UNESCO, 2019)

جدول رقم 52 (أ): يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل ذكور الشروق نيوز

الشهادة	ليسانس		ماستر		ماجستير		دكتوراه		المجموع
	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	
الجزائر	1	5%	14	70%	0	0%	0	0%	20
البلدية	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	20
المجموع	2	10%	14	70%	0	0%	0	0%	20

جدول رقم 52 (ب): يوضح الشهادة ونوعها والجامعة المانحة لصناع الرسائل إناث الشروق نيوز

الشهادة	ليسانس		ماستر		ماجستير		دكتوراه		المجموع
	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	تقنية	غير تقنية	
الجزائر	1	6%	10	63%	0	0%	0	0%	16
المجموع	1	6%	10	63%	0	0%	0	0%	16

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يفصل الجدولان 'أ' و'ب' في قيمة المبحوثين ذكورا وإناثا الذين يمتلكون مؤهل علمي جامعي، حيث سجلت أعلى النسب في خانة المتحصّلين على شهادة الليسانس في الشعب غير التقنية عند الذكور 70% بجامعة الجزائر، ونسبة 10% من نفس الجنس حاملين لشهادة الليسانس تقني انقسمت بين مفردة بجامعة الجزائر ومفردة بجامعة البليدة. والإناث هن كذلك تحصلن على أكبر نسبة 63% لشهادة الليسانس غير التقنية من جامعة الجزائر وهذا يعني أن جل العاملات بالشروق نيوز متخرجات من العاصمة في شعب غير تقنية وتقنية 6%. كما تفوقن الإناث 31% على الذكور 10% في الحصول على شهادة الماستر ودائما في الشعب غير التقنية بجامعة الجزائر. لكن حدث العكس في خانة الدكتوراه حيث سجل الذكور نسبة ملحوظة 10% بينما لم تسجل الإناث أية نسبة. أما عن شهادة الماجستير فيمكن القول أنه لا يوجد بالقناة من تحصل على هاته الشهادة.

ونستج أن النسب الأكبر بالقناة تشهد على وجود إشارات متحصلة على شهادات ومستويات أكاديمية مختلفة، مما قد يضيف على المؤسسة الخاصة طابعا تنظيميا قائم على أساس أكاديمي وعلمي يسهل العمل باحترافية لأنه هذا الأساس يلحق دواليب المهنة وحيثياتها.

كما أن الجدولين سجلا انخفاضاً كبيراً في عدد الجامعات التي تخرج منها موظفو الشروق نيوز، وهذه النتيجة تكمل نتائج الجداول السابقة التي أسفرت عن ضرورة حضور القرب المكاني بالنسبة للقناة وما قد يسببه البعد في المسافة بين المسكن ومقر القناة التي قد تتحول مع الوقت إلى مشاكل اجتماعية كتضييع الوقت في المواصلات، وعليه قد يصل صانع الرسائل التليفزيونية متأخراً، وبما أن وقت النشرة مضبوط والأخبار تنتشر كل ثانية فلا يصبر الجمهور عن موعد التلقي المتأخر، فيستقبل الموظف ملاحظات في بعض الأحيان قاسية من مسؤوله بالنظر إلى خطورة التعامل مع المحتوى والمسؤولية الجماهيرية التي تحملها القناة، وبالتالي يتحول هذا المشكل الاجتماعي إلى مشكل مهني يؤثر في صناعة الرسالة وموعدها من جهة وفي أداء العامل من جهة أخرى. فالجزائر مساحتها كبيرة وتضم 48 ولاية وكل ولاية تبعد عن الأخرى بمئات الكيلومترات، فضعف البنية التحتية الخاصة بوسائل النقل تحد من إمكانية الاستقرار في الولاية التي يعيش بها الإعلامي فيضطر للتنقل للعيش بالعاصمة.

ولا يمكن إنكار أن هاته الأخيرة تضم أحسن وأبرز المعاهد والجامعات بما أنها مركز الدولة وسيادتها ومكانها الاستراتيجي الذي يعد محور تلاقي كل الثقافات والعلوم. وفي نفس السياق جاءت برامج الدولة الاقتصادية الخاصة بالتشغيل وقرارات رئاسة الجمهورية حول تدعيم الشباب خاصة المتخرج لإيجاد مناصب شغل وإن كانت تقتصر على عقود عمل ما قبل التشغيل (DAIP, CTA) مما حفز الشروق بما

أنها قناة خاصة وحديثة النشأة في الاستفادة من هكذا مشاريع. إذ لا تعلم المؤسسة أن انتهاجها لهكذا طرق تكون قد حددت من إمكانية توظيف أشخاص من ولايات أو مناطق بعيدة، لأن مكاتب التشغيل تطلب إقامة تابعة للمنطقة التي تنشط فيها المؤسسة وفرضت إحضار بطاقة إقامة، فتمنح بذلك أفضلية فقط للأفراد التابعين لمكتب الشغل أو القاطنين بأحوال المؤسسة، وهذا الأمر المفروض لا يتم تطبيقه على المؤسسة التلفزيونية نظرا لخصوصيتها وقلة فروعها بالجزائر لأنها تكبح من عملية إدخال المتخرجين من أقسام الإعلام والاتصال في المهنة، مما قد يقتل الكفاءات، بما أنه لا يوجد انفتاح كبير على الإعلام خاصة التلفزيوني منه في كل ولاية من ولايات الوطن، كما لا يمكن إنكار تأخر فتح القنوات الخاصة في الجزائر، لذلك نتائج الجدول (أ) و(ب) كانت واضحة في تسجيل احتكار كبير لجامعة الجزائر وهذا يعود إلى اقتناع صناع الرسائل بأنه هناك فرص عمل أكثر والعاصمة هي مركز نشاط كل القنوات التلفزيونية والآفاق مفتوحة، لعله نتائج منطقية لأن نظاما من هذا القبيل هو نظام تعيشه كل عواصم البلدان. كما أن التوظيف بقناة الشروق يبقى حكرا فقط على الأشخاص المتواجدين أو القريبين من مقر القناة، لذلك من المستحيل أن نجدهم كلهم أكفاء ومحترفين أو كلهم بنفس المستوى وعليه باختلافات في إنتاج المحتوى حاضرة، فأحيانا يكون موضوعيا وجيدا وأحيانا أخرى متحيزا وضعيفا بنويوا، وبالتالي سيطم الإعلام الخاص المحتوى الذي يقدمه ويظلم كفاءات متواجدة في ولايات أخرى، بما أنها لا تتوفر فيها صلاحية أو شروط الانتقاء المتجسدة في الإقامة. وبما أن قناة الشروق نيوز حديثة النشأة ونفقاتها متزايدة فإنها لا تستطيع تغطية كل المخرجات خاصة صعوبة ضمان مكان إقامة فترض العمل بهكذا طريقة. كما نلاحظ تفوق الشهادات غير التقنية أي الأدبية على الشهادات التقنية خاصة لدى الإناث ينطلق من طبيعة نشاط الشروق نيوز والتي تحتاج إلى أشخاص محترفين في التحرير الإعلامي وأصحاب أسلوب وطاقتات تنشيطية وهذا قد يضمن فقد إلا من خلال مزاولته تكوين أكاديمي في أحد التخصصات الأدبية كعلوم الإعلام والاتصال والأدب والحقوق وغيرها. كما أن تسجيل نسب قليلة لدى الذكور في الحصول على شهادات تقنية تفسيره منطقي بما أن التلفزيونيون يحتاج إلى كفاءات ومهندسين، تسير وتتحكم في الجانب التقني المتعلق بالتعامل مع البث والصورة والصوت، وبما أن الذكور -على قلتهم في المقاعد البيداغوجية الأدبية- تستهويهم أكثر الشعب العملية التي تحاكي منطقتهم وتفكيرهم، بينما بعض الإناث -وليس كلهم- يملن إلى الشعب الأدبية التأملية التي تحاكي ملكة عقلمهن وحلمهن وجنسهن. أخيرا وليس آخرا، نستنتج أنه بما أن قناة الشروق نيوز تكتفي بطلب شهادة الليسانس عند التقدم للعمل بها، فيظهر بالتالي هدف وتوجه القناة المتمثل في الإنتاج الكثيف وجلب الإعلانات

والشهرة بغية تغطية التكاليف والنفقات وليس التركيز على صنع محتوى وإنتاج أخبار في قالب محترف.

جدول رقم 53: يفصح عن التخصصات الجامعية لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
اسم التخصص		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
مالية		1	5%	1	6%
الإلكترونيك		1	5%	0	0%
الإذاعة والتلفزيون		0	0%	3	19%
سمعي بصري		5	25%	3	19%
صحافة مكتوبة		1	5%	2	13%
إعلام واتصال وعلاقات دولية		1	5%	0	0%
اتصال وعلاقات عامة		2	10%	4	25%
قانون أعمال		1	5%	0	0%
علوم سياسية		1	5%	0	0%
حقوق		3	15%	2	13%
تخطيط وإحصاء		1	5%	0	0%
مؤسسات وتسيير وسائل الإعلام		1	5%	0	0%
اتصال ومجتمع		0	0%	1	6%
أدب عربي		1	5%	0	0%
قانون جنائي		1	5%	0	0%
المجموع		20	100%	16	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يكشف الجدول رقم 53 عن تخصصات الشهادات التي تحصل عليها صناع الرسائل ذكورا وإناثا بقناة الشروق نيوز، وقد سجل الجدول خمسة عشرة 15 تخصصا، إذ جاءت تخصصات الإعلام والاتصال في المراكز الأولى، بدأت بتخصص السمعي البصري مالت النسب نحو الذكور أكثر 25% والإناث 19%، كما تفوقت الإناث في تخصصات اتصال وعلاقات عامة بـ 25% عن الذكور 10% وتخصص إذاعة وتلفزيون بـ 19% لصفرة. وسجل الجدول تواجد نسب متقاربة بين الجنسين في تخصص الحقوق 15% ذكور و 13% إناث، أما الصحافة المكتوبة راحت لفئة الإناث بنسبة 13% إناث و 5% ذكور نفس النسبة ولنفس الجنس سجلت في تخصص المالية وهو التخصص الذي نالت فيه الإناث والذكور نسب فاقت 5%، يليه تخصص اتصال ومجتمع بنفس النسبة ولم يسجل أية نسبة لدى الجنس الذكوري. وهذا الأخير تفوق بنسبة 5% في تسجيل تخصصات مختلفة خاصة التقنية والتي جاءت كالاتي: الإلكترونيك، إعلام واتصال وعلاقات دولية، قانون الأعمال، علوم سياسية، تخطيط وإحصاء،

مؤسسات وتسير وسائل الإعلام، أدب عربي، قانون جنائي.

ونستنتج بروز تخصصات مختلفة لحقل الإعلام والاتصال لصناع الرسائل العاملين بقناة الشروق نيوز التي التمتت أهميته وتشعب فروعها. ولو ربطنا نتائج هذا الجدول بسابقه لاستنتجنا أن كلية علوم الإعلام والاتصال والمدرسة العليا للصحافة بجامعة الجزائر تمنح إمكانية التكوين في تخصصات مختلفة بما أنها أقدم المعاهد نشأة إذ تعمل على تطوير التكوين في هذا المجال وتعد ملتقى الباحثين من مختلف الجامعات الوطنية والعالمية، لكن تخصصات السمعى البصرى متشعبة وكثيرة لذلك تبقى مظلومة ومغيبية عن مختلف أقسام الإعلام، وعليه، بالرغم من كل هذه الجهود يظل حقل الإعلام فقيرا من ناحية التكوين المتخصص الذي يرتبط بالتخصص في إنتاج المحتوى.

فالتخصص في صناعة الرسالة السمعى البصرى من وصفات النجاح التي ينصح بها دائما في كل المجالات، والأمر ينطبق كذلك على الأخبار إذ يلاحظ أن أغلب التجارب الناجحة في مجال التقديم التلفزيونى كانت تلك التي تخصصت في تقديم نوع واحد من المحتوى واستطاعت أن تجذب الملايين من المتابعين المهتمين ونخص بالذكر التجارب الناجحة التالية: BUZZFEED وهي المؤسسة التي يمكن أن يقال عنها الأكثر إبداعا في إطلاق المحتوى الترفيهى المتخصص مثل تجربة TASTY المتخصصة في فيديوهات الطبخ والتي يصل عدد متابعيها فقط على فايسبوك إلى قرابة 100 مليون، ولدى المؤسسة تجارب أخرى في التخصص مثل NIFTY المتخصصة في الأمور المنزلية وغيرها من التجارب القوية والفريدة. من جهة أخرى الـ INSIDER لها كذلك من التجارب المتخصصة ما يمكن أن يعتبر من النماذج الناجحة عالميا مثل تجربة BUSINESS INSIDER المتخصصة في مجال الاقتصاد والأعمال وتجربة TECH INSIDER المتخصصة في مجال أخبار التكنولوجيا.

فأصبح لصناعة الفيديو الذي يضم صورا ومقاطع مصحوبة بكتابة، العديد من البرامج والتطبيقات منها سهلة الاستخدام ومنها التي تحتاج درجة من الاحترافية والتعلم والتكوين، كمجموعة أدوبي الشهيرة ADOBE PREMIERE + ADOBE AFTER EFFECTS فهما برنامجان من الأشهر والأكثر احترافية في مجال السمعى البصرى، ولكن يحتاجان تكوينا وتدريبات مكثفة فله درجة عالية من الاحترافية، حيث نجد هناك دروسا متوفرة على الأنترنت منها المجانية ومنها المدفوعة تحتاج لبعض الصبر والمثابرة ليصبح بحوزة صانع الرسالة التلفزيونية درجة جيدة في التعامل مع الأخبار.

جدول رقم 54: يلخص مستوى التكوين في الإعلام والاتصال للمتخصصين بقناة الشروق نيوز

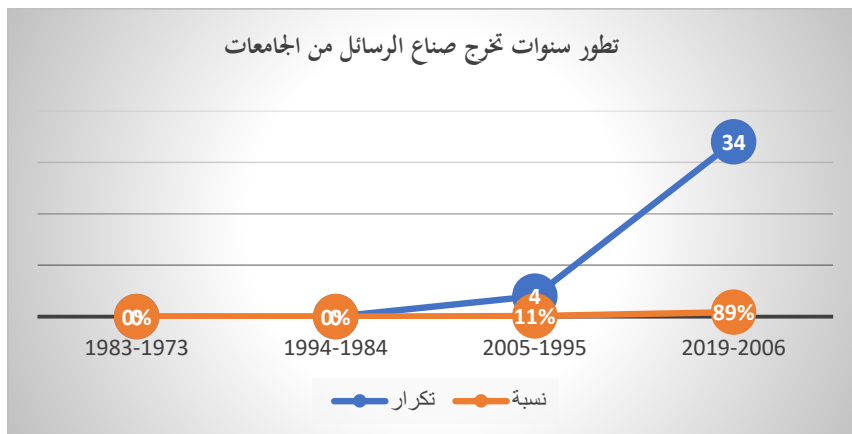
المجموع		لا		نعم		التكوين الجيد في الإعلام
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
30	%100	96%	27	4%	1	التقدير في حال لا: السبب
		78%	21	0%	0	نقص التدريب الميداني
		22%	6	0%	0	انعدام وسائل التكوين

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

كشف الجدول بالأعلى عن تقديرات صناع الرسائل الذين تلقوا تكويناً في حقل الإعلام والاتصال، إذ عبر 96% منهم بأن تكوينهم الجامعي لم يكن جيداً، وهذا يعود في نظرهم إلى مجموعة من الأسباب تقول نسبة 78% عن أن مساهمهم الجامعي في أقسام الإعلام والاتصال ينقصه التدريب الميداني، حيث أن البرامج المقررة تفصل في التخصص نظرياً وهو التكوين القاعدي في حقل الإعلام يظهر خلفياته التاريخية ونظرياته وتقنياته وأهم معالمه ورواده، لكن دراسة كل هذه الأمور يجب أن تنتهي بتطبيق كل تلك التقنيات لكي يحيط الطالب بكل جوانب التخصص.

غير أن العمل بالطرق التقليدية وضعف الرغبة في إعادة صياغة برامج جديدة تتوافق ونظام الأمل أم دي يحول دون بناء فضاءات للتدريب الإعلامي كالأستوديوهات وقاعات التحرير التي تهين دارس هذا الحقل للعمل المهني. يجيب في نفس السياق 22% عن انعدام وسائل التكوين بكليات وأقسام الإعلام سواء التقنية أو غير التقنية والسبب يرجع إلى نقص التمويل في سبيل توفير الأدوات اللازمة لإعلامي المستقبل حتى وإن توفر المال فنجد المسؤولين (كالعمداء والأمناء) لا يولون أهمية كبيرة للإنفاق على التخصص السمعي البصري، من ناحية لنقص الوعي بقيمة هذا العلم وخمول أساتذته في المطالبة بالارتقاء في طرق تدريسه من ناحية أخرى.

شكل رقم 15: يكشف عن تطور سنوات تخرج صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز من الجامعات والمعاهد



المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية.

سجل الشكل أعلاه فترتين فقط يحددان السنوات التي تخرج فيها صناع الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز، وتبين أن معظم شهاداتهم الجامعية حديثة العهد بنسبة 89%، ولو ربطنا هذه النتيجة بالجدول الأول من هذا المحور أين تمركزت العينة حول الشريحة الشبابية بين 20-30 بنسبة 60% تلتها الشريحة بين 31-41 بنسبة 40% لدى الإناث، وسن الذكور المتراوح بين 31-41 جاء بنسبة 47% بينما سجلت الشريحة 20-30 نسبة 44%، فإننا نستنتج أنه هناك علاقة واضحة ومنطقية في إجابات المبحوثين ترتبط بصغر سن العمال وحادثة سنة التخرج، فإذا كان متوسط السن بقناة الشروق نيوز هو 30 سنة خلال عام 2019 فإننا من الطبيعي وبعملية حسابية بسيطة يكون الشخص الحامل لرقم 30 تحصل على شهادة الليسانس دون أي إعادة منذ حصوله على البكالوريا في السن 18 وتابع نظام الألام دي فيكون قد نال الشهادة في سن 22 وبالتالي بطرح 8 سنوات سنتحصل على متوسط سنة التخرج 2011 وهي السنة التي جاءت في الفترة 2006-2019، وعليه كل هاته المؤشرات تثبت صحة قياس الاستمارة وموضوعية المستجوبين في الإجابة. كما أن سنوات ما بين 2006 و2019 هي فترة الانفتاح على الجامعة بالجزائر، أين تم تدعيم الدولة في اطار مخططات تنموية بإنشاء معاهد وجامعات عبر مختلف ولايات الوطن، وليس هذا فحسب وإنما تم منح حرية إنجاز مشاريع بحث متجسدة في فتح تخصصات ليسانس وماستر على مستوى كل قسم من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العملي، كما فعلت كل من كلية الإعلام والاتصال بالعاصمة وكلية الإعلام والاتصال بقسنطينة وقسم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة منذ 2011، بعد ما كان الطلاب يدرسون سنتين جذع مشترك ويتنقلون إلى العاصمة لإتمام باقي السنوات هناك خاصة في التخصص السمي البصري.

جدول رقم 55: يكشف عن مدى حصول صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز على شهادات إضافية مكملته

الجنس		نكر								أنثى							
الفئة		الفئة العمرية								الفئة العمرية							
		30-20		41-31		52-42		فأكثر 53		30-20		41-31		52-42		فأكثر 52	
الشهادة المكملته		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
إعلام آلي		2	6%	1	3%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%
سمعي بصري		1	3%	5	14%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%
الإدارة		0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%
اللغات		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
لا يوجد		13	36%	10	28%	3	8%	0	0%	10	50%	6	30%	0	0%	0	0%
المجموع		16	44%	17	47%	3	8%	0	0%	12	60%	8	40%	0	0%	0	0%
		100%		36		100%		20		100%		20		100%		20	

سجلت من خلال الجدول رقم 55 فروقات بين صناعات الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز ذكورا وإناثا ووفقا لسنتهم في الحصول على الشهادات التي تقدم على توسيع المعارف والأفكار. وتبين أنه كلما كان عمر الإعلامي صغيرا كلما كانت قدرته ورغبته في الحصول على شهادات إضافية إلى جانب الشهادة الأساسية الذي يتحصل عليها من الجامعة أوسع، غير أن الإرادة في التعلم والتنمية الفكرية تبقى ضعيفة وهذا ما أبرزه الجدول بالأعلى عندما سجل نسب متقدمة بخانة "لا يوجد" عند الذكور والإناث على حد سواء.

وقد سجل لدى الذكور في فئة 20-30 36% في خانة "لا يوجد" تلتها الشهادات في "الإعلام الآلي" بنسبة 6% و"السمعي البصري" بنسبة 3%، أما فئة 31-41 سجلنا 28% في الإجابة "بلا يوجد" و14% في "السمعي البصري" و"الإدارة" 3%، بينما في الفئة العمرية المتقدمة قليلا في السن فإنها أجابت بنسبة 3% بلا يوجد. نفس الشيء بالنسبة للإناث الشابات فالشريحة بين 20-30 علمت بـ "لا يوجد" بنسبة 50%، و5% فقط من تحصلت على شهادات في "الإعلام الآلي" و5% "السمعي البصري"، كما أن نسبة 30% من فئة 31-41 لا تحوز على أية شهادة و5% نالت شهادة "السمعي البصري" والقليل نال شهادة في "الإدارة" 5%. وما يمكن ملاحظته أن الإناث هن الأقل متابعة للتكوينات المكملية، إذ تفوق الذكور بدرجات نسبية متفاوتة من شريحة عمرية إلى أخرى. ولعل هذا الأمر له العديد من الأسباب كون الإناث يلزمن البيت أكثر وخروجهن يرتبط بالوقت غالبا ما تكون الوجهة نحو الجامعة هي الأساسية.

وبما أن مراكز التكوين المهني أو المراكز الخاصة تقوم بوضع برامج وفقا لما يطلبه عامة الناس والتي غالبا ما تكون خارج أوقات العمل إما مساء أو ليلا أو في العطلة الأسبوعية، فإن هذا القرار قد لا يخدم الأنثى. فمما هو معروف بالجزائر أن أشغال المنزل تكون أثناء يومي العطلة أو مع نهاية اليوم، وهذا ما قد لا يتلاءم مع المرأة لأن وقتها محدود فيتعذر عليها الحضور المستمر أو الدائم أو حتى التسجيل لكثرة ارتباطاتها، خلافا عن الرجال الذين يتمتعون بحرية أكثر.

كما نلاحظ لدى الأشخاص الذين زالوا تكويننا خارجيا، الذي يضيف لملكة تفكيرهم معلومات زائدة، محدودية التخصصات ومستواها وعدم التوفيق في اختيارها بما يتلاءم مع مهنة الإعلام والاتصال. ولعل السبب يرجع إلى الثقافة التوظيفية بالجزائر التي تطلب غالبا شهادة الإعلام الآلي من جهة وقلة المراكز التي تقدم تخصصات متنوعة كالأنثوغرافيا والتحرير (المونتاج).

جدول رقم 56: يعرض وضع التدريب الإعلامي من وجه نظر صناع رسائل الشروق نيوز وفقا للجنس والفئة العمرية

أنثى				ذكر						
التدريب إضافي	التدريب بعد	التدريب قبل	الفئة العمرية	التدريب إضافي	التدريب بعد	التدريب قبل	الفئة العمرية			
12	5	5	تكرار 30-	6	6	11	تكرار 30-	نعم		
60%	25%	25%	نسبة 20	17%	17%	31%	نسبة 20			
8	0	0	تكرار 41-	13	8	10	تكرار 41-			
40%	0%	0%	نسبة 31	36%	22%	28%	نسبة 31			
0	0	0	تكرار 52-	3	0	0	تكرار 52-			
0%	0%	0%	نسبة 42	9%	0%	0%	نسبة 42			
0	0	0	تكرار 53	0	0	0	تكرار 53			
0%	0%	0%	نسبة فأكثر	0%	0%	0%	نسبة فأكثر			
0	7	7	تكرار 30-	10	10	5	تكرار 30-		لا	
0%	35%	35%	نسبة 20	28%	28%	14%	نسبة 20			
0	8	8	تكرار 41-	4	9	7	تكرار 41-			
0%	40%	40%	نسبة 31	11%	25%	19%	نسبة 31			
0	0	0	تكرار 52-	0	3	3	تكرار 52-			
0%	0%	0%	نسبة 42	0%	9%	9%	نسبة 42			
0	0	0	تكرار 53	0	0	0	تكرار 53			
0%	0%	0%	نسبة فأكثر	0%	0%	0%	نسبة فأكثر			
20	20	20	المجموع	36	36	36	المجموع			
100%	100%	100%		100%	100%	100%				

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يضم هذا الجدول مجموعة من المتغيرات التي تفسر واقع التدريب الإعلامي في الجزائر قبل الدخول في قناة الشروق نيوز وبعد التوظيف وفي المستقبل حسب الجنس وفئته العمرية، وقد أثبتت نتيجة هذا الجدول أنه هناك اختلافات في تدريب الجنسين وتبين أن الذكور تلقوا تدريبات قبل دخولهم للعمل بالقناة، إذ نفت الإناث مزاولتها للتدريب القبلي خاصة الشريحة 31-41 بنسبة 40% والشريحة 20-30 بنسبة 35% ونعم بنسبة 25% فقط، بينما أجاب الذكور الشباب من 20-30 سنة بنسبة 31% نعم ولا بنسبة 14% بلا عند نفس الشريحة، لتأتي الشريحة 31-41 في المركز الثاني عَبرَ 28% من الذكور عن تدريبهم في المجال السمعي البصري بينما 14% عبروا بالعكس.

ولعل تفسير هذه النسب وتوقع الذكور في التدريب قبل دخولهم للقناة خاصة لدى الشريحة الشبابية يعود إلى أن الشباب الذكور يقومون بالبحث عن فرص الشغل مباشرة بعد تخرجهم، وبما أن الجامعة

كما توصلنا إليه في جداول سابقة لا تقوم بتدريب خريجي الإعلام، فيضطرون بذلك إلى الخروج للبحث عن هيئات تتبانهم إذ أن هاته الأخيرة لا تقبل أشخاصا من دون خبرة وعليه فإنها توافق على إدراج الشباب كمتريبين يتدربون على مهام الإعلام.

أما ضعف التدريب لدى الأنثى يرجع إلى أن الخريجات من الجامعات الجزائرية يمكنهن في البيت ويفضلن الحصول على منصب شغل دائم، غير أن البعض منهن يعملن بالعكس ويفضلن التدريب وهذا ما يفسر تسجيل نسبة قليلة في خانة نعم لدى الأنثى. وعليه نستنتج أن قناة الشروق نيوز لا تطلب من الأنثى الخبرة المكونة من التدريب بينما عند الذكور يحدث العكس. ولجأت المؤسسة لهذه الطريقة لكي تطبق تقنية تلقين أشخاص بدون تدريب، ودمجهم مع أفراد لهم خبرة في الميدان. لكن حداثة مؤسسة الشروق نيوز وحرصها على عقلنة اقتصادياتها يجعلها تحصر تدريب صناع رسائلها بعد دخولهم للمؤسسة حيث أجابت الفئة 31-41 إناث بنسبة 40% والشريحة 20-30 بنسبة 35% على أنها لا تتلقى حاليا أي تدريب، ونسبة 22% فقط من الشريحة 31-41 توفر لها المؤسسة التدريب وهي الفئة التي تكون قد كونت خبرة داخل المؤسسة أي بدأت العمل منذ أول بث لها. أما الذكور فقد أجابوا بنسبة 28% بلا و 17% بنعم في خانة 20-30، في حين انقسم صناع الرسائل من الأعمار بين 31-41 بنسبة 25% بلا و 22% بنعم. أما الشريحة 42-52 فيمكن القول أن على قلة تواجهها بالمؤسسة تبقى عينتها ضئيلة تميل نحو السلبية لم تتدرب ولا تتلقى أي تدريب على مهام السمعي البصري وبالتالي فإننا نستنتج أن هذه الشريحة تتجسد في أشخاص من المستوى التنفيذي للمؤسسة.

ولعل تليفزيون الشروق لا يعتمد في صنع اختلاف بين الإناث والذكور أثناء منح التدريبات بقدر ما يرغب في أن يدرّب أشخاصا ذوي المناصب التشغيلية خاصة داخل الأستوديوهات وبما أننا سجلنا حضور الذكور أكثر في هذا الفضاء بالتالي فإن النتائج مالت إليهم أكثر. ولكن للأسف هكذا تصرف يدخل المؤسسة في تناقض لعدم وضوح سياستها التحفيزية (كالتدريب) مما قد يجعلها تتحاز لوظائف على حساب أخرى فيخلق بذلك صراع بين صناع الرسائل وتصبح هناك غيرة قد تقتل موهبتهم وطموحهم وعطائهم. وبالحديث عن العطاء، فإن نتائج المتغير الثالث بالجدول أعلاه تثبت لنا صحة تحليلنا السابق إذ نلاحظ أن الإناث يرغبون في تطوير أنفسهن والتدريب بنسب ساحقة راحت كلها عند الإجابة بنعم للتدريب عند الشريحة 20-30 بنسبة 60% والشريحة 31-41 بنسبة 40%، أما الذكور بالرغم من رفض البعض منهم للتدريب الإضافي لأنهم قد تكون تدريباتهم السابقة كافية إلا أن هذا الشيء يدل على كسل وضعف الرغبة في تحيين تقنياتهم خاصة أن العالم يشهد كل مرة تطورات كثيرة، والسلبى أن 28% هم

ذكور شباب يرفضون التدريب الإضافي بالرغم من امتلاكهم للقوة والوقت غير أن الكسل طغى على أنفسهم، لكن ما ينقل هذه النتائج نحو الإيجابية هو رغبة الذكور من الشرائح العمرية 31-41 و42-52 في تلقي تقنيات جديدة وهذا ينم عن أنهم تيقنوا بأهمية التدريب الذي يساعدهم على صقل مناهجهم في العمل. وعليه يمكن استنتاج وجود علاقة بين التدريب وسن الجنس في التلفزيون، إذ أن صناع الرسائل المتقدمين في السن يرغبون في التعلم والتدريب لتحسين المستوى بينما الشباب يرفضون ذلك ويفضلون الاتكال على الغير والعمل في حدود سطحية تبعدهم عن التعب وإجهاد النفس، بما أن المهام التلفزيونية تحتاج إلى تركيز وصرامة في الأداء.

ولعل سبب هذا يعود إلى عقلية الشباب الجزائري وثقافته الجديدة التي تميل نحو الكسل والرغبة في الحصول على المال دون تعب وهذا نتيجة التكنولوجيا الحديثة التي كبحت طموحاتهم وكبلت تفكيرهم. لكن لو نظرنا إلى هذه التكنولوجيا من طريق آخر، لوجدنا أنها تخدم مهن الإعلام أكثر، فمثلا تطبيق QUIK الذي أنتجته شركة GOPRO المعروفة بإنتاج الكاميرات التي توفر بنسخ تعمل على أجهزة آبل والأندرويد، فإنه يعطي كذلك إمكانية صنع فيديوهات في أشكال إخبارية سهلة الاستخدام، كما أنه يوفر قوالب جاهزة ومتنوعة يمكن الاختيار من بينها مما يتناسب ونوع المضمون المراد إنتاجه، كما يوفر إمكانية اختيار من صور ومقاطع الفيديو بالجهاز والمقاطع الموسيقية كذلك لإنتاج محتوى أكثر جاذبية للمتلقي.

جدول رقم 57: يعرض نوع التدريب الإعلامي الذي يرغب به عمال الشروق نيوز

الجنس		نكر						أنثى	
نوع التدريب		تقني		التحرير والتنشيط		مؤسساتي إداري		مؤسساتي إداري	
ت/ن		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
المجموع		26	72%	9	25%	1	3%	12	60%
		20				7	35%	1	5%
						36	100%		100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يكمل هذا الجدول آخر نقطة من الجدول الذي سبقه، الذي يكشف لنا عن نوع التدريب الذي يرغب صناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز اتباعه، وقد سجلنا ثلاث أنواع للتدريبات المقترنة بنشاطات القناة والمهام السمعية البصرية وهي التحرير والتنشيط، التقنيات، الإدارة والتنظيم. وقد جلبت لنا نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 72% من الذكور اختاروا التدريب التقني وهي نسبة عالية جدا مقارنة بمن اختاروا التحرير والتنشيط 25% والتدريب المؤسساتي والإداري بنسبة 3%. لتعكس النتائج لدى النساء فهمن

يرغبن بالتدريب أكثر في التحرير والتنشيط 60% و35% في الجانب التقني بينما يتذيل التدريب المؤسساتي والإداري آخر النتائج بنسبة 5%.

ففي الحقيقة، توجه الذكور نحو الجانب التقني يعود إلى المهن التي توكل لهم داخل القناة (كالمهندسين والمخرجين وتقنيي الصورة والصوت...) الأمر الذي يعزز رغبتهم في تعميق ثقافتهم في الجانب التقني الخاص بالسمعي البصري. كما أن الإناث كذلك سجلن نسبة معتبرة في هذا الجانب وهذا ما يدل على أهمية التعلم التقني بالتلفزيون، ولعله أصبح مفتاح العمل وأداة لا بد من التدريب عليها لأنها تعد حتمية تحتاج الوعي بها. أما عن رغبة صقل المهارات في التحرير والتنشيط فكان أكثر طلبا من قبل الإناث منه عند الذكور وهذا يرجع إلى المناصب التي تتولاها داخل المؤسسة فمن الطبيعي أن يختار الفرد التدريبات التي تطور من منصبه وليس من مناصب الآخرين. كما لا يمكن الإنكار أن مهارات الأنثى الأدبية والكتابية تجعلها في موضع يدفعها إلى فتح باب المعرفة على هذا المجال.

لكن التدريب المؤسساتي الإداري لم ينل حظه من رغبات صناع الرسائل التلفزيونية سوى عند قلة قليلة الأمر الذي يجعلنا نستنتج أنه بالرغم من أهمية هذا المجال وضرورته داخل القناة إلا أن الموظفين لازالوا بعيدين عن وعيهم وفهمهم لأهمية التنظيم والمؤسساتية التي تكسبهم ثقافة إدارية تساعدهم على فهم طبيعة نشاط المؤسسة وصلاحياتهم وواجباتهم وحقوقهم اتجاهها. ومن جهة أخرى المؤسساتية تجعلهم على وعي بكل مكونات مؤسساتهم الصغيرة والكبيرة.

(3) الإطار الاقتصادي:

جدول رقم 58: يكشف تقدير الأجر الشهري لصناع الرسائل بتلفزيون الشروق نيوز

أنثى		ذكر		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
5%	1	3%	1	أقل من 20 ألف
60%	12	39%	14	بين 21-40 ألف
35%	7	36%	13	أكثر من 40 وأقل من 60 ألف
0%	0	22%	8	أكثر من 60 ألف
100%	20	100%	36	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يتوضح من خلال الجدول رقم 58 أن قناة الشروق نيوز تعتمد على شبكة أجور حذرة جدا وهذا وفقا لما تعاني منه خلال هذه السنوات من نفقات على تكنولوجيا البث والإنتاج والصفقات المتغيرة باستمرار مع القنوات التلفزيونية الأخرى (مثل CBC المصرية). إذ أن متوسط أجرها يتراوح بين 21-40 ألف دينار

جزائري وهو أجر ضعيف مقارنة بالجهد المبذول من قبل صناع الرسائل خاصة الإناث بنسبة 60% والذكور 39%، كما أن القناة تقدم لعمالها الذين ظهروا في العينة بين الـ 40 ألف دينار و 60 ألف دينار جزائري في الشهر بنسبة 36% ذكور و 35% إناث، وتبقى هناك فئة قليلة بين الإناث 5% والذكور 3% التي تجسدت في الموظفين الجدد بالمؤسسة التي تتقاضى أجرا شهريا يصل إلى 20 ألف دينار جزائري. كما سجلنا نسبة قليلة تتقاضى أكثر من 60 ألف دينار وصلت إلى 22%.

ويمكن تفسير هذه الأرقام أن قناة الشروق نيوز تشهد أزمة مالية خاصة خلال سنة 2018 أين قامت بتسريح عمال كانوا يعملون بالتعاقد وبالقطعة وبعدها تم قطع وتوقيف العقود، فمنهم من يشتغل حتى دون أجر ودون عقد (المنشط الرئيسي لأخبار الظهيرة، 2018). كما يمكننا استنتاج أن القناة لا تقدم أجورا مرتفعة لموظفيها وهذا يرجع إلى طبيعة المؤسسة، فهي خاصة كانت ملك للسيد على فضيل الذي يقع في حيرة اقتصادية بين ما ينفقه وما يجنيه. وبما أن المؤسسة لا تحصل على دعم من الدولة فإنها تسعى جاهدا لجلب الإعلانات لكن المتضح أنها لا تكفيها لتغطية سلم الأجور الخاص بالعمال، وإن هذا الأخير يشكو من أن المال المقدم لا يكفي للعيش خاصة أن المستوى المعيشي بالعاصمة يتطلب مصاريف زائدة. ونستنتج كذلك أن المؤسسة لا تقدم الأجر على حسب مستوى الشهادة أو المنصب بقدر ما تركز على تغطية تكاليفها الإنتاجية وجلب المعلنين للمحافظة على استقرارها التنظيمي وليس البشري.

جدول رقم 59: يشرح مدى رضا صناع رسائل الشروق نيوز عن الأجر

	ذكور		إناث	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
راض عن الدخل	6	17%	3	15%
غير راض عن الدخل	30	83%	17	85%
المجموع	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يعزز هذا الجدول النتائج التي سبقتها، والذي سجل تباينا في تقديرات الجنسين للأجر الذي يتقاضونه، وتوصلنا إلى نتائج تتوافق والتفسيرات السابقة إذ أن 85% من الإناث و 83% من الذكور ليسوا راضين نهائيا عن الأجر المقدم من قبل الشروق نيوز، وبما أن نسبة 22% من الذكور يتقاضون أجر مرتفعا نسبيا فإن 17% منهم راضون على أجرهم الشهري، ونسبة الإناث الراضيات قدرت بـ 15%. وكما أشرنا سابقا هناك ضعف اقتصادي كبير في مؤسسة الشروق نيوز وهذا يعود إلى حداثة نشأتها وعدم

متانة بنيتها التحتية التنظيمية والتمويلية، فهي فقط تحاول أن تبقى على استقرارها والمحافظة على دورة حياتها.

جدول رقم 60: يبين الموقع السكني ونوعه عند الجنسين بقناة الشروق نيوز

الجنس		ذكر						أنثى			
نوع السكن	سكن خاص	مستأجر	سكن عائلي	م	مجموع	سكن خاص	مستأجر	سكن عائلي	مج	مجموع	
المجال المكاني	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	ت	
قريب من القناة	2	6%	5	14%	6	1	5%	4	20%	6	
بعيد عن القناة	0	0%	13	36%	10	0	0%	9	45%	14	
المجموع	2	6%	18	50%	16	1	5%	13	65%	20	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبرز الجدول بالأعلى متغيرا مهما يلعب دور المحفز النفسي لدى صانع الرسائل بقناة الشروق خاصة إذا تعلق الأمر بالوقت، والمسافة، والتأمين السكني. وقد توضح من خلال نتائج الجدول بأن عمال القناة يقطنون بعيدا عن مقر القناة الواقع بالجزائر العاصمة وبالتحديد منطقة القبة بحي المنظر الجميل، وهو الموقع الجديد بعدما تم تغييره وإعادة هيكلة المؤسسة، الأمر الذي حال دون أخذ بعين الاعتبار مبيت مواردها البشرية بقدر ما فكرت في مورفولوجية مؤسستها الداخلية (بناء أستوديوهات معاصرة).

فنسبة 36% من الذكور تضطر لاستئجار شقق تكون أحيانا مشتركة مع أشخاص آخرين، وبما أنه أصبح صعبا إيجاد مساكن لاستئجارها بقلب العاصمة نتيجة الضغط السكاني، فإنهم يلجؤون إلى استئجار بيوت خارج العاصمة وبالتالي تكون بعيدة عن القناة. وعليه فإنهم يحاولون المحافظة على الوصول في الوقت للقناة والخروج مبكرا من البيت وهاته العادة مع الوقت تنقص من قوة العامل وتزيد من ضغطه بحكم تباطئ المواصلات التي تقود إلى القناة. بينما الإناث تفضلن التضمين العائلي وبما أن نسبة 24% منهن لسن متزوجات فإنهن يبقين مع أهلهن.

وعليه فالسكن ونوعه وموقعه يؤثر في صانع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز نفسيا ويجعله دائما متوترا ما إذا كان سيصل في الوقت أو قد يتأخر، وبما أن أستوديوهات الأخبار لا تقبل التأخر ولا الجمهور كذلك فإنه يعيش تحت وقع الارتباك المستمر ما دامت مواصلاته عمومية بطيئة ومسكنه بعيدا.

4) الإطار الثقافي:

يبرز الجدول 61 بالأسفل أهمية بعض المعايير الثقافية بالنسبة لعمال قناة الشروق نيوز، ونلاحظ أن صناع الرسائل التلفزيونية يتقنون اللغة الفرنسية ذكورا 94% إناثا 70% بينما هناك فئة قليلة فقط لا تتقن هاته اللغة عند كلا الجنسين. ونتائج هذا المتغير منطقية إذا ما نظرنا إلى خلفية ثقافة المجتمع الجزائري

جدول رقم 61: يظهر المستوى الثقافي لعمال الشروق نيوز

الجنس		ذكر				أنثى		التقييم
		لا		نعم		لا		
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	المعايير الثقافية
		30%	6	70%	14	6%	2	
		60%	12	40%	8	58%	21	أتقن اللغة الإنجليزية
		100%	20	0%	0	97%	35	أنتمي إلى حزب سياسي
		100%	20	0%	0	94%	34	أنتمي إلى جمعية اجتماعية
		25%	5	75%	15	36%	13	أقوم بالمطالعة
		80%	16	20%	4	78%	28	أقوم بنشاط فني
		65%	13	35%	7	36%	13	أقوم بالرياضة
		70%	14	30%	6	58%	21	أسافر كثيرا
		66%	106	34%	54	58%	167	النتيجة الكلية

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

وتاريخها فجزور المستعمر الفرنسي بقيت وإن كان خروجه كان منذ سنين إلا أن بقاياها التعليمية واللغوية لا تزال حية، وهذا يعود إلى التراكمات الثقافية واللغوية التي تنتقل من جيل إلى جيل آخر بالفطرة والعادات المجتمعية خاصة عبر التفاعل باللهجات. أما عن اللغة الإنجليزية فإننا سجلنا تباينا بين من يتقنها ومن لا يتقنها بنسب متقاربة لكنها تميل نحو عنصر "لا أتقنها" وهذا بنسبة 60% للإناث و58% ذكور، كما لا يمكن إنكار الوصول إلى نسب متفاوتة داخل قناة الشروق نيوز تتعلق بأشخاص يتقنون اللغة الإنجليزية ولعل هذا الشيء أمر إيجابي يساعد القناة في التفكير بتقديم نشرات إخبارية بالإنجليزية، اللغة التي أصبحت مركز اهتمام الدولة الجزائرية خاصة من قبل وزارة التعليم العالمي والبحث العلمي التي فكرت في جعلها ثاني لغة بدلا من الفرنسية في التعامل مع المواد والنشاطات العملية اقتناعا بأنها اللغة العالمية وتعزيزها لا يقلل شأن لغات أخرى بل يفتح آفاقا لجلب طلاب أجانب من مختلف بقاع العالم ما من شأنه زيادة التعاون والتشارك الدولي الأكاديمي بين الطلبة (TSA، 2019).

كما أن الإعلام الخاص المتمجد في قناة الشروق نيوز يمنع انخراط عماله في بعض الجوانب الثقافية: حيث ثبت أن كل العمال لا ينتمون إلى أي حزب سياسي الإناث 100% والذكور 97% نفس الشيء بالنسبة إلى الانخراط في جمعية اجتماعية فنسبة 100% من الإناث 94% من الذكور لا ينتمون إلى الجمعيات الاجتماعية ونسبة ضئيلة جد من الذكور من تقوم بهذا النشاط. ولعل نقص وعي صناع الرسائل بأهمية الأحزاب وممارسة الحياة الاجتماعية تجعلها تبتعد عن القيام أو الانتباه لهكذا نشاطات،

وبالتالي لا يستطيع العمال نقل الواقع الذي تعيشه الأحزاب والجمعيات ما داموا بعيدين عليه، الذي من المفروض على قناة خاصة تعترم حرية التعبير أن تكون أكثر انفتاحا ورغبة في التقرب من الحياة السياسية والاجتماعية.

كما أبرزت لنا نتائج الجدول بالأعلى عن المستوى الذي يطالع فيه صناع الرسائل الكتب والمراجع والمصادر وكانت الإجابات إيجابية نالت الإناث 75% والذكور 64% ونسب قليلة من لا تفعل من منطلق ضيق الوقت والالتزامات العائلية. وهي نفس الأسباب التي جعلت من 78% ذكور و80% إناث لا يمارسون أي نشاط فني و78% من الإناث و58% من الذكور لا يمارسون الرياضة، و58% من الذكور و78% من الإناث لا يسافرن كثيرا، ولعل الأشخاص الذين أجابوا عن المعايير الثقافية السابقة بالإيجاب تبقى قليلة بالنظر إلى أهمية ممارسة النشاطات الفنية التي تروح عن النفس وترفهاها. بالإضافة إلى الرياضة التي تذهب الطاقات السلبية وتنمي العقل ولعل تفوق النسب لدى الذكور في الإجابة على هذا العنصر يعود إلى حب الرجال للرياضة الذين يجدون متنفسا بعد إرهاق الشغل، كما لا يمكن إنكار أن الإناث بدأن تفتحن على ممارسة الرياضة اقتناعا منها أنها تحافظ على رشاقة الجسم والصحة الجسدية.

(5) الإطار الوظيفي:

يفصح الجدول 62 بالأسفل عن أسماء الوظائف التي يقوم بها الأشخاص الذين يتعاملون مع الرسالة والمحتوى الإعلامي بقناة الشروق نيوز. ولقد سجل الجدول 21 مسما وظيفيا لكل منصب خاص بصانع الرسالة التلفزيونية، إذ برز أن الشروق نيوز تعتمد على الوظيفة "الصحفي المحقق" الذي تصدر ترتيبها المركز الأول لدى كل من الجنسين، وتعد هذه الوظيفة عصب القناة فهو الذي يجمع وينقب ويبحث وينظم المعلومات لكي تكون قابلة للبث على المباشر، فمهام الصحافة والتحقيق من بين المهام الضرورية التي يكون حضورها واجبا داخل كل مؤسسة إعلامية. غير أن هذه الوظيفة تحتاج إلى كفاءات وهويات مدققة لممارستها.*

كما جاءت في المركز الثاني وظيفة "منشط رئيسي" وهي وظيفة علاقتها وثيقة بسابقتها، ويطلق على المنشط مجموعة من التسميات الأخرى كالمذيع أو المقدم وبعد ما يُكون المنشط خبرة في مجال التقديم البرامجي ويتخصص أكثر فإنه يصعد السلم الوظيفي ويصبح رئيسيا، والإيجابي في قناة الشروق نيوز أنها تتبع سلما وظيفيا في ترقية الوظائف.

وأنت وظيفتا "صحفي محرر" وهي أولى الوظائف التي تصادف الإعلامي الجديد الداخل للمهنة،

*Pour plus d'information veuillez consulter le site suivant, <http://www.cpnf-av.fr/metiers/fiche/journaliste>

جدول رقم 62: يكشف عن المسميات الوظيفية لصناع الرسائل بالشروق نيوز

الترتيب العام	مجموع الأعداد	أنثى		ذكر		الجنس المسمى الوظيفي
		الترتيب	العدد	الترتيب	العدد	
1	11	1	5	1	6	صحفي محقق
6	1	-	0	5	1	مسؤول موقع (الاستوديوهات)
4	3	3	1	4	2	رئيس تحرير الأخبار
4	3	3	1	4	2	مركب
5	2	-	0	4	2	تقني صوت
4	3	3	1	4	2	مخرج أخبار
5	2	3	1	5	1	مبرمج أخبار
4	3	2	2	5	1	معد ومقدم
6	1	-	0	5	1	رئيس منسقي الأخبار
5	2	3	1	5	1	صحفي ومذيع أخبار وبرامج
5	2	3	1	5	1	مذيع أخبار
3	4	-	0	2	4	مصور
6	1	-	0	5	1	مسؤول إرسال
6	1	-	0	5	1	انفوغرافي
3	4	2	2	4	2	صحفي محرر
6	1	-	0	5	1	مكلف بشريط الأخبار
6	1	-	0	5	1	مسؤول إضاءة
5	2	-	0	4	2	Chef OPV مسؤول تشغيل الفيديوهات
6	1	-	0	5	1	OPV مشغل الفيديوهات
6	1	3	1	-	0	الموجهة الرسمية للشروق نيوز
5	2	2	2	-	0	سكريب
2	5	2	2	3	3	منشط رئيسي
Top	56	Top	20	Top	36	المجموع

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

ووظيفة "مصور" التي تعد عين القناة والمشاهد في المركز الثالث فالتحرير أول مهمة تطلب لأن علاقتها وثيقة جدا بالأخبار، فغياب التحرير يعني غياب الأخبار وغياب التصوير يعني غياب المشاهدة. أما المركز الرابع فكان من نصيب الوظائف التالية: رئيس تحرير الأخبار، مخرج أخبار، معد ومقدم، مركب ومصور وهي مناصب تجمع بين التقنية وغير التقنية فهي أحد المعالم الأساسية بالتلفزيون خاصة في الإنتاج بالاستوديوهات. لتحتل الوظائف التالية: تقني صوت، مبرمج أخبار، صحفي ومذيع

أخبار وبرامج، مذيع أخبار، مسؤول تشغيل الفيديوها، سكريبت المركز الخامس، بينما صنفنا وظائف المسؤولية واتخاذ القرار آخر المراتب: مسؤول موقع، رئيس منسقي الأخبار، مسؤول إرسال، انوغرافي، مكلف بشريط الأخبار، مسؤول إضاءة، مشغل فيديوها، الموجهة الرسمية للقناة، ولعل هذا الأمر يعود إلى أحادية المناصب على كل وظيفة وفي كل مستوى هرمي.

ومن خلال النتائج بالأعلى نستنتج أن هناك اختلافا بين الجنسين في توزيع الوظائف وتوليفهم للمهام، إذ أن الذكور توظفهم القناة أكثر في مراكز الإنتاج التلفزيوني أي داخل البلاتوهات والأستوديوها بينما تبقى الإناث متمركزات في قاعات التحرير والإدارة، وهذا الأمر يعود إلى صعوبة العمل بالفضاءات الإنتاجية بالتلفزيون ومتطلباتها البنوية فالتصوير مثلا يحتاج إلى بنية فيزيولوجية قوية لرفع وحمل الكاميرات. كما تبين أن هناك خلطا وظيفيا تمارسه قناة الشروق نيوز فهي تجمع وتركب وظيفتين في وظيفة واحدة على سبيل المثال وليس الحصر: معد ومقدم، صحفي ومذيع أخبار وبرامج، فقد يكون إيجابيا ومطلوب أن يجمع صانع الرسائل التلفزيونية بين مهام مختلفة وكفاءات متعددة إلا أن أداءها قد لا يكن بنفس التركيز والاحترافية بما أن إنتاج الأخبار يتطلب تعاون وتفاعل كل فرد من أفراد فريق عمل لصنع أخبار محترفة. ويبقى الإعلام الخاص بالجزائر يتخبط في تبني الوظائف وتشغيل مناصب بمسميات غير ثابتة، ولعل هذا الخلط يرجع إلى عدم وجود هيئات تضبط هذا الحقل، وإن كانت سلطة ضبط السمعي البصري قد نصبت في 2014 إلا أنها لا تقوم بمهامها على أكمل وجه بحكم ضعف الوعي وعدم الرغبة في جعل هذا المجال منبرا للاحترافية والاستثمار مثلما تفعل البلدان الأخرى. ففرنسا مثلا توفر لجامعاتها ومعاهدها وقنواتها قواعد بيانات تضم كافة المناصب والمهن المشغولة في السمعي البصري بالكفاءات والمستوى التعليمي المطلوب ك:

-(Cpnef): La Commission paritaire nationale emploi et formation de l'audiovisuel.

- La cartographie des métiers de la Press, Observatoire data des métiers de la presse.

-الخبرة:

يتوضح من خلال الجدول رقم 63 أسفله أن عمال الشروق نيوز الإناث دخلن من دون خبرة للقناة وهذا بنسبة 60% عند الإناث بينما الذكور حصدوا بنسبة 47%، أما الأشخاص الذين اشترط دخولهم توفر الخبرة مالت نتائجه نحو الذكور أكثر بنسبة 53% والإناث 40%. ولعل اختلاف الخبرة بين الجنسين يفسر من خلال نتائج الجداول السابقة التي وضحت لنا أن الذكور يسعون إلى الشغل مباشرة بعد التخرج ويرفضون ملازمة البيوت، فيقومون بتدريبات والتنقل من مكان لآخر لكسب الخبرة بين الوسيلة والأخرى

(انظر الوظائف السابقة للذكور في الجدول بالأعلى)، لذلك الرجال لا يترددون في التنقل للعمل بمناطق متعددة، خلافا عن الإناث اللاتي يبقين تحت وقع رهان البعد المكاني لوسائل الإعلام الذي يكبلهن ويحد من فرص حصولهن على خبرة واضحة وهذا ما يفسر تمركزهن في الجرائد المحلية.

جدول رقم 63: يبين خبرة صناع الرسائل التلفزيونية في وسائل الإعلام قبل الدخول إلى الشروق نيوز

الجنس		ذكر				أنثى		تقدير الخبرة	الوظيفة السابقة
		بدون خبرة		بخبرة		بدون خبرة			
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
صحفي بجريدة		25%	9	-	-	15%	3	-	
مهندس صوت في قناة Beur TV		3%	1	-	-	0%	-	-	
صحفي بقناة الأجواء		3%	1	-	-	0%	-	-	
صحفي بالإذاعة		6%	2	-	-	0%	-	-	
انفوغرافي بشركة خاصة		3%	1	-	-	5%	1	-	
رئيس مصلحة بث وبرمجة بقناة الخبر		3%	1	-	-	0%	-	-	
مراسل دولي بجريدة		3%	1	-	-	0%	-	-	
مقدم أخبار بقناة الخبر		3%	1	-	-	0%	-	-	
مصور بالتلفزيون الجزائري		3%	1	-	-	0%	-	-	
قائم بالاتصال في مؤسسة خاصة		3%	1	-	-	0%	-	-	
مقدم أخبار بقناة الوطن		0%	0	-	-	5%	1	-	
مسؤول القسم السياسي بجريدة		0%	0	-	-	5%	1	-	
ميرمج بالتلفزيون الجزائري		0%	0	-	-	5%	1	-	
منشطة بالوطن		0%	0	-	-	5%	1	-	
المجموع		53%	19	47%	17	40%	8	60%	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

ولا يمكن إنكار كذلك أن التوظيف بالقناة يتعامل بليوننة مع النساء أكثر من الذكور فيما يتعلق بمتغير الخبرة، وهذا اعتقادا منها أن الأنثى فرصها وقدراتها للعمل في حقل الإعلام ضئيلة لأنها مجبرة على السفر والتنقل الدائم، فالمجتمع الجزائري قل ما يتقبل رؤية الإناث في الشوارع بالليل، لذلك تحديات المرأة الإعلامية الجزائرية والتزاماتها وارتباطاتها الكثيرة حالت دون إمكانية حصول المرأة على خبرات سابقة. فكسب مناصب شغل في الإعلام أصبحت تتطلب الكثير من التضحية والتفريغ التام. كما تجدر الإشارة أن موضوع الخبرة يرتبط بمدى توفر مؤسسات مستقبلية ومنفتحة على الداخلين الجدد في المهنة وبما أن الهيئات الإعلامية قليلة والجزء المتوفر منها يحتاج علاقات متينة مع ملاكها، لذلك حظوظ الشباب في ولوجها والحصول على تراخيص وفرص للتكوين خبرات بدخلها تبقى محدودة.

جدول رقم 64: يبرز لنا ترقية صناعات الرسائل من خلال التدرج في السلم الهرمي داخل قناة الشروق نيوز

الجنس	نعم	لا	المجموع
ذكر	16	20	36
	44%	56%	100%
أنثى	6	14	20
	30%	70%	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تبين من الجدول رقم 64 أن 70% من الإناث و56% من الذكور بالشروق نيوز لم يتم ترقيتهم في وظائفهم ولم يتدرجوا في السلم الهرمي الخاص بالقناة وهذا يعود إلى أن السلم الهرمي مغيب عن القناة لذلك تطبيق سياسة التدرج في الوظائف واتباع السلم الهرمي لا يحوز على اهتمام واضح من قبل القناة بسبب حداثة تنظيمها بالإضافة إلى ضعف بنيتها الإدارية التي تسهر على إضفاء الطابع المؤسسي على هيكلتها. ونلاحظ كذلك أن الإناث هن الأقل تدرجا في الوظائف 30% فقط من تحصلن على مكافئة الترقية بينما فاز الذكور بنسبة 44%، ولعل الأمر يرجع إلى الوظائف التي يتولاها الذكور والتي تحتاج في كل مرة تسلسلا هرميا وظيفيا بيد أنهم يحوزون على خبرات سابقة كما بينه الجدول السابق وعليه دعنا نتعرف على السلم الهرمي المستنتج من خلال إجابات المبحوثين.

سالم التدرج الوظيفي:

يسجل السلم بالأسفل ضعفا وظيفيا وغياب التنوع الهرمي، ولعل القناة لا زالت لم تتضح بعد على هذا المستوى فهي تتعامل بحذر وبصفة اعتباطية في اختيار الأشخاص بالأمكنة التي تتوافق وهويتها مما يجعل سلمها مختلا لأنها لا تضع سيرات ذاتية خاصة بكل وظيفة وشاغلها. وعليه يمكننا استنتاج أن بوادر التحفيز لم تعرف أوجها بالقناة، فيما أن المكافأة التي يرغب بها كل عامل هي الترقية في المنصب لأنه سوف يصعد في الدرجة وبالتالي فإن أجره سيرتفع، لذلك نلاحظ أن القناة تتقادم التعامل مع عمالها من هذا الجانب للابتعاد عن النفقات الزائدة وتفضل الاستقرار والمحافظة على نفس الهيكلة البشرية. وهو ما يثبت جمود الجسم البشري بالشروق نيوز السبب الذي يفقدها الكثير من شرعيتها المؤسسية ويجعلها تواجه مشاكل تنظيمية تؤثر كثيرا في صناعات الرسائل وتفقدتهم رغبتهم في البقاء بالمؤسسة.

شكل رقم 16: يبين سلم التدرج الوظيفي بقناة الشروق نيوز

صحفي	←	صحفي محقق
مسؤول تركيب	←	مسؤول موقع الاستوديوهات
صحفي	←	رئيس تحرير النشرة الاقتصادية
مصور	←	مركب
صحفي	←	مقدم مذيع أخبار
منسق نشرات إخبارية	←	مصور
صحفي في الأخبار السياسية	←	مكلف بشريط الأخبار
معد أخبار	←	صحفي في الأخبار السياسية
موظف في الأرشيف	←	مكلف بفلتره البيانات
صحفي محرر	←	صحفي ومقدم أخبار
اعلامي في القسم الرياضي	←	رياضية
صحفي	←	سكريب
صحفي	←	منشط رئيسي

المصدر: هذا البحث.

