

## مجلة الشروق العربي الجزائرية

دراسة تحليلية في الفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

رضوان بوحيلة

إعداد الطالب:

اليزيد زيان

2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
الَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
الَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ



## شكر وعرافان

لقوله تعالى: (لئن شكرتم لأزيدنكم) (ابراهيم/7)

وعملا بقول الحبيب المصطفى عليه أفضل الصلوات و التسليم ( من لم يشكر الناس لم يشكر الله )

أولا أشكر الله عز وجل ولي التوفيق في هذا العمل.

أتقدم بجزيل الشكر والعرافان الى الاستاذ المشرف "بوحيلة رضوان "

الذي أفادني بمعلوماته القيمة وزودني بنصائحه الوجيهة ووجهني بتعليماته المفيدة فأصدق عبارات الاحترام له

كما اتوجه بالشكر والامتنان الى جميع أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال والى كل من ساعدني على اتمام

هذه المذكرة من قريب او بعيد ولو بمجرد كلمة تشجيع

فلكم مني فائق التقدير وأخلص العرفان والامتنان

## إهداء

الحمد لله الحمد لله الحمد لله الذي وفقني وأعاني على إجتياز هذه الخطوة في طريق العلم ومهد لي سبيله  
وسخر لي الاسباب المساعدة على ذلك فلولا توفيق الله لما كان لهذا العمل رغم تواضعه ان يرى النور ولا لهذه  
الاوراق ان تكتب

لذلك فإنني أتقدم بإهداء ثمرة هذا الجهد إلى كل من كانو في هذه الحياة قدوتي ومشعل النور الذي رأيت به  
خطوط أمنياتي وحلمت يوما أن اكون لهم خلفا. فهم دوما سيكونون أساتذتي في مدرسة العلم ومدرسة الحياة  
الى كل من كانو رفقاء الدرب في العلم فكانوا دائما نافذة إستغاثتي وطوق نجاتي .

الى كل من كلما إحتجتهم الى جانبي رفعوا من معنوياتي وصبروا على اوقات إنفعالاتي  
.أحزاني. إحباطاتي. وأخرجوني من أوهامي وتفاهاتي.

الى كل من قابلتهم في مشوار دراستي احترمتمهم فقدروني وكانو نبلاء في معاملتي .الى كل من دونوا أسمائهم  
بأحرف من ذهب في ذاكرتي...

الى كل من عاش كل لحظة على انها آخر لحظة في حياته . فعاشها سعيدا متفائلا وفي كل المواقف فاعلا وليس  
به مفعولا

الى كل هؤلاء وعلى رأسهم وبدون منازع أحلى وأسمى وأجمل ما عرفت في الوجود..... إلى أبي العظيم رحمه  
الله وأسكنه فسيح جنانه والغالية أمي.

الى كل أخوتي الاحباء وأخواتي العزيزات...



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

-شكر وعرفان

-إهداء

-فهرس المحتويات

-فهرس الجداول

1 المقدمة.....ص

### الفصل الأول :الاطار المنهجي للدراسة

#### I. منهجية الدراسة

1-الإشكالية.....ص 3

2-تساؤلات الدراسة.....ص 3

3- أهداف الدراسة.....ص 4

4- أهمية الدراسة.....ص 5

5-أسباب اختيار الموضوع .....ص 5

6-6 مفاهيم الدراسة.....ص

7 7-7 منهج البحث وأدواته.....ص

19 8-8 مجتمع البحث وعينته .....ص

21 9-9 الدراسات السابقة.....ص

### الفصل الثاني:الإعلام والصحافة المتخصصة

## فهرس الجداول

### المبحث الأول: الإعلام المتخصص - I -

- 30 -1- مفهوم الإعلام المتخصص.....ص
- 31 -2- نشأة وتطور الإعلام المتخصص.....ص
- 34 -3- مقومات الإعلام المتخصص.....ص

### - المبحث الثاني: الصحافة المتخصصة II -

- 47 -1- مفهوم الصحافة المتخصصة.....ص
- 49 -2- نشأة الصحافة المتخصصة في العالم الغربي.....ص
- 54 -3- نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي.....ص
- 56 -4- نشأة الصحافة المتخصصة في الجزائر.....ص

### الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية- III

- 59 -1- بطاقة فنية حول "مجلة الشروق العربي الجزائرية".....ص
- 60 -2- عرض وتحليل البيانات حسب الشكل.....ص
- 81 -3- عرض وتحليل البيانات حسب المضمون.....ص
- 83 -4- نتائج الدراسة.....ص
- 86 .....ص... خاتمة.....ص
- 87 -6- قائمة المراجع.....ص
- 7- الملاحق.....ص

جدول رقم 1- يوضح : بيانات تحرير الخبر الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 2- يوضح: بيانات تحرير التقرير الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 3- يوضح: بيانات تحرير الحديث الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 4- يوضح: بيانات تحرير الريبورتاج الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 5- يوضح: بيانات تحرير البورتري الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 6- يوضح: بيانات تحرير التعليق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 7- يوضح: بيانات تحرير التحقيق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 8- يوضح: بيانات تحرير العمود الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 9- يوضح: بيانات تحرير الإفتتاحية والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي.....

جدول رقم 10- يوضح: ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-11- يوضح: ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-12- يوضح: بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-13- يوضح: بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة الشروق العربي.

جدول رقم-14- يوضح: بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الاجتماعي في مجلة

الشروق العربي.....

جدول رقم-15- يوضح: بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الثقافي في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-16- يوضح: بيانات معالجة المواضيع حسب المجال التاريخي في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-17- يوضح: بيانات معالجة المواضيع حسب المجال الرياضي في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-18- يوضح: بيانات معالجة المواضيع حسب المجال الديني في مجلة الشروق

العربي.....

جدول رقم-19- يوضح: بيانات معالجة المواضيع حسب المجال التجاري في مجلة الشروق العربي

الجزائرية.....

جدول رقم-20- يوضح: : بيانات معالجة المواضيع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في

المساحات الإشهارية في مجلة الشروق العربي.....

الجدول -21- يوضح : بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي...

# مقدمة

إن الإعلام الثقافي المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي. يظهر الإعلام الثقافي في مرحلة معينة من تطور الحياة الثقافية، ويسعى لمواكبة هذه الحياة، والتفاعل معها، كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور، ونضج الحياة الثقافية ذاتها .

ثم إن مجال الإعلام الثقافي المتخصص هو رصد وعرض، وتحليل، ونقد النتاج الثقافي بكل مكوناته؛ ذلك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض، إذ الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر، وعلم، وإبداع، وإنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية ... الخ. ولكن المفهوم الأكثر استخداماً وانتشاراً، يكاد يقصر الثقافة على فعاليات محدّدة مثل الفكر، والأدب، والفن، والمسرح، والسينما، والموسيقى.

ومن هنا فإن المنتج الثقافي بكل صوره وأشكاله يتداخل مع الإعلام في ترابط وثيق، وتداخل مستمر، ذلك أن هذا المنتج يفترض أن يجد الدعم من وسائل الإعلام في الترويج له، وتوسيع دائرة المتلقين والمستفيدين منه مما يسمح بحركية ثقافية إعلامية، ونحوض متوازٍ لكليهما لترابط بنيتهما التحتية.

إن مصطلح الثقافة الذي يشير إلى كل ما أنتجه البشر من أفكار، وتصوّرات، وعادات، ونُظُم اجتماعية وسياسية، ومدلولات اقتصادية، وفعاليات أدبية فنية هو في الواقع وثيق الصلة بفعل التواصل بين الأفراد، وبين الجماعات المختلفة، وبين الأمم والحضارات في عصرنا هذا؛ إذ أن الإعلام ليس أداة للتواصل والترويج فحسب، وإنما شريك حقيقي في تكوين الأدوات الفكرية، والمفاهيم والمنظومات، والقيم الفاعلة في إطار الثقافة وانتشارها، بل إن الإعلام يكون مساهماً، فاعلاً في توليد الثقافة، ونشر المعرفة، وإدخالها ضمن آليات الوعي الفردي، والجمعي لمصلحة التغيير، والمساهمة في التقدم الحضاري.

