

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



التغطية الإعلامية للانتخابات المحلية

- دراسة تحليلية ليومية الشروق الجزائرية نوفمبر 2017 -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- بلعباس عبد الحميد

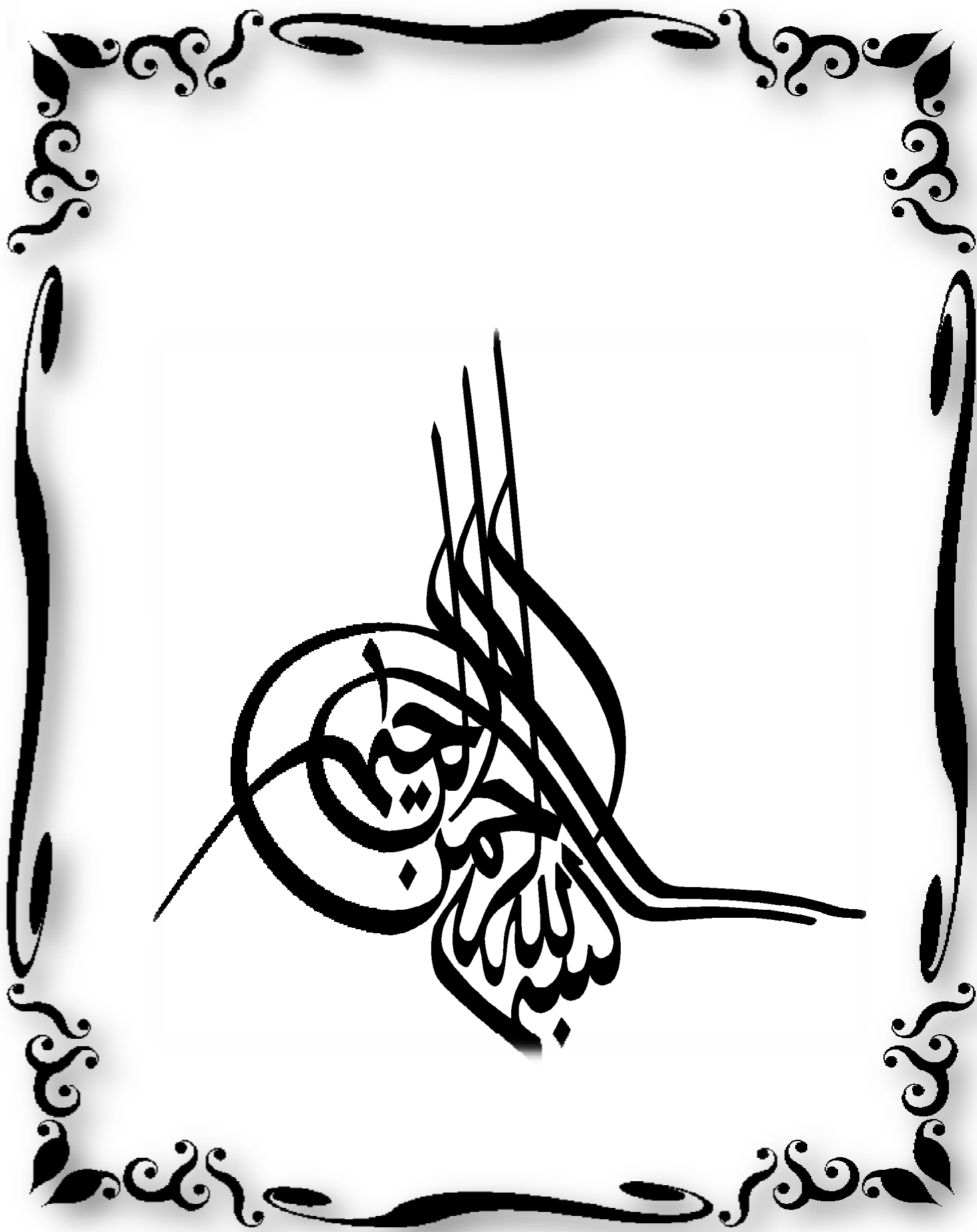
إعداد الطالبتين:

- بن نوي سكيمة

- معوش فوزية

لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
د. رضوان بوقرة	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	رئيسا
د. عبد الحميد بلعباس	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	مشرفا ومقررا
أ. صالح بلخيرى	جامعة محمد بوضياف-المسيلة-	ممتحنا



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

أشكر العلي القدير الذي ألهمنا السداد والتوفيق لأن أكملنا هذا

العمل المتواضع

كما أتقدم بالشكر الجزيل والمن الخالص إلى الأستاذ المشرف

الفاضل بلعباس عبد الحميد وهو الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته

السديدة ونصائحه حتى نهاية العمل كما لا يفوتني أن أقدم

تحياتنا الحارة إلى من وقف إلى جانبنا ولو بكلمة طيبة كما أشكر

اللجنة المحترمة التي قبلت مناقشة هذا العمل المتواضع راجين من

كل ذلك تحقيق الهدف المنشود

إهداء

إلى من أروضعتني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع
بالبياض أمي الحبيبة .

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من كلت أنامله ليقدّم لي لحظة
سعادة إلى من حصّد الأشواك عند دربي ليمهد لي طريق العلم إلى القلب الحنون
أبي العزيز .

إلى أمي الثانية التي سهرت الليالي وأنفقت علي النفس الغالي جدتي الغالية وأخص
بالذكر جارتني العزيزة نزهة وزوجها علي اللذان رافقانا إلى الجزائر العاصمة .

إلى أخي الغالي صهيب وبهجة البيت أسد

إلى أخواتي الثلاثي المسجوع : كريمة ، هجيرة ، سميرة .

إلى زميلاتي : ياسمين،رحمة،مروة،حليمة،أمال، رانيا ، ناريمان، رييعة ، لبنة.

إلى أختي التي لم تنجبها أمي ابنة عمتي رندة.

إلى عمتي الغالية نادية .

إلى أعز من عرفت إلى من تقاسمت معها حلاوة الأيام إلى من تشاركني عملي هذا
حبيبتي أختي الغالية سماسم.

إهداء

أشكر العلي القدير الذي وفقنا في هذا العمل المتواضع فله الحمد الكثير

إلى حبيبنا ونبينا عليه أفضل الصلاة والسلام إلى من منحني الحياة والحب والرعاية

إلى أمي الغالية التي أنارت طريقي بعطفها وبحنانها حفصها الله

إلى أخواني وأخواتي بشير سفيان محمد وفايزة حميدة وفتيحة والصغيرة ميار إلى من شاركتني مشوار

الدراسة وعملي هذا صديقتي الغالية التي قاسمتني حلاوة الأيام هاجر

إلى حبيبات قلبي ياسمين كريمة رحمة فتيحة خديجة خولة أمل حليلة ومروى شهلة هجيرة ، نعيمة

فايد

وإلى الأستاذين راجعي الطاهر وخموج وليد

إلى كل الأقارب والأهالي وإلى الذين لم يذكرهم قلبي

إلى جميع أساتذة وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

فجر رس المصنوبات

قائمة المحتويات	
الموضوع	الصفحة
شكر	
فهرس الموضوعات	
فهرس الجداول والأشكال	
مقدمة	أ
الفصل الأول : البناء المنهجي للدراسة	
الإشكالية	5
التساؤلات	6
الفرضيات	6
أسباب اختيار الموضوع:	6
أهداف الدراسة	7
منهج الدراسة	7
أدوات جمع البيانات	10
تحديد المفاهيم	12
الفصل الثاني:	
العملية الاتصالية وإستراتيجية عملية الإقناع وأسس	
المبحث الأول: عناصر العملية الاتصالية وإستراتيجية عملية الإقناع وأسس	18
1- عناصر العملية الاتصالية	18
2- إستراتيجيات عملية الإقناع	22
3- أسس الإقناع	25

الفصل الثالث: مضامين الاتصال الاقناعي وتشكيل الرأي العام السياسي من خلال صحيفة الشروق اليومي	
29	أولاً: محاور القضايا السياسية المحلية في جريدة الشروق اليومي:
31	ثانياً: شكل وأسلوب المواقف المتعلقة بالقضايا السياسية
34	ثالثاً: الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية
36	رابعاً: نسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية.
39	خامساً: مصادر المادة المتعلقة بالقضايا السياسية
42	نتائج الدراسة:
45	خاتمة
48	قائمة المصادر والمراجع
51	الملاحق



قائمة الجداول والملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	القضايا السياسية المحلية	29
02	شكل مادة التحرير المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية	32
03	الأسلوب الذي جاءت له الكتابة حول القضايا السياسية المحلية	34
04	نسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية في مختلف المواقع	37
05	مصادر المادة المتعلقة من القضايا المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية	40

فهرس الإشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عناصر العملية الاتصالية	18
02	إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية	24

مقدمة

مقدمة:

يشكل الرأي العام مرجعية مهمة في المجتمع الحالي ويرجع ذلك إلى مجموع الأوضاع السياسية لاسيما الراهنة منها لهذا المجتمع، كما يعد الرأي العام ركيزة أساسية لصناعة القرار السياسي، حيث تزايد الاهتمام به في الدراسات الإعلامية والسياسية نتيجة تطورات عديدة منها الثورة الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات التي كانت سبب في التعبير عن الرأي العام حيث يعتبر هذا الأخير من حقوق الإنسان الأساسية (تكفله كل دساتير الدول المتحضرة) وهو من العوامل الهامة في صنع القرار. كما أنه من المعروف أن تأسيس العلاقة بين الرأي العام وصناعة القرار يؤدي إلى خلق التفاعل الإيجابي البناء الذي يضمن الاستقرار في مختلف المجالات منها، إذ أن الرأي العام له علاقة بمختلف الأنظمة وخاصة السياسية منها، إن طبيعة الجماعة الديمقراطية تقوم بالدرجة الأولى على السلطة الحاكمة مقابل السلطة المحكومة لصناعة القرار السياسي على - اعتبار أن الإعلام يمثل السلطة الرابعة -، فالسلطة الحاكمة تعد بمثابة السلطة المحكومة لصناعة القرار السياسي، فالسلطة الحاكمة تعد بمثابة السلطة المسيطرة للقيادة والسلطة المحكومة تخضع لهذه القيادة للتعبير عن آمالها وتحقيق مثلهما الأعلى السياسي فالطبقة الحاكمة عند صنعها للقرار السياسي لا تفرضه بطريقة تحكيمية فهي تجعله معبرا ومتوافقا مع تيارات الرأي العام لتحقيق التوازن بينهم فالاتجاه الحقيقي للرأي العام يتحدد بما تملكه الطبقة الحاكمة من مقومات قابلة للتشاور مع أقطاب وصناع الرأي العام.

كما يعد الإقناع من أقوى أسلحة التغيير، فهو يعد فن للتأثير على الآخرين فن لديه مهارة الإقناع يستطيع أن يحصل على ثقة الآخرين مما يجعلهم يتقبلون هذا المضمون حيث يستخدم الإقناع وسائل مختلفة منها المباشرة وغير المباشرة فاستخدامها للوسائل الغير مباشرة يكسب رأي الآخرين ومعرفة أفكارهم نتيجة التأثير عليهم، فالإنسان

بطبعه كائن اجتماعي لا يمكنه العيش بمعزل عن الجماعة بأي حال من الأحوال فهو بحاجة إلى الاتصال والتفاعل مع الآخرين.

كما أن عملية الإقناع لا تكفي وحدها لتشكيل الرأي العام بل تحتاج إلى الوسيلة، فقد تطورت وسائل الإعلام والاتصال خاصة مع تنامي القدرات والإمكانيات التكنولوجية التي مكنت من نقل الأحداث وتطوراتها في تشكيل الرأي العام تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة فلماذا بقيت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية جزءا هاما في النظام السياسي، تؤثر إلى حد كبير على تطورات الحياة السياسية في المجتمع كما تلعب دورا هاما في الحد من استغلال السلطة مما أجبر القائمين بالاتصال على بناء استراتيجيات كفيلة بتحقيق أهدافهم التي يسعون من وراء اتصالهم إلى تحقيقها.

