

المحاضرة الرابعة: اقتصاديات الإذاعة

تمهيد: تحتل الإذاعة المسموعة منذ نشأتها مركزا هاما بين وسائل الاتصال الجماهيري فقد استطاعت هذه الوسيلة في مدة لا تتجاوز نصف قرن أن تكون في المركز الأول بين وسائل الإعلام الأخرى من حيث قوة التأثير والثقافة والتوجيه وأصبح جهاز الراديو جزءا هاما من حياة الأفراد وله أهمية كبيرة لأن الإذاعة أصبحت تمثل أهمية كبيرة على الصعيد العالمي، الأمر الذي يعكس قدرتها على جذب اهتمام الجمهور وتلبية حاجاته الإعلامية والثقافية والترفيهية وغيرها من الأولويات والرغبات .

1- مفهوم الإذاعة:

- يعرف الباحث فضيل دليو الإذاعة المسموعة بأنها ما يبث عن طريق موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برابط مباشر وسريع.
- يقصد بالراديو (الإذاعة المسموعة) ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية (الملازم للوسائل المطبوعة) والحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها بقناة مباشرة.
- الإذاعة تعني البث والنشر للأخبار إلى جمهور عام واستقبال هذه المواد جماهيريا بواسطة أجهزة استقبال خاصة،
- الإذاعة هي إذاعة وبث المضامين الإعلامية السمعية عن طريق استخدام وسائل البث الإذاعي لاستقبالها في أن واحد قطاعات عريضة من الجمهور بهدف الإعلام أو التثقيف أو الترفيه وغيرها في بواسطة جمهور متناثر على هيئة أفراد أو جامعات بأجهزة استقبال مناسبة
- والإذاعة هي جهاز إعلامي يخدم المجتمع وبالتالي تعتبر وسيلة تستخدم لأغراض اجتماعية مختلفة بهدف خدمة المواطن وتلبية حاجاته المختلفة من خلال الحصص والبرامج التي تعالج القضايا المختلفة للمواطن إضافة إلى الحفاظ على الثقافة والهوية الفردية والوطنية.

• الإذاعة هي إذاعة وبث المضامين الإعلامية السمعية عن طريق استخدام وسائل البث الإذاعي لاستقبالها في أن واحد قطاعات عريضة من الجمهور بهدف الإعلام أو التثقيف أو الترفيه وغيرها في بواسطة جمهور متنثر على هيئة أفراد أو جامعات بأجهزة استقبال مناسبة

2- أهمية الإذاعة: تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية سمعية إلكترونية تم اختراعها على يد العالم الإيطالي "ماركوني MARKONI" سنة 1894، حيث تمكن من إرسال أول إشارة كهرومغناطيسية (لاسلكية) عبر المحيط الأطلسي من خلال جهاز لا سلكي في سنة 1901، فلاسلكي ماركوني محدود الاستعمال بالأمس جعل من العالم اليوم قرية كونية. وتعتبر الإذاعة من أهم المحطات التي تبث المواد الإعلامية والثقافية طوال اليوم وتبلغ حصة كل ألف شخص من سكان العالم أكثر من 140 جهاز إذاعي، حيث تتمثل أهميتها في نشر الأخبار وبثها إلى الجمهور العام، إضافة إلى أن النظم الإذاعة في دول العالم تعكس إلى حد كبير درجة تقدم المجتمع وتعكس الظروف السياسية والاجتماعية والفكرية السائدة في البلد، كما تلعب الإذاعة دورا هاما وأساسيا من حيث الجانب الاقتصادي وتستخدم الدول النامية الإذاعة كوسيلة من وسائل التنمية، بينما تتجه الدول المتقدمة إلى استخدام الإذاعة للترفيه والإعلان من خلال الإذاعة تقام حصص وبرامج لمعالجة مشكلات العواصم والمدن وطرح أهم المشكلات الاجتماعية وإعطائهم قدر هائل من المعلومات وتثقيف الجمهور وتنمية وعيه عن طريق تفاعله ومشاركته الايجابية في عمل هذه الإذاعات، كما يمكن التغلب على العديد من المشاكل التي تعوق عمليات التنمية الشاملة مثل تعدد اللغات واللهجات، كما يمكن للإذاعة أن تساهم في تحقيق التلاحم بين الجماهير من خلال فهم الحقائق، حيث يشعر الجمهور المستهدف أن هذه الإذاعة تتحدث عن ما يثير اهتمامه.

