

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الاعلام و الاتصال  
الرقم التسلسلي :...../2020

## الأجندة الإعلامية لجريدة الشروق اليومية في فترة الحراك الشعبي

من 11 ماي 2019 إلى 13 جويلية 2019

إعداد الطالبة :

صالح هبة

مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في تخصص علوم الاعلام و الاتصال

لجنة المناقشة

رئيسا	
مناقشا	
مشرفا	د/ بوبكر بوعزيز

السنة الجامعية 2020/2019

## خطة البحث :

### \*الجانب المنهجي :

- مقدمة
- الإشكالية
- التساؤلات
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- منهج الدراسة
- أداة الدراسة
- مجتمع البحث والعينة
- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- الدراسات السابقة

### \*الجانب المنهجي :

#### \*المبحث الأول : وسائل الإعلام الجماهيري

- المطلب الأول : مفهوم الاتصال
- المطلب الثاني : مفهوم الإعلام
- المطلب الثالث : مفهوم الاتصال الجماهيري
- المطلب الرابع : وظائف وسائل الإعلام الجماهير

#### \*المبحث الثاني : الصحافة المكتوبة

- المطلب الأول : مفهوم الصحافة المكتوبة
- المطلب الثاني: مراحل تطور الصحافة المكتوبة
- المطلب الثالث: وظائف وخصائص الصحافة المكتوبة
- المطلب الرابع : أهمية الصحافة المكتوبة وأنواعها

#### \*المبحث الثالث: الرأي العام

- المطلب الأول : الرأي العام وخصائصه
- المطلب الثاني :أنواع ووظائف الرأي العام
- المطلب الثالث :مظاهر ومراحل التكوين
- مطلب الرابع :تأثير الإعلام على الرأي العام

\*المبحث الرابع: الحراك الشعبي

-المطلب الأول : ملامح الحراك الشعبي

-المطلب الثاني : الانتقال المفروض

-المطلب الثالث : تطور الحراك

\*المبحث الرابع : الأجندة الإعلامية

-المطلب الأول : مفهوم الأجندة الإعلامية

-المطلب الثاني : خلفية التاريخية و مراحل تطور الأجندة الإعلامية .

- المطلب الثالث : عوامل مؤثرة في الأجندة الإعلامية

-المطلب الرابع : وظائف الأجندة الإعلامية

\*الجانب التطبيقي :

\* المبحث الأول : تشخيص جريدة الشروق

-المطلب الأول: الإطار التاريخي

-المطلب الثاني : الإطار القانوني

-المطلب الثالث : الأقسام

\*المبحث الثاني: تحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومحتوى

-المطلب الأول : تحليل الكمي

-المطلب الثاني : تحليل الكيفي

-المطلب الثالث : نتائج الدراسة

\* الخاتمة

\* قائمة المصادر والمراجع



الحمد لله الذي لا تخمد سواه، واهب العقل منير الدرب فالشكر لله عز وجل على واسع عطائه وتوفيقه لي.

فإذا كان الاعتراف بالجميل من ثمار الخلق الفاضل، أتقدم بأسمى معاني الشكر والعرفان إلى الأسناذ الدكتور بوبكر بوعزيز المشرف على هذه الرسالة، على الجهد والوقت اللذان خصهما لي من أجل إتمام هذا العمل المنوَّض، والتي كانت تتبعها توجيهات علمية قيمة، والذي بفضلها بعد الله سبحانه وتعالى أجزت هذا العمل المنوَّض الذي أرجو أن يكون ذا فائدة لكل طالب علم في هذا.

كما اشكر كل من ساعدني في إنجاز نخشي هذا من أساتذة القسم والكلية الذين لم يدخلوا علي بالنصح والتوجيه والإرشاد. إلى كل هؤلاء أتقدم بخزييل الشكر والعرفان.

## \*مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام الجماهير وظائف متباينة في الأنساق الاجتماعية الغربية التي ظهرت فيها , واعتبرت وسيلة أساسية في تشكيل الآراء والاتجاهات , يلجأ إليها الأفراد لتأمين القبول الاجتماعي من خلال ما يحصل عليه من معلومات وقضايا تخص بيئته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية , هذا وقد اعتبرت الصحافة المكتوبة أحد الفضاءات الإعلامية التي تنشط في سياق الغربي الذي شهد ميلاد أولى الصحف . حيث لعبت دورا محوريا في محاولة تشكيل فضاء عمومي يحمل تلك الخصوصية , غير ان تغير ملامح الساحة الإعلامية في الجزائر , بانفتاح قطاع السمعي البصري على عدة قنوات فضائية متخصصة بالإضافة إلى ظهور ما يسمى بلا علام الجديد المبنى على تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي يعمل على استحواد على عملية تكوين الرأى العام وكسب تأييده , الأمر المحافظ على مكانتها لدى جمهورها , والتميز في طرح المواضيع التي تهمة وتستهويه وبالتالي ممارسة وظيفتها في تشكيل الآراء والاتجاهات .

حيث تشهد الجزائر منعطفا سياسيا خطيرا تجسد في حركات واحتجاجات شعبية كبيرة اندلعت في 22 فيفري 2019 غطت جميع ربوع الوطن اتخذت الشكل السلمي رمزا لها وطرحت سلسلة من المطالب الإصلاحية السياسية المختلفة , ترتب عنها استقالة رئيس الجمهورية , والحقيقة أن هذه الاحتجاجات ليست الأولى من نوعها في وطن العربي , فقد بدأت من تونس في أواخر عام 2010 احتجاجا على سوء الأوضاع المعيشية ثم انتشرت في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وباتت تعرف بثورات الربيع العربي , كانت الجزائر في هذه الفترة تعيش في هدوء نسبي .

عرفت الجزائر منذ 2019/02/22 خروج جماهيري كبير للشارع للمطالبة بتغيير النظام وتحسين الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية , بسبب ما مرت به الجزائر من مشاكل وتدهور الأوضاع الأمني . وقبل نظام عبد العزيز بوتفليقة لكن ظل الشعب صامتا خوفا من تدهور الوضع الأمني .

وهذا ما سنحاول تسليط الضوء عليه من خلال دراستنا الأجندة الإعلامية لجريدة الشروق اليومية فترة الحراك الشعبي باستعمال أداة تحليل المضمون

حيث قمنا بطرح الإشكالية التالية : كيف عالجت جريدة الشروق اليومية الحراك الشعبي في الجزائر إعلاميا ؟

ليندرج تحتها التساؤلات وأهمية الدراسة أهداف الدراسة وأسباب اختيار الموضوع كذلك منهج الدراسة أداة وعينة دراسة

كما تطرقنا لي تعريف بالمصطلحات محل الدراسة

وقسمت **الجانب النظري** إلى خمسة **مباحث** وهي **كتالي : المبحث الأول** تحدثت فيه عن وسائل الإعلام الجماهيري وقسمت المطالب فيه إلى أربعة مطالب وهي على ترتيب التالي **المطلب أول** تناولت فيه تعريف الاتصال **والمطلب الثاني** تناولت فيه تعريف الإعلام أما **المطلب الثالث** تناولت فيه تعريف الاتصال الجمهور **والمطلب الرابع** تناولت فيه وظائف وسائل الإعلام الجماهيري

أما **المبحث الثاني** تحدثت فيه عن الصحافة مكتوبة اندرج تحتها أربعة مطالب على ترتيب التالي **المطلب أول** مفهوم الصحافة المكتوبة **المطلب الثاني** مراحل تطور الصحافة المكتوبة أما **المطلب الثالث** فتناولت فيه وظائف الصحافة وخصائص الصحافة المكتوبة وفي **المطلب الرابع** تحدثت عن أهمية الصحافة المكتوبة وأنوعها وأدرجت في **المبحث الثالث** الرأي العام واندرج تحته أربعة مطالب **المطلب أول** تحدثت فيه عن الرأي العام وخصائصه أما **المطلب الثاني** تناولت فيه أنواع ووظائف الرأي العام أما **المطلب الثالث** تناولت مظاهر ومراحل الرأي العام **المطلب الرابع** تحدثت عن تأثير الإعلام على الرأي العام كما قمت في **المبحث الرابع** بطرح فكرة مبسطة عن الحراك الشعبي تحدثت في **المطلب أول** عن ملامح الحراك الشعبي أما **المطلب الثاني** تناولت فيه الانتقال المفروض أما **المطلب الثالث** تناولت فيه تطور الحراك الشعبي وفي **المبحث الخامس** والأخير تحدثت عن الأجنحة الإعلامية حيث قسمي هذا **المبحث** إلى أربعة مطالب **كتالي** **المطلب الأول** تناولت مفهوم الأجنحة الإعلامية أما **المطلب الثاني** تحدثت عن خلفية التاريخية للأجنحة الإعلامية ومراحل تطورها أما **المطلب الثالث** تحدثت عن عوامل مؤثرة في الأجنحة الإعلامية أما **المطلب الرابع** تحدثت عن وظائف الأجنحة الإعلامية أما في الجانب التطبيقي قمت بتشخيص لجريدة الشروق وكذلك تحليلي الكمي والكيفي وفي الأخير طرحت نتائج الدراسة .

الجانِب

النظري

## \*الإشكالية :

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية وسائل أساسية في تشكيل الآراء والاتجاهات يلجأ إليها الفرد لتأمين القبول الاجتماعي من خلال ما يحصل عليه من معلومات وقضايا تخص بيئته الاجتماعية وثقافته السياسية التي يعيش فيها ومن بين الوسائل الإعلام الجماهيرية الصحافة المكتوبة حين اعتبرت الصحافة المكتوبة احد الفضاء الإعلامية التي تنشط في سياق الجزائري حيث أدى التدفق الهائل والسريع للمعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام إلى جعل الفرد متغير محوريا ضمن عملية اتصالية حيث تسعى كل مؤسسة إلى استحواذ رأى الجمهور من خلال الوظائف التي تؤديها حيث سعت وسائل الإعلام المكتوبة في تأثير بنيات المعرفية والسلوكية الأفراد لتجعلهم يلجأون إليها حتى يكونوا اهتمامهم فيحصلون على قائمة القضايا التي يجب إن يفكروا فيها لتأمين قبول اجتماعي ولابتعاد عن العزلة قدر الإمكان وهو ما أشارت إليه نظرية الأجندة الإعلامية كأحدى نظريات التأثير الاتصالية التي تبحث في طبيعة علاقة التي تربط بين الجمهور بالوسيلة الإعلامية حيث مارس الصحافة الجزائرية هذا تأثير من خلال معالجتها لقضية الحراك الشعبي كقضية أساسية في فترة المطالبة بتغيير النظام السياسي الجزائري وهذا ما سنسلط عليه الضوء في موضوعينا وذلك بدراسة العلاقة التي تربط الجمهور الجزائري بجريدة الشروق الشعبي في فترة الحراك الشعبي من خلال طرح الإشكالية التالية :

- كيف عالجت جريدة الشروق اليومي الجزائري الحراك الشعبي في الجزائر إعلاميا ؟

## \*التساؤلات:

الأسئلة الخاصة بفئات الشكل :

- ما هي المساحة التي خصصتها جريدة الشروق اليومي لإحداث الحراك الشعبي في الجزائر
- ما هي العناصر الطبوغرافية الصور النصوص العناوين التي استخدمتها الجريدة

الأسئلة الخاصة بفئات الموضوع:

- ما هو اتجاه جريدة الشروق لي أحداث الحراك الشعبي .
- ما هي المواضيع جريدة الشروق الجزائرية .
- ما هي أنواع الصحفية .
- ما هي المصادر التي اعتمدها .

## \*الأهمية الدراسة

- حادثة الدراسة الإعلامية في الجزائر في الحديث عن موضوع الحراك الشعبي وندرة الدراسات التي تناولتها
- أهمية الموضوع المتناول في حد ذاته
- معرفة دور الذي تقوم بيه الصحافة لمعالجة قضية الحراك الشعبي

## \* أهداف الدراسة

- الوقوف على مدى نجاح الأجندة الإعلامية في تشكيل الآراء الظاهرة حول القضايا الأساسية في المجتمع
- التحقق من احترافية الشروق اليومي من معالجتها لقضايا الحراك الشعبي باعتباره موضوع وقضية تخص كل مجتمع جزائري
- تحديد موقف المتخذ من جريدة الشروق لمعالجة هذه القضية

- هل يمكن من مواصلة النقاش حول إمكانية وجود رأي عام في الجزائر الذي تستطيع الصحافة أن تصنعه من خلال قضايا حراك الشعبي

### \*أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الذاتية :

-اهتمام الشخصي بجريدة الشروق وإعجابي بعرضها للإخبار ومناقشتها

-الرغبة الشخصية في دراسة موضوع الحراك الشعبي

-الرغبة الشخصية لمعرفة كيف عالجت جريدة الشروق الحراك الشعبي

-الأسباب الموضوعية:

-محاولة اختيار فاعلية الصحافة المكتوبة الخاصة الجزائرية في تكوين الرأي العام الجزائري من خلال نظرية في ظل تشكيك الباحثين في وجودها ودرجة فاعلية الصحافة في ممارسة هذه الوضيفة

-قلة الدراسات التي اهتمت بمعالجة الإعلامية لموضوع الحراك الشعبي في وسائل الإعلام الجزائرية

-محاولة معرفة إذا كانت معالجة الإعلامية لقضية حراك كافية أو تعاني من نقص

### \*منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسح الوصفي التحليلي، وهو المسح الذي لا يقف عند حدود الوصف، وإنما يصل إلى إصدار الأحكام وتقديم الحلول، واستخدام منهج المسح في الدراسات الاتصالية يتطلب تجنب الشمول والتجريد والعمومية وضرورة تحديد الدقيق لكل موضوع(حجاب، 2006، ص 87).

وطبق من خلال الخطوات الآتية:

حصر قضايا الحراك الشعبي الواردة في جريدة الشروق مجال الدراسة .  
تحليل نتائج الدراسة من خلال تحليل المضمون الذي يعتمد على رصد المواد الإخبارية التي تناولت موضوع الحراك الشعبي في الجريدة محل الدراسة.

## \*مجتمع البحث والعينة :

يقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون مجموع المصادر التي نشر فيه أوديع المحتوى فيها المراد دراسته خلال الاطار الزمني للبحث ( محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام 2009 ص 91).  
فمجتمع البحث من خلال هذه الدراسة هو مجتمع الأعداد الصادرة عن جريدة الشروق خلال فترة الحراك الشعبي من 11 ماي 2019 الى 13 جويلية 2019.  
- عينة الدراسة :

استخدام العينات في دراسات العلمية اصبح امر شائع في مجال البحث العلمي , فعينة البعض يمثل الكل , تختار بطريقة علمية , فهي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة بنسبة مئوة يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة المشكلة البحث ومصادر بياناته (فضيل ديليو اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية 1990, ص 141)  
وقد استخدمت العينة القصدية :  
وقد تمت عملية المعاينة في هذه الدراسة :

- 1/ عينة المصدر : وقع اختيارنا على صحيفة الشروق اليومية وطنية المستقلة .
- 2/ العينة الزمنية : جميع الاعداد الصادرة في صفحة الشروق اليومية خلال 11 ماي 2019 الى 13 جويلية 2019 مجال الدراسة .
- 3/ عينة المادة التحليلية اخترنا (09) اعداد وهي اعداد التي شملت موضوع الدراسة .

## \*جدول (01) مفردات عينة الدراسة التحليلية لجريدة الشروق – محل الدراسة:

رقم العدد	تاريخ العدد
6169	11 ماي 2019
6176	18 ماي 2019
6183	25 ماي 2019
6190	01 جوان 2019
6195	08 جوان 2019
6202	15 جوان 2019
6209	22 جوان 2019
6222	06 جويلية 2019
6229	13 جويلية 2019

## \*أداة تحليل المحتوى:

يُعرف بأنه وسيلة بحث يستخدمها الباحث لوصف محتوى الظاهر للرسالة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً ومنهجياً (حجاب، 2006، ص 152).

كما يعرفها بيرلسون بأنها أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً ().

ووظف في هذه الدراسة كأداة تحليل أعداد الجريدة محل الدراسة، يتضمن تحليل المحتوى عدة عمليات لعل من أهمها العملية الخاصة بتحديد فئات تحليل المحتوى وهي عملية تعد من أهم العمليات التحليل، إذ أنها تمثل مجال البحث الفعلي. (المزاهرة، 2014، ص 393).

وستكون وحدة التحليل في هذه الدراسة هي وحدة الموضوع بحيث تنصب عملية التحليل على جميع المواد الإعلامية التي تناولت موضوع الحراك الشعبي وتتم عملية التحليل بناء على فئتين اثنتين فئة.

### -فئات الشكل: وتتضمن

-فئة زمن القضايا: وتشمل زمن قضايا الحراك الشعبي الواردة في أعداد جريدة الشروق مجال الدراسة.

-فئة القوالب الصحفية والوسائل الإيضاحية: هي الصيغ البارزة في نقل الخبر وتغطيته وشرحه، وتتضمن صور، حوارات، تقارير- روبرتاجات.

- فئة موقع المادة الإعلامية: وتمثل الصفحات التي ورد ضمنها موضوع الحراك الشعبي في جريدة الشروق، وتحليل البيانات المتحصل عليها في هذا الجانب من الدراسة تم الاعتماد على المعاملات الآتية:

معامل التكرار: تم استخدامه لحساب عدد المواضيع والفئات المتعلقة بموضوع الدراسة.

معامل النسبة المئوية: لتوضيح حجم المواضيع الفرعية بالنسبة إلى مجموع مواضيع الفئة.

-وحدات التحليل: يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر المحتوى وصفاً كاملاً، فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها، أو حساب التكرار الخاصة بها (منال هلال المزاهرة، 2014، ص 387)، وتمكن وظيفة تحليل المضمون في استخراج معنى وخصائص مضمون النص.

### -فئات الموضوع:

فئة الموضوع: وتتناول كل المواد الإعلامية في أعداد جريدة الشروق محل الدراسة التي تناولت موضوع الحراك الشعبي من كل جوانبه (سياسي، امني، اجتماعي، اقتصادي...).

-فئات الاتجاه: تتضمن درجات الاتجاه الثلاثة (مؤيد- معارض- محايد).

### \* تحديد المفاهيم والمصطلحات :

#### -الاجندة الاعلامية :

تعد نظرية الأجندة واحدة من الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام حيث تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهم المجتمع.

-جريدة الشروق اليومية : هي صحيفة جزائرية يومية تصدر بالعربية شعارها

" رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب " .

حيث صدر اول عدد من صفيحة الشروق في 11ماي 1991 .

لها نسخة الكترونية بالعربية والانجليزية والفرنسية ومتوفرة على الموقع الرسمي

-الحراك الشعبي : نمط جديد للتعبير عن المطالب الاجتماعية والسياسية والحاجة الى الاصلاح السياسي .

ولعلى من اسباب الحراك : الاقصاء السياسي – تهميش الاخر – غياب الثقة والمسؤولية – هيمنة القلة على الحكم – ارتفاع معدل الفقر والبطالة – تراجع مستوى المعيشة – الفساد المالي والاداري ..... الخ .

### \*الدارسات السابقة :

#### دراسة أولى : تحليل محتوى لصحفية الشروق .

دارسة زينة بوسالم , المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحفية المكتوبة الجزائرية – جريدة الشروق نموذجا – مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع , تخصص بيئة جامعة منتوري قسنطينة 2010 / 2011. سعت هذه الدراسة الى التعرف الى مدى اهتمام الذي توله جريدة الشروق اليومي بالمشكلات البيئية .

تمحورت الإشكالية على النحو التالي: كيف تعالج مشكلات البيئة في جريدة الشروق اليومي؟

واندرجت تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية :

- 01-ما حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة؟
- 02-ما هي القوالب الصحفية الأكثر استخداما في تغطية مشكلات البيئة في جريدة الشروق اليومية؟
- 03-ما هي أنماط المشكلات البيئية الأكثر تناولا في معالجة جريدة الشروق اليومي؟
- 04- ما هو الموقف التي تتخذه جريدة الشروق اليومي في معالجتها لمشكلات البيئة؟

وكانت أهداف الدراسة كالتالي :

وصف وتحليل المعالجة الإعلامية التي تقوم بها جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة معرفة حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة

معرفة أهم أنماط المشكلات البيئية التي تتطرق لها جريدة الشروق اليومي في معالجتها لمشكلات البيئة وخلصت الدراسة الى النتائج التالية :

فيما يتعلق بحجم اهتمام جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة فقد أكدت المؤشرات التي وظفناها وهي حجم التكرار , المساحة , موع النشر ووسائل الإبراز المصاحبة ( العنوان والصور والرسومات ) على انخفاض في حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة .

استخدمت هذه الدراسة في دراستي حيث إنني أخذت منها كيفية تحليل المضمون للجريدة وكذلك معلومات حول جريدة الشروق

### الدراسة الثانية : حول الحراك الشعبي

امال معاش , دور الفيسبوك في تشكيل الراي العام الجزائري نحو القضايا الراهنة الحراك الشعبي – دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة البواقي , مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي –ام البواقي 2018-2019

### حيث طرحت هذه الدراسة الإشكالية التالية :

ما هو دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الجزائري نحو الحراك الشعبي كما أبرز القضايا السياسية الراهنة في الجزائر ؟

وندرج تحته عدة تساؤلات كالتالي:

-ما هي أنماط ودوافع استخدام الطلبة الجامعين للفيسبوك ؟

-ما هي الإشاعات المحققة من استخدام الطلبة للفيسبوك ؟

-ما هي القضايا الأكثر اهمية بالنسبة للمبحوثين في متابعة الفيسبوك؟

-هل تعتمد عينة الدراسة على الفيسبوك لتشكيل ارئها نحو الحراك الشعبي ؟

كما حددت اهداف الدراسة كالتالي :

معرفة انماط ودوافع الاستخدام الطلبة الجامعين للفيسبوك والاشباعات المحققة من ذلك

معرفة سبب نجاح فيسبوك في استقطاب واستمالة عدد كبير جدا من المستخدمين خاصة الطلبة الجامعين .

الكشف عن اكثر القضايا اهمية بالنسبة للمبختوين في متابعة الفيسبوك .

كما لخصت نتائج الدراسة: ومن اهم النتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة هو افتقار صحيفة الخبر اليومي في تغطيتها لمشكلة النفايات الطبية استراتيجية واضحة ومتامسكة تعالج من خلالها مشكل لنفايات الطبية معالجة منهجية تصل فيها الى تصدي المشكلة .

حيث استفدت من هذه الدراسة في كيفية صياغة النتائج الدراسة .

الجانِب

النظري

## المبحث الاول : وسائل الإعلام الجماهيرية

### المطلب الاول : الاتصال الجماهيري

#### 1- مفهوم الاتصال : communication

في اللغة : الاتصال في اللغة العربية كلمة مشتقة من الفعل اتصل و يعني " وصل الشيء وصلا وصلة , و الوصل ضد الهجران وخلاف الفصل , و اتصل به أي لم ينقطع . ووصل إليه وصولا وتوصل إليه اي انتهى إليه وبلغه ابن منظور : المحيط لسان العرب : المجلد السادس ( بيروت , دار لسان العرب , دار الجبل , ط 1 , 1988 ص ص 936-937) إذن فالالاتصال يعني " وصل الشيء بالشيء و إلى الشيء وصولا لامة وجمعه , فيقال وصلني الخبر حيث يتم الاتصال , و الاتصال في اللغة ضد الانفصال ويطلق على أمرين أحدهما اتحاد النهايات و ثانيهما كون الشيء يتحرك بحركة شيء اخر " ( نسيم الخوري : الاعلام العربي ز انهيار السلطات اللغوية , (بيروت , مركز الدراسات الوحدة العربية , ط , 2005 ص 59)

أما حضوره في اللغة الأجنبية فهو كلمة مشتقة من الأصل اللاتيني communis و التي تعني في اللغة الانجليزية comman أي مشترك (منال طلعت محمود :مدخل إلى الإعلام و الاتصال الاسكندرية , المكتب الجامعي الحديث , 2005 ص20) شائعا و مألوفاً , و يتضمن كلمة الاتصال مدلولات متعددة , فهي بمعناها المفرد communication تعني نقل الأفكار و المعلومات و الاتجاهات بين الأفراد ا الجماعات , و في صيغة الجمع تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال (حسن عماد مكاوي , ليلي حسن السيد : الاصل و نظرياته المعاصرة. القاهرة , الدار المصرية اللبنانية , ط3 , 2002 ص 25) . هذا بالنسبة للتعريف اللغوية لكلمة اتصال و الذي لا يختلف في الباحثين كما هو الاختلاف الحاصل في التعريف الاصطلاحي للكلمة و الذي يعود سببه إلى اختلاف تخصصات و ميادين أبحاث الدارسين و المهتمين بهذا المفهوم , و الذي يعتبر أهم متغير في معادلة العلاقات الاجتماعية و الانسانية .

فمثلا يعرفه تشارلز كولي عالم الاجتماع الشهير : الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة

وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان (خيرى خليل الجميل: الاتصال وسائله في المجتمع الحديث)

و لدى ميلر G.Miller: "الاتصال يحدث عندما توجد معلومات في مكان ما أو لدى شخص . ما، و نريد إيصالها إلى مكان آخر أو شخص آخر (ناصر دادي عدون، الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، ص13)

ويعرف شيري C.Cherry: "الاتصال بأنه استعمال الكلمات أو الرسائل، أو أي وسيلة مشاة . للمشاركة في المعلومات حول موضوع أو حد (المرجع نفسه، 13)

تعريف محمد عودة : أن مفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلامات المتضمنة فيه ، بمعنى إن هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل ". (حسن عماد مكاوي , ليلي حسن السيد : مرجع سبق ذكره ص ص 24- 25)

و في موقع اخر ترى الباحثة **جيهان أحمد** رشتي بأن : الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة -كائنات حية او بشر او الات – في مضامين اجتماعية معينة وفيها يتم نقل افكار ومعلومات بين الافراد عن قضية او معنى او واقع معين فالالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء (المرجع نفسه)

إن المتمعن في التعريفات سابقة الذكر , يجد أنها لا تخلو من متغيرات محورية حتى و إن لم تذكر جميعها , هذه المتغيرات تمثل ما نسميه بأطراف العملية الاتصالية و التي لخصها الباحث هارولد Lasswell في خمسة أسئلة : من يقول ؟ (who) : المرسل أو الطرف الذي يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو عدة أشخاص .

ماذا يقول ؟ (says what) : الرسالة و التي تعني هذه المعلومات أو الآراء او المشاعر أو الاتجاهات التي يرغب المتصل نقلها .

بأية وسيلة in which channel الرسالة يتم نقلها عن طريق وسيلة ما, وفي حالة الاتصال الشخص يتم نقلها عن الطريق الشفهي, وفي حالة الاتصال الجماهيري قد يتم نقلها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية.

لمن؟ to whom المتلقي و الذي نعني به من تلقى الرسالة سواء فرد او جماعة او جماهير بأي تأثير ؟ (with what effect) الصدى الذي تحدثه (منال طلعت محمود, مرجع سابق, ص23)الرسالة لدى المتلقي والذي يعتبر مقياس فعالية الرسالة.

### المطلب الثاني : مفهوم الإعلام : Information :

أ. في اللغة : هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، يقول الله تعالى : (ولقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون) سورة القصص , الآية 51 والبلاغ ما بلغك أي وصلتك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.( فلاح كاظم المحنة : علم الاتصال الجماهير , مرجع سبق ذكره ص 23)

تعريف ابراهيم إمام : و تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم

أو هو عملية تلقي المعلومات و كل ما يتصل بالفكر الانساني في تفاعله مع المجتمع و هضمها و إعادة ارسالها وفق متطلبات المجتمع القطر و القومي و العالمي بوسائل الاعلام القروءة و السمعية البصرية كالتلفزيون في حركة أفقية و رأسية في آن واحد و معنى هذا أن الإعلام هو ظاهرة تكنولوجية كما قال عزي عبد الرحمن (المرجع نفسه ص 23)

و من المنظور الغربي فنجد العالم الألماني أوتجرت يعرف الإعلام بأنه : التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و لميولاتها و اتجاهاتها في نفس الوقت

(محمد منير حجاب : الموسوعة الاعلامية, المجلد الاول, دار الفجر للنشر والتوزيع , ط1, 2003 ص 310).

إذن الاعلام بكافة وسائله هو أفضل وسائل الاتصال بالناس فهو علم يخاطب عقولهم , و حقائق تحرك فيهم أسمى معاني الانسانية و لذلك فإن تأثيره يكون أقوى و أعمق إذا عرفنا كيف نستخدم أسلوبه بطريقة فعالة و يتم ذلك بواسطة أجهزة الاعلام المختلفة من صحافة , إذاعة , تلفزيون .... و معروف أن هذه الأجهزة تمارس دورا خطيرا في حياة المجتمعات البشرية و يزداد دورها و أهمية و خطورة مع تطور العلم و التكنولوجيا , حيث تتصدى لمعالجة العديد من القضايا الإعلامية و مشكلات التطور الحضاري ومعالجة القضايا الفكرية و العقائدية و الاقتصادية و الاجتماعية إلى أن أصبحت هي السجل التاريخي لكل صغيرة و كبيرة في حياة البشرية و سيطر بذلك الاتصال الجماهيري في الحياة الاجتماعية حتى أصبح يقاس تطور المجتمعات بمدى امتلاكها لوسائل الاتصال الجماهيرية , و مدى استهلاكها لمضامين هذا الاتصال و كذا ارتباطها به .

### المطلب الثالث. مفهوم الاتصال الجماهيري :

الاتصال الجماهيري كنشاط و كنوع بارز من انواع الاتصال هو بث رسائل إعلامية و درامية موحدة إلى اعداد كبيرة من الناس يختلفون اقتصاديا و اجتماعيا و ثقافيا و سياسيا و ينتشرون في مناطق مختلفة , و المقصود بالرسائل الاعلامية نشرات الأخبار و التعليقات و التحقيقات و غيرها من المعلومات المباشرة التي تنشرها و تبثها وسائل الاعلام اما الرسائل الدرامية فتشمل التمثيليات و الروايات و القصص المختلفة و غيرها من المواقف الدرامية المبنية على الواقع او الخيال و هكذا نجد ان الجماهير المختلفة باختلاف السن و المكانة الاقتصادية أو المكانة الاجتماعية أو الثقافية تتعرض جميعا لنفس التأثير الاعلامي و الدرامي مهما تباعدت مناطق سكنهم.( محمد منير حجاب , مرجع سابق, ص 60)

وهنا نجد إبراهيم إمام يربط بين ما يحمله الاتصال الجماهيري ونوعية الجمهور الذي يستهدفه ، في إشارة منه إلى أن جمهور الوسائل الإعلامية لا يعرف بعضه البعض وغير متجانس، ولا محدد الهوية من طرف المرسل ، الشيء الذي يطرح مخاطر التأثيرات الممارسة على المجتمعات ، خاصة تلك التي تفتقد آليات اتصال جماهيرية خاصة بها تدرأ عنها المضامين التي تستهدف تمييط مجتمعات المعمورة .

ويعرف الاتصال الجماهيري أيضا على أنه : " عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية المتميزة في قدرتها على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال ، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة مدهشة ، مع مقدرة على خلق رأي عام ، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلا ، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه " . (2)

من هذا التعريف يمكن استخلاص أهم ميزات الاتصال الجماهير والمتمثلة في :

6 . يؤجل رجع الصدى لتتوصل عليه مؤسسات الاتصال الجماهيري من خلال الدراسات والبحوث البعدية ، لأنه لا يمكنها أن تتوصل عليه بشكل فوري من عدد كبير من المتلقين .

**المطلب الثاني : وظائف وسائل الإعلام الجماهيرية :**

**أ. وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:**

يضطلع الاتصال الجماهيري باعتباره فرع من العملية الاجتماعية المحورية بعدة وظائف ، يؤديها إلى النسق الاجتماعي وإلى الأفراد كبنيات من هذا النسق . يعد عالم السياسة الشهير هارولد لازويل " Harold Laswell " أول من لفت الانتباه إلى الوظائف التي يؤديها الاتصال للمجتمع ، والتي حددها في ثلاث وظائف يرى ضرورة وجودها في أي مجتمع .