إن مصطلح الإعلام الثقافي يُقصد به رصد ما يعتبر الساحة الثقافية من نشاطات ثقافية وتبليغها للمتلقّي عن طريق الوسائط الإعلامية المعروفة والمتواجدة كالراديو، والتلفاز، والنت، والهاتف الجوّال، والمجلات، والصحافة المكتوبة، فالهدف الأساس من الإعلام الثقافي هو توصيل المعرفة إلى المتلقّي؛ حيث الثقافة والإعلام هدفهما بالكاد واحد، هو مخاطبة الناس، والاتصال بهم عن طريق الصورة، وعن طريق الصحيفة الورقية، وعن طريق الصحيفة الإلكترونية، وكذا عن طريق الصوت، كل ذلك وفق الوسيلة المتاحة، أو التي يختارها المتلقّي بمحض إرادته، إذ لا ثقافة بدون إبلاغ وتعبير، وإلفات نظر عن محتواها، ولا إعلاماً جيّداً دون ثقافة تؤازره،

وتشدد من أزره، علمًا أن وسائل الإعلام وبخاصة في أيامنا هذه بقدر ما هي وسيلة للتبليغ، والتنوير، فإنها وسيلة هامة للتشاقف، وتلاقح الأفكار، والتواصل بين الأمم والحضارات شرقا وغربا، وتقريب المسافات بينها.

وبناء على هذا فقد جاءت هذه الدراسة في اطار المنهج المسحي الوصفي لموضوع المجالات الثقافية العامة في الجزائر من خلال تحليل مضمون ما ينشر في إحدى المجالات الثقافية العامة القلائل في الجزائر وهي المجلة الشهرية: الشروق العربي التابعة لمجمع الشروق الإعلامي ، فبعد أن تم تخصيص الفصل الاول للإطار المنهجي للدراسة، خصص الفصل الثاني لمقاربات نظرية حول ما يتعلق بالإعلام المتخصص والصحافة المتخصصة أما الفصل الثالث فتمثل في الجانب التطبيقي للدراسة التحليلية من إجراءات و تحليلات و مناقشات لمختلف بيانات الدراسة، وقد ختم بأهم النتائج المتوصل إليها المرتبطة مباشرة بتساؤلات الدراسة في ظل مؤشرات الواقعية.

ونحن إذ نقدم هذه الدراسة، فإننا نرجو أن تساهم في تقديم إضافة علمية عن بعض حيثيات واقع التحرير والتغطية للمجالات الرياضية في الجزائر، كما نرجو أن تكون بداية لدراسات أخرى أعمق وأشمل، معتمدة ومسترشدة في ذلك على البحث العلمي ونتائجه الدقيقة.

# الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

## 1-الإشكالية:

إن الكثير من الصحف بما في ذلك الذائعة الصيت، وذات الانتشار الكبير، والمقروئية العالية في الداخل والخارج لا تُعطي أهمية للثقافة بنفس الأهمية التي تعطيتها للرياضة، أو الجرائم، أو حوادث الطرق، أو حتى أخبار الفنانات صاحبات نجمتين وليس خمس نجوم.. مفارقة عجيبة عندما تخصص جريدة صفحة كاملة، أو ثلثي صفحة لتتبع سفريات الشاب فلان، أو الشاب علان، وحفلاته، وتصريحاته، ومعجباته، ومعجبيه، وتتجاهل تقديم مسرحية راقية في نصّها ومغزاها، وما بذله مخرجها وفنانوها من إبداع ومستوى الانتشاء لدى الجمهور المتلقّي، ولا تتعرض لرواية صدرت بالتحليل، والتقدير لمبدعها، أو تحليل مبادرة الأسابيع الثقافية ما بين الولايات التي دخلت عامها الثاني، أو.. أو من مكونات المشهد الثقافي الجزائري.

إن القارئ الذي لا يكتفي بالأخبار العادية، ويطلب غذاء ثقافيا من حقّه أن يغضب عندما لا يجد زاده المعرفي في صحيفته اليومية الأسبوعية أو مجلته الشهرية التي ارتبط بها، وهو يقتنيها دوريا.. هذا القارئ يرى بأن الصحافة الجزائرية في عمومها لا تلبي حاجته المعرفية الثقافية، فإن هي اقتصرت على الخبر الثقافي السريع، نحتّ نحو السطحية، وإن هي تعمّقت نوعًا ما مع هذا الخبر فهو تعمّق إنطباعي يخلو من العمق والتخصص.

