

**تأثير ملكية المؤسسات الصحفية في الجزائر على قيم ومعايير الممارسة  
الإعلامية - دراسة حالة صوت الأحرار، الخبر، الشعب**

**The impact of the ownership of press institutions in  
Algeria on the values and standards of media practice,  
a case study of Sawt Al-Ahrar, Al-Khabar, Al-Shab**

خليل سعدي\* مخبر الدراسات الإنسانية والادبية،  
جامعة العربي التبسي - تبسة  
Khalil.saidi@univ-tebessa.dz  
مرزوق بن مهدي، جامعة العربي التبسي - تبسة  
marzougbenmahdi@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2021/10/14

تاريخ الاستلام: 2021/07/29

**ملخص:**

تتناول هذه الدراسة إشكالية الصياغة الموضوعية للمضمون الإعلامي في الصحافة المكتوبة الجزائرية، من خلال تتبع تأثير ملكية المؤسسات الصحفية على نمط تحرير المضامين الإعلامية، ومدى التزامهم بقيم ومعايير الممارسة الإعلامية.

حيث سلطنا الضوء في هذه الورقة البحثية من خلال عينة الدراسة على رسم السياسة الإخبارية لهذه المؤسسات ومن ثمة تأثيرها على صناعة المحتوى الإعلامي، وانطلقنا من فرضية ان ملكية المؤسسات الصحفية تؤثر على الصياغة الموضوعية للمضامين الاعلامية المحررة.

ويتطلب إجراء مثل هكذا دراسة إتباع مقترب اقتصاديات الإعلام كأحد أهم المقتربات الحديثة في الدراسات الإعلامية، معتمدين في ذلك على منهج دراسة الحالة، مع استخدام أداة الاستبيان في جمع المعلومات الميدانية من المؤسسات عينة الدراسة، الخبر، الشعب، صوت الأحرار، وخلصت هذه الدراسة الى ان ملكية المؤسسات الصحفية تؤثر بشكر كبير في المضمون

\* المؤلف المراسل

الخبري الموجه للمتلقين ولو بدرجات متفاوتة من مؤسسة لأخرى، خاصة فيما يخص مراعاة المصالح المختلفة للصحفيين او للمؤسسات ككل ومدى التزامهم بالموضوعية أثناء الممارسات الإعلامية.

**الكلمات المفتاحية:** أخلاقيات الصحافة، اقتصاديات الصحافة، السياسة التحريرية، الصياغة الصحفية، المضمون الإعلامي، ملكية المؤسسة الصحفية

**Abstract:**

This study deals with the problem of the objective making of media content in the Algerian written press through investigating the impact of the ownership of press institutions on the way of editing media content, and the extent of their commitment to the values and standards of media practice.

In this study, we shed light , through the sample of study, on shaping the media policy of such institutions, and thus, their impact on content making. We started from the hypothesis that the ownership of press institutions has an impact on the objective making of the content of edited media.

The achievement of such a study requires adopting the media economies approach as one of the important recent approaches in media studies. To do so, we used the case study method along with the questionnaire to collect data from the sample institutions namely El-khaber, Echaab and Sawt El-ahrar newspapers. The study comes to conclude that the ownership of press institutions impacts, to a great extent, on the informative content directed to the audience. This impact is noticed as different from one institution to another especially as to respecting the different interests of journalists and institutions and their commitment to objectivity in media practice.

**Keywords:** Press drafting, media content, press institution ownership, editorial policy, journalism economics, journalism ethics

**مقدمة:**

لقد ظل مفهوم حرية الصحافة من المفاهيم التي نالت قسطا كبيرا من النقاش والتفكير وقضية من أكثر القضايا إلحاحا على الأذهان لفترة من الزمن. وعلى امتداد الحقب التاريخية التي عاشها الإنسان إلى يومنا هذا فقد كان لهذا المفهوم أهمية بالغة في الحياة ودورا أساسيا في نمو المجتمع وازدهاره. ولهذا كان من الضروري أن يتم توفير للصحافة المناخ المناسب الذي يضمن لها تأدية وظائفها بالشكل المرغوب. مناخ يتسم خاصة بمستوى عال من الحرية في الممارسة الصحفية على أرض الواقع. وضمان التدفق الحر للمعلومات في جميع الاتجاهات وقد عرفت المؤسسات الصحفية جدلا واسعا بخصوص تأثر مضامينها الإعلامية بملكية هذه المؤسسات فأصبحت تسيروفا وفقا اجندات معينة، وعليه جاءت دراستنا هذه للنظر في إشكالية الصياغة الموضوعية للمضمون الإعلامي في الصحافة المكتوبة الجزائرية، من خلال تتبع تأثير ملكية المؤسسات الصحفية على نمط تحرير المضامين الإعلامية، ومدى التزامهم بقيم ومعايير الممارسة الإعلامية.

**1 إشكالية الدراسة:**

تحاول هذه الدراسة الإجابة على السؤال المركزي التالي:

كيف تؤثر ملكية المؤسسات الصحفية في الجزائر على قيم ومعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها؟  
ولا يمكننا بأي حال من الأحوال الإجابة على هذا السؤال المتعدد بعيدا عن فلسفة صناعة السياسة الإخبارية، حيث نقر في هذا المجال ومن البداية أن لا وجود لخبر دون خلفية تختلف من صحيفة إلى أخرى حسب توجهها وخطها السياسي وجمهورها المستهدف.

**2 فرضيات الدراسة:****1.2 الفرضية العامة**

تؤثر ملكية المؤسسات الصحفية على الصياغة الموضوعية للمضمون الإعلامي.