ونتيجة لما نسعى للوصول إليه من الاستراتيجيات التي دأب عليها القائم بالاتصال أثناء محاولته تشكيل رأي عام سياسي في الجزائر طيلة الأشهر الثلاث الأخيرة (أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر) لسنة 2017 حيث احتوى هذا البحث على ثلاثة فصول وتناولنا في **الفصل الأول** الإطار المنهجي للدراسة ويتضمن الإشكالية، التساؤلات الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع (ذاتية، موضوعية)، أهداف الدراسة، منهج الدراسة أدوات جمع البيانات، مع التركيز على أهم المفاهيم التي تصب ضمن موضوع الدراسة فنذكرها كالتالي: الإستراتيجية، الاتصال الإقناعي، الرأي العام، القضية السياسية، أما **الفصل الثاني** أما الفصل الثالث الذي خصص لتحليل مضمون صحيفة الشروق اليومي بهدف الاستراتيجيات التي اعتمد عليها القانون بالاتصال في هذه الصحيفة أثناء محاولتهم إقناع الرأي العام تجاه قضية سياسية معينة خلال الأشهر الثلاث من التلث الأخير لسنة 2017.

والفصل الثاني الذي كان بعنوان مضامين الاتصال الإقناعي وتشكيل الرأي العام السياسي من خلال صحيفة الشروق اليومي يندرج تحت هذا الفصل مبحث بعنوان:

شكل وأسلوب المادة المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية يتمحور على ثلاث مطالب أساسية بدايتها كانت مع شكل مادة التحرير المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية ثم تحدثنا عن الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية المحلية ثم أدرجنا في المطلب الثالث مصادر المادة المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية بالإضافة إلى ذكر النتائج وخاتمة الدراسة وبعدها ذكر أهم الملاحق المتعلقة بالمضمون الشكلي للبحث ثم قائمة المصادر والمراجع.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الإشكالية:

التساؤلات

الفرضيات:

أسباب اختيار الموضوع:

أهداف الدراسة:

منهج الدراسة:

أدوات جمع البيانات:

تحديد المفاهيم:

الإشكالية:

تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الاتصال التقليدية التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات فهي من أقدم وسائل الإعلام بالرغم من انتشار وسائل الإعلام الحديثة كالإذاعة والتلفزيون، إلا أن الصحيفة لها رونقها وشعبيتها الكبيرة، حيث تؤثر على سلوك الجمهور مما تسبب في ردود أفعال وتكوين رأي عام، فما يجري حولنا من أحداث تجعل الإنسان شغوف في الحصول على المعلومة التي تقدم له صورة واضحة عما يدور في ذهنه من أفكار لتكوين رأي عام فالعلاقة بين الصحافة والرأي العام علاقة تظهر من خلال التفاعل بينهما تتم بتأثير أحدهما في الآخر.

_ فالصحافة كما يقصد بها الأستاذ أديب مروة (هي عملية تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، وتوجيهه والاهتمام بالجماعات البشرية، وتناقل أخبارها ووصف نشاطها.

فالرأي العام يقوم على صحافة حرة لها القدرة على تنوير المجتمع وتزويده بما يجري فيه من أحداث بما فيها المستجدة خاصة هذه الأخيرة يؤدي إلى تكوين رأي عام الذي يعتبر الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعي في فترة معينة بالنسبة لقضية ما حيث تبقى الصحافة منبرا هاما للرأي العام والتأثير على الأفراد والسعي إلى تسجيل اتجاهاتهم وتعديل سلوكياتهم في مختلف القضايا بما فيها القضايا السياسية المحلية.

_ ومن هنا تمت معالم هذه الدراسة التي نضيفها في محاولة الإجابة على السؤال

الحاصل:

التساؤلات:

(1) هل توجد إستراتيجية اتصالية إقناعية من خلال صناعة الرأي العام في مضمون صحيفة الشروق؟

(2) هل تعطي هذه الصحيفة قيمة لمعالجة القضايا السياسية المحلية من حيث الواقع المحلي الأخير ؟

(3) هل توجد طريقة إقناعية سياسية هادفة إلى صناعة رأي عام تجاه قضية سياسية محلية معينة في الجزائر ؟

(4) هل أثرت الكتابة الصحفية للشروق على الرأي العام ؟

(5) هل هناك حياد في الموضوع من ناحية طرحها وتناولها للقضايا السياسية المحلية بالنسبة للصحيفة في الثلاثي الأخير لسنة 2017؟

الفرضيات:

- * توجد إستراتيجية إقناعية في صناعة الرأي العام في صحيفة الشروق.
- * تهتم صحيفة الشروق بمعالجة القضايا السياسية المحلية.
- * توجد طريقة إقناعية سياسية هادفة لصناعة الرأي العام اتجاه قضية سياسية محلية معينة في الجزائر وذلك من خلال تكرارها للقضايا السياسية المحلية والتركيز عليها.
- * تلقي صحيفة الشروق إقبال من قبل الرأي العام.
- * تمارس جريدة الشروق اليومى الحياد الموضوعي لأبعد حد .

أسباب اختيار الموضوع:

(أ) - أسباب ذاتية:

- (1) - اعتبار القضايا السياسية المحلية من المساهمين في تشكيل الحياة العامة للمجتمع.
- (2) - الرغبة في دراسة المواضيع التي تعالج القضايا السياسية المحلية ودورها في تكوين الرأي العام.
- (3) - تداول الصحف اليومية لمختلف القضايا السياسية المحلية بإسهاب كبير.

(ب) - أسباب موضوعية:

- (1) - محاولة تسليط الضوء على كيفية تناول جريدة الشروق للقضايا السياسية المحلية باعتبارها وسيط إعلامي ذو مكانة ووزن كبير بين وسائل الإعلام لما تتمتع به من قدرة على جذب اهتمام أكبر قدر ممكن من الجمهور.
- (2) - قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- (3) - إضافة مرجع جديد وإثراء المكتبة به لمساعدة الباحثين في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

- إن قيمة البحث العلمي تتحدد بقيمة الأهداف والنتائج التي ترمي إلى تحقيقها فبمقدار عمليتها وخدمتها للفرد والمجتمع تكون قيمة هذا البحث، كما أنه لا يمكن تصور بحث دون وجود أهداف مستقبلية تحكمه وعليه يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى الإجابة على جملة من الاستفسارات والأسئلة الجوهرية التي تحاول الإجابة عليها من خلال الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي وندرج أهم هذه الأهداف فيما يلي:
- التعرف على مدى استخدام القضايا السياسية المحلية من قبل الصحافة المكتوبة أسباب هذا الاستخدام ومدى اعتمادها عليها في التأثير على الرأي العام.
- مدى اهتمام الصحافة المكتوبة ومتابعتها لمواضيع القضايا السياسية المحلية .
- التعرف على طبيعة معالجة الصحيفة للقضايا السياسية المحلية شكلا ومضمونا.
- إبراز أهم الاتجاهات ومواقف الهدف في تناول هذا الموضوع.

منهج الدراسة:

لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته عليه اختيار المنهج الذي يتماشى مع طبيعة بحثه قصد الوصول إلى نتائج موضوعية: والمنهج في معناه العام هو طريقة البحث الذي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المكتوبة أو الحقلية وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها، والبحث الواحد

لا يعتمد على منهج محدد بل يعتمد على عدة مناهج تعين الباحث في جمع المعلومات المطلوبة⁽¹⁾.

- وتقوم هذه الدراسة على **المنهج التحليلي** لتسهيل على الباحث معالجة الظاهرة المدروسة حيث اعتمدنا على **منهج تحليل المحتوى** كونه يتماشى ويتطابق مع الموضوع محل الدراسة.

- **منهج تحليل المضمون**: لقد استخدم منهج تحليل المضمون Content Analysis في البحوث الاجتماعية والسلوكية حيث استخدمه علماء الاجتماع العرب والأجانب في بحوثهم العلمية والتطبيقية وأشاروا إليه في دراساتهم في طرق البحث الاجتماعي كما يستخدم في الدراسات الإعلامية والتربوية والنفسية والسياسية أكثر من الدراسات الاجتماعية كونها تعتمد على منهج المسح الميداني والمنهج المقارن⁽²⁾.

وقد تمت الكثير من المراجع العديد من التعريفات المتنوعة لتحليل المضمون، فهناك من حرص على إعطاء صورة عامة له، فوصفوه: ((بأنه محاولة لتجسيد المعاني في شكل محدد من النماذج بأسلوب منتظم وفي))، وهناك من حرص على التركيز على مصداقيته كأسلوب دراسة علمي، فنعت به بأنه: ((أسلوب بحثي يهدف إلى الحصول على نتائج صادقة، يمكن الحصول عليها من خلال إعادة الدراسة وذلك من معلومات تتمثل في المحتوى))⁽³⁾.

فاستخدمنا منهج تحليل المضمون كونه المنهج المناسب لمعالجة الدراسة نظرا إلى أن الموضوع الدراسة يتوافق أو ربما يتطابق مع هذا المنهج العلمي، إذا اعتمدنا على خطوات لتوظيف المنهج التحليلي معتمدين على الاستدلال كأداة في التحليل يتخطى حدود وصف المضمون الصريح كميا، إلى استخلاص النتائج من المعطيات الكمية.

(1) - إحسان محمد حسن، مناهج البحث الاجتماعي، (ط2)، د.ب: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009، ص 11.

(2) - إحسان محمد الحسن، المرجع نفسه، ص 161.

(3) - محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها، أساليبها، مجالاتها، (د،ط، د.ب: مكتبة الملك فهد الوطنية، د، ت)، ص 79.

في هذه الحالة فإن عمل الباحث لا يقتصر على وصف ما هو ظاهر في المحتوى، فإنجاز المستوى الاستدلالي من التحليل ليقوم بتفسير العلاقات القائمة بين النتائج الكمية المسجلة في البحث، والعوامل القائمة وراءه⁽¹⁾.

ومن هنا يمكننا أن نقول أننا قد وظفنا في تحليلنا نقطتين منهجيتين.

(1) التحليل الكمي لمادة البحث (يقوم الباحث بعد مرات تكرار الوحدات في كل فئة).

فالتحليل الكمي هو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً حساب درجة تردها في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكمية، الجملة، الموضوع) التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدروسة⁽²⁾.

والاستدلال الذي يفرض "الصدق والثبات"

- كما قمنا بتوظيف الطرق الإحصائية بهدف ترتيب وتصنيف الفئات المحددة في جداول وقياسها ثم تقوم بالتعبير عن أهم ما توصلنا له من نتائج بقيم وأرقام.

- كما اعتمد التحليل الكيفي كضرورة ظهر ذلك في مرحلة التفسير والاستدلال فالتحليل الكيفي يلي اهتمامه للغة الأرقام لتفسير المضمون المدروس.

وسعياً منا إلى تعميم المعطيات المتحصل عليها عن طريق عملية تفرغ الجداول وتحليلها قمنا بالاعتماد على تقنيتين هما "قياس الثبات والصدق" لأهميتهما في التحليل الاستدلالي، فإنها تعتبر من الخطوات الأساسية لعملية التحليل، وتتم أثناء العمل وبعد استخراج النتائج وقبل التفسير، وبالأسلوب الذي يتفق مع كل مرحلة.

- وفي المرحلة الأخيرة التي يجيب فيها الباحث على كل التساؤلات المرتبطة بأهداف الدراسة، ذات العلاقة بمحتوى الصحيفة⁽³⁾.