إن المشكلة هنا هو مكانة الثقافة لدى هذه الصحيفة، أو تلك وهي في مجملها تضع الثقافة في آخر اهتماماتها بدليل أن الصفحات الرياضية لها مكانتها، بينما الصفحة الثقافية قد تختفي يوما، أو يومين، أو حتى أكثر، هذا من ناحية، ويتولّى هذه الصفحات وكما أسلفنا متعاونون، أو متدرّبون، الذين وقد وجهوا بدورهم أصعب الاتهام إلى مالكي هذه الصحف الذين يتعمّدون تهميش الصفحة الثقافية، ويحرصون على العناية الفنية إخراجا وتلوينا وتشويقا للصفحات السياسية والرياضية والفنية بما يخدم التوجه العام للصحيفة، وبما يتطلبه منطق السوق من مراعاة الربح والخسارة، على أساس أن جمهور المثقفين جمهور قليل مقارنة مع جمهور الرياضة والفن.

لقد أصبح من الضروري دراسة تأثير مضمون الإتصال على الجمهور الذي يعتبر الهدف النهائي من العمليات الاتصالية، وكذلك المضامين والبرامج الثقافية التي تتميز بإحتواءها على عناصر الجدوية والإبتكار بالإضافة إلى العنصر الإنساني والإجتماعي ما يجعلها مثيرة للمتلقي، ومن ثم أصبحنا نرى مواد

ثقافية متخصصة في مختلف وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الإلكترونية، من أجل نشر أسرع وأوسع للثقافة والوعي الإجتماعي للفرد والجماعة.

مع ظهور التعددية السياسية والإعلامية في الجزائر نهاية القرن العشرين، عرفت الساحة الإعلامية تطورات ملحوظة وظهور العديد من الصحف والمجلات في مختلف المجالات والتخصصات، إلا أن هذا النوع الأخير أي المجلات لم تعرف إنتشارا وتطورا مقارنة مع الصحف اليومية والأسبوعية، ولعل قلة شعبيتها أو جمهورها في الجزائر أحد الأسباب الأساسية بالإضافة إلى مشكل التمويل الذاتي والإعتماد شبه الكلي على الدولة لعدم كفاية مداخيل الإشهار على مختلف النفقات والأتعاب، ومن بين أبرز العناوين الموجودة في الجزائر المجلة الشهرية الشروق العربي التابعة للمجمع الإعلامي الشروق أحد أبرز وأنجح المجمع الإعلامية خصوصا بقيادة الإعلامي المتألق والنشط والطموح علي فضيل رحمه الله، لذا فقد جاءت هذه الدراسة للكشف عن واقع المعالجة الصحفية للمضامين الثقافية والإجتماعية في مجلة الشروق العربي من خلال دراسة تحليلية لمحتوى ما تم نشره في الفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020؟

2- تساؤلات الدراسة::

1-2 المرتبطة بالشكل:

أ- ما هي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي في الفترة الممتدة من جانفي 2015 إلى فيفري 2020؟

ب- ما هي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟

ج- ما هي النسبة المخصصة للإشهارات ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟

2-2- المرتبطة بالمضمون:

أ- كيف تتم المعالجة الصحفية للمضامين حسب الموضوع في مجلة الشروق العربي في الفترة الممتدة من جانفي 2015 إلى فيفري 2020؟

ب- ما هي أهم المنتجات التي يتم الترويج لها في المساحات الإشهارية في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟

ج- ماهي المصادر التي إعتدتها مجلة الشروق العربي في جمع المواد الصحفية في الفترة المحددة؟

### 3-أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع التحرير الفني الصحفي في المجالات الثقافية الجزائرية.
- التعرف على إهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية لمختلف الأحداث والشؤون الثقافية في الجزائر.
- كشف المحتويات والمواضيع الثقافية التي تتناولها المجالات الثقافية الجزائرية بمختلف مستوياتها وجوانبها.
- كشف نسبة إهتمام المجالات الثقافية بالإعلانات التجارية ضمن المواد الصحفية المنشورة.

### 4-أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة من خلال عدد من الجوانب التالية:

أهمية الإعلام و الصحافة المتخصصة ، حيث أكد التقرير الدولي العام لمنظمة اليونسكو «أصوات متعددة وعالم واحد» هذه الأهمية بأنها تقوم بما هو أكثر من مجرد نقل معلومات إذ تهيب منبرا للمناقشة ونقل الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب ، وقد تستعمل هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز الإبداعية في كثير من المجالات مثل: السياسة والأدب والفنون وعلوم الطبيعة والحياة وتكنولوجيا الاتصال ووسائله ويخدم قطاعا كبيرا من هذه الدوريات الاهتمامات ثقافية والترويجية عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات متنوعة من القراء<sup>1</sup>.