**1.1.2 الفرضيات الثانوية**

- 1- هناك تداخل بين نمط ملكية المؤسسات الصحفية وفلسفة صناعة السياسة الإخبارية.
- 2- تتأثر السياسة الإخبارية للمؤسسات الصحفية بنمط ملكية المؤسسات الصحفية.
- 3- نمط الملكية يحدد كم ونوع التمويل.
- 4- يتغير هامش الحرية في صياغة المضامين حسب نمط الملكية المتبع.

**3 هدف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة في الواقع تأثير نمط ملكية المؤسسات الصحفية على الصياغة الموضوعية للمضمون الإعلامي ومن جهة أخرى كشف من الناحية النظرية العلاقة الموجودة بين نمط الملكية المتبع والسياسة الإخبارية كفلسفة اقتصادية ومهنية، تسطرها المؤسسة الإعلامية لتشكيل مناخ خاص بها يؤدي إلى تحقيق أداء مهني مرضي للمؤسسة الصحفية والجمهور الذي توجه له هذه المضامين.

**4 منهج الدراسة:**

استخدمنا المنهج المسحي الذي يُعبر عن البحث المتعمق بالحالات المدروسة، في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه، حيث تقوم هذه الدراسة على افتراض أن كل حالة قابلة للدراسة تكون مع المجال الذي تتفاعل داخله وحدةً وكلاً (عمر، 1983، صفحة 133)

وهي دراسات كما نعلم، يمكن أن تتناول جانبا معينا من الحالة المدروسة أو كل جوانبها، من حيث تصور وضعها القائم ضمن المجال الذي تتفاعل فيه. لذا يرى جل الباحثين أنها أبحاث وصفية في أغلبها، لأنها تقوم على بحث الحالات ذات الطابع الفريد، أي غير المعروفة من قبل، ولا تتوفر بشأنها معلومات وبيانات قد تساعد في فهم وضعها الخاص (بن مرسلي، 2010، صفحة 304). الحقيقة أن الوظيفة العلمية للدراسة التي قام بها الباحثان، تعمل على تصوير الوضع الخاص بالمؤسسات الثلاث المدروسة - مؤسسة الشعب، مؤسسة الخبر، ومؤسسة صوت الأحرار- كل واحدة على انفراد تصويراً

معمقاً يأخذ شكل البحث الهرمي، فالموضوع يخص كل المؤسسات الصحفية في الجزائر وصحافيينها، ليتم بعدها الحصر الشامل لصحفيي عينة الدراسة.

#### 5 العينة وتبرير اختيارها:

العينة هي تمثيل لمجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءاً من الكل بمعنى أنه تُؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليه الدراسة فالعينة إذا هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة (صلاح، هادي، 2002، صفحة 197).

إذا كانت العينة هي عبارة عن عدد من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً (عمر، 1983، صفحة 273) فكيف يمكن أن تقبل ألف شخص فقط ونستطلع آرائهم ثم تدعي أنك تعرف ما يفكر فيه مائتان وخمسون مليون (ار جوايزر، وايفانزوت، 1997، صفحة 87)

يقوم الباحث باستخدام طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة، التي لا يمكن حصر مفرداتها حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل، بسبب إمكانيات المال الوقت والجهود الضخمة التي تتطلبها هذه العملية (بن مرسلي، 2010، صفحة 170).

**1.5 العينة المختارة:** العينة هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له حيث: (إحسان، 1982، صفحة 112)

- تعكس الصفات والخصائص: لا بد أن تمثل العينة انعكاس للصفات والخصائص الأساسية في مجتمع البحث.
- عدم التحيز: لا بد أن يكون الاختيار بدون تحيز لأي صفة أو مجموعة من الأفراد لأي سبب كان مثلاً: نشر استبيان للحصول على معلومات من الموظفين على الإنترنت فقط بسبب وجود تحيز في الدراسة، حيث أن هناك تحيز، لأن المعلومات التي يتم الحصول عليها هي من الأفراد الذين لديهم حاسب آلي واتصال بالإنترنت، وهذا شيء قد لا ينطبق على جميع أفراد المجتمع.

• تناسب عدد أفراد العينة مع عدد أفراد المجتمع: وهذا يعتمد على البحث وأسلوب البحث وطبيعة المشكلة المدروسة (إحسان، 1982، صفحة 112)

2.5 **عينة المؤسسات:** قمنا بحصر عينة المؤسسات في ثلاث مؤسسات صحفية وهي جريدة الخبر الخاصة، وجريدة صوت الأحرار التابعة لحزب جبهة التحرير الوطني وجريدة الشعب ذات الملكية العمومية كعينة لدراسة الاقتصادية وتحليل الجداول، ومن ثمة مقارنة النتائج المتوصل إليها.

وقد جاء اختيار العينة المدروسة، من مجموع العينات التي تمثل مؤسسات الصحافة اليومية المكتوبة اختياراً انتقائياً وبطريقة قصديه (تمار، 2010، صفحة 29)، على أساس شروط علمية يجب توفرها للوصول إلى هدف البحث وكتبرير لاختيار هذه المؤسسات نظراً لتعدد مصادر تمويلها من جهة والجماهير الكبيرة المتابعة لها بالإضافة إلى اختلاف العينة المختارة بين المؤسسة ذات الملكية الخاصة والملكية العمومية.