(1) - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (ط2)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص-ص 271-272.

(2) - أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص 258.

(3) - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط2، دب: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2003)، ص-ص 235-236.

أدوات جمع البيانات:

إن طبيعة بحثنا والمنهج المتبع يفرضان على الباحث استخدام العديد من الأدوات الضرورية للتعامل مع البحث بغرض جمع المعلومات وتحليلها، هذا ما دفع بنا إلى استخدام أداة من أدوات البحث العلمي المهمة ألا وهي:

الملاحظة: تعتبر الملاحظة من أقدم وأكثر وسائل جمع المعلومات شيوعاً، وتعني الملاحظة الاهتمام أو الانتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس ونجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه والملاحظة العلمية تعني الانتباه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها كما تقوم الملاحظة العلمية كذلك على ملاحظة السلوك وتسجيله لتحقيق الأهداف⁽¹⁾.

- الملاحظة هي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات وتبرز أهمية هذه الوسيلة في الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية والنفسية وجميع المشكلات التي تتعلق بالسلوك الإنساني ومواقف الحياة الواقعية، كما تستخدم الملاحظة في البحوث الاستكشافية والوصفية والتجريبية⁽²⁾.

- إذ استخدمنا أداة الملاحظة في هذا البحث من خلال جمع البيانات الخاصة بجريدة الشروق اليومي حسب الأشهر الثلاثة الأخيرة من سنة 2017 مع استخلاص أهم القضايا السياسية التي تشكل الرأي العام في المجتمع، فكان توظيفنا للملاحظة يقتصر على ما تنقله الشروق اليومي من أخبار وقضايا سياسية، فمعرفة الباحثين وإدراكهم لهذا الموضوع لم تتولد من الفراغ بل تكونت نتيجة ما تبثه الشروق اليومي من مواضيع سياسية، فالملاحظة تساعد الباحث على تحليل المضمون الإعلامي.

(1) - جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، (ط 1، 2، 3، 4، مزيدة ومنقحة، دب: دار الثقافة للنشر والتوزيع، د، ت)، ص-ص 52-53.

(2) - سلاطنية بلقاسم وحسان الجيلاني، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، (د، ط). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، (2007)، ص 109.

العينة: هي الجزء الذي تم اختياره من المجتمع لتطبيق الدراسة عليه⁽¹⁾.
العينة القصدية: هي العينة الفرضية أو العمدية أو النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة فإذا قام الباحث بتحليل موضوع إعلامي معين في دورية ما خلال فترة محددة، وبعد الدراسة الجيدة لمجتمع البحث يتبين له أن الجريدة تناولت هذا الموضوع في بعض أعدادها بكيفية وافية معمقة وهي بالنسبة للجوانب المستهدفة أكثر تمثيلاً من المفردات الأخرى في الفترة نفسها لذا يقوم باقتناء هذه الأعداد مباشرة لتتشكل العينة القصدية.

العينة القصدية: كما يدل عليه اسمها فالعينة القصدية، تمثل الميول المقصود الذي ينتهجه الباحث في اختيار العينة ووحداتها، وهو يلجأ إلى ذلك عندما يكون أمام مجتمع بحث غير واضح المعالم حيث يصعب تحديده وتحديث خصائصه، وعليه فليس هناك أي معيار أو طريقة يمكن أن يتبعها الباحث في اختيار هذا النوع من العينات، فله أن يختار أفراد عينته كما يشاء وبالعدد الذي يراه مناسب لتحليل إشكالية بحثه⁽²⁾.

التعريف بالجريدة

جريدة الشروق اليومي: هي صحيفة يومية جزائرية خاصة ناطقة باللغة العربية تأسست في سنة 1990، وكانت تسمى آنذاك بجريدة الشروق العربي، تصدر لها نسخة إلكترونية باللغتين العربية والفرنسية. كما تعتبر صحيفة الشروق الجزائرية من أقدم الجرائد الجزائرية الخاصة.

النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي الجزائرية هي موقع إخباري في الجزائر يوفر تغطية شاملة ومستمرة للأحداث عبر كامل التراب الجزائري وفي كل البلدان العربية بثلاث لغات المدير العام لجريدة الشروق الجزائرية هو علي فضيل،

(1) - محمد بن عبد العزيز الحيزران، المرجع السابق، ص 71.

(2) - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، (ط1، الجزائر: دار طاكسيج، 2002)، ص 21.

ومقرها الرئيسي بدار الصحافة عبد القادر سفي، القبة. تصدر جريدة الشروق اليومي عن مؤسسة الشروق للإعلام والنظر. الموقع الرسمي لجريدة الشروق اليومي الجزائرية: أطلع على كل أخبار الجزائر على الشروق اليومي.⁽¹⁾

تحديد المفاهيم

التعريف اللغوي للاتصال:

- كلمة اتصال Communication مشتقة من اللفظ اللاتيني Communis الذي يعني عام أو مشترك، أو من اللفظ Communicar والذي يعني تأسيس جماعة أو المشاركة ومن الواضح أن اللفظ يدل على المشاركة أو تلاقي العقول، وعلى إيجاد مجموعة من الرموز المشتركة في أذهان المشاركين، وباختصار يدل اللفظ على التفاهم⁽²⁾.
- جاء في لسان العرب "لابن منظور": الاتصال والوصلة: ما اتصل بالشيء، قال الليث: كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة: أي اتصال وذريعة، ووصلت الشيء وصلا وصلة والوصل ضد الهجران، والوصل خلاف الفصل⁽³⁾.

التعريف الاصطلاحي للاتصال:

والاتصال هو تلك العملية التي ينتقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات رموز لغوية عادة لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة إلى القائم بالاتصال يستهدف إحداث تأثير معين⁽⁴⁾.

(1) - <http://www.echouroukonline.com>, 2018/04/18

(2) - مجاهد جمال، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، (د، ط، د، ب: دار المعرفة الجامعية، 2007) ص 22.

(3) - رحيمة الطيب عيساتي، مدخل على الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة

الإعلامية، (ط1، الأردن: دار الكتاب العالمي، 2008)، ص 9.

(4) - عبد الكريم فهد الساري وسؤود فؤاد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، (د، ط، الأردن: دار

أسامة للنشر والتوزيع، د.ت)، ص 20.

التعريف الإجرائي للاتصال:

الاتصال هو عملية يتفاعل بمقتضاها المرسل والمستقبل لتبادل المعلومات والآراء والأفكار.

التعريف اللغوي للإستراتيجية:

الإستراتيجية مأخوذة أصلاً من اللغة اليونانية وتعني حرفياً "فن الجنرال" أو أساليب القائد العسكري أي خطته لتحقيق النصر على العدو، ثم استخدمت فيما بعد للدلالة على المهارة في التخطيط والإدارة، بحيث أصبح كل إداري ناجح هو إستراتيجي، وحين استعارت العلوم الاجتماعية هذا الاصطلاح من العلوم العسكرية أضافت عليه مفهوماً شاملاً تعني الخطة العامة لوسائل تحقيق الأهداف⁽¹⁾.

التعريف الاصطلاحي للإستراتيجية:

- والإستراتيجية عبارة عن مجموعة من الأفكار والمبادئ التي تتناول مجالا من مجالات المعرفة الإنسانية بصورة شاملة ومتكاملة تنطلق نحو تحقيق أهداف معينة⁽²⁾.

التعريف الإجرائي للإستراتيجية:

هي عبارة عن مجموعة من الأساليب والمناهج المنظمة التي يتم السير وفقاً لها للوصول إلى ما هو مطلوب في الوقت المحدد وتوفير كل الإمكانيات والجهود المادية والمالية.

تعريف الاتصال الإقناعي:

ويمكن تعريفه بأنه هو مزيج من كلمتي Communication, Persuasion "الاتصال الذي يحدث عندما يوجه المعلن مثلاً عن قصد رسائله الإعلامية لإحداث تأثير مركز محسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة مستهلك من المستهلكين، وهذا

(1) - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص 49.

(2) - محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص 49.

التعريف يستند أساساً إلى التعريف الخاص بالإقناع حيث أنه اتصال هادف إلى التأثير في الاختيار⁽¹⁾.

التعريف اللغوي للرأي العام:

جاءت كلمة (رأي) في اللغة العربية بعدة معان منها:

الرأي بالعين، ورأيته رؤية ورأيا ورئية ورئانا وارتأيته واسترأيته، ويقال: رأيته رؤية، ورأيته رأي العين حيث يقع البصر عليه⁽²⁾، وعلى هذا جاء قول الله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ آيَةٌ فِي فِئَتَيْنِ النَّفْتَا فِئَةٌ تَقَاتِلُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأُخْرَىٰ كَافِرَةٌ يَرَوْنَهُم مِّثْلَهُمْ رَأْيَ الْعَيْنِ وَاللَّهُ يُؤَيِّدُ بِنَصَرِهِ مَن يَشَاءُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَعِبْرَةً لِّأُولِي الْأَبْصَارِ﴾⁽³⁾.

والرأي في الاصطلاح الإعلامي:

ليس هناك تعريفات جديدة للرأي، أو حرية الرأي في الإعلام عامة، أو في الصحافة خاصة، إنما هناك اجتهادات حول مفهوم الرأي فبعضهم يذكر الرأي من خلال تعريفه للحرية الإعلامية أو حرية الصحافة وبعضهم يعرف الرأي من خلال تعريفه للرأي العام حيث يفصل بين كلمة (رأي) وكلمة (عام).

فالرأي كما تقصد به الدكتورة شهباز طلعت بأنه عملية يظهر به الفرد استعداداته الداخلي للناس وهو تعبير علني لاتجاه ما⁽⁴⁾.

(1) - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 11.

(2) - عبد الملك بن عبد العزيز بن محمد الشلهوب، ضوابط الرأي وخصائصه في الصحافة، (ط1)، السعودية:

دار عالم الكتب، (1998)، ص 13.

(3) - سورة آل عمران: الآية 13.

(4) - عبد الملك بن عبد العزيز بن محمد الشلهوب، مرجع سبق ذكره، ص 20.

المفهوم الاصطلاحي للرأي العام:

هو ناتج ما يتفق عليه الجمهور حول مسألة معينة وهذا الاتفاق يكون قد تأثر بسبب إقناع الجمهور عن طريق الاتصال ولاسيما الإعلام ووسائله المختلفة. والرأي العام الناتج عن الإعلام السياسي هو رأي عام حول مسألة سياسية مثل قانون الانتخاب، أو قانون الأحزاب، أو توقيع معاهدة دولية، وقد يكون الرأي العام، رأي إقليم أو دماجة أو طائفة أو رأي عام جماعي⁽¹⁾.

التعريف اللغوي للقضية:

القضاء: الفصل والحكم.

- وتقول: قضى بينهم قضية، وقضايا.
- والقضايا: الأحكام واحدها قضية.⁽²⁾

التعريف الاصطلاحي للقضية:

تختلف عن الأزمة، فالقضية تعني مسألة فيها نقاش أو جدال أو خلاف أو مسألة أو نقطة أو تساؤل سيكون حوله خلاف، أو يتخذ حياله قرار، أما العلماء والدارسون فيقدمون عددا من التعريفات لها.

- فهانيزووت ومينج يعرفان القضية على أنها: قد تنشأ نتيجة تصرف معين قامت به المنظمة، أو نتيجة تصرف تقترح المنظمة القيام به، وقد يقوم به طرف واحد أو عدة أطراف، وينتج عنه مفاوضات وتكييف من المنظمة أو يحتمل أن ينتج عنه مقاضاة مدنية أو جنائية من طرف من الأطراف، وأيضا يحتمل أن يصبح مسألة صياغة سياسية عامة (قوانين عامة) تحدد من خلال الأجهزة التشريعية أو الهيئات المنظمة لعمال المنظمة 1989⁽³⁾.