**1 - مراقبة البيئة : Surveillance :**

1 . الاعتماد على التكنولوجيا أو وسائل النقل ( استعمال وسائل الإعلام الجماهيرية ، الصحف ، المجالات ، تلفزيون ..... )

2 . تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض .

3 . عمومية الرسالة حتى تكون مفهومة لدى عامة الجمهور .

4 . رجع الصدى يكون متأخرا ، اعتبار أن الوسيلة تفرض اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي .

إضافة إلى الخصائص التي احتوتها التعاريف ، هناك خصائص أخرى تتمثل في أنه يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية ، على عكس ما هو قائم في الاتصال المواجهي ، حيث يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة .

5 . يفسر أعضاء جمهور المتلقين الرسائل التي اختاروها من خلال دلالات المعاني التي

تهم المجتمع حسن عماد مكاوي, ليلي حسن السيد , الاتصال ونظرياته المعاصرة ,

مرجع سابق, ص (71)

### 3 - نقل الميراث الاجتماعي :

" إن نقل الميراث الاجتماعي من جيل إلى آخر مهمة تولها المدرسون والآباء والأمهات ، إلا أن وسائل الإعلام في هذا العصر تؤدي الكثير من هذه المهمة ، فالصحافة والراديو والتلفزيون والسينما وسائر أشكال الاتصال الجماهيري توفر الأطر المرجعية ، العامة اللازمة لأي مجتمع "1 وتعمل على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية .

ويرى لازويل أيضا ، أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام "2 باعتبارها تعيش في نطاق العائلات والقرى المنعزلة ، حيث يتولى الاتصال الشخصي تفعيل الوجود الاجتماعي في هذا النوع من البيئات ، لكن الظروف التي خلقت صفة الانعزالية والتناثر للوجود الاجتماعي هو الذي حمل وسائل الإعلام عدة مسؤوليات ، ربما أولها خلافة أو تقاسم الخلافة مع الأسرة والمدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي . غير أن هذه الوسائل . وسائل الإعلام . قد تكون في لحظة ما أو لظرف ما غير وظيفية وهذا عندما تستخدم لتضليل الناس . بتأديتها لوظيفة الدعاية . مما يصعب من مهمة خلق حكومة ديمقراطية ، لعدم تنوير الرأي العام أو التلاعب بالمعلومات التي تبث إليه ، هذا بالإضافة إلى التتميط الذي تمارسه وسائل الإعلام الجماهيرية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، بقصد أو بدونه على تجسيده داخل الأنساق الاجتماعية، مما يعطل مهمة الحراك الاجتماعي الذي يعتبر أهم متغير لديناميكية الجماعة تصنيف لازارسفيلد ( LAZARSFEILD ) وميرتون (MERTON) لوظائف وسائل الإعلام:

حدد الباحثان ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع :

1. تبادل الآراء: إن ظهور وسائل الإعلام خلق إطار جديد و فضاء واسع للتشاور بين شرائح اجتماعية واسعة وهذا ما كانت تقوم به النوادي قبل ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية.

02. تدعيم المعايير : أصبحت وسائل الإعلام حامي للمعايير في المجتمع المعاصر حيث تمارس الرقابة على المؤسسات و الشخصيات العمومية و بذلك تجعل النشاط شفاف أمام الرأي العام , و أي خروج عن المعايير الاجتماعية التي يتم تداولها .( فاطمة الزهراء , تنيو , دور وسائل الاعلام في المجتمع و الاستفادة من النفس الجديد للوظيفة , )

- تكوين الاتجاهات لدى الجمهور إذا اعتمد على معلومات وسائل الإعلام .
- ترتيب الأولويات لدى الجمهور " وظيفة وضع الأجندة " .
- توسيع نسق المعتقدات لدى الناس <sup>1</sup>

والملاحظ عن الوظائف التي قدمها الباحثون للاتصال الجماهيري تشترك في عدة نقاط مع وجود اختلافات فرضتها الزاوية أو التخصص الذي يتبناه كل باحث ، والذي يرتبط بأنسجة المجتمع المختلفة والتميزة .

كانت هذه وظائف وسائل الإعلام الجماهيرية في المجتمع بنظرة ماكروسوسيولوجية أي باعتبار وسائل الإعلام تتخلل البيئة الاجتماعية وتعكس في الوقت ذاته محددات البناء الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي الذي يجري في سياقه ، وتتوجه أيضا هذه الوسائل بوظائف على مستوى الأفراد ، كبنيات مكونة للبناء الاجتماعي الكبير ، يمكن إيجازها فيما يلي :

#### ب - وظائف وسائل الإعلام للأفراد :

يلجأ الأفراد إلى استخدام وسائل الإعلام بدوافع متعددة ومتباينة ، اعتبارا للوضعية الاجتماعية التي يشغلها كل فرد داخل المجتمع ، الحالة النفسية التي يعيشها الأفراد وانتماءات كل فرد ومتكسباته لذلك .

- 1 . فوسائل الإعلام تقدم للفرد إعلاما حول ما يدور في بيئته الداخلية والخارجية ليحقق بذلك الأمن من خلال حصوله على قدر من المعرفة والمعلومات .
- 2 - مساعدة الفرد على دعم الهوية الشخصية :

وذلك من خلال دعم أنماط السلوك المقبولة ، والتوحد مع قيم الجماعة والمجتمع ثم اكتساب رؤية الفرد لذاته من خلال المقارنة والمطابقة مع الصور الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام <sup>2</sup> وهذا ما يساعده الفرد على معرفة دوره الاجتماعي فيعي ما يجب أن يقوم به وما يجب أن ينجزه ، هذا دائما إما بتقمص دور الشخصيات التي تعرضها الرسائل الإعلامية ، أو الابتعاد عن بعض التصرفات التي شاهد نهايتها من خلال ما تعرض له .

محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، (القاهرة ، عالم الكتب د.ط  
1997 ) ص 53

## \*المبحث الثاني : الصحافة المكتوبة

### المطلب الأول : مفهوم الصحافة المكتوبة

ان محاولة ايجاد تعريف شامل للصحافة كان و ما يزال املا يراود العديد من العاملين في الدراسات الصحفية ، و لكن التجربة التاريخية بالإضافة حرث في البحر او نقش على الماء لا يترك اثرا ...

ذلك ان مفهوم الصحافة قد اتخذ بعادا جديدة مع تطور الممارسة الصحفية و نمو الدراسات الصحفية ، بحيث لم يعد هناك اليوم مفهوم واحد للصحافة يمكن ان يتفق عليه الجميع . ( بيير البيير ، الصحافة ، تر: خير الدين عبد الصمد منشورات وزارة الثقافة و الارشاد ، سوريا ، 1976 ص 09 )  
أ/ الصحافة لغة :

لقد ورد لفظ الصحف في كتاب الله عز وجل على النحو التالي :

- ( فِي صُحُفٍ مُّكْرَمَةٍ ) سورة الأعلى، الآية 13
- ( وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ ) سورة التكوير، الآية 10
- ( إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى ) سورة الأعلى، الآية 19
- ( صُحُفٍ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى ) سورة الاعلى ، الآية 19
- ( رَسُولٌ مِّنَ اللَّهِ يَتْلُو صُحُفًا مُّطَهَّرَةً ) سورة البينة ، الآية 02

وقد ورد لفظ الصحف في الايات السابقة دالا على معان كثيرة ، و كما ذكر عدد من المفسرين ومنهم القرطبي ومحمد فريد وجدي و غيرهم ، أن كلمة الصحافة تعني الكتب ، و الصحف كانت معروفة عند العرب ويطلقونها على الاوراق المصنوعة من العسيب أو الحجر أو الأديم أو الورق او غيرها ، التي تحمل المواثيق أو نصوص الاحلاف المهمة المعقودة بين القبائل و العشائر

يقول صاحب "المصباح المنير" العلامة "احمد بن محمد بن علي المقرمي الفيوني": "الصحيفة قطعة من جلد او قرطاس كتب فيه ، و اذا نسب اليها قيل رجل صحفي (بفتحيتين)، ومعناه من ياخذ العلم من دون (ليندة لبيض ، اسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري ، فسنطينة ، 2002 ، 66-67.ص) المشايخ ، و الجمع "صحف" (بضميتين)، وصحائف مثل كريم و كرائم .

وجاء في "لسان العرب " : "صحف او صحيفة هي التي يكتب فيها ، و التي تحمل الاخبار و الانباء"، وقال الازهري "الصحف جمع صحيفة من النوادر ، و الصحيفة هي الكتاب و المصحف، و(بن منظور ، مرجع سابق، ص 186-187) الصحفي هو الذي يروي الخطأ في قراءة الصحف باشباه الحروف. "

ويعرف " فليب دي الطر مكتوب ، و الصحفيون القوم ينتسبون اليها و يشتغلون فيها ، و المراد الان بالصحف اوراق مطبوعة تنشر الانباء و العلوم على اختلاف مواضعها بين الناس في اوقات"

وجاء في " المعجم الوسيط " الذي يصدره مجمع اللغة العربية ان كلمة "الصحافة" تستخد للدلالة على معنيين ،معنى مقابل لكلمة (journalisme)المهنة الصحفية ،ومعنى مقابل لكلمة ( presse ) اي مجموع ما ينشر في الصحف ،وقد فرق المعجم بين هذين المعنيين ،فدل على الاول بلفظ الصحافة بكسر الصاد (خليل صابات ، الصحافة ، رسالة،استعداد، فن وعلم، ط1، دار المعارف، مصر، 1959 ص14).كالصناعة ،وعلى الثاني بلفظ الصحافة بفتح الصاد .

وفي قاموس "اوكسفورد oxford ستخدم كلمة صحافة بمعنى press " وهي شئى مرتبط بالطبع و الطباعة ونشر الاخبار و المعلومات ،وهي تعني ايضا journal " الصحيفة" journalizme " بمعنى الصحافة ، فكلمة "الصحافة " تشمل اذن الصحيفة و الصحفي في الوقت نفسه (فاروق ابو زيد ،مدخل الى علم الصحافة ،ط1 ، علم الكتاب ، القاهرة ، 1998 ،ص37) وقد اطلق على الصحافة ايضا "الورقة الخبرية " و "الرسالة الخبرية " ،وقد استعملتها جريدة "المبشر،واكثر الصحف العربية في الجزائر ،ومنها كذلك "اوراق الحوادث " ،وهو الاسم الذي اطلقه للدلالة على صحف (فضيل ديليو ، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته، وسائله، ط 1 ،دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003 ،ص82).الاخبار "نجيب نادر صويا "منشئ مجلة "كوكب العلم " في القسطنطينية .

#### ب/ تعريف الصحافة اصطلاحا :

يتخذ مصطلح الصحافة تعريفات مختلفة منها

- إن الصحافة هي الكلمة المكتوبة هي الفكر و الراي والخبر محتفظ بها ضمن رموز ثابتة يمكن استرجاعها ومراقبتها و تحليلها
- تأكيد لحرية القارئ و المحور الذي يمكن بحريته – تحديد العلاقة مع الصحيفة"
- "ان الصحافة هي منير للحوار ،و الحوار ثقافة ،وهي وسيلة اعلام ،و الاعلام الحر ثقافة وتنمية(هاني رضا ،رامزعمار ، الراي العام الدعاية و الاعلام ، ط1 ،المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ،لبنان ، 1998 ،ص114). و طريق ارتقاء ،خاصة اذا كان طريقا نحو الحقيقة" . " الصحافة

هي وسيلة اعلامية سائدة و مسيطرة حاليا ،هدفه نقل الخبر و الراي ،و التحليل الى القارئ"

ويرى "فاروق ابو زيد " ان الصحافة كلمة تستخدم على اربعة معان:

**المعنى الاول :** الصحافة بمعنى الحرفة او المهنة ،ولها جانبان :

جانب يتصل بالصناعة و التجارة من خلال عمليات الطباعة ،و التطوير ،و التوزيع و التسويق و الادارة و الاعلان ،وجانب يتصل بالشخص الذي اختار الصحافة ، فمنها اشتقت كلمة " الصحفي " ،اي الشخص الذي يحصل على الاخبار و يجري الاحداث و التحقيقات الصحفية و كتابة المقال و التعليق ،و كافة الفنون الصحفية الاخرى

**المعنى الثاني :** الصحافة بمعنى المادة التي تنشرها الصحيفة ،كالأخبار و الاحاديث و التحقيقات الصحفية و المقالات و غيرها من المواد الصحفية و هي بهذا المعنى تتصل بالفن و العلم , فهناك فنون التحرير الصحفي ،على اختلاف انواعها ، من فن الخبر الى فن الحديث ،الى فن التحقيق ، الفن المقال الى فن العمود ،و هناك كذلك فنون الاخراج الصحفي و هي كذلك متنوعة

**المعنى الثالث :** الصحافة بمعنى الشكل الذي تصدر فيه ،فالصحف دوريات مطبوعة تصدر من عدة نسخ و تظهر بشكل منتظم ،وفي مواعيد ثابتة متقاربة او متباعدة.

**المعنى الرابع:** الصحافة بمعنى الوظيفة التي تؤديها في المجتمع الحديث أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع و الانسان الذي يعيش فيه , و هي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي و الاقتصادي في المجتمع التي تصدر فيه الصحيفة ،و نوعية النظام السياسي و الاجتماعي القائم ،ثم بالأيدولوجية التي

يؤمن بها هذا المجتمع وهو الامر الذي انتج المدارس الصحفية المتباينة(فاروق ابو زيد، مرجع سابق ، ص 46-48)

### المطلب الثاني : مراحل تطور الصحافة في الجزائر

يمكننا تقسيم تطور الصحافة في الجزائر الى قسمين قسم يتحدث عن الصحافة اثناء الاستعمار و قسم يتحدث عن الصحافة بعد الاستقلال.

#### الصحافة الجزائرية ابان الاستعمار :

عرفت الصحافة الجزائرية في عهد الاستعمار ازدهارا نسبيا إذا أخذنا في الاعتبار عدد الصحف التي ظهرت في هذه الفترة إذ بلغت أكثر من 150 صحيفة وكذلك إذا أخذنا في الاعتبار نوعية مضمون هذه الصحافة ومن هذه الناحية يمكننا أن نصنف هذه الصحف إلى عدة أصناف انطلاقا من الأهداف السياسية التي ترمي إليها كل صحيفة، ويبدو أنه يمكن استخراج ثلاثة أصناف رئيسية هي: الصحافة الحكومية، صحافة أحباب الأهالي، والصحافة الوطنية الاستقلالية. وهذه الأصناف لم تظهر في وقت واحد، بل جاء ظهورها في أزمنة متتالية مما جعلها تتعايش أحيانا، وحتى يبقى التدرج التاريخي واضحا نريد أن نثبت في البداية تاريخ ظهور كل صنف منها. فالصحافة الحكومية بدأت تصدر سنة 1847، أما صحافة أحباب الأهالي فكانت بدايتها سنة 1882 وكانت بداية الصحافة الأهلية سنة 1893. (عزي عبد الرحمان و اخرون ، عالم الاتصال ، ط 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر، د.س، ص ص 98-99)

#### 1-الصحافة الحكومية:

هي صحافة كانت تشرف عليها حكومة الاحتلال الفرنسي بشكل مباشر

### المطلب الثالث: وظائف وخصائص الصحافة المكتوبة

تتعدد وظائف الصحافة المكتوبة ،حيث صارت تقدم وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية ،مما يجعلها تتميز بخصائص هامة يجعلها تتفوق في بعض المجالات على غيرها

#### وظائف الصحافة المكتوبة :

تلعب الصحافة المكتوبة دورا فعالا في التعامل مع الأحداث و التغيرات الحاصلة في الحياة اليومية للأفراد التي فرضتها التطورات السريعة على مختلف الأصعدة، فإن قراءة الصحف التي تطلعنا على أخبار الحياة الاجتماعية و السياسية تعتبر شرطا للمشاركة، حيث تساهم في معرفة القارئ للمحيط الذي ينتمي إليه، فهي تحثه بذلك على مشاركته في نشاطات هذا الأخير، وقد تنفرد الصحافة المكتوبة الخاصة و هذا ما دفع بإحدى المهتمات ذا الموضوع جاكين بوليتي التأكيد على أنه لا توجد بإحدى المهتمات ذا الموضوع صحافة إلا مكتوبة ، وقد تشترك وسائل الإعلام في عدة خصائص ووظائف، وتتميز كل واحدة عن الأخرى ببعض الوظائف، حيث أن طبيعة الوسيلة الإعلامية تؤثر في وظيفتها وفقا لطبيعة المواضيع و الأفكار.

وتؤدي الصحافة المكتوبة (رولان كايرول،**الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية** تر.مورشلي احمد ، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1984 ،ص 335)بدورها وظائف متعددة تميزت فيها عن الوسائل الأخرى و يمكن حصرها في النقاط الآتية:

#### 1-الوظيفة الإخبارية:

وهي الوظيفة التي تؤديها الوسائل الإعلامية على اختلاف أنواعها، إلا أن الصحافة المكتوبة تتفنن في طريقة عرض الأخبار وفي تنوعها، ويمكن للقارئ

الرجوع إليها عند الضرورة، كما أنها تتيح لهم فرص التعبير عن الرأي و حق الرد على غرار الوسائل الأخرى و ترتبط هذه الخاصية بالمعطيات السياسية و حرية التعبير بصفة خاصة، حيث أن نشر الأخبار مجردا يكون في كثير من الأحيان بغير معنى، لكن في مضمون الصحافة المكتوبة يحمل الخبر شرحا وتحليلا يضيف إليه المعاني و المدلولات، فهذه الوظيفة هي التطور الطبيعي لوظيفة تغير أو شرح الخبر في وسائل الإعلام، إلا أن الصحافة المكتوبة تنفرد ولقد أصبح البحث عن الأخبار، والتقاطها والسبق إليها هذه الخصائص ونشرها، جوهر صناعة الإعلام المعاصر. (محمد سيد محمد، الإعلام و التنمية ، ط 1 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1988 ص 335)

### الوظيفة التثقيفية:

لقد بلغ من أهمية الدور الذي تلعبه الصحافة في توعية و تثقيف المواطنين ان قال "بيرسو "احد رواد الصحافة الفرنسية" : لا تحتاج الى برهان كبير على فائدة الصحيفة و ضرورتها في الاوضاع ، و علينا ايجاد سبيل لتثقيف جميع الفرنسيين بلا هوادة و بنفقة قليلة و بشكل لا يتعبهم ، هذا السبيل هو الصحف السياسية... و هذا سبيل التعليم الوحيد للامة الكبيرة التي لم تعد بعد القراءة و التي تحاول الخروج من الجهل و العبودية.

والتثقيف هو "زيادة المعرفة بغير الاسلوب الاكاديمي المتبع في المدارس ، خاصة ما يتصل بنواحي الحياة العامة ، و تساعد هذه الزيادة على اتساع افق الفرد و فهمه لمل يدور حوله من احداث" ، ولذلك فان يدخل في اطار هذه الوظيفة اكتساب الفرد المهارات الاجتماعية و تعريفه بالخصائص الثقافية للمجتمع و التأكيد عليها ، حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي ، فالاتصال يقوم بالتثقيف و تطبيع الناس على عادات الامة و تقاليد الحضارة و طقوسها و انماط سلوكها ، مما

يهيئ للفرد اساليب التعامل مع الناس و التكيف مع البيئة ،فقد ثبت الان بعد دراسات علم النفس و علم الانسان الأنثروبولوجيا و علم الاجتماع ان التنقيف له اثر كبير في تشكيل الاتجاهات النفسية و الراي العام (رولان كيرول، تر:محمد مرسلي، مرجع سابق، ص17 )

### **وظيفة الخدمات العامة:**

وفقا للمعطيات الجديدة التي إن الوظائف المعاصرة للإعلام يمكن النظر إليها تعتمد على التوسع الذي طرأ على وظائف وسائل الإعلام و على تطور الخدمة الإعلامية في اتمعات المعاصرة ، ومن حيث طبيعة الخدمات العامة التي تقدمها وسائل الإعلام تنصدر الصحافة المكتوبة صدارة هذه الوظيفة علما أنه توجد مئات الأشياء الصغيرة التي لا يمكن حصرها و تدخل في نطاق الخدمات التي تقدم للجمهور، والتي يتعذر عن الوسائل الإعلامية الأخرى تقديمها ما عدى الصحافة المكتوبة التي تعرضها في أغلب الأحيان بصفة منتظمة و هذا يمكننا من القول بأن الصحف في الوقت المعاصر صارت جهاز علاقات عامة لكل قارئ ، أكثر فاعلية و دقة و انتظام (رولان كايرول/ ت : محمد مورشلي ، مرجع سابق،ص18 )

### **3-وظيفة إيديولوجية:**

بالرجوع إلى تاريخ اتمعات و أنماط الحكم السائدة تدرج الصحافة المكتوبة ضمن الأدوات الفعالة للترابط الاجتماعي و الشرعية السياسية، فهي تلعب إذن في مصلحة الإيديولوجيا السائدة للمجتمع، و تلعب دور الوساطة بين الأنظمة و هي ميزة سائدة بصفة أكثر فعالية في دول العالم الثالث السياسية والقاعدة نظرا للنسب الضعيفة في ميدان التعليم فهذه الوظائف ترجع بصفة خاصة على الصحافة الناطقة ، و تؤدي وسائل الإعلام عامة و الصحافة المكتوبة خاصة عدة وظائف

أخرى مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمتطلبات الحياة اليومية للأفراد والجماعات، كوظيفة التنمية، التربوية، الترفيه، التعبير عن الآراء، التنظيم الاجتماعي، إلى غير ذلك من الوظائف الأخرى التي تفرضها ضروريات الحياة اليومية والمستجدات التي تفرزها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية و التكنولوجية، إلا أن مضمون المادة الصحفية وأسلوب تناول المواضيع الإعلامية يمثل التباين الأساسي بين وسائل إعلام عامة، و الصحافة المكتوبة خاصة، حيث أن المنتج الإعلامي في مضمون هذه الوسائل يتباين بتباين الخصائص الفكرية والانفعالات التي يتضمنها النص الصحفي والذي يمثل بنية ذهنية منطقية تتمثل في الأفكار و الحجج والبراهين و الأدلة، و يملك بنية نفسية عاطفية تتجسد في المناخ النفسي الاجتماعي، العاطفي الانفعالي الذي يسود النص.

و تبقى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام و الصحافة المكتوبة بصفة خاصة مرتبطة بعوامل محيطة بالفرد و تتأثر بدوافع و مؤثرات ذات علاقة بالقائم بعملية الإعلام، و من هنا تظهر مختلف العوامل التي تحدد وظائف وسائل الإعلام و تؤثر على المتفاعل مع هذه الوسائل.( رولان كايروول/ ت : محمد مورشلي ، مرجع سابق، ص20 )

### **خصائص الصحافة المكتوبة:**

الصحافة هي من ضمن الوسائل المطبوعة التي تعرف بأنها عبارة عن مساحات من الورق المطبوعة بطريقة آلية، لنقل الوسائل الاتصالية من القائم بالاتصال أو المرسل إلى أعداد كبيرة و منتشرة من الأفراد، كما تتميز الصحف تتوفر للفرد تكرر والانتقاء وإمكانية الرجوع إليها عند الضرورة.

ان تعدد الصحف عامة و المجالات بحاصة في النظم التعددية يوفر للفرد حرية الاختيار من و بجانب بينها ما يتفاهم حاجاته وإمكانياته ذلك توفر للقارئ الحرية

فباختيار الرسالة أو المحتوى الذي يتفق مع حاجاته و اهتماماته من بين عشرات الأنواع من المحتوى المنشور بالصحف.

ومن هنا نلاحظ أن حرية اختيار الوسيلة المطبوعة و اختيار الرسالة تتوفر أكثر في الوسائل المطبوعة عنها في الوسائل الأخرى التي عادة ما تكون محدودة العدد، فالصحف من جهة أخرى تعتبر وسيلة غير لا تتمثل فيها أي خاصية من خصائص الاتصال المواجه، لذلك في أغلب الأحيان يقوم القارئ بالدور الأكبر في استكمال مقومات الأشكال المختلفة للإدراك من خلال تنشيط خياله و صياغة تفسيراته حتى يتم وضع الرموز في دائرة المعاني و الدلالات الصحيحة.

وتبقى الصحف كباقي الوسائل المطبوعة تصلح بشكل عام لنشر المواد الطويلة والصعبة التي تحتاج تفرغا من القارئ لعملية القراءة و لذلك يراعى فيها بشكل خاص تيسير عملية القراءة، في التحرير و الإخراج، لتناسب كل المستويات التعليمية على الرغم من عمق تناول المحتوى مقارنة بالوسائل الأخرى، ومن جانب آخر فإن الصحف حسب تصنيف "مارشال ماكلوهان (مارشال ماكلوهان: كيف نفهم وسائل الاتصال،/ ترجمة خليل صابات، دار النهضة العربية. القاهرة 1975، ص45)"، تعتبر الوسائل التي تقدم كمية كبيرة من المعطيات و تتعامل مع حاسة واحدة شأن الراديو ولذلك لا تتطلب قدرا كبيرا من الجهد لكي تستكمل هذه المعطيات وبالتالي مشاركة أقل لرسم الصورة التي ترسمها الصحيفة للقارئ، وهذا معيار وضعه بأنها قادرة على إثارة القارئ بما تقدمه من "مارشال ماكلوهان "حيث و ص فها بأنها قادرة على إثارة القارئ بما تقدمه من إيضاح عالي نظرا لكثرة المثيرات التي تقدمها في تفاعلها مع حاسة واحدة .

إذا ما انتقلنا على مستوى المجتمع فإننا نجد الصحف قد تجاوزت هذه الخصائص إلى ما هو أكبر حيث ساعدت هذه الخصائص منذ البداية إلى التقريب بين الناس،

ويظهر ذلك من خلال الاتفاق على اللغة والمعاني التي اكتسبت رضا هؤلاء الناس وتوحدت حولها هذا من جهة، ومن زاوية أخرى فإنها توفر للقارئ السيطرة على ظروف القراءة وفقا لما يراه مناسباً لذلك فالفرد يقرأ الجريدة أو المجلة بصفة عامة في الوقت الذي يختار هو في المكان الذي يراه ، ويحدد بذاته من أين يبدأ و متى ينتهي. وكل هذه العوامل جعلت من الصحف وسيلة في متناول جميع الأفراد الذين يرون فيها مرونة في التعامل إضافة إلى طابعها الإخباري. وتعرف الصحافة صناعة الخبر بالكلمة و الصورة لغايات الإعلام والتعليم و الترفيه و الدعاية أغلب (ديليو فضيل ، مرجع سابق، ص220 ) مجالات الحياة اليومية للفرد مما يجعلها أكثر تأثيراً على سلوك الأفراد و تدخل ضمن إطار عملية التنشئة الاجتماعية لدا فهي ذات أهمية في غاياتها و اهدافها ومكانتها في المجتمع فقد وصفت انها لسلطة الرابعة بعد السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية ، فهي إن استغلت و وظفت عقليا صارت أداة وتحويل و إصلاح شأنه، ومن هنا فإن من المعلومات التي تزيد من ثقافتهم « الصحافة كوسيلة اتصال جماهيرية يجد فيها القراء كثيراً و ترشدهم إلى أفضل الطرق و الأساليب و .والترفيه (مرجع سبق ذكره، ص220-221)

وتتحقق أهمية الصحافة بمدى امتلاكها للخصائص الإعلامية التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى ، وعلى ضوء هذا التأويل يتضح على أن الإعلام الصحفي يؤثر تأثيراً بالغاً في سلوك الأفراد و من ثم يتوخى وينتظر من الصحافة، والصحفي خاصة، التحلي بالصدق و الأمانة و الصراحة الموضوعية محاولاً قدر المستطاع الابتعاد عن الذاتية فيتناول مختلف المواضيع و القضايا و في تقديمه للأخبار أو المعلومات القراء، وهذا يجعل الصحافة و الإعلام عامة يشق طريقه المزدوج بين المحافظة و التغيير، فالإعلام و وسائله وأجهزته تعمل

في إطار حساس على التراث مجتمع، وثانيا العمل على تطويره وتغيير بعض شوائبها بإدخال بعض التغييرات على النسق الثقافي، ويحدث هذا في الدول النامية التي عرفت فترة استعمارية قاسية تركزت فيها بعض البقايا الثقافية من جراء حملات التبشير وما شابه ذلك، واعتماد الأفراد على وسائل الإعلام عامة والصحافة خاصة اعتبارا منهم ع ترتيبهم الاجتماعي، ففي دول العالم الثالث، لاسيما الجزائر تعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام عامة و الصحافة خاصة هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك. (ابراهيم عبد المسلمي، **مدخل الى الصحافة**، ط 1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ص 17)

لهذا فإن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كلا لرسائل التي تبثها وتذيعها وسائل الإعلام ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون و يتصرفون بواسطتها.

إضافة إلى ذلك، يجب التأكد من منظور آخر على أن اختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فأنهم يختلفون في درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام وبالتالي يشكلون نظما خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجة على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف. و يترتب على اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف

نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشؤون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عند ما ترى أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف اليومية.

وتعتبر الصحافة و المطبوعة الاخرى المشابهة من اقدم وسائل الاتصال الجمعي كما انها في العصر الحديث تعد من أهم مآثر المطبعة ،لهذا ظهرت في أوروبا قبل غيرها، ويعد النصف الأول من القرن السادس العاشر بداية نشوء الصحافة الأوربية الحديثة التي استمرت في تطورها إلى أن بلغت مرحلة الازدهار في القرن الثامن عشر(محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ص85 )

والمنتبع لتطور الصحافة عبر العالم يلاحظ أن هذه الأخيرة مرتبطة و إلى درجة كبيرة بتطور المجتمعات و الأنظمة التي تسيرها، وتبقى الصحافة ذات أهمية اتصالية في التأثير على الجماهير، فالصحافة شأن غيرها من المطبوعات كالكتاب والمجلة تتميز بخصائص هامة تجعلها تتفوق في بعض المجالات على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى.

و من أهم الخصائص الإعلامية للصحافة المكتوبة ما يلي:

-تسمح بأن يتحكم القارئ في وقت قراءتها وفي فرص هذه القراءة كما تمكنه من إعادة الاطلاع على مضامينها أو نصوصها ،وتسمح بالتأني إلى حد بعيد في هذا الاطلاع.

-تتميز أخبارها الصحفية بالتطويل والتحليل بعكس الأخبار الإذاعية.

-تعرض بطبيعتها التفاصيل الدقيقة التي تتفق مع الدراسات المسهبة.

-تنطوي على موضوعات متشابهة تحتاج الى تحليل علمي

- تعد مصدر للأمان في عالم مزعج ،فتلجأ إليها المنظمات المحصورة لنشر مبادئها وإطلاع أعضائها على كل جديد، في حين أن استخدام الراديو والتلفزيون قد يعرض أعضاء هذه المنظمات أو الجماعات إلى المساءلة.

-تعد مصدرا حيا يمكن الرجوع إليه كوثيقة تاريخية للوقائع والأحداث.

- تخدم بتنوع فنونها مختلف الأنواق و الاتجاهات و الاعمار و الحاجات الفردية

والجماعية نظرا لاتساع مساحة عرضه او شيوعها.