3.5 **عينة الجمهور:** لقد قمنا في هذه المرحلة بالحصر الشامل لمجتمع البحث المتاح والذي قارب 114 صحفي عامل في المؤسسات الثلاثة "عينة الدراسة"، حيث رأينا أن الحصر الشامل لمجتمع البحث المتكون من عدد محدود من المفردات، باستطاعته حصر الحجم الكلي، وإخضاعه كله للملاحظة العلمية وفق الأهداف المسطرة للبحث (بن مرسلي، 2010، صفحة 169) يعطي أفضل النتائج.

#### اولاً: مساءلة المفاهيم:

##### 1.1 السياسة الإخبارية

يقصد بالسياسة الإخبارية للجريدة مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة لأخرى ومن موقف لآخر ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها. وتتحمل مسئولية صنع السياسة الإخبارية للجريدة هيئتها التحريرية، حيث تقوم هيئة التحرير في اجتماع عام بتحديد الخطوط العامة لهذه السياسة الإخبارية، ولا يمكن إجراء أية تغييرات

في السياسة الإخبارية إلا من خلال اجتماع آخر يشترك فيه جميع أعضاء هيئة التحرير.

### 2-1 السياسة التحريرية

السياسة التحريرية هي مصطلح مرادف لمصطلح السياسة الإخبارية لكن هناك اختلاف بسيط في مجالات الاستخدام في بعض الدول العربية مثل مصر، السودان، الأردن يحد يطلق مصطلح السياسة التحريرية في مجال استخدامها بالنسبة للوسائل الإعلامية المكتوبة، أما السياسة الإخبارية فتطلق في مجال استخدامها بالنسبة للوسائل الإعلامية السمعية البصرية. حيث نجد أن مصدر التسمية في الوسائل الإعلامية المكتوبة، مأخوذ من مصدره قاعة التحرير أين يتم اجتماع هيئة التحرير اليومية لتقييم العمل وإعادة توزيع المهام اليومية أو ما يعرف "بالبريفينغ".

### 3.1 فلسفة الخط الافتتاحي

أما بالنسبة للخط الافتتاحي فهو يتقاطع مع السياسة الإخبارية في انه يحمل كل تلك الخصوصيات معبراً عنها في صورة قيم مهنية وإخبارية تظهر في المضمون، اللغة، شكل إخراج الصحيفة. وتكاد القيم المهنية أن تكون ذات مرتكزات واحدة في مختلف المؤسسات الإعلامية وتعتبر هذه القيم إلى جانب قيم شكل وإخراج الجريدة، المعايير أو المحددات الأساسية لفهم السياسة الإخبارية لكل صحيفة من خلال قياس اتجاه انحراف الخط الافتتاحي كونه الوحدة المعبرة عن السياسة الإخبارية.

### 4-1 فلسفة السياسة الإخبارية

فلسفة المؤسسة الصحفية في رسم المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يُقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري. وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة لأخرى ومن موقف لآخر ومن فترة لأخرى، داخل الصحيفة نفسها كون السياسة الإخبارية انعكاس لطبيعة الملكية ورؤية مالكيها وطبيعة النظام السياسي السائد والتشريعات الإعلامية التي تتضمن

القطاع الإعلامي وخصوصية الجمهور والنظم المحيطة به، سياسية اقتصادية، اجتماعية، ثقافية.

### 5-1 أيديولوجية المؤسسة الصحفية

ويقصد بالأيديولوجية نظام الأفكار المتداخلة والمبادئ التي تؤمن بها جماعة معينة أو مجتمع ما وتعكس مصالحها واهتماماتها الاجتماعية والأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتقوم الأيديولوجيات على التبريرات المنطقية والفلسفية للاتجاهات. ويتحكم في أيديولوجية المؤسسة عاملان حاسمان هما مناخ حرية التعبير، والانتماء الفكري والسياسي لكل من الصحفيين ومالكي المؤسسات الصحفية، أما عن المؤسسة الصحفية هي شخصية معنوية اعتبارية مستقلة اقتصاديا وقانونيا إلا أن طبيعة العمل فيها تتأثر بقيم وسلوكيات العاملين فيها ومالكيها، وهامش الحرية المتوفر لكل منهما غير ذلك.

### 6.1 السياسة الإعلامية

تعرف السياسة الإعلامية أو "الاتصالية" على أنها مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم سلوك الأنظمة الإعلامية والتي عادة تستنبط من شروط الأيدولوجيا السياسية التي تركز عليها في بلد ما، كما تعرف أيضا بأنها مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة اتجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وموامة نظم وإشكال الاتصال المختلفة، وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيرية، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذه الدولة. حيث إن السياسات الإعلامية والاتصالية تعني الأسس والقيم والمعايير التي تسعى إلى تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية وفق مراحل زمنية. ويسير على هديها النشاط الإعلامي والاتصالي في سياق سياسي وثقافي واقتصادي واجتماعي محدد، بهدف تحقيق أفضل العوائد التنموية الممكنة للدولة اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً وسياسياً.

### 7.1 الضغوط الاجتماعية وصراع المصالح

الصحيفة لا تعمل في فراغ، وإنما تعمل في إطار مجتمع يتألف من جماعات اجتماعية متباينة في مستوياتها الاقتصادية والثقافية والتعليمية



والعمرائية، ويفرض هذا التباين تباين في المصالح والأهداف التي تسعى كل جماعة إلى تحقيقها.