3-وظائف الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية:

- ❖ الوظيفة الإعلامية والإخبارية.
- ❖ وظيفة الترفيه و التسلية.
- ❖ التعليم ونقل التراث الاجتماعي.
- ❖ وظيفة التنشئة الاجتماعية والتربية الاعلامية.

❖ الوظيفية الإشهارية: سواء كانت متعلقة بالإعلان عن سلع جديدة أو الترويج لسلعة قائمة أو الدعاية لمؤسسة، وتقوم بإذاعته نظير مقابل مادي يتم الاتفاق عليه مسبقاً.

4- الخصائص الاقتصادية للإذاعة:

❖ جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس، وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير مما يجعلها من أفضل الوسائل في التأثير على الرأي العام المحلي الإقليمي والعالمي.

❖ السرعة والفورية في نقل الأخبار من مواقع الأحداث مباشرة على الهواء تفرض تواجد جيش من المخبزين والمراسلين في مواقع متعددة وفي وقت واحد.

❖ توظيف مختلف الوسائط الالكترونية في البث الإذاعي الرقمي نظراً لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والجغرافية والعسكرية والرقابة والتشويش لتصل إلى العالم أجمع.

❖ استخدام لغات العالم المختلفة لبث البرامج الإذاعية إلى مختلف الدول له مقابل مادي وفكري، فمثلاً صوت موسكو تبث بـ 81 لغة، وصوت أمريكا بـ 47 لغة وهيئة الإذاعة البريطانية 38 لغة وهناك أكثر من 67 محطة إذاعية عالمية موجهة لعالم العربي.

❖ انخفاض تكلفة البث الإذاعي مقارنة بالبث التلفزيوني والنشر الصحفي.

❖ انخفاض تكاليف إعداد وإنتاج وتقديم البرامج علاوة على منح التراخيص وتوفير أجهزة الاستقبال لكل الجمهور المستهدف.

❖ لا يتأثر البث الإذاعي باستهداف محطات الإذاعة أثناء الحروب أو انقطاع التيار الكهربائي لأنه يمكن الاستمرار في البث من جهاز محول ومتنقل.

❖ الإذاعة وسيلة للدعاية في السلم والحرب وبأرخص التكاليف خاصة في أوقات الكوارث، الأزمات، الثورات والحروب.

❖ من أهم سمات وخصائص الإذاعة وسيلة للتعلم والتسلية والتثقيف والتحريض والثورات والإشاعات فهي سلاح مؤثر في تشكيل الرأي العام في السلم والحرب.

5- أبعاد ومؤشرات البنية الصناعية للإعلام الإذاعي:

5-1- أنظمة البث الإذاعي من التماثلي Analogique إلى الرقمي Numérique:

1- نظام البث الإذاعي الرقمي: طالب الاتحاد الدولي للاتصالات على ضرورة استخدام نظام البث الإذاعي الرقمي DAB على مستوى كل دول العالم على النطاقات الترددية التي لا تتجاوز 30 ميغاهيرتز وذلك عقب استخدامه لأول مرة منتصف الثمانينات من قبل مركز CCETT والمعهد الألماني IRT وشركة PHILIPS و TOMPSON.