(1) - محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، (د، ط،. الأردن: دار الراية، 2012)، ص 55.

(2) - ابن منظور، لسان العرب، مج7، (د، ط،. مصر: دار الحديث، 2003)، ص405.

(3) - مصطفى عدلي العبد، القضايا الدولية المعاصرة، (ط1،. لبنان: دار الفكر، 2004)، ص 98.

تعريف القضية السياسية:

كثيرا ما نسمع قائلًا يقول: إن هذه "قضية سياسية" بمعنى أنها أصبحت تشغل الرأي العام لدى الأمة، وأصبحت مجال بحث ونقاش، وعمل وتحرك، وهذه القضية تشغل الأنظمة والحركات والشعوب والأفراد، هكذا الأصل، فمثلا قضية ايرلندا قضية سياسية في بريطانيا ، واحتلال أمريكا للعراق وأفغانستان، وخروج الجيش الأمريكي منها قضية سياسية أمريكية، والفراغ السياسي في لبنان قضية سياسية، فهي تفرض نفسها في كل محل تحل فيه، وتجذب لها الأنظار، ويخطب باحترام كبير.

وقضية فلسطين قضية سياسية مثلا عاشت على وتر أنغامها أنظمة وحركات تقننت بها، ودول سمت نفسها زورا بدول المقاومة والممانعة، وكتبت فيها المقالات وألفت فيها الكتب، ولا زالت تراوح مكانها، لا بل ازدادت تعقيدا.

الصحافة المكتوبة :

عبارة عن دعامة الكترونية أو مطبوعة تنشر دوريا الأخبار في مختلف المجالات وتشرحها وتعلق عليها، ويكون ذلك بأعداد كبيرة وبعض الشرح والتوزيع أما فيما يخص استعمال كلمة الصحافة بنوعيتها (الجريدة والمجلة) في البلاد العربية فقد تنوع في بداية الأمر ليأخذ تسميات نموذجية مختلفة تشير إلى مضمونها والهدف منها أو توقيتها الزمني أو مادتها، مثل الحوادث أو الفوائد في لبنان الوقائع في مصر، وسائل خيرية في الجزائر ثم استقر في الأخير على كلمتي صحيفة أو يومية⁽¹⁾.

(1) - فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، (د،ط، دب، دن، 2006)، ص74.

الفصل الثاني:

العملية الاتصالية وإستراتيجية

عملية الإقناع وأسس

المبحث الأول: عناصر العملية الاتصالية وإستراتيجية عملية الإقناع
وأسس

- 1- عناصر العملية الاتصالية
- 2- إستراتيجيات عملية الإقناع
- 3- أسس الإقناع

المبحث الأول: عناصر العملية الاتصالية وإستراتيجية عملية الإقناع وأسسها

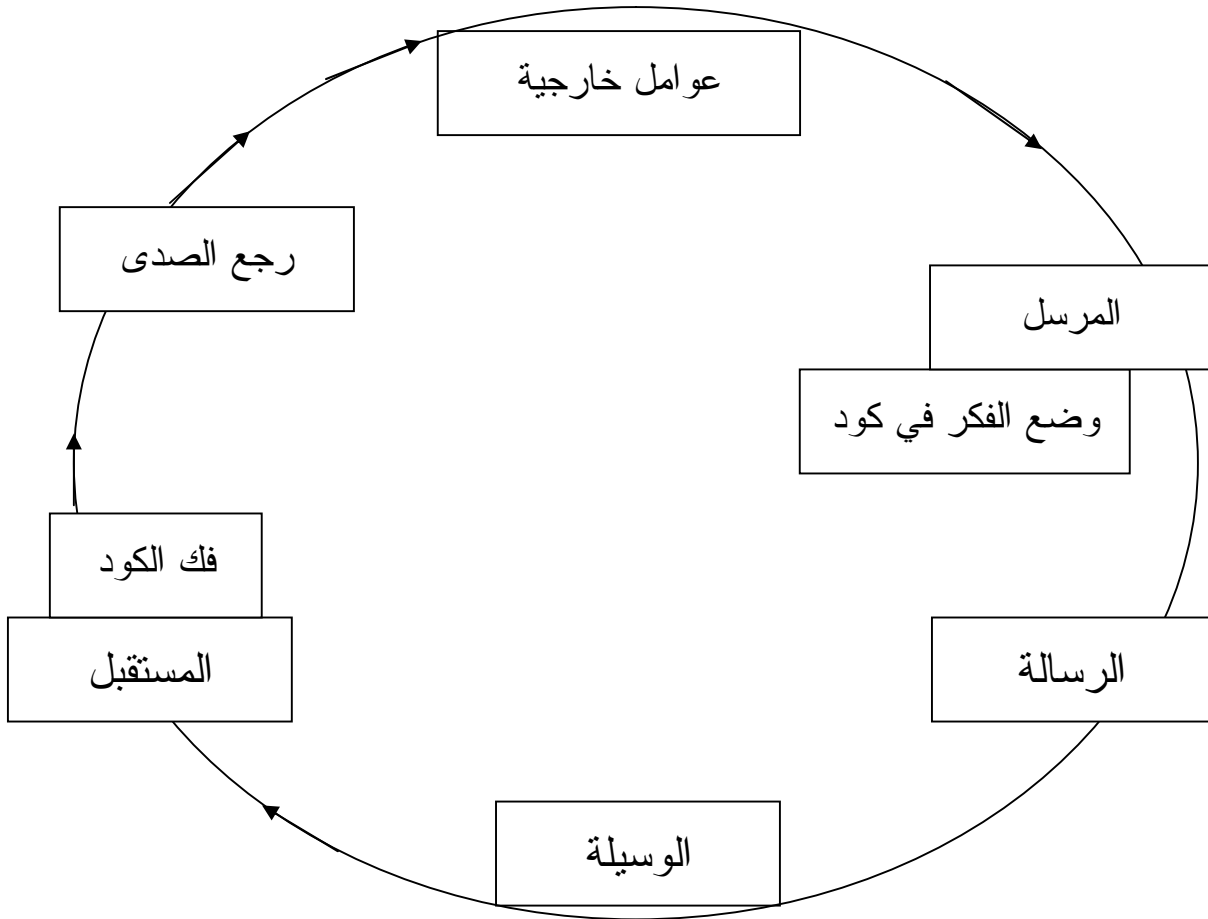
1- عناصر العملية الاتصالية

للاتصال عناصر 05 متداخلة ومتكاملة، ولا يتم الاتصال إلا بوجود هذه

العناصر: (المرسل، الرسالة، المستقبل، الوسيلة، رجوع الصدى).

ويمكن تمثيل عملية الاتصال من خلال عناصرها الخمسة في الشكل التالي.⁽¹⁾

الشكل رقم (1): عناصر العملية الاتصالية



(1) - إسماعيل محمود الحسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (دط، د.ب: الدار العالمية للنشر والتوزيع،

ويلاحظ من هذا الشكل أن المرسل (1) يقوم بوضع فكرته المراد نقلها في صورة رموز (كود) فتصبح لديه رسالة (2) تأخذ طريقها عبر وسيلة (3) إلى المستقبل (4) الذي يقوم بدوره بفك رموز الرسالة ويتفاعل معها وينتج عن هذا التفاعل رجع الصدى (5) يصل إلى المرسل الذي يحدد موقفه ومدى نجاحه في التعبير عن فكرته.

(1) المرسل: وهو القائم بالاتصال، وقد يكون فردا كما في الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجماعي، كما قد يكون أكثر من فرد كما في الاتصال الجماعي والاتصال الجماهيري، وهو صاحب الفكرة يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة (كود) ولا بد أن تكون الفكرة واضحة في ذهنه أولا، وأن يحسن التعبير عن هذه الفكرة، وأن يراعي طبيعة الوسيلة التي يستخدمها، وأهم من هذا كله -أو قبله- مراعاة ظروف وخبرات المستقبل، فالمرسل أو القائم بالاتصال الناجح وهو القادر على "التعاطف" بمعنى أن يضع نفسه مكان الآخرين، حتى يتفهم مشاعرهم واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع أن يضع فكرته بطريقة مناسبة يستطيع المستقبل استيعابها بسهولة والتفاعل مع مضمونها.

(2) الرسالة: وهي المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقي، وهي جوهر عملية الاتصال ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقي ويستطيع فك رموزها بسهولة، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور دراسة واعية للتعرف على خبراته واحتياجاته، وأيضا دراسة الجوانب السيكولوجية للجمهور، ويجب أن تحوى الرسالة كمية من المعلومات تتناسب وموضوع الرسالة، وأن تجيب على أسئلة المتلقي أو معظمها. (1)

(3) الوسيلة: يحتاج أي اتصال إلى وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وقد تكون الوسيلة طبيعية كما في الاتصال الشخصي والجماعي، وقد تكون صناعية كما في الاتصال الجماهيري الذي يعتمد على وسائل تكنولوجية.

(1) - إسماعيل محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص - ص، 95-104.

- في البدء كانت الكلمة شفوية ثم كتابية وظلت الكلمة هي الأصل في أي وسيلة اتصال فيما بعد، وساعد على انتشار الكلمة المكتوبة اختراع "يوحنا جوتنبرج" للطباعة وتوالت بعد ذلك الاكتشافات والاختراعات لخلق وسائل اتصال جديدة، كان من أبرزها اكتشاف القانوس السحري 1558 على يد "ليوناردو دافنشي"، ثم اختراع "أديسون" للفلم الخام 1889 الذي ينقل صوراً متحركة وهو ما أطلق عليه اسم (kintoscope) والذي أدى إلى ظهور فن السينما، وفي عام 1876 اختراع "جراهام بال" التليفون ثم اختراع الراديو وتبعه الإرسال التلفزيوني عام 1936 ثم الفيديو وأصبحت وسائل الإعلام تحاصر الإنسان في كل مكان، وتلاحقه أينما ذهب، تنتقل إليه ما يحدث في كل مكان من العالم وهو قابع في منزله دون أي عناء.

(4) **المستقبل:** المستقبل أو المتلقي عنصر هام من عناصر الاتصال، وهو الذي يتلقى الرسالة ويقوم بفك رموزها ويحللها ويتفاعل معها ويتأثر بمضمونها، والمتلقي قد يكون فرداً كما في الاتصال الشخصي والاتصال الذاتي الذي يكون الفرد فيه مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، كما أن المتلقي قد يكون أكثر من فرد كما في الاتصال الجماعي والجماهيري وتحديد المتلقي يعد أمراً مهماً في الاتصال الشخصي والاتصال الجماعي، ولكن يصعب تحديد المتلقي في الاتصال الجماهيري وصعوبة تحديد هذه تشغل عقبة في نجاح العملية الاتصالية، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور الذي ⁽¹⁾ سيوجه إليه رسالته، وإذا لم يكن على دراية كاملة بخصائصه الأولية فلن يتمكن من إحداث التأثير المطلوب عليه مهما كانت رسالته معدة جيداً ومنقولة لوسيلة مناسبة.

- كما تتبع أهمية الجمهور في وسائل الاتصال من أنه يؤثر في القائم بالاتصال ولا يتأثر فقط بما يقدمه.

(1) - إسماعيل محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص - ص، 113-121.