جدول رقم 65: يبين المعايير التي تستخدمها قناة الشروق نيوز في تقديم المهام لصناع الرسائل

الجنس	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
التخصص	17	47%	9	45%
الخبرة	11	31%	4	20%
الاهتمامات	1	3%	3	15%
الطلب	7	19%	4	20%
المجموع	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تعتمد قناة الشروق نيوز أثناء توزيعها للمهام الخاصة بالذكور والإناث بصفة كبيرة على معيار التخصص، وهذا يجعلنا نختبر صحة النتائج المتعلقة بتخصصات صناع الرسائل التلفزيونية التي توجهت أكثر نحو حقل علوم الإعلام والاتصال، وعليه فالشروق نيوز تعتمد وتركز على معيار التخصص عند التوظيف. تليه بعد ذلك الخبرة التي أجاب الذكور بنسبة 31% والإناث بنسبة 20%. وتفسير هذه النتائج التي بينت تركيز الذكور على الخبرة يتولد من متطلبات الوظيفة والتزاماتهم نحو مؤسساتهم خاصة في الوظائف ذات المسؤولية واتخاذ القرارات السريعة. وتوضح أن القناة تضع كلا من

المعيارين "الاهتمامات" و"الطلب" آخر النقاط التي يأخذونها بعين الاعتبار إذ توضح النتائج بالجدول رقم 65 قلة اهتمام القناة باهتمامات الأفراد، ومدى قدرتهم على أداء المهام وملاءمة هويتهم لها. ولا يحدث هذا الأمر سوى من خلال الاهتمام بمجال معين وكثرة الفضول حول اكتشاف كل حيثياته، فيمكنه استقبال الكثير من المعلومات التي تثري رصيده التحريري الإعلامي ويصبح على اطلاع تام بكل المستجدات، وبمجرد ضمان وفرة هذه الأخير في أجندة المؤسسة ستساعد الإعلامي على العمل بأريحية.

جدول رقم 66: يبرز علاقة سنة التوظيف بطريقة الدخول للعمل بقناة الشروق نيوز

الجنس		نكر								أنثى							
تاريخ التوظيف		2005-		2011-		2017-		2019-		2005-		2011-		2017-		2019-	
طريقة التوظيف		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
مسابقة/امتحان		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
مسابقة/الشهادة		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
يطلب من المؤسسة		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
بالوساطة		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
النتائج العامة		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يكشف الجدول (66) علاقة سنة توظيف عمال الشروق نيوز ذكورا وإناثا بالطريقة التي تم توظيفهم بها، حيث سجلت بعض النسب في سنة 2011 عند كلا الجنسين وهي السنة التي تم الإفراج فيها عن مجال السمعي البصري وفتح الأبواب أمام إنشاء القنوات الخاصة. وتجدر الإشارة، أن الشروق كانت تنشط في شكل جريدة وبدأ المدير العام التفكير في فتح القناة انطلاقا من هذه السنة. وبمجرد وضع حجر الأساس وظفت القناة في سنوات 2012-2017 بنسبة 97% ذكورا و90% إناثا لحاجة المؤسسة بموارد بشرية لمباشرة نشاطها وبثها، وقد كانت هذه أقوى السنوات في التوظيف بالمؤسسة أين استخدمت طرق مختلفة تمركزت في "الوساطة" بنسبة 53% عند الذكور و40% لدى الإناث وهي نسب مهمة لها الكثير من الدلالات أبرزها تبني الشروق نيوز لسياسة التوظيف على أساس العلاقات الشخصية، الأمر الذي يجعل المحسوبية تطغى على شخصيتها وبالتالي تفقد شرعيتها المهنية. ولعل هذا الموضوع بات من المشاكل التي تصادف كل المتخرجين الجدد من الجامعات والطامحين للعمل في المؤسسات الجزائرية الخاصة، وثقافة المحسوبية هي واقع شهدته الجزائر لسنوات ماضية ولازال إلى حد الآن ولو بصفة نسبية بعد الحراك الاجتماعي الجزائري. والسبب يكمن في جذور النظام المختل وظيفيا فالمحسوبية انطلقت من عمق

الدولة والأشخاص القائمين عليها وتفتت بعد ذلك لتصبح ثقافة مجتمعية متاحة لكل من يملك أفراداً أصحاب ثقل ومناصب عالية في الدولة.

كما قامت الشروق نيوز باستدعاء 28% من الذكور و20% إناث للانضمام لفريقها وهو استدعاء يطلق عليه بالداخلي وبالتحديد من جريدة الشروق وذلك باقتراح مهام إضافية إلى جانب مهام الجريدة وهذا لاستغلال خبرتهم التي نالوها من الجريدة. ولعل هذه الطريقة جيدة لكن تتطلب معرفة جيدة بالأفراد الذين سوف يتم مناداتهم وهنا تكون حظوظ الأشخاص المعروفين أمثال الفنانين والنجوم مرتفعة للأهمية الجماهيرية التي يحوزون عليها.

ولا يخفى أن الشروق نيوز حاولت تطبيق بعض الطرق التنظيمية التي تجعلها تنتقي كفاءات وطاقت تساعدها على العمل باحترافية وطريقة متخصصة ومدققة فقامت بتوظيف 3 إناث و2 ذكور على أساس الشهادة. أما فيما يخص التنشيط والتقديم فقد قامت المؤسسة بـ "كاستينغ" أي مسابقة على أساس الامتحان لكي تنتقي 4 ذكور و3 إناث في قسم الأخبار، ولعل هذه الطريقة هي الأنجح في التوظيف لأنها تجعلها تختبر قدرات المتقدمين للعمل بها وتقوم باختيار الأبرز والمميز الذي يليق بشاشاتها.

أما في السنوات الأخيرة 2018-2019 توقفت القناة على التوظيف ليذهب الأمر أبعد من ذلك فقد أوقفت عقود لأشخاص كانت قد وظفتهم وطلبت منهم العمل "دون أجر" وهذا للأزمات المالية التي تمر بها القناة والتي تعود إلى إنفاقها غير العقلاني على الإنتاج والتكنولوجيا.

(6) الإطار المهني:

جدول رقم 67: يكشف عن أسباب تقدم صناع الرسائل للعمل بالقناة الشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
الأسباب		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
أحب الصحافة والإعلام		18	50%	15	75%
الإعلامي له مكانة في المجتمع		4	11%	3	15%
أحب الشهرة		3	8%	0	0%
موهبة		5	14%	1	5%
الوظيفة الوحيدة التي تحصلت عليها		6	17%	1	5%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أعرب الجدول أعلاه عن دوافع التقدم للعمل بالإعلام الخاص، وكان السبب الأكثر اختياراً من قبل

المبحوثين هو "أحب الصحافة والإعلام" مجيبة الإناث بنسبة عالية 75% و50% الذكور، ولعل الإعلام بات من التخصصات والمجالات التي يستقطب اهتمام الكثير من الناس وهذا لأهميته وموقعه بالنسبة للدول. وما تشهده المقاعد البيداغوجية في أقسام وكليات الاتصال والإعلام هو خير دليل على تلك الأهمية، وبما أن معظم الطلاب يتوجهون نحو تخصصات يحبونها ما يفسر النسب بالأعلى، خاصة أن مجال الإعلام التليفزيوني حديث نسبيا فالكل متعطش لمزاولته خاصة محبوه.

وثاني سبب الذي جاء بالمرتبة الثانية عند الذكور هو "الوظيفة الوحيدة التي حصلت عليها" بنسبة 17% ولعلها وظائف الهندسة التي يشغلها الذكور هي العينة التي أجابت على هذا السبب، بينما 15% من الإناث تقدمت للإعلام بداعي أن الإعلامي له مكانة في المجتمع ولو أن الذكور أجابوا بنسبة 11% عن هذا السبب.

كما أنّ هناك من العينة من قام بالتوجه للإعلام للإجابة عن موهبتهم وصقلها ولأنهم يحبون الأضواء والشهرة بما أن الإعلام يضيء على صناع الرسائل التليفزيونية خاصة الذين يواجهون الشاشة ويأخذون على عاتقهم مسؤولية التقديم والتنشيط.

جدول رقم 68: يكشف عن حوافز العمل بقناة الشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
الحوافز		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الأولياء	الأشخاص	5	14%	9	45%
		7	19%	0	0%
		4	11%	3	15%
التخصص والاهتمام بالمهنة	الظروف	8	22%	1	5%
		6	17%	3	15%
		6	17%	4	20%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يكشف الجدول رقم 68 الأشخاص والظروف التي كانت الحافز الأهم في دفع صناع الرسائل نحو امتهان الإعلام، فنلاحظ اختلافا في نسب الاختيار بين الجنسين، إذ أجابت الإناث أن أوليائهن هم من يحفزهن على العمل بالقناة تلالها الظرف "ربح المال" بنسبة 20% ثم جاء كل من الأساتذة والفرصة في المركز الثالث بنسبة 15% في حين نسبة 5% فقط من العينة من ذكرت التخصص والاهتمام بالمهنة كمحفز. ولعل تسجيل ربح المال في المركز الثاني لدى الإناث يجعلنا نستنتج أن الأنثى كذلك أصبحت تهتم بوضعها الاقتصادي وتخرج للعمل بغية كسب المال وبالتالي تفسر رغبتها في الاستقلال المالي.

وقد حدث العكس بالنسبة للذكور، فأخر محفز لدى الأنتى سجل كأبرز دافع بالنسبة للرجال بنسبة 22% الأمر الذي يجعلنا نستنتج أن الذكور يولون اهتماما كبيرا للتخصص الذين يزاولونه، كما أن الذكر يسعى دائما للإجابة على رغباته واهتماماته بشتى الطرق لذلك كان الاهتمام بمهنة الإعلام أبرز محفز لهم. ولا يخفى أن الأقرباء كذلك من بين الأشخاص الذين يمارسون تأثيرات على قرارات صناع الرسائل الذكور ويوجهون مساراتهم وذلك بنسبة 19%. وجاء حافز "ريح المال" و"الفرصة" بنسبة 17% محببون الذكور على هاذين المحفزين، وهو أمر بديهي أن يكون المال محفزا للرجل لأنه أصبح حتمية لكسب لقمة العيش على حد القول الإنجليزي Money Talks. لكن الجلي الذي نلاحظه هو محفز الأولياء والأساتذة جاء في ذيل الأسباب الشيء الذي يجعلنا نستنتج أن تأثير الأولياء والأساتذة على الذكور ضئيل خاصة فيما يتعلق بالتوجيه نحو مزاولة شغل معين أو المهنة التي تؤمن لهم حياتهم الاجتماعية بل يفضلون المهن التي يرغبون بها ويقتنعون بأنها الأنسب لهم.

جدول رقم 69: يفصح عن الطموح المهني لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز

الجنس		الوسيلة		الجنس
أنثى	ذكور	نسبة	تكرار	
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	في مجال الإعلام
0%	0	0%	0	
0%	0	0%	0	
55%	11	53%	19	
5%	1	6%	2	
0%	0	0%	0	
51%	3	11%	4	
10%	2	25%	9	
0%	0	0%	0	
5%	1	3%	1	
10%	2	3%	1	في مجال آخر
100%	20	100%	36	
المجموع				-

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

ينير الجدول بالأعلى عن الرؤية الاستشرافية لمستخدمي قناة الشروق نيوز حول مستقبلهم المهني، إذ أن العمال يرغبون في المحافظة على مناصبهم بالتلفزيون إناثا 55% وذكورا 53%، كما يطمح 25% من الذكور في العمل بمؤسسات الإنتاج السمعي البصري بينما الإناث اللاتي يرغبن بهذه المؤسسات قدرت نسبتهن بـ 10%.

ولقد سجلنا نتيجة إيجابية تتعلق برغبة صناع الرسائل التلفزيونية المشتغلين بالإعلام الخاص في

ولوح عالم التلفزيون الإلكتروني وإن كانت النسب قليلة الإناث 15% والذكور 11%، إلا أن وعي البعض بأهمية هذه الوسيلة الحديثة وأن المستقبل قد ينصفها مع الوقت يرتبط بالحتمية التكنولوجية وتأثيراتها على حياة الفرد والمجتمع وإن كان الوقت الذي تحدث وتناول "مرشال مكلوهان" موضوع الحتمية لم يكن التلفزيون الإلكتروني متواجدا بالطريقة التي هو عليها الآن أو التي سيصل إليها.

غير أن الجريدة الإلكترونية ظهرت منذ وقت طويل، إلا العمل بها في الجزائر لا يزال حديثا فنسبة 6% من الذكور و5% من الإناث فقط من يرغبون بها، وهذا يعود إلى أن عمال التلفزيون لا يستطيعون الرجوع إلى الخلف خاصة أن مكانة التلفزيون وتعامله مع الصورة تتفوق عن مكانة الجريدة التي تتعامل مع التحرير والنصوص أكثر وهذا يثبت لنا من خلال عدم تسجيل أية نسبة في خانة الجريدة والإذاعة. كما نلاحظ أن البعض من صناعات الرسائل وإن كانوا بنسب قليلة من يريدون تغيير مجال عملهم والتوجه نحو التجارة والتدريس وهم الأشخاص الذين يقومون بإكمال دراستهم العليا (كالدكتوراه) والعمال الذين يريدون فتح مشاريع استثمارية تجارية خاصة بهم لكسب المزيد من الأموال والرزق.

في آخر هذا الإطار قد نسأل عن لماذا هذا التفصيل الكبير في التعرف عن كافة تركيبة صناعات الرسائل وعدم الاكتفاء بشرح خصائصهم الديمغرافية فقط؟ بما أن الإعلامي العامل بالتلفزيون الخاص لا يمكن الإنكار أن له مكانة في المجتمع، وأصبح مؤثر في الجمهور بما يقول وكيف يقول وأين يقول، وهذا جعلنا نبحت ونتحقق من مدى وجود الإعلامي النجم Media Stars وهذا من خلال تثقيبنا عن هوية صناعات الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز إذ أننا عرجنا عن كافة تفاصيلهم الشخصية والاجتماعية والإنسانية والاقتصادية والثقافية والمهنية.

ثانيا: عرض نتائج مورفولوجيا المؤسسة المتعلق بالتنظيم الفيزيولوجي للقناة الشروق نيوز:

1- هيكلة المؤسسة (الخصائص البنوية الخارجية والداخلية للمؤسسة):

في هذا الجزء سوف نعمل بنفس الطريقة التي قمنا بها مع التلفزيون العمومي للكشف عن الهيكلة المؤسساتية والتنظيمية للقناة الشروق نيوز، شكلها، هندستها، نوعية تنظيمها، شرعيتها، تفاعلها، عاملين بتقنين وهي الهيكلة الإدارية والإنتاجية في الوصف والتفسير. والآن سنشرح في تشريح تلفزيون الشروق:

1.1- تقديم المؤسسة التلفزيونية الخاصة الشروق:

لم يبدأ إنشاء القناة من العدم بالنظر إلى الاسم الذي صنعه مؤسسة الشروق، بل جاء على إثر المؤسسات الناشطة تحت هذا الشعار من جرائد ومجلات. إذ أنه بعد الإصلاحات السياسية والإعلامية أواخر 2011 والحتمية الجماهيرية التي أصبحت الساحة الإعلامية الجزائرية بحاجة إليها، أتت فكرة بناء

قناة عامة ومن بعدها إخبارية برئاسة علي فضيل الرئيس المدير العام لمجمع الشروق للإعلام والنشر، وهذا بالاستعانة بخبرات صحفيين في التلفزيون: سليمان بخليلي كمدير تنفيذي ولىلى بوزيدي كرئيسة تحرير.

وكان تاريخ مارس 2012 بداية العمل كقناة عامة تعنى بكافة المواضيع بين الأخبار والبرامج، بمقر في شقة داخل عمارة بسيطة التصميم بجانب مقر جريدة الشروق. وكان سبتمبر 2012 أول موعد لنشرة إخبارية متلفزة من قناة الشروق بمقدم وبلاطو افتراضي، مع أول برنامج بعنوان "الحدث" من تقديم لىلى بوزيدي وكان تحد لها لتغطية انتخابات 2012.

وفيما يتعلق بالأخبار فقد أخذت شكل فيديو هات تفريرية مركبة وموجزة VTR، بعد حوالي سنة أي عام 2013 فتحت الشروق التوظيف بإجراء مجموعة من الكاستينغات لإطلاق أو نشرة إخبارية ببلاطو افتراضي.

في 19 مارس 2014 تم تأسيس قناة الشروق نيوز بأستوديو حقيقي بالقبة منفصل عن قاعة التحرير والإدارة التي كانت في حيدرة، لكن سرعان ما أدركت الشروق أهمية الهيكلة والتنظيم فقامت باستثمارات كبيرة في إعادة الهيكلة وبناء أستوديوهات عصرية أين تنقل أواخر 2017 فريق العمل إلى المقر الجديد بالقبة بالمنظر الجميل Jolie Vue بحلة جديدة تضم بنايتين بناية داخل عمارة بها 4 طوابق تحتوي على: -طابق سفلي: يضم مخزن المعدات والأدوات السمعية البصرية (كاميرات، حوامل...) -الطابق الأول: يأخذ شكل المربع به مكاتب تضم قاعات التحرير الخاصة بالبرامج وكل ما له علاقة بالإنتاج (التحقيقات والريورتاجات).

-الطابق الثاني: خاص بالتركيب وتحرير الفيديو هات.

-الطابق الثالث: البرمجة والترويج. مدير قسم البرمجة، قسم البرمجة 1، قسم البرمجة 2، قسم الإعلام الآلي.

-الطابق الرابع: الإدارة. كما يوجد مقابل هاته البناية بناية أخرى في شكل مستطيل يضم أستوديوهات الأخبار وقاعات تحريرها: أستوديو رقم واحد 1 مقسم إلى ثلاثة 3 بلاتوهات وأستوديو رقم اثنان 2 كبير. انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) على الساعة الصفر ليوم الأول من نوفمبر 2011، البث التجريبي لقناتها الشروق على القمر الصناعي نايلسات، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى السابع والخمسين 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية، والذكرى الحادية عشر 11 لتأسيس يومية الشروق. بدأ البث كمرحلة أولى من العاصمة الأردنية عمان والعاصمة اللبنانية

بيروت، على أن يتوسع البث انطلاقاً من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة، والعاصمة القطرية الدوحة. وتجدر الإشارة أن القناة كانت عبارة عن مكتب أجنبي فقط، أي تم فتح القناة في شكل مكتب بالجزائر العاصمة والبث كان من الخارج (الأردن).

أما الانطلاق الرسمي للقناة، كان مع بداية عام 2012، أي بعد حوالي ثلاث 3 أشهر من البث التجريبي، حيث كان المحتوى السمعي البصري لقناة "الشروق" عبارة عن باقة من الأشرطة الوثائقية والتثقيفية والفورمات المنعقدة بالجريدة، بالإضافة إلى أناشيد وطنية وآراء المشاهدين والقراء.

إن المشهد الإعلامي الخاص الجديد بالنسبة لتاريخ الإعلام بالجزائر لا زال في طور الإنجاز خاصة أن القانون العضوي للإعلام وأول قانون السمعي البصري 2014 لم يفصلاً في هيكلية المؤسسات الخاصة وقوانين البث والتوظيف.

لهذا كان هناك نوع من الضبابية في فتح القنوات الخاصة والقواعد التأسيسية التي يتم إبرامها بين مالك القناة ووزارة الإعلام التي نصت على فتح دفتر شروط لم يتم الكشف عنه. لكن الواقع المهني شهد خلطاً ورداءة في مفهوم الإعلام الخاص وعدم الشعور بالمسؤولية اتجاه أهمية المحتوى المبتث والجمهور. مما أسفر عن ضعف البنى التنظيمية بقناة الشروق عامة ونيوز على وجه الخصوص بحيث سجل غياب تام للتسيير الإداري الذي ينظم عمل المؤسسة ومواردها البشرية أبرز سلبية تعلقت بعدم توثيق نشاطات المؤسسة وعدم وجود لهيكل تنظيمي خاص بالقناة.

ولكي نحافظ على التسلسل المنطقي لنتائج دراستنا ومنطقية العمل حاولنا أن ننصف بين المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري ومؤسسة الشروق قمنا ببناء هيكل تنظيمي لمؤسسة الشروق نيوز بمعية المدير العام "علي فضيل" والصحفي "محمد كربوش".

2.1-دراسة وتحليل هيكلية الشروق نيوز:

بما أن هاتاه المؤسسة تم اعتبارها أول قناة خاصة جزائرية، فإنها تتبع قانونياً وزارة الاتصال وسلطة الضبط السمعي البصري، بموجب القانون العضوي للإعلام الصادر في الجريدة الرسمية يوم الأحد 21 صفر عام 1433هـ الموافق لـ 15 جانفي 2012م. والمؤسسة اليوم (2019) تدار من قبل مدير عام لمجمع به خمسة 5 هيئات (الجريدة والمجلة والقنوات) وتخضع لمواصفات دفتر المهام.

وقد اعتبر صناع الرسائل التلفزيونية مؤسستهم مكان للعمل وكسب الرزق وهذا ما يجعلنا نستنتج أن الإعلام الخاص بات يستقطب أشخاصاً لأغراض اقتصادية أكثر منها مهنية. والجدول بالأسفل يفصل لما أكثر هذه النقطة.

جدول رقم 70: يبرز الوصف الذي يقدمه صناع رسائل الشروق نيوز لمؤسستهم التليفزيونية

الجنس		ذكر		أنثى	
الوصف		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
وحدة تنظيمية مهيكلة		12	33%	8	40%
وحدة إنتاجية ربحية		5	14%	3	15%
مكان للعمل وكسب الرزق		19	53%	9	45%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبين الجدول رقم 70 التعريف الذي يقدمه عمال مؤسسة الشروق نيوز أين أجمع الذكور بنسبة 53% والإناث بنسبة 45% عن أنها مكان للعمل وكسب للرزق بالدرجة الأولى وهي نظرتهم الحالية اتجاه مؤسستهم، بينما البعض اعتبرها وحدة تنظيمية مهيكلة بنسبة 40% عند الإناث و33% لدى الذكور، ولعل هذه النتيجة تثبت لنا رغبة صناع الرسائل في العمل ضمن تنظيم مهيكل ولو أن مؤسستهم ضعيفة نسبيا من حيث الجانب التنظيمي غير أن نظرتهم توجي بقدرتهم على التكيف في تنظيمات متوسطة المستوى حتى وإن كانت ضعيفة في الإنتاج الربحي وهي النتيجة التي نالت نسبا ضعيفة حسب تقديرات عمال الشروق نيوز كما يوضحه الجدول بالأعلى.

ونلاحظ أنه هناك اتفاقا بين الجنسين في تقديرهم لمؤسستهم ونظرتهم المتشابهة لمكانتها بالنسبة لهم، ولعل السبب يرجع إلى الحتمية الاقتصادية التي باتت عاملا مؤثرا على الحياة الاجتماعية الخاصة بالأفراد والشباب الذي يطمح لتكوين حياة مستقرة على مختلف الأصعدة أبرزها المهنية والاجتماعية وذلك من خلال السعي نحو شغل مناصب وتوجه لأماكن عمل تكسبهم أجرا ومكانة مهنية في المجتمع. وهذا هو التوجه الأول للأفراد الذين يشتغلون بالشروق نيوز في تنظيم وهيكل متوسطة وضعيفة في الإنتاج الربحي بالنظر إلى الأزمة الاقتصادية التي تشهدها القناة بسبب النفقات التي توجهت نحو الإنتاج غير العقلاني وعدم تطبيق استراتيجيات تخطط لنجاح المؤسسة على المدى البعيد أي عدم فهمها للتخطيط الاستراتيجي السبب الذي يجعلنا نستنتج افتقار القناة لمستخدمين متخصصين في هذا الجانب.

3.1- تحليل الهيكل التنظيمي الخاص بمؤسسة الشروق نيوز:

كما أشرنا سابقا، قناة الشروق نيوز إلى غاية تاريخ 13 مارس 2019 لم تقم بوضع هيكل تنظيمي يوضح نشاطاتها ومهامها ومناصبها، ولعل وجود مفردة واحدة فقط في مكتب المستخدمين الذي لا يصل المستوى بأن يكون مصلحة أو قسم لانعدام المناصب المشتغلة به، وعاملة واحدة أنثى فقط مكلفة بالموارد البشرية والناطقة الرسمية باسم القناة هو أكبر خطأ تقوم به المؤسسة. لكننا سوف نحاول فهم المؤسسة

من خلال الهيكل التنظيمي بالأسفل. وهنا سوف يسقط التحليل البعدي الهيكلي والسياقي لأن التصميم كان من قبل الباحث من أجل المحافظة على موضوعية البحث. لكن من المهم أن نعرض بعض النتائج والتقنيات التي اعتمدنا عليها في التصميم:

(1)-الشكل: يتوجه الهيكل التنظيمي بالأسفل نحو مركزية الوظائف في تنظيم مجمع الشروق:
-نوع وشكل الهيكل: رسمي هرمي Pyramid يستخدم تقنية التوزيع عبر الوحدات والأقسام أي يركز المهام وما يقتضيه التسيير السمعي البصري.
-خصوصيات الهيكل: يحتوي على جذعين يتبعان الرئيس المدير العام الذي يوجه كافة تنظيم الشروق، الذي يحاول إظهار عصرنة قنواته والابتعاد عن كلاسيكية الهيكل وهذا ما يظهر في كل من الشروق العربي الأسبوعية والشروق اليومي التي تعمل بثقافة الرئيس والمرؤوس وهذا ما أثبتته الدكتور نصر الدين بوزيان في دراسة له حول جريدة الشروق.

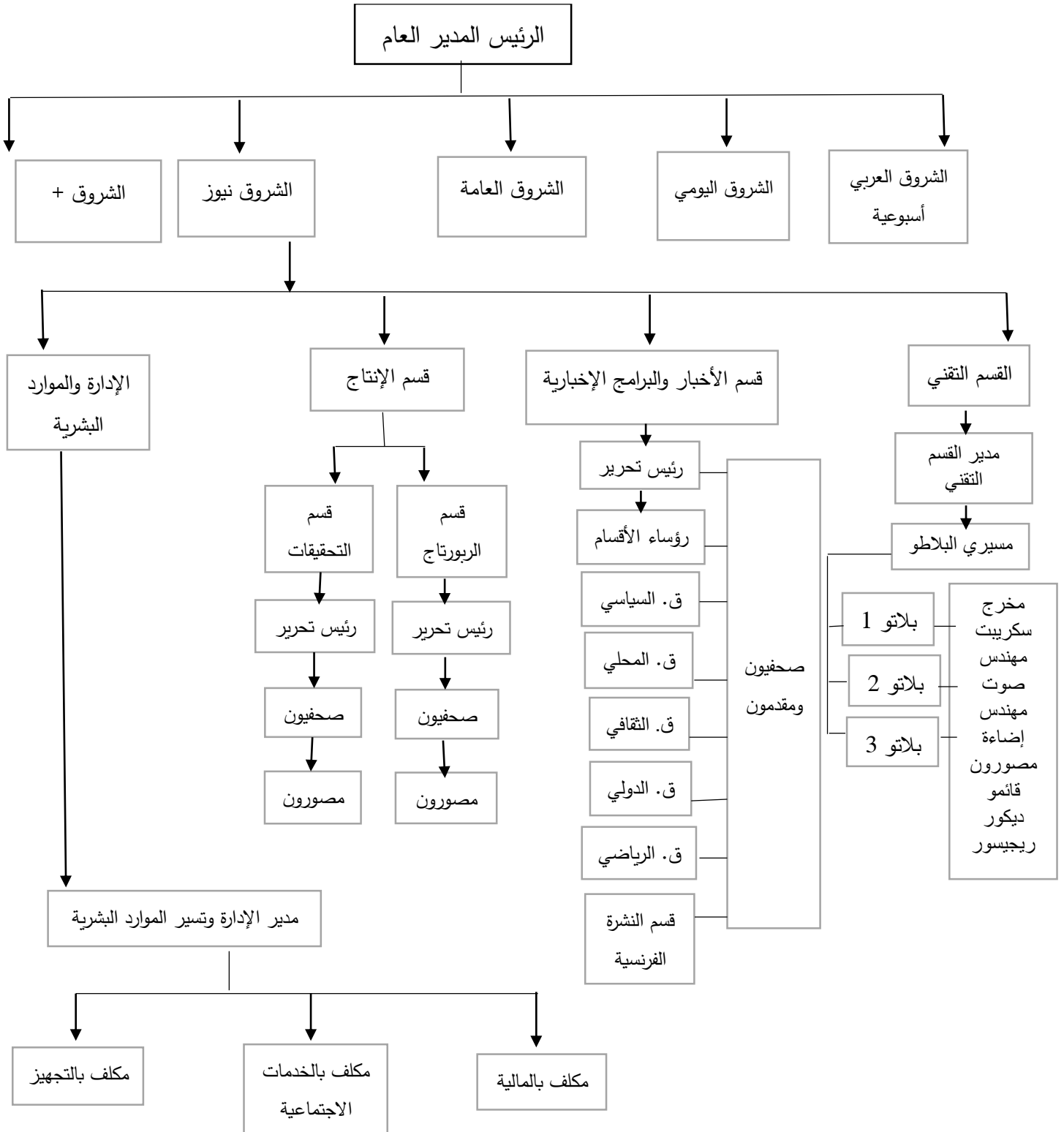
➤ تصميم الهيكل: يشرح الهيكل التنظيمي الخاص بالشروق نيوز أن للشروق إدارة واحدة لخمسة 5 هيئات ويأخذ التصميم الشكل الأفقي Flat الذي يساعد على التفاعل بين كل الأعضاء.
➤ إيجابيات وسلبيات الهيكل: الإيجابي في هذا الهيكل هو تفصيله للوظائف التنفيذية (كالبلاطوهات والقائمين عليها). لكل ما يعيب على هذا الهيكل هو غياب للشرعية المؤسساتية والوعي بأهمية التنظيم الخاص بالمؤسسة الإعلامية بفضاءها الفضاء الإداري والإنتاجي (الاستوديوهات والبلاطوهات).

(2) -تخصص الوظيفة: من الإيجابي في الهيكل بالأعلى أنه أخذ بعين الاعتبار أهمية الوظائف التابعة للفضاء الإنتاجي وإن كان لم يفصل في كل الوظائف إلا أن الوعي بأهمية الاستوديوهات وتصميمها ووظائفها نقطة إيجابية بقناة الشروق نيوز.

(3) -التسلسل الهرمي: يظهر من خلال الهيكل أن المؤسسة تستخدم تقنية نصف بنصف Fifty fifty في فرض التسلسل الهرمي إذ أنها قلصت من فروع المستوى الأعلى (تجسدت في المدير) والمتوسط (رؤساء الأقسام) اللذان يمارسان وظائف المراقبة، وأعطت مساحة وحرية التفاعل في المستوى التنفيذي أو الأدنى وهي نفس التقنية التي تستخدمها المؤسسة فيما يتعلق بالمركزية، إذ نلاحظ ضعف نقاط المركزية بالهيكل وانتشار خطوط التواصل بين الأقسام.

(4) -الاحترافية: لو نلاحظ نتائج الجدول رقم 69 المتعلق بطموحات ومستوى صناع الرسائل والجدول رقم 56 المرتبط بالرغبة في التدريب الإضافي فإننا نستنتج أن الاحترافية بالشروق نيوز غير واضحة بالنظر إلى عدم وضوح رغبة الموظفين ومستقبلهم في القناة لذلك فإن يشغلون بحذر ولا يقدمون كل

شكل رقم 17: يوضح الهيكل التنظيمي لقناة الشروق نيوز



المصدر: تصميم الباحث والدكتور عبد الهادي كربوش صحفي بالشروق نيوز.

طاقاتهم داخلها.

(5) - عدد الموظفين: بالنظر إلى المشاكل والأزمات التي شابت مجمع الشروق خاصة سنوات 2018 و2019 فإنه لا توجد إحصائيات واضحة تبين العدد الحقيقي والفعلي للموظفين، فكثير من الصحفيين يصرحون بعدم حيازتهم على عقود قانونية بل يعملون دون أجر ودون عقد. ولو رجعنا إلى نتائج دراستنا فإننا سجدنا نقصا كبيرا في الموارد البشرية 36 ذكرا و20 أنثى وهو عدد ضئيل تعمل به المؤسسة بحجم الشروق مما يقزم من قناة الشروق نيوز ويضعف من مكانتها التنظيمية البشرية.

(ب) - الأبعاد السياقية:

(1) الحجم: كما أشرنا في آخر نقطة الشروق نيوز فحجم المؤسسة بالنظر إلى عدد عمالها يعتبر صغيرا.
(2) التقنية التنظيمية: بالرغم من أهمية التقنية التنظيمية في تسيير المؤسسة الإعلامية إلا أنها غير واضحة المعالم بالشروق نيوز وهذا يعود إلى ضعف الموارد البشرية التي تشتغل في الإدارة وتسييرها بالإضافة إلى قلة وعي المؤسسة بأهمية هذا الجانب الذي يساعدها على إضفاء طابعا مؤسستيا على شخصيتها وهذا ما يفقدها لثقافة تنظيمية بالرغم من المستوى الثقافي العالي لمواردها البشرية.

(3) محيط العمل: يضم تليفزيون الشروق نيوز محيطا إنتاجيا غنيا ومعاصرا بينما المحيط الإداري يبقى ضعيفا وهذا من خلال الاستثمار الواضح في المحيط الأول أما بيئتها فهي في طور النمو لأن تنظيمها حديث النشأة وهذا ما سوف نفصل فيه في العنصر الموالي.

4.1- تحليل للهوية البصرية لتليفزيون الشروق:

بعد إعادة الهيكلة السريعة لقناة الشروق نيوز تنقل العمل من حيدرة إلى القبة بحلة جديدة، يمكننا القول أن الموقع الرسمي لقناة الشروق نيوز هو حي المنظر الجميل بالقبة العاصمة.

أولا: المورفولوجيا أو الشكل الخارجي للمؤسسة:



المصدر: التقاط الباحث،

2018/12/29، مقر الشروق.

كما أشرنا سابقا هيكل القناة يضم بنائيتين، واحدة خاصة بالفضاء الإنتاجي كما هو موضح في الصور، والأخرى مخصصة للفضاء الإداري. ونلاحظ أن الفضاء الإنتاجي الذي يضم الاستوديوهات وقاعات التحرير جاء في شكل مستطيل عريض محدود الارتفاع الذي كان سابقا عبارة عن مستودع وسوق للخضر والفواكه. كما نستنتج أن قناة الشروق نيوز استثمرت في الشكل الخارجي وركزت على أهمية إبراز الهوية البصرية الخارجية لمؤسساتها من خلال وضع تصاميم هندسية مكعبة وألوان (الأزرق والأبيض) الخاصة بالقناة. كما قامت بتغطية الجانب العلوي بملصقات تشبه اللافتات الإعلانية واضعة بها معلومات تعريفية بالمجمع ولوغو الشروق نيوز وشعارها. والإيجابي الذي يحسب للمؤسسة أنه بالرغم من بساطة التصميم إلا أن عدم إغفالها لجانب الاتصال الخارجي والاهتمام بمورفولوجيتها الخارجية هو دليل على وعي وانفتاح المؤسسة بأهمية هذا الجانب في صنع فضاء يحترم خصوصية تنظيم المؤسسة الإعلامية القائمة على الإبداع والإبهار والتميز.

غير أنه لو تعمقنا أكثر في التحليل يسعنا القول أن المؤسسة تشهد كذلك ضعفا في وضع عرائض الاتصال والمؤشرات الاتصالية التي تسهل الوصول إليها خاصة أن المدخل لا يحتوي على أية معالم تدل على طبيعة شغل القناة. وهو حال المؤسسات الجزائرية العمومية والخاصة بصفة نسبية، فالوعي بأهمية الدليل المؤسسي الاتصالي بمعنى ممارسة الاتصال الخارجي ورسم هوية بصرية من خلال وضع عرائض اتصال مساعدة على إعلام الزائر بالمكان وطبيعة النشاط لا زال لم يحض باهتمام ملاك المؤسسات لأن مجال الاتصال بالجزائر ليس متطورا في أعين صناع القرار والدولة بعد.

أما عن الدخول للمؤسسة هو صحيح يحتاج إلى جهد للوصول إليه، إلا أنه سهل لا يتطلب المرور بعدة مراكز بل البوابة مفتوحة دائما تأخذك مباشرة إلى ساحة كبيرة ثم إلى فناء المؤسسة كما هو موضح في الصور بالأعلى. فالمؤسسة تستخدم الأمن بعقلانية ولا تحس بمجرد وصولك أنك مضطر للمرور بحراس أمن أو أنك بمؤسسة عسكرية أو ما شابه، بل هناك نظام استقبال جيد سهل وأكثر انفتاحا على الزوار. غير أن إذن الدخول إلى الاستوديوهات يتطلب ترخيصا من قبل المكلفة بالموارد البشرية وهذا أمر طبيعي لأن كل غريب عن المؤسسة يجب الإعلام به وبأسباب تواجده لدى الأشخاص القائمين عن المؤسسة.

ثانيا: دراسة بنائية التليفزيون:

كما أشرنا في عناصر سابقة أن قناة الشروق نيوز تضم بنائيتين الأولى خاصة بالاستوديوهات وقاعات التحرير والثانية بالفضاء الإداري. وفي العنصر السابق تعرضنا إلى هيكلية الفضاء الإنتاجي

للأهمية التي يملكها فهو المكان الذي يتم فيه صناعة المحتوى وإنتاج كافة المضامين السمعية البصرية، لذلك فهو مهم بالنسبة للمؤسسة الإعلامية فبدونه لا يمكن قيامها وتشغيلها.

بالنظر إلى حداثة نشأة الشروق نيوز إلا أن بناءها متوسط الحجم والتصميم ملفوف أو ملابس بأغلفة إعلامية بسيطة من بلاستيك، بألوان فاتحة مستوحاة من ألوان المؤسسة الظاهرة في اللوغو والشاشة. كل هذه الأمور توحى بإيجابية الاتصال الخارجي بالمؤسسة. إلا أن التصميم الخارجي بسيط ليس بالمستوى المطلوب الذي يقترن مع الهندسة الحديثة بمورفولوجيا زجاجية أيكولوجية تعمل على تجميل المحيط والبعث بالراحة والفخر لمستخدميها.

فالأهمية التي باتت تكتسبها الواجهة الخارجية للمؤسسة انطلقت من دراسات تأثيراتها على عمالها لما لها من سلطة في البعث برغبة نفسية روحية للعمل بداخلها إذا كان تصميمها الخارجي مبهرًا وملفتًا وإبراز عناصر اتصالية مرتبطة بالمؤسسة في قوالب وأشكال ضوئية ثلاثية ورباعية الأبعاد، والعكس صحيح. غير أن الواجهة الخارجية لقناة الشروق نيوز مثلما توضحه الصور بعيدة كل البعد عن الهندسة المعاصرة فبمجرد العلم بأن مقر المؤسسة كان مستودعا وسوقا أسبوعيا للخضر والفواكه فإننا نستنتج مستوى القناة.

فالواجهة الخارجية لها تأثير في نفسية العمال وانعكاساتها قد تكون سلبية في حال عدم تعبيرها عن العلامة التجارية التي تروج لها القناة وطبيعة نشاطها. ولقد حاول صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز إعطاء رأيهم حول الواجهة الخارجية وكانت إجاباتهم كالتالي:

جدول رقم 71: يبرز تقييم صناع الرسائل للواجهة الخارجية لقناة الشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
التمثيل		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
تعبر عن طبيعة عمل المؤسسة		24	67%	16	80%
تعبر عن سياستها		5	14%	2	10%
مجهولة الهوية		7	19%	2	10%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يفصح الجدول أعلاه عن تقديرات عمال قناة الشروق نيوز لواجهة مؤسستهم الخارجية، الذين أجمعوا بأنها تعبر عن طبيعة عمل المؤسسة حيث أجاب الإناث بنسبة 80% والذكور بنسبة 67% وهي الإدراكات التي يعتقدونها صناع الرسائل لحظة الوصول إلى قناتهم وهي نتيجة قمنا باختبارها عند تحليل الواجهة الخارجية في السابق. وعليه نستنتج أن للواجهة الخارجية تأثير إدراكي تعريفي يبعث بالقلق أو الراحة

النفسية والرغبة أو عدم الرغبة في دخول القناة، بتقبل أو رفض العمل وهذه التقديرات ترفع من معنوياتهم وتميل نحو إيجابية الشعور بالطمأنينة كلما كانت الواجهة الخارجية مصممة جيدا بهندسة إيكولوجية مبهرة بها عناصر تبعث بالفخر والحضارة كاستخدام الأضواء والألوان واللغو بتقنيات عالية الدقة. وبما أن اللغو أبرز عنصر يعرف بالقناة وبطبيعة عملها، سوف نقوم بتحليل ذلك الخاص بقناة الشروق نيوز. ولعل أهم شيء تركز عليه معظم المؤسسات الجزائرية وقناة الشروق نيوز هو وضع لافتات Panneau de signalisation عليها معلومات خاصة بالمؤسسة بجانبها دوما ودائما لوغو الهيئة.

ثالثا: دراسة لوغو المؤسسة:



بما أن اللغو هو أحد مكونات الهوية البصرية للمؤسسات الخاصة، فإننا نلاحظ أن أولى العناصر الاتصالية التي أخذتها قناة الشروق نيوز بعين الاعتبار هي تصميم لوغو خاص بها، ونلاحظ كذلك أهميته بالنسبة للمؤسسة بالنظر إلى استخداماتها المتكررة لهذا اللغو سواء في الشاشة أو في كافة تعاملاتها الإدارية والاتصالية والإشهارية الداخلية والخارجية. ولوغو التلفزيون يوضع عموما في الجزء العلوي على يمين الشاشة ويكون إما جامدا أو متحركا أو الاثنان معا.

ومثلما نرى بلوغو الشروق نيوز فإن تصميمه يحمل الكثير من الملاحظات إذ أن الجهد المشغول واضح من التصميم ينم عن وجود عريضة جرافيك Charte graphique خاصة به وهذا ما يبين احترافية المصمم. وهذا الأخير قام باستخدام جزئيين في اللغو جزء مكتوب يظهر اسم القناة باللغة العربية "الشروق" وجزء في شكل كرة مكتوبة عليها باللغة الإنجليزية News الأخبار. أما في الصورة الثانية فقد فضل المصمم المحافظة على نفس شكل الصورة الأولى وقام بتغييرات بسيطة كنقل كلمة News ووضعها تحت كلمة الشروق وتعويضها بكلمة تلفزيون TV، كما فكرت المؤسسة بوضع شعار خاص بقناتها وهو "كن أول من يعلم" فوضعه المصمم أسفل الشكليين بين عارضتين. ولعل شعار كن أو من يعلم به الكثير من الخلفيات التي ترتبط بسياسة المؤسسة وأهدافها التي أرادت مخاطبة الجمهور بأسلوب يكشف عن ثقة بالنفس وبادعاء سبق الإخباري، كما أن القناة بمجرد ذكر كلمة أول فأنها تعتزم بأن تكون أول قناة إخبارية وتضطلع بالأخبار وهذا أمر سلبي يتنافى وروح المنافسة الإعلامية، لذلك فهي لم توفق في

نظرنا في اختيار كلمات شعارها. وفي الآتي سنقوم بالتفصيل في التحليل السيميائي للوغو:

- الشكل:

إنّ مجال السيميولوجيا والسميولوجيون يتقنون بأنه لا يوجد شيء أكثر أهمية من الشكل، فمن الناحية النظرية أو من الناحية السيكولوجية الشكل من أكثر العناصر التي يقدر العقل أن يستوعبها ويسترجعها بسرعة ويستطيع تخزينها في المخ بسهولة، وهنا جاء لوغو قناة الشروق نيوز في شكل عام مستطيل اتخذت أشكاله الداخلية حدودا انسيابية ناعمة يشبه خلطة الحليب خاصة في ألوان الجزء الأول، وفي هذه الحالة يتضح أنه قد يكون المصمم يريد أن يصل إلينا بفكرة سهولة الحصول على الخدمة الإخبارية وتوافرها في كل زمان ومكان بطريقة يسيرة وفقا لطبيعة شغل المؤسسة وإنتاجها. فالخطوط الناعمة والمنحنيات دائما تعطي إحساسا بالسهولة وعدم وجود عوائق ولكن حينما نقوم بتصميم الشعار نسعى دائما للبحث عن معاني إضافية واضحة يسهل قراءتها من خلال الشكل. وقد استخدم المصمم كذلك الدائرة مستوحيا شكل الكرة الأرضية للدلالة على تغطية القناة للأخبار التي تحدث في العالم.

-خط الكتابة: جمع المصمم بين الخط العربي والأجنبي الروماني ولغة الكتابة جاءت بين العربية والإنجليزية إذ فضل المصمم إعطاء حجم أكبر للكتابة باللغة العربية "الشروق" بتقنية ثلاثية الأبعاد وهذا نلاحظه من خلال الحروف المكعبة المدققة. ولعل استخدام خشونة الحروف جعلت الشكل يبرز الألوان وتكون أكثر سطوعا مما قد يضعف النظر ويقلل حجم التركيز، لكن الأنفوغرافيا المركزة جعلت من اللوغو يبدو جيدا من حيث البناء.

-الألوان: يحتوي لوغو قناة الشروق نيوز على ثلاث ألوان:

-الأبيض والذي يدل على الصفاء والنقاء أي شفافية أخبار المؤسسة أين حاول المصمم إضافة ظلال على الجزء السفلي من كلمة الشروق ليكون لون خلطة القهوة مع الحليب وهذا الأخير يدل على سيولة الأخبار وتغذية الجمهور بالمعلومات. كما تظهر بعض السطوع والظلال حول الكلمة باللون الأزرق الفاتحة والمتوسطة تمهيدا للون الجزء الثاني من الأزرق القاتم وهذا لخلق البعض من الإبهار البصري. أما عن اللون الأزرق الذي هو أحد الألوان الباردة، فأراد المصمم أن يبعث بالكثير من رسائل الثقة والحياة فأهم عناصر الحياة لونها أزرق وهو الماء والبحار والأنهار والسماء... وبما أن هذه العناصر تدل على المساحة الواسعة والعطاء فإنه يمكننا استنتاج أن المصمم أراد أن يبعث برسالة البث الإخباري الدائم غير المنقطع على مدى اليوم، لكي يشعر المواطن بالطمأنينة بمجرد إعلامه بما يحدث داخل وخارج وطنه بكل كبيرة وصغيرة.

وبكل بساطة اللون هو المولد الرئيسي لمعاني الشعار وهو الأكثر تأثيرا على نفسية الإعلامي والمشاهد على حد سواء، وهنا دائما نعود لسيكولوجية اللون في وسائل الإعلام، فنجد العديد منها تعمل بنفس اللون، مثل اللون الأزرق (الشروق - التلفزيون الجزائري - TF1- France24) جميعهم يحمل اللون الأزرق وهو لون طبعا لعلم نفس العلامات التجارية يبعث الثقة في المنتج والأمان من استخدامه، وغيرها من الألوان التي تحمل الكثير من المعاني التي قد نكون لا نعرفها، ولكن مركز الطاقة الخاصة بها في أجسادنا يعطي العقل الإحساس الصحيح والمقصود منها.

رابعا: دراسة تصميم أستوديو وبلاطو الأخبار:

قد يتساءل البعض عن أهمية دراسة تصميم التلفزيون بأستوديوهاته وقاعاته وبلاطوهاته، وكل ركن من أركانه الهندسية المهيكله للمؤسسة ككل؟ فالإجابة عن هذا التساؤل كانت انطلاقة اشاكليتنا منذ البداية، لأن المؤسسة الإتصالية كل جزء يعتبر محفزا وقيمة تبعث بأهمية التواصل الرمزي وتجعل العامل بداخلها أكثر أريحية في الإبداع وتفجير كامل طاقته أثناء الإنتاج. وكثيرا ما نجد التلفزيونات الخاصة ما تركز على هكذا جوانب بغية تحقيق مردودية كبيرة وجلب اهتمام جماهير عريضة. والآن سنتعرض لأحد التلفزيونات الجزائرية الخاصة ونكشف هذا الجانب.

1- الرواق والأستوديو الرئيسي للقناة:



الوصف والتحليل:

بمجرد دخولك للقناة تصادفك قاعة استقبال مصممة في شكل دائري مغلقة بملصقات وصور خاصة بالقناة من بينها اللوغو إلى جانب شاشات تليفزيونية تعرض البث اليومي لقنواتها. بعدها نجد رواق طويل كما هو موضح في الصورة بالأعلى وأرضية القناة مفروشة ببساط أزرق يؤدي إلى مركز القناة أين نجد الأستوديو الرئيسي وقاعات التحرير دائرة به مصنفة حسب الأقسام في شكل مفتوح Open Space، يقابلها مكاتب خاصة بالمونتاج ورؤساء الأقسام.

وجاء البلاط الرئيسي في شكل دائرة وهو بلاطو معاصر نلاحظ نكاء المصمم في استغلال مساحته وموقعه، ولقد استخدم المصمم مجموعة من التقنيات:

1-التكوين Composition:

إن المجال المكاني للأستوديو يعد حيويًا بالنظر إلى تواجد كافة عناصر صانع الرسائل التليفزيونية (بالأستوديو والبلاطو وقاعات التحرير) وهذا لإضفاء حيوية وديناميكية للمشهد التليفزيوني. كما نلاحظ كذلك قدرة المصمم على بناء هيكلية العمل الفني حيث أحاطه بتصاميم مبدعة تكونت من شاشة عرض كبيرة كخلفية، وشاشات تليفزيونية صغيرة دائرة بكافة البلاطو كمكونات تأليفية. وجاء في وسط البلاطو أي فوق دائرة مسرح التقديم بالأعلى دائرة مضيئة حاملة لكاميرات من نوع الفلود لايت بينما السبوت لايت فأخذوا مواقعهم في الأحرف الأربعة المركزية للبلاطو.

ولعل العين تلاحظ تجانسا كبيرا بين الأشكال التعبيرية للبلاطو (الكاميرا، الإضاءة، العناصر التيبوغرافية...) إذ حاول المصمم موازنتها وضمان حركيتها وانتقالها من خلال استخدام تقنية تحريك الأشكال ودورانها بحس إيقاعي يتوافق مع الصوت والإضاءة.

-الأرضية Le sol: فضل المصمم تشكيله بمادة الألومينيوم والباكو بلاتر Placoplâtre والجيرفلاكس Gerflex ووضع أشكال مختلفة منها الدائرية لضمان الحركة والتنقل والأشكال البيضاوية في قالب عين للدلالة على أن القضايا التي تعرض بالبلاطو هي عين المشاهد على مختلف الأحداث.

2-فكرة التصميم Design Idea:

انطلقت فكرة تصميم الأستوديو بعد التجربة التي مرت بها الشروق نيوز في مراحلها الأولى من البث، إلا أن بعد التجربة الأولى التي كانت ضعيفة حاولت القناة استدراك النقص وقامت باستحداث وبناء أستوديوهات بأفكار معاصرة.

أ-عناصر التصميم Design Elements : تتجسد القيم الفنية الخاصة بالأستوديو الرئيسي بما يلي:

1- الفراغ Space والكتلة Solid: يتوضح أن مساحات الفراغ ضيقة جدا والكتلة قوية مورفومتيا:

-الخصائص المورفومترية:

يكتسح مساحة 15/20 من مساحة متوسطة الحجم، وقد أخذ هذا البلاطو حصة الأسد من المساحة لأنه تم استخدام قاعات التحرير كجزء من الديكور. وكان التصميم ذكيا تعتمد قنوات كبيرة كالبي بي سي الأم بي سي MBC, BBC وغيرها من القنوات الرائدة في مجال صناعة الأخبار. وقد استغل المصمم المساحة بأكملها مما أدى إلى تضيق الفراغات بين الأشكال الهندسية المهيكلة للبلاطو، مما قد يضعف أحيانا من قوة إبداع المصور في التقاط المشهد التلفزيوني.

2-الشكل (Shape): شكل البلاطو دائري يدل على أنه صمم للنقاشات الحوارية الإخبارية الدائرية لتبين وجهات نظر حول المواضيع أبرزها السياسة، إذ أن شكل البلاطو سيساعد المنشط على إدارة الحوار ويسهل من سلاستها.

3- الأنفوغرافيا: يتكون البلاطو من مجموعة الخطوط (Line) والنقاط (Dots) التي فضل المصمم تجسيدها في شكل دوائر وخطوط بيضاوية ومربعات بأماكن في نظرنا ليس بمحلها لأنها لا تمرر أية رسائل سوى إضاءة المكان ومساعدة مسؤول الإضاءة في توجيه شكلها. غير أن تحليلنا لكافة الأشكال التي تعبر عن فكرة محددة، أو الإشارة إلى مدلول ما، فهي غير واضحة لأن المصمم لم يكن لديه هدف إعلامي واضح من تصميمه، وهنا يأتي تأثير التخصص في مضمون الرسالة، لأن المصمم كان من المستخدمين الخواص الخارجين عن المؤسسة أي من غير الموظفين، فالمفروض توظف الشروق نيوز قائمي ديكور وسينوغرافيا لهم خلفية عن تصميم البرامج الإخبارية الخاصة بسياسة قناتهم.

وقد ثبت مجموعة الرموز (Symbols) والعناصر (Elements) في البلاطو أخذت شكل العين والكرة وذلك للدلالة على أن البلاطو سيكون عين المشاهد وكرته الأرضية التي تحتوي على مواضيع عالمية مختلفة. أما باقي الأشكال فقد فضلت المؤسسة إدراجها في شاشات العرض بتطبيق تقنية التغلغل Incrustation.

3-المضمون (Content):

من خلال المشاهد التي تبتها الشروق نيوز نلاحظ أنه هناك حرية في التعامل مع حركات الكاميرا واستغلال مساحة الأستوديو كاملة في التعبير عن مضامينها وأفكارها كلما سنحت لها الفرصة لذلك.

4- الإضاءة (Lightening):

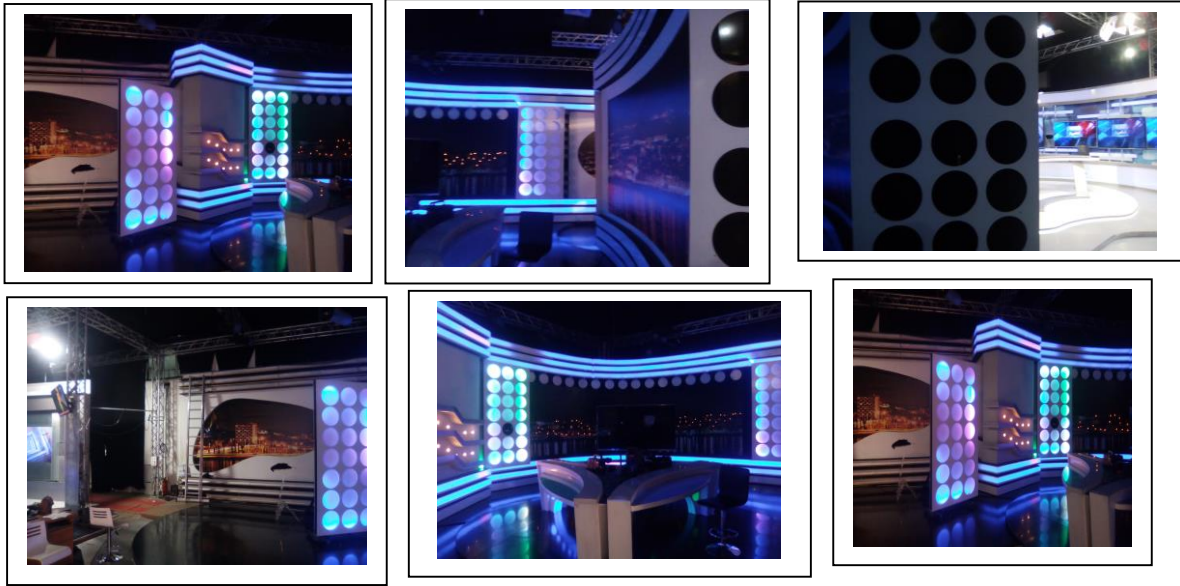
يحتوي البلاطو على مجموعة من الإضاءات فسواء بالفلود لايت أو السبوت لايت فإضاءة كافية

بالأستوديو لأن القناة وفرت كافة التقنيات الخاصة بالبلاطو من إضاءة خلفية أمامية فوقية وجانبية.

6-التقنية (The technique):

اعتمدت القناة على المتعاملين Sous-Traitant في تصميم البلاطو الذي كانت عناصرها كافة حقيقية وليس افتراضية (مسؤول بلاطو، 2018)، إذ اعتمد المصمم المتعامل على تقنية المزج بين الأشكال والوحدات أبرزها استغلال قاعات التحرير كخلفيات للبلاطو للدلالة على الشفافية وديناميكية العمل.

(2)-الأستوديو الفرعي رقم 2: بلاطو رقم 2



المصدر: النقاط الباحث،

2018/12/29، مقر الشروق.

-الوصف والتحليل:

نتنقل الآن إلى التطرق للأستوديو الثاني الخاص بقناة الشروق نيوز التي فضلت إلى تقسيمه إلى 3 بلاطوهات مختلفة وفقا لاحتياجاتها البرمجية الإخبارية. ونلاحظ في البلاطو بالأعلى أنه صمم خصيصا لبرنامج "هنا الجزائر" الذي كان من تقديم قادة بن عمار، حيث أخذ البلاطو شكل مثلث منحنى الأحرف وهو بالضبط شكل مقام الشهيد بالجزائر العاصمة. إذ حاول المصمم أقلمت البرنامج الإخباري مع أحد المعالم الأثرية بالعاصمة مستوحيا من مقام الشهيد شكل البلاطو أين استخدم العديد من التقنيات:

1-التكوين (Composition):

استعمل المصمم عناصر تكوين لبناء شكل البلاطو باستخدام الأشكال الهندسية الحقيقية ومزجها بالديكور والعناصر التيبوغرافية، إذ مزج قاعدة مجسم التقديم المثلث مع الخلفية البانورامية والتي تم وضع صورة للجزائر العاصمة ليلا، متناسقة لونها وشكلها مع جدران الديكور للمحافظة على البصرية.

-الأرضية Le sol: فضل المصمم بأن تكون جامدة وملساء لإظهار لمعان الإضاءة عند التقاط الكاميرا للمشاهد العمودية Contre plongé, Tilt up.

2-فكرة التصميم (Design Idea):

فكرة التصميم واضحة تم وضعها رفقة المنشط والإعلامي قادة بن عمار بعد المشاورة مع أصحاب القناة وتجميع الحصيلة الفكرية والثقافية مع المصمم. وجاءت وفقا لأهداف البرنامج وسياسته:

أ-عناصر التصميم Design Elements:

1- الفراغ Space والكتلة Solid: احتوى البلاطو على فراغات بين مجسم التقديم والخلفيات والديكور وهذا ما يتيح حرية كبيرة في الإبداع عند التقاط المشاهد. ولعل هذا كان ذكاء من المؤسسة لأنها أرادت تمرير رسائل واضحة خاصة لو رجعنا وشاهدنا طبيعة المواضيع والضيوف الذين تم استضافتهم. أما كتلة الأستوديو فهي متوسطة بالنظر إلى الخصائص المورفومترية للبلاطو:

-الخصائص المورفومترية للبلاطو:

يكتسح مساحة صغيرة قدرت بـ 8/10 من المساحة الكلية للأستوديو وهي عبارة عن مساحة لا بأس بها وفقا ما يقتضيه البرنامج. وقد أخذ الديكور الحصة الأكبر من المكان أين فضل المصمم تقصير حجم مجسم التقديم ومكان الضيوف وإعطاء حجم أكبر للخلفيات والأشكال الفنية المصاحبة للمشهد. ولعل ضيق المساحة جعل القائمين على البلاطو يستخدمون الصور بدلا من الشاشات الإلكترونية، وهذا ما يجعلنا نطرح سؤالاً جلياً وهو لماذا تم استخدام صور للعاصمة الجزائرية فقط؟ ولماذا ليلياً؟ وليس في وقت آخر أو منطقة أخرى؟ وهنا نكتشف مركزية القناة وجهويتها، بالإضافة إلى تركيز تغطيتها على منطقة الجزائر العاصمة وبالتالي فإننا نستنتج أفضليتها من حيث الترتيب في أجدتها.