ويرجع ذلك إلى ما يتيح هذا النظام من سهولة امتلاك مجال جغرافي بحيث لا تتداخل أجهزة البث العاملة على موجة واحدة في نظام FM أين تضعف الإشارة بدل من تقويتها، لذلك تصبح الإذاعات التي تبث عبر موجات FM ملزمة باستثمار العديد من الموجات المحلية وفق نظام DAB بدل تقديم موجات مختلفة. كما يسمح بشغل أفضل للطيف وذلك من خلال الحد من سعة الأشرطة غير المستعملة الفاصلة بين محطتين متجاورتين ما يخفض مستوى التشويش ويسمح بتحسين نوعية الصوت وخلق محطات جديدة. إلى جانب ذلك يضمن هذا النظام تحسين مستوى استقبال المواد وتقديم خدمات إذاعية متنوعة تتيح للجمهور اختيار ما يناسبه من بدائل عديدة، ومن التقنيات الجديدة التي يوفرها النظام إمكانية تجهيز الإذاعات بشاشة صغيرة تظهر اسم المحطة ترددات الشريط الذي يتم بثه إلى جانب رقم الهاتف وغيرها من الخدمات التقنية، إضافة إلى تمكين محطات الراديو من بث إذاعات مختلفة على التردد نفسه ما يسمح للمستمع استخدام العديد من المحطات الإضافية دون الحاجة إلى تغيير الموجة.

2- البث الإذاعي عبر الأقمار الاصطناعية: أحدثت تقنيات البث الفضائي ثورة في البث الإذاعي حيث ساهمت في تقليص التكاليف الضخمة التي يحتاجها استخدام تقنيات البث عبر الكابل أو الألياف الضوئية مثلا وهذا إذا نظرنا إلى تنوع الأهداف المحققة من البث عبر الأقمار الاصطناعية ونوعية الإشارة العالية الدقة والوضوح، إلى جانب استخدام تقنية التفاعلية في البث الإذاعي باتجاهين. إن تعدد الخيارات أمام المستمعين من حيث الاستخدام والإشباع المحققة من ذلك يعتبر من أبرز ما حققته تكنولوجيا البث الإذاعي عبر الأقمار الاصطناعية لأنها سمحت بوجود محطات متنوعة و عدة قنوات إذاعية تقدم مضامين وبرامج

عالية الجودة خالية تماما من التشويش وضعف المؤثرات الصوتية والعناصر الإخراجية الأخرى.

3-الإذاعة عبر القنوات التلفزيونية الفضائية: يتم استغلال القنوات التلفزيونية عبر الأقمار الاصطناعية لبث خدمات إذاعية يستمع إليها عبر جهاز الاستقبال التلفزيوني، وميزة هذا النوع من الإرسال الإذاعي أنه ذو جودة عالية ووضوح تام إضافة إلى وصول البث الإذاعي عبر هذه التقنية لكل مناطق الرقعة الجغرافية الواحدة التي يصعب عليها استقبال البث الأرضي، مع ما يرتبط بضرورة توفر جهاز الاستقبال التلفزيوني ومن أهم مميزات هذه الطريقة في البث الإذاعي جودة الصوت والوضوح وغياب التشويش ووصول الخدمات لكل المناطق لتمكين الجاليات من التقاط برامج محطات بلدانها الأصلية.

4-الإذاعة الرقمية: أتاحت شبكة الأنترنت لكل شخص أو شركة أن ينشئ محطة إذاعية حيث أصبح الإرسال الإذاعي عبر الشبكة أمرا متاحا لأي مستخدم لجهاز الكمبيوتر، ولذلك يمكن لأي شخص أن يصبح مالكا لمحطة إذاعية على الشبكة حتى لو كان مركزها في البيت، ومعنى ذلك أنه لا يتطلب ترخيصا قانونيا من السلطة المختصة بل يرتبط ذلك بمجرد إتقان العمل ببعض البرمجيات والوسائل.