- وهناك أربعة احتمالات تتوقعها من المستقبل للرسالة:
- * فهم الرسالة فهما كاملاً، بمعنى مشاركة المستقبل للمرسل في الأفكار والإحساسات التي تنقلها.
- * فهم الرسالة فهما غير كامل، كأن يفهم أجزاء منها دون الأخرى.
- * فهم الرسالة فهما خاطئاً، بسبب تفسير المستقبل للرموز المستخدمة في ضوء خبراته غير المشابهة لخبرات المرسل.
- * عدم فهم الرسالة البتة، بسبب استخدام المرسل للرموز غير مألوفة للمستقبل، كأن يستخدم المرسل كلمات صعبة فوق المستوى اللغوي للمستقبل.⁽¹⁾
- (5) **رجع الصدى**: عنصر هام من عناصر الاتصال، فهو الذي يحقق دائرية الاتصال حيث يصبح المتلقي مرسلًا ولذلك يسميه البعض "التغذية المرتدة" كما يسميه البعض الآخر ردة الفعل وأياً كانت التسمية فالمقصود بـرجع الصدى أي شيء يصدر عن المتلقي نتيجة لتعرضه للرسالة، وقد يكون الشيء معلومات أو تعبيرات حركية.
- وهناك نوعان من الاستجابة أو ردة الفعل للرسالة هما:
- * الاستجابة العلنية وهي التي يمكن ملاحظتها واكتشافها وهي استجابة عامة، والاستجابة المستترة أو الخفية والتي لا يمكن ملاحظتها بسهولة ويصعب اكتشافها وهي استجابة خاصة.
- ويجب أن نفرق بين التأثير ورجع الصدى، فالتأثير يتمثل في النتائج المترتبة على الاتصال وهل أدى إلى تحقيق الهدف منه أم لا؟
- بمعنى أن هناك حملة إعلامية انتخابية لصالح مرشح ما، فيقاس الأكثر هنا بمدى نجاح الحملة لتحقيق هدفها، وهل أدت الحملة إلى انتخاب هذا المترشح أم لا؟

(1) - إسماعيل محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص - ص، 122-133.

- أما رجوع الصدى فيتعلق بمضمون هذه الحملة ومدى استجابة الجماهير واقتناعهم بمضمون الحملة وهل وصلت الاستجابة للمرسل أم لا؟
- ويمكن التعرف على رجوع الصدى بسهولة بالاتصال المباشر حيث يكون الجمهور أمام القائم بالاتصال الذي يستطيع التعرف على رد فعل الجمهور عن طريق توجيه أسئلة للجمهور، أو التعرف على تعبيرات وجهه وغيرها أما في الاتصال الجماهيري فمن الصعوبة التعرف على رجوع الصدى حيث يكون بسيطاً بالمقارنة بالاتصال الجماهيري فمن الصعوبة التعرف على رجوع الصدى حيث يكون بسيطاً بالمقارنة بالاتصال المباشر، ويمكن الاستدلال عليه ولكن ليس بطريقة فورية عن طريق معدل توزيع الصحيفة أو الكتاب، أو عن طريق رسائل القراء والمستمعين، أو عن طريق النزول للميدان والتعرف من خلال الاستبيانات على آراء الجماهير.
- فالتأثر أبعد من رجوع الصدى ويتعلق بحدوث الاستجابة، وفي ذلك يذكر د. "محمد عبد الحميد" إن رجوع الصدى لا يعني سوى استمرار عملية الاتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل والمستقبل، ولذلك تتميز عملية نماذج التفاعل interaction بوجود رجوع الصدى الذي يشير إلى دائرية عملية الاتصال.⁽¹⁾

2- إستراتيجية عملية الإقناع

- الإستراتيجية النفسية:

إن الافتراضات الأساسية لعلم النفس قد أدمجت داخل التعبير المؤثر والاستجابة عند الفرد ويفترض أنها تشترك في تحديد الاتجاهات في السلوك وذلك على النحو التالي:

- (1) إن المؤثرات تستقبل وتكتشف بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجي.
- (2) أن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع الاستجابة التي تحدث وب

(1) - إسماعيل محمود الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 134.

ما أننا لسنا مهتمين بالكائنات العضوية بل نهتم بالمخلوقات البشرية وحدها، إذ يمكننا تحديد العوامل الطارئة في ما يلي:

- (أ) مجموعة خصائص بيولوجية بشرية أو عمليات موروثة.
- (ب) مجموعة أخرى قائمة على البيولوجيا جزئيا والتعليم جزئيا (الحالات، الظروف الانفعالية).
- (ج) مجموعة من عوامل مكتسبة، أو جرى تعلمها لتنظيم التركيب الإدراكي للفرد.⁽¹⁾

- هناك العديد من العوامل النفسية تؤثر في الفرد من حيث سلوكه، انفعالاته كون الفرد بطبعه كائن حي يؤثر ويتأثر في المجتمع.

- من هنا يمكننا القول أن الكائن البشري عبارة عن مزيج معقد يتكون من مجموعة عوامل بيولوجية إدراكية وعاطفية إذ يتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات والمثيرات التي يتلقاها عن طريق حواسه نتيجة اتصاله بالعالم الخارجي فالإدراك عملية معقدة وهي محصلة من مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية ومجموعة من المعايير والقيم والاتجاهات التي اكتسبها من بيئته الثقافية والاجتماعية، فعملية الإدراك هذه لا على ما يكونه الفرد معلومات بل تقوم كذلك على قيم واتجاهاته وثقافته.

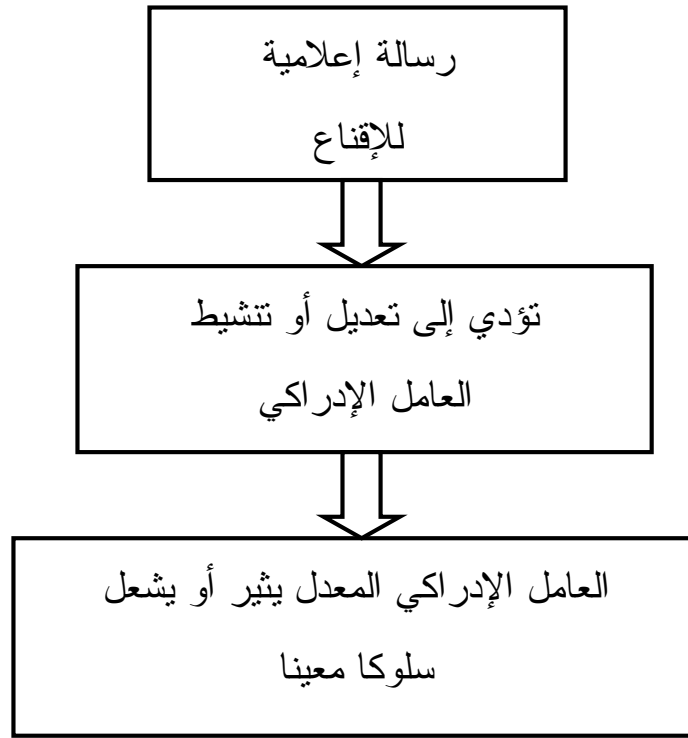
ويمكن إعداد رسم بياني لإستراتيجية الإقناع الديناميكي النفسية كما هو في

الشكل:

(1) - ملفين ل ديفلير - ساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف (د.ط.). القاهرة:

الدار الدولية للنشر والتوزيع، د، ت)، ص379.

الشكل رقم (2): إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية



ومن هنا يمكن القول: إن جوهر الإستراتيجية الديناميكية النفسية هو استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد حتى يستجيبوا الهدف القائم بالاتصال. (1)

تعتمد الإستراتيجية النفسية على العامل السيكولوجي لإحداث عملية الإقناع والتأثير على سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه.

- **الإستراتيجية الاجتماعية:** بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه من الداخل، فإن العلوم الاجتماعية تفترض أن قدراً كبيراً من السلوك الإنساني تشعله قوى من خارج الفرد، ويؤكد علم دراسة المجتمعات على التأثير القوي للثقافة على السلوك وبتفسير علماء الاقتصاد إلى تصرفات موضوعية غير شخصية للسياسات والاتجاهات النقدية، بينما يؤكد علم السياسة على هياكل الحكم

(1) - ملفين ل ديفلير - ساندرا بول - روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص 384.

وممارسة السلطة، أما علم الاجتماع فإنه يدرس تأثير التنظيم الاجتماعي على سلوك الجماعة.⁽¹⁾

- نجد أن هذه الإستراتيجية الاجتماعية التي تقوم على دراسة الفرد وسلوكه انطلاقاً من عاداته وتقاليدته وثقافته هذه العناصر التي تقوم عليها حياة الفرد نتيجة تفاعله بالمجتمع.
- فالعوامل الاجتماعية هي الركيزة والأداة الأساسية الموجهة للسلوك البشري كون الفرد كائن اجتماعي بطبعه يؤثر ويتأثر بهذه العوامل.
- إن عملية التعلم الاجتماعي تحدث بطريقة عفوية وتلقائية نتيجة تفاعل الفرد مع محيطه واندماجه فيه.

- فمسألة التوقعات الاجتماعية المتضمنة في النظم الاجتماعية التي يتفاعل من خلالها الأفراد مع بعضهم البعض فالأسرة أو مجموعة الأصدقاء أو المدرسة: تمارس مجموعة من الضوابط القوية على الفرد، وقد يجبر الفرد في بعض الأحيان على القيام ببعض السلوك ضمن جماعة اجتماعية معينة دون أن يكون مقتنعاً بذلك، ويعترف بنظام الرتب الاجتماعية ويوافق على نظام السيطرة الاجتماعية، وهذه العوامل الخارجية هي التي تستعمل سلوك الفرد.⁽²⁾

3- أسس الإقناع:

تقوم العملية الإقناعية على مجموعة من الأسس والعوامل التي يمكن استخلاصها فيما يلي:

- 1- وضوح الرسالة: تتطلب الرسالة أن تكون واضحة ومنطقية العرض من حيث تسلسل الأفكار واستخدام الألفاظ السهلة وغير المعقدة.

(1) - ملفين ل ديفلير - ساندرا بول - روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص 386.

(2) - عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 53.

2- **التفاعل مع الآخرين:** من حيث التنبه إلى حالاتهم النفسية التي يوجدون عليها حتى تهيأ أذهانهم إلى استقبال الرسالة وكذا الاهتمام بمحتوى الحديث ومضمونه واستخدام الصوت المناسب واختيار نغمة الصوت وتنويع طبقاته، فالانطباع الأول لدى الآخرين ينشأ من طريقة من حديثك، تفاديا الميل التلقائي إلى إقامة علاقات تنافس بدل من علاقة التعاون التي يمتاز أو يميل البعض إليها ولذلك ينفرون من البداية موقفا صراغيا هجوميا حيث يعتقد أن الطرف الآخر سيقف منه نفس الموقف ويبادل له التنافس والصراع، أما الميول التسلطية أو الرضوخية لدى المتحدث فهي بدورها تعرقل الإقناع.

3- **الموضوعية:** تجاه المستمع دون التحيز أو الأحكام المسبقة المنبعثة من التحيزات القبلية والعشائرية والمذهبية والإقليمية والعرقية والعائلية وكذا المصلحية يضاف إلى ذلك التحيزات الانفعالية.

4- **التخطيط الجيد لعملية الإقناع:** ومن أبرز عناصر التخطيط هو التفكير في التوقيت المناسب لإرسال الرسالة بحيث يكون الطرف الآخر مستعدا لقبولها، وكذا معرفة المنافذ التي يمكن الوصول عبرها إلى الطرف الآخر، كل إنسان يستجيب بشكل إيجابي لأسلوب من نوع معين ولعلاقة من نوع محدود وبمعرض ذات طبيعة خاصة.

5- **إرجاع الأثر:** إن الغرض من إرجاع الأثر هو غلق حلقة الاتصال والتأكد من فهم المستقبل المعنى المقصود واستجابته برد الفعل المطلوب، فقد يبدأ المرسل في تواصله مع المستقبل من حالة الإدراك الذاتي والاستغراق في الأفكار الخاصة دون الانتباه لاستجابة المستقبل ورد فعله مما قد يأتي بالعملية الإقناعية من قواعدها.⁽¹⁾ وانخفاض

(1) - **عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفياته النظرية وآلياته العملية (ط2)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية**

الساحة المركزية، د، ت)، ص53.