2-الشكل (Shape): مثلما أشرنا سابقاً شكل البلاطو مثلث بخلفيات بانورامية، فالمثلث الحامل لأحرف طويلة ومنحنية هو شكل موضوع بقلب العاصمة، أما الخلفيات البانورامية أخذت كذلك تموقع الجزائر والنظرة البانورامية لمينائها. كما نلاحظ أن هناك أشكالاً مستخدمة بشكل مفرط وهي الدوائر، وهي جزء يضيفي جمالاً ورونقاً على البلاطو والجزء الآخر كان استخدامه لا يعطي معنى وليس له رمزية دلالية خاصة الدوائر السوداء الموجودة في جدران الديكور، ولو أردنا

إعطاء مثال بسيط عن الاستخدام الإيجابي للدوائر ودلالاتها في المشهد فإننا نذكر برنامج أون لاين الذي كان يعرض على قناة روتانا أين كان استخدام الدوائر جزءا من الديكور الذي يكمل المشهد ويملاً الأرضية بأكملها (انظر الصورة المقابلة).

3- الأنفوغرافيا: من جهة الخطوط (Line) والنقاط (Dots) والرموز (Symbols) والعناصر (Elements) اقتصر الأمر في الاعتماد فقط على:

- صور ثابتة مصاحبة للديكور.
- اعتماد على خطوط في شكل مستطيلات متوازية لحصر أعلى وأسفل الديكور ودوائر مضيئة.
- أما النقاط والرموز وعناصر الأنفوغرافيا ففضل المصمم إبقاءها لإبداع المخرج.

3-المضمون (Content):

حاول المصمم أقلت طبيعة البرنامج المقدم من طرف قادة بن عمار مع مضامين ديكور البلاطو وإن كانت لا تعبر حقيقة عن الجو العام إلا أن بساطة العناصر الفنية سنحت بإضفاء جمالية على المشهد العام للبرنامج.

4-اللون (Color) :

هناك مزج بين مجموعة من الألوان الباردة:

-اللون الطاغي: الأزرق الفاتح Blue Ciel Pastel واللون الأبيض وهي ألوان معروف عنها أنها باردة. كما حاول إضافة المصمم على الديكور مصابيح بألوان صفراء وبنية خافتة وهي الألوان التي تبعثها المصابيح خاصة بالليل، ولعلها الألوان التي أراد المصمم خلق انسجام بينها وبين الصور المصاحبة التي كانت كلها للجزائر العاصمة ليلا.

إذا ما لاحظنا صور البلاطو بالأعلى فإننا نرى طغيان الألوان الخافتة من أبيض وأزرق وظهورها كألوان باردة Couleur froide والتي توحى بالهدوء، ونلاحظ أن هذا الشيء لم يوفق فيه المصمم لأنه أحيانا المواضيع التي يتطرق لها البرنامج تكون ساخنة وخطيرة.

-البعد الفني لألوان البلاطو: للأسف لو غصنا في مواضيع البرنامج فإن البعد الفني للألوان لا يتوافق والبرنامج.

5- الإضاءة (Lightening):

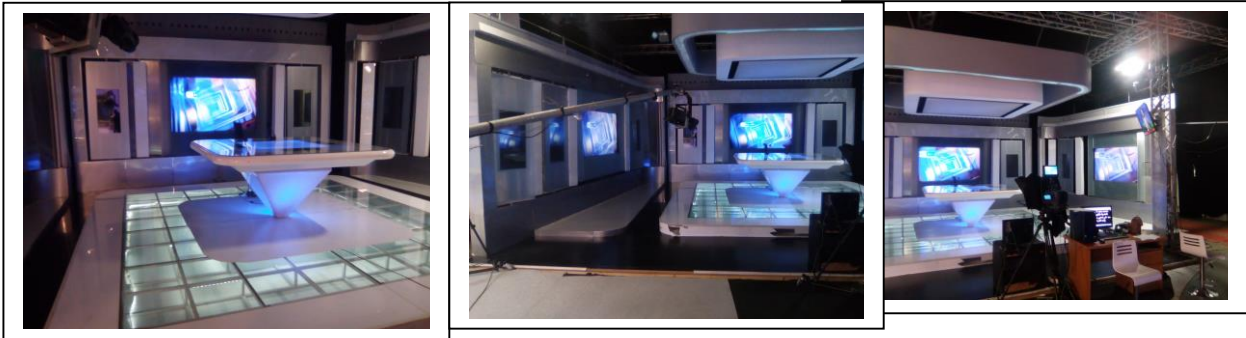
اعتمد البلاطو على إضاءة أحادية، موجهة، كثيرة التركيز على مجسم ظاهر في شكل مقام وذلك للتركيز على المنشط وضيوفه لأن البرنامج يعطي أهمية كبيرة لما يقوله المنشط والضيوف الذين يتم

استضافتهم خاصة عند التطرق إلى مواضيع سياسية.

6-التقنية (The technique):

وفق القائمون على البلاتو في تصميم مجسم التقديم ومكان الضيوف غير أن الخلفيات التي استخدموها وفي شكل بانورامي جعلت من البلاتو فقيرا من حيث العناصر الفنية. ومحدودية في التعابير الفنية التي يحتاجها المنشط عند التطرق إلى مواضيع وأخبار تحتاج إلى وصف فني أكثر.

(3) بلاتو رقم 3:



المصدر: التقاط الباحث، 2019/12/29، مقر الشروق.

-الوصف والتحليل:

البلاتو رقم 3 هو البلاتو البارز أكثر لدى

الجمهور، فهو الأكثر استعمالا في النشرات الإخبارية. وقد جاء البلاتو في شكل مثلث مربع القاعدة ومنعكسا في القمة تشكل ضلالا مميزة. وقد اعتمد المصمم على الهندسة المعاصرة في البلاتوهات الإخبارية متخذا من تقنية ثلاثية الأبعاد كقاعدة لتحويل مجسم التقديم، ومن الإضاءة عنصرا فنيا كلباس للديكور الذي فضل المصمم أن يكون من مادة الألمنيوم كخزانات حاملة لشاشات العرض الإلكترونية.

1-التكوين (Composition):

استخدم المصمم ديكورا بسيطا اعتمد في بناءه على جدران من الألمنيوم التي أراد استغلالها لوضع الخلفيات الإلكترونية. بينما ركز بؤر اهتمامه على المجسم المحوري الذي يقدم من خلال المذيع أو منشط النشرة، وحاول أن يعطي نظرة توطر العمل في شكل مربع وهذا للدلالة على تأطير كافة الأخبار والأحداث بداخله.

أما عن الأرضية فقد سجل المصمم نقطة إيجابية في تاريخ القناة من خلال تغطنه لإدراج تقنية ثلاثية الأبعاد مضيئا عليها الإنارة الخافتة التي تبين جمالية المربعات ولمعان الجسم وكراسي المنشطين والضيوف.

2- فكرة التصميم (Design Idea):

فكرة التصميم واضحة جاءت من منطلق النشاط الإخباري الذي تقوم به القناة:

أ- عناصر التصميم Design Elements:

1- الفراغ Space والكتلة Solid: من خلال الصور نلاحظ أن البلاطو ضيقا جدا لا يحتوي على فراغات كثيرة، وهذا من خلال تقليص المسافة بين مختلف عناصر الديكور والبلاطو، بينما تبقى الكتلة متوسطة لأن ديكور القناة متغير يحتوي على مجسمات بسيطة لذلك فالخصائص المورفومترية للبلاطوهات الخاصة بالأسوديو رقم 3 هي نفسها باختلافات بسيطة في المساحة والحجم ووفقا لما يتطلب المحتوى السمعي البصري.

2- الشكل (Shape): تم تأطير البلاطو في شكل مربع مغلق للدلالة على إمكانية تأطير الأخبار في حيز مغلق يتوافق وسياسة القناة الإخبارية، الجانب الذي يجعلنا نستنتج ضعف ومحدودية التغطية لأن الخصائص الشكلية للمربع محدودة تقتصر فقط على التفاعل الداخلي بين أحرفه الأربعة، فلا يوجد مخرج يحرره من ممارسة زائدة بديمقراطية أكبر أي يبقى دوران المواضيع بداخله ولا يمنح حرية للتغطية الخارجية حول كافة المجالات.

3- الأنفوغرافيا: الديكور البسيط واعتماد الشاشات الإلكترونية المصاحبة جعلت المصمم يستغني عن الخطوط والنقاط والرموز والعناصر، وفضل منح حرية التعامل مع الأنفوغرافيا عند الإخراج من قاعة التحكم.

3- المضمون (Content):

من الواضح أن البلاطو مخصص للأخبار، لذلك حاول المصمم تبسيط الديكور وأعطى أهمية للمجسم. فموقع المذيع في الأخبار يكون مهما لأن هذا الأخير يجلب انتباه الجمهور لما يقول وكيف يقول.

4- اللون (Color):

هناك مزج بين مجموعة من الألوان الباردة الأبيض والأزرق وهي نفس الألوان التي تعتمد عليها القناة بصفة متكررة نظرا لخصائصها ودلالاتها التي قمنا بتحليلها في السابق.

5- الإضاءة (Lightening):

اعتمد البلاطو على إضاءة دائرية، موجهة من فوق على مجسم التقديم الرباعي وذلك لتبيان شخصية المقدم، بينما نلاحظ هناك بعض الظلام في العناصر الجانبية لأنه هناك نقص في الإضاءة الجانبية ولعل القناة فضلت إخفائها وهذا لكيلا تصطمم إضاءة الشاشات بها ويحدث خلل تقني في المشهد.

6-التقنية (The technique):

تم الاعتماد على تقنية التركيز في تصميم البلاطو أي إعطاء أهمية لمكان المنشط والإعلامي وإغفال عناصر أخرى، فحاول إظهار مجسم المقدم في شكل ثلاثي الأبعاد يحاكي التقنيات المعاصرة، غير أن أحرف المربع لا تتسع إلا لضيئين فقط أي إمكانية استضافة أربع ضيوف بالبلاطو.

وفي آخر هذا التحليل نستنتج أن كل هندسة للأستوديوهات وبلاطوهات التليفزيونات تحتوي على إيجابيات وسلبيات، إذ أن الإعلام الخاص بالجزائر لازال في طور الإنجاز والاستثمار مازال تحت وقع التهديدات الاقتصادية الخاصة بالملاك من جهة وبالذولة الجزائرية من جهة أخرى. إذ أن الرغبة في الإبداع المؤسساتي لهيكله الأستوديوهات بطريقة احترافية بقناة الشروق نيوز يتوقف على مدى وعي الملاك وصناع الرسائل بأهميتها خاصة إذا كانوا متخصصين في هذا المجال، ومدى تيقنهم بأهمية الاستعراض وعالم الإبهار البصري وتأثيراته في الجمهور وانعكاسه الإيجابي على سمعة القناة وشرعيتها، وهذه النقطة سنكتشفها في الجدول الآتي.

جدول رقم 72: يبرز وعي صناع الرسائل لعدد الأستوديوهات الخاصة بال نشرات الإخبارية في الشروق نيوز

العدد	الجنس	
	أنثى	نكر
1	نسبة 5%	تكرار 1
2	نسبة 35%	تكرار 7
3	نسبة 20%	تكرار 4
4	نسبة 10%	تكرار 2
5 فأكثر	نسبة 10%	تكرار 2
لا أدري	نسبة 20%	تكرار 4
المجموع	نسبة 100%	تكرار 20

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أسفر الجدول بالأعلى عن اختلافات بين الجنسين في مدى معرفتهم بالجانب المؤسساتي لقناتهم، إذ توصلنا إلى أن صناع الرسائل يختلفون في تقدير عدد الأستوديوهات التي يشتغلون بها. وكما تبينه نسب الجدول بالأعلى التي تفرقت بين كل جنس، ف 33% من الذكور و35% من الإناث توصلوا إلى

الإجابة الصحيحة، بينما 20% من الإناث و17% من الذكور من أجاب بلا أدري. وهكذا نتائج تجعلنا نستنتج أن القناة لم تفهم بعد ضرورة إضفاء الطابع المؤسسي التقني على عملها السبب الذي قد يجعلها تكون ثقافة مؤسساتية وتنظيمية خاصة بهيكلتها. لكن وعي نسب معينة بالعدد الحقيقي ونسب أخرى غير واعية يفسر انطلاقا من فطنة كل فرد بالقناة ومدى تعلقه وعلمه بما يحدث من حوله، بينما الجزء الآخر يكون كمستخدم لأداء مهامه فقط. ومن هنا يأتي دور التخصص وحب المهنة فكلما كان صانع الرسائل متخصصا في الإعلام فإن ذلك سيجعله متيقنا من ضرورة الوعي بالفضاءات الإدارية والإنتاجية المهيكلة لمؤسستهم.

جدول رقم 73: يبرز تقييم صناع الرسائل لأستوديوهات أخبار الشروق نيوز

التقييم	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
جيد	25	69%	16	80%
متوسط	11	31%	4	20%
رديء	0	0%	0	0%
المجموع	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أعطى صناع الرسائل التليفزيونية لقناة الشروق نيوز تقييما جيدا لأستوديوهات أخبارهم وذلك بنسب عالية جدا تراوحت بين الـ 80% للإناث و69% ذكور، بينما قيمها هذا الأخير بنسبة 31% والإناث بـ20% على أنها متوسطة، ولم تسجل أية نسبة في خانة رديء. ولعل الاستثمار الذي قامت به القناة وإعادة الهيكلة الهندسية لمورفولوجيتها لاقت استحسان عمالها، الأمر الذي جعلهم يواصلون العمل بداخلها بالرغم من الأزمات المالية التي تحوم حول المؤسسة، فالتأزم جعلها تلتجئ إلى فسخ الكثير من العقود وتوقيف الأجور لمدة أكثر من ستة أشهر (رئيس تحرير قسم الأخبار والبرامج الشروق نيوز، 2018)، ولكن فضل العمال البقاء والاستمرار.

جدول رقم 74: يبرز تقييم صناع الرسائل لديكور أستوديوهات أخبار الشروق نيوز

التقييم	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
جيد	22	61%	15	75%
متوسط	14	39%	5	25%
رديء	0	0%	0	0%
المجموع	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تفسيرا كذلك للجدول السابق يجمع مرة أخرى صناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز أن ديكورات أستوديوهات الأخبار جيدة التصميم بنسب متباينة قليلا عند كلا الجنسين الذكور 61% والإناث 75% بينما أجابت هذه الأخيرة بنسبة 25% عن خانة متوسط والذكور بـ 39% الذين أجابوا كذلك عن المستوى المتوسط للديكورات المستخدمة في بلاتوهات قناتهم.

ولعل أهمية الديكور في تصميم البلاتو أصبحت لها دلالة واضحة في تمرير رسائل معينة وإحداث ذلك الأثر البصري على المشاهد بغية جلب اهتمامه الدائم وجعله أكثر ثقة بما تقدمه القناة. إلا أن تقدير البعض من الذكور للديكور الذي تستخدمه القناة وهي النسبة المتخصصة التي أظهرتها نتائج الجدول ترى بأنها لازالت تحتاج إلى تحسين أكثر، لما توصل له هذا العلم من تقدم وتطور في الأشكال والرموز والإبداعات التي يصنعها علماء الديكور بأمريكا وإنجلترا، الذين توصوا إلى تجسيد العالم برمته في مسرح واحد وبديكورات حقيقية معبرة.

جدول رقم 75: يبرز تقييم صناع الرسائل لتصميم قاعات تحرير الشروق نيوز

التقييم	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
جيدة	24	67%	17	85%
متوسطة	8	22%	3	15%
رديئة	4	11%	0	0%
المجموع	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

أصبح المكان الذي يتفاعل به صناع الرسائل التلفزيونية بالشروق نيوز من بين العوامل التي تؤثر في توجه العمال المهني، إما استمرار العطاء للقناة أو الخروج منها، وقد أوضح لنا الجدول رقم 75 أن قاعات التحرير بالقناة ذات مستوى جيد معبرين: الإناث بنسبة 85% والذكور بنسبة 67% بينما أجاب 22% من الذكور بالتصميم المتوسط وأجابت الإناث بنسبة أقل. وتفسير هذه النسب يعود إلى سبب واضح وهو انتقال الموظفين للعمل في بيئة تم استحداثها مؤخرا من قبل القناة أين تم هيكلتها بمعايير معاصرة تسمح بسيرورة العمل والاتصال بطريقة مريحة وسلسلة وهذا يرجع إلى تصميم قاعات التحرير الرباعي المفتوح المحيط بالأستوديوهات.

ولعل اختلاف التقييم بين الجنسين وميله نحو الإيجابية لدى الإناث يجعلنا نستنتج أن الأنثى هي الأكثر تأثرا بالمحيط والتصميم الجيد لأنها تحب دائما العمل في مكان منظم ومهيكل جيدا وهذا لا يعنى العكس

بالنسبة للرجل غير أن طبيعة الأنثى تجعلها دائما الأكثر تطلبا لهذا أمور (رئيسة تحرير القسم الثقافي (بالنيابة)، 2018).

وفي الآتي سوف نقوم بعرض التقرير الذي تحصلنا عليه من الاستمارة حول الهيكلية من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية العاملين بقناة الشروق نيوز بمساعدة برنامج الإعلام الآلي الذي يبرز نتائج التحليل المورفولوجي. وقد حاولنا التحقق من خلاله من نجاعة نتائج الاستمارة وقياس مدى صدق وثبات أجوبة المبحوثين.

جدول رقم 76: يستنتج خصائص هيكلية قناة الشروق نيوز وتأثيراتها من وجهة نظر صناع الرسائل بمساعدة برنامج

:CARMA

الخاصية	النتيجة	التأثير	المستوى المتأثر	حجمه	الجنس الأكثر تأثرا
بسيطة		متوسط	1	ضعيف	الذكور
معقدة		بسيكولوجي			
هيكل رسمي		سلبي	3,2,1	قوي	الذكور/الإناث
هيكل لا رسمي		مهني			
ثابتة (ساكنة)		إيجابي	1,3	متوسط	الذكور
ديناميكية (متغيرة باستمرار)		فيزيولوجي			
متطورة		متوسط	3,2,1	قوي	الذكور/الإناث
غير متطورة		فيزيولوجي			
مرتبة (منظمة)		سلبي	1	قوي	الإناث
غير مرتبة		مهني			
صغيرة (من حيث الشكل)		متوسط	1,3	متوسط	الذكور
كبيرة		فيزيولوجي/اجتماعي			
ضعيفة (من حيث البنية)		إيجابي	3,2,1	متوسط	الذكور
قوية		مهني			
قديمة		إيجابي	3,2,1	قوي	الذكور
جديدة		ادراكي			
إتصال من الأسفل إلى الأعلى		سلبي	3	قوي	الذكور/الإناث
إتصال من الأعلى إلى الأسفل		مهني			
مجمعة (في البناء واحد)		متوسط	1,2	قوي	الإناث
منقسمة (في عدة بنايات منفصلة)		فيزيولوجي			
بناء مريح		إيجابي	3,2	قوي	الإناث
بناء غير مريح		بسيكولوجي/سلوكي			

-مفاتيح الجدول:

الخاصية الأكثر قربا لتجسيد الهيكلية في الواقع	
الخاصية المتوسطة (تمثلها لكن بنسبة معينة)	
الخاصية البعيدة (لا تمثلها)	

-التأثير: تقديره: إيجابي، متوسط، سلبي.

انعكاسه: إدراكي، سلوكي، مهني، بسلوكي، فيزيولوجي، اجتماعي.

المستوى المتأثر: 1-الإداري الاستراتيجي،

2- التحريري المعالج،

3-الإنتاجي المنفذ.

توصلنا بمساعدة برنامج الإعلام الآلي CARMA إلى معلومات تبرز نتائج هيكلية قناة الشروق نيوز وتأثيراتها والمستوى والجنس المتأثر، وقد توفق اللون الأزرق (9 مرات) في عدد مرات الظهور عن الرمادي (8مرات) والأسود (5مرات) ما يثبت الاختبار الإيجابي لنتائج الهيكلية مقارنة بتقديرات صناع الرسائل التلفزيونية.

تحليل الجدول:

يظهر أن مورفولوجية قناة الشروق نيوز تتمتع بهيكلية بسيطة، لها تأثير ضعيف خاصة في ذكور المستوى الأعلى، وهم الأشخاص القائمين على القناة من بينهم الرئيس المدير العام الذي يتحكم بجسم المؤسسة ككل. وماذا وإن كان بسيطا؟ بالتالي فتأثيره سيكون ضعيفا ولو بسلوكيولوجيا، الجانب الذي يجعل رغبة القائمين على القناة تنحصر في المحافظة على بساطة الهيكل، لكي يستطيعوا المراقبة والتحكم بزمام الأمور بسهولة. كما أن القناة تحمل جسم الوظيفي بهيكل لا رسمي والعمل بهذا النوع من قبل مؤسسة لها اسمها داخل الساحة الإعلامية الجزائرية ينعكس على المستويات الثلاث سلبا من الناحية المهنية وعند كلا الجنسين لأن المؤسسة الفاقدة لهيكل تنظيمي تكون فاقدة للشرعية المؤسساتية وبالتالي ستخسر الجمهور ومكانتها في السوق. لذلك تلتزم المؤسسة ضرورة التلويين باستمرار وأن تكون ديناميكية لكي تستطيع الإنتاج والمحافظة على فيزيولوجية فضاءها الإنتاجي خاصة بالنسبة للذكور الذين يكونون الأكثر تواجدا بهذا الفضاء.

أما فيما يتعلق بمدى تطور القناة فقد تراوح التقدير بين المتطورة وغير المتطورة وهذا يفسر من خلال تطورها في جوانب تقنية وتجاهلها لجوانب أخرى تنظيمية مما قد يؤثر في حركية العمال وتفاعلهم

مع الفضاء. فهذا الأخير لازال يعاني من مشكل الترتيب بقناة الشروق نيوز ولعل الأسباب قد تكمن في حداثة نشأة المؤسسة وتباطؤها التنظيمي، لكن الحديث عن موضوع الترتيب بعد أكثر من خمس 5 سنوات شغل لا يقبل أية أذكار فهو أولى النقاط التي يجب أن تقوم عليها المؤسسة، فعدم النقطن إلى الترتيب العلمي للمؤسسة يجعل عملها كذلك غير مرتب وعليه سيؤثر وبشدة على مهنية المؤسسة وعمالها خاصة النساء اللاتي يتشوشن بمجرد تشوش الفضاء وانقسامه إلى مجموعة من الفضاءات الفرعية (انظر خاصية القناة الماقبل أخيرة) يتطلب منهن بذل جهد عضلي والتنقل من وقت لآخر من مكان إلى آخر.

ولعل ضعف المؤسسة التنظيمي والبشري القادر على وضع معالم مؤسساتية إعلامية واضحة، خاصة أن صغر شكل المؤسسة يؤثر في تموضعهم إيجابيا، سيساعدهم على الحركة وتوليف الهيئة ووضعها في مسار شرعي مهني معاصر، والأخص بنيتها لا هي ضعيفة ولا هي قوية وهذه الخاصية المرنة تسمح لهم بالتعامل مع المورفولوجيا بكل ذكاء وأريحية لأن مورفيماتها (وحداتها التنظيمية) واضحة وليست معقدة.

والجلي كذلك، يظهر في أن الشروق نيوز بناؤها جديد راعت فيه المؤسسة الهندسة المعاصرة الداعمة للتواصل، الأمر الذي يجعل العمال يدركون فضاءاتهم المتواجدين بها ويتفاعلون بداخلها إيجابيا لأن البناء مريح وهندسته يتقبلها العقل البشري بالإضافة إلى ألوانه التي تبعث على الهدوء وانسجامها يشجع على العمل. لكن بالرغم من بناء فضاء إنتاجي محفز على التواصل إلا أن المؤسسة تريد أن تحافظ على هيبتها في أوساط أعضائها لذلك تلجئ إلى تطبيق الاتصال الصاعد مما يجعل له تأثيرا مهنيا سلبيا على المستوى المنتج من قبل المستوى الاستراتيجي لأن الأوامر التي تملى خاصة إذا تعلقت بالإنتاج والتدخلات المستمرة للإدارة في أمور ليست متخصصة بها تخلق ضغوطات ومشاكل تقلق عمال المستوى الأدنى. وهاته النقطة نفصلها في الجدول الموالي.

(2) العلاقات والتواصل داخل المؤسسة:

يكشف الجدول رقم 77 عن خصائص هيكل العمل بالفضاء الإداري والفضاء الإنتاجي لقناة الشروق نيوز، وبما أن هاذين الفضاءين يهيكلان القناة بالأكمل فإنه يظهر لنا من المهم التعرف على خصائص وتدفق بعض العناصر المؤسساتية بداخلهما. وقد تبين أن إنجاز المهام من قبل صناع الرسائل أسرع في الفضاء الإنتاجي أكثر من الإدارة وذلك بنسبة فارق ضعيفة قدرت بـ 25,78 وهذا الرقم يفسر لنا أن إنجاز المهام في كل من الفضاءين يبقى محدودا والسبب يعود إلى الوفرة القليلة لبعض الأساليب التنفيذية

المستجدة في حرية اتخاذ القرارات على رأس كل قسم، إلا بالرجوع لأوامر وقرارات الرئيس المدير العام.

جدول رقم 77: يشرح تقييم صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز للعمل في الفضاء الإداري والإنتاجي

العناصر	خاصية الهيكلية	الفضاء الإداري		الفضاء الإنتاجي	
		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
إنجاز المهام	سريع	25	22%	41	37%
	بطيء	31	28%	15	13%
الجهد	يتطلب	26	23%	45	40%
	لا يتطلب	30	27%	11	10%
التفاعل والتواصل	يوجد	33	29%	56	50%
	لا يوجد	23	21%	0	0%
الكفاءات البشرية	كثيرة	26	23%	41	37%
	قليلة	30	27%	15	13%
المجموع الكلي		224	50%	224	50%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

وهنا نكتشف مركزية اتخاذ القرارات وضع التسيير بالمؤسسة وعدم فهمها لتفويض المهام والحرية الشخصية الخاصة بالجهود الوظيفية.

كما أجمع المبحوثون على أن تلك الجهود تقوى كلما كان توكيل المهام يرتبط بالاستوديوهات، أين يكون التعامل مع المادة الإخبارية مباشرة وحقيقيا، عكس التعامل مع الأوراق الإدارية التي لا تحتاج لجهد كبير ولا تحتاج إلى سرعة في الإنجاز فهي غير مرتبطة ببث أو إرسال معين إلا في حالات استثنائية. لذلك فالتفاعل والتواصل بهذا الفضاء قليل جدا مقارنة بالفضاء الإنتاجي الذي يفرض حضورهما حتى وإن كان الأعضاء ليسوا على اتفاق، لأن الفارق الكبير بين الفضاءين 48,61 يجعلنا نستنتج حتمية تدفق الاتصال وتفاعل صناع الرسائل فيما بينهم.

فمن المستحيل تصوير نشرة أخبار الظهيرة مثلا ما إن لم يتم إنشاء خط اتصال يتحدث من خلاله المصور مع المخرج حول إعطاء أمر ببداية التصوير أو النقاط لقطة معينة، ونفس الشيء علاقتها مع المذيع اللذان يوجهان حركاته وتعامله مع الكاميرات وكافة العناصر الشكلية، وإن افترضنا أنه حدث العكس ولم يتم التواصل فإنه من المستحيل إعطاء أمر بالبث ولو إن حدث البث من غير توافق كل الأعضاء السابقة، فإنه حتما سوف تنعكس تلك الشحنات السلبية على الشاشة وتظهر بالتالي صور بشعة لا يستحسنها الجمهور، لأن المخرج مثلا لم يأخذ المذيع باللحظة الأنسب.

لذلك فالكفاءات البشرية العاملة بهذا الفضاء تحتاج إلى صقل للموهبة وقدرة كبيرة على التحمل والنفس

الطويل على مستوى كل فرد خاصة إذا كانت قليلة، فيقع بالتالي الضغط على الأفراد العاملين ومنه يتولد تعب وإرهاق مهني ونفسي مما يحدث تأثيرا سلبيا على إخراج الأخبار في قالب مهني محترف، وهنا يبدأ العامل بتطبيق تقنيات غير مهنية من تمرير أشياء غير منقحة وجعل من الثغرات تكسو العمل فتترك فراغات توحى بعدم احترافيته وتؤثر على صورة القناة من الباب الواسع (رئيس تحرير القسم السياسي، 2018).

لذلك تسجيلنا لفارق يقترب من العشرين بالمئة أي يقترب من مستوى الانحراف الوظيفي وفترة الثقة، يوحى بالخطر على مستوى الهندسة البشرية الخاصة بقناة الشروق نيوز، وعليه يجب على المؤسسة إعادة النظر في كفاءاتها البشرية وإعطاءها أهمية كبيرة وتغتنم إلى خلق تقنيات مؤسساتية قائمة على التحفيز والتدريب فهما يساعدان العامل على تفجير كل طاقاته لتحسين مستواه الوظيفي، أما بدونها فقد يعني ذلك زوال القناة.

جدول رقم 78: يكشف حضور أنماط السلوك التفاعلي بأستوديوهات من وجهة نظر عمال قناة الشروق نيوز

المجموع	الإيجابية/التكرارات/النسب		الأنماط
56	44	تكرار	نعم
	79%	نسبة	
	12	تكرار	لا
	21%	نسبة	
56	19	تكرار	نعم
	34%	نسبة	
	37	تكرار	لا
	66%	نسبة	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

مع أن الباحثين في مجال الإعلام لم يقوموا بالتغتنم لدراسة أنماط التفاعل بين أفراد فريق العمل داخل أستوديوهات قناة الشروق نيوز جعلنا نبحث عن أنماط السلوك الذي يأخذه صناع الرسائل التلفزيونية الناجم عن التفاعل. فأوضح الجدول التاسع والسبعين أنه هناك نمطين للسلوك: التكامل والمبادرة، فالنمط الأول أجابت العينة بأنه موجود بنسبة 79% وتفسير ذلك يعود إلى طبيعة العمل بالفضاء الإنتاجي التي تحتاج ضرورة التكامل بين كل أعضاء الفريق والعمل في بيئة كل فرد يكمل الآخر، ليصبح من الممكن صناعة أخبار وبتها في مكانها ووقتها المناسب.

لذلك يجد صانع الرسالة مثلا المصور يكمل ما كتبه المحرر من خلال تحويل المادة المكتوبة إلى صورة إخبارية تحت إشراف المخرج الذي يضيف عليها طابعا إعلاميا يخرج في القالب الخاص به (كالتقرير

أو الروبورتاج...). إنَّ إجابة نسبة 21% بعدم التكامل كذلك تفسر لنا أن السياق المؤسسي بالفضاء الإنتاجي يحتوي على أعضاء تتواجد بينهم صراعات وضعفا في التواصل. وعدم توفر كيمياء بين الأعضاء العاملين ببلاتوهات الشروق نيوز قد يعود إلى عدم توافقهم في وجهات النظر أو احتمال وجود مشاكل شخصية ناتجة عن الغيرة المهنية واختلاف توجهاتهم. ففي الغالب نجد أعضاء منذ دخولهم للقناة لا يوجد بينهم ذلك التواصل الدائم والمستمر لأنه طبيعيا لم تتوافق شفراتهم الاتصالية العقلية مع بعض، وهذا الأمر في الواقع حقيقي ناجم عن طبيعة البشر، ففي الحياة قد لا يتفق كل الأشخاص مع بعضهم البعض لأن الثقافات والمستويات والعلاقات والبيئات مختلفة. وهذا الأمر يحدث كثيرا في المؤسسات الجزائرية بين الرجل والمرأة، لأن الثقافة الجزائرية لم تصل بعد إلى إحداث الفرق بين مستوى وطريقة التواصل المهني والشخصي بعد، فلا يمكن الإنكار أن الزوج لا يرغب رؤية زوجته (والعكس صحيح) وسط مجتمع ذكوري تتفاعل وتتواصل معهم، من منطلق ديني عقائدي مجتمعي عصبي على حد تعبير "ابن خلدون وبيار بورديو".

وهذا ما نجم عنه اعتقاد المؤسسة أنه ليس ضروريا فتح المجال للمبادرة سوى لنسبة معينة قدرت بـ 34% بالقناة من جهة ولا الفرد في حد ذاته يرغب بأن يكون مبادرا بنسبة 66%، ولكل من المؤسسة والفرد تأثير على تفاعلهم عن طريق المبادرة التي تعد سلوكا إيجابيا يسمح بإيجاد حلول وتطورات مهنية عن طريق التحاور والتشاور في اجتماعات رسمية وهذا ما لا يحدث بالقناة. لذلك علاقة نتائج المبادرة بنتائج الجدول السابق تتوافق مع بعضها البعض فعدم إشراك العمال في الاجتماعات التنسيقية يعني لا وجود لمساحات واضحة لسماع أفكارهم ومبادراتهم المهنية، وهنا يخلق الكثير من أزمات المهنية ترتبط بالإدارة وهذا ما سوف نتطرق له في الجدول الموالي.

السلوك الإداري وأنماطه:

جدول رقم 79: يبرز علاقة صناع الرسائل بإدارة مؤسسة الشروق نيوز وفقا للجنس

الجنس	ذكر		أنثى	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
التقدير	10	28%	6	30%
جيدة	23	64%	12	60%
سطحية	3	8%	2	10%
سيئة	36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تفسيرا لآخر نتيجة في الجدول السابق توضح لنا أنه هناك علاقة ارتباطية بين السلوك التفاعلي

مع النمط الإداري المعمول به، إذ تبين من خلال الجدول بالأعلى أن علاقة الجنسين بإدارة المؤسسة سطحية تتوقف فقط على التفاعلات المهنية، مجيبة الإناث بنسبة 60% والذكور بنسبة 64% وهي نسبة مرتفعة تعطينا مجموعة من التفسيرات أبرزها بروز معالم عدم التفاهم بين أعضاء الفضاء الإداري والإنتاجي الناجم عن ضعف التخصص والوعي بمكونات التليفزيون ومهامه.

بالإضافة إلى تطبيق النمط الإداري البيروقراطي السلطوي الذي يعرقل كل مرة الأعمال خاصة التغطيات والتحقيقات الخارجية التي تحتاج إلى وثيقة "تكليف بمهمة" (رئيس تحرير التحقيقات، 2018)، وهذا ما يجعلنا نستنتج تمثل الإعلام الخاص للإعلام العمومي لهكذا نوع من التسيير، السبب الذي خلق علاقات سيئة مع نسبة 18% من العينة والتي قد تصل لوضع سلبي تغذيه مشاكل وعراقيل وصراعات بين بعضهم البعض والتي تؤثر على مردوديتهم في العمل.

كما لا يمكن إنكار تسجيل نسبة لا بأس بها لها علاقة جيدة مع الإدارة وهو أمر طبيعي وحتمي، فمن غير الممكن أن تصل المؤسسة إلى إرضاء كل الموظفين، لأن نسقتها معقد يرتبط بتعدد البيئة من جهة وتعدد مواردها البشرية من جهة أخرى، فكل شخص يأتي بعقليته وثقافته وعاداته وتقاليده. فقط على المؤسسة محاولة التقليل من السلبيات وأن ترفع من مستوى الرضاء الوظيفي.

جدول رقم 80: يوضح مشاركة صناعات الرسائل التليفزيونية في الاجتماعات التنسيقية الخاصة بالشروق وفقا للجنس

العنصر	التقدير	الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
حضور الاجتماعات التنسيقية	نعم	تكرار	8	4	56
		نسبة	22%	20%	
	لا	تكرار	28	16	
		نسبة	78%	80%	
		المجموع	100%	100%	

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

إن التنسيق من بين العوامل التنظيمية التي تحدد مدى تفاعل عمال المؤسسة مع بعضهم البعض ومدى وجود سلسلة اتصالية بين المصالح والأقسام مشجعة على التكامل والمبادرة والعمل ضمن فريق واحد، غير أن نتائج الجداول السابقة والجدول رقم 80 أبرزت لنا العكس، فقناة الشروق نيوز لا تشرك عمالها في الاجتماعات خاصة المتعلقة بالتنسيق، فقد يفسر هذا الشيء من منطلق استدعاء وحضور كل العمال ليس حقا من حقوقهم وأن المسؤولين بالقناة هم فقط المعنيون بذلك الذكور 22% و20% إناث، لكن لو نظرنا إلى الأمر بإيجابية، فإعطاء قيمة لكل فرد وفقا لمنصبه يجعل المؤسسة أكثر استفادة

من آراءه ووجهات نظره لأنه الأجدر بالحضور كونه الشخص الوحيد العالم بحيثيات عمله. فالاقترحات التي سيقدمها ستكون أكثر عملية منها نظرية وتخطيطية لأن العامل في المستوى التنفيذي خاصة بالتلفزيون كالمصور مثلا لا يقل أهمية عن العامل بالمستوى الأعلى، غير أن توجيهه وأمر بتنفيذ قرارات تتعلق بالمحتوى والتصوير دون أخذ رأيه سوف تخلق له الكثير من الصراعات النفسية وسيشعر بالتجاهل والظلم وبالتالي سيقوم بالتذمر ويصبح لا مبال. وفي الجدول بالأسفل سنكتشف مدى توجه الشروق نيوز لهذه النقطة أكثر.

جدول رقم 81: يوضح فرض الشروق نيوز التسلسل الوظيفي على صناع الرسائل التلفزيونية ذكورا وإناثا

عناصر التسلسل	التقدير	الجنس	ذكر	أنثى	المجموع	
فرض التسلسل الوظيفي	نعم	تكرار	10	8	56	
		نسبة	28%	40%		
	لا	تكرار	26	12		
		نسبة	72%	60%		
			المجموع	36		20
				100%		100%

سجل هذا الجدول أن قناة الشروق نيوز لا تفرض احترام التسلسل الهرمي للوظائف بين صناع الرسائل التلفزيونية سواء الذكور الذين أجابوا بنسبة 72% أكثر أو الإناث بنسبة 60%، لكن نسبة 40% من النساء و28% من الذكور ذكروا أن المؤسسة تفرض عليهم اتباع التسلسل الهرمي. وتمنح هذه النسب الكثير من التفسيرات أولها تطبيق القناة لسياسة المفاضلة بين العمال فهي تارة صارمة ومتشددة مع البعض وتارة أخرى مرنة وسهلة مع البعض الآخر، السبب الذي يفقدها الكثير من المهنية ويخلق صراعات بين فريق عملها. ومن هنا تنشأ الحساسية الزائدة بين من هو ممنوع من تجاوز الهرم والتقييد بالأوامر ومن يملك الورقة الخضراء في التعدي على الوظائف والعمل بحرية مطلقة التي تؤدي إلى التسيب الوظيفي والتعدي على الجسم الوظيفي.

كما أن الجدول رقم 80 يكشف لنا ما إذا كانت المؤسسة هي من ترفض إشراك عمالها بالاجتماعات؟ أو العامل في حد ذاته هو من يرفض ذلك؟ ولو ربطنا نتائج الجدول الثمانين بالواحد والثمانين لوجدنا الإجابة تنقسم إلى قسمين فالإرادة ترتبط بشقين فأحيانا ترفض المؤسسة مشاركتها لكل الأعضاء في الاجتماعات وسماع مقترحاتهم ومبادراتهم وهو ما يجعلها تتبع التسلسل الوظيفي، وأحيانا أخرى لا تأتي الرغبة من العامل في حد ذاته فهو يرفض المشاركة في تلك الاجتماعات بسبب التعب والإرهاق وعدم توفر ردود فعل إيجابية واستجابة جيدة لما قد يقترحوه على القناة (مدير القسم التقني، 2018)، لذلك

يرتبط تواجهه بمدى ولائهم للمؤسسة العنصر الذي سنكشف نتائجه خلال الأسطر القليلة المقبلة.
(3) الولاء للمؤسسة:

يشكل كل من الولاء أو الانتماء جملة المشاعر التي يطورها الفرد الذي يعيش في المجتمع نحو الأفراد والمنظمات والقيم والمبادئ والأفكار، وهذه المشاعر تمثل رغبة الفرد واستعداده لتقديم التضحية لزملائه ومنظماته في العمل، إذ يشير علماء الاجتماع أن التفاعل بين الأفراد يؤدي إلى تقوية مشاعرهم نحو المنظمة ونحو بعضهم بصورة إيجابية، ويترتب على المشاعر الإيجابية أنماط سلوكية مثل تعاون الفرد والتماسك والرغبة في العمل والبقاء فيه. ونتيجة للاهتمام المتزايد بالبحث في موضع الولاء ومحاولة توضيحه للإدارة للاستفادة منه، قدم الباحثون محاولات ونماذج متعددة لتفسير كيفية تكون مفهوم الولاء التنظيمي (العمرى، 2007). وفي نفس السياق تأتي الجداول بالأسفل التي سنحاول التعرف من خلالها عن مدى ولاء عمال الشروق نيوز لمؤسستهم.

جدول رقم 82: يبرز حجم الوقت الذي يقدمه صناع الرسائل لقناة الشروق نيوز وفقاً للجنس

الجنس		ذكر		أنثى	
حجم الوقت		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
أكثر من الوقت الرسمي		26	72%	14	70%
الوقت الرسمي		8	22%	5	25%
أقل من الوقت الرسمي		2	6%	1	5%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نستنتج من الجدول أعلاه أن معظم عينة صناع الرسائل التليفزيونية العاملين بقناة الشروق نيوز ذكورا 72% وإناثا 70% يعملون أكثر من الوقت الرسمي، بينما الذين يقضون زمن الوقت الرسمي فقط قدروا بنسبة 25% إناث و 22% ذكور. كما سجل الجدول نسب قليلة تجعلنا نعرف هوية من يعملون أقل من الوقت الرسمي وهم العاملون بالإدارة والمسؤولون الذين قلما تجدهم بالمؤسسة.

والتفسيرات التي تقدم لهذا الجدول كلها ترتبط بقوة ولاء العمال ليس لمؤسستهم فحسب بل بالعمل الإعلامي، خاصة أنهم يقضون جل أوقاتهم داخل قاعات التحرير والأستوديوهات في البحث والتنقيب على المعلومات والإبداع في التعامل مع الكتابة والتصوير والإخراج. وهذا الشيء قد لا نجده في مؤسسات أخرى أو حتى في القناة إذا تحدثنا على الفضاء الإداري الذي يتقيد أفراد ساعات العمل الرسمية. وهنا يكمن الاختلاف في القيام بالمهام بين الفضاء الإنتاجي والإداري فالأول لا يقبل بكلمة "سأنجزه غدا" بما أنه يرتبط بالإنتاج الآني والبت المباشر كما هو الحال المعتاد لدى الإدارات.

جدول رقم 83: يكشف عن القيام بأعمال إضافية داخل الشروق نيوز حسب الجنس صناعات الرسائل التليفزيونية

التقدير	المقابل		أنثى	ذكر
	مادي	معنوي		
نعم	تكرار	نسبة	1	0
	مادي	نسبة	5%	0%
	معنوي	تكرار	3	4
	معنوي	نسبة	15%	11%
	دون مقابل	تكرار	8	20
	دون مقابل	نسبة	40%	56%
لا	التكرار	النسبة	8	12
	التكرار	النسبة	40%	33%
		المجموع	20	36
			%100	%100

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

نلاحظ أن المبحوثين الذين ظهروا في العينة من صناعات الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز يقومون إلى جانب وظيفتهم الأساسية، بمهام وأعمال إضافية سواء الذكور أو الإناث، غير أن هذه الجهود لا تثنى بمقابل معبرين الذكور بنسبة 56% والإناث بنسبة 40%، بينما أجابت مبحوثة واحدة فقط أنها تتلقى مقابلا ماديا كتحفيز للقيام بأعمال أكثر، بينما يحصل الذكور فقط على مقابل معنوي بنسبة 11% والإناث بنسبة 15%. كما سجل الجدول نسب معتبرة من قبل الأشخاص الذين يرفضون القيام بأعمال إضافية 40% إناث و33% ذكور، وهنا يكمن ضعف التحفيز من قبل المؤسسة وضعف رغبتها في احتواء عمالها مما يجعلها ضعيفة مؤسساتيا "فكورت لوين Kurt Lewin"توصل إلى أن تحفيز العامل هو أهم مكسب بالنسبة للمؤسسة في جعله أكثر عطاء وولاء ورغبة في العمل الإضافي. غير أن الشروق نيوز لم تستوعب بعد هذه المؤثرات التي ستعكس عليها سلبا مستقبلا.

جدول رقم 84 يبرز قيم التضحية والمساعدات التي يقدمها صناعات الرسائل للشروق نيوز وفقا للجنس

الجنس		ذكر		أنثى	
المقابل		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
التخلي عن العطلة		8	22%	1	5%
القيام بأعمال إضافية		19	53%	7	35%
خفض الراتب		4	11%	0	0%
العمل دون مقابل		5	14%	12	60%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

في الجدول السابق تعرضنا إلى المقابل الذي تقدمه المؤسسة للعامل والذي أثبت سلبية كبيرة من قبل المؤسسة في منح امتيازات على الجهود الإضافية لعمالها، ونأتي في الجدول رقم 84 لنعرف المقابل الذي يمنحه العامل للمؤسسة، إذ توضح وجود اختلافات في تقديرات الجنسين ومدى استطاعتهم على تقديم مساعدات في حال احتياج المؤسسة لذلك، فالأنثى قادرة على العمل دون مقابل بنسبة 60% أما الذكور بنسبة 14%، الذين فضلوا القيام بأعمال إضافية بنسبة 53% والأنثى بنسبة 35%. كما أن الذكور هم الأكثر قبولاً للتخلي عن العطلة 22% وخفض الراتب بينما تبقى الإناث أقل تقبلاً لهكذا تضحيات.

ولعل تفسير هذه الاختلافات تنطلق من هدف كل عامل في هاته المهنة فالرجال في الغالب يشتغلون لكسب الأجر وتضعيف جهودهم بدلا من التوقف على العمل أو الشغل دون مقابل، في حين النساء يركزن أكثر على إثبات وجودهن وقدرتهن على العمل حتى بدون أجر لأن صفتها العائلية (مثلا المتزوجة) تساعد على أن تصبر وترضى بالقليل، فهي تحت حماية الزوج أو الأولياء الذين ينفقون ويؤمنون لها العيش. ولقد ظهرت العديد من النماذج المفسرة لكيفية تكوين الولاء بالمؤسسة ومن هذه النماذج ما قدمه "سترززر Sterzzer" حول مفهوم الولاء التنظيمي عملية مفتوحة لها مدخلاتها الخاصة المتمثلة في خصائص الأشخاص وخصائص العمل وخبرات العمل، وما تتضمنه كل منها من مفردات مختلفة وهذا التفاعل الذي يمثل هنا الولاء تكون له نتائج ويعتمد على فعالية المخرجات وكفاءتها وعلى نوعية المدخلات وطبيعة التفاعل بين عناصرها (نفس المرجع).

وعليه يبقى مدى ولاء العامل لمؤسستهم وإخلاصهم رهان القناة بالنظر إلى موجات المرض الاقتصادي التي تصيبها من وقت لآخر، والضعف في الولاء الذي توصلنا له يعزز تواجد هذا المرض الذي ينبغي على المؤسسة استدراكه.

وبمؤثر الولاء نختم هذا المحور الذي بين لنا الجانب المؤسساتي والتنظيمي والتقني الخاص بقناة الشروق نيوز، والذي فصلنا في هيكله القناة وكل مورفولوجيتها وبنيتها واستنتجنا من خلال تحليلنا لها وضع القناة الحالي وأبرز الرهانات التي تحوم بها من خلال معرفة درجة التأثيرات التي تحوم بعمالها.

ثالثا: عرض تأثير مورفولوجيا قناة الشروق نيوز في صناع الرسائل التليفزيونية:

في هذا المحور سنقوم باكتشاف المؤثرات المؤسساتية ومدى حجم التأثير سواء من وجهة نظر العمال أو من خلال اختباراتنا العلمية العملية لهم، وذلك من خلال عرض النتائج التي توصلنا لها بعد عمليات الفحص المستمرة أثناء دراستنا الميدانية بالقناة، بمختلف الوسائل والتقنيات التي استخدمناها ومن بينها الاستبيان. وهذا الشق سيساعدنا في الإجابة على السؤال الرابع من إشكالية دراستنا.

1) الاستقرار والرضا على مورفولوجيا المؤسسة وأطرها الأخلاقية:

جدول رقم 85: يبرز طرق العمل المتولدة عن تأثير طبيعة بيئة قناة الشروق نيوز من وجهة نظر صناع الرسائل

المجموع		لا		نعم		التقييم
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	طرق العمل
%100	56	27%	15	73%	41	أ- نشاطات يومية روتينية.
%100	56	59%	33	41%	23	ب- مهام تطلب بنية فيزيولوجية قوية
%100	56	39%	22	61%	34	ت- انتقائية في أداء المهام.
%100	56	68%	38	32%	18	ث- الولاء لجهة أو شخص معين.
%100	56	48%	27	52%	29	ج- كثرة النقد للمحتوى الذي يصنعه الزملاء.
%100	56	25%	14	75%	42	ح- التركيز على الإنتاج وكسب جمهور عريض.
%100	336	44%	149	56%	187	المجموع الكلي

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يمثل لنا الجدول بالأعلى أبرز طرق العمل الناجمة عن الجو المهني العام اليومي داخل مؤسسة الشروق نيوز، إذ يتولد عنه نشاطات اعتاد العمال على ممارستها كل يوم بنفس المكان والزمان والطريقة، فأصبح أداء المهام لـ 73% منهم عادة روتينية خالية من التجديد والحركة، وبالتالي نستنتج أن إنتاج الرسالة تتأثر بالطريقة والحالة التي يشعر بها صانعها فتظهر لدى المشاهد بنفس الشكل وتصبح هي كذلك روتيناً تعود الجمهور على مشاهدته.

وبالنظر إلى تفوق الذكور على الإناث بالقناة فإن 59% قالوا بأن المهام التي يقومون بها لا تتطلب بنية فيزيولوجية قوية لأن أداءها يعد هيناً بالنسبة للرجال بالنظر إلى بنيتهم القوية أكثر من النساء في الكثير من الأحيان، فعبرت نسبة 41% عن أن المهام بالقناة تتطلب بنية قوية، وعليه جاءت الانتقائية في أداء المهام نسبتها مرتفعة 61%.

فالعامل بالتليفزيون هو حقل تجارب منتج للمحتوى، تتعدد وتختلف مهامه ومناصبه والتي يجب كلها أن تتكامل وتتلاحم مع كافة الجهود لكي يمكن صناعة رسالة في شكل خبري لائق، وإن كان الوصول إلى هذا الهدف سهل في ظاهره لكن باطنه به الكثير من الأحداث والوظائف التي تتطلب جهوداً مهنية ونفسية وعضلية خاصة ووظائف الإخراج والتصوير، فأحياناً يطلب تغطية أحداث صعبة ومؤثرة قد تتعلق بالدولة وسيادتها وأخبار خطيرة تحتاج إلى جهود عقلية ونفسية متينة لأن الضغوطات التي تأتي من الدولة والجماعات الخارجية لها قدرة على تشويش الوضع وسلطة على إحداث بعض المشاكل والتأثيرات المهنية، فيقع صانع الرسالة في موقف حرج بين موضوعيته في إظهار الحقيقة أو ولاءه لجهة أو شخص معين وتغليب المصالح الشخصية والذاتية. وقد عبرت نسبة 68% عن استحالة القيام بهذا الأمر وفضلت

الشق الأول بينما نسبة 32% تميل إلى الكف الثاني الذي يجعلها تحبذ أكثر المصلحة والمنفعة بدلا من المهنية، وتوفر نسبة معتبرة من هذا النوع تدل على تأثرهم بالمجتمع والعادات السيئة التي ينتجها النظام البيروقراطي القائم على المحسوبية. لذلك عبرت نسبة 52% عن وجود كثرة النقد بين الزملاء والرسالة التي يمررونها داخل قناة الشروق نيوز التي تقوم بالتركيز على الإنتاج معبرين صناع الرسائل بنسبة 75%.

ونلاحظ أن هناك الكثير من الطرق الإيجابية التي تمنح العامل القوة للاستمرار في العمل بمهنية ونزاهة وأخرى سلبية لها تأثيراتها في عمال المؤسسة إذ يحاول البعض من صناع الرسائل تقادي الطرق المنحرفة والبعض الآخر يسير وراء ما يتوافق وأفكاره ومصالحه، ومن هنا تنتج بنى وفرق فرعية داخل القناة تختلف درجات تأثرهم بالعادات المهنية المتولدة عن بيئة العمل باختلاف توجهاتهم ورغباتهم وأهدافهم.

جدول رقم 86 (أ): يقيس درجة قبول وعدم قبول صناع الرسائل للأطر الأخلاقية الإعلامية أثناء العمل بقناة الشروق

نيوز

التقييم		مقبول		غير مقبول		المجموع
تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	
الأشكال الأخلاقية						
أ- شراء المعلومات السرية.	17	30%	39	70%	56	100%
ب- استعمال وثائق حكومية بدون إذن.	15	27%	41	73%	56	100%
ت- خدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة.	10	18%	46	82%	56	100%
ث- تمرير معلومات شخصية على حساب العامة.	3	5%	53	95%	56	100%
ج- تحريف المعلومات لكسب الجمهور.	7	13%	49	88%	56	100%
ح- إعادة تمثيل أحداث و تضخيمها.	4	7%	52	93%	56	100%
خ- العمل بمؤسسة للحصول على معلومات داخلية	9	16%	47	84%	56	100%
د- استعمال ميكروفونات وكاميرات مخفية	23	41%	33	59%	56	100%
المجموع الكلي	88	20%	360	80%	448	100%

كما سبق وأن شرحنا في نتائج التليفزيون الجزائري، لقد قمنا باستخدام سلم "ليكاترت" **Lekert** لقياس

القيم الأخلاقية المؤثرة في بيئة المؤسسة ومدى انعكاسها على أداء العامل ورسالته.

جدول رقم 86 (ب): يبرز تأثير الأخلاق في صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز

درجة التأثير	تأثير كبير		تأثير متوسط		تأثير ضعيف		لا تؤثر		المجموع	
	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	النسبة	التكرار
الأخلاق والنزاهة	38	67.86%	6	10.71%	7	12.50%	5	8.93%	56	100.00%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

إن النزاهة والأخلاق في الإعلام الخاص أصبح حديث كل النقاد والأكاديميين بالنظر إلى أهداف تلك المؤسسات الربحية والاقتصادية أين تضطر أحيانا لاتخاذ سلوكيات في الغالب تتنافى مع الأخلاق. ونلاحظ في الجدول (أ) انخفاض النسبة العامة لخانة "مقبول" السبب الذي يوحي بارتفاع وعي صناع الرسائل بأخلاقيات المهنة، وإن كان تسجيلنا لنسب لا بأس بها في خانة المقبول لديه الكثير من الدلالات والتي سنكشفها في الآتي.

تتعدد وتختلف السلوكيات المهنية السلبية التي تنتهجها المؤسسات بغية الوصول إلى أهداف معينة، غير أن تلك المعايير المخالفة لأخلاقيات المهنة تتغير بتغير البيئة وطبيعة النشاط خاصة لدى المؤسسة الإعلامية. وأولى المظاهر التي سجلها تاريخ الصحافة في العالم بالنظر إلى الإنتاج الإخباري المعلوماتي الذي تضطلع به القنوات هي إمكانية شراء معلومات سرية وبنها للجمهور، إلا أن نسبة 70% من عمال الشروق نيوز من لا يقبلون اللجوء لمثل هذه الطريقة عند بحثهم عن المعلومات. في حين قدرت نسبة الأشخاص الذين أجابوا بالعكس 30%، وهي نسبة معتبرة تفسر لنا رغبتهم في ربح الوقت والحصول على مكافآت من مؤسستهم في حال مدها لمعلومات قد لا يصل لها أي كان. وفي نفس السياق، أجابت نسبة 73% عن عدم إمكانية استخدام وثائق حكومية دون إذن، وبالرغم من خطورة الوضع ووضوح دستور الدولة الجزائرية وقانون العقوبات إلا أن نسبة 27% يمكنها القيام بذلك، وهنا نلاحظ خطورة حقل الإعلام ومدى المجازفة التي قد يخوضها صانع الرسالة حتى على حساب حياته التي يهددها القانون والأشخاص ذو السيادة في الدولة. غير أن هؤلاء الأشخاص لا يؤثرون على صناع الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز الذين يرفضون الولاء لهم أو الخضوع لأوامرهم أو المشي في المنحى الذين يسطرونه أو الذين يرغبون في تشهيره.

فتمرير معلومات شخصية على حساب العامة هي القيمة اللاأخلاقية التي يرفضها جل عمال الشروق نيوز وهذا دليل على ارتفاع نسبة المهنية لديهم، إذ لا يمكنهم تحريف معلومات على اختلافها حتى وإن تعلق كما أشرنا سابقا بالعامل نفسه أو بمحيطه.

ويرفض عمال قناة الشروق نيوز كذلك بنسبة كبيرة 93% إعادة صياغة أحداث ووضعها في قالب مؤثر قائم على سمة التضخيم والتفخيم بهدف جلب قاعدة جماهيرية كبيرة وتعاطفه مع الحدث، وهنا تجدر الإشارة أنه ظهر نوع صحفي جديد ليس إخباريا بقدر ما هو درامي يتعلق ببرامج الجرائم والتحقيقات، إذ تقع القناة أحيانا في الكثير من الأخطاء الإعلامية أين تتغلب الذاتية على الموضوعية في المعالجة أثناء الرجوع إلى إعادة تمثيل الجرائم من قبل أشخاص غير مختصين في التمثيل، فيتم تمرير رسائل

غير حقيقية تكون زائدة عن الواقعة الحقيقية التي حدثت وهذا بغية كسب تعاطف الجمهور بدلا من شرحهم لأسبابها ونتائجها، فيفك الجمهور شفرتها (يفهمها) كما تم إنتاجها وإن كانت مخالفة للحقيقة. إن العمل بمؤسسات مختلفة أخرى للحصول على معلومات داخلية خاصة بها واستعمال ميكروفونات مخفية من بين الأشياء التي تخدم النوع الصحفي الذي تحدثنا عنه في الأسطر القليلة السابقة، حيث تعد من القيم التي تعاكس الآداب العامة لمهنة الإعلام التي بات يتبناها نسب معتبرة من عمال الشروق نيوز أثناء ممارسة مهنتهم دون التفكير فيما قد يعود عليهم بالسلب إذا تم كشفهم، وهذا ناتج عن عدم الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والجوانب الأخلاقية اتجاه مهنتهم وشخصهم ومجتمعهم. وإن كانت القناة تستر على هكذا طرق فالمهنة تنفرها وبالتالي ستفقد المؤسسة شرعيتها ومكانتها عند الجمهور لأن الأخلاق والنزاهة لها تأثير كبير قدرت نسبته بـ 67,86%، لذلك أصبح من المهم تركيز الجامعات التي تتبنى تخصص الإعلام التركيز على أخلاقيات المهنة في تدريس مقاييس قوانين الإعلام وتشريعاته، لأن التخصص يلعب دورا كبيرا في تكوين الشخصية المهنية للمتكورين والطلاب.