هذا الصراع الدائر والمستمر في المجتمع، يشكل ضغطاً قويا على الصحيفة عند رسم سياستها التحريرية إذا ستجد نفسها مضطرة عند معالجتها القضايا والمشكلات المختلفة وتحديد ما ينشر وما سينشر، تأخذ موقفاً مؤيداً لفيئته معينة. وبديهي أن هذا الموقف سيتحدد إلى حد كبير على ضوء ما يتوفر لكل جناح من نفوذ سياسي واقتصادي يمكنها دون غيرها للوصول إلى الصحيفة وتوجيهها بما يخدم مصالحها (عبد النبي، 1989، صفحة 96) وهناك نوعان من صراع المصالح أحدهما مالي والآخر غير مالي، وفي كليهما يقدم الخبر بعد استبعاد الوقائع أو المعلومات التي تتعارض مع مصالح الصحفي الشخصية أو مصلحة جريدته، وبالمثل تقوم قنوات نشر الخبر أو حراس البوابات (عبد الحميد، 2018، الصفحات 116 - 117)، بحذف ما يتناقض مع مصالحهم الشخصية، وما يتصورونه مصالح الجريدة من وقائع الخبر (حسام الدين، 2003، الصفحات 187 - 188).

### 8.1 احتياجات الجمهور

أيا كانت أنماط العلاقات التي يرتبط بها القائم بالاتصال، أو التأثيرات والضغطات الداخلية أو الخارجية، فإنه يجب أن يبدأ أولاً برسم توقعاته عن خصائص جمهور المتلقين، وتصوراتهم عن علاقة هذه الخصائص بالأنماط السلوكية المستهدفة، وهذا التصور يؤثر في اختياره لأنواع الرسائل الإعلامية ومحتواها وشكلها، التي يقدمها إلى هذا الجمهور حتى يحقق الهدف الاتصالي الذي يسعى إليه.

لذلك فإنه ينصح دائماً بأن دراسة جمهور المتلقين هي أولى خطوات العملية الإعلامية، ذلك أن تجديد الأهداف، واختيار نوع الرسائل، وترتيب القيم، يجب أن يتفق بداية مع خصائص فئات جمهور المتلقين المستهدفة، حتى يتجنب القائم بالاتصال بداية الأدوار التي تقوم بها علاقات العمل والضغط المهنية، في تجديد هذه الخصائص أو ترتيب القيم (عبد الحميد، 2018، صفحة 121).

فجانبا كبيرا من سياسة التحرير الصحفية يتحدد على ضوء ما يتصور انه يمثل احتياجات جمهور الأفراد في المجتمع، وتهتم الصحيفة بتلبية هذه الاهتمامات، باعتبار أن القارئ هنا هو مستهلك الصحيفة أو المعني بالتأثير، وما لم تلبه هذه الاهتمامات فان النتيجة هي انصراف الجمهور عن الجريدة. وبالتالي انخفاض توزيعها وفقدان ثقفيها أو في أهميتها في حياتهم، مما يعني اختفائها صحفياً، ويتم التعرف على احتياجات واهتمامات الجمهور بوسائل عدة من بينها المسوح الميدانية، وتحليل رسائل بريد القراء، والنزول المستمر إلى الجماهير في مواقعها المختلفة، والمهم هنا أن هذه الاهتمامات تؤخذ بالاعتبار بصورة أو بأخرى في تقييم المضامين الإعلامية المختلفة والطريقة التي يتم بها معالجة الأحداث (عبد النبي، 1989، صفحة 96).

### 1.2 ملكية الصحف

حيث يعد نمط ملكية الصحيفة أيا كان شكلها خاصة أو عمومية، من العوامل المؤثرة على السياسيات التحريرية للصحف، حيث يتدخل المالكين في رسم وتوجيه نوعية الأخبار المقرر نشرها في الصحف، التي تُعبر في النهاية عن مصالحهم وتوجهاتهم ورؤاهم السياسية والفكرية، حتى لو تعارضت هذه المصالح مع المسؤولية المهنية للصحف تجاه القارئ والمجتمع (سعدي ربيع، 2007، صفحة 103)

هذا ما يشتهه جُرح كبريات الصحف الغربية الخاضعة للاحتكار من قبل بعض الرأسماليين عن الموضوعية، خاصة في حالات الطوارئ التي تتطلب من أصحاب الاحتكارات استخدام الإعلام لتوجيه الرأي العام وفق مصالحهم التجارية (يعقوب، 2001، الصفحات 80 - 81).

وبخاصة اثر التحولات التي شهدتها أنماط الملكية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية السبعينيات من القرن الماضي، حيث يذكر raft thrift التحول الذي عرفته أنماط ملكية الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية من نمط الملكية الفردية والعائلية والشركات المساهمة عن سيطرة الاحتكارات الكبرى، إلى نمط ملكية السلاسل والاحتكارات الكبرى قد أثر سلبا على السياسة التحريرية لهذه الصحف. (غالي، 2009، صفحة 235).

ولم يعد غريبا أن يصبح الاستثمار في المشروع الإعلامي أحد الحلقات في سلاسل الاستثمار في مجالات عديدة كالبتروول والتأمين وصناعة السيارات وغيرها مما يثير تساؤلاً أيضاً حول الأهداف الكامنة وراء دخول أصحاب هذه المشروعات إلى الاستثمار في المشروع الإعلامي، أيضاً ما لم يكن الهدف الواضح والصريح هو اكتساب القوة التي يمكن أن تؤثر على صناعة القرار في مستويات عديدة من المنتظم الاجتماعية، وتحقيق أهداف سياسية واقتصادية أعمق من وراء السيطرة على المشروع الإعلامي (عبد الحميد، 2018، صفحة 452).