-تتيح للقارئ الحرية الكاملة في التخيل المرتبط بالموضوعات المقروءة، وتصور المعاني، وفهما لتلميحات اللبقة، الخفية والتفسيرات المتعددة، بعكس الحال عندما يواجه المشاهد أو المستمع متحدثا أو ممثلا في الإذاعة والتلفزيون والسينما. ومن خلال هذه الخصائص الاعلامية للصحافة المكتوبة نلاحظ عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى التي توصل للمستمع أو المشاهد المادة الاتصالية دون أن يقوم هذا الأخير بأي جهد إيجابي لإكمال عناصر الإعلام الطباعي غير الشخصي اذ لا يشعر القارئ بمشاركة الفكرية التي يشعر بها مشاهد الفيلم التلفزيوني أو السينمائي.(فاروق ابو زيد ، مرجع سبق ذكره، ص340 )

#### المطلب الرابع : أهمية الصحافة المكتوبة :

إن الصحيفة تعتبر وسيلة إعلام من السهل الحصول عليها، كما أنها تعتبر وسيلة إعلامية مريحة في ذات الوقت، وذلك لأنها تتيح للقارئ الاطلاع على محتوياتها في أي وقت يشاء، وكذلك فإن المواضيع المطروحة بها تلبي حاجات مختلف المستويات الثقافية للقراء، كون الجريدة تحتوي على أكثر من قالب صحفي واحد، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحويه من أخبار وتعليقات ومقالات وآراء للمتخصصين وللعمامة وشكاوي واقتراحات ورسوم كاريكاتورية وصور، وكل ذلك ) يؤدي إلى أهمية الصحافة -بين وسائل الإعلام -بالنسبة للرأي العام (علي البار :الإعلام والإعلام الأمني، ط1 ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ،الإسكندرية، 2001، ص61 )

وتقوم الصحف بالتأثير على الرأي العام من خلال ما تنشره الجريدة من أخبار وآراء وأفكار وتعليقات، وإعطاء التحليلات والتفسيرات المناسبة لكل موضوع تنشره، وكذلك من خلال تكرار النشر في أوقات مختلفة ومتعددة وفي أماكن مختلفة.

وتتلخص الطريقة التي تؤثر بها وسائل الإعلام على الرأي العام في نشر الأخبار وكتابة (التعليقات والأعمدة والأحاديث والتحقيقات، ونشر الصور والرسوم الكاريكاتورية ونحو ذلك (عبد اللطيف حمزة : الصحافة والمجتمع، مرجع سابق، ص17 )

-فأما من حيث الأخبار : فإن على الصحيفة التي تحرص على التأثير في الرأي العام أن تجري سياستها في نشر هذه الأخبار على النحو التالي:  
"أولا : يجب أن تقوم بنشر هذه الأخبار صحيحة وافية كاملة قدر المستطاع، وذلك أن الأنباء (هي الغذاء الرئيسي للرأي العام وبدونها لا يكون هناك وجود لهذا الرأي". (نفس المرجع، ص17 )

"وإلى جانب الأخبار تقدم الصحف المعلومات والآراء والأفكار التي تساعد أفراد المجتمع على تكوين رأي صحيح في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية وبذلك تساعد الصحف في إرشاد الناس وتثقيفهم وتكوين الرأي العام لديهم. ( محمد نصر مهنا :مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال" في عالم متغير"، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005، ص ( 136 )

"ثانيا : أن تقوم بتفسير هذه الأنباء بما يتفق وسياستها، وبما يساعد القارئ في الوقت نفسه على تأليف هذا الرأي وذلك" عن طريق شرح هذه المعلومات والآراء وتحليلها وتفسيرها.

والتعليق عليها وتختلف كل صحيفة عن الأخرى في طريقة تقديم التعليق والشرح والتفسير حسب ( السياسة العامة والشخصية الخاصة بكل صحيفة". ( عبد اللطيف حمزة لصحافة والمجتمع، مرجع سابق، ص ( 18 )

"ثالثا: أن تقوم بتتبع هذه الأخبار بعد نشرها و تفسيرها حتى تصبح كاملة في نظر القارئ.

و أما من حيث الأعمدة و الأحاديث و التحقيقات :فإن الصحيفة تنظر إلى الأعمدة الافتتاحية بنوع خاص على أنها المنبر الذي تخاطب الجمهور من أعلاه، و تؤثر في نفوسهم و عقولهم عن طريقه .و هذا ميدان تتنافس فيه الصحف و تتبارى فيه الأقلام، و في وسع الصحيفة أن تصل به إلى نفوذ تام و سيطرة مطلقة على جمهور القراء.

و أما من حيث الصور و الرسوم :فإننا نرى الصحافة الحديثة تعتمد اعتمادا تاما على هذا العنصر الأخير للتأثير الكامل في نفوس الجماهير .ذلك أن الصورة -كما يقول العارفون - تغني عن عشرة آلاف كلمة، وأما الرسوم الكاريكاتورية (فهي سلاح خطير في أيدي الصحفيين يجب أن يحسنوا استخدامها . فإن رسما واحدا من هذا النوع يشيع السخط على شيء أو السخرية منه أو الرضا و الانحياز إليه كما لا تستطيع الفنون الصحفية الأخرى أن تصل إليه و تقوم به.

و الفرق بين الصورة الفوتوغرافية و الكاريكاتور أن الأولى تنقل الخبر أو الحدث وتلتقط لحظة من لحظاته و تعبر عنه بهذه الطريقة أحسن تعبير .أما الكاريكاتور فإنها لا ينقل شيئا من الخبر أو الحدث، ولا يراد به شيء من ذلك و إنما يراد به دائما نقد شخص من الأشخاص أو فكرة من الأفكار )أو رأي من الآراء أو سياسة معينة و نحو ذلك".(عبد اللطيف حمرة :الصحافة و المجتمع، مرجع سابق، ص( 18 )

"و عن طريق تكرار الصحيفة لفكرة معينة في أكثر من قالب أو أكثر من شكل من أشكال التحرير الصحفي فإن ذلك يؤدي إلى بث هذه الفكرة في عقول الأفراد و جعلهم يتحدثون عنها كأنها أفكارهم لأن الفرد يقرأ الفكرة في صورة خبر ثم في صورة مقال ثم في صورة تعليق ثم في صورة تحقيق صحفي ثم في حديث صحفي ثم يوما بعد يوم و هذا يؤدي إلى التأثير في أفكار و عقول الأفراد و بث فكر معين لديهم. ( محمد نصر مهنا :مدخل إلى الإعلام و تكنولوجيا الاتصال " في عالم متغير"، مرجع سابق، ص( 137 )

وتتميز الصحافة المكتوبة عن باقي وسائل الإعلام الأخرى في العديد من الخصائص نورد منها:

" 1- إن الكلمة المطبوعة لها قوة استمرارية أبعد من الكلمة المنطوقة أو الصورة المرئية، لأن القراء ستعطون العودة إليها مرة بعد أخرى (محمود منصور هيبية: قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص 256)

## " 2 المرونة.

3- تعتبر الجرائد من الوسائل السهلة و السريعة في نقل الرسائل الإعلامية إلى الجمهور.

4-المادة الإعلامية في الجريدة مكتوبة وملموسة للقارئ و لذلك تساعد في إثارة اهتمام القارئ بالمضمون.

5-الجرائد عادة يومية يمكن للقارئ في الاتصال الإعلامي من تكرار التعرض للمادة الإعلامية.

6-جميع قراء الجريدة يعرفون القراءة و الكتابة و هم من المثقفين الذين يسهل معهم الحجة و المنطق". ( محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مرجع سابق، ص)

## 2. أنواع الصحافة المكتوبة:

تنقسم الصحافة المكتوبة في عمومها إلى جرائد و مجلات، تشتركان في صفات معينة، و تختلفان في صفات أخرى، حيث أن كليهما مطبوعتان و دوريتان تتميزان بعنوان واحد ينتظم في جميع الأعداد، و بالرقم المسلسل الذي يتوالى في كل عدد، و انتظام موعد الصدور سواء كان يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو فصليا أو سنويا.

وتختلفان من حيث الحجم و نوعية الورق المستخدم، و كذلك في نوعية القراء لكل منهما. ( فاروق أبو زيد :مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 141 )

## 1.2. الجرائد .

"هي يوميات إخبارية تطبع عادة على ورق ذي نوعية رديئة، تصدر من خمس إلى سبع مرات في الأسبوع، و تغطي مساحات مختلفة حسب طبيعتها المحلية، الجهوية، الوطنية أو الدولية. ( فضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، مرجع سابق ، ص( 53 .)

### أنواع الجرائد . :

و تنقسم الجرائد إلى عدة أنواع حسب عدة معايير تصنيفيه، والتي من خلالها نجد أن هناك العديد من أنواع الجرائد والصحف، وفيما يلي سنتعرف على معظم هذه الأنواع من خلال عرض معظم المعايير التي تحدد لنا نوع الجريدة:

### أولا : معايير دورية الصحف

"و هذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور أي الوقت بين صدور كل عدد والعدد التالي له، وعلى هذا يمكن تقسيم الصحف إلى :الصحف اليومية، الصحف الأسبوعية، الصحف نصف الشهرية، الصحف ربع السنوية أو الفصلية . إضافة إلى الصحف النصف أسبوعية. ( محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مرجع سابق، ص( 121 )

**1-الصحف اليومية:**هي في الواقع بمثابة غذاء يومي للقارئ، وعمرها اليومي 24ساعة تستنفدها في التحرير و التصوير و الإخراج و الطبع ثم التوزيع، و الانتقال إلى القارئ في مكانه، ومن ثم فهي تعالج الموضوعات عاجلا سريعا، وتنقل الأحداث كما وقعت، إذ لا يكون لديها الوقت للتعلمق و البحث عن الأسباب و المسببات فعنصر السرعة أساس في حياتها حتى تستطيع أن تصل إلى القارئ في الصباح، و فيها آخر أنباء اليوم السابق من حياتها و حياة الناس. (إجلال خليفة :اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، ج 1 . ) ، ط 1 ، دار الهنا للطباعة مصر، 1976 ، ص( 17 )

**2-الصحيفة نصف الأسبوعية "**إن الوقت لديها أفسح و أوسع، و على هذا فإنها تستطيع أن تعكس أحداث نصف الأسبوع في شيء من التعلمق، و تستطيع إبداء الرأي و الكشف عن الأسباب و المسببات في أهم الأحداث التي وقعت خلال ثلاثة أيام قبل صدور الصحيفة". ( نفس المرجع، ص، 17-18)

**3-الصحيفة الأسبوعية "** فتكون لا شك أكثر اهتماما بالبحث فيما وراء الأخبار التي عرفها أو عرف الكثير منها عن طريق الصحيفة اليومية، فمهمة الصحيفة الأسبوعية في الحقيقة هي التعليل و التحليل و الكشف عما وراء الأخبار و الأحداث من علل و انطباعات اجتماعية، كما أنها تكون أكثر اهتماما بعنصر الصورة و بالتحقيقات الصحفية، والتحدث مع الأشخاص الذين لهم صفة مباشرة بأهم الأنباء و الأحداث، فضلا عن الاهتمام بالصفحات المتخصصة مثل صفحات الأدب و الفن و المرأة و ما إلى ذلك (( نفس المرجع، ص، 17-18))

**4-الصحف نصف الشهرية:** أي الصحف التي تصدر مرتين شهريا، وهي بصفة عامة " غير شائعة، و عادة ما تجمع بين الخبر والرأي بأبعاده المختلفة، و قد تعاني من ضعف توزيعها لقلة إقبال الجمهور عليها أو بسبب محدودية نطاقها بالأحرى، مثل بعض الصحف المحلية الإقليمية.

**5-الصحف الشهرية :** وهي التي تصدر كل شهر، حيث أنها غالبا ما توجه اهتمامها و جمهورها نحو بعض الموضوعات و المضامين الرئيسية، و يمثل مثل هذه النوعية من الصحف إلى التخصص و تغطية موضوعات نوعية، وهي إن كانت أقل في مادتها عادة ولكنها تكون بمزيد من العمق والإضافة، و مثالها صحيفة المنوفية التي تصدر عن محافظة المنوفية، و مجلة الشباب التي تصدر عن مؤسسة الأهرام، و مجلة الهلال التي تصدر عن دار الهلال.

**6-الصحف ربع السنوية أو الفصلية:** و تصدر على مدار كل ثلاثة شهور و نظرا لمرور هذه المدة بين صدور عددها و العدد التالي لها فإنها غالبا ما تصدر جهات أو مراكز عملية و أكاديمية، و معظمها مجلات تركز على البحوث و الدراسات، و من ثم فتوزيعها أقل، ولكن مستوى مادتها أرقى، إذ تخاطب نوعية من القراء المتخصصين عادة، و أكثر تعليما و ثقافة من قراء معظم نوعيات الصحف الأخرى(عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي، ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2005 ، ص)

**ثانيا :معيار التغطية الجغرافية:**

ويقصد بها مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على نطاق أوسع ليشمل عدة دول و على هذا تنقسم الصحف إلى الصحف المحلية، الصحف القومية، الصحف الدولية.

**1- الصحف المحلية:** الجريدة الإقليمية أو المحلية توجه أساسا إلى قراء إقليم محدد أو محافظة بعينها، لذلك فهي تميل إلى القضايا المحلية الخاصة بالإقليم أو المحافظة التي تصدر بها الجريدة.

**2- الصحف القومية:** هي تلك التي تريد الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر فيها، و هي تميل إلى القضايا القومية العامة، و يزيد اهتمامها بالأخبار العالمية و الدولة. ( نفس المرجع، ص ( 146 )

**3- الصحف الدولية:** " و هي صحف قومية تصدر طبقات خاصة لتوزع خارج الدولة ) نفسها. ( محمد منير حجاب : وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مرجع سابق ص 122 )

### ثالثا : معيار المضمون و طبيعة الجمهور

ويجمع هذا التقسيم بين طبيعة المضمون الذي تقدمه الجريدة، إذا كان متخصصا أو عاما (سياسي، اقتصادي، المرأة، الطفل، الأدب، الفن، رياضي ... الخ). (وبين طبيعة الجمهور الموجه له، وتركيزها على اهتمامات جمهور عام ومتنوع ومتباين وغير متجانس أو مخاطبتها و تركيز اهتمامها على فئات معينة و محددة وخاصة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو المهندسين أو الأطباء) محمد منير حجاب : وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مرجع سابق ص 122 )  
وهي بذلك تنقسم إلى جرائد عامة و جرائد متخصصة:

**1- الصحف العامة:** تتنوع مادة الصحف العامة و تتسع اهتماماتها لتشمل جميع أوجه النشاط (الإنساني في المجتمع، ومنه فالصحف العامة تهتم بنشر الأخبار العامة

**2- الصحف المتخصصة:** على عكس الصحف العامة، لا تهتم الصحف المتخصصة سوى بالطبقة الاجتماعية التي تعبر عنها، أو الفئة التي تخدمها، أو المجال الذي تتخصص فيه،) و هي بذلك لا تركز على الأخبار الخاصة بالمجال الذي تهتم به. (فاروق أبو زيد :مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص (146)

### 3-رابعا : معيار الاتجاه السياسي للصحيفة

وتنقسم الصحف وفق هذا المعيار إلى صحف مستقلة و صحف حزبية:

**1- الصحف المستقلة:** "وهي صحف لا تعبر عن اتجاه سياسي معين أو عن حزب سياسي معين أو تتبنى أيديولوجيا بعينها وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء

والاتجاهات السياسية و الاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم، وهذا لا يعني أنها بلا موقف، ولكنها تفسح المجال للمواقف (المختلفة إلى جانب قيامها بعرض موقفها تجاه الأحداث والقضايا المختلفة المثارة في مجتمعنا). محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 124- (125)

**2الصحف الحزبية "** وهي تعبر عن فكر سياسي معين أو اتجاه أو مذهب أيديولوجي خاص، وتتحدد وظيفة الجريدة الحزبية في الإعلان عن فكر الحزب و الدفاع عن مواقفه وسياساته وفي حين يغلب على الجرائد المستقلة طابع صحافة الخبر، فإنه يغلب على الجرائد الحزبية طابع صحافة (الرأي)(فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص147)

**خامسا : معيار حجم التوزيع** وتنقسم الصحف وفق هذا المعيار إلى الصحف الشعبية أو الجماهيرية أو الصفراء، و صحف النخبة.

**1-الصحف الشعبية أو الجماهيرية أو الصفراء:**

"وهي الجرائد ذات التوزيع المرتفع، وهي رخيصة الثمن، وكثيرا ما تهتم بالأخبار و الموضوعات التي تثير اهتمام القارئ العادي، مثل الجرائم والجنس والرياضة ونجوم المجتمع، وشخصياته البارزة، والفضائح السياسية و المالية، و الأحداث الطريفة و الغريبة المسلية، وهي تعتمد الأسلوب السهل في الكتابة، والأسلوب الجذاب في الإخراج الفني، وذلك عن طريق التركيز على المانشئات و العناوين الملفتة و المثيرة، وأكثرها يميل إلى الصدور في الحجم النصفى (التابلويد ) وخاصة في الولايات المتحدة و أوروبا الغربية(فاروق أبو زيد :مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص147)وقد تنطرف هذه الصحف وتبالغ ( في تركيزها على الجنس و الجريمة فنتحول إلى ما يسمى بالصحافة الصفراء(محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، مرجع سابق ص125)

## **2-صحف النخبة:**

"أما جرائد النخبة فتوزيعها أقل، ولكن مستوى مادتها أعمق، وهي تهتم بتحليل الأخبار وتفسيرها بنفس الدرجة التي تهتم بنشر الأخبار وتفصيلها .وجرائد النخبة غالبا ما تكون مرتفعة الثمن وتميل إلى الإتزان في عرض المادة و إخراجها الفني، وتهتم بنشر الأحداث الدولية و الاقتصادية والسياسية، أكثر من

اهتمامها بأخبار الجريمة و الجنس و الرياضة، و لا تنشر الفضائح )إلا في أضيق نطاق (فاروق أبو زيد :مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص) غير أنه ورغم أن توزيعها أقل من الصحف الجماهيرية إلا أن تأثيرها أكبر غالباً نظراً لأنها تتوجه إلى الصفوة و تخاطب عقولهم. كما نجد تقسيم آخر للصحف حسب وقت صدورها حيث تنقسم إلى صحف صباحية و صحف مسائية.

**1-الصحف الصباحية :** وهي الصحف أو الجرائد اليومية التي تقوم بمتابعة الأحداث الجارية، ويطلع القارئ على ما تنشره في فترة الصباح، حيث يتم توزيعها في تلك الفترة بعد أن تكون قد جهزت للنشر قبل ذلك .وبصفة عامة تنتشر هذه الصحف في أوروبا و غالبية دول العالم الثالث و (في آسيا، وأفريقيا و الأمريكيتين)نفس المرجع، ص145)

**2-الصحف المسائية :** إن السمة العامة لهذه الصحف المسائية، كونها جرائد مدن، فهي غالباً ما تصدر بالمدن الكبرى و بعواصم الدول، ونجد أنها تنتشر أكثر ما تنتشر في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك بسبب انتهاء نهار العمل فيها يكون مبكراً، على عكس الدول الأخرى التي ينتهي فيها نهار العمل متأخراً، وأكثر الأخبار التي تنشرها الصحف المسائية هي استكمال و تتابع للأخبار التي سبق نشرها في الصحف الصباحية، ورغم ذلك فهي تنفرد بالعديد من الأخبار الجديدة التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها مثل الأخبار الحكومية و نتائج بعض (المباريات الرياضية و آخر أسعار البورصة و أسعار النقد)نفس المرجع، ص154)

## . 1.2.المجلات

تعد المجلة نوع من أنواع الصحافة المكتوبة لأنها دوري مطبوع و "تعتبر المجلات وسائل تنوير و تثقيف بأسلوب جديد يصل إلى الجماهير، وهي كفن تختلف عن فن الكتاب العادي، لأنها تنطوي على تحرير صحفي، وتجسيد للمعاني، و تبسيط للحقائق، وإخراج صحفي، و نماذج تيسر الفهم لكافة المستويات الثقافية(د العزيز شرف :الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق) و للمجلة كما يقول ديهاميل على الحوادث اليومية نوع من الرقابة، وهي تنقل المعلومات إلى القارئ، و تؤدي وظائف الفن الصحفي، من إعلام، و تثقيف، و تنشئة اجتماعية، و توجيه و إرشاد، و تسويق، و امتاع و مؤانسة، عن طريق

تحريرها، وإخراجها، شأنها في ذلك شأن الجريدة اليومية، غير أن المجلات عادة لا تظهر أكثر من مرة في الأسبوع، الأمر الذي يتيح لكتابتها و محرريها الوقت الكافي في البحث في المسائل، والمواقف التي تتناولها، عن تلك التي تظهر في الصحف اليومية، وبالتالي يكون لديها فرصة أفضل لإبراز الأحداث و تسليط الأضواء عليها وتفسير معناها، إضافة إلى أن المجلة تتوجه غالبا إلى جمهور متخصص، عكس الجريدة (اليومية التي تتوجه إلى الجمهور العام) (نفس المرجع، ص49)

## أنواع المجلات . :

هناك عدة تقسيمات للمجلات، نجد منها التقسيمات التي تعتمد على معيار المواضيع المتناولة في الجريدة، و التقسيمات التي تعتمد على دورية المجلة. أما التقسيمات التي تعتمد على المواضيع المتناولة في المجلة، فتشتمل على الأنواع التالية:

**1-المجلات المصورة للأنباء العامة:** من الممكن جمعها في نوعين كبيرين : الأول :وفيه" يفرد للصورة مكان هام ...والثاني يتجه الجهد فيه نحو نوع المقالات وتنوع الفقرات، وتكون صيغ عرضه كثيرة التنوع، انطلاقا من الحجم الصغير إلى الحجم الكبير.

**2الصحف الدورية الثقافية:** بالرغم من كون قسم كبير من مادة الصحافة الأدبية، والفنية، والموسيقية، والمسرحية، ينتمي إلى حقل الوثائق، فإن هذه الصحافة تساهم بشكل مباشر في الأحداث الراهنة بتقاريرها النقدية و أصدائها، وتقديمها الأعمال و الفنانين، وهي تبقى بصورة ممتازة صحافة قيمة ذات جمهور محدود.

**3-الصحافة الدورية الوثائقية:**إن هذه المنشورات، ذات الجمهور الضيق غالبا و المخصصة بطبيعتها لجمهور من الاختصاصيين الذين يجدون فيها، في الوقت نفسه، عناصر إنباء عن الوسط المهني و الاجتماعي الذين ينتمون إليه، و الوثائق التكنيكية الضرورية لنشاطهم الفكري أو المهني.

**4-مجلات الرأي الأدب والفن :** هي المجلات التي تعنى بنشر الموضوعات و القصص والشؤون العامة، والنقد الأدبي و الفني.

**5-مجلات المرأة أو المجلات النسائية، ومجلات الرجال:**تجذب الرجل و المرأة من خلال تحريرها و إخراجها الفني و تفرع موضوعاتها .والمجلات النسائية

تعتبر مجلات " شعبية " بما تنطوي عليه من جاذبية في قصصها و مقالاتها و صورها ولكنها تحول قارئها إلى ما يلائم أذواق النساء، وتحتوي هذه المجلات دائما أبوابا في فنون الطهي و الأزياء الخ.

**6-المجلات المتخصصة :** تقف هذه المجلات نفسها على البحث في موضوع معين كالمسرح مثلا أو السينما أو العناية بالطفل أو ما إلى ذلك.

**7-المجلات الفنية و المهنية :** وتعني هذه المجلات ما تدل عليه أسماؤها تماما . فكل مهنة و تجارة و حرفة الآن منشوراتها الخاصة، تختص بالإعلان و الطب، و التعليم، والجغرافيا و الصحافة و العمال و الراديو...الخ.

**8-المجلات الأسبوعية للراديو و التلفزيون :** هي مقدمة بالدرجة الأولى إلى تقديم البرامج و التعليق (عليها مسبقا، ولكنها بصورة عامة، قليلا ما تعني بنقدها (عبد العزيز شرف :الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص47-48)

والملاحظ بأن هذا النوع من المجلات يعنى باهتمامات فئة معينة من فئات المجتمع سواء كان القاسم المشترك بين هذه الفئات هو عامل السن أو عامل الجنس أو المهنة أو الاهتمامات اليومية أو الثقافية...إلخ. وتجدر الإشارة إلى أنه ليس من الضروري أن تمارس الصحف كل هذه الوظائف فقد تمارس بعضها دون البعض الآخر كما يختلف ترتيب أولويات ممارستها هذه الوظائف طبقا لظروف المجتمع و لاحتياجات الجمهور و لمدى إحساسها بمسؤولياتها الاجتماعية(محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص96-98)

هذا ونجد محمود منصور هيبية في كتابه :قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير يرى بان للصحافة ثلاث وظائف رئيسية، إضافة إلى وظائف أخرى ثانوية، حيث تتمثل الوظائف الرئيسية في:

" 1- أن تبلغ قراءها موضوعيا عما يدور في مجتمعهم، ودولتهم، وعالمهم.  
2- أن تناقش تحريريا الأخبار، لكي تسلط الأضواء على ما يعنونها (يعتريها ) من تطورات.

3- أن تقدم للأشخاص الوسائل اللازمة لبيع السلع و الخدمات التي يجرى الإعلان عنها.

أما الأدوار الحيوية الأقل أهمية و التي تقوم بها الجريدة فهي:

أ- الترويج للمشروعات المدنية المطلوبة، والمساعدة في تحجيم الأحوال غير المرغوبة.

ب - أن تقدم للقارئ بعض التسلية من خلال أدوات منها :مسلسلات القصص الفكاهية المصورة، والأعمدة، والموضوعات الخاصة.

ج -أن تخدم القارئ بوصفها مستشارا أو صديقا، ومكتب استعلامات، ونصيرا للدفاع عن حقوقه(محمود منصور هيبة :قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص 264 )

#### **4.أشكال القوالب الصحفية.**

الأشكال أو القوالب الصحفية هي الصورة أو الشكل النهائي الذي يخرج أو ينشر فيه موضوع ما .وتتعدد الأشكال الصحفية و تختلف، حيث نجد الصحيفة الواحدة تستخدم معظم أو جل الأشكال الصحفية الموجودة، بحيث يتناول كل موضوع من خلال قالب صحفي معين مناسب له، كما يمكن أن يتناول موضوع واحد في أكثر من شكل أو أكثر من قالب صحفي واحد، وذلك عندما تريد الصحيفة التأثير على الجماهير، وتحاول تشكيل آراء لديهم حول هذا الموضوع، و هذا دليل على الاهتمام الخاص الذي توليه الصحيفة لموضوع معين، ومحاولتها بالمقابل جلب الاهتمام الجماهيري به.

وتتمثل الأشكال الصحفية في :الخبر الصحفي، الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي، والتعليق الصحفي.

#### **1الخبر الصحفي:**

-**تعريف الخبر :**الخبر الصحفي عدة تعريفات وضعها العديد من المفكرين، و لعل أقدم تعريف مشهور له " هو ذلك التعريف الذي قدمه اللورد نورثكليف ونشره عام 1865 حيث قال :إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف .. فعندما يعظ الكلب رجلا فليس هذا بخبر ...ولكن عندما يعظ (الرجل كلبا ..فهذا هو الخبر(فاروق أبو زيد فن الخبر الصحفي، ط4 ،عالم الكتب، القاهرة،2000 ) و الخبر هو " سرد صحيح موقوت لآراء ..وأحداث ..و أمور من أي نوع تؤثر في القراء )أو تثير اهتمامهم وتجذب انتباههم(علي إمبابي :الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، مرجع سابق، ص( 81 )

والخبر هو "تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء و هي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع و ترقيته(فاروق أبو زيد :فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص48) من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الأخبار تكون مستقاة من المحيط أو المجتمع الذي يتواجد فيه الجمهور، حيث يشترط فيها أن تدور حول المواضيع التي تهتم الجمهور، أو المواضيع التي تثير انتباهه اتجاهها. ( عمان عثمان :الخبر و مصادره في العصر الحديث .د.ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008 ، ص15-17)

**خصائص الخبر:** للخبر الصحفي عدة خصائص يجب أن تتوافر فيه حتى يمكننا الحكم عليه بأنه خبر صحفي كامل، حيث تتخذ هذه الصفات كمعايير لتقييم الخبر والحكم على أهميته الإعلامية و منها:

- 1-**الآنية:** بمعنى أحدث الوقائع حدوثا، فالخبر من السلع سريعة التلف و البوار.
- 2-**القرب:** بمعنى قربه من مصالح و اهتمامات المجتمع الذي يتلقاه و هذا قد يشير إلى المحلية أو القرب المكاني و لكن الأهم هو القرب النفسي.
- 3-**ضخامة التأثير:** بمعنى أن يترك أثرا على منطقة كبيرة من المجتمع مثل الزلازل و السيول...
- 4-**ارتباطه بالاهتمامات الإنسانية:** مثل الصحة والمرض و الحب و الكراهية وغيرها.
- 5-**قوة الدلالة:** بمعنى أنه ذو مغزى عميق، حتى و إن كان كامنا وليس ظاهرا مند الوهلة الأولى.
- 6-**التفرد وعدم المألوفية:** فالحدث غير التقليدي أو الذي يقع على غير اعتياد الناس، وبعيدا عن توقعاتهم، لا شك و أنه يثير اهتمامات الجمهور.
- 7-**ذو عواقب أو نتائج مهمة:** فأهمية الخبر تزداد كلما زادت التوقعات حول ما يتبعه من عواقب أو تأثيرات، مثل صدور قرار يمنع استيراد سلعة معينة من الخارج و ما سوف يتبعه من ارتفاع الأسعار و حدوث أزمة في السلعة...
- 8-**ارتباطه بكبار المسؤولين:** فأهمية الخبر تزداد كلما ارتبطت بكبار الشخصيات أو أصحاب القرار و صناع الأحداث.

**9-ارتباطه بالمشاهير:** فالأسماء الشهيرة تصنع الأخبار وتثير غريزة حب الاستطلاع لدى الجماهير، حيث يتابعون في شغف كيف يعيش المشاهير، و كيف تحققت لهم الشهرة والنجومية.

**10-الجاذبية و الإثارة و التشويق:** حيث تنجذب النفس البشرية بطبيعة الحال للأحداث المثيرة و المشوقة مثل الفضائح و الجرائم الغامضة...

**11-ارتباطها بالصراع والتنافس:** وهي من سمات الحياة الإنسانية، ومن ثم ينجذب الناس نحو المباريات و الصراعات و الحوارات الجدلية و الانتخابات، و ينتصرون لطرف على آخر...

**أنواع الخبر:** هناك عدة تقسيمات للخبر، نورد منها:

**1-التقسيم الجغرافي للخبر:** ومعيار هذا التقسيم هو مكان وقوع الخبر أو بتعريف أدق " موطن الخبر..وعلى أساس هذا المعيار نجد نوعين من الأخبار:

**1-أ-الأخبار الداخلية:** وهي الأخبار التي تقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

**1-ب-الأخبار الخارجية:** وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الجريدة.

**2-التقسيم الموضوعي للخبر:** إن معيار هذا التقسيم هو موضوع الخبر، فهناك الأخبار السياسية وهناك الأخبار الاقتصادية و الأخبار الاجتماعية و الأخبار العسكرية و الأخبار الرياضية و الأخبار الأدبية و الفنية و الأخبار العلمية و غير ذلك من الأخبار التي تتعدد أنواعها حسب تعدد نشاطاتها الصحفية.

**3-التقسيم الزمني للخبر:** وهذا التقسيم يقوم على أساس الوقت الذي يقع فيه الحدث بالتالي فهو ينقسم إلى نوعين:

**3أ-أخبار متوقعة:** وهي تلك الأخبار التي يعلم المخبر الصحفي بموعد و مكان وقوعها مقدماً.

**3ب-أخبار غير متوقعة:** وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئاً و لا يتوقع حدوثها...أي تلك الأخبار التي تقاجئ الصحف.

**4-الخبر الجاهز..و الخبر المبدع:**

**4أ-الخبر الجاهز:** هو الخبر الذي يحصل عليه الصحفي من خلال ما تنشره المطابع من كتب و نشرات و من خلال ما تصدر إدارات العلاقات العامة من

بيانات وكتيبات إعلامية و غير ذلك من المطبوعات الإعلامية فمثل هذه الأخبار لا يبذل المخبر الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليها.

**4-ب -الخبر المبدع:** هو الخبر الذي يبذل المخبر الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليه واستكمالته بالمعلومات الكافية.