### 5-أسباب إختيار الموضوع:

### 5-1 أسباب موضوعية:

<sup>1</sup>شون ماك برايد (محرر): أصوات متعددة وعالم واحد:الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992،

- قلة الدراسات الأكاديمية المتعلقة بالمجلات المطبوعة في الجزائر مقارنة مع الصحف الأسبوعية واليومية خصوصا مع قلتها من ناحية الوجود والإنتشار في مختلف المجالات، وبالتالي إختيار هذا الموضوع لتحقيق بعض الإثراء والإفادة البحثية في هذا المجال في الجزائر، والتمهيد لدراسات أكثر شمولا وعمقا.
- 5-2 أسباب ذاتية:**

- الرغبة في التعمق العلمي والمعرفي في كل الجوانب والقضايا المرتبطة بالإعلام الثقافي.
- التحسين والإلتقان لطريقة الاستخدام العلمي الصحيح للمنهج الوصفي في البحوث الإعلامية سواء في أسلوب تحليل المضمون الإعلامي.

## 6- مفاهيم الدراسة:

### 6-1- المجلة:

هي منشور يصدر بشكل دوري، وتحتوي على العديد من المقالات المختلفة، حيث تقدم المجلات مجموعة متنوعة من المعلومات والآراء ووسائل التسلية، وقد تغطي الأحداث الجارية والأزياء وتناقش الشؤون الخارجية، أو تشرح كيفية إصلاح المعدات وإعداد الطعام، وتشمل الموضوعات المنشورة في المجلات، الأعمال التجارية، والثقافية، والأحداث الجارية، والهوايات، والطب، والسياسة، والدين، والعلوم، والرياضة بالإضافة إلى الأدب القصصي، والشعر، والتصوير وتختلف المجلات عن الجرائد من حيث الشكل والمضمون، فالمجلات مصممة للاحتفاظ بها مدة أطول من الجرائد، ولهذا تكون أصغر حجما وأفضل شكلا ومن حيث المضمون فإن المجلات أقل اهتماما بالأحداث سريعة التغير وتختلف المجلة عن الجريدة إلا أن كلاهما يدخل تحت تصنيف "الصحيفة" كما يطلق على من يعمل بالمجلة "صحفي".

### 6-2- المجلة الثقافية:

هي نوع من أنواع المجلات التي تختص أو تهتم بتغطية الشؤون الثقافية بصفة كاملة أو غالبية على صفحاتها. التعريف الإجرائي للصحافة الثقافية في الدراسة هي المجلة الشهرية الجزائرية العامة والمطبوعة التي تهتم بالشؤون الثقافية والاجتماعية الناطقة باللغة العربية.

### 6-2- مجلة الشروق العربي:

هي مجلة شهرية بالألوان تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر صدر أول عدد منها 11 ماي 1991 على شكل جريدة، إعتلت الصدارة في الجزائر والوطن العربي من حيث السحب والمبيعات التي فاقت نصف المليون نسخة وبعد إلحاح القراء والمؤسسات الإقتصادية لتحويلها إلى مجلة، إستجابت إدارة الشروق يوم 1 مارس 2011 إذ صدر العدد الأول على شكل مجلة في ثوب جميل وتربعت مرة أخرى على عرش الريادة من حيث المبيعات داخل الوطن وخارجه وما تزال الى يومنا هذا .

وتعالج في صفحاتها قضايا الشباب والمجتمع بمختلف أطيافه وتتخلل أركانها أخرى كالفن المحترم والطبخ والموضة والعناية والرياضة... الخ وبمواضيع لم تتعد يوما عن يوميات قرائها ومشاكلهم، واختارت لها في ذلك شعار "مجلة كل الأسرة الجزائرية"

-المدير العام مسؤول النشر في للمجلة :علي فضيل ( رحمه الله)

-المدير العام المساعد :ياسين فضيل

-مسؤولة الإدارة والتسيير :فايزة حسيني

-القسم التجاري : زروقة حنان-مينة بركان-مونية بن سلامة

-هيئة التحرير:عزوز صالح-فاروق كداش-نسيبة علال-أحمد حنفي -طارق معوش.