5-2- إعداد وإنتاج البرامج الإذاعية: أ- مرحلة الإعداد: يقصد بالإعداد في العمل الإذاعي المرحلة الإعدادية أو التحضيرية التي تضع الخطط النظرية لتحضير البرامج الإخبارية والحصص الخاصة والتغطيات المباشرة لمختلف الأحداث ويترتب على ذلك القيام بعمل فكري في غاية من الأهمية يتعلق أساسا بوظيفة الكتابة والتحرير الصحفي للإذاعة حيث يأخذ قسم الأخبار حيزا مهما من وقت البث الخاص بمختلف الإذاعات، لذلك من الضروري تحيين قواعد البيانات والمعلومات الخاصة بالمؤسسة الإذاعية والاعتماد على المصادر المختلفة للخبر بهدف تقديم المعلومة الصحيحة والمفيدة، إضافة إلى حسن اختيار عناوين الحصص والبرامج المتخصصة وانتقاء الشخصيات الفاعلة والمناسبة للمشاركة في إنتاج البرامج المختلفة.

ب- مرحلة الإنتاج: يقصد به كل ما يتعلق بإنتاج البرامج الإذاعية، حيث يتم من خلاله تحويل فكرة أو مجموعة من الأفكار إلى صوت وصور ذهنية وعلى شكل برنامج إذاعي يهدف إلى

توصيل فكرة ما للمشاهدين و التأثير فيهم، و عملية الإنتاج الإعلامي هي تلك العملية الإبداعية التي تحتاج إلى عدة جهود معينة من جانب عدة أشخاص تتوافر لديهم الخبرة المطلوبة في العديد من المجالات مثال الإدارة والتصميم والتخطيط والصوت والهندسة والحوار والتمثيل الدرامي الإذاعي وما إلى غير ذلك من عناصر وتقنيات. ويرتبط الإنتاج الإذاعي عموماً باستراتيجية الإنتاج وصناعة الخطاب الإعلامي وجودة المنتج الإعلامي الذي تتحكم في إنتاجه العديد من العناصر الشكلية والموضوعية التي تخضع بدورها لمعيار الجودة حيث تتمثل العناصر الشكلية في الإنتاج الإعلامي أساساً في العناصر التشكيلية والأيقونية والفنية والإخراجية، وفي المقابل تتمثل العناصر الموضوعية في مضمون الخطاب الإعلامي للبرنامج والقيم التي يسوق لها.

من أهم الأساليب الحديثة المتاحة حالياً أمام الإنتاج الإذاعي هو اعتماد النظام الرقمي Digital System في كل العمليات التي تقوم بها الأجهزة الإلكترونية خاصة جهاز الكمبيوتر أين يتم تمثيل جميع مراحل العمل رقمياً انطلاقاً من عملية الإدخال وعملية الإرسال وعملية التخزين وعملية المعالجة وأخيراً عملية العرض. حيث يحافظ النظام الرقمي على نوعية وأصالة المعلومات والبرامج المنتجة من التشويه والإتلاف كما يمكن بفضل هذا النظام أن نعالج الصوت والصورة بالحاسوب بالطريقة نفسها التي تعالج بها النصوص Textes وهذا يسمح للمنتجين والتقنيين والمخرجين من تغيير عناصر كثيرة على المادة الإعلامية الأصلية لتحقيق أهداف جمالية أو سياسية أو ما يرتبط بتوظيف أساليب الإقناع العقلية والعاطفية، كما تتصف النظم الرقمية بالمرونة على اعتبار سهولة التحكم فيها من خلال البرامج الإلكترونية مما يسمح بتحقيق قدر عالٍ من جودة الاستخدام.

5-3- إعداد وتخطيط الشبكة البرمجية:

5-4- تبادل واستهلاك المنتجات الإعلامية: تتراوح قيمة المنتجات الإعلامية في الإذاعة بين القيمة الاستعمالية للمعلومات والأخبار والمعرفة وبين قيمتها التبادلية حيث أشار إلى ذلك بوضوح الباحث قايتون ترمبلي.