**5-الخبر الخفيف ..و الخبر الجاد:**

**5-أ -الأخبار الخفيفة:** و هي الأخبار التي تثير انتباه القراء و تسليهم مثل أخبار الطرائف و أخبار الرياضة و أخبار نجوم المجتمع و الفن و الأدب و حوادث التصادم و الجرائم و الجنس.

**5-ب -الأخبار الجادة:** و هي الأخبار التي تحيط القراء بالأحوال و المواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم اليومية و في مستقبلهم إن آجلا أو عاجلا مثل أخبار الشؤون العامة ..والمسائل الاقتصادية ..و المشاكل الاجتماعية ..و العلوم ..و أخبار التعليم ..وأصحاب الثروات ..و الصحة.

**6-الخبر المجرد ..و الخبر المفسر:**

**6-أ -الخبر المجرد:** هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الحوادث أو سرد المعلومات ..دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات و البيانات و التفاصيل.

**6-ب -الخبر المفسر:** هو الخبر المدعم بخلفية من المعلومات و البيانات التي تشرح تفاصيل الحدث و تشرح أبعاده و دلالاته المختلفة.( فاروق أبو زيد :فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 85 ، ص 87 ، ص 88 ، ص 89 ، ص 92 ، ص ( 93 )

**7-لخبر الموضوعي و الخبر الملون:** ويعنى هذا التصنيف بمدى تدخل الصحفي أو الصحيفة في الخبر .فإذا انعدم هذا التدخل كان الخبر موضوعيا، أي أمين في نقل المعلومات و تصوير الأحداث، أما إذا تم هذا التدخل كان الخبر ملونا. ويمكن أن يلون الخبر بأكثر من طريقة:

أ -خلط الخبر برأي الصحفي أو الصحيفة .ويمكن أن يكون هذا الرأي مجرد كلمة في العنوان أو علامة تعجب أو علامة استفهام أو عنوان ثانوي ممهد للخبر، أو باستخدام أساليب الإبراز لبعض فقرات الخبر .ومن أمثلة العناوين المتحيزة، أو غير الموضوعية:

مفتي الجمهورية :عمل المرأة ...حرام...

وما خفي كان أعظم

شركات الغزل تخسر 2 مليار جنيه.

كالعادة :أمريكا تصوت في مجلس الأمن لصالح إسرائيل.

ب -حذف بعض الوقائع من الخبر ..كأن تقصر صحيفة حزبية معارضة الخبر الخاص بقرارات مجلس الوزراء على ما يتعلق بقرار رفع أسعار بعض السلع، وتتجاهل القرارات الأخرى بزيادة الأجور، أو أن تفعل صحيفة حكومية العكس.

ج - إضافة بعض الوقائع غير الصحيحة إلى الخبر .مثل الإشارة إلى أن تحقيقات نيابة الأموال العامة مع مسؤول كبير متهم بالترجح والكسب غير المشروع، قد شملت بعض أقاربه، دون أن تكون هناك تحقيقات بالفعل مع أقارب هذا المسئول(علي أمبابي :الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، مربع سابق، ص117)

## 2-الحديث الصحفي:

**-تعريف الحديث الصحفي :**للحديث الصحفي عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

فن يقوم على الحوار بين الصحفي و شخصية من ، " Interviewالحديث الصحفي الشخصيات وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر (معينة أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية)".

وهو تقرير عن مضمون مقابلة، أو مقابلة تلفونية، أو بريرية مع فرد أو أفراد للحصول على الأخبار..والمعلومات ..والآراء ..والمواقف الخاصة أو المتصلة بالأحداث و القضايا أو (الأفكار الجديدة " و الحديث الصحفي قد يجرى مع شخص واحد ..و هو الشكل الغالب على الأحاديث الصحفية ولكنه قد يجرى مع عدة أشخاص كما هو الأمر في الاستفتاء الصحفي والحديث الصحفي قد يجريه محرر واحد ..و هو الأمر الغالب في الأحاديث الصحفية أيضا و لكن قد يجريه عدة (محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص14-15)ويعتبر الحديث الصحفي " من أهم المواد الصحفية وأخطرها في فن التحرير الصحفي، فهو كثيرا ما يحمل مادة إخبارية و يجيب عن كثير من الأسئلة التي تشغل بال الناس فيما يسمونه، بأحداث الساعة وكثيرا ما يتضمن الرأي الفاصل في مسألة يتلهف العالم على معرفة الرأي فيها، وقد يكون مضمون الحديث الصحفي مادة علمية نافعة، أو تجربة مفيدة، أو لونا

من ألوان التسلية) المحببة (إجلال خليفة :اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق ص( 35 )  
أنواع الحديث الصحفي:تكاد تنحصر أنواع الحديث الصحفي في :حديث الخبر، حديث الرأي، حديث المعلومات و التسلية و الإمتاع، حديث الجماعات، و حديث المؤتمرات الصحفية.

**1-حديث الخبر":**وهو حديث يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على أخبار أو معلومات أو بيانات جديدة عن وقائع أو أحداث أو سياسات أو برامج أو قوانين جديدة.

إن هذا النوع من الأحاديث الصحفية الإخبارية لا يهتم بشخصية المتحدث قدر اهتمامه بالمعلومات والأخبار التي يصرح بها خلال الحديث(عبد العزيز شرف : الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق ص244 ) حيث "يرجع فيه المندوب إلى " شهود )عيان "أو المشتركين في الحديث ...فكأن الهدف من هذا النوع هو الوصول إلى أوثق الأنباء(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص15)

**2-حديث الرأي " :**وهو حديث يستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا معينة تهم القراء ...وفي هذا النوع من الأحاديث ينصرف الاهتمام إلى آراء الشخص الذي يجرى معه الحديث أكثر من الاهتمام بشخصه

وهذا النوع من الأحاديث يمكن إجراؤه مثلا :عندما تسند وظيفة كبيرة إلى شخص ما في الحكومة أو المؤسسات العامة، أو في عمل آخر له صلة بالجمهور، وكذلك الشخص الذي يترك منصبه، فيكون الحديث الذي يجريه يعنى برأي الشخص حول الموضوع باعتباره أكثر شخصا متخصصا في ذلك المجال .وأيضا في حالة إثارة مواضيع تهم المجتمع فيكون الحديث الذي يجريه الصحفي مع المتخصصين في ذلك المجال حديث رأي، كالحديث مثلا عن ظاهرة الاحتباس الحراري باعتبارها مشكلة تهم جميع أفراد المجتمع لأنها تمسهم جميعا، فيقوم الصحفي بإجراء حديث رأي حول الموضوع مع أحد المتخصصين في البيئة، ففي هذه الحالة لا يتم التطرق إلى الحياة الشخصية للمتخصص لأن أكثر ما يهم القراء هنا هو رأي هذا المتخصص في الظاهرة أكثر من اهتمامه بأحداث حياة هذا العالم المتخصص، ثم الأحاديث التي يجريها الصحفي حول رأي معين أدبية أو فنية

أو علمية أو سياسية ..الخ مع المتخصصين من كبار الشخصيات(عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق ص)

**3-حديث التسلية و الإمتاع "** :و هو يستهدف البحث في حياة الشخص الذي يجرى معه الحديث :نشأته و تاريخ حياته و ابرز الجوانب في شخصيته ثم كيف يفكر؟ وكيف يمارس حياته؟

وما أحب الأشياء إلى قلبه؟ ثم ما أحلامه؟ وما طموحاته؟ و في هذا النوع من الأحاديث الصحفية تكون الشخصية التي يجري معها الحديث هي موضوع الحديث نفسه ..أي أن الاهتمام ينصرف هنا )إلى شخصية المتحدث أكثر من الاهتمام بأخباره أو بآرائه(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص16 )

**4-الحديث المشترك) المركب :**(وهو الحديث الذي جمع بين أنواع الأحاديث الثلاثة السابقة"

**5.-حديث الجماعة :**ولهذا الحديث طريقتان:

ط :1 يختار الصحفي جماعة معينة و يوجه إليهم سؤالاً واحداً لا يتغير و يحصل على إجاباتهم.

ط :2 يقوم بطرح سؤال على مجموعة من المتخصصين حول مشكلة أو موضوع معين، و يأخذ آراء كل منهم.

**6المؤتمرات الصحفية :**حين لا يتمكن أي مسؤول أن يدلي بحديث لكل صحفي، فيعلن عن مؤتمر صحفي فيدلي ببيانه ثم يتولى الإجابة على الأسئلة التي يوجهها إليه الصحفيون(محمد منير حجاب :وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص119 )

و بالإضافة إلى الأنواع السابقة نجد الأحاديث المتصلة بالشخصيات و هي:  
"الأحاديث التي تستهدف تقديم الشخصيات التي تسلط عليها الأضواء، وقد يكون الحديث الواحد مجموعة من الأحاديث مع المحيطين بالشخصية بهدف إلقاء المزيد من الضوء عليها، مثل:

وزراء جدد يدخلون الوزراء لأول مرة - رجل مشهور -الزوار المعروفون القادمون من الخارج-

رجال كبار السن و يقومون بأعمال طريفة - مثلا - شخصيات صنعتها الأنباء،  
مثل: رجل) الفضاء، أو الحصول على جائزة عالمية أو محلية .. الخ. ( عبد العزيز  
شرف :الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق ص248 )

### 3- التحقيق الصحفي:

**-تعريف التحقيق الصحفي :** للتحقيق الصحفي عدة تعاريف، يمكن أن نذكر بعض  
منها فيما يلي:

التحقيق الصحفي هو:

"-تقرير مفصل يتناول جميع زوايا الحدث أو القضية أو الفكرة بالتفسير و  
التحليل و المناقشة و يعرض معلومات ووجهات نظر الأطراف الفاعلة فيها.  
-عملية بحث و تنقيب في الأحداث و الأفكار و الظواهر للإجابة عن سؤالي  
"كيف و لماذا."

-بحث يقوم به الصحفي خلف الأحداث ليقدم ما لم يعرفه الناس عن الحدث أو  
الموقف أو القضية أو الظاهرة التي يتناولها.

-مجموعة الجهود التي يقوم بها الصحفي لتتبع حدث أو قضية أو فكرة أو  
شخص بهدف الكشف عن الجوانب الخفية التي لا يعرفها الناس.

-تركيبية من البحوث و المقابلات و الملاحظات التي يقوم بها الصحفي وراء  
الأحداث أو القضايا أو الأفكار أو الأشخاص(حسني محمد نصر، سناء عبد  
الرحمن :تحرير و تابة التحقيقات والأحاديث الصحفية، ط1 دار الكتاب الجامعي،  
العين، الإمارات العربية المتحدة، 2005 ، ص6 )

"-تحليل واقعي للأحداث و المشكلات التي تواجه المجتمع، و تحليل نفسي  
للأشخاص الذين يتصلون بهذه الأحداث و المشكلات و استقصاء للأبعاد و  
الظروف التي تحيط بها و مالها من امتداد في الماضي و أثره في الحاضر، و ما  
يمكن أن يكون لها من تأثير بالنسبة للمستقبل، ولا بد أن يكون كل هذا مدعما و  
موضحا بالأرقام و الإحصائيات و الرسوم البيانية، و الشواهد المماثلة و آراء  
الفنيين و الأخصائيين حتى تكون الحقائق مؤكدة. (إجلال خليفة :اتجاهات حديثة  
في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص66-67)

و التحقيق الصحفي يمكن أن يستوعب بموضوعاته حياة المجتمع بمجالاتها  
المتنوعة.

فالتحقيق الصحفي يمكن أن يكون موضوعه إحدى المشكلات أو القضايا العامة التي تهم المجتمع كله أو إحدى طبقاته أو فئاته المختلفة. وقد يكون موضوع التحقيق أيضا شخصية من الشخصيات العامة في المجتمع أو بحثا علميا أو كشافا أو اختراعا جديدا أو مكانا تاريخيا أو حفلا أو مهرجانا أو غير ذلك من الموضوعات التي تمتلئ بها حياتنا الاجتماعية (فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص ص -96 97)

**أنواع التحقيق الصحفي:** أهم الأنواع للتحقيق الصحفي تتمثل في:  
وهو التحقيق الذي يستهدف شرح و تحليل الأحداث و الكشف ...» : **الخلفية- 1**  
**تحقيق**

عن أبعادها و دلالاتها ..انه تحقيق يبحث بالدرجة الأولى عما وراء الخبر.  
وهو التحقيق الذي يلتقط مسألة من المسائل التي ...» : **الاستعلام و التحري 2-**  
**تحقيق**

تهم الرأي العام فيجمع كل التفاصيل المتعلقة بها و يعرضها على القراء و يلقي الضوء على جميع الجوانب ..و هذا النوع من التحقيقات ينطلق من النظر إلى التحقيق الصحفي باعتباره أداة من أدوات تشكيل الرأي العام.  
و هذا النوع من التحقيقات الصحفية يشبه إلى حد ...» : **البحث أو التحقيق 3-**  
**تحقيق**

كبير التحقيق الذي تجريه الشرطة في كشف الجرائم الغامضة ..أي أنه تحقيق يستهدف الكشف عما لا يعرفه أحد ..مثل الكشف عن تلاعب في توزيع المواد التموينية !..أو الكشف عن اختلاسات في بعض مرافق الحكومة !.. أو الكشف عن انحراف بعض السياسيين أو سوء استغلال البعض لوظائفهم! ..  
و هذا النوع من التحقيقات يستهدف مساعدة القارئ ليس فقط في ...» :

**التوقع 4- » تحقيق**  
معرفة كيف و وقع هذا الحدث أو ماذا جرى في هذه القضية ..إنما يستهدف أيضا و بدرجة أهم مساعدة القارئ في معرفة كيف سيتطور هذا الحدث ..و إلى أين ستنتهي الأمور بهذه القضية !أي أن كاتب التحقيق الصحفي لن يقول للقارئ ماذا جرى؟ أو ماذا يجري؟ و إنما يقول له :ماذا سيجري في المستقبل؟ مثلا :ماذا سيحدث بعد ارتفاع الأسعار؟

يأخذ صفة الهروبية من كونه يشد القارئ بعيدا عن مشاكله اليومية و يهرب به عن اهتماماته السياسية ..ليقدم له الجوانب الطريفة و المسلية و الممتعة في الحياة.

و بجانب هذه الأنواع الخمسة الهامة للتحقيقات الصحفية هناك أنواع أخرى للتحقيقات لا بد أن يوليها محرر التحقيقات اهتمامه مثل التحقيقات التي تعرض للأفلام الجديدة أو المسرحيات و المعارض و الندوات و الكتب أو هناك التحقيقات التي تتناول بعض القضايا التاريخية أو تتناول موضوعات الأزياء و الموضة(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص97 )

#### 4-التقرير الصحفي:

**-تعريف التقرير الصحفي "** :التقرير الصحفي عبارة عن نقل أو تقديم حدث أو واقعة من خلال منظور ذاتي، أي أن كون الصحفي شاهد عيان للحدث، شرط أساسي و ضروري .وهو (نوع إخباري، تشكل المعلومات العنصر الحاسم و المحدد فيه

وهو " فن يقع ما بين الخبر و التحقيق الصحفي . ويقدم التقرير الصحفي مجموعة من المعارف و المعلومات حول الوقائع في سيرها و حركاتها الديناميكية فهو إذن يتميز بالحركة و الحيوية .و التقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان و المكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث.

والتقرير الصحفي لا يقتصر على الوصف المنطقي و الموضوعي للأحداث و إنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية و التجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير .فكلما كان (المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي)(نصر الدين لعياضي :إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1999 ،ص13 )

**-أنواع التقرير الصحفي "** :يقسم التقرير الصحفي حسب موضوعه إلى :التقرير الدبلوماسي و السياسي، التقرير البرلماني، التقرير القضائي، تقارير المؤتمرات، التقارير الرياضية، الثقافية...الخ.

ويقسم التقرير الصحفي حسب حجمه :تقرير قصير، تقرير مفصل، وهذه لأسباب تراها الجريدة.

ويقسم التقرير الصحفي إلى الأنواع التالية استنادا إلى بنيته(نصر الدين لعياضي : إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق):

**1- التقرير الإخباري** :فهو التقرير الذي يهتم - في المقام الأول - بعرض و شرح و تفسير بعض زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الوقائع اليومية الجارية... و هو لذلك يسمى في بعض الأحيان ب...تقرير المعلومات...وأحيانا أخرى يسمى...التقرير الموضوعي(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص151)

"وهو الذي يقوم على الوقائع و التطورات وفق تسلسلها الزمني يتعلق بتغطية المؤتمرات، والمهرجانات، ومداومات المحاكم.( نصر الدين لعياضي :إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص17)

**2- التقرير الحي** :هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للوقائع و الأحداث..فهو يهتم برسم صورة الوقائع أو الأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها أو تفسيرها.

فالتقرير الحي يشترك مع التقرير الإخباري في أنهما يتناولان الوقائع والأحداث الجارية...

ولكن في حين يركز التقرير الإخباري على سرد البيانات و المعلومات حول هذه الواقعة و تحليلها و تقييمها... نجد التقرير الحي يركز على و صف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص159 ) سواء وصف مكان الحدث أو الزمن أو من كانوا وراء الحدث أو ضحاياه.السرد و الوصف يؤثران في الجمهور أكثر لأنه يشعره و كأنه يعيش الحدث(نصر الدين لعياضي :إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص17 )

**3-تقرير عرض الشخصيات** :هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث أو التي تلعب دورا بارزا في المجتمع المحلي أو المجتمع الدولي.

وهذا التقرير الصحفي الذي يعرض الأشخاص فهو لا يهتم - بالدرجة الأولى بإجراء حوار مع الشخصية موضوع التقرير كما هو الشأن في الحديث الصحفي

- وإنما يهتم بالدرجة الأولى بالرسم المتقن لملاح هذه الشخصية (فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص ص 167-168)

## 5-المقال الصحفي:

**-تعريف المقال الصحفي "** يرى جلال الدين الحمامصي " أن المقال الصحفي هو المقال الذي تنشره الجريدة لتغطية تساؤلات أو اهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث أو المشكلات أو القضايا الهامة الجارية بالفعل في حياة قراءها. أو تلك التي يمكن أن تجري في حياتهم في المستقبل القريب. وهذا المقال يمتاز ببلاغته الصحفية، ويتخذ الصيغة المميزة لطابع الصحيفة التي تنشره، أو الصيغة المميزة للمدرسة أو للمذهب الصحفي الذي ينتمي إليه الكاتب. (إسماعيل إبراهيم: فن المقال الصحفي الأسس النظرية والتطبيقان العملية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 26 )

فهو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة و عن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية و في القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي. ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح و تفسير الأحداث الجارية و التعليق عليها بما يكشف عن أبعادها و دلالاتها المختلفة. وإذا كان الجانب الأكبر من المقالات الصحفية يعبر عن سياسة الصحيفة كما هو الشأن في المقال أو يعبر عن آراء كبار كاتبها كما هو الشأن في العمود الصحفي أو المقال التحليلي ..إلا أن هناك جانب آخر من المقالات الصحفية قد يعبر عن رأي الكتاب و المفكرين الذين لا يعملون في الصحيفة ولا يشترط أن يكتب هؤلاء بما يؤيد سياسة الصحيفة بل كثيرا ما تنشر لهم الصحف (مقالات تخالف سياساتها وذلك عملا بحرية الرأي وخاصة في المجتمعات الديمقراطية) (فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 179 )

**أنواع المقال الصحفي:** للمقال الصحفي عدة أنواع تتمثل في: المقال الافتتاحي، العمود الصحفي، المقال النقدي، المقال التحليلي.

**1-المقال الإفتتاحي "** وهي الكلمة اليومية التي تكتبها الصحيفة يوميا تعبيرا عن رأيها في موضوع معين، ويكون عادة أبرز موضوع من الموضوعات التي تنشرها الصحيفة، وترى الصحيفة أنه يهم أكبر عدد من القراء فتتناوله بالتفسير و توضيح ما ينطوي عليه من دلالة، وينشر هذا المقال عادة ثم يوضع بعد ذلك « حديث الصباح » و « كلمة اليوم » تحت عنوان ثابت أي دلالة عامة، مثل

عنوان الموضوع الذي يتناوله المقال، وفي الغالب لا يحمل المقال توقيع صاحبه إشارة إلى أنه يحمل رأي الصحيفة و يمثل سياستها العامة ولهذا يحرص كاتب المقال على أن يكون متمشياً مع (سياسة الصحيفة أكثر مما يكون معبراً عن رأيه الخاص) (إجلال خليفة :اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 105-106) "وهدف المقال الافتتاحي إقناع القارئ، ولذلك يقوم على الشرح، والتفسير، والاستدلال، والاستشهاد، والاعتماد على الأدلة و الحجج و البراهين، ويعتمد على المنطق حيناً، وحيناً آخر يعتمد على العاطفة كل هذا وغيره للوصول إلى الهدف الأساسي للمقال الافتتاحي وهو إقناع القارئ بوجهة نظر الصحيفة(علي امبابي :الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، مرجع سابق، ص147)

**2العمود الصحفي :**العمود الصحفي هو " رؤية خاصة جدا لحدث أو موضوع أو قضية يقدمها بشكل دائم صحافي معين، يتمتع بقدر كبير من الشهرة و الاحترام و الكفاءة الصحفية ..يتسم بطابع هذا الصحفي الذي يكتسبه سواء فيما يتعلق بموضوعه أو أسلوبه أو طريقة تقديمه .وهو نوع صحفي أقرب إلى الطابع الفكري و يتوجه إلى ذهن القارئ(نصر الدين لعياضي :إقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص40 )

"وغالباً ما يحتل العمود الصحفي مكاناً ثابتاً لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة ...و ينشر تحت عنوان ثابت يظهر في موعد ثابت قد يكون كل يوم ... أو كل أسبوع.

وليس من الضروري أن يلتزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة ...و إن كان من المتعارف عليه ألا يكون معارضاً لهذه السياسة(فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص193 )

**3-المقال النقدي "** هو الذي يقوم على عرض و تفسير و تحليل و تقييم الإنتاج الأدبي و الفني والعلمي ...وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج مساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي و الفني و العلمي الذي يتدفق كل يوم سواء على (المستوى المحلي أو المستوى الدولي)(نفس المرجع ص217 )

**4-المقال التحليلي "** :المقال التحليلي هو أبرز فنون المقال الصحفي و أكثرها تأثيراً ..وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث و القضايا و الظواهر التي تشغل

الرأي .و المقال التحليلي يتناول الوقائع بالتفصيل و يربط بينها و بين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ..ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات . و المقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة ..و إنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل .ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق و المدروس للأحداث ..فهو غالبا ما يكون أسبوعيا ..و لو كان ينشر في صحيفة يومية ..وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ..ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة.

وهناك فاروق جوهري بين المقال التحليلي وبين المقال الافتتاحي ( ..غير الفارق في الحجم و المساحة و المكان الثابت ..(و هو أن المقال التحليلي لا يعبر عن سياسة الصحيفة و إن كان لا يختلف معها ..فهناك مساحة كبيرة من الحرية تمنح لكتاب المقال التحليلي تسمح لهم بالتميز عن رأي الصحيفة(نفس المرجع، ص 229)

## 6التعليق الصحفي.

-**تعريف التعليق الصحفي :**للتعليق الصحفي عدة تعاريف مختلفة، نورد منها ما يلي:

- "التعليق الصحفي هو الكتابة التي يتدخل فيها الصحفي بآرائه الشخصية التي تلتزم بها الجريدة.

-التعليق هو الشرح و التفسير و إصباغ المعاني الكاملة على الأخبار في إطار وجهة نظر محددة...

-يعطي التعليق الصحفي للأحداث التي تنشرها الجريدة مغزى و معنى يكسبها رائحة و طعما، وهو فوق هذا وذاك، يتحكم في نظرة القراء إلى الأحداث، فمرة يحكم التعليق على بعض الأحداث بأنها نافعة، ويحكم على بعضها الآخر بأنها خطيرة، وتارة يصفها بأنها أحداث عابرة، وأخرى بأنها مقدمات لازمة لأزمة حادة، وهكذا (نصر الدين لعياضي :إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 22 )

**أنواع التعليق الصحفي :**يقسم التعليق الصحفي حسب موضوعه إلى تعليق سياسي، تعليق اقتصادي، تعليق ثقافي... الخ . ويقسم أيضا إلى:

**1-التعليق اليومي** " :و هو عبارة عن رد فعل الأول للوسيلة الإعلامية من حدث معين ...يتناول أحداث اليوم الواحد أو الحدث المركزي في اليوم، فيتم الوقوف عنده لتسليط الضوء عليه أكثر و لتوجيه الجمهور من خلاله(نفس المرجع، ص26 27 28)

**3-التعليق الأسبوعي** " :وهو إنتاج صحفي دوري يقوم بتلخيص الأحداث المعروفة التي تدور عموما حول موضوع واحد، فيشرحه ويبدي الرأي فيها".

### **3-تاريخ الصحافة في الجزائر:**

كان أول ظهور للصحافة في الجزائر على يد الاستعمار الفرنسي، الذي أعد العدة لاستعمار الجزائر ليس عسكريا فقط، بل وثقافيا أيضا، حيث أراد أن تكون له جريدة فرنسية على أرض الجزائر لتخدم أهداف الاستعمار، من خلال نشرها لأخبار الجيوش الفرنسية و انتصاراتها .فتخدم من جهة أغراض الاستعمار داخل فرنسا أمام الرأي العام الفرنسي، و تخدم أيضا أغراض الاستعمار فوق أرض الجزائر المحتلة (الزبير سيف الإسلام :تاريخ الصحافة في الجزائر، مرجع سابق، ص16)

"وهكذا عرفت إفريقيا بوجه عام و شمال إفريقيا بوجهه خاص أول جريدة استعمارية كانت ناطقة باللسان الفرنسي و كانت في خدمت الاستعمار الأوروبي و مصالح الغزاة الفرنسيين...فكانت أو " بريد الجزائر "التي صدر أول عدد لها يحمل تاريخ 25 يونيو « Estafette d'Alger » 1830، في حجم صغير بحيث كان طوله 36 سم و 24 سم ...و مع هذه الحملة العدوانية عرفت الشطوط الشمالية الإفريقية لأول مرة في التاريخ آلة الطباعة و صناعة الصحافة و مكينة غوتنبرغ ( العجيبة (نفس المرجع، ص16 )

و الجدول التالي يوضح عناوين الصحف الفرنسية في الجزائر و تاريخ صدورها و تاريخ توقفها عن الصدور في الفترة من 1830 إلى غاية 1849

جدول رقم : 02 جدول يبين عناوين الصحف الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر و تاريخ صدورها و تاريخ توقفها عن الصدور في الفترة من 1830 - 1848

اسم الجريدة	تاريخ إنشائها	تاريخ توقيعها
بريد الجزائر	25 يونيو 1830	-
الممرن الجزائري	27 يناير 1832	-
النشرة الرسمية لعهود الحكومة	1834	-
الأخبار	12 يوليو 1893	1934
العبوس	1843	-
الجزائر	02 ديسمبر 1843	7 يوليو 1846
صدى وهران	12 أكتوبر 1844	1963
فرنسا الجزائرية	18 فبراير 1845	28 يوليو 1846
صدى الأطلس	مارس آذار 1845	13 سبتمبر 1845
بريد سكيكدة	-	-
بريد إفريقيا	2 أبريل 1845	-
إفريقيا الفرنسية	11 يونيو 1848	23 أغسطس 1848
حارس الجمهورية	-	أبريل 1848
المحرق	أبريل 1848	يوليو 1849
الأطلس	26 أغسطس 1849	-

المصدر: الزبير سيف الإسلام: تاريخ الصحافة في الجزائر.

أما الجداول الموالية فيوضح عناوين الجرائد و المجلات التي صدرت في الجزائر في الفترة من 1847 إلى غاية . 1927 مع ذكر اسم منشئها و تاريخ ظهورها.

### جدول رقم : 03 يبين الجرائد في عاصمة الجزائر(1847 – 1927)

اسم الجريدة	تاريخ منشئها	تاريخ ظهورها
المبشر	رسمية	10 أيلول 1847
النصيح	أولاد غسليين	1899
الأخبار	فكتور باروكان	30 تشرين الثاني 1902
المنتخب	-	1903
المغرب	بطرس فنوطانا	10 نيسان 1903
كوكب إفريقيا	محمود كحول	17 أيار 1907
الجزائر	عمر راسم	27 تشرين الأول 1908
الإسلام	صديق نندان	1909
الإسلام	محمد عز الدين القلال وصديق نندان	2 آب 1912
الفاروق	عمر بن فنور	28 شباط 1913
البريد الجزائري	محمد عز الدين القلال	28 آب 1913
ذو القلار	أبو المنصور الصنهاجي	5 تشرين الأول 1913
الصديق	عمر بن فنور و محمد بن بكير	12 آب 1920
الأقدام	الأمير خالد عبد القادر	1920
لسان الدين	مصطفى حفيد	2 كانون الثاني 1923
وادي ميزاب	أبو الفضل إبراهيم بن عيسى	01 تشرين الأول 1926
البلاغ الجزائري	حطولي محمد محي الدين	24 كانون الأول 1926

- 261.المصدر :الفيكونت فيليب ذي طيرازي، تاريخ الصحافة العربية، ج 4 ،ص260،

المصدر: الفيكونت فيليب ذي طيرازي، تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 260 - 261.

جدول رقم 04: بين الجرائد في مدينة قسنطينة (1847-1927).

اسم الجريدة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
المسلم	دليس	14 تشرين الأول 1909
النجاح	عبد الحفيظ بن الهاشمي	13 آب 1920
البرق	رحموني محمد عبد المجيد	7 آذار 1927

المصدر: الفيكونت فليب دي طيرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 262

جدول رقم 05: بين الجرائد في مدينة بسكرة (1847-1927).

اسم الجريدة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
صدى الصحراء	احمد بن عبد العابد العقبي	23 تشرين الثاني 1925
الحق	علي موسى العقبي	23 نيسان 1926
الاصلاح	الطيب العقبي	8 أيلول 1927

المصدر: الفيكونت فيليب ذي طيرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 263.

جدول رقم 06: بين الجرائد في مدينة وهران (1847-1927)

اسم الجريدة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
الحق الوهراني	—	1903

المصدر: الفيكونت فيليب دي طيرازي تاريخ الصحافة العربية: ج 4، ص 264.

جدول رقم 07: بين الجرائد في مدينة مكبدة (1847-1927).

اسم الجريدة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
الهمال	اندرلوس لثخوا	30 نيسان 1911

المصدر: الفيكونت فيليب دي طيرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 264.

جدول رقم 08: بين المجلات في عاصمة الجزائر (1847-1927).

اسم المجلة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
الأحياء	جان ديريو	14 شباط 1907
الفاروق	عمر بن قنور	08 تشرين الأول 1920

المصدر: الفيكونت فيليب دي طيرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 350.

جدول رقم 09: بين المجلات في مدينة قسنطينة (1847-1927).

اسم المجلة	اسم منشئها	تاريخ ظهورها
الشهاب	عبد الحميد بن باديس	1924

المصدر: الفيكونت فيليب دي طيرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج 4، ص 350.

من خلال الجداول السابقة يتبين أن الجزائر عرفت في الفترة الممتدة من سنة 1847 إلى غاية عام 1927 ، عرفت ظهور العديد من الصحف و المجلات، و التي كانت معظمها باللغة الفرنسية، وقد كانت هذه الصحافة محدودة النشاط في البداية، حيث كانت عبارة عن نشرات عسكرية تنشر التعليمات العسكرية و الأوامر، وتنشر البلاغات الإدارية والإعلانات والقرارات الحكومية الصادرة في الجزائر أو في باريس والتي لها علاقة بالجزائر المستعمرة، فقد كان نشاط الصحف متماشيا مع الأهداف العسكرية.