-كاريكاتير:فاتح بارة.

-العنوان البريدي:87 شارع محمد سعيدون .القبة الجزائر العاصمة.

-الموقع الإلكتروني : [Magazin.echoroukonline.com](http://Magazin.echoroukonline.com)

-البريد الإلكتروني : [echoroukmag@hotmail.fr](mailto:echoroukmag@hotmail.fr)

هي مجلة جزائرية صدرت لأول مرة في ماي 1991. ترافق قراءها ومتابعيها مواكبة معهم الأحداث بطريقتها وأسلوبها الخاص، لتصبح لها اسما وتصبح مع الوقت علامة موثقة بعد أن فاقت مبيعاتها نصف مليون نسخة.

ولأن العلامة كانت مواكبة لكل التغيرات من حولها وأمام إلحاح القراء والمؤسسات الاقتصادية اختارت لنفسها حلةً بجملة لتصدر يوم 1 مارس 2011 في شكل مجلة بنسخة راقية.

### 6-3 التغطية الصحفية الثقافية ومصادرها:

إن القيام بالتغطية الصحفية لحدث ثقافي يعني الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بهذا الحدث والمعلومات المتعلقة به، وكذلك الظروف المحيطة بالحدث والشخصيات المرتبطة به، وكيف ومتى وأين وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث الثقافي مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر، وعلى الصحفي أن يستقي معلوماته عن الحدث من عدة مصادر<sup>1</sup>.

### 7- منهج البحث وأدواته:

إذا كان الهدف الأساسي للدراسات الوصفية هو تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه هذه الدراسات في تحقيق هذا الهدف هو منهج المسح الوصفي، ذلك أنه يستهدف تصوير وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدره أو طرق الحصول عليها<sup>2</sup>. كما يعتبر منهج المسح الوصفي جهدا علميا منظما للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من خلال دراسة عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث في فترة زمنية كافية<sup>3</sup>.

لذا اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي باعتباره المنهج المتميز الذي لا يزودنا فحسب بإجابات أفضل بالنسبة للقضايا القديمة، ولكنه يعطي أيضا تفسيراً للقضايا الجديدة، كما من شأنه أن يثير قضايا لم

<sup>1</sup> فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، مرجع سابق

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق

<sup>3</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، ط1، القاهرة، عالم الكتب، دت

يسبق التفكير فيها<sup>1</sup>، ويصور ويوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية، ويستخدم التحليل الذي يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، أو لاختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية<sup>2</sup>.

## 7-1 أسلوب الدراسة: تحليل المضمون (المحتوى)

تستخدم الدراسة في جانبها التحليلي أسلوب تحليل المضمون وإستمارته أداة أساسية لجمع البيانات و المعلومات و تصنيفها و تبويبها و تحليلها للوصول إلى حالة يمكن معها تقديم وصف وتفسير دقيقين للظاهرة محل البحث، و حسب " لازويل" فإن تحليل المضمون يستهدف الوصف الدقيق و الموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين<sup>3</sup>، وأما "برنارد بيرلسون" (berlson) الذي يعد من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المضمون، فيعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي و الموضوعي و المنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال<sup>4</sup>.

وقد شرح "بيرلسون" هذه الأوصاف، فقصد بالوصف المنهجي الاعتماد على خطة رسمية مصممة مسبقا و خالية من التحيزات في اختيار المضمون الذي سيخضع للتحليل، وقصد بالوصف الكمي التعبير الكمي لنتائج التحليل عن طريق التكرارات أو الجداول أو النسب بأشكالها المختلفة، أما الوصف الموضوعي فقصد به "بيرلسون" وجود قواعد واحدة تستخدم دون تحيز في تحليل المضمون، بحيث يمكن الحصول على النتائج نفسها إذا قام بالتحليل أكثر من شخص<sup>5</sup>، و لا يقف تحليل المضمون عند الوصف الظاهر للمحتوى بل يتجاوز ذلك للكشف عن المعاني الكامنة فيعرفه "هولستي" (holsti)، و "كارني" (carney) و "ستون" (stone) على أنه أسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي و المنظم للسّمات الخاصة بالرسالة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> أحمد بدر، مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، القاهرة، دار قباء للنشر والتوزيع، 1998

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979 ص16.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص17.