جدول رقم 87 يبرز رضا عمال الشروق نيوز عن العوامل الشكلية الهندسية المؤسساتية

		لا		نعم		التقييم
المجموع		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	العوامل الشكلية
%100	56	30%	17	70%	39	راض عن شكل القناة من الخارج؟
%100	56	52%	29	48%	27	راض عن شكل القناة من الداخل؟
%100	56	52%	29	48%	27	راض عن طريقة تنظيم العمل بالأسوديوهات؟
%100	56	55%	31	45%	25	راض عن طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير؟
%100	56	59%	33	41%	23	راض عن طريقة العمل بالإدارة؟
%100	56	64%	36	36%	20	راض عن طريقة تنظيم فريق العمل الإداري؟
%100	56	48%	27	52%	29	راض عن طريقة تنظيم فريق العمل داخل الاستوديو؟
%100	56	75%	42	25%	14	راض عن ظروف العمل؟
%100	448	54%	244	46%	204	المجموع الكلي

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

لعل ارتباط عالم الهندسة مع المجتمع أصبح وثيقا جدا لأن رباطه وثيق مع الفرد الذي يرغب دائما في بناء عشه في شكل جميل يتلاءم مع الحياة المجتمعية المعاصرة. والآن لا يقتصر هذا الأمر فقط على الفرد، فالمؤسسات كذلك أصبحت تتبنى هذا التوجه وما بالك المؤسسة الإعلامية فهي الأجدر بأن تولي اهتماما كبيرا للهندسة الشكلية بما أنها أحد المؤسسات الاتصالية التي تمارس نشاط الإعلام والإشهار والدعاية. فإحداث تأثير في الجمهور يقتضي أولا وقبل كل شيء التركيز على الجانب الشكلي

للأشياء، وقد لا تصل المؤسسة إلى ذلك التأثير إذا لم يتأثر ولم يرض صناعها عن شكلها. فقياس الرضا ينطلق من مدى تأثير بعض العوامل في حياة العمال سواء المهنية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الشخصية، وكلما كانت إيجابية فإن الرضا يكون حاضرا وإن انحرفت سيختفي. ونلاحظ من خلال الجدول أن النتائج المتعلقة بالرضا أو عدم الرضا عن الجوانب الشكلية الهندسية، قد سجلنا نسب متعادلة من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز بين الجنسين. إذ عبروا عن رضاهم بنسبة 70% عن شكل القناة بالخارج والنسبة الباقية ترى هناك نقصا في الهندسة الخارجية للقناة. كما انقسم العمال في الرضا عن شكل القناة من الداخل وتنظيم الاستوديوهات أين مالت الإجابات إلى عدم الرضا عن ذلك بنسبة 52% بينما باقي العينة تقول بأنها راضية عن شكل القناة وتنظيم أستوديوهاتها.

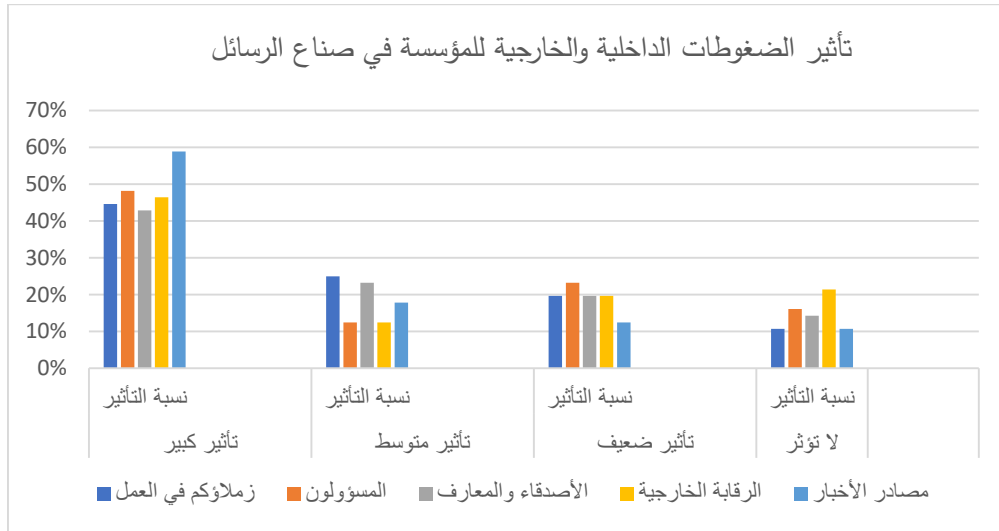
أما عن طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير الذي يتدخل بشكل أو بآخر في تشكيل فرق عمل وتوزيعهم على القاعات مما يخلق بنى تؤثر وتتأثر بطريقة تفكير المجموعة، فصناع الرسائل غير راضين عن تلك الطريقة بينما نسبة 45% راضية ومقتنعة بنجاعة التنظيم الذي يساعدها على العمل بأريحية أكثر، أما النسبة غير الراضية فإنها تطمح للعمل بقاعات تحرير أفضل يمكنها من خلق وسط للتواصل الدائم سواء بالفضاء الإنتاجي أو الإداري. خاصة أن نسبة تقارب 60% غير راضية عن طريقة تنظيم العمل بالإدارة التي تعتبر بالنسبة لهم مشوشة وطرقها عشوائية وأسلوبها ملخبط مما جعل 64% مستائين من طريقة تنظيم فريق العمل الإداري، والسبب يعود إلى ضعف الأشخاص العاملين الحاملين لشهادات عليا متخصصة، وذلك اعتقادا من المؤسسة أن العمل الإداري يستطيع أي شخص القيام به لأنه يقف على تحرير الوثائق ومتابعة التسيير، وهذه من بين الأخطاء التي لم تستدركها بعد المؤسسات الجزائرية خاصة الإعلامية فالمفروض تكوين أشخاص في إدارة المؤسسات الإعلامية لأن خصوصية منتوجها تختلف عن الهيئات الأخرى مضمونا وشكلا.

وإن ذهبنا للحديث عن تنظيم فرق العمل بالفضاء الإنتاجي فإننا نلاحظ انقسام إجابات العينة بتسجيل فارق بسيط في مدى رضاهم حيث أجاب 52% بنعم و48% بلا، ولعل أهمية الأستوديوهات والبلاتوهات في إحداث تأثير نفسي في صناع الرسائل التليفزيونية ومدى الراحة التي يبعث بها الفضاء يجعل كل عضو يحس بالانتماء لذلك الفضاء وبالتالي سيعمل بجد وكد دون توقف خاصة إذا ما كانت المؤسسة توفر ظروف عمل جيدة. لكنه للأسف قناة الشروق نيوز لا تنظر إلى المورد البشري كقوة قادرة على إدارة وإنجاح العملية الاتصالية برمتها، فالظروف التي يعيشها 75% من العمال لا ترتقي إلى

المستوى المطلوب وبالتالي سيضمرون ولا يقدمون أفضل ما لديهم. وإن رأينا المؤسسات العريقة فهي تعمل جاهدة وبمختلف الوسائل على تحسين ظروف الشغل لأنها تعتبرها من بين المؤثرات الرامية إما بالنجاح أو الفشل المؤسسي.

2) تأثيرات السياقات الداخلية والخارجية للمؤسسة:

شكل رقم 18: يبرز تأثير الضغوطات الداخلية والخارجية للمؤسسة في صناعي الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز



المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

إن للمورفيمات أو العناصر المؤسسية الرسمية واللا رسمية كذلك تأثيرات مختلفة في الأخبار التي يصنعها فريق العمل بالشروق نيوز وهذا ما توصلنا إليه من خلال الشكل بالأعلى الذي مدنا بنسب التأثيرات الداخلية والخارجية الناجمة عنها. ومدى وحجم التأثير في صناع الرسائل التليفزيونية سجل بدرجات مختلفة وعلى أصعدة متعددة أبرزها المهنية. وتراوح تأثير المورفيمات الرسمية المتجسدة في المسؤولين، الرقابة الخارجية، مصادر الأخبار وغير الرسمية الزملاء في العمل والأصدقاء والمعارف، بين القوي أو الكثير والمتوسط والضعيف أو عدم إحداثها لأي تأثير على الإطلاق. وسجلت أعلى النسب في التأثير الكبير للمورفيمات الخارجية وأولها مصادر الأخبار بنسبة تصل إلى 60%، يليها المسؤولون بنسبة تصل إلى 50% ثم الرقابة الخارجية بـ 45%، بعدها جاءت المورفيمات اللا رسمية: زملاء العمل 43%، فالأصدقاء والمعارف 42%، ونلاحظ أن التأثيرات تأتي من خارج المؤسسة أكثر من داخلها. أما التأثير المتوسط فقد جاء ترتيب المؤثرات حسب العمال كالاتي الزملاء، الأصدقاء والمعارف، مصادر الأخبار، المسؤولين والرقابة الخارجية. أما التأثير الضعيف تجيب عينة من العمال في الترتيب الآتي: المسؤولين، الرقابة الخارجية، زملاء العمل، مصادر الأخبار. أما العينة التي عبرت عن عدم التأثير جاء ترتيب العوامل كالاتي: الرقابة الخارجية، المسؤولين، الأصدقاء والمعارف، مصادر الأخبار، زملاء

العمل. وعليه من خلال الترتيبات واختلاف النسب نلاحظ أنه مهما اختلفت الضغوطات المؤسساتية سواء الخارجية أو الداخلية، فإن لها تأثيراً على نسبة كبيرة من العمال خاصة الخارجية كالمسؤولين والرقابة من السلطة على المحتوى لأن لها صلاحيات تخولها أن توجه المحتوى الذي يصنعه الإعلاميون، بالإضافة إلى استغلال ثقل ومكانة مناصب المسؤولين لإغراء وتليين صناعات الرسائل، إلا من كان بالمرصد واشتغل بنزاهة وأجاب بضعف أو عدم التأثير. أما المراقبون -كوزير الاتصال- فمن الجانب القانوني لهم الحق في تطبيق قوانين الإعلام والسمعي البصري ويقومون بمتابعة كل ما ينشر ويبحث. أما الأصدقاء والمعارف والزملاء في العمل فتأثيرهم يرتبط بحكم العلاقة الموجودة بين الأفراد أين يتفاعلون مع كل حالة ويحسون بكل موقف يحدث لهم، فالعاطفة تتغلب عليهم من الحين إلى الآخر. لذلك المعلومات التي يولدها فريق العمل تأتي في شكل سلسلة طويلة تحمل العديد من العقد تتسع وتتقبض وفقاً لكل عقدة وظروفها وعقليتها وطبيعتها علاقتها بالعقد الأخرى. فالعديد من الباحثين يفسرون ضغط العمل على أنه حالة ديناميكية يواجه فيها الفرد فرصة ومحددات أو متطلبات مرتبطة بما يرغب به ولكن النتائج المرتبطة بها تدرك على أنها غير مؤكدة ومبهمة (عطية، 2003، ص. 38). ويتصل بالضغط مجموعة من التأثيرات الناجمة عن السياقات المؤسساتية من بينها القلق (anxiety) وهو حالة من الخوف الشديد الغامض الذي يمتلك الفرد ويسبب له الكثير من مشاعر الضيق والأمن والانزعاج فالشخص القلق يتوقع الشر دائماً ويبدو متشائماً، ومتوتر الأعصاب ومضطرباً، كما يتميز بفقدان الثقة بالنفس، كما تبدو عليه كل من مظاهر العجز في البحث في القضايا المختلفة وفقدان القدرة على التركيز (لعريط، 2008، ص. 115). ويعتبر القلق نتيجة سيكولوجية لتعرض الفرد للضغط ولنقص إشباع حاجاته، ويعتبر من أكثر الأعراض السيكولوجية الملحوظة لضغوط العمل (الصبراني، 2005، ص. 47).

جدول رقم 88 (أ): يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صناعات رسائل الشروق نيوز حسب الجنس **الذكور**

المجموع	لا تؤثر		تأثير متوسط		تأثير كبير		العوامل/الدرجة
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
36	22%	8	50%	18	28%	10	مهام تتطلب بنية قوية
36	22%	8	39%	14	39%	14	العمل الليلي
36	6%	2	39%	14	56%	20	العلاقات الإنسانية بين العمال
36	22%	8	33%	12	44%	16	الزواج و الأبناء
36	6%	2	11%	4	83%	30	الأجر
36	11%	4	22%	8	67%	24	السكن
36	0%	0	22%	8	78%	28	البيروقراطية
252	13%	32	31%	78	56%	142	المجموع

نالت خانة التأثير الكبير فيما يخص الضغوطات التي تحدثها بعض العوامل المادية (البنية القوية، الزواج والأبناء، الأجر، السكن) والمعنوية (العمل الليلي، العلاقات الإنسانية بين العمال، البيروقراطية) اللصيقة بصانع الرسائل أعلى نسبة 56%، حيث تبين أن للأجر تأثيرا كبيرا بنسبة 83% لما لهذا العامل من قوة في إحداث التغيير على وضعية العامل باعتباره محفز مادي يدفع به لإجهاذ نفسه لضمان استقراره. غير أن البعض يعتبر المال بالنسبة لهم شيء ثانوي ومؤثر متوسط 11% والقليل 6%. كما سجلنا نسبة مرتفعة 78% في خانة البيروقراطية التي تؤثر في العمال بصفة مطلقة ومتوسطة عند 22% من العينة، إذ تحول هذا العامل نتيجة ممارساته المستمرة إلى مشكل يواجهه كل الموظفين والأفراد، المتولد عن المنظومة الإدارية الجزائرية العاملة بأساليب غير متفاعلة وبطيئة، قائمة على تكديس وتكريس الرداءة في العمل والتركيز على الكم وليس النوع، فكل هاته السلبيات التي يمر بها الإعلامي تؤثر على شخصيته من قريب أو من بعيد فيأخذ هو كذلك مهما حاول التجرد منها نفس المنحى، لذلك عبر بشدة تأثير البيروقراطية.

كما أن للسكن تأثير كبير يعبر عنه العمال الذكور بنسبة 67% وهي نسبة خاصة بالذين يعانون من مشكل السكن، حيث تتجاهل القناة وضعهم السكني ولا تقدم لهم مساعدات من هذا المستوى مما يزيد من ضغوطات المستخدم الذي بمجرد دخوله للقناة سوف يفكر كل يوم في عتبات المبيت وينسى الرسالة فيتعامل معها بسطحية وبصفة غير مركزة. أما النسب التي أجابت بالتأثير المتوسط 22% وبعدم التأثير 11% فهي العينة التي لا تعاني من مشكل السكن وتملك بيوتا مستقرة.

مستمرين في الكشف عن نتائج التأثيرات الخاصة بالذكور، تبين كذلك أن 56% من الذكور يتأثرون بالعلاقات الإنسانية والحالات الخاصة بكل عامل ضمن الفريق وإن كان نصف الذكور الآخر عبر بالتأثير المتوسط وبدون تأثير لهذا العامل، إلا أن عمال الشروق نيوز يتعاطفون مع بعضهم البعض على أية حال. ويتأثر 44% من الرجال بالزواج والأبناء أي الحياة العائلية لما لها من أهمية بالنسبة لكل فرد متزوج ذي مسؤولية يشعر بها اتجاه نفسه واتجاه زوجته وعياله وهذه المسؤولية إلى جانب ضغوطات العمل تنشأ لدى الرجل توترا داخليا وقلما يظهرونه حفاظا على نفسياتهم أمام أبناءهم، وحالة التوتر الداخلي تنشأ صراعا نفسيا بسبب وجود طرفين متعارضين (الأبوة والأبناء) يتميزان بدرجة متساوية من الشعور بالجابدية نحوهما أو النقد بينهما، مما يجعل من الصعب على الذكر الانحياز لأحدهما دون الآخر أو البعد عن أي منهما، وفي معظم الأحيان تكون العلاقة بين الصراع والضغوط علاقة تبادلية، بمعنى أنه إذا كان الصراع يؤكد الضغوط لدى الرجل فإن الضغوط تجعل الذكر يعيش الحالة من الصراع

(الصبراني، مرجع سابق، ص.48).

ويبقى الذكور هم الأقل تأثراً بالمهام التي تتطلب البنية القوية فأعلى نسبة سجلت في التأثير المتوسط 50% فالتأثير الكبير 28% وبدون تأثير 22%. ولعل الرجال ليس لديهم أي إشكال في التعامل مع الوظائف التي تحتاج حمل معدات ثقيلة أو الصعود والنزول أو التواجد بمناطق صعبة، لأن الذكر يتميز بالقدرة على تحمل المصاعب وأعباء الوسط المهني، فبنيته وجسده يساعده على القيام بحركات صعبة وخير مثال تمثيل الرجل لرفع الأثقال والرياضات الصعبة. كما لا يصعب كثيرا على الرجل العمل ليلا بالقناة الذي سجل تأثيرات تقع بين المتوسطة 39% والقوية 39% خاصة بالنسبة للذين يملكون أبناء ولديهم عائلة، فهم يشعرون بالمسؤولية اتجاه حياتهم العائلية، بينما البقية فلا ترى مانعا للعمل ليلا بالمؤسسة وهذا ما تفرضه مهنة الإعلام لذلك أطلق عليها مهنة المتاعب.

جدول 88 (ب): يبرز تأثير العوامل المادية والمعنوية في صناع رسائل الشروق نيوز حسب الجنس الإناث

المجموع	لا تؤثر		تأثير متوسط		تأثير كبير		العوامل/الدرجة
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
20	25%	5	15%	3	60%	12	مهام تتطلب بنية قوية
20	10%	2	10%	2	80%	16	العمل الليلي
20	0%	0	20%	4	80%	16	العلاقات الإنسانية بين العمال
20	5%	1	30%	6	65%	13	الزواج و الأبناء
20	0%	0	5%	1	95%	19	الأجر
20	10%	2	10%	2	80%	16	السكن
20	5%	1	5%	1	90%	18	البيروقراطية
140	8%	11	12%	19	80%	110	المجموع

فاقت التأثيرات لدى الإناث نسبتها 80% وعليه نستنتج أن العوامل المادية والمعنوية تحدث تأثيرات كبيرة في المرأة العاملة بقناة الشروق نيوز وينعكس ذلك التأثير على صناعة الرسالة والمستوى الذي تحرر وتنتج به. حيث تبين نفس الشيء كما عند الرجال أن الأجر له تأثير كبير بالنسبة للأنثى بمقدار 95%، وهنا نستنتج تراتب المشاكل الاقتصادية التي يعاني منها عمال المؤسسة وبالأخص على مستوى الاقتصادي، فالشهرية التي تمنحها القناة لا تقي بالحاجة والغرض مقارنة بارتفاع المستوى المعيشي بالعاصمة، من جهة أخرى أزمة المؤسسة جعلتها تنقص من معاشات العمال الذين لا يتحصلون على أجرهم كل شهر فأحيانا لثلاث أو أربعة أشهر وهناك كذلك من لا يتقاضى أجره منذ سنتين (رئيس تحرير قسم التحقيقات، 2018). وعليه أصبح لهذا العامل تأثير كبير الذي بدوره يدخل العمال في دوامة اقتصادية تجعلهم يكرهون شغلهم ويعملون بطرق ملتوية وغير محترفة بدافع النفسية المحبطة.

ويعتبر الإحباط من العوامل الهامة التي تشكل جانبا من الضغوط النفسية، وهو الحالة التي يشعر فيها الفرد بعجزه عن القيام بالنشاط المطلوب، أو الحيلولة بينه وبين تحقيق الهدف الذي يسعى إليه ويعبر عن إعاقة الفرد للوصول لأحد الأهداف الهامة، التي يرغب في تحقيقها ويزداد الشعور بالإحباط كلما ازداد مستوى الضغط الذي يواجهه، وبذلك تظهر الضغوط سببا رئيسيا ومباشرا لحدوث الإحباط. فهذا الأخير قد يعبر عن الجانب السلبي لضغط، ولكن هناك من أشار إلى الجانب الإيجابي كالدكتور "محمد الصبرواني" الذي اعتبر الضغط ضروري يؤدي إلى الدافعية والحماس، في حين استمراره وارتفاع مستواه يؤدي بلا شك إلى الجانب السلبي وهو الإحباط ونتيجة لتعرض الفرد للضغوط الشديدة والمستمرة (الصبراني، مرجع سابق، ص. 47).

كما جاء تأثير عامل البيروقراطية في المركز الثاني بنسبة 90%، فالإناث كذلك يتأثرن بهذا الأسلوب لما له من سلبيات تعطل الأداء وتغير المزاج المهني.

أما المركز الثالث فقد جاء ثلاث عوامل بنفس النسبة وهي نسبة مرتفعة قدرت بـ 80% كالعامل الليلي بالتلفزيون فقضاء ساعات عمل متأخرة من الليل يربك المرأة كثيرا لأن بنيتها المورفولوجية من جهة لا تسمح لها بتحمل المشقة والتعب من منطلق طبيعة المرأة الرقيقة والضعيفة جسديا، ناهيك عن صورتها وثقافتها لدى المجتمع الجزائري الذي يرفض في أغلب الأحيان عملها ليلا خاصة المرأة العازبة. كما أن مسؤولياتها الاجتماعية لا تساعد على البقاء، وهو حال المتزوجات اللاتي يتحملن أعباء المنزل الكثيرة كترعاية الأبناء والزوج، ف"الزواج والأبناء" يؤثر فيهن بنسبة 65%، إذ نجد المرأة دائما في حالة من القلق والتفكير في عائلتها وأولادها وهذا الوضع يحدث لها إرهاقا نفسيا ويربكها وبالتالي ينقص من مردودها المهني. فالاحتراق النفسي (Burn out) حسب "فروودن بورجر Freuden Berger" هو حالة من الإنهاك الشديد للمواد الجسمية والذهنية، ويعتبر أحد الآثار الأكثر سلبية للضغط الحاد ويؤثر سلبا سواء بالنسبة للعامل أو العمل في حد ذاته، حيث يبدأ الضغط بالتعب والقلق ويصل إلى الانهيار (GUILLEVIC , 1999, pp. 178- 179).

وقد تبين أن العلاقات الإنسانية بين العمال لها تأثير كبير أيضا 80% وتلك العلاقات تتجم عن تدفق الاتصال غير الرسمي بينهن، فهن يتأثرن بأقوال وأوضاع بعضهن البعض من خلال الأخذ والعطاء في أحاديثهن، إذ نجد الكثير من العاملات تتحول علاقتهن من الزمالة إلى الصداقة حتى خارج المؤسسة خاصة إذا كانت حالتهم الاجتماعية معدلة وبمستوى جيد (السكن)، لأنهن يتأثرن بمدى وفرتها وترتيبها بنسبة 80% فالأنثى هي مصدر التباهي والتفاخر في وسط زميلاتها، وبالأخص عند استدعاءها لهن

في فرح أو مناسبات أخرى.

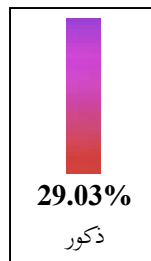
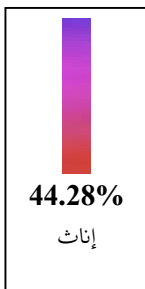
كما برز أن المهام التي تتطلب بنية قوية لها تأثير يتراوح بين الكبير بنسبة 60% والمتوسط 15% ولا تأثير لها بنسبة 25%، فالمعروف أن مهام التلفزيون خاصة الإنتاجية تحتاج إلى بنية جسدية قوية قادرة على حمل الديكورات والكاميرات والإضاءةات والميكروفونات وغيرها من الأدوات السمعية البصرية التي قد شكل عائقا خاصة أثناء الإنتاج بالنسبة للنساء لذلك يتواجدن أكثر بالإدارة وقاعات التحرير وفي وظائف التقديم والتنشيط. ولو أننا أصبحنا الآن نجد نسب معتبرة من النساء من يقمن بمهام الإنتاج واكتساح المرأة للأستوديوهات والتصوير بقوة، وهذا يجعلنا نستنتج رغبة المرأة وطموحها في مزاوله نشاطات كانت حكرا فقط على الذكور ومع عصر السرعة والتكنولوجيا والتوازن بين الجنسين تتوجه المرأة لمنافسة الرجل بشدة. النتيجة التي تسفر عن توقع مستقبل التلفزيون والتغيرات التي ستطرأ على مورفولوجيته البشرية (تطور المرأة في مهن الإنتاج التلفزيوني) ومورفولوجيته الشكلية التي سنعرض تأثيراتها في صناع الرسائل التلفزيونية وفقا للجنسين في الآتي.

سنكشف في النتائج التالية التأثيرات الفنية الشكلية في عمال مؤسسة الشروق نيوز، منطلقين من موضوع الإدراك الأشكال الهندسية في مجال السمع البصري التي تحقق الإبهار البصري لدى العامل قبل تحقيقه لدى المشاهد. فإذا استحسن وتأثر الإعلامي بالشيء الذي يصنعه، حتما سوف يحدث كذلك تأثيرا في الجمهور. ولعل فهم سلوك المبحوث من الدراسات الصعبة إلا أننا حاولنا اختبار إدراكه لمحيط العمل بأسلوب شبه تجريبي. ولقياس التأثيرات الشكلية واستنتاجها قمنا بالاعتماد على تقنية القياس الاختياري من خلال عرض صور في شكل ثنائي² ويقوم المبحوث باختيار الصورة التي يرغبها إدراكيا أي المكان الذي يحب العمل فيه. وقد قمنا بوضع متغيرات (مؤثرات بصرية) في كل صورة وإخفاءها من أخرى لكي نستطيع

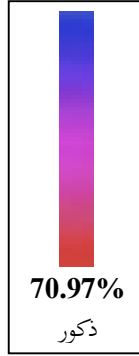
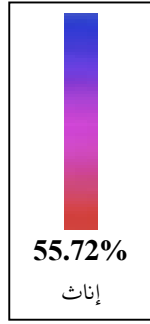
استنتاج أبرز العوامل التي قد يتأثر بها صانع الرسائل التلفزيونية.

(3) تأثير العوامل الهندسية الفنية في صناع رسالة قناة الشروق نيوز:

نسب التأثيرات حسب الجنس:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

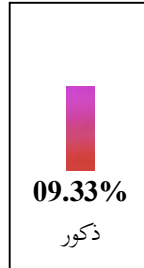
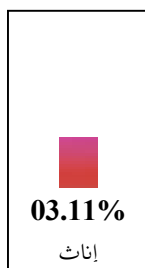
بينت لنا نتائج الاختبار أنه هناك توافقاً بين الجنسين في اختيار جو العمل من ناحية تعداد العمال بالشروق نيوز إذ اختار الذكور بنسبة 70.97% والإناث بنسبة 55.72% الصورة الثانية وهو الفضاء الذي لا يحتمل الكثير من الأفراد ويعمل بعدد قليل من العمال، غير أن 44,28% من الإناث يفضلن العمل مع فريق متعدد الأفراد بينما فئة قليلة فقط 29.03% من الذكور من اختارت هذا الفضاء.

فكما توصلت له نتائج الجداول السابقة، نلاحظ أن الإناث هن الأكثر تأثراً بزملاء العمل والأكثر ألفة مع الفريق المتعدد الأعضاء. بينما الذكور يكونون نوعاً ما منعزلين ويتفاعلون فقط إلا مع المضمون ووقت العمل. لذلك نجد نسبة كبيرة جداً من الرجال يفضلون العمل في فضاء قليل الأشخاص أقل ضغطاً ووشوشة وأكثر تركيزاً على الإخراج والتأطير والإنتاج الأحادي. ولعل هذا الأمر يتنافى مع معالم روح الجماعة خاصة في التلفزيون فهو المؤسسة الأكثر عملاً بهذه التقنية لأن منتجها يتطلب تلاحم جهود فريق عمل طويل، ولعل ما توصل له الباحثون من قبل الذين جاءوا بفكرة العمل في سلسلة أو مرور الرسالة عبر مراحل تيقنوا بأن إنتاج رسالة محترفة لا تصنع من قبل فرد واحد بل من خلال اتفاق أفكار الكثير من الأفراد وتكامل إبداعاتهم.

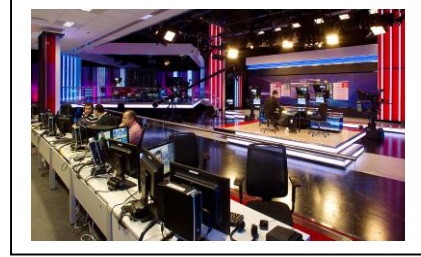
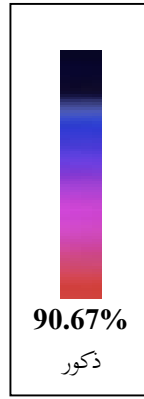
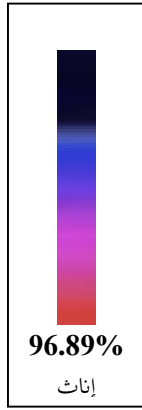
وبالرغم من أن النساء فضلن الانقسام بين مكان كثير الأفراد ومكان أقل كثافة فإننا نستنتج أنهن تتوجهن نحو العمل الفردي لتفادي التصادمات والصراعات مع الزملاء والزميلات وما ينجم عن الفضاء الكثيف من مشاكل في التفاهم والتواصل والرأي.

نسب التأثيرات حسب الجنس:

شكل قاعات التحرير وموقعها:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



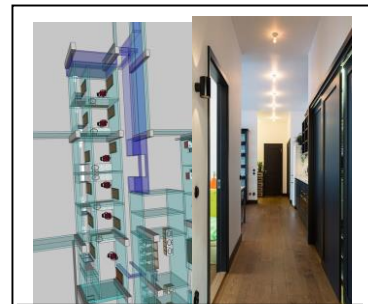
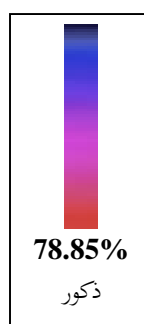
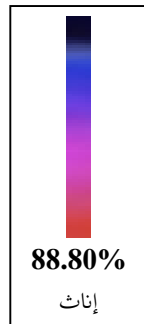
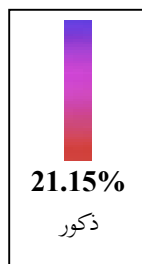
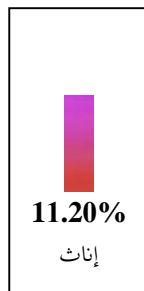
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

فيما يتعلق بشكل قاعات التحرير والموضع الذي تأخذه في المؤسسة، برز أن الجنسين يتأثران بتداخل الأشكال الناشئة عن الاتصال المباشر بالأسستوديو والبلاتو وذلك بنسبة 96.89% إناث و90.89% ذكور، فكما نلاحظ في الصورة رقم 2 فإن موقع قاعات التحرير المقابلة للبلاتو كمتغير فني له تأثير كبير في صناع الرسائل خاصة تقنياتها التكنولوجية العالية، بينما القاعات المنفصلة فإنها تفضل بعيدة عن تفضيلات عمال الشروق. ولعل اشتغال هؤلاء في نفس الوسط وبنفس بتقنية معاصرة فتحت أنظارهم على التواصل مع كل أعضاء فريق العمل وبناء علاقات اتجاهية مباشرة والتفاعل المستمر مع ما يحدث بالبلاتو، مما يفتح فرص التصحيح والتعديل وإضفاء ديناميكية على العمل أكثر.

وتفسير ضعف اختيار الصورة رقم واحد يبرز لنا التأثير السلبي في صناع الرسائل فهو يجعلهم أقل وعياً بما يحدث في الفضاء الإنتاجي ويفقدون لسيل وتدفق المعلومات، فبمجرد وجود حواجز (الجدران) ومسافات بين مختلف وحدات المؤسسة فإن هذا يضعف من عملية التفاعل بين العمال.

نسب التأثيرات حسب الجنس:

تصميم الفضاء الإداري:

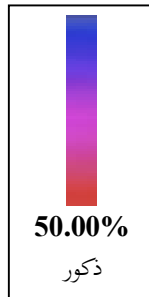
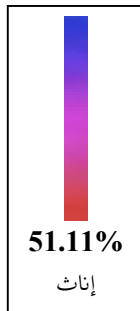
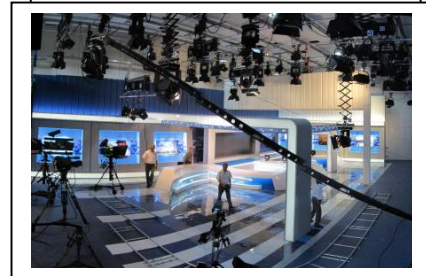
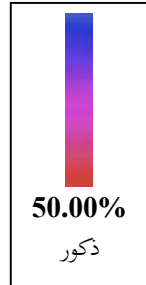
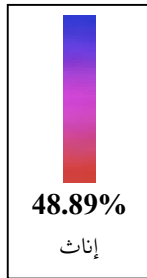


Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

ثبت أن للتصميم الإداري التابع لقااعات التحرير أو المشكل للجزء منه يؤثر في العمال بدرجة كبيرة، فهم يفضلون الفضاء المفتوح بدلا من الفضاء المغلقة مكاتبه، وقد عبرت الإناث بنسبة 88.80% والذكور بنسبة 78.85% عن تأثرها بالفضاء المفتوح وأهميته الإيجابية خاصة فيما يخص سرعة أداء العمل والشعور بالراحة بدلا من البقاء في غرفة مغلقة تكبح الإبداع وتسد النفس وتقلل من روح التواصل المباشر. غير أن هناك نسبا بسيطة تفضل الفضاءات المغلقة داخل قناة الشروق نيوز الأمر الذي يجعلنا نكتشف تواجد جماعات قليلة ترفض الاتصال المباشر وترغب بالمكوث في مكان منعزل يكون أكثر رسمية ويساعد على ممارسة نشاطات الرقابة والمركزية.

فكلما كان تصميم المكاتب في أشكال مفتوحة وثلاثية الأبعاد كلما كان مردود العامل مريحا لأنه يريح نفسياتهم ويساعدهم على العمل بشكل سليم خال من التشويش. فالمكتب الغارق بأوراق مبعثرة وأقلام متناثرة هنا وهناك يجعل الأفراد العاملين به في وضع عصيب، وبالتالي سيصعب عليهم أداء المهام فيتوقفون عن العمل ويحاولون الهروب من الشغل وتضييع الوقت. وإذا تأخرت المهام والقرارات فإن الأخبار ستتأخر كذلك وبالتالي ستقعد المؤسسة موضوعيتها واحترافيتها.

-الفضاء الإنتاجي: تصميم الأستوديو: نوعه وحجمه: نسب التأثيرات حسب الجنس:



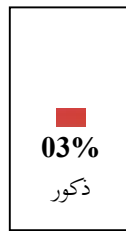
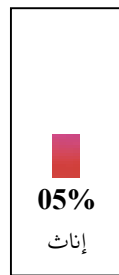
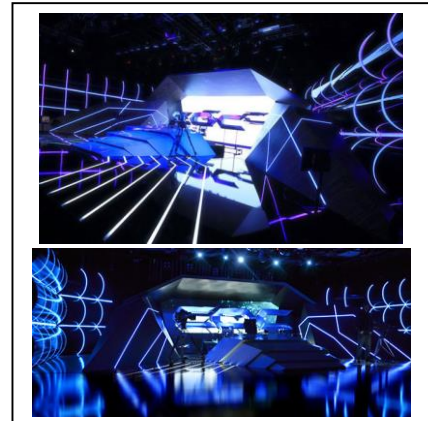
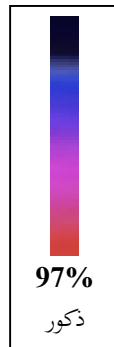
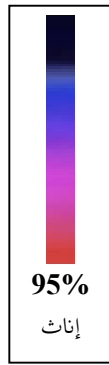
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

تعادلت تقريبا اختيارات المبحوثين في نوع الأستوديو وبفارق بسيط فقط عند الإناث في تفضيل الأستوديو الحقيقي عن الافتراضي، واللاتي اخترن بنسبة 51.11% الأستوديو الحقيقي الواسع الذي يحتمل تفاعل عناصر متعدد من الأشكال الهندسية كالديكور، والخلفيات، والكاميرات، والشاشات التي

بتفاعلها تحدث التناسق الحركي والضوئي مع الفضاء الإنتاجي والأشخاص القائمين عليه. بينما تتأثر نصف العينة بالفضاء الافتراضي أين يكون التعامل مع الأشكال صعبا، لأن تفاعل الأفراد مع خلفية ساكنة وبلون واحد يحتاج إلى خيال واسع في التفكير عند خلق طرق وأشكال تعوض الخلفية الملونة، وهنا يكون التعامل مع الجو العام صعبا يحتاج إلى تقنية عالية في فهم التأثيرات البصرية لخلق التناسب بين عناصر البلاطو وفقا لمبدأ الإبداع البصري وبذلك يحدث تناغم هندسي وتنشأ العلاقات الفضائية المعبرة عن مدى تحقيق النسبة والتناسب الشكلي مع طبيعة البرنامج.

ونلاحظ اختيار العمال للصورة الثانية يعني تأثره بنسبة الطول والعرض والارتفاع الذي يحقق لهم إشباعا بصريا ونفسيا في نفس الوقت لأن المكان واسع، وليس ضيقا فالفضاء الضيق يضيق النفس ويكبح الفكر في الإبداع ويشل الحركة والديناميكية داخل الأستوديو.

علاقة البلاطو بالتصميم والإضاءة والصوت: نسب التأثيرات حسب الجنس:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

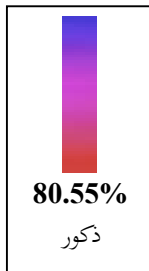
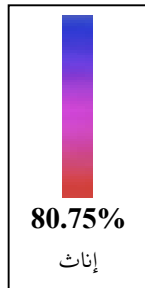
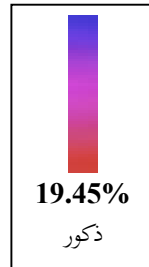
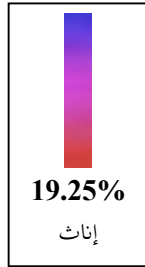
خلصت نتائج تأثيرات البلاطو والإضاءة والصوت أن صناعات الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز يتأثرون بالبلاطوهات الاستعراضية الثلاثية الأبعاد، بالإضافة إلى الألوان الثنائية (انسجام لوني) اللامعة والإضاءة الصاخبة التي تحدث إيقاعا لونيًا مع الإيقاع الصوتي فتحقق توازنات لونية مع الصوت إبهارا بصريا لدى المشاهد. وبالنظر إلى المتغيرات التي تحملها الصورة الأولى كالملمس والخامات الضوئية والانسجام اللوني بالإضافة إلى شكل البلاطو المصنوع من مواد لامعة كالألومنيوم والزجاج وهندسة الديكور

المعاصرة القائمة على أنابيب ضوئية طويلة وعريضة فإن 97% من الذكور و95% من الإناث يتأثرون بهذه العناصر. فمؤثر ملمس سطوح البلاطو في الأرضية والخطوط الضوئية بالألوان الناعمة التي تحمل قيم إخبارية، تبرز انعكاس الأشكال والتصميم عليه بشكل إيجابي وناجح. والتأثير الذي يوحيه ملمس خامة زجاجية بخلفيات ديكور معدنية سيحدث تأثيرا أولا في صانعه قبل مشاهده. وهي السمات التي تتمتع بها كافة التليفزيونات العالمية الخاصة التي من خلالها حققت أهدافا كثيرة ونجاحات لإعلاميين أو لبرامج أو لصورة المؤسسة في حد ذاتها والأمثلة كثيرة: BCC, TF1, BeinSports.

أما النسب التي تفضل العمل داخل فضاء أحادي الأبعاد وبالتضاد اللوني دون إيقاع تبقى ضئيلة جدا.

نسب التأثيرات حسب الجنس:

نوع الديكور والعناصر التيبوغرافية:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pintrest.com

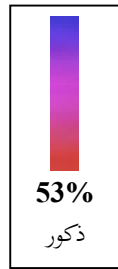
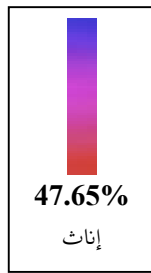
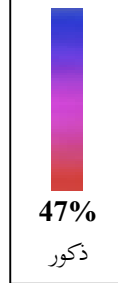
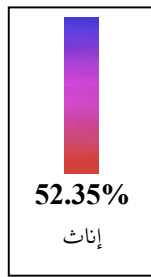
نتج عن اختبارات هذا العنصر، توافق نسبي بين الجنسين في اختيار أحد الصور التي تبرز أهمية الديكور والعناصر المصاحبة له والتي تكتسب أهميتها من ضرورة استعمالها الإيجابية وفائدتها في توضيح وتفسير الأحداث والأخبار للمشاهد.

فالمؤشرات التي تحملها الصورة الثانية تجعلنا نستنتج تأثر أكثر من 80% صانع وصانعة للرسالة بالديكور الممتد والمموج البانورامي الذي يحمل العديد من العناصر التيبوغرافية المصاحبة كخلفيات أو كاشاشات عرض مساعدة أو ملصقات بخامات وكتل واسعة وهذا من شأنه منح حرية أكثر للإعلامي في التعبير عن ما يقول بالصوت والصورة، ومنح كذلك مساحة للتبوع في المشاهد بما أن المسرح الذي ينشط منه المقدم واسع يمكن عبه إنتاج رسائل صورية وصوتية بألوان مختلفة مقنعة للمشاهد.

غير أنه نسبة 19.45% من الذكور و19.25% من الإناث يفضلون الديكور المغلق والبلاطو الذي يحتوي على شاشات عرض صغيرة لونية ذات إيقاع لوني ضوئي صوتي ثابت.

نسب التأثيرات حسب الجنس:

-البلاطو الحقيقي والبلاطو الافتراضي:



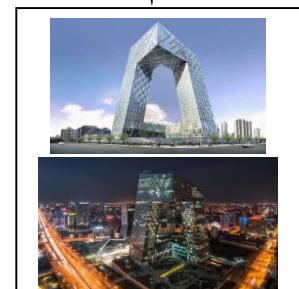
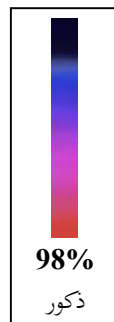
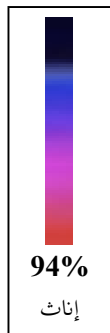
Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com

تكشف لنا النتائج بالأعلى عن وجود فوارق بسيطة بين الجنسين في التأثير بأسقف وأرضية وجدران البلاطو إذ أن 53% من الذكور من يميلون إلى النوع الافتراضي الذي يعتمد على خيال الإعلامي، بينما 52.35% من الإناث من تتأثر بالأسقف المزخرفة والجدران المصنوعة من الزجاج التي تمنح نظرة عن العالم الطبيعي الخارجي والأرضيات الملساء التي تحقق انعكاس وتناغم السقف والأرضية والجدران مع بعضها البعض.

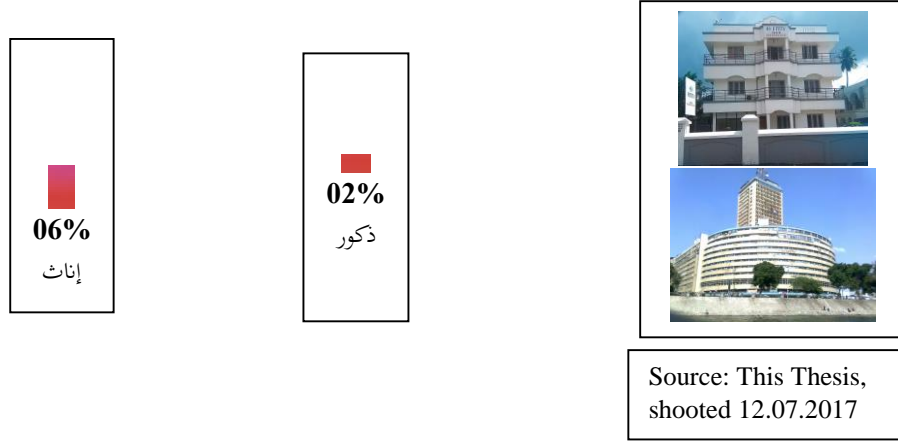
كما توضح ميل 47% من الذكور إلى الأسقف ثلاثية الأبعاد، الجدران الإلكترونية، ملابس أرضية لامعة وهي نسبة متقدمة تشير إلى رغبة الذكور في العمل بأشكال حقيقية. لكن تقطن 47.65% من الإناث كذلك يلفت الانتباه في أهمية التطور التقني على المحتوى في الإنتاج التلفزيوني، وتوجههن نحو العمل بهذا الفضاء يفتح الآفاق لتدريس تقنيات الإنتاج السمعي البصري بالجامعات الجزائرية.

نسب التأثيرات حسب الجنس:

-شكل وحجم المؤسسة من الخارج:



Source: Pinterest web site, email review, 2/9/2018, link pinterest.com



أصبح الشكل الخارجي للمؤسسات يمارس الكثير من التأثيرات ويأخذ بعين الاعتبار في البعث بالروح المهنية عند الإعلاميين. إذ أن الواجهة الخارجية تحوي خصائصا المفروض توحى بطبيعة نشاط المؤسسة وتموقعها في السوق، كما ترسم لدى الناس صور ذهنية عن تطورها وتقل علامتها التجارية وسمعتها في المجتمع الجزائري. والذي يثبت صحة هذا القول هو تأثر 98% من الذكور و94% بالمورفولوجيا الخارجية الضخمة ذات الحجم الكبير المعاصر المصمم بالزجاج بتقنية 3D بالأضواء التي تم أرجاءها في كل ركن من أركانها. وهاته المؤثرات البصرية اللامعة تحوي رموزا شكلية تسطع في الليل وهو التصميم الإيكولوجي العصري الذي يعمل بتكنولوجيا عالية الدقة. ولعل الفخر الذي يحس به العامل داخل هكذا مؤسسة يجعله يتبنى منطق "البيت الثاني" الذي يجعله يمضي وقتا طويلا بداخله دون ملل. وهكذا مؤثرات قد تعود على العاملين بالإيجاب لأنها تحمل الكثير من الأشكال التي تبعث بالراحة النفسية والهنية والاجتماعية فيزدادون حبا للعمل بها ويفجرون كافة طاقاتهم الوظيفية بغية إنجاح المؤسسة وإرضاء جمهورها.

وعليه نستنتج أن المورفولوجيا المواكبة للتطور الشكلي والمعاصرة، بالإضافة إلى التغيرات الهندسية في التصميم الخارجي للبنىات لها تأثيرات مهنية وبسيكولوجية في العمال، إذ أنه كلما كانت المورفولوجيا الخارجية ذات حجم محدود والواجهة المصممة من مواد بسيطة خالية من الأضواء ولا تحوي رموز شكلية لونية، كلما كان المردود أقل والفضل أكبر. فمن خلال رسم أشكال اتصالية ووضع لافتات إخبارية أو ملصقات في طابع تقني مؤسساتي يمكن الوصول إليها من خلال وجود أشكال عضوية (Organic) وهندسية (Geometric) تؤدي دور المحفز بالنسبة للعامل بقناة الشروق نيوز أين يشعر الفرد بروح نفسية معينة إما محببة أو مشجعة، وهذا الشعور سيجعله يتبنى سلوكيات مختلفة كدلائل عن تأثير المورفولوجيا. وفي الآتي سوف نعرض أبرز نواتج المؤثرات السابقة في صناعات الرسائل التليفزيونية ورأيهم فيها.

جدول رقم 89: يوضح التأثير الإدراكي لصناع الرسائل أثناء الإنتاج بقناة الشروق نيوز

التأثير الإدراكي	تكرار	نسبة
الأستوديو الحقيقي	30	54%
الأستوديو الافتراضي	26	46%
الديكور الحقيقي	30	54%
الديكور الافتراضي	26	46%
المجموع	112	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

تحدث الخصائص والمؤثرات السابقة بعض التأثيرات الإدراكية للمحيط بالنسبة لصناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز في اختيار مكان العمل الإنتاجي ونوعه. إذ توصل الجدول إلى وجود توافق في نتائج التأثير الإدراكي، فالعمال يرغبون بالعمل في أستوديو حقيقي بديكور حقيقي وذلك عند نسبة تقدر بـ 53% وتفسير ذلك يعود إلى اقتناع العمال بأهمية الأستوديو الحقيقي وما يحمله من خصائص شكلية تجعل علاقته بها ملموسة ومباشرة أين يكون تعامل الفرد مع الشكل تجريبيا وليس محسوسا كما يحدث مع الأستوديو الافتراضي. فالتفاعل مع الأشكال يكون فرديا وبعديا أي بعد التصوير ولقد عبرت نسبة 46% وهي نسبة معتبرة سجلها الجدول بالأعلى التي تفسر توجه الشروق نيوز للعمل بهذه التقنية والتي تسفر عن انطلاق مرحلة جيدة في الإنتاج التلفزيوني، وإن كانت التقنية قد مر عليها زمن من اكتشافها إلا أن ادراك العمال بالتلفزيون الخاص للعمل بفضاء افتراضي يحاكي الصناعة الإبداعية الخيالية المبهرة هو شيء إيجابي يدفع بالمؤسسة نحو التطور، بالرغم من المجازفة التي قد يعمرون بها خاصة أثناء عملية ما بعد الإنتاج (المونتاج) التي تحتاج دقة واحترافية عالية في معالجة المحتوى ولا يحدث هذا إلا بالتخصص وتدعيم التدريب. أما التفسير الذي يلاحق تأثير الأشكال الحقيقية بدلا من الافتراضية هو شعور العمال بالأمن في التفاعل مع الأشياء الملموسة التي تحافظ على استقرار إدراكاتهم اليومية لها، وهو السبب الذي يخلق الروتين في نفس البيئة ونفس الشكل ونفس الطرق، والابتعاد عن الخوف المهني من الافتراضي الذي يفرض التجديد في الهندسة والديكورات الأمر الذي يجعلهم كل مرة يتبنون أشكالا جديدة ببيئة وحلة ممتازة.

جدول رقم 90 يبرز التأثير المهني لعمال الشروق نيوز من خلال تسيير المؤسسة الإعلامية بالاعتماد على الفضاء

الافتراضي

المجموع	لا		نعم		التقدير
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
56	50%	28	50%	28	التسيير افتراضيا
100%					

لا زلنا بصدد الكشف عن أبرز التأثيرات الناجمة عن الشكل المورفولوجي للمؤسسة، لنتوقف عند التأثير المهني الذي توصل له الجدول رقم 90 إذ انقسمت العينة إلى نصفين فمن جهة هناك من يرغب في التسيير الافتراضي بنسبة 50% وهناك من يرفضه بنسبة 50% كذلك.

وهذه النتائج تثبت لنا فعالية وصحة الاختبارات السابقة وذلك من خلال تناسب وتوافق النتائج التي تدلي بأن الشروق نيوز تحتوي على عمال نصفهم من يرغب في تغيير بيئة العمل والتوجه نحو الافتراضية وهذا انطلاقاً من وعيهم بالتطور التقني والتكنولوجي وأبرز التغييرات التي ستطرأ على التليفزيونات مستقبلاً، والنصف الآخر أقل تشجيعاً للتغيير، فهو يريد متابعة العمل بالطرق التي يعملون بها حالياً والمحافظة على نفس الأسلوب الذي يمكنهم من الاستقرار وظيفياً، إلى جانب العمل بمورفولوجيا ثابتة وبنية حقيقية خاصة أن المؤسسة لا تشجع على التسيير الافتراضي وهي النتيجة التي توصلنا لها في الجدول الموالي.

جدول رقم 91: يوضح نظرة صناع الرسائل لمستقبل مؤسسة الشروق نيوز

الجنس		ذكر		أنثى	
التأثير المستقبلي		تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
غامض في طريقها نحو الزوال		3	8%	2	10%
تتطور مع تطور الأنظمة الإلكترونية		6	17%	5	25%
إعادة الهيكلة ومواكبة التغيير		7	19%	4	20%
تحريرها من الرقابة		9	25%	6	30%
تسيرها يتوجه نحو الافتراضية		3	8%	1	5%
التركيز على توظيف الكفاءات		8	22%	2	10%
المجموع		36	100%	20	100%

المصدر: هذا البحث، التحقيقات الميدانية للدراسة.

يبرز هذا الجدول تأثير المؤسسة بالرهانات التي تواجه مستقبلها سواء تلك التي تتولد من محيطها أو المرتبطة بأفراده أو الناجمة عن العلاقة بينهما. وأجاب كل من الجنسين أن مستقبل القناة يجب أن يتحرر من الرقابة بنسبة 30% من قبل الإناث و25% من الذكور. حيث باتت الرقابة أحد المؤثرات الرئيسية التي تواجه المؤسسات الخاصة وعمالها، تظهر أبرزها عند تضيق حرية التعبير وإبداء الرأي حول موضوعات تهم المجتمع الجزائري. فإذا أراد الإعلامي الكفو تطبيق احترافيته في التغطية الموضوعية ووجد صعوبات في تمرير الحقيقة، فإنه سيتوقف عن العمل النزيه ويلتجئ إلى التطبيع الذي ينقص من كفاءته.

وبالحديث عن العامل لكفو فإن الذكور وبنسبة 22% يقولون بأنه حان الوقت للتركيز على توظيف

الكفاءات لمواجهة كل المشاكل وممارسة النشاطات بكل ديمقراطية وحرية، والملاحظ أن الإناث عبرت بنسبة 10% فقط وكان هذا الحل لم يههما كثيرا، فكما سبق وأن أشرنا للطرق البعيدة عن المهنية التي تدخل بها إلى المؤسسة بقدر ما هي شخصية قائمة على المحسوبة. وعبرت الإناث كذلك بنسبة 25% والذكور بنسبة 17% عن أن المؤسسة تتطور إذا سعت إلى تطوير الأنظمة الإلكترونية ومواكبة التغيير الحاصل في مجال الإنتاج التلفزيوني الذي يتطلب إعادة هيكلة لقناة الشروق نيوز بنسبة 20% إناث و19% ذكور، إذ تبقى الأنثى الأكثر تركيزا على التأثير الهيكلي في مستواها المهني المتوجه نحو المحيط المنظم أكثر شيء. وتوضح أيضا أن المؤسسة لا تتطلع لإجراء تعديلات وإدخال متغيرات حديثة الفئة التي أجابت بالتسيير المؤسسة الذي سيتوجه نحو الاستثمار في الفضاء الافتراضي قليلة جدا 8% ذكور و5% إناث.

كما تبقى مؤسسة الشروق نيوز لـ 10% من الإناث و8% من الذكور غامضة تتوجه نحو الزوال، وهي النسبة التي تثير الكثير من الشكوك بالنسبة للباحثين حول مستقبل عمال القناة أو مستقبل القناة في حد ذاته، الذي يبقى تحت وقع التهديد الاجتماعي الذي يطالب بمزيد من الاحترافية والموضوعية والسيطرة الاقتصادية، التي تدعو المعلنين للانفتاح على القنوات الخاصة، والكبح البيوي الذي يحتاج إلى استثمار كبير في البلاطوهات والوعي بأهمية عالم الأستوديوهات التنظيمي.

في آخر هاته النتائج يمكن القول أننا أخذنا نظرة معمقة عن تركيبة الإعلام الخاص وأبرز المؤثرات والرهانات المحيطة به، وذلك من خلال أنموذج الشروق نيوز كمؤسسة خاصة تابعة لمجمع الشروق، إذ توصلنا في المحور الأول إلى اكتشاف الخصائص الهندسية لعمال الشروق نيوز وفي المحور الثاني قمنا بتشريح هيكل المؤسسة وأبرز التأثيرات الناجمة عنها. أما في آخر النتائج فإننا اكتشفنا أبرز العوامل المؤثرة في صناع الرسائل التلفزيونية سواء المتولدة من داخل المؤسسة أو خارجها.

الفصل 5

محتويات الفصل الخامس: خاتمة الدراسة

◆ تمهيد

◆ عرض ومناقشة النتائج العامة

◆ خاتمة البحث وآفاقه

تمهيد:

مع هذا العنصر نكون قد وصلنا إلى الحصاد الذي كنا قد زرعناه منذ وضع المعالم الأولى لإشكالية البحث وتساؤلاتها، وذلك بالمرور عبر العديد من الخطوات العلمية والمنهجية. وقد قمنا بمناقشة نتائج الدراسة الميدانية بالتحليل والتفسير الخاصة بكل من التلفزيون العمومي وتلفزيون الشروق نيوز، أين تعمقنا في دراسة مورفولوجيتهما، والهندسة البشرية، وأهم التأثيرات الناجمة عن محيط وبيئة العمل. كما تعرضنا بالتفصيل لكل الجوانب العلائقية التي ولدت مجموعة من المتغيرات الوسيطة الظاهرة في النتائج كمؤثرات (مورفيومات) إيجابية وسلبية، والتي في نفس الوقت تؤدي دور المحرك الرئيسي للعملية الإعلامية ككل إذ تتوزع وفقا للمقاربات النظرية التي تم تبنيها.

وعلى هذا الأساس، سيتم استخلاص النتائج العامة في شكل أربعة محاور للإجابة عن تساؤلات الأطروحة التي انطلقت منها إشكالتنا، بالإضافة إلى أن كل محور يصب ضمن سياق نظري عسى أن تطور نتائجه في كل سياق، ونستهلها بالتلفزيون الجزائري:

1.5 عرض ومناقشة النتائج العامة:

أولاً: نتائج التلفزيون الجزائري (القناة الأرضية):

1- الهندسة البشرية لصناع الرسائل بالتلفزيون العمومي:

-يمثل الجنس الطاغي للعمال في المؤسسات ونوعه المحور الذي تبحث في تأثيراته وأسبابه دراسات المورفولوجيا، وقد تغلب الذكور عن الإناث في القناة الأرضية، كما ظهر تفوق كبير لفئة المتزوجين عن الحالات الأخرى وأبرز شيء هو زواج صناع الرسائل بالتلفزيون العمومي من بعضهم البعض.

-لا تسعى مؤسسة التلفزيون العمومي لتشبيب المهنة، فهناك ضعف في الشريحة الشبابية بالقناة التي تركز على المتقدمين في السن ذوي الخبرة أكثر من الشباب في الإنتاج.

-يحتوي التلفزيون الجزائري على تركيبة مختلفة من العمال آتين من 16 ولاية جزائرية معظمها ولايات شمالية جاءت بالترتيب الآتي: شرق، وسط، غرب، جنوب. وتحصل الجهة الوسطى "الجزائر العاصمة" على حصة الأسد في عدد العمال الحاصلين على مناصب بالتلفزيون الذي يستقطب كذلك أشخاصا من ولايات أخرى خاصة الشرقية.

-اختلاف في المستويات التعليمية بين الجنسين إذ أن الإناث بالتلفزيون هن الأكثر حصولا على الشهادات الجامعية من الذكور، وهناك تواجد لفئات بمستويات لم تتعد مرحلة البكالوريا خاصة الرجال.

-فروقات في المستوى التعليمي الرجال ووجود هوة كبيرة بينهم، إذ أن هناك من يتوقف عن الدراسة

والتكوين التعليمي مبكرا، وفئة قليلة تكمل تكوينها العلمي إلى غاية مراحل متقدمة (دكتوراه).
-تمركز فئة كبيرة لدى الإناث في الحصول على شهادات جامعية وقلة قليلة من اكتفت بالتكوين التعليمي وضعف في إكمال الدراسات العليا.