وبعد أن اجتازت هذه المرحلة، و أصبحت الصحافة تتناول مختلف المواضيع، و تنطلق إلى الحديث في الشؤون السياسية، ما لفت انتباه رجال الحملة العسكرية، ثم طالبوا بضرورة وضع قيود الرقابة عليها، و هو ما تم فعلا، حتى عام 1841 حين عين الماريشال بيجو واليا عاما على الجزائر، و طالب برفع الرقابة عن الصحافة، بهدف كسبها إلى صفة و مساندة في حملته العسكرية، ثم فرضت الرقابة من جديد عام 1846 لمدة سنتين، حتى أعلنت الجمهورية الفرنسية(الزبير سيف الإسلام :تاريخ الصحافة في الجزائر، مرجع سابق، ص 136-137)

عام 1848 فألغيت الرقابة من جديد، ومنحت الصحافة الحرية المطلقة في 15 مارس 1848 وقد أدت أحداث الانقلاب وإعلان الجمهورية في فرنسا إلى تضارب الأفكار والنزاعات بين أوربي الجزائر، مما أدى إلى تكتلهم في مجموعات، وإنشاء نواد وجمعيات أدت بدورها إلى تأسيس الصحف لتعبر كل واحدة عن لسان جمعية معينة أو ناد معين .فتكاثرت بذلك إصدارات الصحف في مناطق مختلفة من الجزائر مثل الجزائر العاصمة والبليدة وعنابة وسكيكدة وقسنطينة .. الخ، إلى أن أصدر قرار 30 يوليو في شهر يوليو من عام 1848 ، والذي يقضي بفرض الضمان على كل صاحب جريدة كما هو الشأن في فرنسا وما يقتضي البند الأول من قانون 14 ديسمبر 1830 ، فاضطرت العديد من الصحف الفقيرة إلى التوقف عن الصدور، وبدأت بالتساقط الواحدة تلو الأخرى، ولم يبق في البلاد سوى ست أو سبع جرائد (نفس المرجع، ص، 149 150)

وبالرغم من تعدد الميادين، و التي تتناول في الجرائد الفرنسية في تلك الفترة، من مواضيع مختلفة سياسية و ثقافية و اجتماعية و اقتصادية و رياضية ... الخ، إلا

أن جميع هذه الصحف كانت سلاحا في يد الاستعمار، وكانت كل منها تدعم الاستعمار وتسانده بأسلوبها الخاص.

### الصحافة الجزائرية في مرحلة الاستعمار:

"عرفت الصحافة الجزائرية في عهد الاستعمار ازدهارا " نسبيا إذا أخذنا في الاعتبار عدد الصحف التي ظهرت في هذه الفترة إذ بلغت أكثر من 150 صحيفة وكذلك إذا أخذنا في الاعتبار نوعية مضمون هذه الصحافة ومن هذه الناحية يمكننا أن نصنف هذه الصحف إلى عدة أصناف انطلاقا من الأهداف السياسية التي ترمي إليها كل صحيفة، ويبدو أنه يمكن استخراج ثلاثة أصناف

رئيسية ... هي: الصحافة الحكومية، صحافة أحباب الأهالي، والصحافة الوطنية (الاستقلالية). وهذه الأصناف لم تظهر في وقت واحد، بل جاء ظهورها في أزمنة متتالية مما جعلها تتعايش أحيانا، وحتى يبقى التدرج التاريخي واضحا نريد أن نثبت في البداية تاريخ ظهور كل صنف. فالصحافة الحكومية بدأت تصدر سنة 1847، أما صحافة أحباب الأهالي فكانت بدايتها (عزي عبد الرحمن و آخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، د.س، ص ص 98 ) سنة 1882 وكانت بداية الصحافة الأهلية سنة 1893

### 1-الصحافة الحكومية:

"هي صحافة كانت تشرف عليها حكومة الاحتلال الفرنسي بشكل مباشر، وصدرت أول ، صحيفة من هذا النوع عام 1847 ، تحمل اسم " المبشر " واستمرت في الصدور حتى عام 1956

وشارك في هذه الصحيفة عدد من النخب المثقفة الجزائرية، على اعتبار أنهم يشاركون في نشر الثقافة العربية الإسلامية. وكانت هذه الصحيفة تصدر في البداية باللغة الفرنسية، ثم أصبحت تصدر باللغة العربية، وهو ما جعلها تنتشر بشكل واسع في الجزائر آنذاك. وكانت هناك صحف أخرى تصدر إلى جانب "المبشر"، مثل " كوكب إفريقيا " و "صحيفة " النجاح ". وكانت تلك الصحف تنمو و تنتشر من خلال الإعانات التي كانت تقدمها الحكومة الفرنسية لها، و المعونات التي تتلقاها الصحف بشكل مباشر أو غير مباشر.

لكن الإشراف على هذه الصحف يكون من طرف الوالي والإدارة الاستعمارية، و كانت ميزة (هذه الأنواع من الصحف هو الاستمرارية، و التي كانت تفنقدها الأنواع الأخرى من الصحف). (محمد اللمداني :لصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، منشورات الحبر، د.س، ص 15)

## 2- صحافة أحباب الأهالي:

"أصدرها الفرنسيون الذين يرغبون بجسر الهوة بين المحتلين الفرنسيين و أصحاب الوطن الأصلي، وقد سمي هؤلاء باسم أحباب الأهالي و قد أصدروا صحيفتهم الأولى تحت اسم " المنتخب " عام 1882 من مدينة قسنطينة. و لكنها لم تستمر أكثر من عام واحد، حيث لاقت مضايقات كبيرة من الإدارة الاستعمارية

لكن هذا النوع من الصحف انتشر في ما بعد، حيث صدرت صحيفة " الجزائر الجمهورية" عام 1937 ، التابعة للحزب الاشتراكي الفرنسي، والذي تحول إلى الحزب الشيوعي الفرنسي، وكانت هذه الصحف يومية، ولها رواج كبير بسبب أنها تنقل جميع الأخبار وتنتقد الحكومة الاستعمارية.

إضافة إلى وجود صحف أخرى مثل " الأخبار " التي تأسست عام 1902 ، وجريدة " منبر الأهالي " عام 1927 ، ولعب هذا النوع من الصحف دورا مهما في ترويج أفكار المشاركة، أي ضرورة أن مشاركة الأهالي أصحاب الأرض الأصليين في الحكم، وهو ما أثار حفيظة المعمرين و السلطات الاستعمارية. ولكن هذه الأفكار تطورت في المجتمع، وأصبح الكثير من حملة هذه القناعات يقدمون مساعدات لثورة التحرير عندما انطلقت عام 1954 ، و أشهرهم الطيب شولي الذي ساهم بشكل أساسي في إصدار جريدة المجاهد(محمد اللمداني : الصحافة المستقلة في الجزائر من الداخل، ص، 16 )

## 3-الصحافة الأهلية الوطنية

"هي الصحافة التي كان يقوم بها و يمارسها السكان الأصليون للجزائر، ويشرفون عليها ماليا و إداريا، و قد مر هذا النوع من الصحافة بثلاث مراحل، كانت مرتبطة بالأحداث العالمية التي كانت تجري آنذاك.

وأول ظهور لهذا النوع من الصحافة كان عام 1893 ، عندما تأسست جريدة " الحق " في عنابه، وتلتها مجموعة من الصحف، تحمل مختلف التوجهات الفكرية من اليسار إلى اليمين، وشهدت الصحافة في البداية انطلاقة ورعاية من السلطات الاستعمارية، ثم تعرضت للقمع و الضغط ، وأخيرا مرت بمرحلة النضج وتلاشت عام 1956 مع السنة الثانية لاندلاع ثورة التحرير، وتعددت العناوين الصادرة في هذه الفترة، حيث تجاوزت العشر عناوين، منها الأقدام و الأمة والمنتقد الذي أصدرها الشيخ عبد الحميد بن باديس، ثم جريدة الشهاب.

و لكن أهم الصحف التي صدرت في تلك الفترة، كانت صحيفة الأمة و هي صحيفة أصدرها أبو اليقظان عام 1933 باللغة العربية.

كما كانت هناك صحيفة لاديفانس "الدفاع " وأصدرها الأمين العامودي عام 1934 بمدينة الجزائر باللغة الفرنسية، وهناك أيضا البصائر التي أسستها جمعية العلماء المسلمين عام 1935 باللغة العربية) تصدر حاليا بشكل أسبوعية .(ولكن عندما انطلقت ثورة التحرير الوطني عام 1954 لم تكن لها صحيفة خاصة تصدر بها، إلى أن اتخذت قيادة الثورة قرارا عام 1956 بإصدار صحيفة في المغرب وتونس وفرنسا، سميت بصحيفة " المقاومة الجزائرية ." بينما أنشأت في الجزائر صحيفة المجاهد (ضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص، (187

### الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال:

مرت الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال بعدة مراحل، والتي قسمها دليو فضيل إلى ستة مراحل في كتابه مدخل إلى الاتصال الجماهيري .وتتمثل هذه المراحل في:

1- - 1965 ) :المرحلة الأولى( 1962 ) تعد هذه الفترة قصيرة نسبيا، حيث انتهت في نفس السنة التي تم فيها تتحية الرئيس " أحمد بن بلا"، وتميزت هذه المرحلة بغياب نصوص جزائرية تنظم قطاع الصحافة، وبإنشاء يوميتين عام 1962، ومجلتين عام . 1963 وذلك بالموازاة مع تأميم اليوميات الفرنسية التي كانت تصدر في أهم المدن الجزائرية، وتعويضها بيوميات جزائرية تصدر باللغة الفرنسية .ومن جهة أخرى سمح الناطقة باسم الحزب الشيوعي الجزائري،

باستئناف نشاطها في اليوم Alger républicain ليومية الأول من الاستقلال، وذلك على عكس صحافة جمعية العلماء المسلمين التي كانت رائدة الإعلام الجزائري إبان الاحتلال الفرنسي

## 2-المرحلة الثانية 1965 - 1978

وفي هذه المرحلة توفي الرئيس " هواري بومدين " واستلم الرئيس " الشاذلي بن جديد " السلطة، وقد تميزت بتطور وتوسع معتبرين، وبظهور لائحة خاصة بالإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية و قننت تبعيتها للحكومة. وتميزت هذه الفترة ببقاء صحف الفترة السابقة على إلى le peuple وتحويل يومية ، Alge le soir حالها، مع توقف يوميتي الحزب الشيوعي و كما ظهرت في هذه الفترة أهم أسبوعية صادرة باللغة الفرنسية عرفتها ، El moudjahid يومية

في أكتوبر 1965 ، وكذلك ظهور أول أسبوعية Algérie Actualité الجزائر بعد الاستقلال وهي رياضية بالفرنسية وأول مجلة دينية خاصة بالفرنسية، وعدة مجلات وزارية و قطاعية بالعربية.

وبالإضافة إلى ذلك تميزت هذه الفترة بإقامة نظام اشتراكي للإعلام ووضع جميع الصحف تحت وصاية وزارة الإعلام، وتركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية على حساب الإعلام لمكتوب. ( محمد اللمداني :الصحافة المستقلة في الجزائر من الداخل، ص 16)

**3-المرحلة الثالثة 1979-1989** (1982/02/ )وقد تميزت بتوضيح الوضع القانوني للإعلام) قانون رقم 82 الصادر يوم 06 ظهور مجلة دينية رسمية جديدة " :العصر" ، بعض المجلات الإسلامية الخاصة مثل " التذكير)البديل و " الإرشاد" ، أسبوعيات " المنتخب" ، " أضواء" ، ( que sais-je de ) : "islam?المعرب لمجلة "المسار المغربي " باللغتين ...ويوميتين مسائيتين عام 1985 هما " :المساء " بالعربية و " أفاق" بالفرنسية(فضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص، 187 ) مثلت كلها بعض الانفتاح الإعلامي والتحول المحتشم في المسار (Horizons) السياسي للبلاد، الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بدلا من الطابع السياسي ودعم هذا القطاع بتجهيزات عصرية و إمكانيات مادية، مما ساعد على تنشيطه ونشوء نوع

من التنافس بين اليوميات الصباحية، الأسبوعيات واليوميّات المسائية التي بدأت تفرض نفسها إلى حين بداية المرحلة الموالية

#### 4-المرحلة الرابعة -1989 1991

هذه المرحلة " و إن كانت تتويجا منطقيا للمرحلة السابقة فإنها لم تكن تظهر للوجود لولا أحداث أكتوبر 1988 الأليمة التي تعتبر منعطفا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي وبالتالي في جميع الميادين الأخرى ومنها الإعلام المكتوب.

وكان من أثر هذه الأحداث دستور فبراير 1989 الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية و بحرية الصحافة و تنوعها، فتدعم الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة و نشأت الصحف الخاصة والحزبية، لتدعم الإعلام العمومي الذي كان متفردا من قبل بالساحة الإعلامية

#### 5-المرحلة الخامسة -1992 1997

تشمل هذه المرحلة حالة الطوارئ و الأزمة السياسية، التي مرت بها البلاد، والتي لا يزال كل من الشعب الجزائري و الإعلام المكتوب، يعاني من أثارها المدمرة إلى اليوم، وكان من أكبر المتضررين من هذه الأزمة ولا يزالون إلى الآن، صحفيو الجرائد و المجالات العربية وخاصة منها غير العلمانية، الذين لم يسمح لهم حتى بتكوين رابطة مهنية على غرار زملائهم، الذين هيمنوا على

أول جمعية نقابية للصحافيين الجزائريين، ليدافعوا عن صحفهم المتداعية تباعا ليس فقط أمام السلطات الرسمية بل حتى أمام زملائهم في الصحافة الصادرة باللغة الفرنسية، مما جعل بعضهم يهجر أو يهاجر.

وتبعاً لذلك تضررت صحفهم، إذ لم يصمد منها سوى بعض الأسبوعيات و الجرائد الجهوية، وإصدار ( Algérie Actualité ) بالإضافة إلى يومية "الخبر"، إصدار نسخة عربية لأسبوعية .جريدة " الوقت " سنة ( E1 ) 1993 ( Watan)المشرفين على يومية ومما دعم هذا التوجه في هذه المرحلة عودة استيراد بعض صحف فرنسا إلى الجزائر، و صدور العديد من الصحف " الصفراء " والتي لازالت تصدر إلى يومنا هذا، رغم ما تتضمنه من مواضيع و مواد لا تحترم القيم والأخلاق، ورغم خرقها كذلك لقانون الإعلام

الجزائري(فضيل دليو :مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص،195  
(

## 6-المرحلة السادسة 1998-2002

"شهدت هذه المرحلة بوادر انفتاح إعلامي تدريجي باتجاه تخفيض الوطاء على الصحف العربية المعارضة للعلمانية المتطرفة، مما زاد من صدور عدد اليوميات ( 40 ) وشجع البعض على إنشاء صحف جديدة من هذا الطراز ...وتأسيس نقابة موازية باسم " حركة الصحفيين الأحرار" بغية " الدفاع عن حرية الصحافة وتحرير المهنة من قبضة المجموعات الخفية [...]التي جعلت منالصحافة واجهة للدفاع عن مصالح اقتصادية مشبوهة و أخرى سياسية ضيقة

## المبحث الثاني : مدخل إلى الرأي العام

### المطلب الأول : الرأي العام خصائصه ومراحل تكوينه

إن الرأي العام بمعناه الحالي يعتبر مفهوما حديث نسبيا، فقد شهدت العصور القديمة أفكار أو اجتهادات تقترب من مفهوم الرأي العام الحالي، حيث عرف اليونانيون القدماء أفكار قريبة مثل الاتفاق العام والاتجاهات السائدة، ثم تحدث الرومان لاحقا عن الآراء الشائعة . أما العصور الوسطى فقد شهدت انتكاسة لفكرة الاهتمام بالرأي العام ضمن إطار أوسع لانتكاسة الحركة الفكرية، حتى عصور النهضة التي شهدت ازدهار عاما، حتى مجيء مكيافيللي في القرن الخامس عشر لينادي بضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته، ومع ذلك فإنه يمكن القول أن البداية الحقيقية كانت خلال القرون التالية لعصر النهضة التي شهدت مفكرين مثل بودان ولوك ومونتسكيو وروسو، حيث ظهرت نظريات العقد الاجتماعي

وهو تكوين فكرة أو حكم على موضوع أو شخص ما، أو مجموعة من المعتقدات القابلة للنقاش وبذلك تكون صحيحة أو خاطئة، وتخص أعضاء في جماعة أو أمة تشترك في الرأي رغم تباينهم الطبقي أو الثقافي أو الاجتماعي، فيعترض ذلك مع الرأي الخاص الذي يشير إلى أمور ومسائل شخصية تتعلق بفرد واحد .

والرأي العام هو ذلك التعبير العلني والصريح الذي يعكس وجهة نظر أغلبية الجماعة تجاه قضية معينة في وقت معين.( الرأي العام بين الكلمة و المعتقد، د.جمال سلامة علي: ص14.)

### تعريف الرأي العام

لغة : رأي) :اسم . الجمع : آراء . الرأي : الاعتقاد .الرأي :العقل . الرأي : التدبير . الرأي :النظر والتأمل .والرأي عند الأصوليون: استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة ، رأيته رأْي العَيْن: حيث يقع عليه البصر - أخذُ الرَّأْيِ على أمر: إجراءُ تصويتٍ عليه (معجم المعاني الجامع)

○ أصحاب الرَّأْيِ والقِيَّاسِ/ أهل الرَّأْيِ والقِيَّاسِ: الفقهاء الذين يستخرجون أحكامَ الفتوى باستعمالهم رأيهم الشَّخْصِيَّ والقِيَّاسِ الشرعيِّ فيما لا يجدون فيه حديثاً أو أثراً.

○ الرَّأْيِ العامِّ: رأي أكثرية النَّاسِ في وقت مُعيَّن إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات.

### اصطلاحاً :

الرَّأْيِ العامِّ هو مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم، تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة محددة أو شخص معين أو اقتراح خاص ما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك مباشر أو غير مباشر، وكذلك هو محصلة آراء أفراد الجماعة ويمثل صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن تفاعل واخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى، والرَّأْيِ العامِّ كنتاج جماعي يمثل الجماعة كلها معبأة للسلوك والعمل فيما يتصل بموضوع الرَّأْيِ العامِّ (محمد بهجت كشك، 1998: 21 )

يعرف أحمد أبو زيد الرَّأْيِ العامِّ على انه: وجهة نظر أغلب الجماعة التي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة تدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة (محمد منير حجاب، 2000: 12)

لقد عرف " جون ستيوارت ميل " الرَّأْيِ العامِّ بأنه " ما يريده المجتمع أو الجزء السائد"، وعرفه " كلوريدج كنج " بأنه " الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية"، وأضاف " وليم البيج " ضرورة أن تكون المسألة ذات أهمية للجماعة كما أضاف التأكيد على ضرورة على وسائل الإعلام حيث عرف الرَّأْيِ على أنه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معا ومناقشاتهم بشأن مسائل أو مشكلات موضع اهتمامهم وعادة ما تلعب وسائل الإعلام دوراً في هذا التفاعل (أحمد بدر، 1998: 36)

بشأن المسائل التي تؤثر على المجتمع وتعكس اهتمامه.

إجرائيا يمكن تعريف الرأي العام على انه الحكم المشترك بين الأغلبية، نتيجة لعمل عقلي، يعبر عن موقف الجماعة، محدود زمانا ومكانا

التعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ (غازي إسماعيل رابعة، 1988: 51).

حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية (حسين عبد الحميد أحمد رشوان، 1997: 22)

الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به ( دانيل كاتز)

مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية، إزاء نشاط الطبقات والأفراد. (الموسوعة الفلسفية العربية)

الرأي المشترك خصوصا عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس. (قاموس وبست)

تعددت تعريفات العلماء الأجانب للرأي العام ولكن معظمها دار حول فكرة أن الرأي العام هو رأي أو فكرة أو حكم يصدر عن أغلبية أو فئة في المجتمع إزاء مسألة تثير الاهتمام، وبات التعريف الذي تعتمد معظم الأبحاث المعنية بدراسة واستطلاع الرأي هو التعريف الذي قدمه " جيمس برايس"، حيث عرف الرأي العام على أنه تجميع لوجهات نظر أفراد المجتمع

## المطلب الثاني أنواع ووظائف الرأي العام

هناك عدة أنواع للرأي العام، حيث تصنف حسب معايير معينة تدخل في العملية الاتصالية، نذكر منها:

### تصنيف الرأي العام من حيث الظهور:

**الرأي العام الظاهر :** هو تعبير مجموعة من الناس عن اتجاهاتهم ورائهم

ازاء المشكلة تعبير صريحا بحيث تتوافر الحرية ولا يخشى الناس أن يعبروا عن آراءهم بصراحة مثل: الرأي العام المدين للمذبحة المرتكبة في غزة من طرف العدوان الإسرائيلي .

وهناك **الرأي العام الباطن :** هو الرأي العام الغير معبر عنه، لأن أفراد الجماعة

يخشون التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم لأنها ضد القانون أو المعايير الاجتماعية المتعارف عليها ولا شك أن المناخ الذي يحدث فيه مناخ كامن يسود فيه الخوف والقمع قد يكون لأوضاع سياسية أو لأسباب اقتصادية ( مهما كانت الأسباب التي تحول دون الإعلان عن الرأي فهذا لا يمنع من وجود رأي عام إلا أنه يبقى كامنا حتى تحين الفرصة للتعبير عنه (محمد منير حجاب، 34 . 2000).

### تصنيف الراي العام من حيث الوجود:

**راي عام فعلي :** هو الرأي العام الذي أصبح موجودا نتيجة حدوث أحداث معينة تشغل اهتمام الجمهور ويترتب على ذلك تكوين الجمهور رأيا نحو هذه الأحداث) في هذه الحالة الرأي العام موجود فعلا ولا يمكن قياسه)، ورأي عام غير موجود لكنه متوقع :يطلق على الرأي العام المتوقع وجوده حينما تثار قضية ما أو حينما يقع حدث معين، فحينما يحدث هذا الحدث في المستقبل يتكون حوله رأيا وهذا يعني أن الرأي العام ليس موجودا في الوقت الحالي ولكن من المتوقع نشأته في المستقبل( محمد منير حجاب، 35 . 2000 )

### الرأي العام من حيث الوجود:

**رأي عام فعلي :** هو الرأي العام الذي أصبح موجودا نتيجة حدوث أحداث معينة

تشغل اهتمام الجمهور ويترتب على ذلك تكوين الجمهور رأيا نحو هذه الأحداث) في هذه الحالة ال رأي العام موجود فعلا ولا يمكن قياسه)، ورأي عام غير موجود لكنه متوقع :يطلق على الرأي العام المتوقع وجوده حينما تثار قضية ما أو حينما يقع حدث معين، فحينما يحدث هذا الحدث في المستقبل يتكون حوله رأيا وهذا يعني أن الرأي العام ليس موجودا في الوقت الحالي ولكن من المتوقع نشأته في المستقبل( محمد منير حجاب، 2000 .35 )

### **تصنيف الرأي من حيث مدة استمراره :**

**رأي عام دائم :** هو الرأي الذي يتصف بالثبات والاستمرار لفترة طويلة نسبيا وهذا الرأي غالبا ما يكون متصلا اتصالا وثيقا بالميراث الثقافي الرأي العام يظل مستمرا طالما أن الأسباب التي أدت إليه ما زالت قائمة

**رأي عام مؤقت :** هو الرأي الذي يقوم حول حادثة طارئة لا تستمر فترة طويلة ويزول هذا الرأي بمجرد زوال الأثر الواقع على الافراد نتيجة هذه الحادثة الطارئة (محمد منير، 35 . 2000 )

### **تصنيف الرأي العام من حيث الانتشار:**

**رأي عام نوعي :** هو الرأي الذي يعبر عن اهتمامات مشتركة ومتشابهة بالنسبة لمجموعة ما إزاء قضية تتعلق بمصالح هذه الفئة، ورأي عام وطني: يقتصر على الوطن أو الدولة المتواجد بها كأن نقول الرأي العام الجزائري

**رأي عام إقليمي :** يسود مجموعة من الشعوب تتجاوز جغرافيا تربطهم مصالح مشتركة مثل الرأي العام المغربي أو الرأي العام الأوربي

**رأي عام عالمي :** يعكس اهتمامات يشترك فيها أكثر من مجتمع يتشكل تدريجيا حول مشكلات وطنية مشتركة من عدد كبير من البلدان وقضايا ذات نطاق دولي مثل الأزمات العالمية (محمد منير حجاب36 . 2000)

## خصائص الرأي العام وطبيعته:

من خصائص الرأي العام كونه رأي الجماعة وليس رأي الفرد أو الجمهور الذي هو اصطلاح، يقصد به فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات ، وان : خاصة وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة

(هاتف الشامي، 2002 36 ) الرأي العام ظاهرة تاريخية أخذت صورتها الحالية وغيرها .تاريخي متدرج؛ فمن رأي السواد، الارادة العامة، الاتفاق العام، صوت الشعب، رأي تبعا لمستوى تطور وثقافة وموروث المجتمع في فترة زمنية محددة من تطوره، فقد كانت هناك العديد من الكتابات والمقالات والدارسات في مجال ال أري العام من قبل مفكرين ينتمون إلى بلدان وقوميات مختلفة أمثال : جان جاك رسو، جون ستوارت ميل، جيرمي تبتام وجورج كونويل وقد كان أو استخدام لمصطلح الرأي العام في القرن الثامن عشر أثناء الثورة الفرنسية على لسان وزير المالية الفرنسي ( جاك نيكبير ) في عهد لويس السادس عشر ( نعمه ألعبادي، 2006 . 14)، وقد صدر أول كتاب متخصص في عادة الرأي العام في عام 1840 للكاتب كورنويل لديس تحت عنوان ( وجهة نظر حول تأثير السلطة في قضايا الرأي العام وفي عام 1846 صدر أهم كتاب وهو كتاب ( كارل فون جيرزدروف ) الذي يجمل عنوان ( فكرة وطبيعة )، ومن ميزاته انه ذو طبيعة تحتمل النظر والتفكير الرأي العام (نعمه ألعبادي، 2006 14) والاجتهاد والجدل كما انه متنوع وذو أشكال وطرق تعبر مختلفة، كأنه لا يتسم بالجمود والثبات بل متغير حسب متطلبات الحراك الاجتماعي وتبدلانه سواء في مجال السياسة أو تغير المزاجات والأذواق في قبول أو تجديد أو رفض السلع والموديلات وتجديدها بما فيها الأزياء، والمدارس الفنية والفلسفة السائدة وما إليه، ومن ميزاته أيضا إمكانية قياسه على الرغم من صعوبة اختباره كمادة ولكن كمضمون ولذلك قامت وأنشأت معاهد ومراكز توجيه وقياس وضبط وتصنيع الرأي العام وقد أسس أول مراكز الرأي العام في عام 1936 في أمريكا باسم معهد ( جالوب ) أما في العالم العربي فقد بدأ الاهتمام الفعلي بموضوع الرأي العام من خلال ( معهد البحوث الاجتماعية والجنائية ) في مصر في نهاية الستينات والسبعينيات من القرن العشرين( نعمه ألعبادي، 2006 . 15 )

## المطلب الثاني : مظاهر ووظائف الرأي العام:

### أ. مظاهر الرأي العام:

نعني بمظاهر الرأي العام أنماط السلوك التي يستخدمها جمهور الرأي العام في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم حيال القضايا التي تمس مصالحهم حيث يقسمها سعيد سراج إلى قسمين:

### 2. المظاهر الايجابية، وتتمثل في:

الثورات : وهي احد الأساليب العنيفة التي تستعمل للتعبير عن الرأي العام وتندلع حيث يرسخ في ضمير الجماهير أنه لا فائدة من التعبير الكلامي عن مطالبهم ( السلطة في واد والشعب في واد آخر، المظاهرات : حيث يتخذها الشعب وسيلة بغرض إشعار القادة والحكومات عن آرائهم نحو المشكلة، نشر الشائعات عندما لا تسمح الحكومات بالمظاهرات ولا يجد الشعب وسيلة للتنفيس عن الرأي العام يلجأ لهذا الأسلوب كمظهر للتعبير عن وجهة النظر وذلك لإزعاج الحكومات، الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة : وهي إحدى أشكال التجمع الشعبي حيث تحدث لقاءا قريبا بين الجماهير لدراسة مشاكل المجتمع والخروج بحلول تكون مرشدا للقادة أجهزة، الإعلام : هي الوسائل التي يستعملها الافراد للتعبير عن الرأي العام الانتخابات : يعبر فيها الجمهور عن رأيه من خلال اختيار الحاكم( محمد منير حجاب 2000 47 )

### 8. المظاهر السلبية، وتتمثل في:

المقاطعة السلبية والاستهتار، الاضراب عن العمل والاعتصام وتعكس هذه الأساليب حالة عدم الرضا السائدة لدى الرأي العام اتجاه السلطة واحتجابه على سياستها كما تعني انعدام الاتصال بين الشعب وقادته وعدم مشاركة الجماهير في اتخاذ القرار السياسي بصورة حقيقية وهذه الأساليب ليست بالأساليب الديمقراطية في التعبير عن الرأي العام لأنها قد تنعكس بالضرر على الشعب في حد ذاته، وان كانت تختلف فيما بينها في قدر الضرر الناجم عنها( محمد منير حجاب، 2000 . 48 )

## ب. وظائف الرأي العام:

يقصد بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد وأهداف أو برامج وتفضيلات حيث تحدد المهام المنوط بالرأي العام في المجالين التاليين:

**وظائف الرأي العام في المجال السياسي :** يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية : التأثير على القرار السياسي :من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تنبني على الرأي العام،

### التأثير على الانتخابات:

تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها ال أري العام ويمارسون السلطة في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها ال أري العام،

**التأثير على الحكم :** من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين، **إنجاح خطط الدولة :** حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة، كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه بتوجهاتها لذا تسعى الدولة إلى دعوة الناس للمشاركة في الوضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في خلق رأي عام مساهم ومتفاهم ومشارك معها .

**تحديد ملامح السياسة الخارجية :** حيث أن له دور هام في هذا ،من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لا بد اولى حدود معينة أن تأخذ في اعتبارها رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله (جمال مجاهد 2006 . 43 )

**التحديث السياسي :** أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغيير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية .

**إصدار القوانين والتصديق عليها :** حيث أن القوانين ما هي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع

ويسعون إلى تحقيقها، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهيئة الأذهان لها ومحاولة التأكد من وعي الرأي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها، كما حدث في مصر عام 1977 عندما قررت الحكومة رفع الأسعار واضطرت بعد ذلك إلى خفضها إلى ما كانت عليه نتيجة لعصبية الرأي العام، فهذا يؤكد على مدى قوته لإلغاء القوانين (جمال مجاهد، 2006 . 45 )

### العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام :

للرأي العام مجموعة من العوامل تؤثر فيه وتتأثر به ، ونقصد بالعوامل التي تؤثر في الرأي العام لا من حيث وجوده بل من حيث اتجاهه وقوته وشدته ومدى انتشاره ، وهذه العوامل تتمثل بما يأتي :-

### أولاً :- عامل الثقافة المجتمعية

ونقصد بالثقافة المجتمعية مجموعة السنن والتقاليد والعادات والآداب والفنون والقيم والعقائد والأفكار والخبرات . وهي جميعاً تشكل منظومة الثقافة لكل المجتمع . وهذه المنظومة بدورها سوف تستحضر حين تواجه جماعة معينة على صعيد محلي أو وطني أو إقليمي أو عالمي ، تواجه قضية ما ، لكي تنتج أو تعيد إنتاج وتشكيل رأي عام بصدها (عامر حسن فياض ، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان ، بغداد ، الطبعة الأولى ، 2003 . )

وهذا الاستحضر للثقافة المجتمعية سيجعل من تلك الثقافة عاملاً مؤثراً ربما في وجود الرأي العام أو عدمه ، وكذلك في تحديد مساراته واتجاهاته وفي مدى انتشاره وشدته . عليه نتلمس اهتمام كبير من قبل المعنيين الرسميين وغير الرسميين أصحاب العلاقة بالرأي العام بهذا العامل . فالملاحظ أن كل النظم السياسية والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية تأخذ بنظر الاعتبار منظومة الثقافة المجتمعية حين تتخذ إجراء أو قرار أو نشاط . فكل الدول في تعاملها مع بعضها وفي تعاملها مع رعاياها تحاول أن تبلور فكره عن كل مفاصل هذه الثقافة كي تتعامل بشكل سليم مع الرأي العام لتعرف من خلال هذه الفكرة على ما يرغب به الرأي العام وما لا يرغب به ، ما يريده وما لا يريده ، وما يحلله وما يحرمه .