الحساسية لإرجاع الأثر يحول التأثير والتواصل الإقناعي إلى حوار فردي لا تفاعل فيه.

6- استجابة المستمع للرسالة الإقناعية.

7- ابتعاد المستمع عن الأحكام المسبقة والخلفية التصويرية حول المرسل.

8- مكانة المرسل الاجتماعية.

9- مصداقية المرسل العلمية.⁽¹⁾

(1) - عامر مصباح، المرجع نفسه، ص 54.

الفصل الثالث

مضامين الاتصال الاقتاعي وتشكيل الرأي العام السياسي من
خلال صحيفة الشروق اليومي

أولاً: محاور القضايا السياسية المحلية في جريدة الشروق اليومي:

ثانياً: شكل وأسلوب المواقف المتعلقة بالقضايا السياسية

ثالثاً: الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية

رابعاً: نسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية.

خامساً: مصادر المادة المتعلقة بالقضايا السياسية

نتائج الدراسة:

أولاً: محاور القضايا السياسية المحلية في جريدة الشروق اليومي:

الجدول رقم (01): محاور القضايا السياسية المحلية

المحاور (1)	الأفكار	التكرار	النسبة المئوية
المحور الأول:	- معلومات عن الهيئة الناخبة والمترشحين في الأحزاب السياسية	7	53,84%
محور بداية الحملة الانتخابية	- الأجواء التي سادت بداية الحملة الانتخابية	4	30,76%
	- الإشادة بالمرجعية الثورية في تكوين الأحزاب السياسية والعمل السياسي	2	15,38%
	المجموع	14	100%

المحاور (2)	الأفكار	التكرار	النسبة المئوية
المحور الثاني:	- استغلال مواقع التواصل الاجتماعي والمنظمات الطلابية في التأثير على نتائج العمل الانتخابي	6	50%
إجـراء الانتخابات المحلية والنتائج المترتبة عنها	- تضارب الآراء الأحزاب السياسية حول نتائج الانتخابات	2	16,66%
	- الإشادة بدور الحكومة في نجاح العملية الانتخابية	4	34%
	المجموع	12	100%

المحاور (3)	الأفكار	التكرار	النسبة المئوية
المحور الثالث: بداية ممارسة العمل السياسي وتصارع الأجنحة	- تعيين رؤساء البلديات المنتخبين من قبل النواب عبر بلديات الوطن - بداية انتخابات رؤساء المجالس الولائية عبر 48 ولاية - نسبة التمرد على رؤساء الأحزاب الفاشلة في التشريعات	8 6 4	61% 33% 30%
	المجموع	18	100%

التعليق على الجدول الذي يمثل 3 محاور للقضايا السياسية المحلية

عند قراءة الدراسة قراءة دقيقة وجدنا بأنها تنطوي على 3 محاور أساسية هم محور ما قبل الانتخابات وكيفية التحضير لها ومحور إجراء الانتخابات المحلية وأهم النتائج المترتبة عن ذلك والمحور الأخير يكون بعنوان البداية الفعلية للعمل السياسي والصراع بين الأجنحة السياسية.

- علما بأن محور ما قبل الانتخابات يحتوي على ثلاثة أفكار رئيسية هي:

(1) معلومات عن الهيئة الناخبة ومترشي الأحزاب السياسية.

(2) الأجواء التي تعدها بداية الحملة الانتخابية.

(3) المرجعية الثورية أساس تكوين الأحزاب السياسية والعمل السياسي.

- أما محور إجراء الانتخابات المحلية والنتائج المترتبة عن ذلك فهو يحتوي أيضا على 3 أفكار رئيسية هي:

(1) استغلال مواقع التواصل الاجتماعي والمنظمات الطلابية في التأثير على نتائج العمليات الانتخابية.

(2) تضارب آراء الأحزاب السياسية حول نتائج الانتخابات.

(3) الإشادة بدور الحكومة في نجاح العملية الانتخابية.

- أما المحور الثالث والأخير الذي يتمحور حول انطلاق العمل السياسي وبداية الصراع بين الأجنحة هو الآخر يركز على 3 أفكار رئيسية هي:

(1) تعيين رؤساء البلديات المنتخبين.

(2) بداية انتخاب الرؤساء عبر الولايات.

(3) التمرد على رؤساء الأحزاب الفاشلة.

- أما تحليل مضمون الدراسة هذه فيمكن التعبير عنه بالجدول المركب المذكور أدناه.

ثانيا: شكل المواقف المتعلقة بالقضايا السياسية

(1) الشكل الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية

- ركزنا في هذا المبحث على صياغة عدة متغيرات كما يوضح الجدول رقم (2) حيث أشرنا عند قيامنا بعملية التحليل أن اختيار وحدات التحليل لو يتم بصدفة اعتباطية وإنما تم هذا بعد القراءة المتمعة والمدققة لكافة الأعداد الممثلة لعينة دراستنا هذه والتحكم فيها، مما دفعنا إلى التركيز على أهم القضايا السياسية الأكثر تكرارا، والتي يمكن أن تكون تمثيلية والجدول التالي يبين الأشكال التي جاءت بها الكتابة حول القضايا السياسية في الصحيفة اليومية (الشروق) خلال الأشهر الثلاث الأخيرة (أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر) لسنة 2017.

الجدول رقم (02): يوضح شكل مادة التحرير المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية

جريدة الشروق اليومي		الصحيفة
النسب %	ت *	شكل الكتابة
49 %	69	أخبار
2 %	03	تحقيقات
18 %	26	مقالات
27 %	37	أعمدة
2 %	04	مقابلات
1 %	01	كاريكاتوري
100 %	140	المجموع

ت *: استخدمنا الرموز كاختصار للتكرارات في جميع الجداول.

- يعتبر التحليل الرقمي لمضمون الجدول أو أي جدول آخر أهمية بالغة في الحساب الكمي وهو وسيلة مساعدة، في عملية جمع المعلومات وتصنيفها وتمحيصها بهدف الحصول على المدلول الذي تحمله الكتابة الصحفية حول القضايا السياسية ونتيجة للنسب المئوية والتكرارات المسجلة في الجدول رقم (2) تبين أن الاتجاه العام لعينة البحث متمركزة في متغير (الأخبار) بالنسبة للصحيفة اليومية (الشروق) نسبة قدرها 49%.

- هذا لطبيعة الحدث الإخباري المتعلق بشغف الجمهور لمعرفة كل ما هو جديد حول مسار العمل الانتخابي وخاصة أنه يعتبر من الأحداث المتعلقة بالحياة اليومية للجمهور.

- لنصل إلى ثاني أعلى نسبة والتي تتمركز في الأعمدة وقدرت نسبتها بـ 27% وبتكرار وصل إلى 37 يرجع هذا إلى كون العمود من الألوان (الأنواع) الصحفية التي تقترن بجانب تهكمي في دراسة الأحداث.

- أما ثالث نسبة من الأنواع الصحفية (الألوان) التي سجلتها الصحيفة تتمثل في المقالات بمعدل نسبة 18% وبتكرار بلغ 26 مرة لأن هذا الشكل الصحفي يعتمد في الظواهر الأكثر شيوعا واهتماما من قبل الرأي العام إضافة إلى كونها معروفة ولا تحتاج تفسير أو شرح لكن اعتماد هذا الشكل من قبل جريدة الشروق اليومي ولو 18% يعبر على أن صحافي الجريدة هو المعين بهذا الحدث وذلك لارتباط الصحيفة (كمؤسسة) بأحد التيارات المنافسة في الحدث الانتخابي.

- ثم رابع نسبة من الأنواع الفنية تمثلت في المقابلات التي سجلت بمعدل 2% وبتكرار بلغ 4 مرات وهذه النسبة 2% هي نسبة ضعيفة نظرا لأن الفاعلين (رؤساء الأحزاب) في هذه الفترة يكونون منشغلين بالتحضير للانتخابات ومنشغلين كذلك باستقطاب الهيئة الناجبة، لكن وجود هذه النسبة 2% يعبر على أن محققي الشروق يسعون دائما للظفر بمقالات شخصية (الفاعلين السياسيين) من أجل تنوير الرأي العام بسبق صحفي يسعى صحفيي الشروق لتحقيقه دوما.

- أما خامس نسبة تمثلت في متغير وهو التحقيقات بنسبة 2% أيضا وبتكرار 3 مرات على طوال 3 أشهر.

فالتحقيقات تعتبر خاصة بالظاهر التي لا تعرف رواجاً عند الرأي العام (غموض الظاهرة عند الرأي العام) وبما أن الانتخابات ظاهرة معروفة ومهضومة عند الجميع فإننا لاحظنا عدم التركيز عليها في التحقيقات الخاصة بجريدة الشروق اليومي بدليل أن نسبتها كانت 2%.

- لنسجل بعد ذلك سادس متغير وهو الكاريكاتورية قدرها 1% وبتكرار مرة واحدة ويعتبر هذا الشكل معالجة للواقع بمنظور هزلي وعلى الرغم من أن الحدث الانتخابي في الجزائر أصبح لا يدخل في صلب اهتمام الرأي العام وينظر إليه بطابع سخري إلا أن الجريدة ممثلة في الصحفي (أيوب) اعتمدت على رسمة كاريكاتورية تظهر الحدث الانتخابي (الانتخابات) (كرنفال) بمعنى عرس شعبي لا معنى له.

ثالثا: الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية

لقد أكدت المعلومات الرقمية الموجودة في الجدول أن الأسلوب الصحفي الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة (أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر) 2017 كانت متباينة جامعة بين العرض والوصف والبساطة حيث كانت النسب كالتالي:

الوصفي 97 تكرار وبنسبة تقدر بـ 62,17%.

العرضي 03 تكرارات بنسبة 2%.

البسيط 56 تكرار وبنسبة تقدر بـ 36%.

الجدول رقم (03): يوضح الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية المحلية

جريدة الشروق اليومي		الصحيفة
النسب %	ت *	طبيعة الأسلوب
62,17 %	97	الوصفي
2 %	3	العرضي
36 %	56	البسيط
100 %	156	المجموع

البسيط: مضمونه الوضوح والدقة وميزته استخدام العبارات القصيرة والمألوفة مع تجنب المبالغة في الوصف.

الوصفي: يتميز بقدر معين من الوصف المباشر للقضية وتعريف بأمرها.

العرضي: وهو عرض الصحفي لكمية هائلة من المعلومات ويقوم باستخلاص النتائج.

التعليق على الجدول رقم (3): في الجدول رقم (3) الذي يحتوي على 3 متغيرات هي وصفي، عرضي، وبسيط صاغها الباحث بهدف الكشف عن طبيعة الأسلوب الصحفي وكيفية وطريقة تناوله للقضايا السياسية المحلية بدرجة الأولى نلاحظ أن الأسلوب الوصفي سجل الاتجاه العام لعينة الدراسة بنسبة بلغت 62,17% يمكن إرجاعه إلى طبيعة القضية السياسية المحلية وما يريد المرسل إيصاله من أخبار يهدف استقطاب أكبر عدد ممكن من فئات المجتمع، كما يهدف إلى بيع أكبر عدد ممكن من الأعداد، كما يرجع هذا إلى التعدد الكشف في اختلاف المصادر التي تنقل منها الأخبار التي قد يثق المستقبل للخبر في مصدرها أو لا يثق في مصداقيتها هذا بالإضافة إلى الاعتماد على السرعة في نقل ونشر هذه الأخبار التي تملئها ضرورة السبق الصحفي هذا يعد مشكل حاصل في الصحيفة فهناك المقالات الأعمدة التي اعتمد على التحليل من خلال كل التأويلات وظهر ذلك منتصف شهر أكتوبر إلى منتصف شهر نوفمبر إلى غاية نهاية الانتخابات المحلية، وهذا المشكل لا تعاني منه جريدة الشروق اليومي فقط وإنما كل الصحف العاملة في نفس المجال خاصة لما يتعلق الأمر بحدث انتخابي بارز.