## 2.2 مصادر تمويل الصحف

إنشاء مؤسسة صحفية شأنه شأن أي مشروع تجاري إما أن تريح أو تخسر وتتسحب من السوق، وهي دائماً في حاجة إلى التمويل والإنفاق على عملياتها، سواء كان الممول ناشراً، أو حزب، أو هيئة أخرى، فإن السياسة التحريرية لصحيفة يتم تطويعها لخدمة أهداف ومصالح واهتمامات هذا الممول. وتزداد أهمية التمويل مع ضخامة الموارد والاستثمارات المالية التي تتطلبها صناعة الصحافة المعاصرة خاصة في ظل ارتفاع تكاليف الإنتاج الصحفي، اختناق سوق المنافسة بالعناوين.

ويلعب النظام الاقتصادي ودرجة المرونة التي يتمتع بها، وحجم الاستثمارات القائمة والمحتملة به وحجم الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام المختلفة، ومصادر تمويل الصحف وفي مقدمتها الإيرادات الإعلانية، دوراً كبيراً في التأثير على مضامين الصحف، يتمثل في محاولات المعلنين المستمرة في التدخل لتوجيه الأخبار بما لا يتعارض مع مصالحهم، وفي قبول الإدارة الصحفية في غالب الأحيان لهذه التدخلات، بهدف زيادة الإيرادات وتعظيم الأرباح (كوليبان، 2005، صفحة 07)

وهناك نظريتان متعارضتان لعلاقة الإشهار بالسياسة التحريرية لصحف فالمشتغلون بالصحافة يؤكدون ان الإعلان لا يؤثر في السياسة التحريرية بدعوى انه كلما زاد عدد المعلنين قلت قدرتهم على التأثير الفردي في سياسة الصحف، في حين أن الرأي العام وجانب من الباحثين والممارسين يشكون في

صحة هذه المقولات من خلال استقراء واقع الممارسة المهنية وتأثير الإعلان على هذه الممارسة (سعدي ربيع، 2007، الصفحات 103 - 104).

لذلك يجب على الصحفي الالتزام أخلاقيا بعدم الاستسلام لأي ضغط خارجي يعيق قيامه بمهامه الإعلامية بكل التزام ومسؤولية. كذلك المساعدات الحكومية الرسمية سواء قدمت لمؤسسات صحفية عمومية أو خاصة، حزبية أو موالية للنظام العام، ينبغي أن ينظر إليها بحذر حيث أن قبول مثل هذه المساعدات الرسمية من طرف الصحيفة، قد يفرض عليها التزامات معينة تجاه الحكومة تضر باستقلال سياستها التحريرية.

فطبقا لقواعد المهنة هناك فصل بين العمل في التحرير الإشهار، رغم أن الكثير من الصحف - تحت ضغط مشاكلها الاقتصادية - تضعف تحت سطوة المعلنين وتقبل نشر إعلانات مدفوعة الأجر في شكل مواد تحريرية، بل قد يصل الأمر أحيانا إلى حد تدخل بعض المعلنين في السياسة التحريرية لصحيفة، أو يتسببون في منع نشر مادة تحريرية قد تضر بمصالحهم (علم الدين، العباسي، 2001، صفحة 120).

إن إتباع الأنظمة السياسية أسلوب التهديد في تعاملها في تعاملها مع الصحافة الخاصة، لا يمنعها من إتباع سياسة الترغيب، قصد الهيمنة على ما تنتجه من أخبار. وهذا عن طريق تقديم المساعدات المالية على غرار الإعفاء الضريبي وإلغاء الديون المترتبة عليها، بفعل استفادتها من خدمات الطباعة في مطابع الدولة وحصولها على الإشهار المسير من قبل وزارة الإعلام، أو على القروض من المؤسسات المالية لدولة.

وهو ما يبين لنا أن المساعدات التي تتلقاها الصحافة في مثل هذه الوضعيات على مستوى هذه النظم السياسية هي مساعدات مشروطة هدفها الأول والأخير هو إبقاء الجرائد تحت هيمنة سلطتها من أجل توجيهها إعلامياً، لحملها على السير في خط معين يحقق لها سيطرتها داخل المجتمع (بن مرسلي، 2014، الصفحات 144 - 145)

أما الأثر الناجم عن ضياع الموضوعية، فيتجسد حينما تتصور الصحف العمومية أن عليها أن تدافع عن الحكومة، وتتصور صحف المعارضة أن عليها أن تعارض، وتضيق الحقيقة بين الاثنين والقارئ هو الذي يدفع الثمن. فتتحول الصحيفة من وسيلة تنوير إلى وسيلة تجهيل للمواطن. من ناحية أخرى إذا ما امتنعت الحكومة عن مساعدة صحف الأحزاب أو فرقته بينها في العطاء فيمكن أن تتأثر معالجة الموضوعات في الصحف، وكذلك يمكن أن يفتح الباب لقبول مساعدات من جهات خارجية قد تكون أحزاباً أو دولا أو جماعات، مما يؤثر على معالجة هذه الصحف للمواقف والاتجاهات الاقتصادية والسياسية التي تتبناها هذه الجهات. (حسام الدين، 2003، الصفحات 179 - 180)

**ثالثاً: أثر ملكية المؤسسة الصحفية على قيم ومعايير الممارسة الإعلامية مؤسسة: صوت الأحرار، الخبر، والشعب نموذجا:**

### 1.3 البيانات الشخصية

#### 1.1.3 الجنس

أظهر التحليل أن نسبة الصحفيين من جنس الإناث مرتفع في كل من مؤسسة صوت الأحرار حيث بلغ 80% في مقابل 20% من جنس الذكور حسب حجم العينة المدروسة، وكذلك بالنسبة لمؤسسة الخبر حيث بلغت النسبة 57.9% مقابل 42.1% من جنس الذكور من العينة المدروسة، أما مؤسسة الشعب فقد أظهر الجدول أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث حيث سجلت 40% في مقابل 60% لجنس الذكور، ليصل الحجم الكلي إلى 57.4% إناث مقابل 42.6% للذكور فقط، وهو ما يفسر سيطرة العنصر النسوي على العمل الصحفي نوعاً ما وهذا راجع إلى رغبة هذه الفئة العمل بالمجال الإعلامي الصحفي مقارنة بالعنصر الذكوري الذي يفضل التوجه نحو أعمال أخرى.