1- **فقيمة الاستعمال:** ذاتية وتختلف من شخص إلى آخر ومن مجموعة إلى أخرى، معنى ذلك أن المعلومة الواحدة ليس لها نفس القيمة الاستعمالية لدى جميع قطاعات الجمهور فهي تتوقف على:

➤ طبيعة المعرفة بالمعلومات من حيث الجودة والمنفعة والملائمة.
➤ المعنى الذي يعطيه المتلقي لهذه المعلومة بناء على درجة استيعاب المحتوى ومستوى التحكم في الاستعمال.

➤ قدرة المعلومة على توجيه سلوك المتلقي والتأثير فيه وتشكيل تصوراته أو تعديلها.

2- **قيمة المبادلة:** ويقصد بها " زمن العمل الاجتماعي الضروري لإنتاج المعلومات الضرورية للبرنامج الإذاعي سواء كان إخباريا أو حواريا أو دراميا"، وقد حدد بعض الباحثين عناصر ومكونات قيمة المنتج الإعلامي الإذاعي فيما يلي:

● تكلفة أدوات الإنتاج والوسائل الضرورية مثل الموارد الأولية، آلات التسجيل والبث والاستقبال.

● تكلفة زمن التصميم والإعداد والتحرير.

● تكلفة زمن التعبئة بمعنى الإخراج، البث، والتوزيع.

تكلفة الإضافة الإبداعية الخالصة التي يضيفها المنتجون والمبدعون على العمل

6- مصادر تمويل المؤسسات الإذاعية:

تختلف مصادر تمويل المؤسسات الإذاعية ما بين الدعم الحكومي أو المعونات من جهة أخرى أو ما كان يفرض في الماضي من رسوم على أجهزة الاستقبال، وإيراداتها من الإعلان أو مبيعاتها من البرامج أو ما تقدمه من خدمات لغيرها من المنتجين، وفي الوقت الحالي غالبا ما تتعدد مصادر التمويل حيث تجمع المؤسسة بين أكثر من أسلوب بما يمكنها من زيادة مواردها لمواجهة المنافسة الإعلامية، والتي تتطلب استمرارية التطوير والتحديث والبحث عن كل ما هو جديد ومستحدث في عصر اتسم بتعدد وسائل الاتصال وتنوعها بشكل غير مسبوق، وهو ما خلق ما يعرف بالتمويل المختلط متعدد المصادر، ويظل لكل مصدر مكانته حسب سياسة المؤسسة وأوضاعها الإدارية يمكن تلخيص مصادر تمويل المؤسسات الإذاعية في:

➤ **مداخل** الرسوم **والرخص: شكلت رسوم ملكية**
 أجهزة الاستقبال الإذاعية المصدر الأساس في المؤسسات المسموعة في غالبية دول العالم حتى عام 1960 ، أين بدأت هذه المؤسسات في قبول مبدأ التمويل الإعلاني نتيجة اتجاه كثير من القنوات الإذاعية إلى فتح رأسمالها أمام المعلنين وكانت هذه الرسوم تختلف من دولة لأخرى طبقا لمستوى الدخل وحجم انتشار أجهزة الاستقبال.

➤ **مداخل** المساعدات **والدعم**

الحكومي: يكون الدعم إما كاملا من الحكومة أو جزئيا لمواجهة بعض النقص أو ممثلا في تزويد المؤسسة باحتياجاتها من المعدات و الأجهزة.

➤ **مداخل** الاشهارات العامة والتجارية.

➤ **بيع** البرامج الإذاعية ورعاية الأحداث الكبرى.

➤ **مداخل** تأطير الدورات التدريبية وتقديم الخبرات الإعلامية.

6- أسواق المؤسسة الإذاعية:

6-1 سوق أولية - جمهور المستمعين.

6-2 سوق ثانوية - المعلنون.

6-3 سوق الأجهزة.

6-4 سوق البرامج.

6-5 سوق العمل.

6-6 سوق التمويل المالي.