ليأتي بعد ذلك البسيط والذي بلغت نسبته 36% كون هذا النوع الصحفي يعتمد على استخدام عبارات قصيرة وواضحة وجاء بنسبة كانت 36% وهي مناسبة لتعريف الرأي العام بالمعلومات البسيطة حول الحدث الانتخابي، فالانتخابات عكس الظواهر الأخرى لا تحتاج إلى معلومات متخصصة أو دقيقة لذلك يعتمد صحفي الشروق اليومي

على تقديم المعلومات في نوع بسيط خالي من كل تعقيد وهذا حسب ما ورد في الجدول رقم (3).

- وفي الأخير يأتي الأسلوب الوصفي الذي كان يتواجد بنسبة ضئيلة 1,92% بحيث يمكن إرجاع هذا إلى نوعية الخط التحريري وطبيعة القطاع الذي ترجع له الصحيفة، وكذلك لأن هذا النوع يعتمد على تلخيص النتائج ولأن النتائج المتحصل عليها غير ثابتة فإنه من الصعب تحديد وعرض معلومات مفيدة للرأي العام، كما يمكن من الصعب تحديد وعرض معلومات مفيدة للرأي العام، كما يمكن إرجاع هذا إلى انحصار مدى الحرية التي ينعم بها الصحفي، هذا إضافة إلى قلة المصادر المتعلقة بالقضايا السياسية مما يجعل الصحفي مقيدا في تناوله لهذا النوع من الأساليب.

- والنتيجة التي يمكن الخروج بها من هذه النسب أن الأسلوب الصحفي الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية المحلية كانت النسب متفاوتة بين الوصفي والبسيط والعرضي بحيث ركزت على الأسلوب الوصفي لتقديم أخبار أكثر وضوحا من الخبر البسيط ولهذا يمكننا القول أن الصحيفة اليومية مارست وظيفتها الكلاسيكية في تنوير الرأي العام كما حاولت أن تخلق مكان لها إلى جانب السلطة السياسية ومحرك الرأي العام نحو القضايا السياسية المحلية وجعله متابعا للقضايا التي تحدد الخطوط العريضة للحياة الاجتماعية العامة كالانتخابات التشريعية.

رابعاً: نسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية.

سنعرض في هذا الجدول إلى تكرارات النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية في مختلف المواقع في الصحيفة اليومية (الشروق اليومي) وطريقة التوزيع التي قامت على أساسها الصحيفة المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية لإدراك القيمة الإعلامية التي أعطتها الصحيفة ودرجة الاهتمام بها والذي نأمل أن يفسر لنا بدوره ما يود القائم

بالاتصال أن يصل إليه وما هدفه من ذلك ، والجدول التالي رقم(04) يبين لنا التكرارات المتحصل عليها خلال عملية التحليل الكمي

الشروق اليومي		الصحيفة
النسبة %	التكرار	الموقع
/	/	صفحة أولى
/	/	أعلى صفحة أولى
/	/	أسفل صفحة أولى
/	/	ركن أعلى صفحة أولى
/	/	ركن أيسر صفحة أولى
6.87%	11	صفحة داخلية
54%	88	أعلى صفحة داخلية
14.19%	23	أسفل صفحة داخلية
9.87%	16	ركن أيمن صفحة داخلية
14.19%	23	ركن أيسر صفحة داخلية
/	/	صفحة أخيرة
/	/	أعلى صفحة أخيرة
/	/	ركن أيمن صفحة أخيرة
/	/	ركن أيسر صفحة أخيرة
100%	162	المجموع

تشير معطيات هذا الجدول رقم(4) المتضمن لنسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية في مختلف المواقع في الصحيفة أن الاتجاه العام لعينة الدراسة هو متغير أعلى صفحة داخلية بتكرار بلغ 88 مرة وبنسبة تقدر بـ 54% يليه متغير ركن أيسر صفحة داخلية بتكرار بلغ 23 مرة وبنسبة مئوية 14.19 % ويليه بعد ذلك متغير ركن

أسفل صفحة داخلية بتكرار يقدر بـ 23 مرة وبنسبة مئوية 14.19% وكذا متغير ركن أيمن ظهر بتكرار 16 مرة وبنسبة تقدر بـ 9.87% بينما يمثل أدنى نسبة ممثلة ممثلة في متغير صفحة داخلية بتكرار بلغ 11 مرة وبنسبة تقدر بـ 7% .

- كما يبين الجدول رقم(4) غياب كلي للنصوص المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية بالنسبة للعديد من المواقع في الصحيفة بالرغم من كونها بوابة الصحيفة لأنها تحتوي على مختلف العناوين المهمة وهذا الموقع لم يشهد وجود أي قضية سياسية محلية سواء في أعلى أو أسفل أو في أركان الصفحة يمينا ويسارا، إذ من الممكن القول أن الصحيفة قد أهملت دور الصحيفة ككل في نشرها للأخبار السياسية بالرغم من أنها الواجهة التي تعبر عن شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها أما إذا نظرنا من زاوية أخرى يمكننا أن نرجع هذا إلى طبيعة القطاع التي تنتمي إليه الصحيفة كما يمكن إرجاع هذا النقص من تواجد مواضيع سياسية في الصفحة الأولى إلى وجود مواضيع وأخبار عالمية الأكثر جدية التي تشغل حيز أكبر وتهم قطاعات كبيرة من الجمهور ثم تولي الاهتمام لما هو محلي إذ يجب تحقيق التوازن والانسجام في عرض المواد وشد انتباه القارئ إلى ما تحتويه كما بينت النسب المئوية الموجودة في الجدول أن الصحيفة ركزت اهتمامها على متغير أعلى صفحة والذي ظهر بنسبة عالية تقدر بـ 54% وبتكرار بلغ 88 مرة دليل على أن الصحيفة أعطت اهتمام من حيث الموقع للقضايا السياسية المحلية لدى متغير أعلى صفحة هو أول ما تقع عليه عين القارئ لذا ركزت عليه الصحيفة وأعطته مساحة أكبر بهدف جذب اهتمام القارئ والتأثير عليه على استعراض القضايا في الجزء العلوي فمساحة التحرير المخصصة للمادة المنشورة من أهم المؤشرات على أهمية الموضوع بالنسبة للقارئ بالاتصال نتيجة لتشكيل رأي عام ويأتي بعد ذلك متغير ركن أسفل وأيسر صفحة داخلية اللذان كانا بنفس درجة التكرار وب نفس درجة النسبة المئوية، حيث بلغ التكرار 23 مرة وبنسبة بقدر

بـ 14.19 % هذا التباين من الممكن أنه راجع الى السياسة التحريرية للجريدة في طريقة نشرها وعرضها للأخبار

ليأتي بعد ذلك متغير المتمثل في متغير أيمن صفحة داخلية بتكرار بلغ 16 مرة وبنسبة 9.87% فالصحيفة هنا كانت اقل اهتماما بالركن الأيمن حسب ما أظهره الجدول (4) وذلك أن دل علي شئ فإنما يدل علي نوع من التعقيم واللامبالاة بهذا النوع من المواقع الذي قد يكون سببه الأول راجع إلى السياسة التحريرية لهذه الصحيفة التي تؤدي إلى تقليص مستوى الحرية للقائم بالاتصال في نشره للمادة الإعلامية في مواقع مختلفة ،وبالتالي فالصحيفة هنا تعتمد علي التجاهل وعدم الاهتمام بهذا الموقع

كما تبين المعطيات الإحصائية أن متغير صفحة داخلية قد سجل بتكرار 11 مرة وبنسبه تقدر بـ 6.87 وبالتالي فالصحيفة لم تركز بصفة كبيرة علي هذه الصفحة هذا ما يدفع الى ضعف الإستراتيجية التي يتخذها القائم بالاتصال في شرح وتحليل القضايا السياسية المحلية

أما إذا سلطنا الضوء على الصفحة الأخيرة وحسب ماتبينه المعطيات الرقمية إن الصحيفة لم تتناول القضايا السياسية المحلية في هذا الموقع وهذا راجع إلى الأهمية البالغة للموضوع السياسي إذ لابد أن يوضع في صدارة الصفحات الأولى وان يتصدر أعلى الجريدة من الصفحة التي تكون في الواجهة، كما أن الصفحة الأخيرة صفحة مخصصة للمواضيع الغير جادة والخفيفة والمصورة والفكاهية والكاريكاتور، كما نجد أن أغلبية قارئ الصحف لا يتصفحون آخر صفحة من الجريدة في أغلب الحالات .

خامسا: مصادر المادة المتعلقة بالقضايا السياسية

- مصادر الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية: نظرا لأهمية المصدر في تحديد قيمة الخبر وما تنشره الصحف من معلومات مجهولة المصادر والتي تسمى إشاعات، انطلاقا من القناعة واليقين بأن أهمية وفعالية الخبر تزيد وتنقص نتيجة دقة المصدر

كما أن عدم ذكر المصدر غالبا ما يفقد القارئ ثقته بالصحيفة ويفقد الصحيفة نفسها مصداقيتها ويعرضها للاتهام بإعطاء قيمة للمواضيع مجهولة المصادر لهذه الأسباب.

والأسباب المنهجية أضفنا فئة المصدر من خلال مضمون الجدول رقم (3) سنحاول التطرق إلى مصادر الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية من خلال جريدة الشروق اليومي خلال 3 أشهر الأخيرة من سنة 2017 والجريدة تبحث عن الصدق والمصداقية.

الجدول رقم (05): يوضح مصادر المادة المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية

الصحف المصدر	الشروق	
المصدر الموثوق	ت *	النسب %
	لا يوجد	/
نقلا عن وسائل الإعلام	34	17,43%
مصدر رسمي	161	82,56%
المجموع	195	100%

إن القراءة الرقمية لهذا الجدول تؤكد على الاتجاه العام لعينة بحثنا والمتمثلة في فئة مصادر الأخبار يمثلها متغير مصدر رسمي بنسبة بلغت 82,56% ويليهما بعد ذلك متغير نقلا عن وسائل الإعلام بنسبة إجمالية بلغت 17,43% في حين تم غياب المصدر الموثوق تماما في أعداد الجريدة اليومية هذه وعليه تكون مصادر الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية المحلية خلال الأشهر الثلاث الأخيرة من سنة 2017 (أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر) كمليين ذلك المضمون الرقمي للصحيفة الخاصة الشروق اليومي كالتالي:

- المصدر الموثوق: غياب المصدر الموثوق بصفة كلية.
- المصدر نقلا عن وسائل الإعلام: تقدر بنسبة 17,43% وبتكرار بلغ 34 مرة.