#### 2.1.3 طبيعة العقد مع المؤسسة الصحفية

تمثل طبيعة العقود المبرمة بين المؤسسات الثلاث عينة الدراسة والصحفيين العاملين في أقسام التحرير المركزية حيث لوحظ أن هناك عقود دائمة للصحفيين من الجنسين بنسبة 74.1% أما العقود المؤقتة والمتعاقدين فقد فهي نسبة ضئيلة 18.5%، في حين كان عدد المرسلين بنسبة 7.4%.

وهذا ما يمنح معامل ارتباط قوي قدر ب 0.92 أي ما يقارب 92% بين الخبرة المهنية ومساهمة المؤسسة في تقييم التنشئة الإعلامية لصحفيها وكذلك المعرفة الجيدة بالسياسة التحريرية والأساليب والظروف المؤثرة والعوامل المؤثرة فيها.

### 3.1.3 الخبرة المهنية

لوحظ استقرار نسبي في حساب الخبرة موزعة على 27.8% في كل التقسيمات المعمول بها وهي 5 سنوات في كل مرحلة كما لحظنا وجود صحفي واحد متربص في مؤسسة الشعب في مرحلة الفرز.

هذا الاستقرار في خبرة العمالة من المفترض أن يمنح استقرار أكبر من الناحية الإدارية في إدارة التحرير الصحفي، وجودة في المنتج الإعلامي، وفهم أكثر لمحددات السياسة الإخبارية والأوضاع الإدارية والمالية في كل مؤسسة على حدا.

**وكخلاصة:** من تحليل جداول البيانات العامة توصلنا: إلى توفر جميع المعطيات في عينة الدراسة التي يمكن أن تكشف عملية صياغة المضامين ضمن محددات السياسة الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها وعلاقتها بأداء المؤسسة الصحفية، حيث وفرت لنا عينة الدراسة وجود ديناميكية مهنية بين الجنسين ما يزيد في أرباحية وتنظيم العمل وهو العامل الفاعل نسبيا في زيادة فعالية الإنتاج داخل قسم التحرير الصحفي، ومنه فهم أكثر بخبايا العمل. كما لوحظ كذلك، وجود خبرة كبيرة عند طاقم التحرير في المؤسسات الثلاث قيد الدراسة، وعقود عمل دائمة ومستقرة بنسبة كبيرة مما سيوفر لنا نتائج أحسن في هذه الدراسة.

### 2.3 أنماط ملكية الصحف وعلاقتها بالأداء الإداري والمالي والمهني

السؤال الأول: نمط الملكية الأكثر ملائمة للأداء المهني الجيد للمؤسسات الصحفية؟

إن أول ما يلاحظ غياب شكل الملكية الحزبية والتي لم يظهر مؤشرها في هذا الرسم البياني وذلك لتحقيقها نسبة صفر من المائة من رغبات الباحثين، أما الشكل القانوني الأكثر موائمة حسب رأي الباحثين في تأسيس المؤسسات الإعلامية وعملها هو الملكية الخاصة ذات طابع المساهمة

بين الصحفيين، ثم تليها الملكية العمومية ثم طابع الملكية الخاصة ذات الشخص الوحيد للمؤسسات الصحفية، وهذا يوحي إلى مدى إدراك الصحفيين لدور ملاك المؤسسات في التأثير على صياغة المضمون الإعلامي ومنه على الأداء المهني للمؤسسة الإعلامية.

السؤال الثاني: التأثيرات الايجابية والسلبية لنمط الملكية على الصعيد الإداري، المالي، المهني للصحيفة؟

#### • مؤسسة صوت الأحرار

كشفت نتائج الدراسة الميدانية حول رؤية الصحفيين والقيادة الصحفية العاملة بمؤسسة صوت الأحرار، لتأثيرات الايجابية والسلبية لنمط الملكية على الصعيد الإداري، المالي، المهني لمؤسستهم والتي حددها فيما يلي: التأثيرات الايجابية:

نوع الملكية يحدد كم ونوع التمويل ومنه تحسين مناخ العمل والارحية العمالية.

استقرار السياسة الاخبارية للمؤسسة.

نمط الملكية يحدد هامش الحرية أثناء صياغة المضامين الصحفية.

#### التأثيرات السلبية:

تقييد حرية الصحفيين عن طريق تدخل المالك في صياغة المضمون الصحفي.

تحكم أصحاب القرار السياسي، ورجال المال في صياغة المضمون.