مثال ما تقدم , أن المملكة المتحدة في عهدها الاستعماري أجادت التعامل مع هذه المنظومة من خلال استحداث وزارة خاصة (وزارة المستعمرات) انحصرت وظيفتها بإقامة الدراسات والبحوث للتعرف على تقاليد وأعراف وآداب وفنون وكل ما يتصل بمنظومة الثقافة المجتمعية لشعوب المستعمرات الخاضعة لبريطانيا . فهذه الوزارة كانت حريصة على أن تتعامل مع هذه الشعوب بشكل يضمن الهيمنة والنفوذ البريطاني الاستعماري عليها . لذلك درست ثقافتها وتعاملت مع شعوب المستعمرات بموجب النتائج التي توصلت إليها من خلال هذه الدراسات.

أن الثقافة المجتمعية تشكل أهم العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام . فمن غير الممكن إهمال هذا العامل عند الحديث عن تكوين الرأي العام بالصيغة التي تتضمن وجود الرأي العام واتجاهاته وشدته

## ثانياً :- عامل الزعماء في المجتمع

ونقصد بذلك أن الزعيم التقليدي والحديث في كل المجتمعات يلعب الدور المؤثر في تكوين الرأي العام وفي تغييره وفي انتشاره وشدته . أن الحديث عن الزعماء يقودنا للحديث عن التفسيرات الخاصة بالزعامة والتي يطلق عليها البعض مصطلح " نظريات "نشوء الزعامة , وتتوزع كل التفسيرات في هذا الشأن ما بين مجموعتين هما :

**1- التفسيرات التقليدية :** والتي ترى أن نشوء الزعماء والزعامة يعتمد على معايير قديمة مثل معيار القوة والفروسية والحكمة والسن

**2-التفسيرات الحديثة :** والتي ترى أن الزعامة تنشأ بفعل موقف وتسمى " زعامة الموقف " أو تنشأ بفعل ظروف موضوعية تلائم العصر وتسمى " الزعامة الموضوعية أو الملائمة للعصر " , أو إنها تنشأ بفعل ظروف أو قدرات ذاتية خارقة للأفراد فتسمى " الزعامة الملهمة . " وتتوزع الزعامة إلى أنواع ما بين زعامة فكرية وزعامة إدارية وزعامة رمزية ..الخ (جاسم محمد دايش الحوار المتمدن-العدد: 5909 المحور :مواضيع وابحاث سياسية )

ومهما اختلفت أنواع الزعامات تظل مختلف الجماعات متأثرة بآراء وممارسات الزعامات القادرة فيها , الأمر الذي يجعل من الزعماء في الماضي والحاضر

وكذلك المستقبل عاملاً مؤثراً في تكوين الرأي العام حيث يلعب الزعيم أو القائد دوراً مهماً في حياة الناس وآرائهم . صحيح أن هذا الدور أخذ يتلاشى في الدول المتقدمة نظراً لوجود أحزاب ومؤسسات تقوم به . إلا أن هذا الدور يزداد أهميته في الدول النامية فالزعيم في الدول النامية يجسد الملامح الأساسية لمواطنيه بحيث يتعرف هؤلاء على أنفسهم في الحياة السياسية عبر شخصيته . فالزعيم في أكثر الدول النامية ما زال يشكل إحدى العوامل الأساسية في تكوين الرأي العام ولعل الزعيم الراحل (جمال عبد الناصر) يعتبر مثلاً لما نذهب إليه . فالكل يعلم كيف استطاع جمال عبد الناصر أن يجسد ويعكس لفترة طويلة بعض الأهداف الوطنية والقومية لا للعرب المصريين فحسب ولكن لكل العرب وأينما كانوا . ويبدو أن الحاجة إلى الرمز على هذا النحو تبدو في أجل صورها في البلدان العربية ، حيث تروج وسائل الإعلام ، ليس الرموز كوسيلة للتأثير على المواطنين فقط ، بل على السعي إلى العبادة و" التآليه " لشخصية الزعيم والأمثلة كثيرة في هذا الوطن العربي الكبير (عامر حسن فياض ، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان ، بغداد ، ط1 ، 2003)

### ثالثاً :- عامل الاتصال ووسائل الاتصال

بلا شك أن للاتصال ووسائله أهداف تتمثل في التأثير والتغيير لمواقف وأراء الناس على نحو تتوخى منه تحقيق أهداف أو مصالح الخط السياسي الفكري الذي تتبناه . أم تأثير الوسائل الإعلامية في الرأي العام من الأمور البديهية لأن الفرد متعلماً كان أو أمياً ، لابد له أن يقرأ جريدة أو أن يسمع راديو أو أن يشاهد تلفزيوناً .

أن التطور الهائل في وسائل الاتصال أدى إلى وجود علاقة متبادلة ومتفاعلة مع النظام السياسي المعبر عنه بالحكومة ، فأجهزة الاتصال تشكل في أغلب النظم قنوات اتصال بين الحكومة وبين الرأي العام لعرض سياستها ومشاريعها ، وهي بذلك تدفع المواطن من حيث لا يدري إلى تكوين رأي عام يصب في الأهداف التي تطمح إلى تنفيذها ، لذا تسعى اغلب النظم السياسية إلى ضمان سيطرتها أو مراقبتها الشديدة لأغلب وسائل الاتصال

أن الاتصال بوصفه علاقة يتم بموجبها نقل الأفكار والأخبار والمعلومات والمشاعر والأحاسيس ما بين الأفراد والجماعات سيشكل عاملاً مهماً في تكوين

الجماعات فلا وجود لجماعة من دون اتصال ما بين عناصرها ولا وجود لرأي عام من دون وجود جماعة , إذاً لا وجود لرأي عام من دون وجود اتصال . يضاف إلى ذلك أن الاتصال ووسائله لا تدخل فقد في وجود الرأي العام ؟ بل تدخل أيضاً في تغيير الرأي العام وفي قياس واستطلاع الرأي العام . أن الاتصال لا سيما في عالم اليوم يبقى عاملاً مؤثراً وأساسياً في تكوين الرأسي العام .  
**رابعاً :- عامل طبيعة الأحداث**

أن الحدث وقد يسمى قضية أو مشكلة أو موضوع للرأي العام يدخل أساساً كعنصر من العناصر المكونة للرأي العام , غير انه من ناحية أخرى ومن حيث طبيعته سوف يؤثر على اتجاهات الرأي العام ومدى انتشاره وشدته وقوته , فإذا كانت طبيعة الحدث عادية كان الرأي العام عادياً في اتجاهاته وقوته وشدته ومدى انتشاره , وإذا كان الحدث غير عادي سيترتب على ذلك رأي عام غير عادي في اتجاهاته وانتشاره وشدته ( حمد بدر , الرأي العام، (القاهرة، مكتبة غريب، 1977)، ص 100)

هناك الشائعات وهي الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتبادلها الناس و يتناقلونهم دون التثبت من صحتها أو التحقق من صدقها , فالشائعات ذات اثر بعيد في تكوين الرأي العام أو تعديله سيما إذا لم تتوفر وسائل الاتصال العلنية ذات مصداقية وموضوعية .

وهكذا فإن طبيعة الحدث تشكل عاملاً مؤثراً في تكوين الرأي العام إضافة إلى أن الحدث بحد ذاته يشكل عنصراً من عناصر تكوين الرأي العام

#### **خامساً :- عامل التربية والتعليم**

تساهم المؤسسات التعليمية في تكوين الرأي العام وتشكيل سواء من حيث مضمون المعرفي أو من حيث اتجاه وقوته حيث تؤثر في سلوك الأفراد وأراءهم واتجاهاتهم من المؤكد أن تأتي المؤسسة التعليمية (المدرسة) بعد الأسرة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار الفرد ويعتبر التعليم المدخل الطبيعي لنجاح أي تغيير في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

## مراحل تكوين الراي العام:

يرى دافيون ان عملية و مراحل تكوين الراي العام تتم على النحو التالي:

### 1. دور الجماعات الاولية:

وهي الجماعات التي تضع البذرة الاولى، ففي التجمعات الانسانية تجد واحدا او اكثر يحتضن فكرة من الافكار تعتبر النواة التي تظل تنمو حتى تغطي المساحة الكاملة للمجتمع

### 2. ظهور الزعامة والقيادة:

حين تحوز الفكرة اهتمام جماعات صغيرة يتبعها ظهور قيادات تعمل على تبسيط الفكرة الاصلية بطريقة يفهما اكبر عدد ممكن من الناس ممن لهم اهتمام او مصلحة الزعيم او القائد وهو الذي يستطيع صياغة هذه الافكار وتقديمها للجمهور و التأثير على مواقف وسلوك الاخرين

### 3. اتساع دائرة الاتصالات:

1. وهي المرحلة التي تتسع فيها دائرة النقاش و يشترك فيها عدد كبير من الناس لا يعرف بعضهم بعضا وخلال هذه المرحلة سنلاحظ فريقين من الناس فريق لا يهتم بهذه الافكار وفريق يتخذ منها موقفا رافضا لأنها لا تتفق مع افكارهم و مع معايير الجماعات التي ينتمون اليها وفي مرحلة الانقسام لا تتضح ظاهرة الراي العام لان فرصة ظهوره يتطلب قبول الفكرة من عدد كاف من الافراد يجعل من الفكرة وكأنها تحوز على رضا الاغلبية، وفي المجتمعات التي لم تتطور فيها وسائل الاعلام و امكانياته او يخضع فيها لرقابة صارمة لا تنتقل فيه هذه الافكار بالسرعة المطلوبة بينما في المجتمعات المفتوحة ستهم وسائل الاعلام في نشر هذه الافكار بسرعة كبيرة (دكتور كامل خورشيد - كتاب المدخل الى الراي العام - ص 115)

### 4. موافقة الاخرين وسلوكياتهم:

وتأتي هذه المرحلة بعد مناقشات واسعة و مشاركة عامة مما يجعل عدد كبير من الناس يتقبلون هذه الافكار ويتبنونها فتعمد الجماعات السببية في المجتمع الى

السير في الركاب فتعبر عن تأييدها بالتصفيق او المظاهرات وغير ذلك، ويد المعارضون لهذه الافكار حرجا في مخالفة الاغلبية فيميلون الى الصمت مما يسهم في عزل الصوت المعارض وحين يحدث هذا التوافق او التعديل السلوكي للقوى السلبية و القوى المعارضة يكون الراي قد تكون

## 5. مرحلة التفكك و الاختفاء:

الراي العام ظاهرة وقتية تختفي باختفاء القضية المثارة وقد يستبدل برأي عام اخر كما قد يتحول الى رأي عام كامن حين يواجه بالقوة والقسر (دكتور كامل خورشيد - كتاب المدخل الى الرأي العام - ص 116)

## مراحل تكوين الراي العام

ينظر الى ظاهرة الراي العام على انها ظاهرة معقدة يصعب تحليلها الى اجزائها تحليليا بسيطا بل تتداخل مجموعة من العوامل و المؤثرات المختلفة في تكوينها مؤثرات سيكولوجية وسياسية وثقافية و اجتماعية تتكون من مجموعة من القيم و المعايير التي تحكم ادراك الفرد وسلوكياته ورغم ذلك تحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الراي العام

2. **مرحلة الاحساس و الادراك:** يتعرض الفرد لمجموعة من المنبهات والمثيرات عن طريق حواسه التي تعد مفاتيح المعرفة و صلاته بالعالم الخارجي و البيئة الخارجية و يبدا الفرد في ادراك هذه المؤثرات ادراكا حسيا الا انها لاتقف عند مجرد ادراكها عن طريق الحواس بل يحاول الانسان ان يدركها كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى او معاني معينة.

ومن هذا يظهر ان عملية الادراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية بل يقوم العقل بفاعليات الاضافة او الحذف او التحريف وتاويل ما يتأثر به من انطباعات حسية و المعاني التي يقررها الفرد على ما يدركه من مؤثرات تتحدد استنادا الى اطاره المعرفي و المرجعي ووفقا لخبراته الماضية وطريقه فهمة للحياة و دوافعه و حوافره.

3. **مرحلة الراي الفردي:** في هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله و اتجاهاته النفسية حول الموضوع المثار فان الفرد يحدد لنفسه موقفا

معين لهذا الموضوع مؤيدا او معارضا له و موقف الفرد حول موضوع ما قد يختلف عن الموقف الذي يمكن ان يتخذه الافراد الاخرون وهذا ما انتهى اليه W.Lippman من ان تصرفات الناس و استجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي بل في حقيقة الامر مبينة على التصرفات الذاتية او الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس

4. **مرحلة صراع الفرد مع اراء الجامعة:** وفي هذه المرحلة تدور المناقشات و الحوار و الحدل الذي يصل الى حد الصراع بين راي الفرد و اراء الافراد الاخرين في نطاق جماعة معينة او جمهور معين ممن لديهم اهتمام بالموضوع و كل منهن يحاول الدفاع عن رايه مستخدما في ذلك كل ما يتوافر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دورا حيويا في ذلك عن طريق عرضها للاراء المختلفة

5. **مرحلة تحول اراء الافراد الى اراء الجماعة:** من خلال الحوار و النقاشة التي تدور بين اعضاء جمهور معين حول موضوع او مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة و المتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول راي معين يميل اليه اغلب اعضاء الجماعة او الجمهور ويصبح هذا الراي راي عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الاخرى التي قد يتبناها اقلية في الجماعة او الجمهور وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد براي الشخصي احيانا لكي يتوافق مع راي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة او لتحقيق صفة الانتماء الى هذه الجماعة او للتعاطف مع الجماعة. ( دكتور كامل خورشيد – كتاب المدخل الى الرأي العام – ص 117 )

## المطلب الثالث : تأثير الإعلام على الرأي العام :

لا يختلف اثنان على أن هناك علاقة بين الرأي العام والإعلام بشكل وثيق، فكلما تقدم الإعلام في أسلوب صياغة الرسالة ومعرفة رجع الصدى كلما كان تأثيره في الرأي العام أكبر وأوسع، وكلما زادت الثقافة والتنشئة والتنمية السياسية كان تفاعل الجمهور أكبر مع الإعلام السياسي، إن فرص تأثير وسائل الإعلام في الاتجاهات وتشكيل الرأي العام كبيرة جدا في الجماهير.

هناك علاقة متبادلة بين الرأي العام والإعلام، وابتداءً فإن المقصود بالأعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بدف معاًونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة (كامل خورشيد، 2013: 163)، وهناك من علماء الإعلام والاتصال من يرى إن وسائل الاتصال الجماهيرية تؤدي أدواراً مهمة في بلورة الرأي العام حيث يعرضون أربع مراحل لتكوين الرأية العام:

-مرحلة البزوغ إذ تظهر القضية لأول مرة

-مرحلة تعريف الصراع وتشخيصه

-مرحلة التعريف العام بالصراع للناس

-وصول القضية إلى دائرة صنع القرار (كامل خورشيد، 2013: 122).

تضم الرسالة الإعلامية الأخبار والبرامج والتغطيات والضيوف والتصريحات السياسية كلها تقع تحت بند الرسالة الإعلامية، وإن البرامج الإعلامية والتي تكون جزء من الرسالة الإعلامية لها تأثير كبير على الجمهور في تشكيل الرأي العام لديهم تجاه القضايا التي تخص الحكومة والحاكمين، وقد وضع الخبراء في الرأي العام خصائص تصميم برامج إعلامية تفيد في التأثير على الرأي العام ويلاحظ ما للإعلام من علاقة في التأثير في الرأي العام تجاه القضايا السياسية حيث ينقل رسائل صناع القرار إلى الرأي العام ما يؤدي إلى ظهور شريحتين مؤيدة وغير مؤيدة، فيؤدي عدم الاقتصار على دراسة جانب واحد من جوانب الرأي العام إلى التوصل إلى معلومات وفيرة غنية عن قوة الرأي العام ومدى انتشاره واستمراره وشدته ومعقوليته ونطاقه وعمقه وكثافته مما يساعد على تحديد المزيج الاتصالي

واستمراره وشدته ومعقوليته ونطاقه وعمقه وكثافته مما يساعد على تحديد المزيج الاتصالي والإعلامي والمعرفي بما يتناسب مع هذه الجوانب مجتمعة (كامل خورشيد، 2013: 135).

يمكن تحويل الرأي العام الساكن إلى رأي عام ظاهر أو صريح عن طريق الاهتمام

يمكن تحويل الرأي العام الساكن إلى رأي عام ظاهر أو صريح عن طريق الاهتمام الإعلامي بالقضية أو الموضوع وطرحه بدرجة تزيد من اهتمام الأفراد به، حيث تسهم وسائل الإعلام عن طريق تقديم المعلومات والحقائق والبيانات في زيادة معرفة الأفراد بمجريات الأمور مما يساعد على تحقيق المزيد من القدرة لدى الرأي العام على الفهم والحكم الصحيح على القضية أو قضايا موضوع الرأي وصعوبة خداعة، كما تؤدي الجهود الإعلامية والاتصالية القائمة على أساس الدراسة الفعلية للرأي العام إلى زيادة اهتمام الجماهير المختلفة بالقضايا والموضوعات المثارة من النشاط الإعلامي، هو ما يساعد على تحقيق الاهتمام المستمر للرأي العام بهذه القضايا وتكوينه وبلورة الرأي العام القوي والمستدير نحوها (كامل خورشيد، 2013: 100). ويمكن تلخيص تأثير الإعلام على الرأي العام بالآتي:

**بعث الاستقرار:** الإعلام يعمل في الغالب على الحفاظ على الوضع القائم وإبقائه على حالة ويرجع السبب في ذلك إلى إن الإعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع ولذلك يأتي نتاجهم متأثراً بالأفكار السائدة وعاكساً لها.

**تغيير الرأي:** يستطيع الإعلام أن يغير آراء الجمهور باختيار نوع الإخبار التي يعرضها وطريقة عرضها والتعليق عليها أو تغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو المحافظة على الاتجاهات كما هي.

**تحديد الأولويات:** إبراز موضوعات تجاهل موضوعات تضخيم مبالغة تهويل تهوين

تحديد الخيارات المطروحة: تختار وسائل الإعلام ما تراه هي مناسباً للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للأحداث. (كامل خورشيد، 2013: 80).

بينما يصنف آخرون وظائف الإعلام الاجتماعية بالنسبة للرأي العام، الأخبار

بينما يصنف آخرون وظائف الإعلام الاجتماعية بالنسبة للرأي العام، الأخبار الحديثة والمتواصلة لتعزيز الرأي العام الذي قد يتم تكوينه ويعبر عن العلاقة بمجموعة من ظواهر الحياة الاجتماعية، حيث يقوم الإعلام بتحليل الأحداث الداخلية والدولية وبالتالي فهو يعمل على تنظيم الرأي العام ويهيئه مسبقاً من خلال إمامه بتلك القضايا للحكم عليها، فالإعلام أيضاً يعمل على تغيير الآراء المتكونة بصورة ناقصة، وهناك حالات تحدث عندما يتكون الرأي العام تحت تأثير الحقائق المشوهة لا أهداف مقصودة وموجهة، ولكن كلما استطاع الإعلام تقديم معلومات كاملة وشاملة كان الرأي العام في المقابل موضوعياً أكثر وهنا يكون بمقدور الخبر تشكيل الرأي العام المماثل بسرعة أكبر (كامل خورشيد، 2013: 181).

هناك عدة وسائل تساعد على تعبئة الرأي العام وخلقه، أهمها، الأحزاب السياسية، ومنظمات المجتمع المدني تعمل كقوى ضاغطة، السلطة السياسية وأخيراً وسائل الاتصال المختلفة (المتماثلة بالسلطة الثقافية ومكنزمات التغيير والتشكيل & formation change (صحافة، إذاعة، تلفزيون.. الوسائل الموجهية) وغيرها من الوسائل الأخرى المتاحة، أما أهم هذه الوسائل جميعها فهي (وسائل الاتصال mass communication) بصورها المختلفة، فأهم ما تقدمه وسائل الاتصال في هذا المجال، أنها تلعب أهم الأدوار من خلال احتكاكها بمختلف أوساط الرأي العام، حيث تعمل على دراسة الاتجاهات العامة لمعرفة النسبة لأية قضية قد يُراد طرحها من قبل السلطة، أو هي مطروحة فعلياً داخلياً أو خارجياً، ومن ثمة تقوم هذه الوسائل، وذلك حسب ظروفها بالعمل على تعبئة الرأي العام أو تعديله أو تكيفه أو تطويعه... الخ (كامل القِيم، <http://brob.org>، 2015/04/21).

يفترض بهذا التطويع أن ينسجم مع مصلحة المجتمع كوحدة متكاملة، وبالتالي فهي تقود مراقبة كبرى للسلوك السياسي والاجتماعي القائم والمتحرك وقد يتنافى في النظم الديمقراطية - مع ميل الوسيلة الإعلامية ومصلحة الاتجاه الذي تدعمه، من جهة أخرى فقد تكون وسائل الإعلام أو الاتصال ذات تبعية تامة للسلطة فيتم تسخيرها للتعامل مع الرأي العام بما يخدم أغراضها، وقد تكون مستقلة عن السلطة وتابعة لجهات أخرى متعددة، (أحزاب أو قوى ضاغطة..) فنجد اهتماماتها متعددة وبالتالي نجد أن الرأي العام ممزقاً

وموزعاً بين هذه الاهتمامات المتعددة (كامل القِيم، <http://brob.org>، 2015/04/21)

تعمل وسائل إعلام مختلفة استطلاعات، هي لا تختلف في وظيفتها عن الترويج السياسي للقضية (قضية الاستطلاع) أولاً، وثانياً هي تعلم أن معطيات القياس ليست من الصرامة المنهجية بحيث يمكن أن تهيئ لصاحب القرار (حزمة من المعلومات information pack) التي يمكن في ضوءها اتخاذ قرار، وهي أحياناً تتلاعب بمصادقية التوجه وبمشاعر المشاركين في الاستطلاع عن طريق :

1. اختيار العينة المشاركة sample participation ( في وسائل الإعلام في الغالب تكون قليلة جداً وغير مستحكمة إحصائياً من ناحية توزيع الفئات وجغرافية الشمول ووحدة الزمن وظروف التلقي ) وهي ليست عشوائية بحسب ما يُعتقد، بينما الاستطلاع المنهجي والعلمي والذي يعمل به الباحث الإعلامي أو السياسي أو فريق مراكز الأبحاث، يضع في نظر الاعتبار نوع العينة ومقدارها وتوزيعها الجغرافي، وسلامة التعامل مع معطيات أداة القياس بالصدق والثبات والدلالات الإحصائية .

2. معطيات المعلومات في الغالب تنتشر للأغراض دعائية أو بطولية أو سياسية أو جزء من حلول مؤقتة، بالانتقاء (والتحكم الرقمي (العددي) control numeral) لان القائمين على الاستطلاع هم صحفيون والصحفي غير الخبير الباحث في هذا الميدان، أي أن العملية ستتم بنوع من التبسيط والمجازفة التي غرضها النشر واستقراء العمل، بغض النظر عن صعوبة المشروع أو أجراءته الميدانية .

3. يمكن للمؤسسة الإعلامية أن تُديم مضمونها الإعلامي بالاستطلاع من خلال وحدة أو شعبة تعمل الاستطلاع خارج المضمون الإعلامي اليومي، ومن الممكن أن تستخدمه للنشر أو للتحليل كأداة أساسية للمعلومات...، وهناك فرق علمي كبير وهذا ما ندعو إليه .

4. انتقاء مادة الاستطلاع في الغالب لا يتعارض (كما نتابع) مع سياسة وتوجه المؤسسة الإعلامية، ومن يتعامل مع الاستطلاع أيضاً هو مستهلك لمضمون تلك القناة أو الصحيفة، وبالتالي هنا تسقط حالة القياس الكلية (الاجتماعية) تحت مظلة الانتقاء وعدم

إن بعض وسائل الإعلام الغربية والعربية، علاوة على مؤسسات دولية عديدة، بدأت بإجراء استطلاعات للرأي العام في عدة أقطار عربية، كما أجريت بشكل متكرر استطلاعات في كل من العراق وفلسطين. كذلك انتشرت على نحو لافت للانتباه استطلاعات الرأي في مواقع الإنترنت العربية بل وفي بعض البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ورغم عدم دقة هذه الاستطلاعات فإنها تخلق ضغوطا إضافية على احتكار الحكومات العربية لحق المنع أو الموافقة على إجراء استطلاعات الرأي العام أو توظيفها لخدمة سياساتها (محمد شومان، <http://www.aljazeera.net>, 2015/05/02).

من المتوقع في المستقبل القريب أو المتوسط الانتقال من مرحلة التجريب إلى ممارسة استطلاعات الرأي العام، الأمر الذي قد يخلق مشكلات بحثية وإجرائية، بل وأخلاقية، خاصة مع عدم وجود روابط أو اتحادات لتنظيم ممارسة استطلاعات الرأي العام تستطيع أن تضع قواعد ومواثيق أخلاقية للممارسة المهنية (محمد شومان،

#### المبحث الرابع : الحراك الشعبي :

شهد الجزائر منذ بداية سنة 2019 غليانا شعبيا لم تشهده منذ عقود عدة. ويعود سببه بدرجة أولى إلى تمسك الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بالترشح لعهدة رئاسية خامسة وسط جدل كبير حول وضعه الصحي. وبقدر ما يثير هذا الترشح من التساؤلات حول قدرة شخص خصص كل أسفاره إلى الخارج من أجل العلاج، فإنه يثير كذلك تساؤلات حول سلطة سياسية عزلت نفسها عن المجتمع بسبب ممارساتها، وبسبب الخيارات الاقتصادية التي انتهجتها الحكومات المتتالية، ولا سيما منذ بداية الأزمة المالية الناجمة عن انهيار أسعار النفط عام 2014، حيث انخفضت المداخيل بما يقارب 50 بالمائة، مما أدى إلى اللجوء إلى خيار التمويل غير التقليدي أي طباعة نقود بدون مقابل.

كما جاءت هذا الانتخابات في ظروف سياسية أمنية ميّزتها أزمة المجلس الوطني الشعبي من خلال الانقلاب على رئيسه، وتغييرات غير مسبوقه في سلك المؤسسة العسكرية التي شاهدت عزل أو إقالة أو متابعة ضباط سامين في مناصب جد حساسة، إضافة إلى ما سبقه من حدث إجرامي غير مسبوق تمثل في أكبر فضيحة تهريب للكوكايين في تاريخ الجزائر.

وبالرغم من إقدام الرئيس على سحب ترشحه وتأجيله للانتخابات الرئاسية، واقتراحه لمرحلة انتقالية، فإن الاحتجاجات تواصلت بل واتسعت رقعتها.

ما هو مآل هذا الاقتراح؟ هل ستشهد الجزائر انتقالا ديمقراطيا أم إعادة إنتاج النظام القائم بوجوه جديدة؟

### ملامح الحراك الشعبي

لقد أدى إعلان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عن نيته الترشح لعهدة خامسة إلى ردود فعل متبعثرة ومحدودة في مرحلة أولى تمثلت في مناقشات نذكر منها، على سبيل المثل لا الحصر، تلك التي حصلت في بلدية خنشلة عندما أقدم المواطنون على نزع صورة الرئيس الملتصقة على واجهة البلدية(1).

غير أن هذه المظاهرات المحدودة جغرافيا ما لبثت أن تحولت إلى حراك شعبي واسع وشامل يوم 22 فبراير حيث عرفت كل أقطار الجزائر استجابة موحدة لنداء التظاهر بعد صلاة الجمعة انطلاقا من المساجد.

وقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي(2) دورا محوريا في اتساع رقعة هذه التظاهرات من خلال الدعوات الملحة والمتكررة للمواطنين من أجل التظاهر كل يوم جمعة بطريقة سلمية.

هذا الحراك الذي لم تشهده الجزائر من قبل يتسم بالعديد من الخصائص والمميزات الجديرة بأن تحظى بالمعناية والدراسة. وسنحاول أن نلخص هذه المميزات فيما يلي:

أولا، إسقاط حظر التظاهر في الجزائر العاصمة حيث لم تر شوارع العاصمة مظاهرات شعبية منذ سنة 2001.

ثانيا، تزامنا مع سقوط حظر التظاهر في العاصمة اتسعت رقعة المظاهرات زمانيا، حيث أصبح الجزائريون يحضرون ويلتقون تقريبا كل يوم سواء في أماكن محدودة كالجامعات والنقابات والجمعيات أم في الفضاء العام كوسط العاصمة، غير أن أكبر التجمعات كان تحدث بالأساس نهاية كل أسبوع في شوارع المدن والقرى، في شمال وجنوب وغرب وشرق البلاد وفي الوقت نفسه. ويمثل الطابع المتزامن والوطني لهذه التجمعات أول ميزة تميز بها الحراك، حيث

كانت كل الاحتجاجات التي عرفتها الجزائر منذ عقود، محدودة جغرافيا (منطقة القبائل، ورقلة، غرداية..) وغير متزامنة. بالإضافة الى أنها كانت تتمحور بالأساس حول مطالب فئوية، مهنية واجتماعية(3).

ثالثا، تجري هذه التظاهرات بطريقة سلمية رغم غياب تأطير هيكلية لها. فمنذ بداية الحراك تكرر شعار "سلمية سلمية" كمبدأ أساسي ليتحول بعد ذلك إلى نهج عملياتي يتجلى عبر النداءات المتكررة بعدم الاستجابة للاستفزازات وعدم الدخول في مواجهات مع أجهزة الأمن. وبالفعل توالت المظاهرات الأسبوعية بدون تسجيل مناوشات خطيرة باستثناء بعض منها وقع بعد انتهاء المظاهرات وكانت من فعل جماعات قالت الحكومة إنها لا تنتمي إلى المتظاهرين. بالمقابل نلاحظ تمسك أعضاء أجهزة الأمن باحترافية وهدوء كبيرين.

رابعا، من حيث التركيبة الاجتماعية يمكن القول بأن هذا الحراك شمل كل شرائح المجتمع من شباب وكهول وشيوخ ورجال ونساء وعمال وعاطلين ومثقفين. وإذا كانت الشريحة الشبابية موجودة بقوة في هذا الحراك، فإن ما يلفت الانتباه هو، وبالعكس الاحتجاجات التقليدية، تحاشي هؤلاء الشباب اللجوء إلى الأساليب التقليدية من غلق للطرق وحرق للعجلات وكسر للمرافق العمومية. ولعل للتنوع الاجتماعي تأثيرا كبيرا في الحفاظ على سلمية الحراك واستمراره.

أخيرا وليس آخرا، تتمثل الميزة الأساسية الأخرى لهذا الحراك في مطالبه التي بدأت وتواصلت بمطالب سياسية محضة من رفض للعهد الخامسة، ثم رفض لتمديد العهد الرابعة، إلى تغيير النسق السياسي بأكمله. وهذا يختلف جذريا مع المطالب التي بقيت تحرك الاحتجاجات الاجتماعية خلال عقود.

وبموازاة مع المظاهرات الجمعية، نلاحظ حراكا طوال أيام الأسبوع من خلال توقيف العمل وإضرابات وتجمعات ومسيرات نظمتها نقابات قطاعية في التربية، والتعليم العالي، والنقل، وسلك المحامين والقضاة، مرددة المطالب السياسية المذكورة أعلاه وليس المطالب الفئوية والمهنية التي عادة ما تحرك هذه القطاعات. كما نشير في نفس السياق إلى الانشقاقات التي طالت الهيئات المعروفة بانتمائها للمواولة على غرار النقابة التاريخية (الاتحاد العام للعمال

الجزائريين)، ومنتدى أرباب العمل(4) ومنظمة المجاهدين وأبناء الشهداء، وحزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الوطني الديمقراطي.