-أغلب الذكور متحصلين على شهادة الليسانس توزعت بين التقنية وغير تقنية من جامعات الجزائر، البليدة وقسنطينة، بينما تتوقف الشهادة لدى الإناث في مستوى الليسانس بتخصصات غير التقنية والتي كلها متخرجة من جامعة الجزائر. كما أن هناك ضعفا كبيرا في حصول الجنسين على شهادة الماستر والماجستير وهذا ما يعكس تمركز تاريخ تخرج معظم العينة في سنوات الدراسة بالنظام الكلاسيكي أي ما بين 1995 و2005.

-ضعف عدد العاملين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال، فالقناة الأرضية تشتغل بـ 40 فردا ذا مؤهل علمي في هذا التخصص من بين عينة عددها 104 يعني أكثر من نصف العينة ليست متخصصة في المجال الإعلامي، وهناك نسبة ضئيلة من هم متخصصين في السمي البصري وغياب لمؤهلات تتجاوز ووظائف التلفزيون. فالقناة تشهد مزيجا من التخصصات الأدبية خاصة في شعبة العلوم الإنسانية والاجتماعية، وتخرج الذكور من الشعب التقنية خاصة الإلكترونيك.

-مستوى ضعيف في التكوين لتخصصات الإعلام والاتصال خلال المسار الجامعي، ويعود ذلك لعدة أسباب أبرزها نقص التدريب الميداني وطرق التدريس غير الجيدة بالإضافة إلى انعدام وسائل التكوين التي تساعد على فهم حقل الإعلام جيدا.

- انعدام التخصصات التي تعتنى بالوسائل المحدثة لبناء المضامين التلفزيونية مثل الإنتاج والإخراج (التصوير والإضاءة والإخراج وتشغيل الأستوديو).

- عمال التلفزيون الجزائري لا يحوزون على شهادات تكوينية مكملة خاصة فئة الشباب، الجانب الذي يبرز كسل الشريحة ما بين 20 و30 سنة وضعف رغبتها في التوسيع من حجم الثقافة المعلوماتية.

-ضعف ثقافة التدريب الإعلامي بالجزائر لدى المؤسسات، وقلة انفتاحها على الطلبة المتخرجين من الجامعات، فالتلفزيون الجزائري قبل بتوظيف عمال بدون تدريبات، الذي يأخذ على عاتقه التدريب بعد دخولهم للمؤسسة، وهم بعد توليهم لمناصب مختلفة يرغبون في التدرّب أكثر مستقبلا في الجوانب التقنية، والتحرير، والتنشيط إلى جانب التدريب الإداري والمؤسسي، خاصة العمال من الأعمار التي تثبت خبرة في المؤسسة، وهي الشريحة التي تقع بين الشباب والمتقدمة في السن. فهناك ارتباط بين عمر العامل والقدرة على التدريب فكلما كان العمر أقل كلما كان العامل أكثر تقبلا للتدريب والعكس صحيح.

-يمنح التلفزيون العمومي الجزائري عماله أجرا مرتفعا، واختلافات بين الجنسين في الرضا عن الأجر فالرجال راضون عن الأجر الذي يتقاضونه بينما الإناث لسن راضيات عن المال الذي تتقاضينه كل شهر.

-عمال التلفزيون الجزائري يملكون سكنا خاصا قريبا من مقر التلفزيون، فهذا الأخير يؤمن لهم المسكن، والمواصلات خاصة الإناث بينما يبقى الذكور الأكثر تعرضا لمشاكل السكن.

-المستوى الثقافي لصناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون العمومي جاء بدرجة متوسطة، فكلهم يتقنون اللغة الفرنسية وهاته الأخيرة تبقى أهم لغة تطلبها المؤسسة أثناء التوظيف، بالرغم من إقرار الجزائر تنصيب اللغة الإنجليزية كثنان لغة بالجزائر التي سجلت ضعفا كبيرا في إتقانها من قبل عمال المؤسسة.

-يمنع التلفزيون الجزائري عماله من ممارسة السياسة إذ يحجب عنهم الانخراط في الأحزاب السياسية، والانتماء إلى الجمعيات وممارسة الحقوق المدنية.

- يعيش التلفزيون الجزائري فراغا ثقافيا وضعفا في الاهتمام بالمطالعة، والرياضة، والسفر، والقيام بالنشاطات الفنية، فالذكور هم الأكثر انفتاحا من الإناث على ممارستها. وبالرغم من أهمية كل هذه العوامل الثقافية التي تساعد على إفراغ الشحنات السلبية والترويج عن النفس، إلا أن المؤسسة وعمالها لا يولونها اهتماما كبيرا ولا يعون بقيمتها في التحفيز بمجرد تنمية كل تلك العناصر الثقافية المهنية.

-صناع الرسائل بالتلفزيون الجزائري يملكون مناصب ووظائف مختلفة جاءت بإثنين وعشرين 22 مسما وظيفيا وهي كالآتي: محرر محقق درجة 1، محرر محقق درجة 2، محرر محقق متخصص، محرر ومقدم ومنتشط، محرر مقدم رئيسي، مهندس بلاتو، مصور الأخبار، أنفوغرافي، قائم بتحرير الصور والفيديوهات (مركب)، تقني صوت، مسؤول ديكور، مدير تصوير، مسؤول إرسال أخبار، سكريبت، مخرج أخبار، رئيس تحرير الأخبار، عامل على التوزيع الفني، مساعد ديكور، مرسل فيديوهات الأخبار VTR، مهندس ديكور، مسؤول إداري ومنسق إخباري، مجمل (قائم بعمليات الماكياج). والوظائف التي احتلت المراتب الخمسة الأولى في أهميتها لدى التلفزيون هي:

-محرر محقق درجة 1.

- محرر محقق متخصص، رئيس التحرير جاء بنفس المرتبة.

-مخرج أخبار.

- أنفوغرافي، محرر محقق درجة 2.

- محرر ومقدم ومنتشط.

- تفوق الإناث في وظائف التحرير والتحقيق وضعفها في وظائف الإنتاج، بينما يبرز الذكور بقوة في الوظائف التقنية، ويضعف كلما توجهت نحو الكتابة والتحرير.
- مهام التلفزيون معظمها ذكورية، إذ يشغل الذكور وظائف المسؤولية أكثر من الإناث كرئاسة التحرير بينما تشغل النساء الوظائف الإدارية الفرعية كالتنسيق والتنظيم.
- عمال التلفزيون الجزائري دخلوا دون خبرة قبلية خاصة الإناث، وتفوق الأشخاص الذين يشتغلون بالإذاعة الوطنية للفوز بمنصب داخل القناة الأرضية في صفة موظف بالقطعة.
- وجود تدرج في الوظائف بالمؤسسة وتطبيق واضح لسياسة السلم الهرمي في الترقية، إذ أن عمال المؤسسة تم ترقيتهم في مناصبهم خاصة الرجال إلى وظائف أعلى في المسؤولية لأن خبرتهم أكثر. وعليه فإن هناك علاقة بين سنوات العمل والتدرج في المناصب، فمن يمتلك خبرة قبلية يكون الأجدر بالتدرج إلى مناصب أعلى في السلم الوظيفي.
- تنوع كبير في وظائف الترقية حيث تقوم المؤسسة بتحفيز عمالها عن طريق منح ميزة الصعود في الوظائف الهرمية بمرتب أعلى.
- يوزع التلفزيون المهام وفقا لتخصص صناع الرسائل، وفي غالب الأحوال يركز على الخبرة، أما اهتمامات العمال بالمواضيع وفضاءات العمل هي آخر شيء تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار.
- وجود عمال يشتغلون بالتلفزيون منذ 38 سنة، إذ أن هنالك علاقة بين سنة التوظيف وطريقة التوظيف الذي توقف خلال السنوات الأخيرة. وقد وظف التلفزيون خلال سنوات 1992 إلى 2003 عمالا على أساس العلاقات الشخصية والواسطة مما أدى إلى وجود ضعف في الاعتماد على المعايير المهنية أثناء التوظيف.
- عدم اتباع التلفزيون الجزائري لسياسة توظيف شفافة، فهو يقوم بالكثير من التلاعبات وتطبيق أساليب غير مهنية بسبب المنفعة التي ينتظرها أصحاب القرار من خلال استغلال مناصبهم في قضاء حاجاتهم الشخصية.
- اختلفت الدوافع التي حفزت العمال على دخول التلفزيون الجزائري، فمنها من كانت حبا في المهنة والإعلامي له مكانة في المجتمع ومنها من كانت بالنسبة لهم الوظيفة الوحيدة التي حصلوا عليها. ولعل تناقض الدوافع يدل على التناقض الذي يقع فيه العمال بالتلفزيون بين من يحب المهنة ومن تحصل عليها كضرورة مهنية، فالأول سيشغل بكل إتقان والثاني بحتمية. وهذا التناقض أبرز اختلاف الجنسين في ظروفهم والأشخاص الذين يساندونهم، فالذكور يريدون ربح المال وفق تخصصهم بينما الإناث يرغبن

في تحقيق حلم الأولياء والأقارب.

-اختلافات في طموحات العمال بالتلفزيون الجزائري فالنسب الأكبر ترغب بالبقاء في التلفزيون، وهناك من يرغب بتغيير مجال الإعلام نهائيا والتوجه نحو التجارة والتدريس.

-تقهقر مكانة الجريدة والإذاعة بالنسبة لصناع الأخبار وعدم التنبه لمؤسسات الإعلام الإلكتروني بعد. في آخر نتائج هذا المحور التي كشفت لنا عن هويات وخصائص عمال التلفزيون، نستنتج أن التلفزيون لا يحتوي على شخصيات وإعلاميين ذوي قيمة صحفية كبيرة ولا يوجد إعلاميون نجوم حسب ما بينته نتائج الخلفيات الثقافية التي لا يولوها اهتماما كبيرا، بالإضافة إلى انحدرهم من مناطق وعائلات عادية أي ليسوا من سلالات فنية أو إعلامية بل لهم أقارب في الدولة. لذلك المحتوى الذي تقدمه القناة الأرضية يلقي الكثير من النقد من قبل الجمهور، والمتخصصين على حد سواء. فالطرق التي انتقى بها التلفزيون عماله باستخدام تقنية الوساطة يشجع على الرداءة ولا يختار الكفو، فعلاقة الكفاءة بطريقة التوظيف لها تأثير في صناعة المحتوى، إذ أنه كلما كان نوع التوظيف شريفا وموضوعيا كلما حصل التلفزيون على كفاءات متخصصة وملمة بمجال الإعلام تصنع محتوى مبهرًا وباحترافية.

وعليه فالعلاقة الارتباطية بين المتغيرات الشخصية والاجتماعية بالمحتوى الذي يتم صناعته هي علاقة تأثير وتأثر كونها لسيقة بالفرد وخلفياته من جهة وبالمؤسسة وموقعها من جهة أخرى. فعدم الموازنة بين الجنسين تثبت نشوء المجتمع الرجولي بالتلفزيون، الذين يتغلبون على الإناث في أداء المناصب ذات المسؤولية.

ونستنتج كذلك العلاقة المرتبطة جدا بين الجنس وتكوينه، وتدريبه، وأداءه للوظيفة، إذ أن ضعف التكوين في السمع البصري يؤدي إلى صناعة صورة رديئة وغير هادفة، ولو أن التدريب يعوض هذا النقص نوعا ما إلا أن عدم الإنصاف في منح دورات تدريبية بين الجنسين يخلق مشاكل مهنية، وبالتالي ستحدث اختلافات في صناعة الرسالة، ويصبح من تدرب يعالج جيدا ومن لم يتلق تدريبا يعالج برداءة وهناك ينتج الخطأ.

ووفقا لمدخل القائم بالاتصال، ونظرية حارس البوابة، وأبرز النتائج التي توصل اليها الباحثون لها من بلدان أخرى نستنتج أنه هناك اختلافات في الخصائص المورفولوجية الخاصة بالإعلاميين الجزائريين عن البلدان الأخرى، وهذا يرجع إلى اختلاف الثقافات والبيئات وعادات وتقاليد المجتمع، وأبرز شيء هو ضعف الجامعات الجزائرية في فهم مجال السمع البصري، لذلك ووفقا لأهمية التخصص في صنع رسالة محترفة توصل اليها، فهذه النتيجة تقول بأن ضعف التخصص يؤدي إلى ضعف في

صنع الرسالة الإعلامية باحتراف. ناهيك عن اختلاف الظروف وطبيعة حارسي البوابة، فالعامل بالتلفزيون الجزائري تطغى عليه أموره الشخصية على أموره المهنية فهو يتأثر بالأصدقاء والزملاء والشارع ومحيطه العائلي مهما حاول التجرد من ذاته.

2- مورفولوجيا المؤسسة والتنظيم الفيزيولوجي للتلفزيون العمومي:

1) هيكلية المؤسسة (الخصائص البنوية الخارجية والداخلية للمؤسسة):

- مؤسسة التلفزيون العمومي عبارة عن وحدة تنظيمية مهيكلية، يعود تاريخها إلى المرحلة الاستعمارية تدار من قبل مجلس إدارة وتخضع لمواصفات دفتر المهام الذي يحدد حقوقها وواجباتها النابع من المرسوم الوزاري الصادر في 24 جانفي 1987 المحدد للنظام الداخلي والبناء الهيكلي للمؤسسة الذي عُدل سنة 2009. إذ تحتوي المؤسسة على مورفولوجيا ضخمة ينظمها هيكل تنظيمي عام وآخر خاصة بمديرية الأخبار.

- تمثلت الأبعاد الهيكلية للمؤسسة في: الشكل وتبين أن هناك هيكلًا تنظيميًا مركزيًا، رسمي هرمي Pyramid يعمل بطريقة تقسيم العمل عبر المصالح والمديريات Departmental أي يركز على مناصب عامة وسياسة التجميع Grouping وليس على التخصص والوظيفة. ويحتوي الهيكل العالم على 31 جذعا مستقلا تابعا إلى المديرية العامة التي تحتكر الاتصال.

- نوع الهيكل يجسد العلاقة الكلاسيكية بين "الرئيس والمرؤوس" ويعتمد على التصميم الهرمي المتفرع ذو المسؤولية المحدودة والسلطة الأوحد في اتخاذ القرار.

- هيكل عام قوي من ناحية البنية وضعيف من ناحية الأداء يضم مجموعة من الأقسام، والفروع، والمصالح بينما لا يشرح تنظيم الفضاء الإنتاجي (الاستوديوهات) ويستبعده عن الهيكل بالرغم من أهميته الشيء الذي يبرز ضعف التنظيم بمصالح الإنتاج.

- لم يعتمد الهيكل في تصميمه على الوظيفة أو التخصص وركز على رسم خطوط السلطة وصلحياتها الذي ينتج التسلسل الهرمي الطويل.

- ممارسة للمركزية بصفة واسعة وتوجيه خطوط الاتصال من الأعلى إلى الأسفل، فالتلفزيون ينتهج سياسة المستوى الأعلى Top Level في تسير العمل واتخاذ القرارات.

- هناك علاقة ارتباطية بين تخصص صناعات الرسائل و رغبتهم في التدريبات والاحترافية، وبما أن تخصصهم ضعيف في السمع البصري فاحترافيتهم تبقى متوسطة وتضعف كلما غاب التدريب.

- تمثلت الأبعاد السياقية للمؤسسة في: الحجم فحجم المؤسسة ضخم، يؤدي في الكثير من الأحيان

للانفلات التنظيمي.

- تبرز التقنية التنظيمية في جانب واحد فقط وهي التقنية الإدارية في التنظيم، فهي تطبق كافة الإجراءات الإدارية البيروقراطية المعروفة (توزيع المهام، التسلسل الهرمي، الحضور، السلطة، المسؤولية، الغيابات، العقوبات)، بينما الجانب الأهم المتعلق بالإنتاج فلا نجد له أية تقنية تنظيمية تؤسس وتنظم لعمل الأستوديوهات والبلاتوهات.

- يضم التلفزيون مجموعة من المناصب المتعددة والمختلفة منها التي تجمع مهاماً متشابهة ومنها التي تجمع مهاماً مختلفة.

- تعمل مؤسسة التلفزيون الجزائري تحت إشراف وزارة الاتصال والاستقلال المالي، يتدخل المديرون في كل من الأبعاد الهيكلية والسياقية وإنتاج الأخبار والبرامج.

- لا يعتمد التلفزيون بصفة واضحة على استراتيجية تنظيمية واضحة المعالم بسبب ضعف الرغبة في تغيير الهيكل البشري والتقلل للعمل في بيئة أكثر استقلالية ومريحة.

- ثقافة المنظمة هي الخدمة العمومية للجمهورية الجزائرية والمنصب هو منصب مالي لدى الدولة.

- مديرية الأخبار هي جزء لا يتجزأ من المؤسسة، وهي عصب التلفزيون في تزويده بالأخبار وإنتاجها. يهيكل المديرية بناء تنظيمي مستقل كبير، وتضم القناة أستوديو واحدا رسميا للنشرات الإخبارية مركزيا منفصلا عن إدارة القناة وعن قاعات التحرير التي تتواجد في طابق منفصل تابع لبناية الإذاعة الوطنية.

- لا يوجد هيكل تنظيمي خاص بالأستوديوهات بينما هناك هيكل ينظم المديرية، وهو هيكل رسمي ديناميكي يأخذ شكلا أفقيا Flat في توزيع المصالح والفقرات. يحتوي على مديريات فرعية وأقسام ومصالح، يعتمد على تصميم لتسلسل هرمي متشارك حسب أداء المهام، وهذا التسلسل هو متفاعل ديناميكي. غير

أن أحرف الهيكل متشعبة ومعقدة التي تسفر عن تداخل في المهام والاحتفاظ البشري في الأقسام.

- لم يول هيكل القناة الأرضية اهتماما كبيرا في التخصص بالوظائف بقدر ما حافظ على التسلسل الهرمي.

- تعتمد المديرية على تقنية التعديلات المشتركة Mutual Adjustment (إعادة التشكيل) وميكانيزم التشارك الثلاثي والرباعي في العمل حسب حجم البرنامج المقدم.

- غياب لتقنيتي التدريب والتلقين Training and Indoctrination في الفضاء الإنتاجي فهو محتكر من قبل أشخاص ذوي الخبرة بالمؤسسة.

- تقوم المؤسسة بتطبيق استراتيجية تجميع الوحدات Unit Grouping التنظيمية التي أدت إلى:

➤ تكوين نظام من الإشراف المشترك على المناصب والوحدات وهذا خلق هيكل سلطوي فرعي
.Substructure

➤ تكوين نظام من الموارد المشتركة بين الوحدات (مشاركة أدوات العمل لتسهيل أداء المهام).

➤ تكوين نظام من المقاييس المشتركة في الأداء للتعاون على إنتاج نفس المحتوى.

➤ تكوين نظام من التشكيلات والتعديلات المشتركة.

➤ شمولية في توزيع المصالح وإغفال لتخصصات متعددة متعلقة بتسيير الأستوديوهات والبلاتوهات
وصناع المحتوى.

➤ التركيز على الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون تحديد مجالات هاته
التخصصات والقائمين عليها.

➤ الاعتماد على الفرق في العمل أي المناوبة، إذ تعمل القناة الأرضية بـ 4 فرق تتناوب على إنتاج
النشرات والحصص الإخبارية.

-تركز المؤسسة على رئاسة التحرير أكثر من تركيزها على سبل وطرق التحرير في حد ذاتها.

-هيكل القناة الأرضية والتي هي نفسها مديرية الأخبار يحتاج إلى التفصيل في الوظائف والمهام أكثر
والتعمق في ماهية المهنة.

-تضمين لأهم الوظائف (كالإخراج، إدارة البلاتوهات، الإدارة الفنية) ووضعها خلف أقسام ومصالح
إدارية وإنتاجية مما ينقص قيمتها ويفقد من أهميتها.

- تعتمد القناة الأرضية على جسم صحفي يضم مجموعة من المناصب المتعددة والمختلفة والمتخصصة
والمشاركة. فسياقها البنائي يعتمد التقسيم حسب الفروع وليس حسب الوظائف والتخصص.

-عدم وجود توازن وظيفي داخل المؤسسة التي تخفق في خلق توازن بين الجانب المؤسسي والتقني
لذلك فهي تميل نحو الانحراف الوظيفي.

-نتائج التحليل الوظيفي أسفرت عن نشوء ضغوطات مهنية من جميع المهام في وظيفة واحدة وتكليف
منصب معين بأداء مجموعة من الوظائف في آن واحد.

-كمون Latency وجمود تنظيمي ناتج عن العمل الروتيني والحجم والبنية المعقدة للتنظيم وتوضح أنه
أصبح من الضرورة إعادة إنتاج البنيات واستحداث وظائف جديدة.

- يعمل التليفزيون على تضمين الطابع المؤسسي داخل التنظيم وبالتالي عملية مقاومة التغيير تأخذ
موقعها في المؤسسة. فهي لا تقاوم التغيير بسبب نقص المهارات أو الموارد، بالإضافة إلى تصورات

أعضاء التنظيم وإدراكاتهم بأن التغيير يتناقض مع سياسة المؤسسة ونظام الشرعية.

2) توافق هوية صناعات الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري مع الوظائف التي يشتغلونها:

- هويات لمنتجات الرسائل يشتغلون بوظائف متخصصة في الإعلام دون تكوين ومن غير التخصص.
- يضع التلفزيون شروطا لتولي المناصب لكن تقنية الوساطة التي تستخدمها المؤسسة جعلت الأشخاص الذين يتولون تلك المناصب لا يتوافقون والمنصب، لذلك لا تتوافق هوية صناعات الرسائل مع مناصبهم.
فمثلا لم يفصل التلفزيون الجزائري في وضع مهام المحرر ونشاطاته وضيقها في البحث على المعلومة وتحريرها فقط. ولم يتعمق كذلك في وضع الكفاءات التي فعلا يجب أن يتحلى بها، بل قام بوضع كفاءات فضفاضة تنطبق على أي وظيفة أخرى.

- يضم التلفزيون الجزائري بنايات ضخمة يرجع تاريخها إلى الحقبة الاستعمارية، تصميمها بسيط وقديم وكلاسيكي، بواجهة قديمة مسيجة بشكل أمني ينقصها جانب الترويج والاتصال (غياب تام للألوان واللافتات التعريفية) وهي واجهة تقليدية تفتقر للهوية البصرية المعاصرة والتزين الإيكولوجي.

- هندسة التلفزيون يطغى عليها العمل الإداري الكلاسيكي والإعلامي التقليدي الذي يعبر عن سياستها، فهي قديمة تتنافى مع الهندسة الحديثة (المباني الإيكولوجية) التي تبعث بالمعاصرة، والتقدم، والتطور، والشفافية.

- تعمل المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري بمختلف قنواتها بلوغو واحد بدون وجود عريضة غرافيك Charte graphique، وجاء هذا الأخير في شكل دائري للدلالة على السلم، والسلام، والكفاح، وهو رمز لهيئة رسمية متفق عليها من طرف السلطة الجزائرية.

- أستوديو أخبار التلفزيون الجزائري قديم، إذ أن تكوين بلاتو الأخبار وهندسته مدققة جدا فيما يتعلق بالأرضية وحدود الطول والعرض الأمر الذي يثبت لنا أن علاقة الهندسة بالديكور وتصميم البلاط وثيقة جدا، لذلك كان التصميم محكما وموجها من قبل السلطات بما أن المؤسسة هي الناطق الرسمي باسم الدولة.

- أشكال بلاتوهات الأخبار الخاصة بالتلفزيون العمومي تقليدية ديكوراتها مستنسخة من التلفزيونات العمومية الفرنسية، السبب الذي يبرز علاقة التلفزيون الجزائري بالتلفزيون العمومي الفرنسي لصيقة جدا يرجع تاريخها لفترات قديمة جدا.

- بعد الحراك الاجتماعي حاولت القناة تغيير أشكال بلاتوهاتها، لكن ذلك فنيا ليس كافيا لوسيلة بحجم التلفزيون العمومي خاصة على مستوى الأنفوغرافيا والألوان والديكورات والمجسمات المهيكلة للأستوديو.

- هناك تأثير فيسيولوجي للإضاءة والألوان والأنفوغرافيا على العمال، إذ أن التليفزيون يعتمد على إضاءة أحادية، موجهة، قليلة الإشعاع بالنظر إلى ضعف البنية التحتية والمساحة الضيقة.
- ضعف المؤسسة من حيث الكفاءات العاملة بالفضاء الإنتاجي، إذ تعتمد على عمالها بمصلحة السينوغرافيا في تصميم البلاتوهات.
- يقيم صناع الرسائل التليفزيونية بأن مستوى تصميم الأستوديوهات، الديكورات، قاعات التحرير وتنظيمها يبقى متوسطا يميل نحو الرديء.
- كبح بنيوي في الإخراج الفني بالتليفزيون العمومي الجزائري، وخلفية مؤسساتية ضيقة تعمل على تغليب الجانب الإداري على الإعلامي.

3) تأثير العوامل التنظيمية الهيكلية في صناع الرسالة التليفزيونية بالتليفزيون الجزائري:

- هيكلية التليفزيون الجزائري معقدة لها تأثير سلبي بسيكولوجي خاصة في الإناث، ويتأثر بها المستوى الإداري الاستراتيجي من المؤسسة حجمه ضعيف.
- هيكل المؤسسة الرسمي له تأثير إيجابي سلوكي قوي على كل مستويات المؤسسة خاصة الذكور لأنه يوفر سمة التنظيم والعمل وفقا للتسلسل الهرمي.
- ثبوت المؤسسة وعدم ديناميكيته لها تأثير متوسط فيزيولوجي على كل مستويات المؤسسة، والذي يبدأ من المستوى الإنتاجي المنفذ إلى المستوى الإداري الاستراتيجي، حجمه قوي خاصة لدى الذكور.
- تقع المؤسسة بين الخاصية المتطورة وغير المتطورة والتي لها تأثير متوسط فيزيولوجي على كل المستويات، حجمه قوي خاصة عند الذكور.
- الترتيب التنظيمي للمؤسسة سجل تأثير إيجابي مهني حجمه متوسط في المستوى الأعلى أبرزه في الأنتى.
- كبر حجم المؤسسة يؤثر بشكل متوسط فيزيولوجي واجتماعي في المستوى التنفيذي والتحريري المعالج، حجمه قوي عند النساء.
- بنية المؤسسة القوية لها تأثير إيجابي مهني على كل المستويات حجمه قوي عند الذكور.
- شكل المؤسسة القديمة له تأثير متوسط إدراكي في المستوى التنفيذي حجمه متوسط لدى الذكور.
- نوع الاتصال من الأعلى إلى الأسفل الذي تعمل به المؤسسة يؤثر سلبيا ومهنيًا في المستوى الأدنى حجمه قوي لدى الذكور.
- بنايات المؤسسة المنفصلة لها تأثير متوسط فيزيولوجي في المستوى الوسيط والأعلى، قوي الحجم عند

الإناث.

-بناء التلفزيون غير مريح يؤثر سلبيا بسلوكيا وسلوكيا في المستوى الوسيط والتنفيذي، قوي الحجم عند الإناث.

4) العلاقات المهنية والتواصل داخل المؤسسة:

-الفضاء الإنتاجي هو أسرع في إنجاز المهام من الفضاء الإداري بالقناة الأرضية، لذلك يرتفع الجهد المطلوب في الفضاء الإنتاجي بصفة كبيرة عن الإدارة.

-التفاعل يكون أكثر في الفضاء الإنتاجي بخطوط اتصالية متشعبة ومتداخلة (شكل النجمة) ويقل في الفضاء الإداري الذي يكون نوع الاتصال رسميا نازلا أكثر.

-موازنة في الكفاءات البشرية بين الفضائين لكن نسبة الفارق جاءت سلبية 4,91% وهذا يفسر لنا نقص الكفاءات البشرية في الفضاء الإنتاجي والفضاء الإداري على حد سواء.

-التكامل في الأستوديوهات هو أبرز الأنماط التي ينجم عنها التفاعل والعمل ضمن روح واحدة، إذ يعمل صناع الرسائل بالأستوديوهات بنظام الفرق *Système des Clans*.

-التلفزيون الجزائري لا يعطي حرية مطلقة في المبادرة لكافة أعضاء الفريق مما يحد من تطوير المحتوى.

5) السلوك الإداري وأنماطه:

-علاقة الجنسين بإدارة المؤسسة سطحية تركز على التعاملات المهنية فقط، وزيادة سوء التسيير الإداري في المؤسسة ووجود مشاكل اتصالية ما بين الطرفين خاصة عند الإناث.

-لا يشرك التلفزيون عماله في الاجتماعات التنسيقية، ويفرق في التعامل بين الجنسين إذ أنه يفرض احترام التسلسل الهرمي أكثر على الذكور.

6) التحفيز والولاء للمؤسسة:

-يقضي عمال المؤسسة ذكورا وإناثا وقتهم الرسمي في العمل وأحيانا أكثر من زمن الشغل إذا تطلب الأمر ذلك.

-يقوم عمال المؤسسة بأعمال إضافية غير تلك التي تكون من مسؤوليتهم، ولا يتلقون أية مقابل مادي عليها إناث 45% وذكور 44% وعلى الأكثر سيكون مقابلا معنويا ذكور 31% وإناث 20% بينما نجد

نسب متساوية لدى كلا الجنسين في رفضهم لأداء مهام إضافية بنسبة 24%.

-نقص التحفيز وضعف ثقافة احتواء العامل وتنمية الشعور فيه بالانتماء للمؤسسة.

-تطبق المؤسسة تقنية المفاضلة بين العمال، وعدم المساواة بينهم في المكافآت، فتفضيل الأنثى عن الذكر في التلفزيون الجزائري أصبح مشكلا يعاني منه صناع الرسائل التلفزيونية الرجال.

-ذكور مستعدون للقيام بأعمال إضافية بينما الإناث قادرات على التخلي عن العطلة لمساعدة مؤسستهم في حال مرورها بأزمة، لكن أهم شيء هو عدم رغبتهم في خفض الراتب.

في آخر نتائج هذا المحور ونتيجة العلاقات الارتباطية بين هيكل المؤسسة ومردودها يمكن القول أن المؤسسة التي ترغب في الأمن والاستقرار تكون الأكثر بعدا عن تبني هياكل جديدة فعالة ومرنة في تبني التغيير، وتطوير النشاطات الجديدة، وتنسيق التعقيدات المتعددة للاستقلالية، والابتعاد عن الاتكالية أو الاعتمادية.

نتائج هذا المحور تتوافق وفرضية النظرية المؤسساتية القائلة بأن المنظمات تتأثر بسياقها المؤسساتي والشبكي، إذ يتألف السياق المؤسساتي من أشكال عقلانية للسلوك الملائم.

وتجدر الإشارة أن هناك توافق في نتائج هذا المحور مع المحور الجديد للنظرية المؤسساتية حول "الشرعية" التي توصف على تمسك التلفزيون الجزائري العمومي بالسياق المؤسساتي على المستوى المجتمعي أو التنظيمي فهو يقوم بتحسين الرفاهية الاقتصادية (الأجر المرتفع) والاجتماعية (إعانات الزواج والتدريب والسكن).

3- تأثير مورفولوجيا التلفزيون العمومي في صناع رسائلها الإخبارية:

1) الاستقرار والرضا على مورفولوجيا المؤسسة وأطرها الأخلاقية:

-طرق العمل تؤثر في أداء صناع الرسائل التلفزيونية بالتلفزيون العمومي وأبرز هاته الطرق هي النشاطات اليومية الروتينية، المهام التي تتطلب بنية فيزيولوجية قوية، الانتقائية في أداء المهام، الولاء لجهة وشخص معين.

- وجود الكثير من أساليب العمل السلبية داخل التلفزيون الجزائري والتي تؤثر في العمال مهنيا وهي طرق مترابطة تتولد من بعضها البعض لعدم انتباه المؤسسة لحلها، وتصلحها وإعادة النظر في التركيز على المحتوى والإنتاج أكثر من البنى الفرعية غير الإنتاجية.

- وعي صناع الرسائل بالجوانب الأخلاقية التي يجب التحلي بها أثناء ممارسة المهنة، وعدم قبولهم لشراء معلومات سرية، واستعمال وثائق حكومية بدون إذن، وخدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة، وتمير معلومات شخصية على حساب العامة، وتحريف المعلومات لكسب الجمهور، بالإضافة إلى رفضهم لإعادة تمثيل أحداث وتضخيمها والعمل بمؤسسة للحصول على معلومات داخلية واستعمال ميكروفونات

وكاميرات خفية. ولا يمكن إنكار تسجيل عينة بسيطة من تقبل العمل بالظروف السالفة الذكر.

-تتأثر صناعات وصناع الرسائل التليفزيونية بالتليفزيون الجزائري بمتغيري الأخلاق والنزاهة بنسبة 48.08%، وعدم تأثر باقي النسبة يوجي بضعف دور المؤسسة في تبني الأخلاق والنزاهة أثناء عملها.

- ضعف بنيوي هندسي للمؤسسة وذلك بنسبة 64% من وجهة نظر صناع الرسائل التليفزيونية بالتليفزيون العمومي الذين عبروا عن عدم رضاهم بنسبة عالية 74% عن طريقة تنظيم العمل ونسبة 70% غير راضية عن الشكل العام للتليفزيون، ونسبة 69% غير راضية عن طريقة عمل الإدارة و65% من صناع الرسائل التليفزيونية ليسوا راضين عن طريقة تنظيم فريق العمل الإداري. أما ظروف العمل فنسبة 64% غير راضية عنها، طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير نسبة 58% غير راضية ونسبة 57% ليست راضية عن تنظيم فريق العمل داخل الاستوديو. كما انقسم العمال بفارق بسيط 4% في مدى رضاهم عن شكل القناة من الخارج حيث أجاب 56% بلا و44% بنعم.

(2) تأثيرات السياقات الداخلية والخارجية للمؤسسة:

-تؤثر جمعات الضغط من داخل التليفزيون وخارجه بكثرة في صناع الرسائل التليفزيونية بالقناة الأرضية، فالرقابة الخارجية تؤثر بنسبة كبيرة جدا قدرت بـ 96% والمسؤولين بالمؤسسة لهم تأثير فاق الـ 77%.

- العلاقة بين زملاء العمل تراوح تأثيرها بين الكبير 48% والمتوسط 48% ولدى فئة قليلة ضعيف بنسبة 4%.

-تأثير الأصدقاء والمعارف يتراوح بين المتوسط بنسبة 48% والضعيف بنسبة 38% والذين لا يتأثرون قدرت نسبتهم بـ 14%.

- تأثير مصادر الأخبار متوسط نسبته 48% كما لا تمارس أي تأثير على نسبة 33% بينما نسبة ضئيلة فقط 19% من تتأثر كثيرا بهذا العامل.

- العوامل المادية والمعنوية لها تأثيرات قوية في الإناث فاقت نسبتها 72%، فالمهام التي تتطلب بنية قوية لها تأثير يتراوح بين الكبير بنسبة 57% والمتوسط 24% ولا تأثير لها بنسبة 18%، أما الذكور فتؤثر فيهم بمستوى متوسط 38% ولا تؤثر بنسبة 36% في حين أن نسبة 25% تتأثر بذلك كثيرا.

- العمل الليلي بالتليفزيون تراوح تأثيره بين الكبير 36% والمتوسط 36% في حين أجابت نسبة 27% من الذكور بأن العمل الليلي لا يؤثر فيهم مطلقا، بينما يحدث العكس بالنسبة للأنثى الذي يؤثر كثيرا فيها بنسبة 65%.

-يؤثر كل من الزواج والأبناء كثيرا في الرجال بنسبة 44% وتؤثر العلاقات بين الرجال وزملاءهم بنسبة

62%، أما النساء فيتأثرن بالزواج والأبناء بنسبة عالية جدا فاقت 82%، أما العلاقات الإنسانية بينهن تؤثر فيهن بنسبة 69%.

-يؤثر الأجر في الذكور كثيرا بنسبة 65% وتأثيره متوسط بالنسبة لـ22%، بينما 13% لا يؤثر فيهم، خلافا عن الإناث اللاتي يتأثرن بالجانب المالي بنسبة كبيرة وصلت إلى 86%.

-يؤثر السكن في كل من الإناث والذكور بنسب تصل إلى 70% لكل منهما، بينما التأثير المتوسط وعدم التأثير يأتي على نسب قليلة من عمال المؤسسة.

-تؤثر البيروقراطية بنسبة كبيرة فاقت 69% عند الذكور و76% لدى الإناث، بينما باقي النسب فقد انقسمت بين التأثير المتوسط وبلا تأثير لكلا الجنسين.

-هناك علاقة ارتباطية بين القرب من المؤسسة والأجر، فكلما كان العامل قريبا من مقر القناة ويملك سكنا خاصا فإن الإنفاق على مواصلاته ينقص، وبالتالي فإنه يستطيع العمل بأجر متوسط لذلك تأثير المال يكون متوسط لدى البعض، والعكس صحيح.

(3) تأثير العوامل الهندسية الفنية في صناع رسالة التلفزيون العمومي:

1- تأثير تعداد العمال بالأستوديوهات وقاعات التحرير

- اختلاف بين الجنسين في حجم التأثير بالتلفزيون الجزائري، إذ أن الإناث هن الأكثر تأثرا بالعمل في فضاء كثير الأشخاص، والعلاقات الفضائية التي تسمح بتدفق الاتصالات غير الرسمية، بالإضافة إلى التصميم الكبير والبلاط الحقيقي. كما أن روح الفريق وتنمية المعرفة والاستكشاف بالإضافة إلى المحافظة على الاستقرار الذي ينجم عنه الجمود التنظيمي هم أكثر العوامل التي تتأثر بها 80.41% من النساء. خلافا عن الذكور الذين يفضلون العمل في فضاء قليل الأشخاص أين يكون التعامل في اطار علاقات شكلية (غياب للاتصال)، كما يتأثرون بالتصميم المتوسط، والبلاط الافتراضي، والإنتاج الأحادي الذي ينمي الروح الخيالية والإبداعية والابتكارية وذلك عند 67.88% من الرجال. ويكون التأثير سلبي كلما حدث العكس أي كلما عملت الإناث في الفضاء الذي يفضله الذكور والرجال في الفضاء الذي تفضله الإناث.

2- تأثير شكل قاعات التحرير وموقعها:

- يتأثر الجنسان بتداخل الأشكال الناشئة عن الربط المباشر بالأستوديو، والبلاط وذلك بنسبة 88.35% إناث و87.50% ذكور، نفس النسبة التي تتأثر بالتصميم الفني المريح والحديث المشكل لقاعات معاصرة، إذ تمنح هذه الأخيرة إمكانية نشوء علاقات اتجاهية مباشرة. وهذه النسبة تتأثر بالسلب إذا عملت في

مكان يرمي بانعزال الأشكال (منفصلة عن الاستوديوهات)، بساطة التصميم وكلاسيكية العمل.

3- تأثير تصميم الفضاء الإداري:

- يتأثر 58.85% من الرجال و 57.88% من النساء بالشكل الإداري المفتوح والتقارب المكاني الذي يربط الأشكال والأفراد في نفس الوقت، كما يفضلون التصميمات الإدارية العصرية المشجعة على الديناميكية التي تنعكس عليهم بالإيجاب لأن الشكل الواقع بين المتوسط والصغير به فراغ صغير وكتلة ضيقة وبالتالي يكون الاتصال قصيرا ومباشرا يشجع على التفاعل بسهولة بين هيئات ثلاثية الأبعاد التي تريح صانع الرسائل مما قد يمنحه دفعا قويا للعمل بأريحة أكثر. على عكس الفضاء المغلق والانعزال المكاني الذي يسجل تباعد الأشكال ويبعث بالرسمية والبيروقراطية فينتج فراغا كبيرا بين الأقسام، وكتلة واسعة، واتصالا طويلا غير مباشر خاصة داخل الأشكال الكبيرة والهيئات ثنائية الأبعاد.

4- الفضاء الإنتاجي: تصميم الاستوديو: نوعه وحجمه:

- يؤثر فضاء الإنتاج الحقيقي بنسبة 88.18% في الذكور وبنسبة 78.36% في الإناث وتتجسد خصائص تأثيرات الفضاء في قاعة التحكم الحقيقية، الإضاءة الحقيقية، الديكور الحقيقي الممتد على مساحة واسعة بوجود نسبة وتناسب شكلي أين يكون الربط الحركي والضوئي أسهل وأريح فينتج بذلك علاقات فضائية، اتجاهية إيجابية.

5- علاقة البلاطو بالتصميم والإضاءة والصوت:

- تبين أن هناك اختلاف في التأثيرات والتفضيلات بين الجنسين فيما يتعلق بالمؤثرات الناجمة عن ترابط تصميم البلاطو والإضاءة والصوت، فالإناث يتأثرن بنسبة عالية 89.31% والذكور بنسبة 64.15% بالبلاطوهات ثلاثية الأبعاد، التي تحتوي على انسجام وتقابل وتنوع لوني، بالإضافة إلى انسجام لوني ضوئي يتلاءم والإيقاع الصوتي. وكنتيجة فنصاع الرسائل يتوجهون نحو الميل إلى التوازنات اللونية مع الصوت ويتأثرون ببروز الملامس والخامة الضوئية بالإضافة إلى الديكور الزجاجي.

- تتأثر الإناث أكثر من الذكور بالتصميم المبهر الذي يحتوي على انسجام بين الديكور والإضاءة والصوت.

6- المساحة نوع الديكور والعناصر التيبوغرافية:

- تتأثر نسبة 89.42% من الإناث و 68.85% من صناع الرسائل بالتلفزيون الجزائري الذكور، بالمساحة الواسعة القادرة على حمل ديكور ممتد مصاحب للعناصر التيبوغرافية ذات الخامات والكتل الواسعة، التي تمنح للمصمم أو المخرج القدرة على إدراج شاشات عرض كبيرة، وملصقات ولوحات إلكترونية فنية

تساعد في شرح المضمون بتوفر إيقاعات لونية ضوئية صوتية متنوعة. هناك علاقة ارتباطية بين المساحة والديكور والعناصر التيبوغرافية إذ أنه كلما كانت المساحة واسعة كلما كان التعامل مع الديكور أريح ومبدع وقابل لوضع عناصر تيبوغرافية مصاحبة أكثر والعكس صحيح.

7-البلاتو الحقيقي والبلاتو الافتراضي:

-يؤثر السقف ثلاثي الأبعاد والجدران الإلكترونية وملامس الأرضية والبلاتو الضوئي في معظم صناعات الرسائل التليفزيونية بالتلفزيون الجزائري. بينما البلاتو الافتراضي فتفضله نسبة ضئيلة جدا.

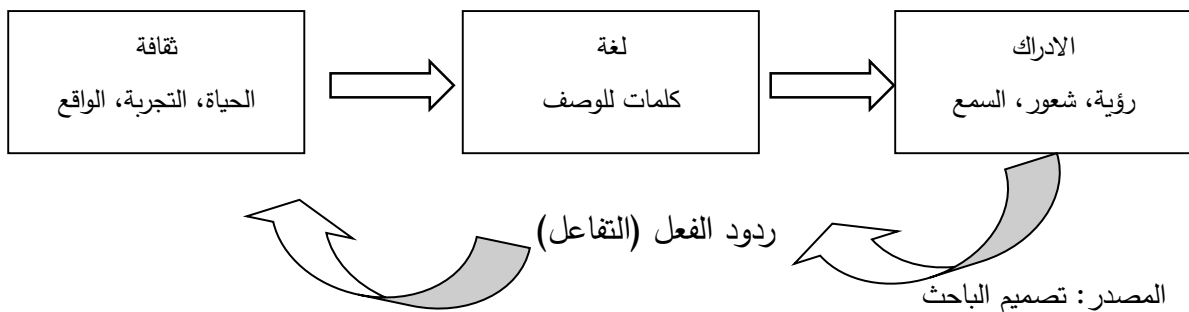
8-شكل وحجم المؤسسة من الخارج

-تؤثر المورفولوجيا الخارجية بالشكل المعاصر الإيكولوجي، ذات الحجم الكبير ثلاثية الأبعاد إيجابيا في 77.18% من نساء و58% من الرجال، خاصة ما تحمله من مؤثرات بصرية كالواجهة المصممة من الزجاج والواجهة الضوئية اللامعة والتي تتكون من رموز لونية بارزة تعبر عن النشاط السمعي البصري للتلفزيون.

-أبرز نواتج هذه التأثيرات تجسدت في عدم إدراك صناعات الرسائل التليفزيون الجزائري للسمة الافتراضية في الإنتاج السمعي البصري وتوجه رغباتهم للعمل في بيئة حقيقية بالرغم من توفر لدى نسبة 66% من صناعات الرسائل الرغبة في التغيير والتوجه نحو التسيير الافتراضي للمؤسسة الإعلامية، إذ يتأثر الإعلامي بنمط وثقافة ولغة التشغيل التي تفرضها المؤسسة، فهناك صلة وثيقة بين الإدراك واللغة والثقافة.

فالشعور بالشيء ثم سماعه ورؤيته يكون لنا إدراكا أوليا لذلك الشيء، وبمجرد حدوث هذا فإن الإعلامي (كالمخرج) يبحث عن كلمات لكي يصف ما أدركه عن ذلك الشيء، وعندما يحدث نفس الموقف معه فإن رد فعله سيكون أسرع بحكم خبرته فتتكون بالتالي لديه ثقافة حول الخصائص الشكلية للأشياء. وبالتالي نجاح عملية توظيف تلك الأشكال يتوقف على معرفة القيم الفنية وإدراك إمكانيات

شكل رقم 19: يبرز العلاقة بين الإدراك واللغة والثقافة



وخصائص وتأثيرات كل منها، وتوظيفها في مكانها الصحيح. فصناع الأخبار التلفزيونية مثلا لكي يخدم مشهده التلفزيوني في شكل جميل مؤثر ومناسب يجب أن يفكر في الخصائص التعبيرية التشكيلية والآفاق الابتكارية في مختلف التخصصات (الصحفية، النحت، التصميم، التصوير...) ويقوم بقراءة تلك الخصائص وتحويلها إلى قيم ذات طابع تقني وفني والبحث في سماتها ودلالاتها وتأثيراتها.

-علاقة العامل ومؤسسته أصبحت تميل نحو التأثير والتأثر ببعضهما البعض، فالتلفزيون العمومي يحتاج إلى إعادة هيكلته ومواكبة التغيير وتطوير الهندسة بالأنظمة الإلكترونية والتركيز على توظيف الكفاءات، وإن لم يتم تحريرها من الرقابة فإن مستقبلها سيكون غامض ويؤدي بها إلى طريق الزوال.

ثانيا: النتائج الخاصة بتلفزيون الشروق (الشروق نيوز):

1- الهندسة البشرية لصناع الرسائل بقناة الشروق نيوز:

-تفوق كبير للرجال بقناة الشروق نيوز على النساء أين يثبتون الحالة الاجتماعية "متزوج"، بينما تفضل القناة الفتيات العازبات. إذ أنه هناك ضعف في التوازن بين الجنسين الأمر الذي يبين فقدان القيمة المورفولوجية وأهمية تسيير الموارد البشرية بالقناة.

-تواجد قوي للشريحة الشبابية وتركيز القناة على تشبيب هيكلتها إذ أنه هناك انخفاضا للأشخاص المتقدمين في السن.

-تركيبية مختلفة من العمال الآتين من أربعة عشرة 14 ولاية جزائرية متموقعة أبرزها في الشمال، والتي سجلت بين جهتي الشرق والوسط. كما تصدرت الجهة الوسطى "الجزائر العاصمة" المرتبة الأولى في عدد العمال الذين ينحدرون منها. وظهرت سبعة 7 ولايات نشأ فيها صناع الرسائل الذكور والتي جاءت في الترتيب العددي التالي: المدية، تبسة، البليدة، البويرة، بجاية، تيزي وزو، عين الدفلى. والإناث: عنابة، جبجل، خنشلة، مسيلة، مدية، تبسة، أما فيما يخص المناطق التي ترعرع فيها الموظفون الرجال، حافظت العاصمة على صدارتها والولايات الأخرى جاء ترتيبها كالاتي: المدية، البويرة، تبسة، بجاية، تيزي وزو، عنابة، عين الدفلى، والإناث: عنابة، تبسة، سطيف، المدية، المسيلة، بومرداس، خنشلة. ونلاحظ مغامرة الإناث ورغبتها في العمل بالقناة تجعلها ترفع التحدي وتنتقل للعيش بالعاصمة.

-موظفات آتين من ولايات مختلفة عبر التراب الوطني الجزائري خاصة الشرقية، وذكور منحدريين من ولايات وسطى ووسطى غربية.

-تفوق الإناث على الذكور في نسب الحصول على الشهادات الجامعية، ووجود نساء بتكوينات قاعدية فقط.

- رجال عاملون بشهادات مهنية إذ يكتفون بتكوينات تعليمية من جهة، ومن جهة أخرى تفوق نسبة من الذكور في تكملة المسار العلمي الذي يبرز طموحهم العلمي أكثر من الإناث.
- ذكور وإناث متحصلون على شهادة ليسانس غير تقنية وتفوق نسبي للإناث في نيل شهادة الماستر، وانعدام كبير لأسماء الجامعات الجزائرية، واحتكار عريض لجامعة الجزائر العاصمة بمختلف كلياتها، الأمر الذي يبرز تفضيل القناة للشهادات الصادرة عن جامعة الجزائر العاصمة خاصة الحديثة 2006 و2019.
- ذكور وإناث من مختلف التخصصات الأدبية وقلة عدد المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال 23 متخصص من بين 56 موظف الذين ظهروا في العينة، وانعدام في نسبة التخصصات السمعية البصرية.
- مستوى التكوين الذي زاوله صناع الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق في علوم الإعلام والاتصال ليس جيدا وأسباب ذلك تعود إلى نقص التدريب الميداني وانعدام الوسائل السمعية البصرية (كالأستوديوهات) التي تساعد على فهم الدروس النظرية أكثر.
- هناك ارتباط بين السن والجنس ومدى الحصول على شهادات مكملة للمؤهلات الجامعية إذ أنه لا يحمل صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز لشهادات إضافية سوى فئة صغيرة، وهي فئة الشباب المتخرجين حديثا، وأبرز الشهادات التي بحوزتهم انحصرت في الإعلام الآلي والسمعي البصري، أما الشهادات في الإدارة واللغات فهي منعدمة.
- اختلف الجنسان في قناة الشروق نيوز عند متغير التدريب، إذ سبق للذكور الحصول على تدريبات قبل دخولهم للمؤسسة بينما عاملات قناة الشروق نيوز بدأت العمل دون أي تحضير قبلي أو تدريب بالمؤسسات، والسبب يرجع لشلل مراكز التدريب الإعلامية الجزائرية.
- كما أن المؤسسة لا تقوم بتدريب عمالها بعد توظيفهم الأمر الذي يجعلهم يطمحون كلهم لإجراء تدريبات في المستقبل خاصة الإناث.
- وجود علاقة بين التدريب وعمر الجنس بقناة الشروق نيوز، فصناع الرسائل المتقدمين في السن يرغبون في التعلم والتدريب لتحسين المستوى، بينما يرفض الشباب ذلك ويفضلون الاتكال على الغير والعمل في حدود سطحية تبعدهم عن التعب وإجهاد النفس.
- اختلاف في نوع التدريب بين الجنسين فالذكور يرغبون بالتدريب التقني بينما الإناث يملن أكثر إلى التدريب في مجال التحرير والتنشيط، أما الجانب المؤسساتي فلا يستقطب أيا من الجنسين.
- الوضع الاقتصادي للعمال بقناة الشروق نيوز سيء جدا، ييوح بانخفاض الأجر الذي يتقاضونه ليس

شهرًا بل بين أربعة 4 وخمسة 5 أشهر لذلك جل الموظفين غير راضين على هذه الحالة.
- لا تؤمن المؤسسة المسكن والمواصلات لعمالها، فهناك عمال يقطنون مع العائلة وقلة من يملكون سكونًا خاصًا، لذلك معظمهم يستأجرون شققًا موقعها بعيد عن مقر القناة لأنهم لا يجدون فرصًا للسكنات القريبة من المؤسسة بحكم الاكتظاظ السكاني.

- مستوى ثقافي متوسط ونقص فيمن يتقنون اللغة الفرنسية والإنجليزية خاصة النساء، وابتعاد عمال الشروق نيوز عن الممارسة السياسية والاجتماعية والمدنية.

- عمال رجالًا ونساء يطالعون جيدًا لكنهم لا يمارسون نشاطات فنية ولا رياضية ولا يقومون بالسفر كثيرًا.
- لا تتبع قناة الشروق جدولة واضحة لتسمية الوظائف حيث تبين أن هناك مناصب لا تمت للتلفزيون بصلة، كما نجد مناصب معاصرة وحديثة، فصناع الرسائل يحوزون على مناصب ووظائف مختلفة جاءت على 21 مسمى وهي كالاتي: صحفي محقق، مسؤول موقع (الاستوديوهات)، رئيس تحرير الأخبار، مركب، تقني صوت، مخرج أخبار، مبرمج أخبار، معد ومقدم، رئيس منسقي الأخبار، صحفي ومذيع أخبار وبرامج، مذيع أخبار، مصور، مسؤول إرسال، انفورغرافي، صحفي محرر، مكلف بشريط الأخبار، مسؤول إضاءة، Chef OPV مسؤول تشغيل الفيديوهات، OPV مشغل الفيديوهات، الموجهة الرسمية للشروق نيوز، سكريبت، منشط رئيسي وأنت الثلاث مراتب الأولى للوظائف كالاتي:

- صحفي محقق.

- منشط رئيسي.

- مصور، صحفي محرر.

- توازن بين الإناث والذكور في وظائف التحرير والتحقيق، إذ يبرز الذكور أكثر في وظائف الإنتاج.
- معادلة في تولي مناصب المسؤولية بين الجنسين وازدواجية في الوظائف بمهام متعدد كوظيفة صحفي ومذيع أخبار وبرامج.

- ذكور دخلوا للمؤسسة بخبرة في مجال الصحافة كانوا موظفين جلهم في الجرائد وقلة من الإناث من دخلت للقناة بخبرة سابقة.

- عدم مناصفة للقناة في طلب الخبرة من الجنسين إذ تشترط على الرجال خبرات قبلية أكثر من الإناث.
- عدم تطبيق سياسة السلم الهرمي في التدرج بالوظائف، إذ أن معظم عمال المؤسسة لم يتم ترقيتهم في مناصبهم خاصة النساء، أما الرجال الذين تم ترقيتهم فلم يكن هذا الفعل على أساس سلم مهني منظم، فعلى سبيل المثال وليس الحصر، من غير المعقول أن يصبح مسؤول تركيب مسؤول موقع الاستوديوهات

إذ أن الشخص المخول لممارسة هاته الوظيفة هو مسؤول التصوير أو الإضاءة أو المخرج (انظر نتائج السلم الهرمي الخاص بالشروق نيوز) لذلك الترقية جاءت كمكافئة تحفيزية فقط.

- تقوم الشروق نيوز بتوزيع المهام على عمالها وفقا لتخصصهم بالدرجة الأولى والخبرة بالدرجة الثانية، أما اهتماماتهم وطلباتهم فهي في آخر تطلعات المؤسسة.

- قامت المؤسسة بتوظيف كبير خلال سنوات 2012 و 2017 باستعمال تقنيات مختلفة أبرزها الوساطة وعن طريق الكاستينغ، والعمال الذين تم اختيارهم تقدموا بدافع حبهم لمهنة الصحافة والإعلام ودعم الأولياء والأقارب، بالإضافة إلى محاولتهم لتحسين وضعهم الاقتصادي من خلال ربح المال.

- اختلاف في تحفيزات وأسباب العمل بقناة الشروق نيوز بين الذكور والإناث. فالرجال يميلون أكثر للإبداع وتطوير تخصصهم، بينما النساء حبن للإعلام والأضواء وكسب المال كانا أقوى حاجاتها من القناة.

- يرغب جل صناع الرسائل التلفزيونية في الاستقرار من خلال إصرارهم على العمل في الوسيلة التلفزيونية، كما يوجد نسبة ضئيلة من تريد التوجه نحو العمل الإلكتروني والشغل لدى مؤسسات الإنتاج الخاصة وهو ما يبرز استيعاب العمال للتحول والتطور الرقمي.

في آخر نتائج هذا المحور يمكننا استنتاج أنه لا يوجد معالم للإعلامي النجم Media Stars في الشروق نيوز بالنظر إلى ضعف المعايير الثقافية لديهم، وابتعادهم عن الشهرة وصناعة الهويات الإعلامية المشهورة. واختلاف هويات صناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز يعود إلى اختلاف تفاصيلهم الشخصية، والاجتماعية، والإنسانية، والاقتصادية، والثقافية، والمهنية، وطموحاتهم. فالقناة لا تعمل على توحيد هويات عمالها وطموحاتهم كذلك بقدر ما تركز على الكمية والتكنولوجيا والعصرية وهذا شيء سلبي يوقعها في الاختلالات التقنية إذ يجب أن تتفطن إلى التكوين والتدريب على حد سواء.

2- مورفولوجيا المؤسسة والتنظيم الفيزيولوجي لقناة الشروق:

(1) هيكلية المؤسسة (الخصائص البنوية الخارجية والداخلية للمؤسسة):

- تنتمي الشروق نيوز إلى مجمع الشروق للإعلام والنشر، انطلق البث التجريبي للشروق العامة في 2011 وبدأ نشاطها الرسمي في مارس 2012 بعد الإصلاحات السياسية والإعلامية الجزائرية التي أسفرت عن ظهور القانون العضوي للإعلام 2012. أما الشروق نيوز فقد انطلق بثها عام 2014 من العاصمة الأردنية.

- عدم وضوح دفتر شروط القناة، وهناك نوع من الضبابية في فتح المؤسسات الخاصة والقواعد التأسيسية

التي يتم إبرامها بين مالك القناة ووزارة الإعلام التي نصت على فتح دفتر شروط لم يتم الكشف عن مواده.

- الواقع المهني للإعلام الخاص يشهد خلطا في فهم المؤسسة مما أسفر عن ضعف البنى التنظيمية بقناة الشروق عامة ونيوز على وجه الخصوص، وذلك لغياب التسيير الإداري المحكم الذي ينظم عمل المؤسسة ومواردها البشرية.

- عدم توثيق نشاطات المؤسسة وغياب لهيكل تنظيمي رسمي ينظم مؤسسة الشروق نيوز.

- تتبع مؤسسة الشروق نيوز قانونيا وزارة الاتصال وسلطة الضبط السمعي البصري، بموجب القانون العضوي للإعلام الصادر في الجريدة الرسمية. والتي تدار من قبل مدير عام به 5 هيئات (الجريدة والمجلة والقنوات) وتخضع لمواصفات دفتر المهام.

-صناع الرسائل التليفزيونية يشتغلون بالقناة لأنها مكان للعمل وكسب الرزق، فالإعلام الخاص يستقطب أشخاصا لأغراض اقتصادية أكثر منها مهنية.

-التنظيم الشكلي للمؤسسة هو مركزي متوسط يركز على الوظائف ويأخذ صفة رسمية بتصميم هرمي Pyramid يستخدم تقنية التوزيع عبر الوحدات والأقسام.

-تنقسم القناة وفقا لجذعين يتبعان الرئيس المدير العام الذي يوجه كافة تنظيم الشروق، ويحاول إظهار عصرنة قنواته والابتعاد عن كلاسيكية الهيكل، وهذا ما يظهر في كل من الشروق العربي الأسبوعية والشروق اليومي.