اتفقت عينة الباحثين في جريدة صوت الأحرار على أن نمط الملكية الحزبية الخاصة بمؤسستهم لا يساهم بأي شكل في تطوير العمل الإعلامي، وان نمط الملكية الحزبية يجعل من الصحفي مناضل في الحزب لا غير، ولا يرجع على الصحفي أو العمل الإعلامي ككل بأي فائدة حيث يجعل من المؤسسة الإعلامية منبر اتصالي بين رأس الهرم والقاعدة النضالية التي تهدف إلى التماشي والسياسة الإعلامية القائمة ودعم النظام الحاكم لا مراقبة الأداء الحكومي وممارسة دور نقدي على هذا الأداء والتعبير على مصالح الجماهير في مواجهة السلطة الحاكمة كطرف معارض وهذا حصريا في الجزائر.

### • مؤسسة الشعب

يذكر أفراد عينة البحث الخاصة بمؤسسة الشعب الصحفية والذين استجابوا لهذا السؤال والمقدر عددهم ب 20 مفردة على أن نمط الملكية في المؤسسة التي يعملون بها له مزايا ايجابية وأخرى سلبية تمثلت في:

- الطابع العمومي يفتح هامش أكبر من الحرية للصحفيين أثناء معالجة القضايا والأحداث الإعلامية.
- الطابع العمومي يكسر الاحتكار الإعلامي ومنه يوفر خدمة عمومية اشمل.
- يتقلص هامش التدخل في التحرير الصحفي أثناء صياغة المضامين الإعلامية.
- يضمن استقرار مهني للصحفي، مما يزيد من فاعلية وكفاءة الصحفيين.

### التأثيرات السلبية:

نمط الملكية العمومي يفرض بعض القيود الخاصة بمعالجة بعض المواضيع غياب الرؤية الواضحة أثناء العمل اليومي حول الهدف الحقيقي من ترتيب أولويات نشر المضامين الإعلامية.

لقد حقق مؤشر الملكية العمومية أكبر رضا وتفضيل عند الصحفيين عينة الدراسة في هذه المؤسسة مقابل الملكية الحزبية التي فشل فيها المؤشر بنسبة كبيرة جدا تعادل مع الصفر من المائة، وهذا ما يتوافق والرسم البياني الخاص باختيار نمط الملكية المفضل عند الصحفيين.

### • مؤسسة الخبر الصحفية:

أجمعت العينة المبحوثة في مؤسسة الخبر على أن نمط الملكية في مؤسستهم هو الأفضل والأكثر موائمة لما يحققه من إيجابيات تهدف إلى صناعة مضامين إعلامية هادفة تعمل على التعبير عن مصالح الجماهير ومراقبة الأداء الحكومي من خلال تبني الموقف الرسمي اتجاه الأحداث والقضايا الداخلية والخارجية الراهنة وقد حددوا أهم التأثيرات الايجابية والسلبية لنمط الملكية فيما يلي:

### التأثيرات الايجابية:

يسهم نمط ملكية المساهمة في فتح هامش حرية كبير بالنسبة للصحفيين.

الانفلات من القيود المهنية والرقابة المفروضة في أنماط الملكية الأخرى.



- صياغة المضامين وتقسيم الأدوار تكون حسب الكفاءة والتفاهم بين الصحفيين.
  - الإحساس بالانتماء الفعلي للمؤسسة الصحفية مما يزيد من أداء الصحفيين.  
**التأثيرات السلبية:**
  - عدم فتح رأس مال المؤسسة لمجموع الصحفيين في حين أبدو الرغبة في الدخول في المساهمة عن طريق طرح أسهم تدمج الصحفيين كمساهمين في المؤسسة دون خلفيات مهنية أو اجتماعية.
  - مقارنة مع باقي الانماط الأخرى من الملكية حقق نمط ملكية المساهمة أكبر تفضيل عند الصحفيين عينة الدراسة نظرا لما يقدمه من مزايا على مستوى الصحفيين أنفسهم أو على مستوى صناعة المضامين الإعلامية في قاعة التحرير الصحفي.
  - قد حقق معامل الارتباط الجزئي بين نمط الملكية وأهداف السياسة الإخبارية نسبة 0.91% وهو نسبة تثبت مدى صدق افتراض ارتباط السياسة الإخبارية بنمط الملكية وتأثيرها على صياغة المضامين الإعلامية، وتأثير تدخل المالكين في رسم السياسة الإخبارية خاصة في حالة عدم وجود معرفة كبيرة للمالك حول الأدوار الحقيقية للإعلام وأهدافه السامية التي لا يمكن الاستغناء عنها.
  - السؤال الثالث: الإشباع المهني التي يحققها نمط الملكية المفضل لديك على المستوى المهني؟
  - عبر مجموع المبحوثين في المؤسسات الثلاث عن مجموع الإشباع التي يحققها لهم نمط الملكية على الصعيد المهني تمثلت في:  
تحقيق أكبر هامش من الحرية في صياغة المضامين.
  - تحقيق عائد مالي يعوض الجهد والوقت الذي يقضيه الصحفي في العمل.
  - تحقيق أكبر كفاءة وقدرة على العمل.
  - الابتعاد عن الرقابة والتدخل غير المرتبط بالكفاءة المهنية.
- 3.3 طبيعة الملكية في توجيه السياسة الإخبارية**
- أثناء ترتيب الاختيارات المطروحة في استمارة الاستبيان حسب ما يلي:
  - يحدد المالك فقط خطوط عامة ومبادئ لا يمكن تجاوزها.