في ظل اتساع رقعة الحراك زمنيا ومكانيا وارتفاع سقف المطالب من رفض العهدة الخامسة إلى التغيير الجذري للنظام، ماذا كان رد الرئيس عبد العزيز بوتفليقة؟

**الانتقال المفروض :** في محاولة منه لامتصاص غضب المتظاهرين الذي ازدادت حدته مع اقتراب موعد فصل المجلس الدستوري في ملفات الترشح أعلن الرئيس المنتهية عهده عن مجموعة من القرارات:

أولا، سحب ترشحه لعهدة خامسة.

ثانيا، تأجيل الانتخابات لأجل غير محدد.

ثالثا، تغيير حكومي هام.

رابعا، تنظيم ندوة وطنية تضم جميع الفعاليات، تكون مهمتها اقتراح إصلاحات سياسية عميقة بما فيها دستور جديد يُعرض للاستفتاء.

خامسا، تنظيم انتخابات رئاسية تشرف عليها لجنة انتخابية وطنية مستقلة.

سادسا، تشكيل حكومة تضم كفاءات وطنية تدعمها الندوة الوطنية.

أخيرا، يتعهد الرئيس بضمان تجسيد هذه الوعود.

ونلاحظ مبدئيا أن هذا العرض لا يختلف عن ذلك الذي قدمه الرئيس عبد العزيز بوتفليقة يوم 3 مارس تاريخ إيداعه ملف ترشحه لدى المجلس الدستوري. فباستثناء تأجيل الانتخابات الرئاسية، كرر الرئيس المنتهية عهده نفس الوعود مع تقديم بعض التفاصيل، مما يشير إلى أنه متمسك بالبقاء في السلطة من خلال تمديد عهده الرابعة بعد أن عبّر الشعب الجزائري عن رفضه لعهدة خامسة.

وإذا كان الرئيس قد حرص على أن يدرج هذا العرض في منطوق الانتقال الديمقراطي، وهي سابقة في حد ذاتها، فإن هناك مجموعة من المؤشرات تجعل هذا الطرح محل تساؤلات.

أولاً، قام الرئيس بتعيين وزير الداخلية الأسبق، نور الدين بدوي، وزيراً أول، وهو الذي أشرف على الانتخابات التشريعية والمحلية لسنة 2017، وهي انتخابات شهدت بعض التجاوزات كالتزوير وشراء الزم. يضاف إلى ذلك الطريقة التي ووجهت بها مظاهرات الأطباء المضربين.

وفي سياق الانتقال المفروض استنجد بالدبلوماسي المخضرم، الأخضر الإبراهيمي، لتسويق خطة الرئيس للرأي العام الدولي والجزائري، غير أن العلاقات الوطيدة بين الإبراهيمي والرئيس، وتصريحاته العديدة حول صحة الرئيس وقدرته على مواصلة مهمته، إضافة إلى تقدمه في السن وابتعاده عن الجزائر لسنوات طويلة، جعلته في نظر الجزائريين غير مؤهل للقيام بهذه المهمة. وعليه، توحى المؤشرات الأولية بأن الحكومة التي وعد بها الرئيس يصعب عليها أن تمتص الغضب الشعبي وأن تقود المرحلة الانتقالية التي تستلزم درجة معينة من الحياد أو على الأقل مسافة ما من السلطة.

أما فيما يتعلق بالندوة الوطنية، فإن المقترح في حد ذاته غير سيئ، إلا أن تركيبتها ومن يعين أعضائها من شأنه أن يفقدها المصداقية ويُفرغها من محتواها، ناهيك عن أن الإشكال الجوهري ليس في وضع الدستور بقدر ما هو في احترامه، حيث إن الدستور عُدل من جديد في عام 2016، بعد ذلك الذي صدر عام 2008، وخُرق بتمديد العهدة الرابعة.

توحى هذه الاعتبارات بأننا أمام محاولة إعادة استنساخ نموذج ندوة الوفاق الوطني لسنة 1994 التي سعت السلطة السياسية من خلالها إلى التحكم في المرحلة الانتقالية آنذاك، من المنبع إلى المصب، بفرض مقدماتها ونتائجها: انتخابات رئاسية سنة 1995، تعديل دستوري سنة 1996 وانتخابات تشريعية ومحلية سنة 1997.

على ضوء ما تقدم، يمكن القول بأننا أمام مقاربة من نوع "الانتقال الفوقي والمفروض" الذي يروم إعادة إنتاج النسق السياسي بثوب جديد، وهو ما يرفضه الحراك الذي يطالب بمرحلة انتقالية تفضي في آخر المطاف إلى تغيير النظام جذرياً، سلمياً وتوافقياً. لكن ما هو النموذج الأنسب لتحقيق هذه التطلعات؟

الانتقال التعاقدى يؤكد معظم دارسي إشكالية الانتقال الديمقراطي، أنه لا يوجد نموذج معياري شامل يمكن تطبيقه على جميع الحالات. فالدول التي سارت على هذا النهج، بدءاً من إسبانيا، مروراً بدول أمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية، وصولاً إلى تونس، كوّنت هذه المقاربة وفق خصوصياتها السوسولوجية والأنثروبولوجية والسياسية.

ذلك أن الانتقال الديمقراطي، الذي يفهم على أنه مرحلة زمنية بين نظامين، ما هو إلا هندسة تتضمن مجموعة من الآليات وتفرض إيقاعاً معيناً يجب احترامه للوصول إلى الهدف المنشود. فالتجارب الناجحة إلى حد ما، ونخص بالذكر تونس، وبعض الدول الإفريقية، تعلمنا بأن نجاح الانتقال التعاقدى يستند إلى المرتكزات التالية: التفاوض، والتوافق، والتدرج، والسلمية، لكنه يستلزم توفير مجموعة من الشروط يمكن أن نوجزها فيما يلي:

أولاً، وجود معارضة قوية ومنظمة وذات تمثيل قوي في شكل أحزاب، أو تنظيمات نقابية وجمعيات. ما يمكن ملاحظته في الحالة الجزائرية هو أن هذه المؤسسات السياسية والاجتماعية، تجد نفسها في حالة ضعف عن مواجهة السلطة. يعود هذا الضعف لأسباب موضوعية يرتبط جزء منها بسياسة التطويق والاحتواء التي فرضتها السلطة السياسية، في حين يرتبط الجزء بأسباب تخص مسؤولية هذه المؤسسات وممارستها. وإذا لم تفتح هذه الأحزاب على المجتمع ويقترّب بعضها من بعض في تكتل يختزل الطموحات الفردية، فإنه سيصعب عليها أن تكون في موقع تفاوضي أمام السلطة.

ثانياً، تواصل الحراك للضغط على السلطة السياسية ورفع سقف المطالب وإجبارها على تقديم المزيد من التنازلات، وهو ما يطرح في حد ذاته إشكالية هيكلية هذا الحراك وإيجاد ممثلين يتحدثون ويتفاوضون باسمه مع السلطة.

ثالثاً، تعزيز مركز الجناح الإصلاحى داخل السلطة في مواجهة الجناح الرفض لأى تغيير والمتمسك ببقاء الوضع الراهن. فعلى غرار ما حدث في بعض الدول، كتونس مثلاً، يمكن أن نفترض وجود تيار داخل هرم السلطة مقتنع بضرورة التغيير التدريجى والتفاوضى، وهو ما حدث سنة 1988.

## المبحث الخامس : نظرية الأجندة الإعلامية

### المطلب الاول مفهوم نظرية وضع الأجندة

تعد نظرية الأجندة واحدة من الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام حيث تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

ويفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعودا أو هبوطا لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف -أيضا- صانعي القرار السياسي (هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993، ص 10).

وقد أشارت العديد من الدراسات الإعلامية أن دراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات المثقف يعد تطورا في دراسات وضع الأجندة والاتصال السياسي، وبالرغم من ذلك لم تتكرر هذه الدراسات حيث ينصب التركيز على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الرأي العام

إن مقترح تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت وكذلك عدد البلدان التي أعد فيها فرضياته، وإذا كان البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين MC Combs and D. Shaw لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إل العشرينيات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترح: ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده،

وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات نظرية وضع الأجندة تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام

وتحتل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات. فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يراد له التفكير فيها

يعتبر الثنائي ماكسويل ماكومبس ودونالد شو MC Combs, D. Show من أعطى هذه التسمية لهذا النموذج، ومن لاحظ هذه الظاهرة لأول مرة أثناء الحملة الانتخابية لسنة 1972 بعد أن تمت نفس الملاحظة سنة 1968 خلال الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية؛ مفادها أن الأفراد أثناء الحملة الانتخابية يأخذون القسط الكبير من المعلومات عن وسائل الاتصال الجماهيرية ومنها يكتسبون معلومات جديدة ويصبحون أكثر إدراكا للعوامل الجديدة التي تؤكد عليها وسائل الإعلام أثناء عملية نقل النقاشات حول الإشكاليات المختلفة أثناء الحملة الانتخابية، وبهذا فإن الافتراض الأساسي لهذا النموذج يلخصه "برنارد كوهن Cohen Bernard" في قوله: "قد لا تنجح وسائل الاتصال الجماهيرية معظم الوقت في تحديد ما يعتقد الجمهور، ولكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر حوله هذا الجمهور" (براهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 208).

ويضيف ماكومبس وشو MC Combs, Show حول دور الجمهور في ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" حيث يقولان: "بينما تلعب وسائل الإعلام دورا رئيسيا في تحديد القضايا العامة اليومية، إلا أنها ليست بالكامل المحددة لأولويات أجندة الجمهور إذ هناك تفاعل بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور"

ووضع الأجنحة كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمثل علميا في كونها نصيرا أكبرا في صنع الثقافة السياسية للجمهور، بحيث أنها تربط بين تصور إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام من خلال وظيفة ترتيب الأولويات - وضع الأجنحة - دورا اجتماعيا بتحقيق الاجتماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيما بعد باعتبارها رأيا عاما.

وقد حدد ماكومبس وشو MC Combs, Show العوامل التي تؤثر في وضع الأجنحة على مستوى الفرد وعلى مستوى وسائل الاتصال

**-فعلى مستوى الفرد:** هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال ثم اتجاهات الفرد المسبقة؛

**-وعلى مستوى وسائل الاتصال:** هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل الاتصال ثم نوع هذه الوسائل، هذه المتغيرات تؤثر على شروط وضع الأجنحة والتي من أهمها:

قيام وسائل الاتصال بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذي تقدمه وأيضا حاجات ورغبات الجمهور والتي تلعب دورا واضحا في وضع الأجنحة.

وبالنسبة لعامل نوع الوسيلة فإن معظم البحوث التي أجريت في إطار نظرية وضع الأجنحة أيدت تفوق الصحافة المكتوبة على بقية الوسائل.

هذا المفهوم خاص بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور، ويرى أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى لو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات (أحمد زكرياء، نظريات الإعلام، ط1، المكتبة المصرية للنشر، 2009، ص 06)

وبناء على ذلك تسهم كثيرا في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع، فمن خلال التركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع

وضع الأجندة عملية تقوم بها وسائل الإعلام باختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة، لكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة كأن تخبر الجمهور بأن هذه القضية هي الأكثر أهمية، ولكن يكون ذلك من خلال: تكرار تغطية هذه القضية بشكل أكبر مقارنة بالقضايا الأخرى وتخصيص حيز زمني ومساحة أكبر أو بطريقة استعراضية تجعلها أكثر بروزا

وهذا ما حدد (إيفرت روجرز ودرينج سنة 1988) للتمييز بين القضايا والأحداث لبحوث وضع الأجندات الإعلامية وهذا الاختلاف يمكن قياسه من ناحية المدة الزمنية ومدى بروز الموضوع والأهمية الممنوحة له، فوضع الأجندة في غالب الأحيان تقاس من خلال مستوى التكرار.

### المطلب الثاني: خلفية تاريخية لنظرية وضع الأجندة

إن الفرضية الأساسية لنظرية وضع الأجندة مفادها أن أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في مستهل الأخبار، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور وجزء لا يتجزأ من أجندته القائمة، بعبارة أخرى تحديد الأجندة التقليدية (لأنه يوجد شكل حديث لها) يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يتم بتركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟

هذه الظاهرة وفي زمن عدم وجود التلفزيون كان قد أشار إليها Walter Lippman في كتابه Public Opinion (Maxwell M Combs and Donald Show, The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty Five Years in The Marketplace of Ideas, Journal of Communication, Vol 4, PP 703-711)

ويرجع بعض الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام 1958 في مقال "لنورتن لونج"

إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى "برنارد كوهن Cohen Bernard" في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963.

إلا أن البعض يرجعها لـ "ليمان Walter Lippman" الذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيئات زائفة - في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع" وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية للسياسات أشار "ليمان" إلى أن السياسات عبارة عن سلسلة من الصورة الذهنية التي يتم نقلها من خلال وسائل الإعلام، وتكون هذه الصور الذهنية "بانوراما" متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور العام"

وهناك نص مباشر لم يلتفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر "برنارد بيرلسون" 1948 في مقاله المعنون "الاتصالات والرأي العام" أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتنا من عرض وسائل الإعلام لهذه الرسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام... فوسائل الإعلام بهذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور عما يتحدثون.

وتبعا لهذا النموذج فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ المسائل من أهمية تبعا للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 288).

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره Krut Lewin سنة 1947 حول قرارات ربوات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوى على "مناطق بوابات"، بخصوص ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول، أو التواصل في القناة.

هذه الفكرة طبقها White 1950 في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، والتي اعتبرها (القرارات) النشاط الأهم في حراسة البوابة، وعليه فإن نموذج White شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخبرية لوكالات الأنباء، وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج من حيث أنه يتجاهل العوامل البنائية التنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية - التركيز على المحرر - إلا أن White ساهم باسم في مدرسة بحث كاملة حول المبلغين

وضع الأجندة هي ترتيب الأولويات أو وظيفة المفكر ترجع الأصول النظرية لهذه البحوث إلى ولتر ليبمان Walter Lippman الذي أسس لها في كتابه الرأي العام سنة 1922 حين رأى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وإن كانت غالباً ما تطرح - بيئات زائفة - وتعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تهتم المجتمع

لكن الباحثون يعتبرون أن أول إشارة مباشرة للنظرية والإقراء بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام - نظراً لتجاهلها تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين - كانت لـ نورتون لونج Norton Long في مقاله سنة 1958 لوضحها أكثر برنارد كوهن Bernard Cohen ، إذ أحيها بعد ذلك بنحو أربعين سنة في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963 حين أكد وجهة نظر ليبمان بقوله: "أن وسائل الإعلام لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)"، أي أنها تعلم جمهورها وترشده إلى ما يجب أن يتحدث فيه، فهي قادرة على تعليمه مدى الأهمية التي تكتسبها المسائل والقضايا ( -نفس المرجع السابق، ص 290).

### المطلب الثالث: تطور نظرية وضع الأجندة

تعود الأصول الفكرية لدراسات وضع الأجندة إلى ما كتبه ليبمان Lippmann عام 1922 عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث".

وبعد أربعين سنة: أي في عام 1963 كتب كوهن برنارد Cohen Bernard عن قوة وأهمية وسائل الإعلام في تحديد الإعلام القضايا التي يهتم بها المجتمع.

لقد عبرا ليبمان وكوهن عن المعنى الذي إنبثقت منه دراسات وضع الأجندة بعد أول دراسة أمبريقية تحمل هذا المصطلح العلمي الجديد عام 1972 (لمكسويل ماكومبس ودونالد شو (MC Combs and Donald Show) وتزامنا مع هذه الدراسة الإمبريقية كانا الباحثان (كوب وألدر (Cobb and Elder) يطوران أفكار مشابهة عن وضع أجندة السياسة "وهي العملية التي تنتقل بمقتضاها أولويات وسائل الإعلام إلى أولويات السياسة العامة [18]؛ بمعنى أن القضايا التي تحصل على اهتمام وسائل الإعلام في دولة معينة في فترة زمنية معينة تتبناها الدولة باعتبارها سياسة عامة كون وسائل الإعلام الصوت المعبر عن إحتياجات الرأي العام.

فتم اعتبار نظرية وضع الأجندة "أحدث النظريات العلمية في مجال الإعلام السياسي" أما وضع أجندة وسائل الإعلام فلم يحظ بالاهتمام الكافي، وتم قبول أولويات اهتمامات وسائل الإعلام كما هي دون البحث في العملية التي سبق تشكيلها، والتي تشمل كل التفاعلات بين وسائل الإعلام والمصادر الإخبارية وغيرها في إطار من التنافس والتعاون المحكوم بقيم وممارسات وإجراءات معينة. (محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997، ص 347).

في عام 1992 كتب Show and MC Combs أول دراسة نشرت عن وضع الأجندة: "تتسع المجالات البحثية لوضع الأجندة يوما بعد يوم، ويتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة استكشافه للأدوار الفاعلة التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حياتنا السياسية والاجتماعية" وقد تعمق الباحثون في اتجاهات بحثية نظرية ومنهجية جديدة خارج نطاق المفهوم الأول لوضع الأجندة الذي كان سائدا في السبعينات.

وإن أهم ما يميز هذه النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق جديدة، ومن هذا المنطلق تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية هي:

-النمو المستمر للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها حتى اليوم؛

-قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية (الاتصال – السياسة – المجتمع)؛

-قدرتها على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة.

ورغم مرور أكثر من أربعة عقود خلت على قبول الفرضية العلمية لنظرية وضع الأجندة، فإن عددا من الدراسات أغفلت جانب التكامل في العملية الاتصالية، ولم تنطلق من رؤية تكاملية في دراستها لمصادر التأثير.

وعليه يجب دراسة القيمة التكاملية في إطار النظرية من خلال دراسة أكثر من مكون من مكونات المجتمع مثل الصحافة والمتقف العضوي والرأي العام باعتبار أن ذلك يمثل مطلبا حيويا لنضج البحث العلمي في النظرية، كما أن دراسة كل مكون من هذه المكونات على حدة سيحكم عليه بالعجز والقصور.

تعد نظرية وضع الأجندة من النظريات المتكاملة لاهتمامها بدراسة "الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري" (محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 177) فقد أكدت عديد الدراسات أن الاتصال الشخصي (المتقف العضوي) له دور مهم في بنية النظرية إذ يمكن أن يدعم أو ينافس وسائل الإعلام (الصحافة المكتوبة) في ترتيب أولويات الجمهور (الرأي العام)، بحيث يعزز تأثير هذه الوسائل بالنسبة للقضايا التي تتم تغطيتها بتوسع في وسائل الإعلام، بينما يمكن أن ينافس أولويات وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا التي تتم تغطيتها بشكل أقل في تلك الوسائل.

في أواخر التسعينات من القرن الماضي اهتم الباحثان (بروسيوس وويمان Brosius and Wiemann) بالتكامل بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري وإعتبروا هذا التكامل فرضية أساسية في نظرية وضع الأجندة ونموذج إنتقال المعلومات على مرحلتين" وتم المزاجة لقياس التأثير من جوانب عدة بين وسائل الإعلام وقادة الرأي والجمهور سعيا لتحقيق البعدين التفاعلي والتكاملي في نظرية وضع الأجندة لمعرفة من يؤثر في الآخر.

## العوامل المؤثرة في وضع الأجندة

يمكن حصر العوامل التي يحتمل أن تؤثر على وضع الأجندة على النحو الآتي:

- 1-طبيعة القضايا.
- 2-أهمية القضايا.
- 3-الخصائص الديموغرافية.
- 4-الاتصال الشخصي.
- 5-توقيت إثارة القضايا.
- 6-نوع الوسيلة المستخدمة.
- 7-المدى الزمني لوضع الأولويات.

وهذه العناصر ليست على سبيل الحصر الدقيق ، لأن عملية وضع الأجندة لا تشكل إلا جانباً من الظواهر الإنسانية التي تتميز بالترابط والتشابك والتعقيد . و لهذا فان الحذر العلمي يدعونا الى أن نتحفظ و أن نتوقع مع اختلاف المجتمعات و تطورها و إمكانية اكتشاف عوامل جديدة لم يسبق التعرف عليها من قبل . و نتناول فيما يلي أهم العوامل التي ربما تؤثر في عملية وضع الأجندة بنوع من التفصيل على النحو الآتي :

### 1-طبيعة القضايا:

يقصد بطبيعة القضايا مدى أوانها مدرآة أو ملموسة من جانب أفراد الجمهور ، أو أن تكون القضية مجردة ، و القضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة أول دراسة إمبريقية تهدف إلى قياس Zucker " مباشرة فيها ، و قد أجرى " زوار 1976 و تم – تأثير طبيعة القضية خلال فترة زمنية ممتدة لثمانية أعوام من 1968 نشر هذه الدراسة عام 1978 ، و قد أجرى الباحث القياس على ست قضايا اعتبرها غير ملموسة و هي : التلوث ، و المخدرات ، و الطاقة. ( عاطف عدلي العبد عبيد ، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1999 ) . وثلاث قضايا ملموسة هي:

تكاليف المعيشة ، و البطالة ، و الجريمة . و خلص " زوآر " إلى وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة.

و في دراسة أخرى أجراها " بلود للدراسة التي قام بها " زوآر. " خلصت إلى نتائج مشابهة Blood "

و أشارت دراسة " ياجاد " و " دوزير " الخاصة بدراسة : قضايا الأسلحة النووية ، و عجز الميزانية أفضيتين مجردتين ، مقابل قضايا المخدرات و الطاقة أفضيتين ملموستين ، إلى زيادة وظيفة وضع الأولويات للقضايا الملموسة ، عن القضايا التي تنطوي على أفكار مجردة ، و تتسم بالعمومية ، و ذلك على عكس افتراضات الدراسة السابقة.

و قد وجد " ويفر و زملاؤه ( 1981 ) " أن آثار وضع الأجندة تكون قوية بالنسبة للقضايا غير الملموسة ، في حين يرى باحثون آخرون أن القضايا غير الملموسة ظاهريا ، قد تصبح ملموسة بعد حوالي ستة أشهر من التغطية الإعلامية المتكررة.

أذلك يختلف الباحثون بشأن تحديد نوع القضايا الملموسة ، ففي حين يرى " زوآر " أن الجريمة قضية ملموسة ، يرى " ويفر " و زملاؤه أنها قضية غير ملموسة.

## 2-أهمية القضايا:

افتترضت دراسة " آرتر و زملاؤه " وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية ، و زيادة حصولها على أولويات أأبر ، و أشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد و الخوف مثل : التلوث و الإيدز، عن القضايا التي لا تكوّن تهديدا مباشرا مثل : الإجهاض والحرب النووية.( علي عجوة ، العلاقات العامة و الصورة الذهنية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 20، )

## 3-الخصائص الديموغرافية:

تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية و ترتيب إلى أن متغير التعليم يلعب دورا Whitney " الأولويات ، فقد خلصت دراسة " ويتنى أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل

الإعلام ؛ حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين ، و من جانب آخر أشارت دراسة " شاو و مارتن " إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديمغرافية و ترتيب الأولويات.

#### 4-الاتصال الشخصي:

يمكن للاتصالات الشخصية تحديد تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية ( 1987 الخاصة بإدراك Mutz ) ( إعلامية مكثفة . و من أمثلة ذلك : دراسة " : موتز الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة إجتماعية ، و دراسة" ويفر ( 1982 ) " حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات و ترتيب الأولويات ، و أيدت هذه الدراسة دور الاتصال الشخصي في ترتيب أولويات الاهتمام.

#### 5-توقيت إثارة القضايا:

أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات و من أمثلة هذه الدراسات:

دراسة " روبرتس " حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي . و دراسة " بروسياس" و " آيبلنجر " حول تأثير وسائل الإعلام على الميول الانتخابية في ألمانيا. ( حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 288).

#### 6-نوعية الوسيلة المستخدمة:

انتهت دراسة " باترسون " و " مكلور " حول تأثير الأخبار والإعلانات التلفزيونية على تحديد أولويات الجمهور في الانتخابات الأمريكية لعام 1972 ، إلى أن أخبار التلفزيون ذات تأثير محدود على وعي الناس بالقضايا الانتخابية ، في حين يكون تأثير الإعلانات أأبر على وعي الجمهور بأوضاع المرشحين في هذه القضايا.

و في دراسة " أتكين و هيلد " حول تقييم أثر الإعلانات السياسية في التلفزيون لاحظ الباحثان وجود علاقة ارتباط إيجابية متواضعة بين حجم التعرض للإعلانات التلفزيونية ، و معرفة الناخبين بالمرشحين و القضايا الانتخابية.

أذلك قسم " بنتون و فرازير " في دراستهما وظيفة وضع الأولويات إلى ثلاثة مستويات : يتضمن المستوى الأول : وضع قائمة واسعة من الموضوعات و القضايا ويطرح المستوى الثاني : قضايا فردية أآثر تخصصا من المستوى الأول ، و يرآز المستوى الثالث : على معلومات أآثر تخصصا حول القضايا الفرعية التي يحددها المستوى الثاني . و وجد الباحثان أن الصحف تقدم المستويات الثلاثة لقراءها ، في حين يقدم التلفزيون المستوى الأول فقط و يهمل المستوى الثاني و الثالث و بالتالي ، فإن وظيفة وضع الأولويات لا تنطبق على آل وسائل الإعلام . كذلك أشارت دراسة " ماكومبس " إلى أن الصحف تقدم وظيفة وضع الأولويات لقراءها ، في حين لا يقدم التلفزيون هذه الوظيفة للمشاهدين . ( عمار بوحوش ، تطور النظريات و الأنظمة السياسية ، المؤسسة الوطنية . - للكتاب ، الجزائر (1984

و يبدو أن الصحف و التلفزيون يحققان وظيفة وضع الأولويات للجمهور ، و لكن الاختلاف يمكن في المدى الزمني لوضع الأولويات ، فالتلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير ، بينما تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى البعيد .

#### 7-المدى الزمني لوضع الأولويات:

أشار المنظرون في بدايات تناولهم لنظريات الاتصال إلى أن تأثيرات وسائل الإعلام لا تحدث بشكل إلزامي ، أما أنها لا تحدث بشكل مباشر و سريع . و حول هذا التأثير إلى فكرة التأخر أو التباعد بين تقديم المصدر للرسالة " Hovland أشار " هوفلاند Sleeper من ناحية ، و قبول المتلقي لها من ناحية أخرى ، و عُرف ذلك " بتأثير النائم فبعد فترة من الزمن ينسى المتلقي المصدر في حين يتآر الرسالة . ، Effect " و أشارت نتائج دراسات عديدة إلى أن هذا التأثير يحدث تدريجيا ، و عبر فترة من الزمن ، و مع ذلك فإن طبيعة القضية المثارة قد تفرض زمنا قصيرا أو طويلا للتأثير على الجمهور ، و لكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأولويات في التلفزيون أقصر منه في الصحف (نواف عدوان ، المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري ، المرآز العربي للبحوث)

## تقسيمات وضع الأجندة:

1. **أجندة الجمهور**: ويقصد بذلك دراسة اهتمامات أولويات الجمهور تجاه المضامين أو القضايا المطروحة، وبالتالي تكون هذه الأجندة مختلفة حسب اعتبارات معينة تابعة للجمهور، فقد تكون هذه الأجندة شخصية، ذاتية أو أجندة خاصة بالمجتمع.

2. **أجندة وسائل الإعلام**: هنا يقصد بها أولويات القضايا التي تتطرحها وسائل الإعلام بكافة أشكالها، وبالتالي تكون هذه الأجندة مرتبطة بشكل كامل في الدراسات الاجتماعية، مثل التكافؤ أو الرؤية فقد تكون هذه الأجندة متعلقة بالصحف أو أجندة متعلقة بالتلفاز أو أي وسائل إعلامية أخرى.

3. **أجندة السياسة العامة**: ويقصد بها الأجندة التي تقوم على أخذ أولويات صانعي القرار، أو أولويات القضايا السياسية العامة كمتغيرات تابعة لها، وبالتالي تكون اهتمامات وسائل الإعلام بمثابة متغير مستقل لها، فقد تكون هذه الأجندة منبثقة عن الحكومة أو السياسية، مثل التأييد أو حرية اتخاذ القرارات إزاء الأحداث. (- نواف عدوان ، المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري)

## وظائف نظرية وضع الأجندة:

1. **زيادة وعي الجمهور تجاه القضايا المطروحة**: بحيث يكون قادر على معرفة القضية الهامة من بين الكثير من القضايا التي تتناولها الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها.

2. **مراقبة البيئة**: ويرتبط ذلك برغبة الجمهور في معرفة ما يدور حوله سواء كان ذلك في البيئات الداخلية أو حتى الخارجية، بحيث يكمن دور وسائل الإعلام بتناول هذه القضايا وتقديم الحلول المناسبة حولها.

3. **الترابط**: ويقصد بذلك قيام وسائل الإعلام بتكوين رأي عام موحد و مترابط تجاه القضايا التي يتناولها؛ مما يساهم في إيجاد اتفاق عام تجاه القضايا المختلفة والمتنوعة.

4. **نقل التراث الاجتماعي**: ويقصد بذلك القدرة التي تملكها وسائل الإعلام في نقل الموروث الاجتماعي كالعادات، التقاليد والأعراف لدى مجتمع معين خلال

فترات زمنية مختلفة وهو ما يساهم في تعريف الجماهير على هذه الموروثات  
الاجتماعية.

الجانِب

التطبيقي

## المبحث الأول : تشخيص لجريدة الشروق

تاريخ جريدة الشروق اليومي، هي صحيفة يومية تصدر باللغة العربية تأسست سنة 1990 تحت اسم الشروق العربي على أيدي مهنيين قدماء كانت لهم الخبرة والممارسة في مجال الإعلام على رأسهم المدير العام لمجمع الشروق علي فضيل وفي يوم الثاني من نوفمبر من سنة 2000 راسخا في قاموس الساحة الإعلامية الجزائرية، كيف لا وهو تاريخ صدور العدد الأول من جريدة الشروق اليومي ولم يمر وقت طويل حتى بدأت الجريدة في حصد النجاحات الواحدة تلو الأخرى، فبعد أشهر قليلة من صدورها صارت تحتل المرتبة الثانية في الجزائر بسحب تجاوز آنذاك 300 ألف نسخة. وفي عام 2005 كانت انطلاقة جديدة للشروق اليومي عن طريق تجديد الطاقم الصحفي والإداري بالكامل وقد أثمرت هذه الاستراتيجية نتائجها، حيث صارت تحتل المرتبة الأولى وطنيا ومغاربيا عام 2007، في تطور مستمر إلى أن جاوزت المليون نسخة يوميا وهو رقم غير مسبوق على المستوى الوطن

وفي مرحلة الأحداث الكروية مع مصر، أي ما بعد المباراة الأولى قبل 14 نوفمبر، بلغ سحب الجريدة 2 مليون نسخة، وهو رقم صعب على أي جريدة أخرى تحقيقه، لتواصل الجريدة منذ ذلك الوقت التربع على هرم أفضل الجرائد في الساحة الإعلامية الجزائرية في انتظار مزيد من النجاحات في الأفق

## المبحث الثاني التحليل الكمي و الكيفي لفئات الشكل و المحتوى

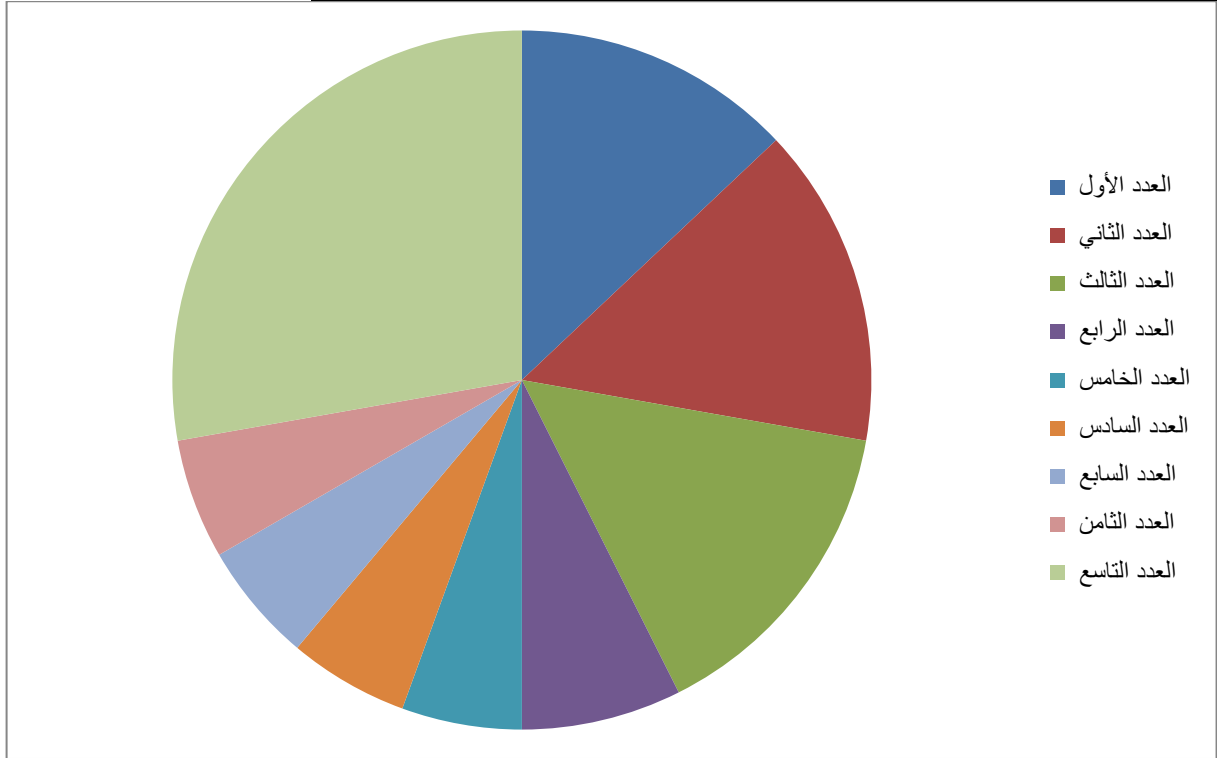
جدول 10 : رقم العدد زمن العدد

العدد	العدد الزمن
6169	11 ماي 2019
6176	18 ماي 2019
6183	25 ماي 2019
6190	01 جوان 2019
6195	8 جوان 2019
6202	15 جوان 2019
6209	22 جوان 2019
6222	06 جويلية 2019
6229	13 جويلية 2019

الجدول رقم 01 يتضمن العدد محل الدراسة و زمن العدد خلال فترة الحراك الشعبي .