-للشروق إدارة واحدة بـ 5 هيئات ويأخذ التصميم الشكل الأفقي Flat الذي يساعد على التفاعل بين كل الأعضاء.

-تعتمد المؤسسة على تقنية الكاستينغات ولا يوجد شبكة توظيف توضح هوية المتقدمين لها.

(2) توافق هوية صناع الرسالة التليفزيونية بقناة الشروق نيوز مع الوظائف التي يشتغلونها:

-توازن وظيفي بين هوية صناع الرسائل التليفزيونية والوظائف التي يشتغلونها.

-خلل وظيفي في هيكل المؤسسة وغياب لمعالم التسيير الشفاف عند الإدارة العليا.

- غياب للشرعية المؤسساتية والوعي بأهمية التنظيم الخاص بالمؤسسة الإعلامية بفضاءها الفضاء الإداري والإنتاجي (الأستوديوهات والبلاتوهات).

- لا توجد رغبة لدى الأفراد بالشروق نيوز في التعرف على الهيكل أو البنية الاجتماعية للمنظمة.

-تولي المؤسسة اهتماما بالوظائف التابعة للفضاء الإنتاجي بصفة نسبية.

- مرونة في التعامل مع التسلسل الهرمي إذ أنها قلصت من فروع المستوى الأعلى (تجسدت في المدير) والمتوسط (رؤساء الأقسام) اللذان يمارسان وظائف المراقبة، وأعطت مساحة وحرية التفاعل في المستوى التنفيذي.

- ضعف نقاط المركزية بالهيكل وبروز مساحات وخطوط التواصل بين الأقسام.

- نقص في الاحترافية بالشروق نيوز بسبب عدم وضوح رغبة الموظفين ومستقبلهم في القناة.

- لا توجد إحصائيات واضحة تبين العدد الحقيقي والفعلي للموظفين، فعينتنا وصلت إلى 56 مفردة وهذا العدد يبين صغر حجم المؤسسة، فكثير من الصحفيين يشتغلون بدون عقود قانونية.

- لا توجد هناك تقنية تنظيمية واضحة في تسيير المؤسسة الإعلامية وسياساتها المتقلبة من فترة إلى أخرى.

- محيط الشروق نيوز محيط إنتاجي غني ومعاصر بينما المحيط الإداري يبقى ضعيفا.

- الشروق نيوز عبارة عن بنائيتين، واحدة خاصة بالفضاء الإنتاجي يضم الاستوديوهات وقاعات التحرير، والأخرى مخصصة للفضاء الإداري.

- واجهة القناة الخارجية متوسطة التصميم ركزت على إبراز الهوية البصرية لمؤسساتها من خلال وضع تصاميم هندسية. وبالرغم من بساطة التصميم إلا أن عدم إغفال القناة لجانب الاتصال الخارجي والاهتمام بمورفولوجيتها الخارجية هو دليل على وعيها وانفتاحها على صنع فضاء يحترم خصوصية تنظيم المؤسسة الإعلامية القائمة على الإبداع والإبهار والتميز. ويقدر عمال المؤسسة بأن الواجهة الخارجية تعبر عن طبيعة عملها.

- للواجهة الخارجية تأثير إدراكي تعريفي يبعث بالقلق أو الراحة النفسية والرغبة أو عدم الرغبة في دخول القناة، بتقبل أو رفض العمل وهذه التقديرات ترفع من معنوياتهم وتميل نحو إيجابية الشعور بالطمأنينة كلما كانت الواجهة الخارجية مصممة جيدا بهندسة إيكولوجية مبهرة بها عناصر تبعث بالفخر والحضارة كاستخدام الأضواء والألوان واللغو بتقنيات عالية الدقة.

- تحتوي القناة على لوغو متخصص مصمما جيدا من حيث الشكل والخط واللون وفقا لعريضة غرافيك Charte graphique وشعار خاص تحت عنوان "كن أول من يعلم"، تم تطبيق على التصاميم تقنية ثلاثية الأبعاد مما أضفى جمالا بصريا على الصورة.

- تحتوي الشروق نيوز على فضاء إنتاجي معاصر واسع به أستوديوهين، الأول يضم بلاتو رئيسي واحد، والثاني به ثلاث بلاتوهات فرعية لتقديم النشرات الإخبارية، والبرامج الإخبارية المتخصصة. البلاتوهات

- تصنف ضمن المستويات العالمية هندسيا لتركيزها على الديكورات المعاصرة والحديثة.
- قاعات تحرير القناة مصنفة حسب الأقسام في شكل مفتوح Open Space، والعديد من المكاتب خاصة بالمونتاج ورؤساء الأقسام.
- تصميم البلاتوهات لم يأخذ طبيعة الأخبار والبرامج المقدمة، فركزت القناة على الإضاءات والخلفيات ولم تولي أهمية لإدراج أشكال تتوافق وهدفها وأهداف محتوياتها.
- تعتمد القناة على المتعاملين Sous-Traitant في تصميم البلاتوهات بمساعدة عاملها خاصة المخرجين ومسؤولي الاستوديوهات والإضاءة.
- اختلافات بين الجنسين في مدى معرفتهم بالجانب المؤسساتي لقناتهم، وصناع الرسائل يختلفون في تقدير عدد الاستوديوهات التي يشغلون فيها وهذا يثبت ضعف الجانب المؤسساتي لديهم، فعدم تفهم بعد ضرورة إضفاء الطابع المؤسساتي التقني على عملها.
- يقيم صناع الرسائل التلفزيونية بقناة الشروق نيوز أستوديوهات أخبارهم، والديكورات المستخدمة، وقاعات التحرير المهيكلة للفضاء الإنتاجي بالمستوى الجيد خاصة الإناث، ويبقى هناك اختلاف بين الذكور الذين يقدرونها بالمستوى الجيد والمتوسط ويرغبون في تطويرها أكثر. كما أن الأنثى هي الأكثر تأثرا بالمحيط والتصميم الجيد لرغبتها الدائمة في العمل بمكان منظم ومهيكل.
- تقوم المؤسسة برقابة نصف مباشرة مع التوجه نحو العمل النفعي أثناء التنسيق.
- فيما يخص التنظيم فإن المؤسسة تحتوي على إدارة متوسطة لا مركزية بهيكل تقني، بها الكثير من التخصص الأفقي على مختلف مستويات التنظيم المجمع وفقا للوحدات التي تضيق كلما توجهت نحو الأعلى، والذي يركز على تخطيط الإنتاج فتكون أجهزة الربط بينها متوسطة ونشوء نوع من اللامركزية الأفقية الموسعة، لكنه خال من التدريب والتلقين.
- يقوم المستوى الاستراتيجي الأعلى بالتوظيف، العمل الإداري، أخذ القرارات والتنسيق، تغييرات تنظيمية مستمرة. والمستوى الوسيط يقوم بالربط والتواصل بين الوحدات أما المستوى التنفيذي العملياتي فتوكل له كل عمليات الإنتاج.
- التقنية في هيكل المؤسسة غائبة تماما بوجود فريق داعم يضمن شرعية المؤسسة والتقليل من الشكوك نحوها. تعتمد القناة فيما يخص تدفق النظام والسلطة على الإدارة الأفقية.
- 3) تأثير العوامل التنظيمية الهيكلية في صناع الرسالة التلفزيونية لقناة الشروق نيوز:**
- هيكل قناة الشروق نيوز بسيطة لها تأثير بيكولوجي متوسط خاصة في الذكور، ويتأثر بها المستوى

الإداري الاستراتيجي من المؤسسة حجمه ضعيف.

- هيكل المؤسسة لا رسمي له تأثير سلبي قوي على كل مستويات المؤسسة لكل من الجنسين ذكورا وإناثا.

- ديناميكية مؤسسة الشروق نيوز لها تأثير إيجابي فيزيولوجي في المستوى الإنتاجي المنفذ والمستوى الإداري الاستراتيجي، حجمه متوسط خاصة في الذكور.

- الخاصية الوسيطة للمؤسسة الواقعة بين المتطورة وغير المتطورة لها تأثير متوسط فيزيولوجي على كل المستويات، حجمه قوي على الجنسين.

- عدم ظهور المؤسسة في شكل مرتب يؤثر سلبا من الناحية المهنية في المستوى الأعلى وبقوة في الأنثى.

- صغر حجم المؤسسة لها تأثير متوسط فيزيولوجي واجتماعي في المستوى التنفيذي والتحريري المعالج والأعلى، حجمه متوسط عند الذكور.

- بنية المؤسسة تقع بين القوة والضعف تؤثر إيجابيا مهنيا على كل المستويات حجمه متوسط في الذكور.

- شكل المؤسسة الجديد يؤثر إيجابيا في إدراكات عمال كل المستويات حجمه قوي لدى الذكور.

- نوع الاتصال من الأعلى إلى الأسفل يؤثر مهنيا وبالسلب في المستوى الأدنى حجمه قوي في الجنسين.

- انفصال بنايات المؤسسة عن بعضها البعض يؤثر فيزيولوجيا في المستوى الوسيط والأعلى، بقوة في الإناث.

- بناء القناة المريح يؤثر بسلوكيا بالإيجاب في المستوى الوسيط والتنفيذي، قوي الحجم عند الإناث.

نستنتج أن قناة الشروق نيوز هيكلتها بسيطة ومستوية Flat أفقية. لذلك سلسلتها السلطوية أقصر وأصغر بها مستويات قليلة والتي تكون منبسطة مرنة بها مجموعات تشغيلية إنتاجية عريضة في كل مستوى. وعليه فقلة المستويات تجعل الجانب المؤسساتي ضعيف مما يؤثر على إنتاج الرسائل في ضيق التغطية لذلك يجب توسيع نطاق العمل على مختلف المستويات.

4) العلاقات المهنية والتواصل داخل المؤسسة:

- إنجاز المهام بالقناة محدود في الفضاءين ويكون أسرع في الفضاء الإنتاجي أكثر من الإدارة. فالجهود تقوى كلما كانت المهام مرتبطة بالأسستوديوهات، أين يكون التعامل مع المادة الإخبارية مباشرة وحقيقيا، عكس التعامل مع الأوراق الإدارية التي لا تحتاج لجهد كبير ولا تحتاج إلى سرعة في الإنجاز فهي غير

مرتبطة بالبحث.

-التفاعل والتواصل بالفضاء الإداري للقناة قليل جدا مقارنة بالفضاء الإنتاجي الذي يفرض حضورهما حتى وإن كان الأعضاء ليسوا على اتفاق، لأن الفارق الكبير بين الفضاءين 48,61 يبين حتمية تدفق الاتصال وتفاعل صناعات الرسائل فيما بينهم، وبالأخص أن القناة تشهد نقصا في الكفاءات البشرية في كل من الفضائين.

-هناك فارق يقترب من العشرين بالمئة أي يقترب من مستوى الانحراف الوظيفي وفترة الثقة، يوحي بالخطر على مستوى الهندسة البشرية الخاصة بقناة الشروق نيوز.

-وجود التكامل بين الأعضاء ينشئ خطوطا اتصالية متدفقة بينما ترفض القناة مبادرة عمالها في صناعة القرارات، والفحوصات، والتشخيصات المتعلقة بالمؤسسة وتطورها.

(5) السلوك الإداري وأنماطه:

-هناك علاقة ارتباطية بين السلوك التفاعلي مع النمط الإداري المعمول به، فعلاقة الجنسين بإدارة المؤسسة سطحية تتوقف فقط على التفاعلات المهنية. فالعمال لا يتفاعلون مع الإدارة كثيرا لأن نمطها بيروقراطي سلبي.

-لا تفرض المؤسسة احترام التسلسل الوظيفي لأنها لا تشرك العمال في التنسيق، واتخاذها لهذه التقنيات يمنح لها مساحة في أخذ القرارات مكان الغير فيؤدي إلى التعدي على الوظائف والتحكم بمضمون كل مهمة حتى وإن لم تكن من اختصاصهم.

(6) التحفيز والولاء للمؤسسة:

-صناعات الرسائل التلفزيونية العاملين بقناة الشروق نيوز ذكورا 72% وإناثا 70% يعملون أكثر من الوقت الرسمي.

-اختلاف عمال مؤسسة الشروق نيوز في أداء أعمال إضافية، فربح العمال يرفضون القيام بها على الإطلاق، وهناك من يقوم بها دون مقابل مادي، كما تفاضل المؤسسة في مكافئة الأشخاص الذين يؤدون مهامًا زائدة.

-ضعف متغير التحفيز لدى المؤسسة فهي لا تستوعب دوره في البعث بالشحنات الإيجابية لدى عمالها في دفعهم للعمل بجهد أكبر.

-يستطيع الذكور التضحية في سبيل مساعدة مؤسستهم أثناء الأزمة من خلال القيام بجهود وأشغال زائدة، بينما الإناث قادرات على العمل بدون مقابل (وهو الوضع الحالي للمؤسسة). فولاء المؤسسة

للعمال يبقى ضعيفا بالنظر إلى نقص التحفيز وسرعة التخلي عنهم، بينما العمال قد يثبتون ولاءهم بالبقاء في المؤسسة حتى العمل دون مقابل.

في آخر هاته النتائج نستنتج أن هناك ضعفا كبيرا لدى عمال شروق نيوز في الوفاء والإخلاص لها، ونشوء علاقة ارتباطية بين تصميم المؤسسة ومردود العمال، فكلما كان التصميم معاصر وحديث كلما كان الأداء أحسن لأن الأول يبعث بالراحة والإيثار في نفسية العامل كما يشعره بالفخر والانتماء إلى مؤسسة تحترم الفضاء الذي يشتغل فيه. وعكس ذلك سقوط معالم الجمع بين الطابع المؤسسي والتقني لقناة الشروق نيوز تجعل صانع الرسائل أقل علما بما يدور في مؤسسته وبالتالي سيقع في خطأ تمرير رسائل لا علاقة لها بما يحدث، بما أن هناك علاقة ارتباطية بين التخصص والتدريب الذي يتلقاه الموظف في الشروق نيوز التي لا تدرب عمالها فتقع في الكثير من التعقيدات أثناء صناعة المحتوى وتبعدها عن الاحترافية.

3- تأثير مورفولوجيا قناة الشروق نيوز في صناع رسائلها الإخبارية:

1) الاستقرار والرضا على مورفولوجيا المؤسسة وأطرها الأخلاقية:

- طرق العمل تؤثر في أداء صناع الرسائل التليفزيونية بالقناة الشروق بنسبة 56% وأبرز هاته الطرق هي النشاطات اليومية الروتينية، الانتقائية في أداء المهام، كثرة النقد ما بين الزملاء، الإنتاج الذي يركز على كسب جمهور عريض. بينما الطرق التي لا تؤثر فيهم فتمثلت في المهام التي تتطلب بنية فيزيولوجية قوية والولاء لجهة وشخص معين.

- هناك الكثير من الطرق الإيجابية التي تمنح العامل القوة للاستمرار في العمل بمهنية ونزاهة، وأخرى سلبية لها تأثيراتها في عمال المؤسسة، إذ يحاول البعض من صناع الرسائل تفادي الطرق المنحرفة والبعض الآخر يسير وراء ما يتوافق وأفكاره ومصالحه، ومن هنا تنتج بنى وفرق فرعية داخل القناة تختلف درجات تأثيرهم بالعادات المهنية المتولدة عن بيئة العمل باختلاف توجهاتهم ورغباتهم وأهدافهم.

- هناك وعي كبير لصناع الرسائل بالجوانب الأخلاقية التي يجب التحلي بها أثناء ممارسة المهنة، فالأخلاق والنزاهة لها تأثير كبير قدرت نسبته بـ 67,86% لذلك أكثر من نصف العمال لا يقبلون بالأساليب التالية: شراء معلومات سرية، استعمال وثائق حكومية بدون إذن، خدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة، تمرير معلومات شخصية على حساب العامة، تحريف المعلومات لكسب الجمهور، إعادة تمثيل أحداث وتضخيمها، العمل بمؤسسة للحصول على معلومات داخلية، استعمال ميكروفونات وكاميرات مخفية.

غير أن جزء من العمال يقبلون العمل بهذه الطرق الجانب الذي يفقد القناة للموضوعية والمهنية.

- اختلاف في تأثر صناع الرسائل التليفزيونية بالعوامل الهندسية والمؤسسية، وانقسام نسبي في رضاهم وعدم رضاهم عنها الذي يدل عن عدم توازن القناة وضعفها في إرضاء كل عمالها. فهم راضين فقط عن شكل القناة من الخارج بنسبة عالية 70% وعن طريقة تنظيم فريق العمل بالاستوديو. أما باقي العوامل كشكل القناة من الداخل، طريقة تنظيم العمل بالاستوديوهات، طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير، طريقة العمل بالإدارة، طريقة تنظيم فريق العمل الإداري، ظروف العمل، غير راضين نهائيا عنها.

(2) تأثيرات السياقات الداخلية والخارجية للمؤسسة:

- تأتي التأثيرات من خارج المؤسسة أكثر من داخلها فتأثير جماعات الضغط الداخلية والخارجية للقناة في صناع الرسائل التليفزيونية جاء بدرجات مختلفة حسب نوع الضغط، فالتأثير الكبير سجل لدى مصادر الأخبار بنسبة تصل إلى 60%، يليها المسؤولون بنسبة تصل إلى 50% ثم الرقابة الخارجية بـ 45%، بعدها جاءت المورفيمات اللارسمية: زملاء العمل 43%، فالأصدقاء والمعارف 42%. أما التأثير المتوسط فقد جاء ترتيب المؤثرات كالاتي الزملاء، الأصدقاء والمعارف، مصادر الأخبار، المسؤولون والرقابة الخارجية. وعن التأثير الضعيف فإنه بدء بالمسؤولين، الرقابة الخارجية، زملاء العمل، مصادر الأخبار. بينما عدم التأثير جاء ترتيب العوامل كالاتي: الرقابة الخارجية، المسؤولون، الأصدقاء والمعارف، مصادر الأخبار، زملاء العمل.

- العوامل المادية والمعنوية لها تأثيرات قوية على الجنسين خاصة في الإناث التي فاقت نسبتها 80%، فهما يتأثران بصفة كبيرة جدا بالمال والبيروقراطية بنسب عالية تراوحت بين 80% و90%.

- تؤثر العوامل التالية: العمل الليلي، العلاقات الإنسانية بين العمال، السكن في الجنس النسوي بنسبة عالية كثيرا وصلت إلى 80%. أما تأثيراتها في الجنس الذكري فإنه تراوح بين الكثير والمتوسط بنسب متباينة.

- يتراوح تأثير متغير الزواج والأبناء لدى النساء بين الكثير 65% والمتوسط 30% والضعيف 5%، والذكور بين الكثير 44% والمتوسط 33% والضعيف 22%.

(3) تأثير العوامل الهندسية الفنية في صناع رسالة الشروق نيوز:

1- تأثير تعداد العمال بالاستوديوهات وقاعات التحرير

- تحدثت الاستوديوهات الأقل كثافة وقاعات التحرير غير المكتظة تأثيرا إيجابيا في كل من الذكور والإناث، لذلك يفضلون العمل بفضاء قليل الأشخاص أين يكون التعامل في اطار علاقات شكلية (غياب

للاتصال)، كما يتأثرون بالتصميم المتوسط والبلاطو الافتراضي والإنتاج الأحادي الذي ينمي الروح الخيالية والإبداعية والابتكارية وذلك بنسبة 70.97% عند الرجال.

2- تأثير شكل قاعات التحرير وموقعها:

- يتأثر الجنسان بشكل كبير بموقع قاعات التحرير عندما تتداخل الأشكال الناشئة عن الربط المباشر بالأسستوديو، والبلاطو وذلك بنسبة 96.89% إناث و90.67% ذكور. فالتصميم الفني المريح والحديث المشكل لقاعات معاصرة يحدث تأثيرات كثيرة تؤدي إلى نشوء علاقات اتجاهية مباشرة.

3- تأثير تصميم الفضاء الإداري

- يؤثر التصميم الإداري المرتبط بقاعات التحرير في العمال بدرجة كبيرة، فهم يفضلون الفضاء المفتوح بدلاً من الفضاء المغلق، وقد عبرت الإناث بنسبة 88.80% والذكور بنسبة 78.85% عن تأثرها بالفضاء المفتوح وأهميته الإيجابية خاصة فيما يخص سرعة أداء العمل والشعور بالراحة بدلاً من البقاء في غرفة مغلقة تكبح الإبداع، وتسد النفس وتقلل من روح التواصل المباشر.

- كلما كان تصميم المكاتب في أشكال مفتوحة وثلاثية الأبعاد كلما كان مردود العامل مريحاً، لأنه يريح نفسياتهم ويساعدهم على العمل بشكل سليم خال من التشويش.

4- الفضاء الإنتاجي: تصميم الأسستوديو: نوعه وحجمه:

- تعادلت تقريباً نسب تأثيرات كل من الأسستوديو الحقيقي والافتراضي، فحدث نوع من المد والجزر بين الفضاءين فخصائص كل منها لها تأثير في صناع الرسائل الذين انقسموا إلى نصفين ولو بفارق بسيط فقط عند الإناث، توجه نحو تفضيل الأسستوديو الحقيقي العريض عن الافتراضي.

5- علاقة البلاطو بالتصميم والإضاءة والصوت:

- إن العلاقة التي تتجم عن الربط بين التصميم والإضاءة والصوت تحدث تأثيرات مباشرة وقوية في صناع الرسائل التليفزيونية بقناة الشروق نيوز، الذين يميلون نحو البلاطوهات الاستعراضية الثلاثية الأبعاد، التي تمزج ألواناً ثنائية (انسجام لونين) لامعة مع استخدام إضاءات متنوعة، فيحدث إسقاط إيقاعي لوني مع إيقاع صوتي فتبرز التوازنات اللونية مع الصوت.

- تؤثر الملابس والخامات الضوئية والانسجام اللوني، بالإضافة إلى شكل البلاطو المصنوع من مواد لامعة كالألومنيوم والزجاج وهندسة الديكور المعاصرة القائمة على أنابيب ضوئية طويلة وعريضة بنسبة 97% ذكور و95% إناث.

6- المساحة نوع الديكور والعناصر التيبوغرافية:

- توافق نسبي بين الجنسين في تأثرهم الكبير بالبيئة التي مساحتها واسعة القادرة على استيعاب ديكورات متعددة والتي تحتمل وضع عناصر تبيوغرافية ذات خامات وكتل واسعة.

7- البلاتو الحقيقي والبلاتو الافتراضي:

- تعادل في نسب تأثير كل من البلاتو الحقيقي والبلاتو الافتراضي على عمال الشروق نيوز، والفرق بين تفضيل نوع عن نوع آخر قليل نسبيا.

8- شكل وحجم المؤسسة من الخارج:

- يتأثر 98% من الذكور و94% من الإناث بالمورفولوجيا الخارجية الضخمة ذات الحجم الكبير المعاصر المصمم بالزجاج بتقنية 3D المشع بالأضواء التي تعم أرجاءها في كل أركانها.

- أبرز نواتج هذه التأثيرات تجسدت في توازن إدراكات صناع الرسائل بقناة الشروق نيوز للسّمات الحقيقية والافتراضية في الإنتاج السمعي البصري، فهم ينقسمون إلى نصفين كف يميل إلى الأستوديو الحقيقي والكف الآخر إلى الافتراضي وهو نفس التوجه المهني المستقبلي للعمال اتجاه التسيير الافتراضي.

- عدم توازن علاقة العامل بالشروق نيوز ومؤسسته، فهاته الأخيرة تحدث تأثيرات أكثر في صناع رسائلها الذين يريدون تحريرها من الرقابة وإعادة هيكلتها لمواكبة التغيير وتطوير الهندسة والتركيز على التوظيف الكفاءات.

4- توافق كل من القناة الأرضية وتلفزيون الشروق نيوز اسمورفيكيا:

- توصلت الدراسة إلى أن كل من التلفزيون الجزائري وتلفزيون الشروق لا يتوافقان اسمورفيكيا لأنهما يختلفان في العمل بالأساطير العقلانية داخل السياق المؤسّساتي، في ظل اختلاف القواعد المؤسّساتية للتلفزيونين وغياب القوانين التنظيمية المعمول بها. فالتصرف تختلف سياقاته من مؤسسة إلى أخرى داخل حقل الإعلام إذ أن التلفزيون الجزائري يحوز على الشرعية المؤسّساتية، بينما تلفزيون الشروق ليس بعد، وذلك للاختلافات التالية:

- تاريخ بداية نشاط المؤسّستين: التلفزيون الجزائري فترة نشاطه أكثر من تلفزيون الشروق الحديث النشأة.

- بناء فرق العمل: عدد الموظفين بالتلفزيون الجزائري هو أضعاف عمال قناة الشروق.

- الشكل التنظيمي: التلفزيون الجزائري ينظمه هيكل تنظيمي رسمي بينما يغيب في قناة الشروق.

- المؤسّستان لا تشتركان في نفس المظهر البنيوي: التلفزيون الجزائري يعمل بالهياكل (بما فيه الواجهة الخارجية، الفضاء الإداري والإنتاجي) الكلاسيكية التي خلفها الاستعمار، بينما استحدث تلفزيون الشروق

هياكله وتبنى معايير عالمية في هندسة بنيته.

-اختلاف في قدرات العمال على التنبؤ بالكثير من الأشياء التي تحدث في المؤسسة لأن الكثير الذي يحدث يتم تطويره بنويًا.

-يتسم التلفزيون الجزائري بالتدفق السريع للأخبار والمعلومات بينما الشروق تتسم هياكلها بالمعاصرة، وعليه فالأول يستثمر في صناعة المحتوى ووظائف التحرير في حين الشروق تستثمر في تبني فضاءات هندسية جيدة التصميم. إذن التلفزيون الجزائري يركز على تحرير الأخبار والتغيير المعطل واهمال الجانب الهندسي الشكلي والشروق تعمل ببيئة هندستها ذات تقنية عالية لكن هذه الأخيرة مفقودة فيما يخص التحرير.

-تركز الشروق على الطابع التقني في حين يميل التلفزيون الجزائري نحو الطابع المؤسسي أكثر، والمدرسة المؤسسية فرضت ضرورة التوفيق بين الطابعين لذلك يبقى جناح كل من التلفزيونين مكسورًا. وفي نفس سياق المدرسة وحسب ما اقترحه كل "ديماجيو وباول" حول مكانزمات التوافق بين المؤسسات، فإننا نشخص اختلاف المؤسستين في ثلاث مكانزمات:

- **المكانيزم الإلزامي COERCIVE**: اختلاف في تلقي الضغوطات الخارجية التي تمارسها المؤسسات أو الدولة على التلفزيونين، إذ أنه هناك مفاضلة للقناة العمومية في تغطية الأخبار (وخير مثال منح الحق للتلفزيون العمومي في تغطية محاكمات الفساد بالجزائر 2019 بمحكمة سيدي محمد وحجبتها عن القنوات الأخرى)، الأثر البارز هنا على الشروق يظهر في أنها تضطر للالتزام بكافة الحتميات وليس لديها الخيار. وعليه بالرغم من أن التلفزيونات تنشط في نفس الحقل إلا أن القوانين والقواعد التي يتم اتباعها وتطبيقها تحت سلطات ضبط معينة تختلف.

- **مكانيزم المحاكاة MIMETIC**: غموض وشك حول التكنولوجيات الحديثة وإجراء تغييرات في محيط عمل التلفزيون الجزائري الذي يركز على صناعة الأخبار وإنتاجها بينما، يحدث العكس لدى قناة الشروق. إذ أن هناك ضعفًا في التوازن بين التقنية والتحرير لدى كل من القناتين، فإنهما تلجآن إلى تقليد تلفزيونات عالمية أخرى على مستويات مختلفة خاصة الفرنسية.

- **المكانيزم المعياري NORMATIVE**: تعمل الشروق بطرق غير واضحة وأحيانًا تغلب عليها التقنية أكثر من التحريرية المهنية أبرزها عدم اتباعها لقواعد تنظيمية واضحة (الهيكل الرسمي والتدريب) فتفقد شرعيتها، أما التلفزيون الجزائري فيلتزم أعضائه بالعمل بنفس القواعد والقوانين الموضوعية ولو بأقل تقنية، لذلك فهما ليستا متجانستين.

في الأخير يمكننا استنتاج الاختلاف الواضح بين المؤسسات الإعلامية الجزائرية من حيث البنى وتصورها لحق الإعلام وقلة تفتننها في غرس الروح التقنية والمؤسساتية لدى عمالها، إلى جانب ضعف الوعي بأهمية هيكله الفضاء الإنتاجي الذي له تأثيرات إيجابية وسلبية في صناعات الرسائل قبل الجمهور. وفي آخر هذه النتائج تأمل هذه الدراسة بأن تكون قد استخدمت المقاربات وفقا للتوجه المعاصر وما فرضته طبيعة مجتمع وبلد البحث، فالجديد الذي جاءت به تحت هذا الإطار هو متغير الاسمورفيزم وعلاقته بالتنظيمات الإعلامية.

وفي الأخير يمكننا الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي جاء كما يلي: **هل تؤثر مورفولوجية كل من القناة الأرضية وقناة الشروق نيوز في صناعات رسائلها؟**

لعله أصبح واضحا أن شكل التلفزيونات كأهم وسيلة تقوم بإنتاج الأخبار المصورة، والفضاء الذي يهيكل مورفولوجيتها يؤثران في عمال التلفزيون بصفة كبيرة، وهذا التأثير يرتبط بمدى قدرة القناة على توفير بنائات ذات مستوى هندسي يليق بقيمتها المؤسساتية. ولعل الحاجة الملحة لهذا الوسيط في التركيز على الهندسة الشكلية الجميلة يكتسبها من أهمية الجمال البصري الذي يشد حاجات ورغبات الجمهور في الاستهلاك، والتلقي المرتكز على الانبهار السمعي البصري بكل ما هو مزين ومريح لنفسيته مهما كانت قيمة الخبر الذي يبثه صانع الرسالة الإخبارية. فهذا الأخير يتأثر في المركز الأول أثناء صناعته للرسالة بكل كيان المؤسسة المادي والفيزيولوجي.

ولقد ثبت أن لمورفولوجيا القناة الأرضية والشروق نيوز تأثيرا مباشرا وغير مباشر أثناء عملية صناعة الرسالة الإخبارية، غير مباشر ينتج عن عملية إدراك الأشكال التي تنشأ من القدرة على تحفيز التلقي البصري بالعديد من الأشكال البصرية. إذ يتعلق الإدراك البصري بموضوعين اثنين هما المنبه أو المثير والاستجابة، فالعوامل التي تثير الإدراك قد يكون لها أهمية كبيرة في عملية الاتصال المتجسدة في الشكل، الحجم، العلاقات وهي عوامل شكلية تهيك المؤسسة. وهناك عوامل أخرى تتعلق بطبيعة صانع الرسائل (العمال بالتلفزيون) تتمثل في دقة التمييز بين على سبيل المثال وليس الحصر الديكور والشكل والأرضية والمجسمات.

أما التأثير المباشر فتحدثه أستوديوهات وبلاتوهات التلفزيون تأثيرات بصرية باستخدام الضوء والألوان وتكبير الديكورات والتأطير الواسع الحجم بغية شد انتباه المشاهد، لذلك يجب أن يدرك العاملون وراء الكاميرات والفريق المعد كاملا كل تلك الأشياء قبل العمل بها. فمن خلال كل تلك المؤثرات يمكن تصور ما يتوقع حدوثه وما قد يقوله الآخرين، فالتأثيرات الناجمة بعد الإدراك تختلف من شخص إلى آخر لأن

المواقف تختلف، والأشخاص لا يدركون بالطريقة نفسها، بالإضافة إلى أن وظائف الأعضاء تختلف في القدرات الحسية من فرد إلى آخر. ومهما اختلفت المؤثرات المورفولوجية سواء كانت داخلية أم خارجية بالسلب أم بالإيجاب لإدراك المحيط أو المواضيع المهنية، فالنتيجة لا يمكن تحقيقها قبل فهم صانع الرسالة الإخبارية نفسه والتعمق في رؤيته للأشياء والأشكال السمعية البصرية.

وفي آخر هذه النتائج يمكننا القول أنه بالرغم من تأثير مورفولوجية المؤسسة التليفزيونية في عمالها، إلا أن فهم عالم الأستوديوهات والتخصص في هذا المجال لم يحض بعد باهتمام المهنيين، ولازال يحتاج فهم عميق بعائداته الاقتصادية في السوق الجزائري. فالجزائر بحاجة إلى الاستثمار في بناء مؤسسات تليفزيونية وأستوديوهات إنتاجية خلال السنوات العشر القادمة والتفكير في تشييد مدن إعلامية، وتقنين جلي بهذا المجال ينظم هذا الحقل المعاصر، لكي نستطيع بعدها التنقل لمواجهة أخرى من العمل وهي الإنتاج الافتراضي وأتمتة الوظائف الإعلامي التي تبرز الصحفي الاصطناعي الذكي L'agent journaliste artificiellement intelligent.

2.5 خاتمة البحث وآفاقه:

في ظل التحول العالمي الجديد وحشد السياقات العلانية التي باتت تكتسح كافة مجالات الحياة (الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية)، والتنامي المتسارع للثورة الرقمية التي لا تقف عند حد أتمتة المؤسسات الإعلامية، برزت أهمية بحثنا الذي كشف عن أبرز المؤثرات الشكلية في عمال المؤسسات التليفزيونية. وقد توصلنا إلى أن تلك المؤثرات الشكلية المتعلقة بلاتوهات وأستوديوهات التليفزيونات الجزائرية لها تأثير كبير في صناع الرسائل، غير أنها لا تمت بصلة إلى روح الحضارة العربية والإسلامية، بل هي أشكال وتنظيمات وديكورات تحاكي تليفزيونات غربية. ولعل هذا التقليد استوحى من الانبهار بكل ما هو غربي والعجز الفني الذي آلت إليه مجتمعاتنا.

فمن الملاحظ أن السبب يرجع إلى الاعتقادات التي حظي بها الغرب حول السيطرة الاقتصادية والسياسية والثقافية على مجتمعنا العربي، وأي إصدار غربي فهو مرادف للقوة والتقدم والحضارة. وتعدت تلك القوة لتشمل أساليب التحكم والسيطرة داخل غرفة الأخبار والأستوديوهات، لذلك بات من الضروري فهم سلوك القائل بالاتصال العربي، والمحيط الذي يعمل فيه والقيم المؤسساتية التي يتبناها. وأنه بات من الضروري تكوين طلبة قادرين على اكتشاف الهوية العربية من عادات وتقاليد وثقافات وفنون زخرفية وإرث حضاري وإعلامي، ويدركون غناء وتفرد أستوديوهاتنا بأحدث مواد الديكور المنتجة، توظف الحداثة بما يخدم الحضارة العربية.

وعلى إثر تهديد مواجهة تحديات التغيير بنجاح، فالتوتر ينجم عن عدم استعداد المديرين (الذي يأتون من منظمات بيروقراطية كلاسيكية) للتعامل مع ضغوط التغيير في الانتقال إلى بيئة إخبارية افتراضية، مما سيمنع تبني أساليب العمل الجديدة، والعمل بالمقاربات الحديثة، وسيزيد من مستوى التوتر بين صناع الرسائل الذين يطلب منهم العمل في بيئة تفاعلية جديدة. في حين أن التخلص من التحديث خاصة في السمعى البصري أمرًا يكاد يكون بالمستحيل، فتحسين أشكال العمل بالتلفزيون وإدارته سيقبل من قوة الإجهاد والضغط ونقصان في الروتينيات والأداء البيروقراطي.

غير أن ما يثير القلق الشديد هي الاختلافات في الوظائف داخل البنية والنشاطات السمعية البصرية، فحيثما تكون الاختلافات الهيكلية أساسية تكون المنظمة ذات التسلسل الهرمي الشديد (التلفزيون العمومي الجزائري) مقابل منظمة مفتوحة العضوية ومؤسسة موجهة نحو الفريق (الشروق). فالأكيد أن قدرة التغلب على هذه المشكلات ستكون صعبة، في ظل وجود هيكل يملي كيف ستعمل وسائل الإعلام (الحكومة ووزارة الاتصال)، وصعود المحاولات الرامية إلى دمج التقاليد الإدارية السائدة لكليهما، ستثبت بشكل عام أنها تهدم الجسم الإعلامي الجزائري، في ظل غياب النظريات والقوانين التي تحمي هذا الجسم.

فالمقاربات المفسرة للحقل السمعي البصري شهدت نقصا كبيرا داخل الأوساط الأكاديمية، إذ أن دارسي الإعلام يتجهون نحو التركيز على الرسالة والجمهور، بمعنى دراسات المحتوى والرأي العام، وأغفلوا بعض العناصر الرمزية كالسياق والمرسل. لذلك نشهد انعدام في النظريات التي تفسر خصوصية التنظيمات الإعلامية، والعمل السمعي البصري من الناحية الهيكلية والتسيرية ومن ناحية أنها النظام البنيوي والتركيبي المعقد الذي يحتاج الفهم والشرح.

ومن خلال ملاحظتنا المستمرة خلال السنوات القليلة الماضية توصلنا إلى نتيجة مفادها، أن هناك عزوفا كبيرا في الأبحاث التي تتناول تشكيلة التلفزيون، بالإضافة إلى نقص كبير في فهم طبيعة العمل داخل الأستوديو بحكم أن هذا الأخير بات صناعة قائمة بذاتها يجمع بين العلم والفن، بالموازاة مع التطور التكنولوجي الذي أتاح للفضاء الرؤية ثلاثية الأبعاد وأعطى للأستوديوهات قيمة جمالية إبداعية تخطت تأثيراتها كل التوقعات، لذلك نجد صعوبة في البحث داخل البناء التلفزيوني لحساسية وضخامة هذا الميدان. فبالنظر إلى تعقد الإنسان ورغباته وزيادة طلباته في سوق زخم بمعطيات كثيرة (أهمها السياسية) أصبح مهما تفكيك مورفولوجية المؤسسة الإعلامية إلى مجموعة من المورفيمات الفرعية ودراسة تأثيراتها في الأفراد، فالوظائف التي تقترن بالتلفزيون هي الأخبار، بحيث أنه لا يمكن أن تتوفر

دون تسخير على الأقل أستوديو مجهزا بمجموعة من التقنيات الحديثة (كاميرات، أجهزة تسجيل وبث، كوابل، إضاءة، ديكور، بلاتو) والدراسات التي تبحث في تأثيرات هذه المتغيرات قليلة جدا ولما لا نقول منعدمة.

وفي الأخير يسعنا القول أنه بالرغم من ندرة دراسات تأثير الهندسة والأشكال الفنية للتلفزيونات، إلا أن كلا العوامل التنظيمية والشكلية لها تأثير حاسم في محتوى التلفزيون. فعندما ننظر إلى أي مؤسسة إعلامية فإننا نتساءل عن الأدوار المنفذة، طريقة هيكلتها، السياسات التي تتدفق من خلال ذلك الهيكل والأساليب المستخدمة لفرض هذه السياسات. كذلك طريقة هيكل المنظمات له تأثير قوي يتضح من خلال التأثير في الثقافة المهنية، ومن خلال تحديد درجة استقلالية منظمات الإعلام عن الشركات الكبرى والسياسة العامة. وعليه نوصي بأن يتم اقتراح نموذج مورفولوجي أكاديمي يفسر تنظيم المؤسسات الإعلامية للطلبة والأساتذة في مجال علوم الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى الاستثمار في المجال السمعي البصري والسينمائي من خلال بناء مدن أو مناطق إعلامية تحتوي على أستوديوهات إنتاج وديكورات تصوير تتوافق والثقافة العربية الجزائرية. ناهيك عن التوسيع من دراسات الجدوى وتمتين الجسر بين تخصص الإعلام وتخصص الهندسة المعمارية والتقنيات التكنولوجية.

وبما أن دراستنا أخذت نفس هذا المنحى فإننا نتطلع مستقبلا إلى طرح مجموعة من الأفكار المرتبطة بالتنظيمات الإعلامية في بحوث علوم الإعلام والاتصال، والتساؤل عن الرهانات المعرفية التي يطرحها الحقل السمعي البصري في المنطقة العربية، وبالتالي استجلاء الحدود المعرفية حول مانجمت الإعلام المستخدم في بحوث الإعلام والاتصال. فأفق الدراسة المستقبلي يسعى إلى تقديم أرضية للنقاش العلمي حول أهمية دراسة التنظيمات الإعلامية وتفحص الظواهر المرتبطة بوسائل الإعلام والاتصال، خاصة الجديدة منها، أو ما تم تسميته بـ Media management في أقسام الإعلام الغربية.

قائمة المراجع والمصادر

المراجع باللغة العربية:

- 1) إبراهيم مروان عبد المجيد. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (المجلد 1). عمان: مؤسسة الوراق.
- 2) أبو النصر مدحت. (2004). تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة. حلوان: مجموعة النيل العربية.
- 3) أبو راشد عبد الله. (2000). التذوق والنقد الفني. دمشق: منشورات وزارة الثقافة.
- 4) آييل روبن. (2011). الإنسان هو المقياس: دعوة صريحة لدراسة المشكلات الأساسية في الفلسفة. (المترجم، مصطفى محمود) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- 5) أنجريس موريس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية. (المترجمون، بوزيد صحراوي، وآخرون) الجزائر: دار القصة للنشر.
- 6) آيتين جوهانز. (1998). التصميم والشكل المنهج الأساسي لمدرسة الباهوس. مصر: المجلس الأعلى للثقافة.
- 7) بجنيل جوناثان، وأورليبار جيرمي. (2007). المرجع الشامل في التلفزيون. (المترجم، عبد الحكم أحمد الخزامي) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 8) بدوي أحمد زكي. (1987). معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية. ط 1. القاهرة: دار الكتاب المصري القاهرة/ دار الكتاب اللبناني بيروت.
- 9) بن روان بلقاسم. (2007). واقع الأنشطة الاتصالية الموجهة للمرأة في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. منظمة المرأة العربية، الصفحات 01-31. تم الاسترداد من <http://www.arabwomenorg.org/Content/surveystudies/algeriacommunications.pdf>
- 10) بن لعلام اسمهان. (2015). البرمجة في التلفزيون الجزائري دراسة كيفية للمبرمج من منظور حارس البوابة فيفري 2014-جانفي 2015. الجزائر: كلية الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، أطروحة دكتوراه.
- 11) بوبر كارل. (بلا تاريخ). منطق الكشف العلمي. (المترجم، ماهر عبد القادر محمد علي) بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- 12) بوجمعة رضوان. (2008). الصحفي والمراسل الصحفي: دراسة سوسيو-مهنية. الجزائر: طكسيج كوم.
- 13) بوزيان نصر الدين. (2014). واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر: دراسة مونوغرافية لجريدة الشروق. قسنطينة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، تخصص صحافة، أطروحة دكتوراه.
- 14) بوصفط عبد العزيز. (2006). المرأة الصحفية في الجزائر الحضور والأداء. الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ماجستير.
- 15) تيسير شارق. (2013). مبادئ في الاتصال. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 16) جبور عبد النور، وعود أ.ك عبد النور. (2009). معجم مزدوج عربي فرنسي/فرنسي عربي. بيروت: دار العلم للملايين.
- 17) جرن والد أندرياس، وآخرون. (2005). تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا. (المترجمون، حازم سالم، ووعبد الغني محفوظ) القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان.
- 18) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (15 جانفي، 2012). قانون الإعلام رقم 12 - 05. الجريدة الرسمية، العدد 2 (إصدار 49).
- 19) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (2 يوليو، 1986). مرسوم رقم 86_147 تضمن إنشاء مؤسسة التلفزة الوطنية. الجريدة الرسمية، العدد 27.

- (20) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (9 فبراير، 1982). قانون الإعلام رقم 86_01. *الجريدة الرسمية، العدد 6.*
- (21) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (ديسمبر، 1994). المرسوم التنفيذي رقم 91_98 المتضمن تعيين السلطة الوصية على المؤسسات العمومية للبث الإذاعي والتلفزيوني والإذاعة المسموعة ووكالة الأنباء الجزائرية. *الجريدة الرسمية.*
- (22) جوبو جيامبيترو. (2014). *إجراء البحث الاثنوجرافي*. (المترجم، محمد رشدي) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- (23) حجاب محمد منير. (2010). *نظريات الاتصال*. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (24) حجاج على حسين. (1978). *نظريات التعلم*. الكويت: عالم المعرفة.
- (25) حمدان محمود أحمد. (2008). *قاموس درا العلم الهندسي الشامل إنكليزي عربي*. بيروت: دار العلم للملايين.
- (26) حمدي محمد الفاتح، وعبد القادر عراضة. (2012). *إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية (المجلد 1)*. الأبيار: مؤسسة كنوز الحكمة.
- (27) خنفر يوسف. (1983). *أسس التصميم الداخلي وتنسيق الديكور*. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- (28) دجازير أ س س. (2019). *جريدة دجازير أ س س*.
- (29) الدليمي عبد الرزاق. (2016). *نظريات الاتصال: في القرن الحادي والعشرين*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- (30) دليو فضيل. (2015). *عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية*. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة جامعة قسنطينة 3.
- (31) دملخي إبراهيم. (1999). *الألوان نظريا وعلميا*. دمشق: منشورات جامعة دمشق: كلية الفنون الجميلة.
- (32) دورتيه جان فرانسوا. (2009). *معجم العلوم الإنسانية*. (المترجم، جورج كتورة) بيروت: كلمة/ مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- (33) زاتل هيربرت. (2013). *المرجع في الإنتاج التلفزيوني (المجلد 8)*. (المترجمون، سعدون الجنابي، وخالد الصفار). العين: دار الكتاب الجامعي.
- (34) الزلاقي إيهاب. (2010). *كتيب عن الصحافة الإندماجية (المجلد 1)*. المغرب: معهد التنوع الإعلامي.
- (35) الستار علاء عبد. (2000). *بحوث في التوثيق الإعلامي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- (36) شحاتة صيام. (2009). *النظرية الاجتماعية: من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة*. القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع.
- (37) صالح سليمان. (2004). *حقوق الصحفيين في الوطن العربي*. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- (38) صالح دليلة. (ربيع 2015). *الواقع السوسيو مهني للمراسل الصحفي في الجزائر*. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 10، الصفحات 91-100.
- (39) الصبراني محمد. (2005). *الضغط والقلق الإداري*. القاهرة: مؤسسة خورس الدولية للنشر والتوزيع.
- (40) عبد الحميد شاكر. (2008). *الفنون البصرية وعبقورية الإدراك*. القاهرة: دار العين للنشر.
- (41) عبد الحميد محمد. (1997). *دراسة الجمهور في بحوث الإعلام*. القاهرة: عالم الكتب.
- (42) عبد الستار علاء. (2000). *بحوث في التوثيق الإعلامي*. القاهرة: العربي للنشر و التوزيع.
- (43) العبد الله مي. (2009). *علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي واشكاليات التكوين المهني*. بيروت: دار النهضة العربية.
- (44) العبد الله مي. (2010). *نظريات الاتصال (المجلد 1)*. بيروت: دار النهضة العربية.

- 45) عبد النبي سليم. (2014). الإعلام التليفزيوني . عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 46) عتيق خديجة. (2016). واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثرها على رضا العملاء: دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية. المملكة العربية السعودية: دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع.
- 47) عثمان نعيمة. (2009). *بؤس الصحافة ومجد الصحفيين* (المجلد 1). الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
- 48) العروسي حسان، ووصفي عماد الدين. (2011). *المورفولوجيا وتشريح النباتات*. الإسكندرية: دار المعارف الحديثة.
- 49) عزي عبد الرحمن. (2010). *علم الاجتماع الإعلامي*. تونس: الدار المتوسطية للنشر.
- 50) عطية ماجد. (2003). *سلوك المنظمة: سلوك الفرد والجماعة*. القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 51) علم الدين محمود ، والعباسي أميرة. (2001). *إدارة الصحف واقتصادياتها*. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- 52) العمري هاني عبد الرحمان. (2007). *التطوير التنظيمي وإعادة التنظيم* (المجلد 2). السعودية: كلية الاقتصاد والإدارة.
- 53) غنيم عثمان محمد. (فيفري، 2011). التحليل المورفولوجي: تطبيق على حوادث المرور في المدن. جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، العدد 1، الصفحات 79-116.
- 54) الفران هاني خليل، و عبد الرزاق معاد. (2009). القيم التشكيلية والتعبيرية في المشهد التليفزيوني وتأثيرها في المتلقي. مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، العدد 2 (إصدار 25)، الصفحات 621-650.
- 55) فريم ديفيدس. (2003). *إدارة المشروعات في المؤسسات*. (المترجم، ع. ك. عبد الله). الرياض: العبيكان.
- 56) فريني مارجي، شيفرين أنيا، و فولبي جين. (بلا تاريخ). *الصحافة التجارية و الاقتصادية: تغطية أخبار الشركات والأسواق المالية والاقتصاد الأوسع*. واشنطن: المركز الدولي للصحفيين.
- 57) الفلاحي حسين علي إبراهيم. (2016). *أساسيات النجاح للصحفي المعاصر* (المجلد 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
- 58) قمش عبد العظيم. (19 مارس، 2011). فن الديكور ومقومات الاستوديوهات التليفزيونية، (المحاور، وليد كامل).
- 59) قيراط محمد. (1997). ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال: الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية. *ملتقى فضاء الاتصال والوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات*. تونس: معهد علوم الصحافة والأخبار.
- 60) قيراط محمد. (2006). *قضايا إعلامية معاصرة*. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- 61) قيراط محمد. (2007). رجال الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة في توجهاتهم المهنية و ظروف عملهم. مجلة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، العدد 3 (إصدار 4)، الصفحات 185-265.
- 62) كريب ايان. (1999). *النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس* (المجلد 444). (المترجم، محمد حسين غلوم) الكويت.
- 63) لعريط بشير. (2008). *الانعكاسات النفسية والسلوكية لنظام العمل بالمناوبة*. قسنطينة: قسم علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، أطروحة دكتوراه.
- 64) ليلة علي. (2004). *بناء النظرية الاجتماعية*. الاسكندرية: المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع.
- 65) المالك خالد. (07 جانفي، 2003). المرأة والصحافة مجلة الجزيرة. مجلة الجزيرة، العدد 17، الصفحات 1-16.
- 66) المجنك هاشم حسين ناصر. (2007). *موسوعة المصطلحات الإدارية والاجتماعية الاقتصادية والتجارية إنجليزية-عربي*. بيروت، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- 67) مروة أديب. (1961). *الصحافة العربية نشأتها وتطورها* (المجلد 1). بيروت: منشورات مكتبة الحياة.

68) المزاهرة منال هلال. (2012). *نظريات الاتصال*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
69) معهد الإحصاء باليونسكو. (03 جوان، 2019). تونس الثانية عالميا في نسبة الإناث خريجات الشعب العلمية. tunivisions. تم الاسترداد من

<https://ar.tunivisions.net/62274/%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D9%86%D8%B3%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%A7%D8%AB-%D8%AE%D8%B1%D9%8A/>

70) معوض محمد إبراهيم. (نوفمبر، 2009). ديكور البرامج التلفزيونية غير الدرامية. مجلة الأذاعات العربية، العدد 3.

71) مكايي حسن عماد. (1989). *إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق*. القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية.
72) مكايي حسن عماد. (2001). *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (المجلد 2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
73) مكايي حسن عماد، والسيد ليلي حسين. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة* (المجلد 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

74) مكايي حسن عماد، والعبد عبدلي عاطف. (2007). *نظريات الإعلام*. القاهرة: المركز للطبع.
75) منظمة المجتمع العلمي العربي. (2017). *كيف يمكنني أن أصبح صحفيا علميا*. تم الاسترداد من arasco: <http://www.arsco.org/detailed/69e58dd2-afcf-432c-bfb0-805d4455c032>

76) موقع التلفزيون الجزائري. (جوان، 2019). تم الاسترداد من موقع التلفزيون الجزائري: <https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=3>

77) موقع الشروق نيوز. (جويلية، 2019).
78) وزارة الصناعة والمناجم. (جوان، 2019). *نسبة الولادات والوفيات بالجزائر*. تم الاسترداد من andi: <http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/demographie-algerienne-20>

79) وكالة الأنباء الجزائرية. (25 آذار، 2019). *تنصيب السيد لظفي شريط مديرا عاما للمؤسسة العمومية للتلفزيون*. وكالة الأنباء الجزائرية. تم الاسترداد من <http://www.aps.dz/ar/algerie/68755-2019-03-26-13-45-10>

80) TSA. (2019). *تعزيز الانجليزية في الجامعات الجزائرية*. تم الاسترداد من Tout sur l'Algérie: <https://www.tsa-algerie.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%A8%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%AF-%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AC%D9%84%D9%8A%D8%B2%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84/>

Bibliography with foreign languages (المراجع باللغات الأجنبية)

81) ADKINS , Lisa., & SKEGGS , Beverley. (2004). *Feminism after BOURDIEU*. London: Blackwell Publishing.

82) ALAIN , Chanel. (2001, 2ème trimestre). La modernité de la formation au journalisme. *Revue Communication et langages*, N 128, pp. 81-95.

- 83) ALTSHULL, J. Herbert. (1990). *From Milton to McLuhan: The ideas behind American journalism*. New York: Longman.
- 84) ÁLVAREZ , Asución., & RITCHEY , Tom. (2015). Applications of General Morphological Analysis from Engineering Design to Policy Analysis. *Acta Morphologica Generalis: Swedish Morphological Society, N 1*(Vol 4), pp. 1-40.
- 85) AMEY, Patrick. (2007). Mise en scène des débats télévisés: vers une (socio) sémio politique des plateaux de télévision. *Questions de communication*, pp. 239-255.
- 86) ANGERS , Maurice. (2015). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences Humaines*. Alger: Casbah Editions.
- 87) APS. (2019, Mai 27). Salim Rebahi installé dans ses nouvelles fonctions de DG de l'EPTV. *Algérie presse service*. Récupéré sur <http://www.aps.dz/algerie/89918-salim-rebahi-installe-dans-ses-nouvelles-fonctions-de-dg-de-l-eptv>
- 88) ARONOFF , Mark., & FUDEMAN , Kirsten. (2011). *What is Morphology* (Vol. 2). United Kingdom: Wiley-Blackwell Publishing.
- 89) ASPINALL , Richard. (1971). *Radio Programme Production: A Manual for Training*. Paris: UNESCO.
- 90) BELL, Cameron. (2009). Hard Versus soft News. In H. STERLING, *Encyclopedia of Journalism* (pp. 687-690). Los Angeles: Sage.
- 91) BESHAROV , L. Marya., & WENDY , K. Smith. (2014). Multiple institutional logics in organizations: Explaining their varied nature and implications. *Academy of Management Review, N 3*(Vol 39), pp. 364–381.
- 92) BOUDES, Philippe. (2011). Morphologie sociale et sociologie de l'environnement: l'apport de Halbwachs à l'étude des relations entre les sociétés et leur milieu naturel. *L'Année sociologique* (Vol 61), pp. 201-224.
- 93) BOUDON, Raymond., & al. (2005). *Dictionnaire de Sociologie*. Paris: Larousse.
- 94) BOUKHEROUF , Belkaceme. (2012). Perception de la formation et de la construction de compétence dans les entreprises publiques Algériennes : Illusion à partir du cas Algérien Telecom Sonelgaz et Sidal. Tizi ousou: Université Mouloud mammeri tizi ousou (Magister).
- 95) BOURDIEU , Pierre. (Été 1996). Journalisme et éthique. *Revue les cahiers du journalisme, N 1*, pp. 10-17.
- 96) BREED , Warren. (1955, May). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *University of North Carolina Press: Social Forces, N 4*(Vol 33), pp. 326-335.
- 97) BUTA, J. Ronald. (Spring 2011). Galaxy morphology. *Planets, Stars, and Stellar Systems* (Vol 6): Springer Reference, pp. 1-172.
- 98) CERNER , Maxime. (1979). *Le management*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- 99) CHEKROUN , Amina. (2015). Le genre dans le discours journalistique (La voix de l'Oranie). Université Paul Valéry Montpellier III, Spécialité Analyse du discours (Thèse de doctorat).

- 100) DACIN , M. Tina., GOODSTEIN , Jerry., & SCOTT , W. Richard. (2002). Institutional theory and institutional change. *Academy of Management Journal*, N 1(Vol 45), pp. 45-57.
- 101) DAFT, L. (2010). *Organization Theory and Design* (10 ed.). United states of American: South-Western: Cengage Learning.
- 102) DAMIAN-GAILLARD, Béatrice., FRISQUE, Cégolène., & SAITTA, Eugénie. (2009). Le journalisme au prisme du genre. *Revue Questions de Communication*, N 15, pp. 175-201.
- 103) DIA. (2015, Octobre 15). L'Entv actionnaire dans Euronews détenue majoritairement par Sawaris. *Dernières Infos d'Algérie*. Consulté en 2019, sur <http://dia-algerie.com/lentv-actionnaire-dans-euronews-detenu-majoritairement-par-sawaris/>
- 104) DIMAGGIO , J. Paul. (1988). Interest and agency in institutional theory. (L. G, Zuckur, Ed.) *MA: Ballinger Publishing Company Cambridge*, N 1, pp. 3–22.
- 105) DIMAGGIO , J. Paul., & POWELL , W. Walter. (1983, April). The iron cage revisited: Institutional Isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, N 2(Vol 48), pp. 147–160.
- 106) DJERF-PIERRE , Monika. (2007). The gender of Journalism: The structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordien Review*, pp. 83-85.
- 107) DURU-BELLAT , Marie. (1995). Filles et garçons à l'école : approches sociologiques et psycho-sociales. *Revue Française de pédagogie*, pp. 78-100.
- 108) EHOUMI , Guy.-Constant., NOUWLIGBETO , Fernand., & AFFANGBE. (s.d). *Guide du journaliste Economique: Mémento pour la production de presse sur le commerce multilatéral*. Bénin: Friedrich Ebert Stiftung.
- 109) EKBERG, Sara. (2017). The role of organizational integrity in responses to pressures: a case study of Australian newspapers. Australia: Jönköping International Business School, Jönköping University, Doctoral Thesis in Business Administration.
- 110) ELDON, Ray. Hiebert., & al. (1982). *Mass Medias An introduction to modern communication*. New York: Longman.
- 111) EUROVISION and EURORADIO. (2019, May 08). *operating EUROVISION and EURORADIO*. Retrieved from EUROVISION and EURORADIO: <https://www.ebu.ch/about/members?country=algeria>
- 112) EVANS, Rhonda., & KAY , Tamara. (2008, December 1). How environmentalists “greened” trade policy: Strategic action and the architecture of field overlap. *American Sociological Review*, N 6(Vol 73), pp. 970–991.
- 113) FARASHAHI , Mehdi., HAFSI , Taieb., & MOLZ , Rick. (2005, May 03). Institutionalized norms of conducting research and social realities: a research synthesis of empirical works from 1983 to 2002. *International Journal of Management Reviews*, N 1(Vol 7), pp. 1-24.
- 114) FRASER, Nancy., & BOURDIEU, Pierre. (2007). *(Mis) recognition: Social Inequality and Social Justice*. (T. Lovell, Ed.) London and New York: Routledge.
- 115) FRITZ , Zwicky. (1969). *Discovery, Invention, Research - Through the Morphological Approach*. Toronto: The Macmillan Company.