- يقوم المالك برسم سياسة تحريرية للصحيفة.
  - يتدخل المالك بين الحين والآخر في توجيه السياسة التحريرية.
  - يفرض المالك سياسة إخبارية محددة إزاء بعض القضايا والأحداث.
  - المالك لا يتدخل في صناعة القرار التحريري على الإطلاق.
- 1.3.3 تدخل طبيعة الملكية في توجيه السياسة الإخبارية للصحف**
- أن وجهة نظر الجنسين قد تساوت تقريبا فيما يخص تدخل طبيعة الملكية في توجيه السياسة الإخبارية للصحف الجزائرية بفارق هامش نسبة عن الوسط حسابي تقارب 6%، أما عن معمل الارتباط فيما يخص الخبرة فقد أبدى المبحوثين الأقل خبرة نقص معرفتهم حول علاقة الملاك بالمؤسسات الصحفية.
  - السؤال الأول: هل تؤثر ملكية المؤسسة التي تعمل فيها على السياسة الإخبارية؟
  - يهدف هذا السؤال إلى الكشف على مدى صدق المعلومات المتحصل عليها في هذا المحور، حيث يرى مجموع الباحثين من المؤسسات الثلاث عينة الدراسة انه مهما اختلفت رؤيتهم حول أنواع التدخل إلا انه في الأخير تتم عملية تحديد السياسة الإخبارية من طرف الملاك وبشكل كبير حسب ما يوضحه الرسم البياني التالي:
  - من خلال قراءة النتائج يتضح أن 94% من المبحوثين قد اثبت وان هناك تدخل من ملاك الصحف التي يعملون فيها في السياسة الإخبارية لصحفهم، والمقارنة مع نتائج السؤال السابق يثبت انه مهما اختلفت أنواع التدخل أو الضغط فهي حصيلة لهذا التدخل. أما النسبة الباقية والتي قدرت بـ 6% فقد عبرت عن رأيها بعدم وجود تدخل، وهي نسبة ضئيلة وغير معبر من حيث الكم من جهة، كما ويمكن أن نرجع هذا إلى معامل الارتباط السابق والذي بشرير إلى نقص المدة التي قضاها هؤلاء الصحفيون في المؤسسة وهي مرتبطة بمؤشر الخبرة المهنية من جهة ثانية.

**خاتمة:**

إن تمركز المؤسسات الصحفية في شكل حلقات متسلسلة مع المؤسسات الاقتصادية الكبرى ذات التمويل الواسع يضيق عملية ممارسة الأدوار النقدية للصحف، واهتمامها بالجمهور المحلي ومن ثمة تراجع الاهتمام بأهمية وتنوع الأفكار والرؤى المطروحة، بمجرد انضمامها لحلقات التمركز الكبرى. حيث أن الصحف الصغيرة المستقلة وبمجرد انضمامها لحلقات التمركز تصبح أقل اهتماما باحتياجات الجمهور المحلي في مناقشة قضاياها ومشكلاته، حيث تغلب على المضامين الصحفية السطحية في المعالجات، نمطية الطرح، وعدم الاهتمام بالمناقشات الجدلية، وعليه فإن المضامين الإعلامية في المؤسسات الصحفية تحيد نوعا ما على معايير وقيم الممارسات الإعلامية الأخلاقية المنصوص عليها في ميثاقيات وأخلاقيات المهنة الصحفية وبالتالي توجب على هذه المؤسسات التخلص من التبعية المالية والتفكير في مصادر تمويل ذاتية تضمن لها تتبع قيم ومعايير الممارسات الإعلامية في إنتاج مضامينها الإعلامية وكنظرة استشرافية وجب البحث والتعمق في دراسات اقتصادية الاعلام بدرجة عامة ومؤسسات الصحف المكتوبة بدرجة خاصة.

**قائمة المراجع:****المراجع العربية:**

- إحسان, محمد الحسن. (1982). *الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي*. بيروت: دار الطليعة للطبع والنشر.
- ار جوايزر, شيلدون; وايفانزوت , وحي. (1997). *دليل الصحفي إلى استطلاعات الرأي العام*. عمان: الدار الأهلية لنشر والتوزيع.
- بن مرسللي, أحمد. (2014). *اقتصاديات الصحافة المكتوبة*. الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع.
- بن مرسللي, أحمد. (2010). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- تمار, يوسف. (2010). *العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية*. الجزائر: منشورات بغدادي.
- حسام الدين, محمد. (2003). *المسؤولية الاجتماعية للصحافة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- سعيد ربيع, عبد الجواد. (2007). *إدارة المؤسسة الصحفية*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- صلاح, مراد; هادي , فوزية. (2002). *طرائق البحث العلمي: تعميماتها وإجراءاتها*. الكويت: دار الكتاب الحديث.
- عبد الحميد, محمد. (2018). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد النبي, عبد الفتاح إبراهيم. (1989). *سوسيولوجيا الخبر الصحفي*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- علم الدين, محمود; العباسي, أميرة. (2001). *إدارة المؤسسة الصحفية واقتصادياتها*. القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة.
- عمر, محمد زيان. (1983). *البحث العلمي وتقنياته*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عمر, محمد زيان. (1983). *البحث العلمي، مناهجه وتقنياته*. جدة: دار الشروق للنشر.
- غالي, حسين. (2009). *إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر*. القاهرة: مكتبة الفلاح.
- كولمبيان, جان ماري. (2005). *وسائل الإعلام في أزمة: تزيف بالجملة وتضليل حول العراق*. جريدة الخبر اليومي.
- يعقوب, عبد الحلیم موسى. (2001). *الصحافة والقيم الإخبارية*. الأردن: الحامد لنشر والتوزيع.

**المراجع الأجنبية:**

- Brahimi, Brahim. (1997). *Le Pouvoir La Presse Et Les Droits De L'homme En Algérie*. Paris, France: Edition Morinor.