جدول 11 : وسائل الإيضاح (الصور)

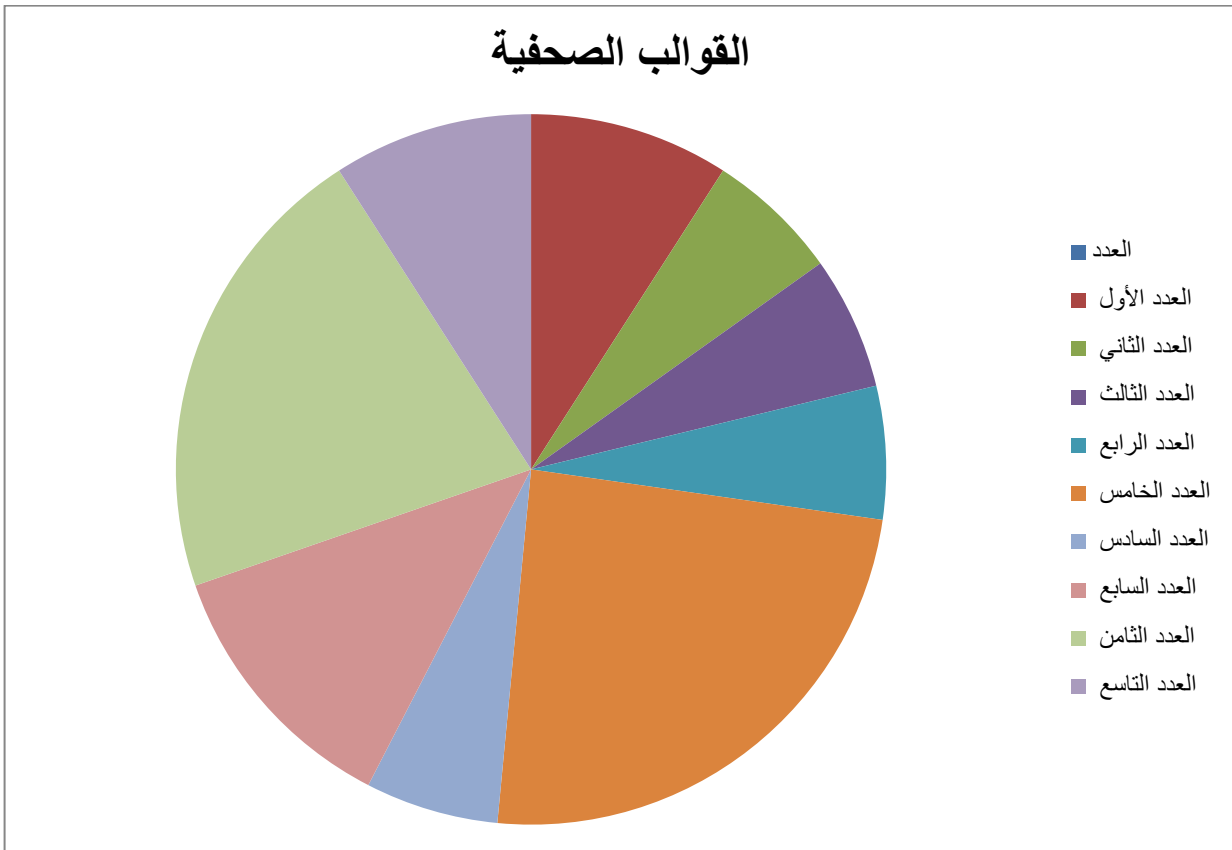
العدد	صور عادية	صور كاريكاتورية
العدد الأول	07	02
العدد الثاني	08	01
العدد الثالث	08	02
العدد الرابع	04	03
العدد الخامس	03	01
العدد السادس	03	02
العدد السابع	03	01
العدد الثامن	03	02
العدد التاسع	15	01



من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد الصور العادية في كل الأعداد خلال فترة الحراك أكبر من عدد الصور الكاريكاتورية من خلال تركيز الجريدة على عنصر الصورة الحقيقية أي العادية .

## جدول 12 : القوالب الصحفية

العدد	قوالب صحفية	تقرير	روبورتاج	حوار
العدد الأول	03	17	02	
العدد الثاني	02	16	01	
العدد الثالث	02	12	02	
العدد الرابع	02	14	01	
العدد الخامس	08	15	01	
العدد السادس	02	10	01	
العدد السابع	04	07	02	
العدد الثامن	07	13	02	
العدد التاسع	03	11	01	



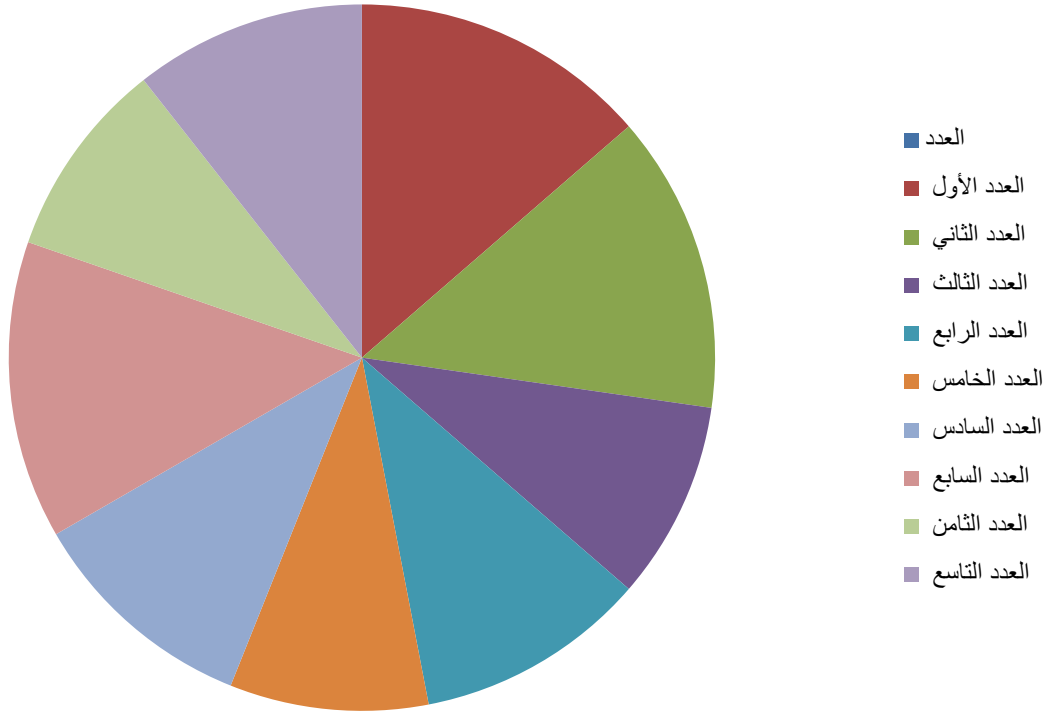
يبين لنا الجدول السابق، أنواع القوالب الصحفية المستخدمة من خلال أعداد جريدة الشروق اليومي محل الدراسة، خلال فترة الحراك الشعبي حيث نلاحظ ارتفاع نسبة استعمال قالب الروبورتاج قدرت بـ 115 روبورتاج، ثم يليه التقرير

الصحفي بـ 31 تقرير ، ثم الحوار الصحفي بـ 12 حوار غير أن بيانات الجدول توضح لنا غلبة طابع الربورتاج على معظم المواضيع، حيث ركزت جريدة الشروق الروبورتاج.

### جدول 13 : المواد الاعلامية المتناولة في الاعداد محل الدراسة

قوائم صحفية العدد	محلي	رياضي	اقتصادي	دولي	اشهار	ثقا فة	حراك	منوعات	دين
العدد الأول	9	02	02	01	02	02	03	02	02
العدد الثاني	9	02	02	01	03	02	03	03	03
العدد الثالث	6	3	3	01	03	02	03	02	02
العدد الرابع	7	02	02	02	03	02	03	01	03
العدد الخامس	6	02	02	01	04	02	03	02	02
العدد السادس	7	02	02	02	03	02	03	02	01
العدد السابع	9	02	02	01	04	02	03	02	01
العدد الثامن	6	3	3	02	03	02	03	02	01
العدد التاسع	7	02	3	01	03	02	04	02	01

## محلي

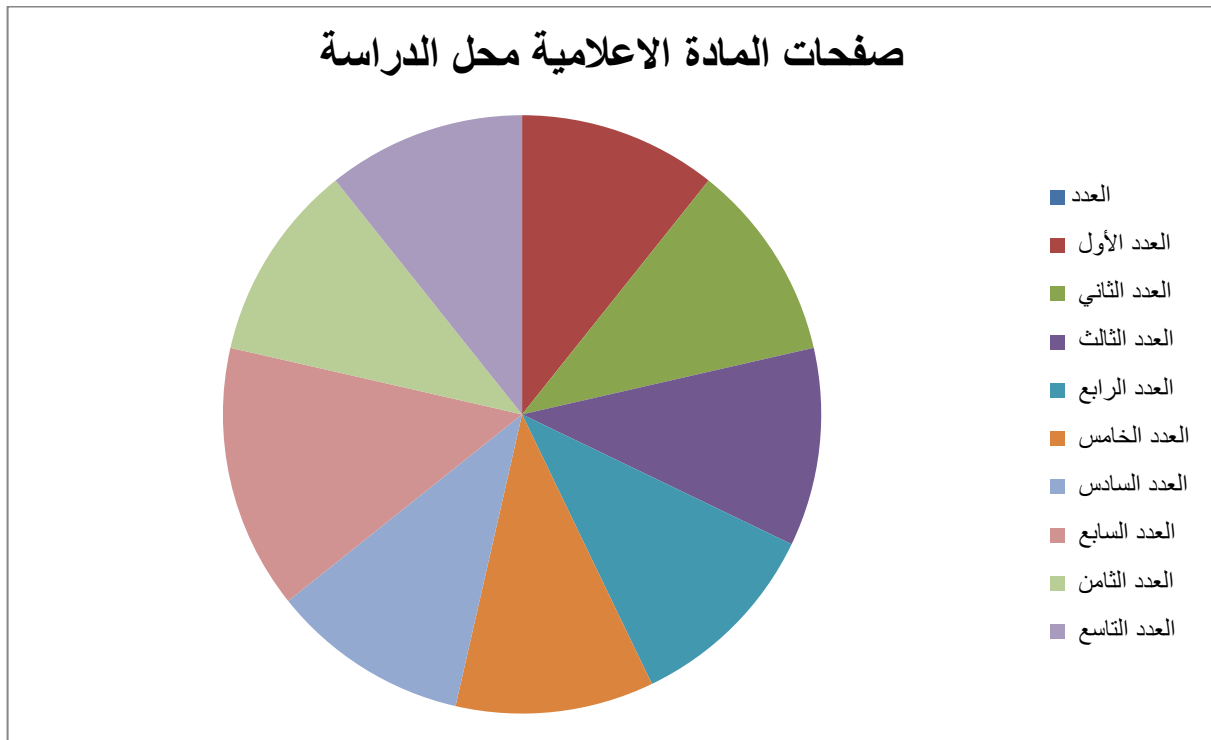


يبين لنا الجدول السابق، المواد الاعلامية المتناولة في المواد محل الدراسة ، خلال فترة الحراك الشعبي حيث نلاحظ ركزت جريدة الشروق اليومي على المحلي بجموعه يقدر بـ 66 صفحة ثم يليه الحراك الشعبي بـ 58 صفحة ' ثم الاشهار بـ 28 صفحة , يليه الرياضي بـ 19 صفحة ' ثم الاقتصادي والديني 20 صفحة ثم المنوعات و الثقافي بـ 18 صفحة لكل منهما ليأتي الدولي أخيرا بـ 12 صفحة .

و بالتالي كان تركيز الشروق اليومي على الجانب المحلي و الحراك الشعبي في فترة الأعداد محل الدراسة

## جدول 14 : صفحات المادة الاعلامية محل الدراسة

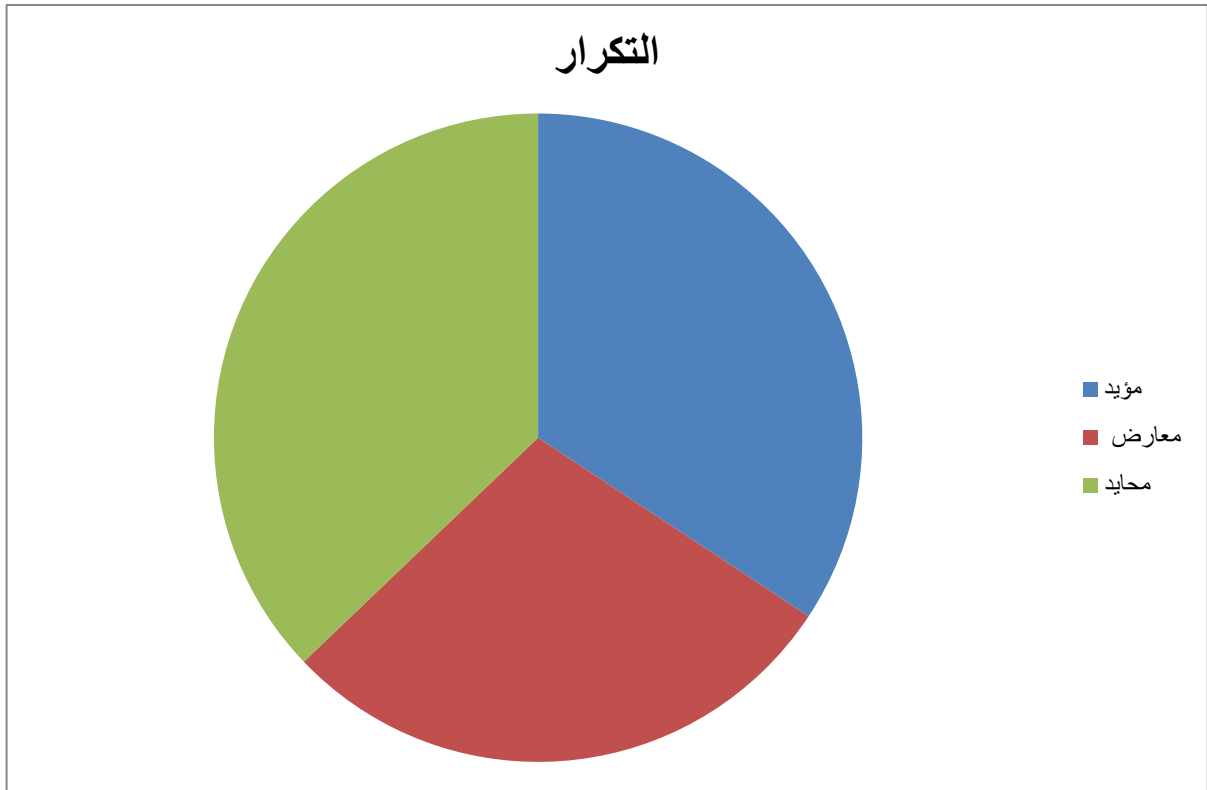
صفحات الحراك الشعبي	عدد الصفحات العدد
03	العدد الأول
03	العدد الثاني
03	العدد الثالث
03	العدد الرابع
03	العدد الخامس
03	العدد السادس
04	العدد السابع
03	العدد الثامن
03	العدد التاسع



من خلال الجدول السابق، الذي يتضمن صفحات المادة الاعلامية محل الدراسة ، خلال فترة الحراك الشعبي حيث نلاحظ التساوي الواضح من بداية العدد أول إلى غاية العدد الأخير محل الدراسة

## جدول 15 : اتجاه المادة الإعلامية حول الحراك

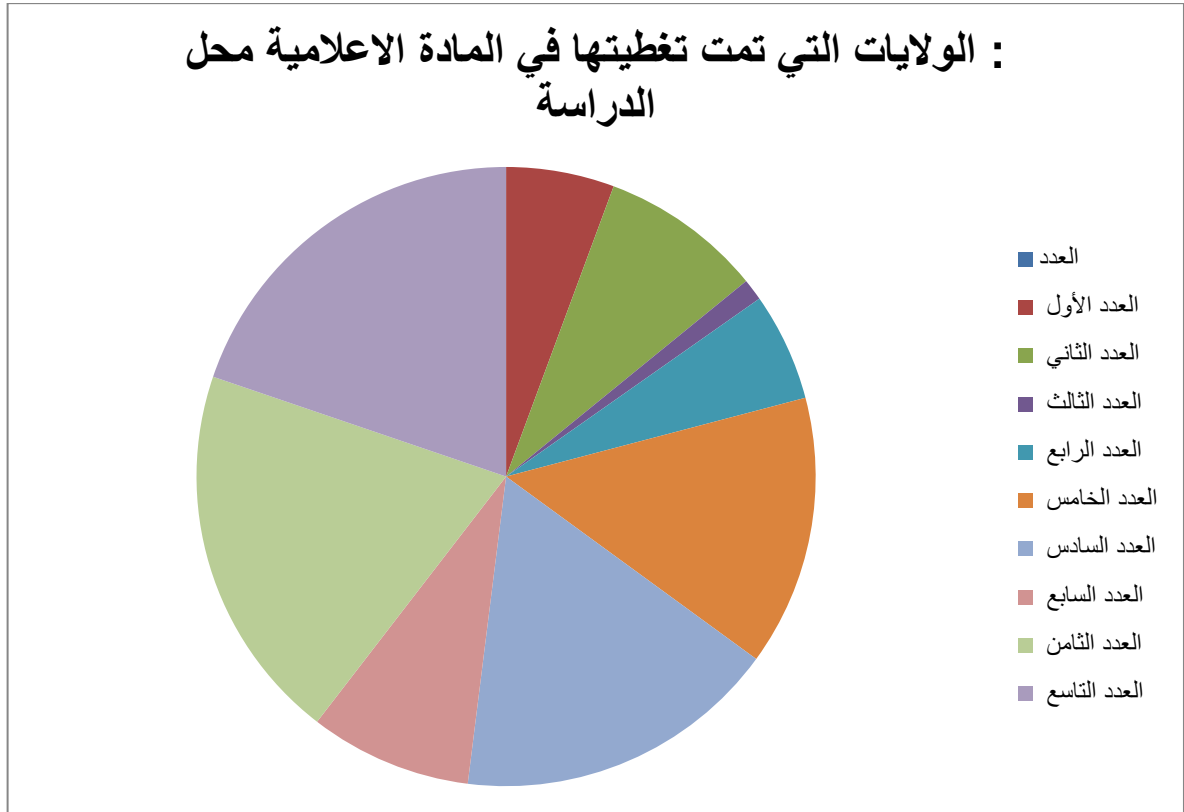
الاتجاه	التكرار
مؤيد	12
معارض	10
محايد	13



يتضح لنا من خلال الجدول السابق أن اتجاه المادة الإعلامية نحو موضوع الحراك الشعبي يكاد يكون محايدا بصفة مطلقة حيث احتلت فئة المحايد 13 مادة اعلامية و اذا كانت الجريدة تقوم طيلة الدراسة تقوم بتسليط الضوء على وصف المظاهرات السلمية التي شهدتها مختلف انحاء الوطن من خلال الربورتاج

**جدول 16 : الولايات التي تمت تغطيتها في المادة الاعلامية محل الدراسة**

الولايات	العدد
10	العدد الأول
15	العدد الثاني
02	العدد الثالث
10	العدد الرابع
25	العدد الخامس
30	العدد السادس
15	العدد السابع
35	العدد الثامن
35	العدد التاسع



من خلال الجدول الولايات التي تمت تغطيتها في المادة الاعلامية محل الدراسة يتضح لنا أن العدد الثامن و التاسع كانت التغطية الاعلامية للشروق أكبر بالنسبة لعدد الولايات المتمثل في 35 ولاية لكل منهما

## الخاتمة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة وصف وتحليل المعالجة الإعلامية التي تقوم بها الصحافة الجزائرية

لموضوع الحراك الشعبي ، من خلال نموذج عنها والمتمثل في جريدة الشروق اليومي، حيث أردنا معرفة حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي لموضوع الحراك الشعبي ، والقوالب الصحفية التي تستخدمها في تغطيتها لموضوع الحراك الشعبي ، وأهم المواد الإعلامية التي تنطرق إليها، إضافة إلى تحديد الموقف الذي تتخذه الشروق اليومي في معالجتها لموضوع الحراك الشعبي.

ف للصحافة في أي مجتمع من المجتمعات مكانة هامة ومميزات خاصة، حيث إن الكلمة المطبوعة

لها قوة استمرارية أبعد من الكلمة المنطوقة أو الصورة المرئية، لأن القراء يستطيعون العودة إليها مرة بعد أخرى،

وعلى الرغم من الأهمية التي تتميز بها قضايا الحراك في الوقت الحالي، في ظل تزايد مشكلاته

في جميع أنحاء العالم بما فيها الجزائر، وضرورة المعالجة الإعلامية الجادة والفعالة لها في الصحافة

الجزائرية كما في مختلف وسائل الإعلام الأخرى، إلا أن الصحافة الجزائرية لا تولي المواضيع

ومشكلات الحراك الشعبي الأهمية اللازمة، حيث تكون معالجاتها مواضيع الحراك .

## ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الاهتمام الذي توليه جريدة الشروق اليومي بالحراك الشعبي باعتبارها قضية في غاية الحساسية ، وبصفة عامة تهدف هذه الدراسة إلى:  
وصف وتحليل المعالجة الإعلامية التي تقوم بها جريدة الشروق اليومي لموضوع الحراك الشعبي .

معرفة حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي لموضوع الحراك الشعبي  
معرفة القوالب الصحفية التي تستخدمها جريدة الشروق اليومي في تغطيتها لموضوع الحراك الشعبي تحديد الموقف الذي تتخذه جريدة الشروق اليومي في معالجتها لموضوع الحراك الشعبي  
ويتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:كيف عالجت جريدة الشروق اليومي الحراك الشعبي في الجزائر إعلاميا ؟  
وتدرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي المساحة التي خصصتها جريدة الشروق اليومي لإحداث الحراك الشعبي في الجزائر

-ما هي العناصر الطبوغرافية الصور النصوص العناوين التي استخدمتها الجريدة

الأسئلة الخاصة بفئات الموضوع:

- ما هو اتجاه جريدة الشروق لي أحداث الحراك الشعبي ؟

-ما هي المواضيع جريدة الشروق الجزائرية ؟

-ما هي أنواع الصحفية ؟

-ما هي المصادر التي اعتمدها ؟

وقد جاءت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة كما يلي :

فيما يتعلق بحجم اهتمام جريدة الشروق اليومي لموضوع الحراك ، فقد أكدت المؤشرات التي وظفناها وهي:

حجم التكرار , وسائل الايضاح

2- على الرغم من استخدام جريدة الشروق اليومي لعدة قوالب صحفية لتغطية مواضيع الحراك الشعبي إلا أنها تركز أكثر على استخدام الروبورتاج في معالجاتها لموضوع الحراك الشعبي ، بحيث كان الروبورتاج الاكثر استعمالا .

\_ 3أوضحت هذه الدراسة أن معظم المواضيع المتناولة في جريدة الشروق محلية، وأغلبها يدور حول

الحراك بصفة عامة

- 4اتضح من بيانات الدراسة أن الموقف الذي اتخذته جريدة الشروق اليومي من الحراك الشعبي، كان سلبيا حيث جاءت معظم المواضيع المعالجة في شكل عرض روبورتاج

## قائمة المصادر و المراجع :

- 1- نسيم الخوري : الاعلام العربي ز انهيار السلطات اللغوية , (بيروت , مركز الدراسات الوحدة العربية , ط , 2005
- 2- حمد منير حجاب : الموسوعة الاعلامية, المجلد الاول, دار الفجر للنشر والتوزيع , ط1, 2003
- 3- ناصر دادي عدون، الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية
- 4- حسن عماد مكاوي , ليلي حسن السيد : الاصل و نظرياته المعاصرة ( القاهرة , الدار المصرية اللبنانية , ط3 , 2002 )
- 5- فلاح كاظم المحنة : علم الاتصال الجماهير
- 6- بيبير البير , الصحافة , تر: خير الدين عبد الصمد منشورات وزارة الثقافة و الارشاد , سوريا , 1976
- 7- ليندة لبيض ، اسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري ، فسنطينة ، 2002 ، .
- 8- خليل صابات ، الصحافة ، رسالة، استعداد، فن و علم، ط1، دار المعارف، مصر، 1959
- 9- هاني رضا ، رامزعمار ، الراي العام الدعاية و الاعلام ، ط1 ، المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ، لبنان ، 1998،
- 10- فضيل ديليو ، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته، وسائله، ط 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2003
- 11- عزي عبد الرحمان و اخرون ، عالم الاتصال ، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر، د.س
- 12- رولان كايرول، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية تر.مورشلي احمد ، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1984
- 13- محمد سيد محمد ، الاعلام و التنمية ، ط1 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1988
- 14- مارشال ماكلوهان: كيف نفهم وسائل الاتصال،/ ترجمة خليل صابات ، دار النهضة العربية. القاهرة 1975

- 15- ابراهيم عبد المسلمي ،مدخل الى الصحافة ،ط 1 ، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة
- 16- علي البار :الإعلام والإعلام الأمني، ط 1 ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001
- 17- محمد نصر مهنا :مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال" في عالم متغير"، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005 ،
- 18- إجلال خليفة : اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، ج 1 . ( ) ، ط 1 ، دار الهنا للطباعة مصر، 1976
- 19- عبد الجواد سعيد ربيع :فن الخبر الصحفي، ط 1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2005 عمان
- 20- عثمان :الخبر و مصادره في العصر الحديث .د.ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008 ،
- 21- محمد اللمداني :لصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، منشورات الحبر، د.س،
- 22- عزي عبد الرحمن و آخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون،الجزائر، د.س، ص ص 98 ( سنة 1882 وكانت بداية الصحافة الأهلية سنة1893

## قائمة الجداول

- جدول (01) مفردات عينة الدراسة التحليلية لجريدة الشروق –محل الدراسة:  
جدول رقم : 03 يبين الجرائد في عاصمة الجزائر(1847 – 1927)  
جدول رقم : 02 جدول يبين عناوين الصحف الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر  
و تاريخ صدورها و تاريخ توقفها عن الصدور في الفترة من 1830- 1848  
الجدول 4 يبين الجرائف في قسنطينة 1847-1927  
الجدول 5 يبين الجرائف في بسكرة 1847-1927  
الجدول 6 يبين الجرائف في وهران 1847-1927  
الجدول 7 يبين الجرائف في سكيكدة 1847-1927  
الجدول 8 يبين المجلات في الجزائر 1847-1927  
الجدول 09 يبين المجلات في قسنطينة 1847-1927  
جدول 10 : رقم العدد زمن العدد  
جدول 11 : وسائل الإيضاح (الصور  
جدول 12 : القوالب الصحفية  
جدول 13 : المواد الاعلامية المتناولة في الاعداد محل الدراسة  
جدول 14 : الولايات التي تمت تغطيتها في المادة الاعلامية محل الدراسة  
جدول 15 : اتجاه المادة الإعلامية حول الحراك  
جدول 16 : صفحات المادة الاعلامية محل الدراسة

## الفهرس

### خطة البحث

### شكر وعران

### مقدمة

أ

### الجانب المنهجي

3

- الإشكالية

3

- التساؤلات

3

- أهمية الدراسة

4

-أهداف الدراسة

4

-أسباب اختيار الموضوع

5

-منهج الدراسة

5

-أداة الدراسة

6

-مجتمع البحث والعينة

7

-تحديد المفاهيم والمصطلحات

8

-الدارسات السابقة

### الجانب النظري

12

\* المبحث الأول : وسائل الإعلام الجماهيري

14

-المطلب الأول : مفهوم الاتصال

15

-المطلب الثاني : مفهوم الإعلام

17

-المطلب الثالث : مفهوم الاتصال الجماهيري

20

- المطلب الرابع : وظائف وسائل الإعلام الجماهير

24

\*المبحث الثاني : الصحافة المكتوبة

24

-المطلب الأول : مفهوم الصحافة المكتوبة

25

-المطلب الثاني: مراحل تطور الصحافة المكتوبة

25

-المطلب الثالث: وظائف وخصائص الصحافة المكتوبة

35

-المطلب الرابع : أهمية الصحافة المكتوبة وأنواعها

70

\*المبحث الثالث: الرأي العام

70

-المطلب الأول : الرأي العام وخصائصه

73

- المطلب الثاني :أنواع ووظائف الرأي العام

76

- المطلب الثالث :مظاهر ومراحل التكوين

85

- مطلب الرابع :تأثير الإعلام على الرأي العام

89	*المبحث الرابع :الحراك الشعبي
90	-المطلب الأول : ملامح الحراك الشعبي
92	-المطلب الثاني : الانتقال المفروض
95	-المطلب الثالث : تطور الحراك
98	*المبحث الرابع : الأجندة الإعلامية
98	-المطلب الأول : مفهوم الأجندة الإعلامية
100	-المطلب الثاني : خلفية التاريخية و مراحل تطور الأجندة الإعلامية
103	- المطلب الثالث : عوامل مؤثرة في الأجندة الإعلامية
104	-المطلب الرابع : وظائف الأجندة الإعلامية
	<b>الجانب التطبيقي</b>
110	* المبحث الأول : تشخيص جريدة الشروق
110	-المطلب الأول: الإطار التاريخي
110	-المطلب الثاني : الإطار القانوني
110	-المطلب الثالث : الأقسام
111	*المبحث الثاني: تحليل الكمي والكيفي لفئات شكل ومحتوى
111	-المطلب الأول : تحليل الكمي
111	-المطلب الثاني : تحليل الكيفي
118	-المطلب الثالث : نتائج الدراسة
119	* الخاتمة
122	* قائمة المصادر والمراجع