- المصدر الرسمي: تقدر نسبة مئوية بـ 82,56 وبتكرار بلغ 161 مرة.
وما يمكن ملاحظته هو أننا عند قراءتنا لجميع الأعداد لم نلاحظ أي خبر من مصدر موثوق هذا دليل قاطع على عدم اتخاذ الصحيفة (الشروق) للحيلة والحذر أثناء تقديمها للأخبار السياسية المحلية.
- أما بالنسبة للمصدر نقلا عن وسائل الإعلام فقد ظهر بنسبة 17,43% وبتكرار 34 مرة فهو يبين حرص جريدة الشروق على نقل المعلومات المتعلقة بالحدث الانتخابي من مصادره الأصلية حرصا على مصداقية الخبر وهو من الشعارات الأساسية التي تحملها هذه اليومية.
- كما أظهرت النتائج المتواجدة في الجدول رقم (3) بنسب الاعتماد على المصدر الرسمي حيث بلغت 82,56 وهي نسبة عالية يرجع هذا إلى الوضع السياسي المتوتر التي كانت الجزائر تعيشه في سنة 2017 لاسيما في الأشهر الأخيرة من السنة بسبب بداية وحدث الانتخابات التشريعية المحلية.
- فالجمهور أكثر تقبلا للمصادر الرسمية وأقدر على تشكيله، لكن الملفت للانتباه الذي قد يصل إلى الحد الذي يجعل المتابع لهذا النوع من القضايا السياسية وخصوصا خلال الأشهر الأخيرة من سنة 2017 الذي أصبح يتميز بوضع سياسي متأثر بالانتخابات السياسية، والمواقف المعلنة للصحيفة من خلال هذه القضايا وكسب ود هذا الرأي العام من طرف القائم بالاتصال في الصحيفة وما ظهر لنا من نتائج في الجدول رقم (3) يضع العديد من الاستفهامات والتساؤلات والغموض، فقد يكون الاحتمال الممكن ينحصر على عدم وجود جهات رسمية فعالة تدعم كل القائم بالاتصال في ظل غياب قانون يحمي ويسهل مهمة الصحفي المحقق.

نتائج الدراسة:

تضمن المحور الأول معلومات عن الهيئة الناخبة وأهم الأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية وكان الغرض من ذلك إعطاء صورة واضحة عن الصورة التي يمكن أن تبين طبيعة العملية الانتخابية وأهم مجرياتها، فمعرفة العناصر المكونة لأي عملية يعبر عن أهميتها وكيفية مجريات الأحداث فيها.

- ذكر أسماء الأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية يبين حجم هذا الحدث الانتخابي.

- التركيز على الهيئة الانتخابية باعتبارها محور العملية الانتخابية يبين أن جريدة الشروق اليومي تحاول تسليط الضوء على أهم فاعل في العملية الانتخابية.

المحور الثاني: إجراء الانتخابات المحلية والنتائج المترتبة عنها

- تضمن أهم الأحداث التي سادت العملية الانتخابية.

- تضارب الأنباء والأرقام بين الهيئات الرسمية (الحكومة، الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات وممثلي الأحزاب السياسية) حول النتائج المتضمنة عدد الهيئة الناخبة، عدد صناديق الاقتراع، النسب المتحصل عليها لكل تمثيلية سياسية.

- رفض بعض التمثيلات السياسية لنتائج الانتخابات والتشكيك في مصداقيتها تتحصل على نتائج إيجابية وكانت نتائجها (صادمة) للكثير من السياسيين، فبعض الأحزاب المشاركة لم تتحصل على أي تمثيل رسميا في أي بداية وهذا ما أشارت إليه جريدة الشروق اليومي.

المحور الثالث: الذي تضمن بداية وممارسة الفعل السياسي وتصارع الأجنحة يمكن من

خلاله إدراج النتائج التالية:

- رفض الكثير من الأحزاب السياسية للقوانين المتعلقة بطريقة انتخاب وتعيين رؤساء البلديات (بحيث أن الكثير من الأحزاب المتحصلة على الأغلبية في المقاعد لم يمكنها ذلك من الحصول على الظفر برئاسة المجلس الشعبي البلدي).

خاتمة

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة أن تبين استراتيجيات الاتصال الإقناعي وتشكيلها للرأي العام السياسي تجاه القضايا السياسية المحلية، من خلال مضمون جريدة الشروق اليومي بحيث أكدت النتائج المتوصل إليها أن الصحيفة أعطت أهمية بالغة للقضايا السياسية المحلية حسب ما بينه الجدول رقم (01) الذي يتمثل في مجموع القضايا السياسية المحلية تضمن هذا الأخير 3 محاور رئيسية كانت بدايتها مع التحضير للحملة الانتخابية الى غاية نهايتها ومحور إجراء الانتخابات المحلية وأهم ما نتج عن ذلك، ثم بداية الممارسة الفعلية للعمل السياسي والصراع بين الأحزاب.

كما تؤكد معطيات الجدول رقم (02) أن الثلاثي الأخير من سنة 2017 قد سجلت الصحيفة تنوعا في توظيف أشكال الكتابة الصحفية حتى يتسنى للقارئ الاطلاع على مجمل القضايا السياسية المحلية، من أخبار، أعمدة، مقالات وغيرها.

- أما من ناحية استخدامها للأنواع الصحفية بينت معطياتها الإحصائية أن الصحيفة قد تعددت وتنوعت في ذلك فمن خلال معطيات الجدول رقم (3) الذي يتمثل في طبيعة الأسلوب الذي جاءت به الكتابة حول القضايا السياسية المحلية ان الصحيفة ، اعتمدت في تناولها للقضايا السياسية المحلية على الأسلوب الوصفي والبسيط . فالصحيفة كانت أكثر استخداما للأسلوب الوصفي مع انعدام في تمثيل الأسلوب العرضي كما سجلت تباين من ناحية استخدامها للأسلوب البسيط.

- أما فيما يخص الجدول رقم (04) المتعلق بنسبة النصوص المتعلقة بالقضايا السياسية في مختلف المواقع. فقد تركزت معظم القضايا السياسية في متغير أعلى الصفحة الأولى ثم يليه متغير ركن أيسر وأسفل صفحة داخلية ثم يليه متغير ركن أيمن صفحة داخلية وفي الأخير يأتي متغير صفحة داخلية.

وكذا من حيث المصادر فلاحظت الصحيفة أكثر تمثيلا للمصادر الرسمية من خلال مضمون الجدول رقم (05)، الذي يتعلق بمصادر المادة المتعلقة بالقضايا

السياسية المحلية وكذا استخدمت من مصادر المادة المتعلقة بوسائل الإعلام بصفة مقبولة نوعا ما، مع غياب المصدر الموثوق بصفة كلية خلال 3 شهور يتخذها القائم بالاتصال في صحيفة الشروق اليومي تختلف عما تنتهجه الجهات المجاورة (الصحف الأخرى) للوصول إلى الأهداف المرجوة من وراء نشره للمادة العلمية المتعلقة بالقضايا السياسية خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة من سنة 2017.

كما كانت أكثر وضوحا في الاستراتيجيات التي اتخذت لاستمالة الرأي العام نحو أهداف القائم بالاتصال في الجريدة وتمثل ذلك في:

- التنوع في الأشكال الذي يدل على الأهمية التي يوليها القائم بالاتصال لهذه القضايا.
- كما يمكن إرجاع هذا التباين الواضح في الاستراتيجيات المعتمدة لتحقيق الأهداف إلى طبيعة القطاع الذي تنتمي إليه الصحيفة.
- وتفتح هذه الدراسة آفاقا جديدة لمعالجة مختلف القضايا السياسية في الصحف والجرائد اليومية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

القواميس والمعاجم:

1. ابن منظور، لسان العرب، مج 7، دط، مصر: دار الحديث، 2003.
2. إحسان محمد حسن، مناهج البحث الاجتماعي، ط2، دهب: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
4. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، ط1، 2، 3، 4، مزيده ومنقحة، دب: دار الثقافة للنشر والتوزيع، د، ت.
5. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، الأردن: دار الكتاب العالمي، 2008.
6. سلاطينة بلقاسم وحسان الجيلاني، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، دط، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
7. عبد الكريم فهد الساري وسؤود فؤاد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، د، ط، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. عبد الملك بن عبد العزيز بن محمد الشلهوب، ضوابط الرأي وخصائصه في الصحافة، ط1، الرياض: دار عالم الكتب، 1998.
9. فضيل ديليو، تاريخ وسائل الاتصال، دط، دب: د.د، 2006.
10. مجاهد جمال، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دط، دهب: دار المعرفة الجامعية، 2007.
11. محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، د، ط، الأردن: دار الراية، 2012.

قائمة المراجع

12. محمد بن عبد العزيز الحيرزان، البحوث الإعلامية أسسها، أساليبها، مجالاتها، د، ط. د، ب: مكتبة الملك فهد الوطنية، د، ت.
13. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، د، ب: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2003.
14. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
15. مصطفى عدلي العبد، القضايا الدولية المعاصرة، ط1، لبنان: دار الفكر، 2004.
16. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر: دار طاكسيج، 2002.

ملاحق



صورة تمثل: الشروق تجس نبض الشارع 20 يوما قبل انطلاق الحملة الانتخابية

لا حاجة لنا إلى أميار هزمتهم القمامة

تنطلق رسمياً غدا عبر البلديات وتستمر 12 يوما

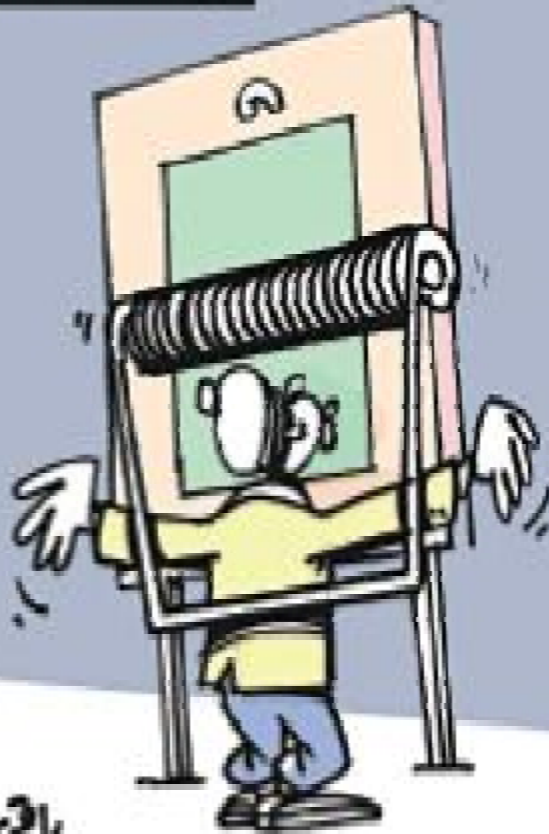
الأحزاب تبدأ الحملة بالفيسبوك.. والمواطن منشغل بـ "الخبزة"

3

• الداخلية "توصي"
الولاية بالشفافية
والحياد.. وممركة
الوعود تشتغل

• بالأرقام.. انتشار
الأحزاب والتحالفات
والقوائم الحرة
في المقاطعات

وعود المأشوقين



صورة تمثل: الأحزاب تبدأ الحملة بالفيسبوك .. والمواطن منشغل بـ الخبزة

الترشحون في كل الاتجاهات والمواطنون غير مكترئين بعد أسبوع من انطلاقها

الوعود تشتعل.. و"ماكانش مشكل" لتسخين الحملة!

د/

• ولد عباس يترك الحملة

ويطير إلى روسيا

في "همة رسمية"

• **أويحيى:** لا تكذبوا على

الناس وقولوا الحقيقة

ولو مرة

• **شامسرة:** "منا لبني

الجزائر" .. هو شمار

الشبح تعناح

• **تواتي:** لا يسكتنا أن

فأقم جانب الإدارة

• **بليهد:** الحكومات شعت

الأراضي للأجانب ودشت

الشباب إلى الهجرة



صورة تمثل: الوعود تشتعل .. و ماكانش مشكل لتسخين الحملة

المترشحون وأحزابهم يدخلون فترة "الصمت" ويعيشون على أعصابهم

توتر واحتجاجات بسبب المؤطرين والوكالات بالبلديات !

درة

● 22 مليون ناخب.. 180 ألف مترشح و180 ألف شرطي لتأمين الاقتراع



برودة الحملة الانتخابية تزيد من مخاوف "نسبة المشاركة" غدا

صورة تمثل: توتر واحتجاجات بسبب المؤطرين والوكالات بالبلديات



صورة تمثل: عنف وشجارات وبطالون في طوابير التصويت

الحمد لله