- 116) GRAWITZ, Madeleine. (2001). *Méthodes des sciences sociales*. Paris: Dalloz.
- 117) GREENMAN, J. M. (March 1915). Morphology as a Factor in Determining Relationships. *American Journal of Botany*, N 3(Vol 2), pp. 111-115.
- 118) GREENWOOD, Royston., & al. (2008). *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*. Los Angeles: Sage Reference.
- 119) GUILLEVIC , Christian. (1999). *psychologie du travail*. Paris: Nathan.
- 120) GUNN, Sheila. (2011). *So you want to be a Political Journalist?*. London: Biteback Ltd.
- 121) HALBWACHS, Maurice. (1938). *Morphologie sociale*. Paris: Armand Collins.
- 122) HALL , L. George. (1967). Programming and Management. In R. Hilliard, *Radio Broadcasting: an introduction to the sound Medium*. New York: Hastings House.
- 123) HARLESS , D. James. (1990). *Mass communication: an introductory survey*. United States of America: Dubuque.
- 124) HARZELLAH, Raouf. (2019, Juin 14). Des archives de l'ENTV seraient volées et vendues à France Télévision : Hamraoui Habib Chawki est-il impliqué ? (L. Arezki, Intervieweur) ameslay.com. Récupéré sur <https://ameslay.com/2019/06/des-archives-de-lentv-seraient-volees-et-vendues-a-france-television-hamraoui-habib-chawki-est-il-implique/>
- 125) HESTER , L. Albert., & J. TO , Wai Lan. (1989). *Journalisme et Tiers Monde: Guide pratique*. (D. Odile , Trad.) Bruxelles: De Boeck.
- 126) Hub electric. (1967). *Lighting Systems for educational Television*. Chicago: Report No Bull 132.
- 127) KALBERG , Stephen. (2001, May). The Modern World as a Monolithic Iron cage? Utilizing Max Weber to Define the Internal Dynamics of the American Political Culture Today. *MWS (Max Weber Studies)*, N 2(Vol 1), pp. 178-195.
- 128) KEITH , Susan. (2011). Shifting circles: Reconceptualizing Shoemaker and Reese's theory of a hierarchy of influences on media content for newer media era. *Web Journal of mass Communication Research*, N 1(Vol 29). Retrieved from <https://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol29/29.html#influence>
- 129) KIRAT , Mohamed. (1998). Algerian Journalists and their World. In D. H. Weaver, *The Global journalist: News People Around the World Chapter: Algerian Journalists and their World* (pp. 223-348). Publisher: Hampton Press.
- 130) La grande école des métiers de la culture et du marché de l'Art. (2016, Décembre). *Journaliste spécialisé en Art*. Récupéré sur <http://www.iesa.fr/metiers/journaliste-specialise-art>
- 131) LEWIN , Kurt. (1951). *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*. New York: Harper.
- 132) MACQUAIL , Denis. (2005). *Mass communication theory* (5 ed.). London: Sage Publication.

- 133) MAMET, Maxime. (2008, Mars 12). *Jérôme Garcin: Ne jamais prendre le lecteur pour un con*. Consulté le Janvier 1, 2018, sur Journalisme.com: http://www.journalisme.com/index.php?option=com_content&view=article&id=373&catid=88
- 134) MERTON , K. Robert. (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: The free Press a division of Macmillan Publishing.
- 135) MEYER , W. John., & ROWAN , Brian. (1977, September). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, N 2(Vol 83), pp.340-363.
- 136) MICHELLE. (2017). *Investigative Journalist*. Retrieved from Journalism Degree: <http://www.journalismdegree.com/investigative-journalist/>
- 137) MINTZBERG, Henry. (1979). *The structuring of organizations*. United States of America: Pearson.
- 138) NEVEU , Eric. (2009). *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte Collection Repère.
- 139) PEPIN , Patrick. (Eté 1996). Médias, métiers et formation. *Revue Les cahiers du journalisme*, N 1, pp. 60-65.
- 140) POPPER , Karl Raymond. (1979). *Objective Knowledge: an evolutionary approach*. Great Britain: Oxford University Press.
- 141) RADCLIFFE-BROWN, Alfred Reginald. (1940). On social Structure. *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, N 1(Vol 70), pp. 1-12.
- 142) RALEIGH, J. Gaines. (1973). *Modern Radio Programming*. United states of America: W.E.
- 143) REESE , D. Stephen. (2001, May). Understanding the Global Journalist: A Hierarchy-of-Influences Approach. *Journalism Studies*, N 2(Vol 2), pp. 173-187.
- 144) RITCHEY , Tom. (2006, July). Problem structuring using computer-aided morphological analysis. *Journal of the Operational Research Society*, N 7(Vol 57), pp. 1-12.
- 145) RITCHEY , Tom. (2012). On the Formal Properties of Morphological Models. *Journal of the Operational Research Society*, N 2(Vol 1), pp. 1-16.
- 146) RITCHEY, Tom. (2014). On a Morphology of theories of Emergence. *Acta Morphologica Generalis: Swedish Morphological Society*, N 3(Vol 3), pp. 1-16.
- 147) ROSALIND , Gill. (2003). From Sexual Objectification to Sexual Subjectification: The Resexualisation of Women's Bodies in the Media. *Feminist Media Studies*, N 1(Vol 3), pp. 100-106.
- 148) SCOTT , W. Richard. (1995). Institutions and organizations: Toward a theoretical synthesis. (W. R, Ed.) *Thousand Oaks, CA: Sage*, pp. 55-80.
- 149) SCOTT, W. Richard. (2008). *Institutions and organizations: Ideas and interests* (3 ed.). Los Angeles: Sage Publications.

- 150) SELZNICK , Philip. (1949, October). TVA and the grass roots: A study of politics and organization. *Berkeley: Univ of California Press, N 5*(Vol 43), pp. 1031-1033.
- 151) SELZNICK, Philip. (1948, February). Foundations of the Theory of Organization. *American Sociological Review, N 1*(Vol 12), pp. 25-35.
- 152) SELZNICK, Philip. (1957). *Leadership in administration: A sociological interpretation*. New York: Harper and Row.
- 153) SHABIR , Ghulam. (2015, January). Process of Gate Keeping in Media: Form Old Trend to New. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, N 1*(Vol 6), pp. 588-593.
- 154) SHOEMAKER , J.Pamela., & REESE , D. Stephen. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (Second ed.). United States of America: Longman Publishers.
- 155) SHOEMAKER, J. Pamela., & al. (2001). Individual and routine forces in gatekeeping. *Journalism and Mass Communication Quarterly, N 2*(Vol 78), pp. 233–246.
- 156) SIGAL , V. Leon. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of News making*. Lexington: Massachusetts: D. C. Heath.
- 157) SINGER , B. Jane. (2003, March). Campaign contributions: Online newspaper coverage of Election 2000. *Journalism and Mass Communication Quarterly, N 1*(Vol 80), pp. 39–56.
- 158) SINGER , B. Jane. (2006). Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in Campaign 2004. *Journalism and Mass Communication Quarterly, N 2*(Vol 83), pp. 265–280.
- 159) Société des journalistes. (2013, octobre 22). *Encadrement des rédactions de Radio France: les hommes au pouvoir malgré des avancées*. Consulté le 12 décembre 2016, sur Société des journalistes de radio France: <http://societedesjournalistesderadiofrance.blogspot.com/2013/10/encadrement-des-redactions-de-radio.html>
- 160) STERLING , Christopher. (2009). *Encyclopedia of Journalism*. United states: Sage.
- 161) SUCHMAN , C. Mark. (1995, July). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review, N 3*(Vol 20), pp. 571-610.
- 162) THORNTON, H.Patricia., & OCASIO , William. (1999). Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry. *American Journal of Sociology, N 3*(Vol 105), pp. 801–843.
- 163) TURNER , H. Jonathan. (1978). *The structure of sociological theory*. United States of America: The Dorsey Press.
- 164) TURNER, Barry., & ORANGE, Richard. (2013). *Specialist Journalism*. New York: Routledge.
- 165) UNESCO. (2019, Juin). *Algeria Statics*. Retrieved from UNESCO: <http://uis.unesco.org/en/country/dz>
- 166) University Of Florida. (n.d.). Retrieved May 10, 2017, from <http://iml.jou.ufl.edu/projects/spring04/vance/pennypress.html>

- 167) VOLCICl , Zala. (2008). Media, Identity, and Gender: Tracking Feminist Media and Journalism Theories and Methodologies. *IZVORNI ZNANSTVENI RAD, N 1*(Vol 14), pp. 5-20.
- 168) WEBER, Max. (1949). *The methodology of social sciences*. (A. Edward , & A. Henry , Trans.) United States of America: The free press.
- 169) WHITE , David. Manning. (1950). The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly, N 27*, pp. 383-396.
- 170) WHITE , David. Manning. (1997). The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News. (A. BERKOWITZ, Ed.) *Thousand Oaks*, pp. 63-71.
- 171) ZETTL , Herbert. (2012). *Television production handbook* (Vol. 12). Boston: Wadsworth Cengage learning.
- 172) ZETTL, Herbert. (2011). *Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics* (Vol. 6). San Francisco: Wadsworth Cengage Learning.
- 173) ZETTL, Herbert. (2004). *Video Basics 4*. United States America: Wadsworth and Thomson learning.

المصادر :

- 174) قيراط محمد. (24 فيفري، 2017). مقابلة حول القائم بالاتصال والصحفي الجزائري. (المحاور، أسامة العايش) الواتس آب.
- 175) نور الدين حمراوي (مدير الأخبار الرياضية). (أكتوبر، 2018). الأخبار الرياضية. (المحاور، أسامة العايش) التلفزيون العمومي الجزائري، الجزائر.
- 176) رئيس تحرير قسم الأخبار. (10 أكتوبر، 2018). التلفزيون العمومي الجزائري. (أسامة العايش، المحاور) الجزائر.
- 177) ابراهيم سبعون (رئيس تحرير أخبار الظهيرة) . (23 أكتوبر، 2018). أخبار الظهيرة. (المحاور، أسامة العايش) التلفزيون الجزائري، الجزائر.
- 178) مراد أمير حجاب (مخرج النشرات الإخبارية). (26 أكتوبر، 2018). الإنتاج والخراج. (المحاور، أسامة العايش) التلفزيون الجزائري. الجزائر.
- 179) رئيس تحرير النشرة الإخبارية (ف أ). (26 أكتوبر، 2018). تحرير النشرة الإخبارية. (المحاور، أسامة العايش) التلفزيون الجزائري. الجزائر العاصمة.
- 180) رياض م. (مدير ديكون). (12 ديسمبر، 2018). السينوغرافيا . (المحاور، أسامة العايش) التلفزيون الجزائري، الجزائر.
- 181) مسؤول بلاتو. (25 ديسمبر، 2018). البلاتو. (المحاور، أسامة العايش) قناة الشروق نيوز . استوديو الأخبار رقم 1، الجزائر العاصمة.
- 182) رئيس تحرير قسم الأخبار والبرامج. (25 ديسمبر، 2018). الأخبار والبرامج الإخبارية. (أسامة العايش ، المحاور) قناة الشروق نيوز. الجزائر العاصمة.
- 183) مدير القسم التقني. (25 ديسمبر، 2018). استوديو الأخبار. (المحاور، أسامة العايش) قناة الشروق نيوز. استوديو الأخبار رقم 1، الجزائر العاصمة.

- 184) المنشط الرئيسي لأخبار الظهيرة. (25 ديسمبر، 2018). قناة الشروق نيوز. (المحاور، أسامة العايش) قناة الشروق. الجزائر العاصمة.
- 185) رئيس تحرير القسم السياسي. (25 ديسمبر، 2018). التوظيف. (المحاور، أسامة العايش) قناة الشروق نيوز. قاعة التحرير.
- 186) رئيسة تحرير القسم الثقافي (بالنيابة). (25 ديسمبر، 2018). رئاسة التحرير وتفويض المهام. (المحاور، أسامة العايش) قناة الشروق نيوز. قاعة التحرير، الجزائر العاصمة.
- 187) رئيس تحرير قسم التحقيقات. (26 ديسمبر، 2018). التحرير والتحقيق. (أسامة العايش، المحاور) قناة الشروق نيوز. مكتب قسم التحقيقات، الجزائر العاصمة.
- 188) AMITTI, Karim. (2017, Septembre 10). ENTV. (O. LAICHE, Interviewer) Studio1. Alge.
- 189) Uricchio, William. (2017, June 28). Arab TV. (O. LAICHE, Interviewer) Gmail. Algeria/NewYork.
- 190) Pinterest web site with email review.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر - قسنطينة 3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

استمارة بحث:

تندرج ضمن إعداد أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه

في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام واتصال

تحمل عنوان:

تأثير مورفولوجية المؤسسة الإعلامية في صانعي الرسائل التلفزيونية

دراسة ميدانية بالتلفزيون الجزائري وتلفزيون الشروق (الشروق نيوز)

من إعداد الطالب:

أسامة العايش.

إشراف الأستاذ:

جمال العيفة.

ملاحظة:

معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تخدم إلا للبحث العلمي.

مع جزيل الشكر والامتنان وعظيم التقدير لكرم تعاونكم

مساعدتكم سوف تدفع بالبحث إلى تكملة الجانب التطبيقي من الأطروحة فنتمنى منكم التعاون معنا

والإجابة على كافة الأسئلة بدقة وبصفة صحيحة...شكر

المحور الأول: الخصائص المورفولوجية المؤسساتية للقناة

ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة، يمكنك اختيار أكثر من إجابة كما يمكنك ترك فراغ أمام الأسئلة التي ليست من تخصص منصبك (أ)-هيكل المؤسسة (الخصائص البنوية الخارجية والداخلية للمؤسسة):

- 1- هل القناة التي تشغل بها عبارة عن: وحدة تنظيمية مهيكلية وحدة إنتاجية ربحوية مكان للعمل وكسب الرزق
- 2- هل الواجهة الخارجية لمؤسستكم؟ تعبر عن طبيعة عمل المؤسسة (1) تعبر عن سياستها (2) مجهولة الهوية (3)
- *في حالة أنك اخترت رقم (3) لماذا؟.....
- 3- هل تحتوي مؤسستكم على أستوديوهات للأخبار خاصة بها؟ نعم لا
- *في حال الإجابة بنعم كم عددها؟
- *في حال الإجابة بلا إلى ما تلجأ لإنتاج أخبارها؟ الاستعانة بمؤسسات إنتاج أخرى كراء أستوديوهات خاصة لا أدري
- 4- ما نوع أستوديو الأخبار الذي تستخدمه مؤسستكم؟ حقيقي افتراضي الاثنان معا
- 5- كيف تقيم تصميم أستوديو الأخبار في مؤسستكم؟ جيد متوسط رديء
- 6- هل تعتمد مؤسستكم على ديكور لتصميم أستوديو الأخبار؟ نعم لا
- *في حالة الإجابة بنعم كيف تقيم ديكور للأخبار في مؤسستكم؟ جيد متوسط رديء
- 7- كيف تقيم تصميم قاعات التحرير في مؤسستكم؟ جيدة متوسطة رديئة
- 8- ضع علامة (X) أمام الخاصية التي تصف الهيكلية الإدارية والهيكلية الإنتاجية (الأستوديو) لمؤسستكم:

الإجابة	خاصية الهيكلية	الفضاء الإداري	الفضاء الإنتاجي
إنجاز العمل	سريع		
	بطيء		
التفاعل والتواصل	يوجد		
	لا يوجد		
الجهد	يتطلب		
	لا يتطلب		
الكفاءات البشرية	كثيرة		
	قليلة		
المهام	كثيرة		
	قليلة		

(ب) الولاء للمؤسسة:

- 9- ما حجم الوقت الذي تقضيه داخل المؤسسة؟ أكثر من وقت العمل وقت العمل أقل من وقت العمل
- 10- هل تقوم/تقومين بأعمال ليست من اختصاصك؟ نعم لا
- *في حال الإجابة بنعم ما المقابل الذي تتلقاه؟ مادي معنوي لا تتلقى أي مقابل
- 11- إذا دخلت مؤسستكم في أزمة، ما هي المساعدات التي قد تقدمها لإنقاذها؟
- التخلي عن العطلة القيام بأعمال إضافية خفض الراتب العمل دون مقابل مادي

أخرى تذكر.....

(ت)-العلاقات والتواصل داخل المؤسسة:

- 12- هل هناك تكامل بين أعضاء فريق العمل؟ نعم لا
- 13- هل تحضر أثناء اجتماعات الهيئة الإدارية؟ نعم لا
- 14- هل تشجع القناة مبادراتك في تطوير العمل؟ نعم لا
- 15- هل القناة تفرض عليك اتباع التسلسل الوظيفي (Hiérarchie)؟ نعم لا
- 16- كيف تصف علاقتك بإدارة مؤسستكم؟ جيدة سطحية سيئة (أجب عن أ)

لماذا سيئة؟

17- كيف تقيم البنية الكلية لمؤسستك؟ ضع علامة (X) أمام الخاصية المناسبة

الخاصية	مورفولوجيا المؤسسة
بسيطة	
معقدة	
هيكل رسمي	
هيكل لا رسمي	
ثابتة (ساكنة)	
ديناميكية (متغيرة باستمرار)	
متطورة	
غير متطورة	
مرتبة (منظمة)	
غير مرتبة	
صغيرة (من حيث الشكل)	
كبيرة	
ضعيفة (من حيث البنية)	
قوية	
قديمة	
جديدة	
اتصال من الأسفل إلى الأعلى	
اتصال من الأعلى إلى الأسفل	
مجمعة (في بناء واحد)	
منقسمة (في عدة بنايات منفصلة)	
بناء مريح	
بناء غير مريح	

المحور الثاني: الخصائص المورفولوجية لصناع الرسائل التلفزيونية

(أ)- الإطار الوظيفي:

1- ما هو اسم القسم الذي تنتمي إليه: -اسم المنصب:

2- وقت العمل: صباحا ظهرا ليلا

3- ماهي المهام التي تقوم بها داخل المؤسسة باختصار؟

4- على أي أساس يتم تكليفكم لأداء نشاطاتكم اليومية؟ التخصص الخبرة الأقدمية الاهتمامات الطلب

أخرى تذكر:

5- ما هو نوع عقد عملك في المؤسسة؟ عقد عمل محدد CDD عقد عمل دائم CDI عقد ما قبل التشغيل DAIP

أخرى تذكر:

6- في أي سنة بدأت العمل بمؤسستكم؟

7- ما هي الوظائف السابقة التي كنتم تشغلونها بمؤسستكم؟

لا يوجد

8- دخولكم للمؤسسة كان عن طريق: مسابقة على أساس الامتحان مسابقة على أساس الشهادة بطلب من المؤسسة بواسطة

(ب)- الإطار المهني:

9- قبل العمل بمؤسستكم الحالية، هل شغلتم وظائف في وسائل الإعلام؟ نعم لا

أ) إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي هذه الوظائف من الأولى حتى الأخيرة؟.....

10- إذا نظرتكم إلى الوراء، من هم الأشخاص أو ما هي الظروف التي حفزتكم للعمل بالتلفزيون؟

الأشخاص:

الظروف:

11- أين تودون العمل بعد خمس سنوات من الآن: في مجال الإعلام: الجريدة الإذاعة التلفزيون الجريدة الإلكترونية الإذاعة الإلكترونية التلفزيون الإلكتروني مؤسسات الإنتاج السمعي البصري (Boites de production) أو في مجال آخر، أين ولماذا؟

11- لماذا اخترتم العمل في مجال الإعلام؟ أحب الصحافة والإعلام الإعلاني له مكانة جيدة في المجتمع أحب الشهرة موهبة الوظيفة الوحيدة التي حصلت عليها

أخرى تذكر.....

(ت)- الإطار التكويني والتأهيلي:

الآن بعض الأسئلة حول خلفيتكم التعليمية:

12- ما هو مستواكم التعليمي؟ مهني أكملت ثلاث سنوات الثانوية (بدون باكالوريا) ثانوي بكالوريا

13- ما هو مستواكم العلمي؟

بين سنة و 3 سنوات من الجامعة شهادة جامعية (أجيبوا على أ، ب، ت) دراسات عليا (أجيبوا على ث -ج-د)

أ- الجامعة أو جامعات الدراسة؟

ب- ما هي الشهادة التي تحصلتم عليها؟

ت- ما هو تخصصكم أو تخصصاتكم؟

ث- ما هي الشهادات العليا التي تحصلتم عليها أو التي تحضرونها؟

ج- ما هو تخصص الشهادة؟

14- إذا تخرجتم من قسم أو كلية إعلام واتصال، هل تظنون أنه تم تأهيلكم بطريقة جيدة لممارسة العمل الإعلامي؟

نعم لا

15- ما هي الشهادات المكملة الأخرى التي تحصلتم عليها؟

لا يوجد

16- هل استقدمتم من تدريب في وسائل الإعلام قبل دخولكم للعمل بالقناة؟ نعم لا

إذا نعم، أين؟

17- هل استقدمتم من تدريب في وسائل الإعلام بعد دخولكم للعمل بالقناة؟ نعم لا

18- هل تريدون تدريب إضافي؟ نعم لا

(إذا كانت إجابتك بنعم) ما هو نوع التدريب الذي تريدونه؟

(ث)- الإطار الاجتماعي:

19- كم يبلغ عمركم؟

20- ما هو وضعكم الاجتماعي؟ متزوج مطلق أعزب أرمل

أ- في حالة الزواج، هل أطفالكم؟ متدرسون غير متدرسين لا يوجد

21- ما هو جنسكم؟ نكر أنثى

22- مكان الازدياد: الولاية: مكان النشأة: الولاية:

(ج)- الإطار الثقافي:

23- أجب بنعم أو لا عن العناصر الثقافية التالية؟

		أنتمي إلى جمعية اجتماعية
		أقوم بالمطالعة
		أقوم بنشاط فني
		أقوم بالرياضة
		أسافر كثيرا

العناصر الثقافية	نعم	لا
أتقن اللغة الفرنسية		
أتقن اللغة الإنجليزية		
لغات أخرى: سميها.....		
أنتمي إلى حزب سياسي		

-ح-

الإطار الاقتصادي:

24- ماذا عن دخلك الفردي:

- أقل من 20 ألف بين 20-40 ألف أكثر من 40 وأقل من 60 ألف أكثر من 60 ألف
- هل أنت راض عن هذا الدخل؟ نعم لا
- 25- هل سكنك؟ قريب من مقر القناة بعيد عن مقر القناة
- 26- هل مكان سكنك؟ خاص بك مستأجر سكن عائلي
- 27- ماذا تستعمل للتنقل إلى مقر القناة؟

المحور الثالث: تأثير العوامل الشكلية للمؤسسة في صناع الرسالة التلفزيونية:

(أ)- الاستقرار والرضا على مورفولوجيا المؤسسة:

1- حدد بوضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة رضاك عن العناصر الآتية:

العناصر	نعم	لا
أ- راض عن شكل القناة من الخارج؟		
ب- راض عن شكل القناة من الداخل؟		
ت- راض عن طريقة تنظيم العمل بالأستوديوهات؟		
ث- راض عن طريقة تنظيم العمل بقاعات التحرير؟		
ج- راض عن طريق العمل بالإدارة؟		
ح- راض عن طريقة تنظيم فريق العمل الإداري؟		
خ- راض عن طريقة تنظيم فريق العمل داخل الأستديو؟		
د- راض عن ظروف العمل؟		

2- ما هو رأيكم في طرق العمل داخل المؤسسة؟ ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة

طرق العمل	نعم	لا
أ- نشاطات يومية روتينية.		
ب- مهام تطلب بنية فيزيولوجية قوية		
ت- انتقائية في أداء المهام.		
ث- الولاء لجهة أو شخص معين.		
ج- كثرة النقد ما بين الزملاء.		
ح- التركيز على الإنتاج وكسب جمهور عريض.		

3- حدد موقفك من بعض الممارسات الآتية؟

الممارسات	مقبول	غير مقبول
أ- شراء المعلومات السرية.		
ب- استعمال وثائق حكومية بدون إذن.		
ت- خدمة أشخاص لهم نفوذ في الدولة.		
ث- تمرير معلومات شخصية على حساب العامة.		
ج- تحريف المعلومات لكسب الجمهور.		
ح- إعادة تمثيل أحداث و تضخيمها.		
خ- العمل بمؤسسة للحصول على معلومات داخلية		
د- استعمال ميكروفونات وكاميرات مخفية		

ب-التأثيرات الداخلية والخارجية للمؤسسة في عمال التلفزيون:

4-في عملك اليومي كيف تحددون تأثير العوامل التالية في إنتاجك للأخبار؟

العوامل	تأثير كبير	تأثير متوسط	تأثير ضعيف	بدون تأثير
أ. زملائكم في العمل				
ب. المسؤولون				
ت. الأصدقاء والمعارف				
ث. الرقابة الخارجية				
ج. مصادر الأخبار				
ح. الأخلاق والنزاهة				

5-حدد تأثير بعض هذه العوامل في عملك اليومي بالتليفزيون؟ ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة

العوامل/الدرجة	تأثير كبير	تأثير متوسط	لا تؤثر
أ- مهام تتطلب بنية قوية			
ب- العمل الليلي			
ت- العلاقات الإنسانية بين العمال			
ث- الزواج والأبناء			
ج- الأجر			
ح- السكن			
خ- البيروقراطية			

6- في الآتي حاول التركيز جيدا واختر المكان الذي تحب العمل فيه، اختر أحد الرقمين 1 أو 2 بوضع علامة (X) أمام الرقم المختار:



7- لو كنت صاحب مؤسسة إعلامية تلفزيونية، فأيهما الأنسب لإنتاج حصصك؟

الديكور الحقيقي أم الديكور الافتراضي الأستوديو الحقيقي أم الأستوديو الافتراضي

8- لو كنت مسؤولاً عن الإنتاج، هل تستطيع أن تدير مؤسسة إعلامية بالاعتماد على الفضاء الافتراضي؟ نعم لا

9- إذا كانت الإجابة بنعم فهل يمكن أن تدير إنتاج سمعي بصري بالاعتماد على تقنية الأستوديو الافتراضي؟ نعم لا

كيف تتوقع مستقبل مؤسساتك الإعلامية؟

انتهى

شكراً على تعاونكم

ملحق (ب) يوضح دليل المقابلة

دليل المقابلة:

استهدفت المقابلة رؤساء ومدراء ومسؤولي المصالح والأقسام، وقد نطلق على هذه العينة عينة الخبراء الذين يشتغلون مناصب ذات مسؤولية واتخاذ القرار إذ يثبتون تواجدهم بالعمل الإعلامي وخبرة في العمل.

(1)-الطاقم التحريري الإنتاجي:

- ما هو عدد المرات التي تجتمع فيها مع فريق عملك لمناقشة أفكار واقتراحات لكتابة المادة الإخبارية؟

- هل تؤثر في قرارات التوظيف؟ نعم (لماذا) لا (لماذا)

- هل تجدون صعوبات في توزيع المهام على العمال؟ نعم (لماذا) لا (لماذا)

(2)- رؤساء الطاقم الفني والتقني الإنتاجي (الكادر الهندسي وغير الهندسي):

البلاطو:

- ما هي أبرز العناصر التي تركز عليها في تصميم بلاتوهات الاستوديوهات الإخبارية الخاصة بالقناة التي تعمل بها؟

- ما هي أبرز المشاكل التي تتعرض لها خلال العمل بالاستوديو؟

الإضاءة:

- هل أنتم بحاجة إلى إضاءة إضافية في بلاطو أستوديوهات الأخبار التي تعمل بها؟ هل الإضاءة المتوفرة مناسبة؟

- من يتدخل في وضع إضاءة بلاطو أستوديوهات الأخبار وألوانها؟

الصوت:

- من يتدخل في اختيار أصوات وموسيقى الأخبار؟

الكتابة والجرافيك

- هل لديك الحرية في اختيار نوع الخط وتصميم الجرافيك أثناء إخراج الأخبار؟ في حالة الإجابة بنعم؟ من هم الأشخاص

الذين يتدخلون في الاختيار؟

- ماهي برامج الخطوط التي تفضلها؟ البرامج التي توفر خطوط زخرفية البرامج التي توفر خطوط بسيطة وسهلة

الاستخدام

(3)-أسئلة مشتركة بين الرؤساء:

- هل تركز مؤسستك على الجانب التقني أكثر من المؤسساتي؟

- برأيك هل العمال الذين تشرف عليهم لديهم ثقافة مؤسساتية؟

- هل يرتبط اختلاف البنية باختلاف الوظائف؟

- هل للإدارة أهمية بالنسبة لك؟ -هل مؤسستك مع أو ضد التغيير؟

- ما هي أهم الضغوطات التي تتعرض لها أثناء العمل؟

- من وجهة نظرك كيف تقدر شكل المؤسسة السابق من حيث (قاعات التحرير، الأستوديو، فضاء العمل العام)؟

- من وجهة نظرك كيف تقدر شكل المؤسسة الحالي من حيث (قاعات التحرير، الأستوديو، فضاء العمل العام)؟

- في رأيك هل مؤسستك قادرة على تطوير بناءها بالانتقال إلى العمل في البيئة الإلكترونية والتخلي عن العمل الروتيني

الكلاسيكي؟

دليل إجراءات المقابلة بالتلفزيون العمومي الجزائري:

إجراء المقابلة:

تم إجراء المقابلات مع عينة من المبحوثين تقدر بـ 16 مبحوثا من كلا الجنسين (ذكور/إناث) والذين تمركزت أعمارهم في الفئة ما بين 42 إلى 52 سنة. وتم إجراء المقابلات مع المبحوثين بقناة الشروق نيوز على مدى يومين في شهر ديسمبر 2018، المتوزعين على مختلف الأقسام أين قمنا باستهداف رؤساء المصالح والأقسام كونهم يمتلكون رؤية واضحة عن سير العمل بالمؤسسة ولهم مسؤولية عن الوظائف والمهام.

توزيع مفردات عينة المقابلة:

الفرع	ذكر	أنثى	المجموع العام
فرع الأخبار	08	2	10
فرع الإنتاج	3	0	3
الفرع الفني التقني	1	2	03
المجموع العام	08	08	16

رمز المبحوث	عنوان الوظيفة	تاريخ إجراء المقابلة	مكان إجراء المقابلة
AB12	رئيس قسم الأخبار	2018/10/23 على الساعة 13:00	قاعة التحرير
CD2	مدير الأخبار الرياضية	2018/10/24 على الساعة 12:44	مديرية الأخبار الرياضية
EF3	رئيس تحرير الأخبار الرياضية	2018/10/24 على الساعة 13:30	مديرية الأخبار الرياضية
GH4	رئيس تحرير أخبار الظهيرة	2018/10/23 على الساعة 10:00	قاعة التحرير الجزائرية الثالثة
IJ5	رئيس تحرير التظاهرات الكبرى	2019/04/14 على الساعة 18:49	عبر الوسيط ماسنجر
KL6	رئيس تحرير الحصص المتخصصة	2018/10/23 على الساعة 10:30	قاعة التحرير الجزائرية الثالثة
MN7	رئيس تحرير القسم السياسي	2018/10/26 على الساعة 15:07	الكافيتريا
OP8	رئيسة تحرير الريبورتاج	2018/10/15 على الساعة 21:10	عبر الهاتف
QR9	رئيس تحرير النشرة الإخبارية ف أ	2018/10/26 على الساعة 13:00	باهو قاعة التحكم Hall Regie
ST10	رئيسة تحرير النشرة الإخبارية ف ب	2018/10/27 على الساعة 09:00	قاعة التحرير
UV11	مدير الإنتاج (المخرج)	2018/10/26 على الساعة 20:50	قاعة التحكم Regie
WX12	المدير التقني	2018/10/26 على الساعة 19:20	ENG
YZ13	مدير التصوير	2018/10/26 على الساعة 14:00	كواليس النشرة بالاستوديو
ABC14	مدير مصلحة السينوغرافيا	2018/10/27 على الساعة 12:20	مكتب مصلحة السينوغرافيا
DEF15	مسؤولة ديكور الأخبار	2018/10/27 على الساعة 11:00	مكتب الديكور والأكسسوارات
GHI16	مديرة مصلحة الملابس والماكياج	2018/10/27 على الساعة 11:30	قاعة الماكياج

دليل إجراءات المقابلة بقناة الشروق نيوز:

إجراءات المقابلة:

تم إجراء المقابلات مع عينة من المبحوثين تقدر بـ 08 مبحوثين أغلبهم ذكور والذين تمركزت أعمارهم في الفئة ما بين 31 و 41 سنة ومن من مستويات جامعية من شعب متنوعة. وقد تم إجراء المقابلات مع المبحوثين بالتليفزيون خلال الفترة الممتدة بداية شهر نوفمبر 2018 تزامنا مع فترة توزيع استمارات استبيان الدراسة، وقد تم الاكتفاء بهذا القدر من العدد من المبحوثين وذلك لاستحالة إجراء مقابلات مع عدد أكبر من المبحوثين في التليفزيون فقمنا بالتركيز على عمال مديرية الأخبار (القناة الأرضية) وذلك لكثرة عدده المبحوثين من جهة ومن جهة أخرى لإحجام المبحوثين عن تقديم

الإجابات من خلال الاستجواب المباشر وتفضيل الإجابة على الاستمارة التي في رأيهم تمثل مجالاً أكثر سرية وحرية للتعبير عن آرائهم بالإضافة إلى ضيق وقتهم بالنظر إلى سرعة العمل داخل التلفزيون.

توزيع مفردات عينة المقابلة:

الفرع	نكر	أنثى	المجموع العام
القسم التقني	02	00	02
قسم الأخبار والبرامج الإخبارية	3	01	04
قسم الإنتاج	02	00	02
المجموع العام	07	01	08

رمز المبحوث	عنوان الوظيفة	تاريخ إجراء المقابلة	مكان إجراء المقابلة
GKLB1	مدير القسم التقني	2018/12/25 على الساعة 10:00	استوديو الأخبار رقم 1
MNOB2	مسؤول بلاتو	2018/12/25 على الساعة 10:40	استوديو الأخبار رقم 1
PQUB3	رئيس تحرير قسم الأخبار والبرامج	2018/12/25 على الساعة 11:10	قسم الأخبار والبرامج الإخبارية
VWXB4	رئيس تحرير القسم السياسي	2018/12/25 على الساعة 13:35	قاعة التحرير
YZAB5	رئيسة تحرير القسم الثقافي	2018/12/25 على الساعة 14:14	قاعة التحرير
BCDB6	منشط رئيسي	2018/12/25 على الساعة 14:50	بلاتو الأخبار رقم 2
EFGB7	رئيس تحرير قسم الريبورتاج	2018/12/26 على الساعة 11:03	مكتب قسم الريبورتاج
KLMB8	رئيس تحرير التحقيقات	2018/12/26 على الساعة 11:29	مكتب قسم التحقيقات

ملحق (ت) يبرز الخصائص المورفولوجية لقياس الصور وعواملها المؤثرة

تعداد العمال بالأستوديوهات وقاعات التحرير الخصائص والعوامل المؤثرة

- تكوين الفضاء (عمل في فضاء كثير الأشخاص).
- علاقات فضائية (تدفق الاتصالات غير الرسمية).
- تصميم كبير وبلاتو حقيقي.
- روح الفريق وتنمية المعرفة والاستكشاف.
- الاستقرار والجمود.



- تكوين الفضاء (عمل في فضاء قليل الأشخاص).
- علاقات شكلية (غياب للاتصال).
- تصميم متوسط وبلاتو افتراضي.
- الإنتاج الأحادي، تنمية للروح الخيالية والإبداعية والابتكارية.



الخصائص والعوامل المؤثرة

شكل قاعات التحرير وموقعها:

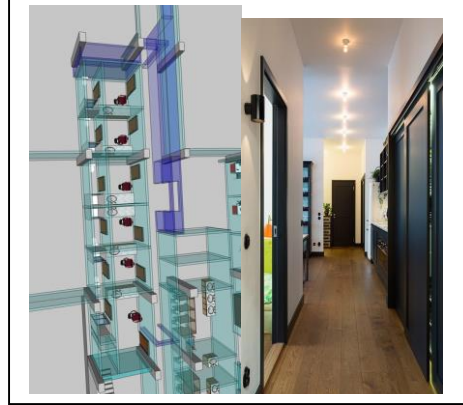
- انعزال الأشكال (منفصلة عن الأستوديوهات).
- بساطة التصميم وكلاسيكية.
- قاعات بيروقراطية.
- علاقات اتجاهية غير مباشرة.
- تداخل الأشكال ربط مباشر بالأستوديو والبلاتو.
- تصميم فني وحديث.
- قاعات معاصرة.
- علاقات اتجاهية مباشرة.



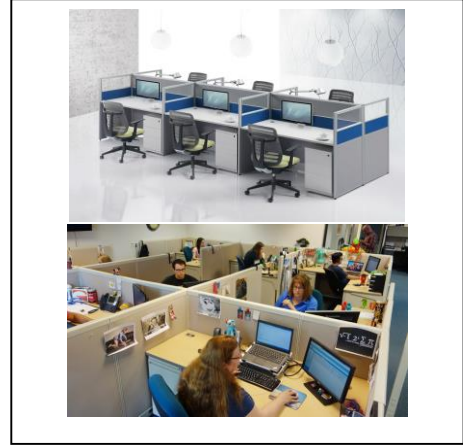
الخصائص والعوامل المؤثرة

تصميم الفضاء الإداري:

- فضاء مغلق وانعزال مكاني.
- تباعد الأشكال تصميم رسمي بيروقراطي.
- شكل كبير.
- فراغ كبير بين الأقسام وكتلة واسعة.
- اتصال طويل وغير مباشر.
- هيئات ثنائية الأبعاد.



- فضاء مفتوح وتقارب مكاني.
- ترابط الأشكال وتصميم عصري ديناميكي.
- شكل بين المتوسط والصغير.
- فراغ صغير وكتلة ضيقة.
- اتصال قصير مباشر.
- هيئات ثلاثية الأبعاد.



-الفضاء الإنتاجي: تصميم الاستوديو: نوعه وحجمه: الخصائص والعوامل المؤثرة

- فضاء بديكور افتراضي محدود.
- ربط لوني.
- علاقات شكلية، لونية.
- النسبة والتناسب اللوني.

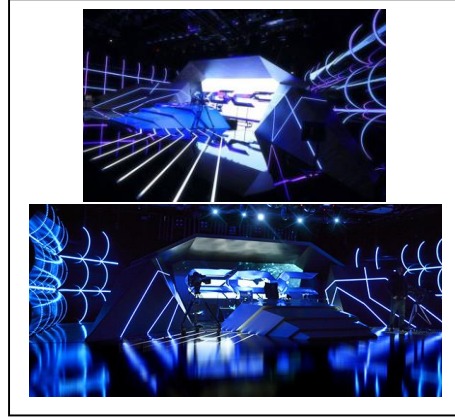


- بلاطو بديكور حقيقي ممتد.
- ربط حركي وضوئي.
- علاقات فضائية، اتجاهية.
- النسبة والتناسب الشكلي.



-علاقة البلاطو بالتصميم والإضاءة والصوت: الخصائص والعوامل المؤثرة

- بيئات ثلاثية الأبعاد.
- انسجام وتقابل لوني.
- تنوع توازنات لونية.
- انسجام لوني ضوئي/ إيقاع لوني صوتي
- ملامس وخامة ضوئية (إبهار بصري).
- ديكور زجاجي.



- بيئات أحادية الأبعاد.
- تضاد لوني، تمرکز لوني.
- جمود لوني صوتي.
- تباينات لونية وديكور لوجي.
- تركيز المضمون.
- ديكور خشبي.

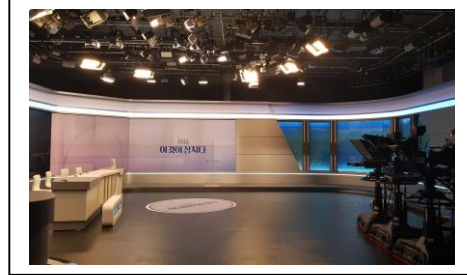


-المساحة ونوع الديكور والعناصر التيبوغرافية: الخصائص والعوامل المؤثرة

- مساحة ضيقة.
- ديكور مغلق.
- العنصر التيبوغرافي: شاشات عرض صغير لونية.
- إيقاع لوني ضوئي صوتي ثابت.



- مساحة واسعة.
- ديكور ممتد.
- العناصر التيبوغرافية: شاشات عرض كبيرة+ ملصقات.
- إيقاع لوني ضوئي صوتي متنوع.



البلاتو الحقيقي والبلاتو الافتراضي: الخصائص والعوامل المؤثرة

- سقف ثلاثي الأبعاد.
- جدران إلكترونية
- ملامس أرضية
- بلاتو ضوئي



-ألوان باردة

-بلاطو افتراضي



-شكل وحجم المؤسسة من الخارج: الخصائص والعوامل المؤثرة

-حجم كبير ثلاثي الأبعاد.

-واجهة مصممة من الزجاج.

-واجهة ضوئية لامعة.

-رموز لونية بارزة.

-شكل معاصر إيكولوجي.



-واجهة مصممة بمواد بناء بسيطة.

-واجهة خالية من الضوء.

-غياب للرموز اللونية.

-غياب للصورة البصرية.

-ضعف في الاتصال الخارجي.

-شكل بسيط كلاسيكي محدود الحجم.



ملحق (ث) يوضح الوثيقة الرسمية لدخول التلفزيون

FICHE D'ACCES VISITEURS
** NATIONAUX **

26 DEC. 2018

BIEN VENUE
A LA
TELEVISION ALGERIENNE

NOM : Laïche PRENOM : Oussama
DATE ET LIEU DE NAISSANCE : 24/02/93
N° CIN-PC : 104423030 DELIVREE LE : 07/05/17
FONCTION : Etudiant
ADRESSE : Annaba
NOM DE LA PERSONNE A VISITER : M^r Hamraoui
DIRECTION : Sport
MOTIF DE LA VISITE :
HEURE D'ENTREE : 11h00 HEURE DE SORTIE :

LE RECEPTIONNISTE
NOM ET SIGNATURE

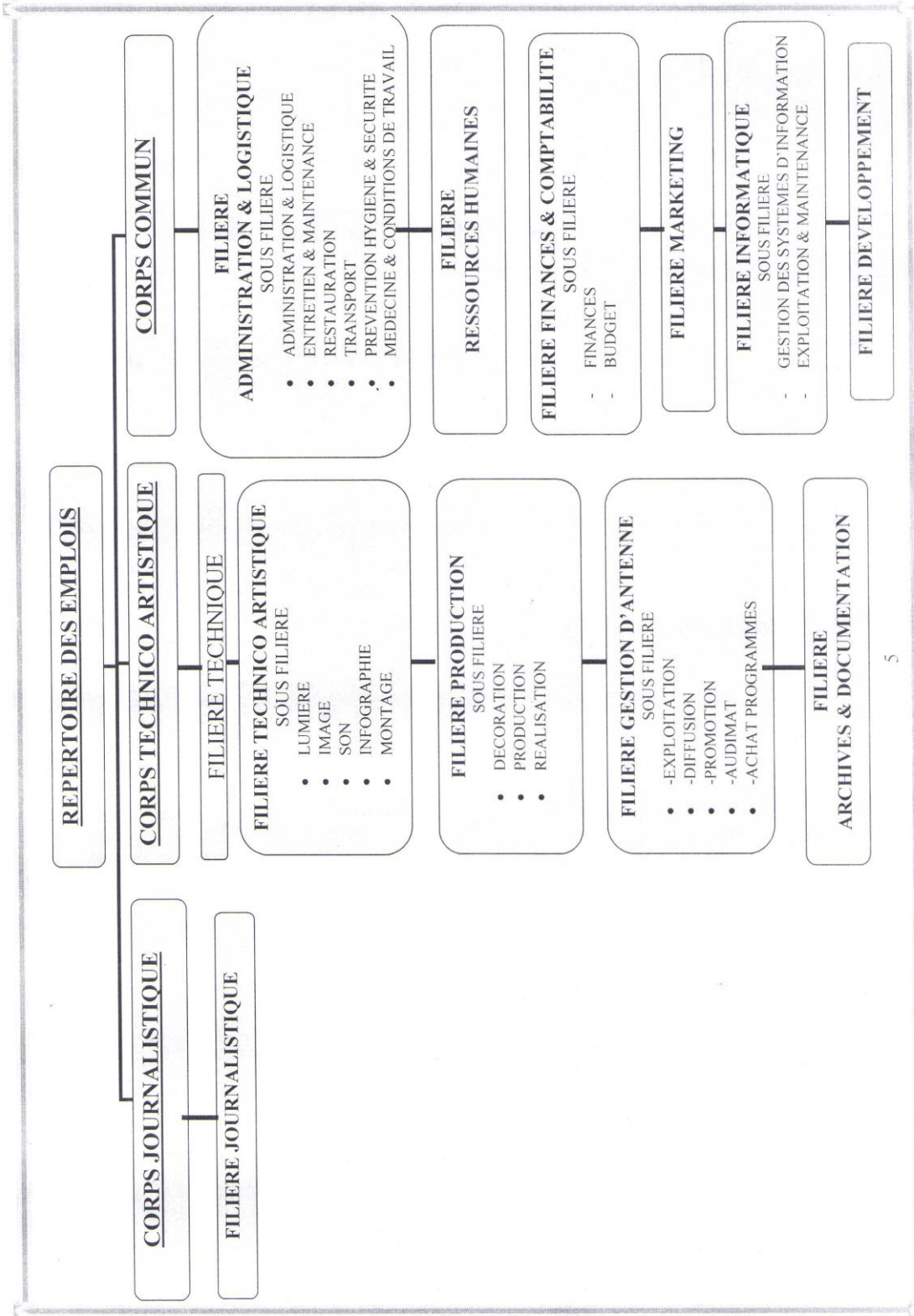
BH

LE RESPONSABLE DE STRUCTURE
NOM, SIGNATURE ET CACHET.

Noureddine HAMRAOUT



ملحق (ح) يبين الجسم الصحفي بالقناة الأرضية



ملحق (خ) يبين العدد الإجمالي لعمال التليفزيون الجزائري

Direction	Total général
Direction Canal Algérie	188
Direction Commerciale	30
Direction de la 5 chaine dédiée au saint coran	132
Direction de la chaine 4 d'expression amazighe	87
Direction de la Prévention et de la Sécurité	148
Direction de la Production des Programmes	394
Direction de la Programmation	41
Direction de la Troisième Chaîne Algérienne	111
Direction de l'Administration et des Moyens	221
Direction de l'Information	446
Direction des Archives et de Documentation	51
Direction des Etudes et de l'Equipement	49
Direction des Finances et de la Comptabilité	33
Direction des Relations Extérieures	7
Direction des Ressources Humaines	78
Direction des Services Techniques	588
Direction Générale	19
Direction Générale Adjointe	14
Direction Régionale de Bechar	91
Direction Régionale de Constantine	132
Direction Régionale de Ouargla	113
Direction Régionale d'Oran	154

3127

ملحق (د) يوضح عدد عمال مديرية الأخبار حسب الجنس

Direction

Direction de l'Information

Nombre de Matricule

Étiquettes de colonnes

Étiquettes de lignes

Féminin

Masculin Total général

Filière Administration et Logistique	11	19	30
Filière Archives et Documentation	3	13	16
Filière Finances et Comptabilité	1	1	2
Filière Gestion d'Antenne de Télévision		1	1
Filière Information	151	120	271
Filière Informatique		1	1
Filière Production	15	11	26
Filière Technico-Artistique	3	94	97
Filière Technique		2	2
Total général	184	262	446

ملحق (ذ) مرسوم يتضمن إنشاء مؤسسة التلفزة الوطنية

11001

الأربعاء 23 شوال عام 1406 هـ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

الباب الأول

التسمية - الهدف - المقر

المادة الأولى : تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصيغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى «مؤسسة التلفزة الوطنية» وتدعى في صلب النص «المؤسسة».

المادة 2 : توضع المؤسسة تحت وصاية وزير الاعلام.

المادة 3 : يكون مقر المؤسسة في مدينة الجزائر. ويمكن نقله الى أي مكان احسب من التراب الوطني بمرسوم.

المادة 4 : تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للثلاث التلفزيوني وتمارس احتكار بث البرامج التلفزية في كامل التراب الوطني.

المادة 5 : تتمثل مهمة المؤسسة فيما يأتي :

- الاعلام عن طريق البث والنقل لكل التحقيقات والحصص والبرامج التلفزية المتعلقة بالحياة الوطنية او الجهوية او المحلية او الدولية وكذلك جميع قضايا الساعة ومواضيعها.

- المساهمة في تربية المواطنين وحثهم على أجل تحقيق الاهداف الوطنية والدفاع عن مصالح البلاد والثورة.

- المساهمة في رفيع المستوى الثقافي والتكويني لدى المواطنين.

- التعريف بإنجازات البلاد والانتاج الوطني مع خلال المساهمة في رفع مستوى الوعي لدى المواطنين مع أجل مشاركة أوسع في عملية التنمية الوطنية.

- المساهمة في الصلية والتشبيط الثقافي والفني وتطوير وسائل التسلية والرياضة.

المادة 6 : تتولى المؤسسة في احاسار مهتها

ما يأتي :

- ويمقتضى المرسوم رقم 65 - 80 المؤرخ في 18 جمادى الثانية عام 1980 الموافق 14 أكتوبر سنة 1980 والمتضمن تحديد شروط تعيين المحاسبين العموميين.

- ويمقتضى المرسوم رقم 80 - 83 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1400 الموافق أول مارس سنة 1980 والمتضمن اعدادات المفتشية العامة للمالية.

- ويمقتضى المرسوم رقم 82 - 84 المؤرخ في 20 ربيع الاول عام 1400 الموافق 06 يناير سنة 1980 الذي يحدد صلاحيات وزير الاعلام.

- ويمقتضى المرسوم رقم 84 - 337 المؤرخ في 16 صفر عام 1403 الموافق 02 نوفمبر سنة 1980 والمتضمن انشاء المجلس الاعلى للاعلام وكيفيات تنظيمه وعمله.

- ويمقتضى المرسوم رقم 84 - 396 المؤرخ في أول ربيع الاول عام 1403 الموافق 14 نوفمبر سنة 1980 والمتضمن انشاء محافظة تنظيم المؤسسات وتسييرها.

- ويمقتضى المرسوم رقم 85 - 06 المؤرخ في 27 ربيع الثاني عام 1405 الموافق 29 يناير سنة 1985 والمتضمن انشاء اللجنة الوزارية المشتركة للشؤون السمية البصرية.

- ويمقتضى المرسوم رقم 85 - 119 المؤرخ في أول رمضان عام 1405 الموافق 21 مايو سنة 1985 الذي يحدد المهام العامة لهياكل الادارة المركزية وأجهزتها في الوزارات.

- ونظرا للاحكام الدستورية التي تقتضي بأن انشاء المؤسسات الاشتراكية وتنظيمها وسيرها ليس من اختصاص الميدان القانوني، بل هو من اختصاص الميدان التنظيمي.

يرجع ما يلي :

أو تسيرها الاذاعة والتلفزيون الجزائرية أو
المسندة اليها، كما تمددها بالوسائل البشرية
والمادية والهيكلية والحقوق والالتزامات المرتبطة
بتحقيق الاهداف المسطرة لها أو المخصصة لاتيصال
اعمالها.

(د) تسخر المؤسسة، زيادة على ذلك في حدود
اختصاصاتها وطبقا للاحكام التشريعية
والتنظيمية المعمول بها، جميع الوسائل العقارية
وغير العقارية والصناعية والمالية والتجارية
لتحقيق الاهداف التي يحددها لها قانونها
الاساسي ومخططات التنمية وبرامجها.

(ذ) يمكن المؤسسة أيضا، في الحدود المسموح
بها وطبقا للاحكام التشريعية والتنظيمية أن
تفترض لدعم وسائلها المالية الضرورية لاداء
مهمتها وتحقيق الاهداف المحددة لها في إطار
مخططات التنمية وبرامجها.

(هـ) تتعاون المؤسسة، مع جهة أخرى، القيام
بالمهام التجارية والعقارية وغير العقارية
والصناعية والمالية المرتبطة بهدفها التي مع
شأنها أن تسهل توسعها في حدود اختصاصاتها
وفي إطار التنظيم الجاري به العمل.

الباب الثاني

التنظيم - الفصل

المادة 6 : يدير المؤسسة مدير عام يساعد
مجلس استشاري، يحدد هذا الرسوم اختصاصاته
وتكوينه وعمله.

المادة 20 : يعين المدير العام بمرسوم يصدر
بناء على اقتراح وزير الاعلام، وتنتهي بهامته
حسب الاشكال نفسها.

المادة 21 : يعين المدير العام على التحسين
المستمر لتوعية البرامج التلفزية وعلى احترام
اختيارات البلاد والمقاييس المهنية وقواعد
أخلاق المهنة.

وفي هذا الاطار يقوم المدير العام بما يأتي :
- تطبيق توجيهات الرقابة.

- الانتاج، والانتاج المشترك، والاستيراد
وبث البرامج السياسية والاقتصادية والثقافية
والاجتماعية والفنية.

- تنمية الاعمال المتصلة بهدفها مع مراعاة
تطور التقنيات والتكنولوجيا في مجال التلفزة.

- المهتم على تطوير برامجها.

- صيانة المحطرات التلفزية.

- المشاركة في تكوين مستخدميها وتحسين
مستواهم.

- استغلال وسائلها التقنية الانتاجية،
وصيانتها وتطويرها.

المادة 7 : تتعاون المؤسسة في اطار صلاحياتها
ما يأتي :

- تبرم مع أية ادارة مدنية أو أية هيئة
وطنية أو أجنبية أية اتفاقية هدفها الانتاج
والانتاج المشترك، وبث البرامج التلفزية عبر
التراب الوطني و/أو في اتجاه الخارج.

- تنمي الاعمال وتوطد علاقات التعاون مع
الهيئات المعاملة الاجنبية، لاسيما، في اطار
تحقيق اهداف النظام المالي الجديد للاعلام
والاتصال.

- تشارك بالاتصال مع الهيئات المعنية
وتحت اشراف السلطة الوصية في أعمال
الاتحادات المهنية التلفزية.

- تبرم أن عقد الشهاري تلفزيوني وفقا
لتنظيم الجاري به العمل.

- تشارك مع الإدارات أو الهيئات الوطنية
في ضبط مقاييس المتاد التقني الانتاجي.

المادة 8 : تستفيد المؤسسة، قصد بلوغ
اهدافها واداء مهمتها، مما يأتي :

(أ) تزود الدولة المؤسسة عن طريق تحويل
جزء من المستلكات والوسائل التي كانت تعودها

- ممثل حزب جبهة التحرير الوطني.
- ممثل وزير الشؤون الخارجية.
- ممثل وزير الدفاع الوطني.
- ممثل وزير الداخلية والجماعات المحلية.
- ممثل وزير المالية.
- ممثل وزير البريد والموصلات.
- ممثل وزير التخطيط.
- ممثل وزير الثقافة والسياحة.
- ممثل وزير الصحة العمومية.
- ممثل وزير الحماية الاجتماعية.
- ممثل وزير الشبيبة والرياضة.
- ممثل وزير الشؤون الدينية.
- ممثل وزير التعليم العالي.
- ممثل وزير التربية الوطنية.
- ممثل وزير التكوين المهني والعمل.
- ممثل وزير الري والبيئة والغابات.
- المديرين المعيّنين في وزارة الاعلام.
- ممثلين (2) للصحافة المكتوبة تعيينهما السلطة الوصية مع بين مديري أجهزة الاعلام.
- المدير العام للمؤسسة الوطنية للبريد الاتصالي والتلفزيون.
- ممثل عمال المؤسسة.
- المدير العام لمؤسسة التلفزة الوطنية.
- المادة 26 : يمكن المجلس الاستشاري أن يقدم أي شخص يرى فائدة في حضوره لدراسة النقاط المسجلة في جدول أعماله بسبب كفاءته.
- المادة 27 : يعين وزير الاعلام بقرار أعضاء المجلس الاستشاري لمدة ثلاث سنوات بناء على اقتراح السلطات التي ينتمون إليها. وتنتهي عضوية الأعضاء الذين يعينون بسبب وظائفهم بانتهاء هذه الوظائف. وإذا ما انقطعت عضوية أحد الأعضاء، يمكن خلف له حسب الاشكال نفسها ويكمل هذا مدة عضوية يلفه حتى انتهائها.

- يمثل المؤسسة في جميع أعمال الحياة المدنية.
- يترأس التسيير الإداري والتقني والمالي في المؤسسة.
- يعد جداول البرامج ويسهر على إنجازها.
- يمارس السلطة السلمية على جميع مستغني المؤسسة.
- يعد مشروع الميزانية.
- يلتزم بالتفقات ويأمر بصرفها.
- يسهر على احترام النظام الداخلي.
- المادة 28 : يساعد المدير العام مدير عام مساعد.
- المادة 29 : يعين وزير الاعلام المدير العام المساعد بقرار بناء على اقتراح المدير العام. وتنتهي مهامه حسب الاشكال نفسها.
- المادة 30 : يبدى المجلس الاستشاري رأيه في أي مسألة لها علاقة بأعمال المؤسسة. ويهذه الصفة يقوم بها يأتي :
- يدرس الخطوط العريضة لبرنامج عمل المؤسسة السنوي.
- يبدى رأيه في افاق تطوير المؤسسة وفي مشاريع توسيع أعمالها وفي مشاريع منقطعات الاستثمارات السنوية وبرامجها.
- يدرس التقرير السنوي مع نشاط المؤسسة وحساب استغلالها العام.
- يبدى رأيه في طلبات المساعدة التي تقدمها المؤسسة.
- يدرس ويقترح جميع التدابير الرامية الى تحسين عمل المؤسسة وتسهيل تحقيق أهدافها.
- المادة 31 : يتكون المجلس الاستشاري مع :
- وزير الاعلام أو ممثله. رئيسا.
- ممثل رئاسة الجمهورية.

الباب الثالث التسيير العالي

- المادة 26 : تبتدىء السنة المالية في المؤسسة أول يناير وتنتهي في 31 ديسمبر من كل سنة وتمسك محاسبة المؤسسة على الشكل التجاري طبقا لاحكام الاس رقم 75 - 85 المؤرخ في 29 أبريل سنة 1975 والمتضمن المخطط الوطني للمحاسبة والتصوير المتخذة لتطبيقه.
- المادة 27 : تشمل ميزانية المؤسسة على ما يأتي :
- أ) الإيرادات والموارد، وتتكون مما يأتي :
- المساعدات العادية التي تخصصها الدولة لسير المؤسسة والجزاء مخطؤها الإنتاجي السنوي،
 - الإيرادات المرتبطة بأعمال المؤسسة وجميع الموارد القانونية الأخرى،
 - المساعدات الاستثنائية التي تخصصها الدولة للقيام بأعمال أو تحقيق أهداف خاصة.
- ب) النفقات وتشمل ما يأتي :
- نفقات التسيير والصيانة،
 - نفقات التجهيز.
- المادة 28 : تتكفل ميزانية الدولة بتفقات تجهيز المؤسسة.
- المادة 29 : تعرض الحسابات التقديرية في المؤسسة معصوية بإراء المجلس الاستشاري وتوصياته على وزير الاعلام، ووزير المالية، ووزير التخطيط ليوافقوا عليها في الاجال القانونية.
- المادة 30 : ترسل الموازنة وحساب النتائج، وحساب تخصيص النتائج، والتقرير السنوي عن نشاط السنة المالية المنصرمة مشفوعة بإراء المجلس الاستشاري وتوصياته وبتقرير الهيئة المكلفة بالرقابة، الى وزير الاعلام، ووزير المالية ووزير التخطيط، والى رئيس مجلس المحاسبة.