المنطق الاقتصادي الجديد للإذاعة الجزائرية والتوجه نحو الرقمنة: بدأت الإذاعة الجزائرية منذ سنة 1992 في توسيع انتشارها الأثيري من خلال إنشاء المحطات الإذاعية المحلية المنتشرة في بعض الولايات قبل أن تعمم في كل الولايات مع نهاية سنة 2012، كما عملت على تنويع محتواها البرامجي من خلال إنشاء القنوات الموضوعاتية *télématiques* (إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية، إذاعة الجزائر الدولية، إذاعة جيل FM وتدعيم اللسان اللغوي الجزائري من خلال القنوات الناطقة بثلاث لغات. أما على المستوى التقني أو

التكنولوجي فقد بدأت الإذاعة الجزائرية في الانتقال التدريجي من النظام التناظري إلى النظام الرقمي منذ سنة 2000 حيث شهدت الإذاعة الجزائرية مع الإذاعات المحلية عملية واسعة لتحديث وعصرنة العمل والإنتاج الإذاعي بما يتماشى مع التقنيات الحديثة للإعلام الإذاعي، ومن هذه الزاوية شرعت في رقمنة إنتاجها وأرشيدها من البرامج الإذاعية وذلك ما فرض على الإدارة المركزية والفرعية العمل على تعويض التجهيزات التماثلية بما يقابلها من الأنظمة الرقمية من خلال إقامة شبكة داخلية للربط الرقمي ما يسمح بإقامة نظام إذاعي رقمي متكامل، والأبرز في ذلك هو إقامة قاعدة بيانات إلكترونية أو ما يطلق عليها منصة إلكترونية متعددة الوسائط مكنتها من تعزيز منظومتها الإذاعية، وهي المنصة التي تعد واجهة الإذاعة عبر الشبكة العنكبوتية، إلى جانب ذلك تركيز البث الرقمي المناسب لخدمة الجمهور وفي اتجاه إشباع الفضول المعرفي والترفيهي والتشاركي الذي يميز فئات عريضة من الجمهور، دون أن تغفل المؤسسة عن مسألة تكوين وتدريب العاملين وتركيز الاحتياجات التدريبية حول الرقمنة واستخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وهذا ما تم من خلال تجسيد مشروع مركز للتدريب الإعلامي بالإذاعي سنة 2012 بمدينة تيبازة، هذا المركز جاء ليسهر على ضمان تحسين مستوى الرسالة الإعلامية، التكوين والتأهيل في مختلف الاختصاصات والمهن التي يتطلبها العمل والإنتاج الإذاعي وقد انتقل المركز من مرحلة الاعتماد على الخبرة التدريبية الأجنبية إلى مرحلة التدريب الذاتي اعتماداً على إدارتها وخبرائها.

ببليوغرافيا:

فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 1998، ص135.

ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009، ص09.

¹⁶Ariane Allard, Le journalisme multimédia- multi contraintes ou multi défis, (2012), p27.

¹⁷Ariane Allard, Ibid, p30.

عاشور فوزي بن عبد الحميد، الإذاعات والبث الإذاعي، الموقع الإلكتروني لإذاعة الجزائر www.radioalgerie.dz، استرجعت بتاريخ 2018/03/26، على الساعة 19.30 سا.

علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة- الانترنت، القمر الصوتي، الملثيميديا، مكتبة الإشعاع، ط1، مصر، 2002، ص257.

حسن علي محمد، ثورة الإعلام، دار المعارف، مصر، 2003، ص76.

فيصل بن جاسم آل ثاني، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية - قناة الجزيرة الفضائية كنموذج، دار المعرفة للطباعة والنشر، ط1، 2008، ص23.

⁴ Brawn, Training; Needs Assessment , A must for developing an effective training program, 2002, p2.

محي محمد مسعي، ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق، مطبعة و مكتبة الشعاع، ط1، مصر، 1999، ص26.

محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، دار أسامة، ط1، الأردن، 2004، ص141.

⁷ Vasseur Frédéric et autre, les medias du future, édition dahlab, paris, 1993, p57

حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، ط4، مصر، 2005، ص134.

عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني اليمني، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه في الإعلام، جامعة الأزهر، مصر، 2005، ص112.