المادة 28 : يجب أن تكون لممثل الوزارات في المجلس الاستشاري رتبة مدير على الأقل في الإدارة المركزية.

المادة 29 : يجتمع المجلس في دورة عادية مرتين في السنة بناء على استدعاء من رئيسته الذي يحدد جدول أعمال الاجتماعات.

وترسل الاستدعاءات معصوبة بجدول الأعمال قبل خمسة عشر (15) يوما على الأقل مع تاريخ الاجتماع الا في الحالات الاستثنائية.

ويجتمع المجلس في دورة غير عادية ببادرة من رئيسته.

المادة 30 : لا تصح مداوات المجلس الا اذا حضر ثلثا أعضائه. وإذا لم يكتمل النصاب ينقذ اجتماع جديد في ظرف ثمانية (8) أيام. وحينئذ تصح مداوات المجلس مهما يكن عدد الأعضاء الحاضرين.

المادة 31 : تتخذ قرارات المجلس بالأغلبية البسيطة. وفي حالة تعادل الاصوات يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 32 : تدون مداوات المجلس في محاضر ثم تسجل في دفتر خاص.

المادة 33 : تتولى مصالح المؤسسة كتابة المجلس.

المادة 34 : تنظم المؤسسة في مديريات ووحدات. ويحدد وزير الاعلام بقرار التنظيم الداخلي في المؤسسة ووحداتها وصلحيات المديريات، وعدد الوحدات، ومقر كل منها.

المادة 35 : تتولى الوحدات على الخصوص إنتاج البرامج وتغذية الاحداث الجهوية والمحلية أو الوطنية أو الدولية، ويخضع مسؤولو الوحدات لسلطة المدير العام.

- المادة 33 : بناء على تقرير وزير الاعلام،
- وبناء على الدستور، لاسيما المواد 14 - 3 و 25 و 30 و 31 و 111 - 10 و 152 منه،
- وبناء على لائحة سياسة الاعلام التي صادق عليها اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني في دورتها السابعة
- وبمقتضى الامر رقم 67 - 24 المؤرخ في 6 شعبان عام 1387 الموافق 9 نوفمبر سنة 1967 والمتضمن تنظيم الاذاعة والتلفزيون الجزائرية،
- وبمقتضى الامر رقم 73 - 35 المؤرخ في 17 ربيع الثاني عام 1395 الموافق 29 أبريل سنة 1975 والمتضمن المخطط الرئسي للمعاشية،
- وبمقتضى الامر رقم 75 - 89 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1395 الموافق 30 ديسمبر سنة 1975 والمتضمن قانون البريد والمواصلات،
- وبمقتضى القانون رقم 78 - 02 المؤرخ في 3 ربيع الاول عام 1398 الموافق 11 فبراير سنة 1978 والمتعلق باحتكار الدولة للتجارة الخارجية، والنصوص المتخذة لتطبيقه،
- وبمقتضى القانون رقم 80 - 04 المؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1400 الموافق اول مارس سنة 1980 والمتعلق بممارسة وظيفة المراقبة مع قبل المجلس الشعبي الوطني،
- وبمقتضى القانون رقم 80 - 05 المؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1400 الموافق اول مارس سنة 1980 والمتعلق بممارسة وظيفة المراقبة مع طرف مجلس المعاشية، المعدل والمتمم بالامر رقم 82 - 03 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1982 والمصادق عليه بالقانون رقم 81 - 13 المؤرخ في 9 ديسمبر سنة 1982،
- وبمقتضى القانون رقم 82 - 01 المؤرخ في 12 ربيع الثاني عام 1402 الموافق 6 فبراير سنة 1982 والمتضمن قانون الاعلام، لاسيما المواد 5 و 8 و 28 و 29 منه،

المادة 33 : يستند ملك الكتابات المالية، وتداول الاموال، الى محاسب يخضع لاحكام الرسوم رقم 65 - 250 المؤرخ في 14 أكتوبر سنة 1965 المذكور أعلاه، والمتضمن تحديد التزامات المحاسبين ومسؤولياتهم، ويخضع المحاسب طبقا لاحكام المادة 3 من الرسوم رقم 65 - 260 المؤرخ في 14 أكتوبر سنة 1969 المذكور أعلاه، والمتضمن تحديد شروط تعيين المحاسبين الموسميون.

الباب الرابع

اجراء التعديل واحكام ختامية

المادة 34 : يقع أي تعديل في احكام هذا المرسوم حسب الاشكال نفسها التي تمت بها الموافقة عليه.

المادة 35 : لا يمكن حل المؤسسة وتصفيتها وأصولها إلا بنص مماثل يحدد شروط تصفيتها وتخصيص أصولها.

المادة 36 : تلتى الاحكام المتعلقة بانتاج البرامج التلفزيونية والاشعراك في انتاجها واستيرادها وبنها، البواردة في الامر رقم 67 - 234 المؤرخ في 9 نوفمبر سنة 1967 المذكور أعلاه.

المادة 37 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 24 شوال عام 1406 الموافق اول يوليو سنة 1986.

الشاذلي بن جديد

مرسوم رقم 86 - 148 مؤرخ في 24 شوال عام 1406 الموافق اول يوليو سنة 1986 يتضمن انشاء المؤسسة الوطنية للبيت الاذهبي والتلفزي.

ابن رئيس الجمهورية

ملحق (ر) مقال مناقشة الأطروحة

المؤسسات الإعلامية الجزائرية وأسسها المورفولوجية. تحليل لواقع مهنة وسائل الإعلام في الجزائر
Media organization and its morphology fundaments. Analyze of Algerian media profession field.

أسامة العايش Oussama Laiche

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

Faculty of information and communication sciences and audio-visual.

مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة

Communication sociology laboratory for research and translation

جامعة صالح بونبندر -قسنطينة3-

University of Saleh Boubnider –Constantine3-

الايمل: Oussamalaiche1@gmail.com

جمال العيفة Djamel Laifa

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية

Faculty of literature and human and social sciences

جامعة باجي مختار عنابة

University of Badji Mokhtar Annaba

الايمل: mzycha83@gmail.com

تاريخ القبول: 15/ 01/ 2020

تاريخ الاستلام: 17/ 11/ 2018

الملخص:

يعالج هذا المقال موضوعا حديثا يفسر ظاهرة تكشف عن مكونات المؤسسات الإعلامية المشكلة للمورفولوجيا الأساسية لها، والتي يكون لها تأثير من قريب أو من بعيد في القائم بالاتصال أثناء انتاجه للرسالة الإعلامية، لما لهذه الأخيرة من قوة في احداث تغييرات لدى الفرد والمجتمع.

وبما أن المؤسسات الإعلامية تتعلق بمجال لم يعرف أوجه الانفتاح في الجزائر إلا سنة 2012 مع أول قانون عضوي للإعلام وهو ما أطلق عليه "بيار بورديو" حقل السمعي البصري الذي قننه المشرع الجزائري لأول مرة سنة 2014. فمن جهة، يمكن تناوله كحقل مازال حديثا ومؤسساته ضئيلة انحصرت فقط في شاشات تلفزيونية خاصة، تنشط في الجزائر كمكثتب أجنبي تبت من الخارج، والتي اقتصر في هياكل تركيز على صنع رسالة لاستقطاب جمهورا واسعا تنشط في فضاءات ومحيط معقد، بالتالي بات من الضروري التحدث عن تنظيمها وهيكلتها مركزين على التكوين وعلاقته بالتوظيف الذي يبقى غير واضح المعالم. ومن جهة أخرى يعد الإعلام الجزائري مجالا خصبا يحتاج للاستثمار الجيد أداء وممارسة لتحدث في مثن المقال عن هوية وتكوين القائمين على المؤسسات الاعلامية. وتأتي هذه الورقة للكشف

عن أبرز الرهانات والعناصر التي تدير المؤسسات السمعية البصرية وخصائصها والتي يعتبرها البعض مازالت دخيلة وغير قادرة على النهوض بإقتصاديات البلاد.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الإعلامية، المورفولوجيا، السمعي البصري، التنظيم، التكوين.

تصنيف JEL: XN1، XN2.

Abstract:

This article trait a very important newel subject in which researchers, maybe, they need to be conscious about the principal organs of media institutions that constitute its morphology. Especially in a field that didn't recognize a legal opening just in 2012 with the law of information. And "Pierre Bourdieu" is one of the most scientists had spoken about media and its influence showing always "The discipline of Audio visual". In one case, and in Algeria this kind of discipline is considered as modern field due to the luck considerations about media organization, and as far as it is, she is corned in a nutshell of televisions where recruitment is blur and not clear. It's important for PhD students and scientific researchers to be aware about media organization. In other case, the field of audio visual is multidisciplinary that needs a lot of investments both in performance and professional practicing the thing that lead us to clarify in this dissertaton the profile of mediators and its scholarship.

So, this article has a fundamental goal which is to discover the principles organs that manage the audio visual organizations and its characteristics in a time many try to pick out it from the economy of Algeria i.e. she cannot participate in the development of the country.

Key words: media organization, morphology, audio visual, organs, TV.

Jel Classification Codes: XN1, XN2.

1. مقدمة:

إن مصطلح المورفولوجيا في حقل علوم الإعلام والاتصال يوصف على أنه حديثا نسبيا، حيث يظل لسبقا بالعلوم التقنية والطبيعية. لكن إذا تحدثنا عن المورفولوجيا الاجتماعية فإننا أكيد سوف نذكر أول من تبنى هذا المصطلح في العلوم الاجتماعية وهو "إيميل دوركهيم Emile durkheim" وطوره بعد ذلك كتخصص الرعيل الأول من مفكري الأمة أمثال "مارسيل ماوس Marcel mauss"، مورييس هالبواكس Halbwacks Maurice وابن خلدون Ibn Khaldoun "الذين تعرضوا إلى بنية المجتمعات وهيكلتها. وبما أن المؤسسات الإعلامية هي أحد البنى المشكلة للمجتمع والمؤثرة فيه والتي نلمسها من خلال الاقبال على الاستهلاك المتعدد للمضامين والأخبار وزيادة معدل استخدام الوسائل الإعلامية لما تحققة من اشباع (نفسية، اجتماعية، سياسية...). لذلك أصبح لهذه الوسائل سيطرة وقوة كبيرتين تظاهي القوات العسكرية لما لها من نفوذ في التلاعب بعقول البشرية (هاربرت شيلر Herbert Shiller). فبات من المهم التعرض إلى مورفولوجيا هاته الوسائل المتمثلة في هيكلية المؤسسة الداخلية والخارجية من تنظيم الأقسام والعمال الذين يوصفون كقائمين بالاتصال يحملون هوايات وخلفيات مختلفة، من أي منطقة ينحدرون ومن أي عائلة وعرق ينتمون، بالإضافة إلى هيكلية غرف التحرير والإدارة والاستوديوهات وسياسة المؤسسة عموما.

إن حقل الإعلام هو عالم لوحده يحتاج الفهم والتفسير بإستمرار، وهذا الفهم يشمل التعرف على الفضاء المؤسساتاتي داخل المؤسسة الإعلامية، وتنظيمها المعقد شكلا وأبرز مكوناته والعناصر التي تشكله

وتبني أسسه لكي يستطيع أداء مهامه بإحتراف.

2. الإشكالية:

تنطلق إشكالياتنا من منظور الأداء والممارسة الإعلامية داخل التنظيم المؤسسي لوسائل الإعلام الجزائرية، والضرورة القصوى التي باتت يحتاجها هذا المجال بالنظر إلى المساهمات المتتالية التي تلعبها التكنولوجيا الحديثة والتقنيات المبتكرة. الأمر الذي ساعد على ظهور وانتشار أجهزة إعلامية جديدة (الإعلام الجديد، الإذاعة والتلفزيون الإلكتروني) مما دفع بها إلى الإبداع والتميز.

فلا يمكن الإنكار أن المؤسسات الإعلامية الحديثة اليوم، تحظى باهتمام كبير من قبل الجمهور تعمل داخل سوق وسائل الإعلام المتنوع مركزة في ذلك على الصورة لإبهار المتلقي، فهذا يتطلب العمل الإعلامي عموما حضور فريق عمل كبير يتفاعل داخل أقسام التحرير. بالتالي يتعين على كل متخصص في الإعلام وحتى الجمهور (الخبيرة) معرفة كيف تعمل المؤسسة الإعلامية بكل مورفولوجيتها المتمثلة في تشكيلة وتركيبية البناء الداخلي لها.

لذلك تسعى وزارة الإعلام والاتصال الجزائرية إلى تنظيم مهنة الإعلام بالنظر إلى غياب القوانين التنظيمية، وتدعو إلى العمل بإحترافية من خلال فتح مجال السمع البصري أمام الخواص ووضع قانون خاص به. لكن ما شهدته سوق الإعلام الجزائري بعد ظهور بعض القنوات الخاصة من خلط في التشكيل المؤسسي والضعف في الأداء والبيث الهابط لمضامين الذي أحدث ضمرا في نفوس الجمهور.

إن بروز عدة عوائق التي تعترض تنظيم المهنة والعمل داخل مؤسسات تبعث الراحة والتحفيز لتفجير مواهب القائمين بالاتصال، أصبح يطرح مشكلا شائكا، وهو المشكل الذي تعاني منه المؤسسة الوطنية للإذاعة والتلفزيون منذ زمن طويل. فقد يكون الخلل يرتبط بتشكيلها الداخلية المهيكلة والتشكيلة المؤهلة التي تضم المورد البشري الكفاء أبرزها تلك المتعلقة بالتوظيف والتكوين والتدريب، بالإضافة إلى طريقة عمل هيكلها التنظيمي الذي يوضح على سبيل المثال هوية المؤسسة والقائمين عليها، في وقت توجهت الدول المتقدمة نحو تنظيم قاعات التحرير الإلكترونية وفتح تخصصات تأخذ من مجال الإعلام الجديد كعلم قائم بذاته. لكن إشكال التخصص الذي يطرح في مجتمعاتنا عميق جدا يتعلق بمدى وعي الطلبة والمتخصصين بأهمية الربط بين النظري والتطبيقي والتكوين الميداني المتواصل الذي يقرب الطالب من التخصص أكثر ويلم بكل مكوناتها. ولكي نفهم الموضوع أكثر نطرح التساؤل الآتي:

ماهي أهم متطلبات المؤسسات الإعلامية المكتوبة والسمعية البصرية وأبرز رهاناتها الأساسية؟

وسنتناول ذلك في شقين:

3. متطلبات المؤسسة الإعلامية:

إن كل مؤسسة إعلامية تتكون من مجموعة عناصر متنوعة تساهم في تشكيل بنيتها الداخلية والخارجية، وتعمل على ضمان سيرورة العملية الاتصالية التفاعلية داخل المنظمة بكافة السبل والطرق فبدون هذه العناصر لا يمكنها أن تصنع رسائل جيدة ولا قائمي بالاتصال محترفين. فمن الضروري للمؤسسة الإعلامية أن تتشكل بيئتها ومحيطها من العناصر التالية:

1.3- التركيبة البشرية (الكفاءات):

لا يمكن قيام أي مؤسسة إعلامية دون ما توفر موارد بشرية تقوم بمجموعة من النشاطات والوظائف تترجم فيما يطلق عليه "بالأداء الصحفي" وهو عبارة عن سيل من العمليات المهنية المتلاحمة مع بعضها البعض يقوم بها الأفراد داخل المنظمة الإعلامية. والتي تضمن هيكلًا تنظيميًا معرفيًا يحدد طبيعة علاقات القائمين بالإتصال، وظائفهم، مجال الخبرة، الروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، ناهيك عن صياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية.¹

ويقصد بالعنصر البشري هنا، مجموع الكفاءات وجماعة العاملين بالمؤسسة الإعلامية يصنفون حسب جنسهم (رجال، نساء) وعمرهم (شباب، كهول، شيوخ) ومنزلتهم (رؤوس أموال، أثرياء، متوسطين) ومنصبهم (صحفيين، منشطين، منتجين، مخرجين، اداريين، رؤساء المصالح والأقسام، القائمين على المونتاج والميكساج، السكربيت، تقني الصوت... وكل شخص يساهم في صنع الرسالة الإعلامية)، حيث تقوم خلفيتهم وإطارهم المرجعي بدور كبير في عملية توجيه ونشر الأخبار. يتولى هذا الطرف مهام تحريك العملية برمتها من جمع الأخبار وصياغتها إلى تقييمها ونشرها حسب براعة المحررين وكفاءتهم في ممارسة العمل الإعلامي.

والقوى البشرية تمثل أهمية كبرى في سيرورة العملية الإعلامية على اعتبار أن المتلقين من أفراد المجتمع (قراء - مشاهدين - مستمعين) هم الهدف المخطط له، بغية ربطهم بمسعى مسطر من قبل المؤسسة أو الدولة (الانتمية مثلا بنوعيتها الشامل والمحلي على الصعيد الإقتصادي والاجتماعي) سواء كان العنصر البشري وسيلة لها أو غايتها أو النقطة الرئيسية في التخطيط لتطور المؤسسة الإعلامية، فكلهما يهدف أساسا إلى تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ومن التقليد إلى الابتكار. فشخصية القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية تتطور باستمرار وكلما زاد تفاعله مع كافة أعضاء المنظمة كلما ساهم في إعطاء العمل الإخباري صيغة الإحترافية التي ترتبط بصفة كبيرة بخبرة صانعيها.

✓ **الخبرة:**

تعتبر الخبرة التي يكتسبها العامل في مجال الإعلام أو القائم بالاتصال داخل قاعات التحرير أو خارجها عنصرا ضروريا يمكن من ترقيته في الوظيفة وتدرجه في الهيكل التنظيمي والتسلسل الهرمي. وكما أشرنا سابقا، العمل لسنوات طويلة مع فريق متفاعل ومحترف يعطي للفرد القدرة ويلقنه كفاءات مهنية تساعد على العمل بإحترافية من مسعى وحيد -متعلق بالسمعي البصري فقط- قائم على الإبداع في انجاز الوظيفة الإعلامية لصنع التميز. فلا يمكن إنكار أنه هناك وظائف عُليا (ك رئيس التحرير ومدير الإنتاج) في الإعلام لا تشغل إلا إذا تحصل الإعلامي على خبرة كافية ودراية واسعة بهذا المجال العريض الذي تحومه عوائق وتحديات عديدة تتطلب لحظها حنكة وتكوين شبكة علاقات مهنية. من جهة أخرى لا يمكن انكار كذلك أن العمل في أي مجال أولا وأخرا هو وسيلة لكسب المال من أجل العيش والتأقلم مع سيرورة الحياة، فكلما تضاغت الأقدمية داخل التنظيم كلما زادت الخبرة والإحاطة بكل ظروف العمل كإمكانية حل بعض المشاكل المهنية، وبالتالي سوف يتدرج القائم بالإتصال في الهيكل التنظيمي ويكسب إذن اجرا إضافيا.

2.3- المتطلبات المالية والمادية:

✓ **رأس المال (التمويل):**

كيف يمكن للإذاعات والتلفزيونات الجزائرية أن تمول؟ هل رأس المال هو محرك العمل في المؤسسة؟ هل تستفيد الإذاعات والتلفزيونات العمومية من عائدات الإشهار؟ كيف توزع رسوم الترخيصات؟ هل حصة الإعلانات في الشبكة البرمجية تحتل مكانة مهمة؟ كل هذه الأسئلة طرحت عند بدايات الخدمة الإعلامية ولا زالت تناقش إلى يومنا هذا. انطلاقاً من أن رأس المال هو عنصر أساسي ومكمل للنشاط البشري في أي مؤسسة كانت، ففي مجال الإقتصاد (تجارة، صناعة، زراعة) يعتبر عاملاً لا بد من توفره بهدف تحريك أي تفاعل عملي لبدء أي نشاط، لأن هذا الأخير مبدئياً يترجم إلى أرقام نقدية تكون رأس مال يربح أو يخسر. والمال قبل كل شيء ضروري لتوظيف الإطار وتوفير دخل له يمكنه من متابعة أهداف المؤسسة، خاصة الإعلام الذي يعتبر مهنة متعبة تتطلب توفر جهد ووقت والعمل حتى لساعات متأخرة. بالإضافة -وهو أمر بالغ الأهمية- أنه يحتاج إلى بنية فيزيولوجية تمكن الإعلامي من تحمل أعباء التغطيات والتنقلات اليومية وهنا يطرح إشكال عمل المرأة في الإعلام وتكليفها بمهام سمعية بصرية تحتاج إلى جهد عضلي ومخاطرة خاصة في السجون والحروب أو التغطيات أثناء الليل، ويتصاعد النقاش من قبل الباحثين حول مدى تأقلم المرأة مع وظائف الإعلام بما أنثى ولديها أعباء منزلية وعائلية أخرى، مما يضع المؤسسة الإعلامية أما تكثيف مصادر العمل وعناصر متوفرة في كل وقت وبالتالي نجدها أمام رهان الصرف والتمويل الإضافي، ناهيك عن أنها تحتاج إلى أموالاً كبيرة لتوفير الاحتياجات اللازمة من أدوات وآلات وشراء مقر أو تأجيرها، فمهما كانت طبيعة المؤسسة فإن ميزانيتها أساسية لممارسة نشاطها.

✓ مصادر تمويل المؤسسة الإعلامية:

من بين الأمور الغامضة في دراسة وشغل الإعلام هي التعرف على كيفية تمويل المؤسسة الإعلامية ومن الجهات الرسمية المسؤولة عنها؟ وذلك لحساسية هذا المجال وقوة تأثيره. فمعظم المؤسسات الإعلامية لا تصرح برأس مالها أو رقم العمل وهوية مالكيها الخاص لعدة أسباب تتعلق بخصوصية المؤسسة الإعلامية التي تعتبر أخطر الوسائل الاتصالية في العالم لتأثيراتها في الفرد مهما كان نوعه (رئيس، وزير، سياسي) والدراسات والنظريات المفسرة لهذا موجودة بكثرة في حقل الإعلام خاصة في مجال الدعاية السياسية، لذلك غالباً ما تكون هذه المؤسسات لأشخاص (سياسيون، أثرياء، رؤوس أموال) لا يفصح عن هويتهم ودخلهم كسر مهني يهدد أمنهم واستقرارهم وهذا يرجع إلى أن الوسيلة الإعلامية تستطيع بث محتويات ومضامين تنتشر بسرعة فائقة لا يمكن التحكم بها أو إيقافها.

عموماً، كل محطة سواء كانت جريدة أو إذاعة أو تلفزيون تحصل على أموالها عبر مصادر مختلفة إما من الدولة التي تنشط فيها (وهو حال المؤسسات الإعلامية العمومية الجزائرية) التي تسمى بالإعلام الحكومي ينشط في دائرة سياسية حكومية يخضع لقوانينها ولا يخرج عن نطاق تسييرها ونشر مضامين نظام الدولة السائد (التنمية مثلاً). أو عن طريق استهداف شريحة كبيرة من الجماهير لأجل جلب المعلنين الذي يشترط الوقت في المحطات الإذاعية أو الفضائيات التلفزيونية على الهواء أو في البرامج المسجلة أو حيز (مساحة) في جريدة ما. فمثلاً الهدف المبرمج للإذاعة هو تزويد وتجهيز دعائية تجارية لشيء ما على الهواء الذي سوف يجذب المستمعين والذي يمكن أن "يباع" بعد ذلك إلى المعلنين. فإذا كانت البرمجة لا تحقق هذا الهدف سيقل إقبال المعلنين مما يؤثر سلباً على مداخل المحطة التي بدونها لا تستطيع هذه الأخيرة أن تعمل.² بالإضافة إلى منحة الساتيليت التي تستفيد منها المؤسسة الإعلامية في حال شراء

تردد لها ويرتفع السعر كلما كانت المؤسسة فعالة وتعمل بجد واحترافية الأمر الذي يخولها بأن تكسب قاعدة جماهيرية عريضة خاصة أوقات الذروة التي تشغل الساتيليت بكثرة.

✓ البنية الفيزيولوجية للمؤسسة:

ويقصد بها الفضاء الذي يتفاعل بداخله العمال، فهو المكان الذي يمارس فيه عمال المؤسسة نشاطهم من أجل تحقيق أهدافها ويقصد به بناية المقر بكافة أجهزته وأستوديوهاته. وهذا المقر يجمع بين فضاءين بالمؤسسة الإعلامية: الإداري والإنتاجي، ومن الضروري أن يتلاءم كل فضاء مع طبيعة عملها ونشاطها وأن يشتمل على كل الأدوات والآلات والمعدات اللازمة لإنجاز نشاطها. فالتلفزيون مثلا يحتاج إلى مقر يشتمل على أجهزة الإرسال وآلات التسجيل والأرشيف ومكاتب الموظفين والأستوديوهات التي تحتاج إبداع كبير مع الأشكال الهندسية الفنية كالتركيز على تصاميم الديكور المعاصر والعمل على احداث ابهار بصري من خلال تناغم وانسجام البنى الهندسية مع الإضاءة والألوان (انظر الصورة). فمن غير أو بدون هذه الضروريات لا تكتمل مورفولوجيا التلفزيون وبذلك لا يستطيع أن يحقق الأهداف التي يسعها إليها.



تناسب وانسجام أشكال البلاطو
المرجع: صورة مأخوذة من برنامج
ال. بعده ، قناة الحدا ، الله نس ،

وكما ذكرنا سابقا، البنية الفيزيولوجية للمؤسسة الإعلامية تقسم إلى جانبين: الجانب الإنتاجي الذي يتفرع إلى قاعات التحرير والأستوديوهات بالإضافة إلى مكاتب الإنتاج (التسجيل والمونتاج)، أما الجانب الثاني فيتعلق بالفضاء الإداري الذي يسهر على تسيير العمليات التنظيمية للمؤسسة الإعلامية.

فالبنية الفيزيولوجية تلعب دورا كبيرا في تسهيل الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي الذي يساعد على الأداء المحترف بمجرد توفر المكان المحفز المريح بحيث يؤثر ايجابا في فكر العامل وذهنه

ويروح هذا التأثير إلى المتلقي مباشرة. لذلك رسخت في أذهاننا صور لديكورات خاصة بأستوديوهات عرضية كانت لوكلات الأنباء وتلفزيونات عريقة أو تليفزيونات خاصة التي فهمت أهمية تناسب وانسجام الأشكال البصرية ومساهمتها في خلق جو يستحسنه الجمهور وخير مثال التجربة التونسية في مجال الاستثمار في بناء أستوديوهات وبلاطوهات بديكورات متناغمة مع الألوان والإضاءات وشكل البلاطوهات.

بالإضافة إلى صورة المكاتب المنفتحة على بعضها البعض والفضاء الوسطي المجهز الخاص بالمحريرين

الذين يحاولون مناقشة وتحليل أهم الأحداث لحظة وقوعها ومعالجتها بدءا من الفكرة إلى غاية عرضها عبر الشاشة.

3.3- المتطلبات القانونية:

مع نهاية الحرب العالمية الأولى أضحت أغلبية دساتير دول العالم "الأوروبية وبعض الدول العربية" تتضمن قواعد قانونية تنظم علاقات العمل وتحمي الحريات بكل أنواعها كحرية التعبير، وقد كانت أغلبية تشريعات دول العالم تنادي بحفظ الحقوق الإنسانية. فصدور الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في 10 ديسمبر 1948 كان قد نص بدوره على حق الاتصال كحق لصيق بالحياة الإنسانية كما أقرته الأمم المتحدة،³ وهذا التاريخ يعتبر اللبنة الأولى في التشريع لمجال

الإعلام والاتصال الذي أعطى له مكانة في اللوائح القانونية لبدان العالم. وبذلك ارتبط قانون الإعلام بالحقوق الاجتماعية مما أدى بفقهاء القانون إلى التأكيد بأهميته واعتباره قانونا اجتماعيا يحكم سير المجتمع.

إن أخلاقيات المعلومات تشير إلى قيمة مهيمنة وضرورية لأنها ترتبط بالحقيقة، هذه القيمة توجه رسائل أدبيات الصحفيين (البحث عن الحقيقة واحترامها) إذ أنه لطالما تشترط المناقشة المتكررة بين المهنيين في أواسط الجماهير: الموضوعية الصحفية، وهذا لا يتحقق إلا من خلال سن قوانين ومواد تحكم العمل الصحفي في أي بلد كان يقول بيار بورديو: "لا يوجد وسطا لا يرغب بأن يكون موضوعيا، فالصحفي ينظر إليه نظرة سلبية لأنه يقول أشياء من الصعب معرفتها لأنها مخابأة وسرية. وهذا الحقل (الوسط) يستطيع أن يفرض نفسه ويبسط نفوذه على كل الحقول الأخرى".⁴ والجزائر هي كذلك من البلدان التي شهدت تطور قانوني عبر محطات تاريخية متعاقبة، بالرغم من الفراغات التي كان يحتوي عليها كل قانون (1982، 1991، 2012) واللوائح التي كانت تصدر بين قانون وآخر للضغوطات التي كانت تشهدها الساحة الإعلامية من قبل ممارسيها والمهتمين بها إلا أنها شهدت بروز العديد من الصحف وانشاء محطات إذاعية عبر كافة ولايات الوطن. فالعنصر القانوني من الجوانب المقدسة بالنسبة للمؤسسة الإعلامية يمكنها من ممارسة نشاطها وفق أخلاقيات ومواثيق تتوافق وطبيعة الدولة التي تنتشط فيها. وفي هذا الإطار يقول لوفال LOVELL: "أخلاق المهنة هي الطرق التي تقتضي أن تعمل بأهداف اجتماعية تكتسب أثناء العمل المهني الجماعي، هذه الأخلاق لا تلقن ولا ترجع إلى التكوين الواعي أو إلى الايديولوجية المرغمة بل تكتسب من خلال الممارسة".⁵ فنجاح أي مؤسسة إعلامية يركز على الانطلاق من العمل الجماعي المنسق القائم على حب ممارسة المهنة الذي يكتسب في الفضاء المهني الشفاف. فالإعلام هو حقل من المفروض يكون منظم ككل الحقول الإنتاجية الثقافية مثلا (كالفن) وبصفة عامة هذا الحقل يقل فيه الحكم الذاتي وكل فعل ينتظر منه إنشاء أسباب ملائمة للفضيلة والأخلاق حيث أنه سوف يجد على الأقل، الدعم في المنطق الداخلي للعالم الصحفي. ولخطورة هذا الأخير فإنه حتما يخضع إلى رقابة كبيرة من قبل كافة الفاعلين إذ يقول بيار بورديو: "الرقابة الخارجية (الدولة وغيرها من الأنظمة) هي أكثر قوة من الرقابة الداخلية للمؤسسة التي تفرض من خلال احترام القواعد والقيم التي غالبا ما تكون عن طريق الرقابة الذاتية للعاملين بالصحافة".⁶ ولكي يقوى وزن المراقبات الداخلية مع الرقابة الخارجية، يجب على مجموع الصحفيين تأسيس حكم نقدي بصفة ناجعة يستطيع بفضل عرض مشروعياته الخاصة على الجمهور ومحاولة تصميم قواعد محكمة للداخلين الجدد في المهنة، من خلالها يمكن حماية مجال الإعلام من المتطفلين INTRUSIONS الذي لا يتقبلون بعض قواعد الممارسة أو لا يكونون في موضع يمكنهم من تقبلها.

4.3- المتطلبات التكنولوجية والتقنية:

من بين أهم التغييرات منذ بداية الثمانينات في مجال السمي البصري هو زيادة الطلب والعرض على المعلومة، خاصة بسبب الانقسام في عدد وسائل الإعلام التي تجذب جمهورا متنوعا ومختلفا جدا من حيث عدده وممتلكاته. في وقت أصبحت التقنية الرقمية تؤدي دورا أساسيا ومهما في تطوير عمل المؤسسة الإعلامية، مما أكسبها أهمية في تحقيق تنمية الإنتاج ومواكبة التطور التقني والفني باستخدام الطرق العلمية العملية (كتقنيات المونتاج) التي تشق طريقها عبر الأثير لتصل في نفس الوقت إلى المتلقين. كما أن علاقة الوسائل التكنولوجية بالعمل الصحفي هي علاقة وطيدة بحكم أن الإعلام ولد من رحم التكنولوجيا فكما تجدد التقدم التكنولوجي يتطور الأداء الإعلامي خاصة الإخباري وفعالية التغطية

الإعلامية للأحداث،⁷ سواء عند الصحفيين والمنتشطين أو على مستوى حاجات المهنيين الذين يعملون في مجال الإنتاج والتحرير بغية التدريب على الوسائط والإمكانيات واستخدام التقنية الرقمية والعمل الميداني بالحاسب الآلي، لذلك فمن المستحيل أن تقوم أي وسيلة إعلامية إذاعة كانت أم تلفزيون دون ما توفر معدات تكنولوجية تساعد على إنتاج المحتوى الإعلامي.⁸

4. الرهانات الحديثة للمؤسسات الإعلامية الجزائرية:

بجانب كل المتطلبات السابقة التي تشكل مورفولوجيا المؤسسة الإعلامية من كل الجهات وتساهم عند تفاعلها بإنشاء محتوى سمعي بصري يكون له حتما تأثيرات مختلفة في أوساط الجماهير بدءاً من تغيير أجندتهم اليومية إلى غاية التأثير في سلوكياتهم. فالإعلامي في حد ذاته مثل الجمهور ينشط في بيئة متغيرة باستمرار تتطلب التأقلم مع عدة معطيات (طبيعة الزمن، الكيان الفيزيولوجي، الثقافة) والتي تسفر عنها رهانات جديدة تضعه في مكانة تحتاج الوعي بها وهذا لا يتحقق إلا بوجود باحثين يقومون بتشخيص هذه الرهانات لكي يستطيع فهمها.

إن أبرز رهان يترتب بالإعلامي هو نوعية تخصصه وتكوينه ومدى استفادته من دروسه النظرية في أعماله المهنية، فمسألة تكوين وتعليم علوم الإعلام والاتصال في الجزائر تطرح عدة اشكالات في غابرة الأهمية والخطورة خاصة عند ارتباط هذا المجال بحياة الأفراد من جهة والحياة السوسيو مهنية والإقتصادية من جهة أخرى. حيث ظلت أقسام علوم الإعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية ناقصة تماما في ظل نقص في الكليات التي تأخذ من هذا العلم كتخصص قائم بذاته، ويبدو أن تلك الأقسام التي بدأت تتبناها الجامعات تحت فرع العلوم الانسانية، فإنها تسهر على تكوين خريجين لأداء إحدى المهمتين التاليتين:

✓ **الأولى سوسيو-مهنية:** تتعلق بتكوين خريجين (غالبا يصبحون صحفيين محررين، موظفين في ادارة) في مختلف المجالات ليشغلوا في قطاع الاعلام والاتصال بكل فروعه - الصحافة المكتوبة والسمعي البصري والاتصال في المنظمات أو العلاقات العامة والتسويق - تستقطب هذه الفئة أغلبية الطلبة.

✓ **الثانية أكاديمية:** ترتبط بتكوين أكاديميين وأساتذة باحثين، يتولون مهام التدريس والبحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث يتم انتقاء (على أساس المسابقة: امتحان كتابي وطني) نسبة قليلة جدا لتولي هذه المهمة بعد تكوين قاعدي مشترك لجميع الطلبة على مستوى الليسانس والماستير وجاء هذا حسب المراسيم التنفيذية منها: المرسوم رقم 08-265 المؤرخ في 2008/08/19 المتضمن نظام الدراسات للحصول على شهادة الليسانس وشهادة الماستر وشهادة الدكتوراه، والرسوم رقم 10-231 المؤرخ في 2010/10/2 المتضمن القانون الأساسي لطالب الدكتوراه بالإضافة إلى القرار رقم 547 المؤرخ في 2016/06/02 الذي حدد كفاءات تنظيم التكوين في الطور الثالث وشروط إعداد أطروحة الدكتوراه ومناقشتها.

بالرغم من كل هذه البرامج يبقى الإشكال يدور حول مدى توفر التكوين التطبيقي والميداني في المناهج الجامعية خاصة الأدبية منها ومدى انسجام بين ما تحتاجه التغيرات الاجتماعية، وما تضعه الوزارات والسلطات المعنية، فيما يتعلق بأهداف التكوين وأبعاده وإستراتيجياته المهنية.

1.4 - خلفية التكوين الإعلامي في الجزائر:

لا يمكن انكار أن الجزائر ورثت الإعلام (جرائد، إذاعة وتلفزيون) عن الاستعمار الفرنسي (الإذاعة والتلفزيون الفرنسي RTF) اثر تواجده على أرض الوطن الأمر الذي جعل من الجزائر أولى البلدان التي تضطلع بقطاع الصحافة. لكن فيما يتعلق بالتكوين والتدريب الإعلامي فإنه يعمم على فئة النخبة المثقفين ولم يعطى الحق في دراسته وممارسته لعامة الناس أو الراغبين فيه، إذ أنه كان محصورا وحذقا جدا من قبل الكيان الاستعماري اقتصر على النخبة والأهالي وبصفة حذرة جدا أي أنه لم يكن عاما. فكل ظروف الإستعمار الفرنسي حرمت الجزائريين من الانتساب إلى معاهد التكوين الإعلامي الفرنسية، وكان كل الكتاب الإعلاميين قد تعلموا هذه المهنة بطريقة عسامية لذكائهم وسعة تفكيرهم وهذا ما نلاحظه في أعمدة الصحف الموجودة آنذاك خاصة العلامة عبد الحميد بن باديس الذي كان صاحب جريدة تصدر من قسنطينة، الأمر الذي أكسبهم خبرة كبيرة في فترة الثورة الجزائرية وما قبلها تجسدت في صحف جمعية العلماء وبقية الحركة الوطنية.

فبعد خروج الاستعمار وتركه لتجهيزات وإمكانيات سمعية بصرية الذي حاول تخريبها وتدميرها ظننا منهم أن الإعلاميين الجزائريين لا يستطيعون استحداثها. لكنه حدث العكس فبعزم النخبة المثقفة التي كانت تنشط في الحقبة الإستعمارية والبعض من الإعلاميين الجزائريين الذين كانوا يشتغلون في بلدان أخرى وعادوا لما تم استرجاع السيادة الوطنية، بحيث شاركوا في تفعيل الإذاعة والتلفزيون الجزائري. يلخص في هذا الإطار الدكتور الراحل زهير إحدادن هذا الرصيد فيما يلي:

- أجهزة قائمة في الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي، وفي وسائل الأخرى كالمسرح ودور الثقافة.

- صحفيون ذو خبرة متينة.

- وجود شعور قوي بمكانة الإعلام في المجتمع، وبالذور الذي يمكن أن يقوم به.⁹

وهذا ما دفع بالجزائر مباشرة بعد الاستقلال 1962 في إطار مخططاتها التنموية إلى النهوض بالبلاد وكان قطاع التعليم العالي أبرز برامجها. فتوجهت نحو انشاء جامعات عبر كافة التراب الوطني وإعادة هيكلة بعض المعاهد التي تركها الاستعمار لكن نظام التعليم الذي انتهجته كان نفسه (كلاسيكي) لأسباب نتعرض لها فيما بعد. ولتعزيز مجال الصحافة رسميا أسس أول مدرسة عليا للصحافة، كانت أول مظهر للجزائر المستقلة رسم التكوين الإعلامي. ولقد تم وضع حجر الأساس لهذه المدرسة بعد سنتين من استرجاع السيادة الوطنية 1964 بموجب مرسوم رقم 64-356 المؤرخ في 21 ديسمبر 1964.

ويمكن أن نجمل مظاهر التغيير في مايلي:

- تكوين صحفيين في مختلف القطاعات المكتوبة والسمعية البصرية وسبر الآراء.

- تخرج العديد من الكوادر المسيرة لقطاع الإعلام في الجزائر الذين سرعان ما استلموا الإذاعة والتلفزيون الجزائري وأحدثوا عدة تغيرات عليها من خلال فصل كل منها عن بعض وتقسيمها إلى عدة أجزاء (الإذاعة الوطنية، التلفزيون الجزائري، هيئة البث الإذاعي والتلفزي، وكالة الأنباء الجزائرية).

- تكوين أساتذة في هذا القطاع الذين تولوا بعدها مهمة تدريس الأجيال التي تلتها.

وتجدر الإشارة أن قطاع الاعلام في تلك الحقبة كان يعاني من مشاكل تنظيمية ونقص كبير في الكفاءات البشرية التي تستطيع ادارة المؤسسة الإعلامية خاصة الجانب التقني منها، فالتشكيلة اقتصر على من كانت لديهم الموهبة والمقدرة الفنية أو الأشخاص الذين رجعوا من البلدان المجاورة وكانت لديهم دارية في التحرير كما أشرنا سابقا. وهذا السبب أدى إلى تتبع سياسة نقل الخطاب الرسمي شكلا ومضمونا، وتولت الدولة السيطرة على قطاع الإعلام حتى إثر التعددية الحزبية وبالتالي الإعلامية (صحافة مكتوبة) التي لم تستطع التخلص من الرقابة والتحكم المركزي في ظل الفراغ القانوني المنظم للمهنة وغموض موادها وغياب ميثاق أخلاقيات المهنة وغلق المجلس الأعلى للإعلام بسبب الظروف السياسية، مما حد من الأداء المهني وهروب العديد من الكوادر الإعلامية لبلدان أكثر تحررا.

وكما سلف وذكرنا كان هم الدولة الجزائرية الوحيد هو التنمية والخروج من آثار الحرب خاصة على المستوى الإجتماعي التي كان يعيشها ومحاولة التغيير، والذي فعلا حصل أثناء وضع المخطط الرباعي الثاني من خلال الانتقال إلى نظام ل (ليسانس 3 سنوات)، م (ماستير سنتين)، د (دكتوراه 3 سنوات فما فوق)، بعد تعديل القانون التوجيهي للتعليم العالي الصادر سنة 1999، وقد تضمن مجموعة من التغييرات والإضافات انصبت حول طبيعة التكوين والتمويل ومهام الأساتذة. لكن تطبيق هذا النظام في تلك الحقبة لقي صعوبات أغلبها الرفض من قبل الأساتذة الكلاسيكيين الذين لم يقبلوه، ومن ناحية أخرى الجو لم يكن ملائم للتنفيذ إلى غاية سنوات أخيرة 2008/2007 دخل حيز التنفيذ وتم التطبيق الفعلي مع المخطط الخماسي 2012/2008.

وقد ارتبط التكوين الإعلامي في الجزائر، منذ اعتماد نظام ل.م.د. بمجموعة من المتغيرات الأكاديمية والميدانية نجملها في العناصر التالية:

- اعتماد الدولة الجزائرية لنظام التعليم ل.م.د. وسع من أماكن وجغرافية أقسام التكوين الإعلامي، وقد بلغ خلال السنة الجامعية 2018/2017 ما يربو عن ثلاثين قسما موزعة على مختلف المراكز الجامعية والجامعات الكبرى والصغرى، بعدما كان التكوين قبل اعتماد هذا النظام مقتصر على العاصمة وهران وقسنطينة وعنابة. فحين يوجد حاليا عبر كافة التراب الوطني فقط كليتين للإعلام والاتصال واحدة بالعاصمة والأخرى بقسنطينة. وهنا طُرحت العديد من المخاوف تخص تمييع وتطبيع التكوين الإعلامي باعتباره تخصصا نوعيا يعمم على جامعات تقتصر للإطار التكويني الكفاء، كما تقتصر المناطق التي تنتمي إليها إلى مؤسسات إعلامية، وفي أحسن الأحوال توجد إذاعة واحدة وصحف محلية.

- صدور القانون العضوي للإعلام وانفتاح إعلامي على مستوى السمعي البصري بالمصادقة في 2014 على قانون خاص بالسمعي البصري، الذي سمح ببروز قنوات تلفزيونية جزائرية جديدة خاصة جلبت إليها العديد من الراغبين في التخصص بهذا المجال.

- بروز مظاهر الصحافة الإلكترونية والخدمات الجديدة التي قدمها الإعلام الجديد. عموما يرتبط الواقع الإعلامي بالواقع الاجتماعي حتما من خلال مساهمة كل الظواهر والقضايا لحركة المجتمع أفقيا وعموديا (Verticalement, Horizontalement) سلبا وإيجابا، لذلك تحرص الحكومات دوما بغض النظر على طبيعة

النظم السياسية، على احتواء القطاع الإعلامي ومحاولة السيطرة عليه. غير أن الحكومة الجزائرية نجدها تتأخر في تلبية العديد من الحاجات الاجتماعية، ومسايرة حركة المجتمع المتجددة باستمرار.

كما هو معلوم أن الإعلام الجزائري اعتبر قطاعا من قطاعات السيادة الوطنية، ومع عهد التسيير الاشتراكي للمؤسسات (قانون التسيير الاشتراكي للمؤسسات 1972) بما فيها المؤسسات الإعلامية، احتكرت الحكومة التكوين الإعلامي بكل صورته وأبعاده من خلال المدرسة العليا للصحافة، ثم معهد العلوم السياسية والإعلام بالعاصمة. وما يتم تسجيله هو قدم البرامج بوجه عام، وعدم مراعاتها للعديد من التطورات المحلية والإقليمية والدولية، بعد تكييف البرامج مع التغيرات الحاصلة. ويعود تفسير هذا التمسك والاحتواء من طرف الحكومة الجزائرية لقطاع الإعلام، لإدراكها بخطورة هذا القطاع في التأثير على عقول

الرأي العام وخصوصا المسموع والمرئي منه.

2.4- أي نوع من التعليم يتطابق مع مهن الإعلام؟

هناك رؤية تتردد بين صانعي الإعلام أنه لا ضرورة للتأهيل الأكاديمي المتخصص في مجال الإعلام،¹⁰ وإنما يكفي الحصول على مؤهل علمي من أية كلية أخرى مع الحصول على قدر من الخبرة، وأن العمل بالصحافة يحتاج إلى الموهبة وطالما توفرت هذه الموهبة فإن الإعلامي لا يحتاج إلى دراسة الإعلام بشكل محدد. ويقوم أصحاب هذه الرؤية بتقديم الكثير من الأمثلة لصحفيين حققوا نجاحاً كبيراً في عالم الصحافة دون أن يحصلوا على أي قدر من التعليم من أي نوع، أو حصلوا على درجات جامعية في تخصصات أخرى بعيدة عن عالم الإعلام كـ "فيصل القاسم" الذي يملك دكتوراه في اللغة الإنجليزية وغيره من الإعلاميين الذين أتوا من العلوم السياسية والحقوق. لكن تعاقبت عدة دراسات لواقع الصحافة العربية بشكل عام تؤكد ضرورة التأهيل العلمي المتخصص للعمل بالصحافة، إذ يمكن القول أن التأهيل الأكاديمي الإعلامي هو ضرورة للصحفي أو أي عامل بمجال الإعلام، وأن تطوير هذا الشيء يمكن أن يفتح آفاقاً جديدة لمجال الإعلام في الجزائر.¹¹ وقد انتشرت أقسام الإعلام ومدارسه في معظم جامعات العالم، وأصبحت هذه الأقسام والمدارس هي التي تمد مهنة الصحافة والإعلام بالإطارات البشرية بينما في الوطن العربي يعتمد التأهيل الأكاديمي بشكل أساسي على الفكر والكتب والدراسات الغربية، في حين من المفروض تكون محاولات إنشاء مدارس مشتركة تكون طلبة العالم العربي في مجال الإعلام واسهامات من قبل الباحثين والدكاترة في وضع تنظير إعلامي خاص بعالمنا العربي.

✓ مهنة تتعلق بتعددية وانفتاح التوظيف:

بغض النظر عن أنه يجب أن يكون التوظيف في الإعلام أكثر انفتاحاً لكن لا أحد يمكنه تجاهل نوعية وكمية التكوين المقدم للطلبة في الجامعات الجزائرية، فالكل يتفق على صعوبة مهنة الإعلام وضعف التكوين الميداني الذي يؤهل للعمل باحترافية. فمجهودات الجامعة ضعيفة مقارنة بما يتطلبه سوق العمل، هذا الضعف الكبير بين أن التحرير لم يعد مثل السابق، ووقت التدريب الجيد في العمل محدود والشباب يبتدأ في حياته المهنية بدون أي تكوين متخصص في وظيفة معينة كالإخراج مثلاً. بالرغم من الاستثمار المتواصل في مجال الإعلام وبالرغم من تخرج الآلاف من الطلبة المكونين في الصحافة، إلا أنه نادراً جداً ما تمنح الأولوية للطلبة المتخرجين أثناء التوظيف، فهذا الأخير يبقى ذاتياً، موقعاً بامتياز من قبل الأشخاص المفضلين Coups de Cœur.¹² لذلك لا توجد شهادة، ولا تكوين بعيداً عن مهنة

منظمة ومهيكلتة توظف بعناية وتعمل بالانضباط الذاتي. فعالم الصحافة والإعلام في الجزائر اليوم بالنظر إلى الأهمية التي يتمتعان بها في المجتمع يشهد ضعفاً أمنياً وعدم الاستقرار في الشغل لذلك توجه العديد من الوجوه التي كانت معروفة نحو ممارسة السياسة أو تغيير المجال. فهل هناك من الاعلاميين الجزائريين الكبار بقي في الساحة الإعلامية أمثال: نعيمة ماجر، زهية بن عروس.

3.4- آفاق التكوين الإعلامي في الجزائر:

سمح المشرع الجزائري خلال السنوات القليلة الماضية بفتح جامعات خاصة، لكن على الرغم من ذلك لازالت كل أقسام الاعلام والاتصال عمومية حكومية، مما يدل على استمرار الدولة الجزائرية في التخوف من فتح الاستثمار في التكوين الإعلامي للخواص ويعود السبب إلى غياب ثقافة للتعليم العالي الخاص في أواسط الجزائريين. ومن خلال ثالث قانون إعلام في الجزائر الذي صدر في 12 جانفي 2012 والقانون رقم 04-14 المؤرخ في 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري (الجريدة الرسمية، 23 مارس 2014، العدد 16، ص ص. 06-17)، نجد أن الحكومة الجزائرية تتشد بالتكوين الأكاديمي ودوره في زيادة الاحترافية والموضوعية، وما بعد التخرج أثناء ممارسة الصحفي لمهامه. وأولى المحاولات نلتمسها في برامج وزارة الاتصال، إذ كشف وزير الاتصال أن هيئته تنظم كل شهر حصة تكوينية لفائدة الاعلاميين مشيراً إلى ضرورة التكوين الذاتي للإعلامي والتعلم كل يوم.¹³

ونجد في الباب العاشر من قانون 2012 المادتين 128 و129 أشار فيهما المشرع عن التكوين أثناء ممارسة المهنة، حيث تنص المادة 128: "تساهم الدولة في رفع المستوى المهني للصحفيين عن طريق التكوين". وتحدد المادة 129 نسبة هذه المساهمة كالتالي: "يجب على المؤسسات الإعلامية أن تخصص سنوياً نسبة 2 % من أرباحها السنوية لتكوين الصحفيين وترقية الأداء الإعلامي" لكن هل فعلاً سوف تقوم المؤسسات الإعلامية بتطبيق هذه المادة أو سوف تتجاهلها ممارسة كباقي المواد الأمر الذي يحتاج منا كباحثين التحقق منه تفصيلاً.

5. تحديات الإعلامي الجزائري في العصر الرقمي:

بعدما تم فتح مجال السمعي البصري في الجزائر -بالرغم أنه تحدد في انشاء قنوات تلفزيونية فقط- أمام الخواص أصبح يتبادر إلى أذهاننا مجموعة من الاستفهامات، أولها مستقبل الإعلام الجزائري في ظل الانتشار الواسع لشبكة الويب وتساعد مظاهر تسهيل التلقي للمواطنين مما أسفر عن ظهور بما يعرف بصحافة المواطن أو الصحافة الإلكترونية. وأولى هذه المظاهر التي نراها في الواقع الجزائري هو تقلص نسب قراءة الصحف وبالتالي نسب التوزيع والتوجه نحو الاعتماد على هذا النوع الذي بات منافساً شرساً لوسائل الإعلام التقليدية. هذه الأخيرة التي من المفروض تقوم بدراسة وضعها الحالي ومحاولة إعادة هيكلتها وتشكيلتها وأهدافها في العصر الرقمي، فإنها توجهت نحو بث رسائل ربحية والمحافظة على استمرارها دون التفكير في تحسين جودة هذه الرسائل وطرق تأطيرها. حيث نجد مجموعة من الأخبار ومن المعلومات أصبحت تبث بدون التأكد من مصداقيتها أو حتى صحتها بالإضافة إلى أن هم الوسيلة أو مالكتها هو العمل على جلب أشخاص غالباً ما يكونون من خارج التخصص يساعدون على كسب جمهور عريض ووفي بنفس الوقت. ومظهر آخر لابد من الإشارة إليه هو أن المضمون الموجود إلكترونياً هو نفسه تحت رهان وتحدي البقاء المستقبلي يتعلق بمشاركة

الجمهور فإذا لم تحصل أي وسيلة إعلامية تنشط عبر الويب على الاشتراكات الفورية Subscription Online واستقبال هائل للمعلنين فإنها سوف تشهد انحدار كبيرا في الحجم والمكانة لعدم توفر الربحية المناسبة.

ويبقى الإعلامي في حد ذاته تحت وقع الرعب والتهديد الذي قد يشعر به لكثرة التواصل والتفاعل عبر الفضاء الرقمي الذي يساعد في النشر والفضح بصفة خارقة من قبل متابعيه وجمهور وسيلته، فلو تفوه منشط بالتلفزيون بكلمة عبر الفايبروك تعكس سياسته في التلفزيون سوف يؤدي به إلى صراعات عنيفة وحتى الفصل من وظيفته. إن تخوف المشاهدين والسلطات العمومية من توجه وسائل الاعلام لاستخدام الصورة الافتراضية بدل الصور الحقيقية وما ينجر عنه من تحريف وتزوير وتضخيم للحقيقة وتلاعب بمشاعر وأحاسيس الجمهور وانحراف وسائل الاعلام، له ما يبرره في تاريخ وسائل الاعلام. فقبل ظهور الفضاء الافتراضي، يدرك مصوري التلفزيونات جيدا الحقيقة ويعرفون طبيعة الواقع الذي يشاهدونه في الميدان بأنه مهما كانت درجة الموضوعية يبقى غير الذي يظهر على الشاشة الصغيرة. فإذا حدث مثلا وأن قام مجموعة من الطلبة بمظاهرات في أي دولة من العالم ونقلتها القنوات التلفزيونية، فإنها تستطيع أن تثبت للمشاهد عبر الشاشة بأن المظاهرات شارك فيها الملايين من الطلبة وهذا باستخدام حركات الكاميرا المختلفة بمجرد تغيير زوايا التصوير وتقنيات المونتاج وهنا يمكن القول أن هذه التقنيات التي تعمل على صناعة الرسالة الإعلامية أصبحت تشكل سلاحا خطيرا يؤثر في القائمين بالاتصال والفرد والمجتمع على حد سواء.

6. خاتمة:

من خلال كافة الرهانات التي تعرضنا لها خلال هذه الورقة والنتائج التي توصلنا لها من خلال تحليلنا لواقع مهنة الاعلام في الجزائر، تبقى الطموحات مرهونة بالانتقال إلى التنفيذ والتطبيق الفعلي، في ظل العوائق والعراقيل النظرية والتطبيقية التي تعترضه. وبما يشهده مجتمعنا في العديد من التغيرات والتحويلات البنوية الاجتماعية والإقتصادية، فإن الظاهرة الإعلامية تظل مرتبطة دوما بإشكاليات متجددة تبعا لحركية المجتمع. وتظل مسألة مواكبة هذه التطورات، مرهونة بإرادة جميع الأطراف، من وزارة وصية على التكوين ممثلة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، أو الوزارة الوصية بالممارسة الإعلامية ممثلة في وزارة الاتصال، ومن بقية الفاعلين في ميداني التكوين والممارسة معا.

الهوامش:

- ¹ كار هاوس مان، فيليب بنوا، لويس بيو دونال، الإنتاج الإذاعي المعاصر: البرمجة والأداء، ترجمة ومراجعة أحمد نوري، ط5، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2005، ص.24.
- ² عزوق الخير، "مكانة قانون الإعلام وعلاقته بفروع القانون الأخرى"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 23، نوفمبر 2011، ص.20.

³FRASER Nancy, BOURDIEU Pierre, (Mis) recognition: Social Inequality and Social Justice, Edited by Terry Lovell, Routledge, London and New York, 2007, p.110.

⁴BOURDIEU Pierre, "Journalisme et éthique", Revue les cahiers du journalisme, N: 01, Été 1996, p.14.

⁵ Idem, p.16.

⁶MARCHETTI Dominique, DARGELOS Bertrand, " Les professionnels de l'information sportives: Entre exigences professionnelles et contraintes économiques", Revue Regards sociologiques, HAL, 2000, p.67.

⁷ آسيا إبراهيم أحمد عبده، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو : دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية في الفترة من 2011-2014، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، 2014-2015، ص.273..

⁸ عبد النبي عبد الله الطيب، إدارة المؤسسات الصحفية، جامعة وادي النيل، الخرطوم، (دون سنة نشر)، ص.85.
⁹ زهير إحدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ، د.ت، ص.180.

¹⁰ سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004، ص.227..
¹¹ PEPIN Patrick, "Médias, métiers et formation", **Revue Les cahiers du journalisme**, N°1, Été 1996, p.63.

¹² MIRELA Lazard, "Les journalistes : stars, scribes et scribouillards (Jean-François Lacan, Michael Palmer et Denis Ruella)", **Revue Réseaux**, volume 12, N°66, 1994, p.239.

¹³ Site de la radio Algérienne, consulté le 10/04/2017, à 11 :50, le lien :

<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20150609/43367.html>



Full Name: Oussama LAICHE.

Title: The impact of TV station morphology on the message makers. An empirical study in Public Algerian television and El chourouk News Channel.

A thesis submitted for the PhD Degree in information and communication.

Abstract

Regarding institutional changes and the effects of the technical facilities, it become important to shed light on the structures of the media institutions and their preservation of physical and human morphology, by investigating the main influences that may affect worker who interacts into two spaces, administrative and productive, positively or negatively. This worker transmits an infinite number of messages in a complex environment which requires a broader understanding of its structural morphemes (newsrooms and studios).

So, this current study search about the anatomy of the TV institution and its influences, that is to say does the morphological structure of both Algerian public television and El Chourouk News have an impact on TV message producers?

Hence, this study opts for a descriptive method of research, in which a set of data collection tools were used: documentation, questionnaire, interview and morphological analysis which were all administered to 160 participants from the two channels. All in all, the following results are revealed:

- There is a large lack of media stars in both public and private television which was examined through investigating their personal, social, professional, functional, economic, political and cultural features. Accordingly, the content being delivered is highly affected by the engagement of the working members in the institution in addition to their psychological, professional, personal background.
- The Algerian public television functions within an old-fashioned organization. This shows the officials' lack of desire to modernize it and understand the importance of space organization. Being a new in the field of communication, however, El Chourouk News is still novice in considering the effective structure and organization.
- Despite the impact of the structural features like organization, arrangement, communication, innovation and development in producers, the aforementioned institutions do not invest in modernizing their structures to confront international media institutions.
- The structure of studios and their artistic forms affect the television employees in which these effects increase whenever they were made of shine materials in addition to their interactions with colors, sound rhythms and modern decorations.
- Both institutions under investigation do not confront isomorphically due to the different working mechanisms, organizational structures, institutional environment and identity.

Keywords: effects, media institutions, morphology, studios.

Supervisor: Djamel LAIFA.

-University of Badji Mokhtar Annaba.

2020