<sup>5</sup> أحمد بدر: مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، مرجع سابق، ص31،32.

<sup>6</sup> محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص19.

ويقصد بتحليل المضمون الإعلامي دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف كشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبليغه لجمهورها، ودراسة تأثير القراءة أو الإستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور<sup>1</sup>، وعلى هذا الأساس فإن دراسات تحليل المضمون تأخذ في اعتبارها مجموعة الأبعاد التالية:

- دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية التي نشرت أو عرضت أو أذيعت بها المادة الإعلامية.
- دراسة الموضوعات الإعلامية التي تقدمها الوسيلة للتعرف على مكانة كل مادة إعلامية من إجمالية المواد التي تقدمها، وتقدير أهميتها النسبية.
- تحليل المادة الإعلامية المطلوب دراستها للتعرف على ما تحاول إن تؤكد من إنطباعات وتأثيرات إعلامية معينة.

- دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية
- دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية من خلال الوسيلة، ففي حالة الصحف مثلاً يدرس موقع المادة الإعلامية ورقم الصفحة، والمساحة المخصصة للمادة وطريقة كتابة العناوين، ونوع الأنباط المستخدمة ومدى استخدام عناصر طبوغرافية معينة للتأثير في درجة قراءة الموضوع.

كما تفيد دراسة تحليل المضمون في التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من الموضوعات، أو مدى الأهمية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع، وللوحدات الشكلية و طرق العرض التي تتبعها، ما يعكس إلى حد كبير درجة الإهتمام النسبي بهذه الموضوعات، كما أن تحليل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية يسهل التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية، وما يركز عليه من إتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة أو الإيحاء به من أفكار و مقاصد خاصة<sup>2</sup>.

## 2-7 الخطوات الإجرائية في أسلوب تحليل المضمون:

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الاسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص 132.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الاسس والمبادئ، ط1، المرجع السابق، ص 133.

- تحديد العينة: تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام خاصة عند استخدام تحليل المضمون، لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته التحليلية على أساس إختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا، لأنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي كله<sup>1</sup>، لذلك يكتسي الحديث عن إجراءات إختيار العينة أهمية خاصة، كما يعتبر فهم هذه الإجراءات و تطبيقها بأمانة و دقة من قبل الباحث شرط نجاح دراسته، وتعميم نتائجها التي تتماثل مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي باستخدام الحصر الشامل<sup>2</sup>، و العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا للمجتمع الكلي في السمات و الخصائص التي يوصف من خلالها هذا المجتمع<sup>3</sup>.

إن تحديد العينة في حالة الصحف لا يقتصر على إحصاء الصحف وإختيار عينة عشوائية منها، بل يمر إختيار العينة بمراحل ويحتاج إلى بعض الاعتبارات الخاصة:

- تحديد عينة المصادر: وتخضع لاعتبارات أرقام التوزيع وأهمية الوسيلة وملكيته وإتجاهها التحريري.

- تحديد العينة الزمنية: وهي الفترة الزمنية التي ستغطيها الدراسة.

- تحديد التواريخ والأعداد: يتم تحديدها من عينة المصادر التي تم إختيارها في المرة الأولى.

- تحديد مواد الاتصال (المضمون) التي سيجرى عليها التحليل.

- تحديد فئات ووحدات التحليل<sup>4</sup>.

**3-7 تحديد فئات ووحدات التحليل:**

**1-3-7 فئات التحليل:**

---

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، تحليل المضمون، ط2، القاهرة، دن، دت،

<sup>2</sup> رشدي طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، إستخداماته، القاهرة، الفكر العربي، 1987،

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000،

<sup>4</sup> سمير محمد حسين: تحليل المضمون، المرجع السابق

## 7-3-1- أ الفئات المرتبطة بالشكل (ماذا قيل؟):

### فئة الأنواع الصحفية:

ونقصد بها الأجناس أو الأشكال الإعلامية التي وضعت فيها المادة الإعلامية المنشورة في الصحيفتين المدروستين والتي إتخذت عدة أشكال، وتضم هذه الفئة عدة فئات فرعية وهي:

- **الخبر الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الذي يجب عن الأسئلة الخمسة المشكلة للأحداث الثقافية في الجزائر أو خارجها في صحف عينة الدراسة.
- **التقرير الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية يقوم على عرض المعلومات من عين المكان المتعلقة بالموضوعات الثقافية الجزائرية، ويتميز بأسلوب بسيط ومتين كما يقوم على وصفا لأحداث الثقافية الجارية بالتفصيل وكذلك تطوراتها ونتائجها.
- **الحديث الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية يقوم أساسا على الحوار المباشر والحي بين الصحفي وشخصية من الشخصيات الثقافية أو أحد الفاعلين داخل الحركة الثقافية.
- **العمود الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافي وشكل من أشكال مادة الرأي العام يميل لعرض رأي أو تجربة أو خبرة، يبين من خلالها الصحفي المختص في الشؤون الثقافية آراءه أو تجاربه فيما يخص موضوعات ثقافية أو حول الواقع الثقافي الجزائري على وجه الخصوص.
- **التحقيق الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية يقوم بالإجابة على أسئلة خاصة بموضوع معين، كظاهرة الأمية وبعض العادات والتقاليد السائدة أو البائدة... إلخ، وهو أقرب الأنواع الصحفية إلى البحث العلمي لما يتضمنه من تحليل وتفسير ونتائج.
- **التعليق الصحفي الثقافي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية قائم على شرح وتفسير وإبداء وجهة نظر بما تتعلق بخبر أو بحدث من الأحداث أو موضوعا من المواضيع يخص الشؤون الثقافية بالجزائر أو حتى خارجها

– البورتريه الصحفي الثقافي: وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية بحيث يقوم بتعريف شخصية من الشخصيات الثقافية الجزائرية وحتى الأجنبية المتميزة، وإظهار كل ما يميزها عن غيرها من عادات وطريقة العيش والتعامل مع الناس، كما يبرز ماله من مشاريع وغير ذلك.

– الروبورتاج الصحفي الثقافي: وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية الذي يقوم بجمع المعلومات اللازمة حول هويات أبطال الحدث الثقافي، أعمارهم، طريقة تعبيرهم، طرائف ومشاهدات حول الموضوع، الجو العام الذي جرى فيه الحدث، بحيث يجيب الروبورتاج عن التساؤل التالي

ما الرسالة التي أنوي إيصالها؟

– الإفتاحية :

فئة الصور: هي الصور التي تم نشرها ضمن المواد الصحفية وتنقسم إلى:

–الصور الفوتوغرافية

–الصور الكاريكاتورية

–فئة الإعلان: وتشمل مساحة جميع الإعلانات التجارية التي تم نشرها ضمن المواد الصحفية.

7-3-1-ب المرتبطة بالمضمون(ماذا قيل؟):

–فئة الموضوع: وتنقسم إلى الفئات الفرعية الآتية:

–المجال الإجتماعي:

:وتضم الفئات الفرعية التالية

–قضايا الشباب

– قضايا الزواج والأسرة

– العلاقات الإجتماعية

-ظواهر إجتماعية

-عادات وتقاليد

-قضايا الطفل والتربية

-قضايا المرأة

- المجال الثقافي

-أحداث ثقافية

-شخصيات ثقافية

- قضايا فكرية وعلمية

- **المجال التاريخي:**

-تاريخ أمكنة ومعمار

- تاريخ شخصيات

- تاريخ أحداث

-**المجال الرياضي:**

-أحداث رياضية

-شخصيات رياضية

-**المجال التجاري:**

- الملابس النسائية والموضة

-مواد الزينة والتجميل والعطور

- التجهيزات المنزلية

- فئة الموضوع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في المساحات الإشهارية:

- التجهيزات الإلكترونية

- التجهيزات الكهرومنزلية

- المواد الغذائية

- مواد الزينة والتجميل والعطور

- مواد التنظيف

- الألبسة النسائية-

- فئة المصدر:

:ويقصد بها المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية سواء نصوصا أو صورا، وتضم الفئات الآتية

-**صحفي الجريدة:** ويقصد بها المراسل وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لمتابعة أحداث المنافسات الرياضية خارج مكان إقامتها، أيضا المبعوث أو المراسل المتحرك وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لتغطية حدث هام في تظاهرة ما قامه لمدة معينة، ويكون هذا المبعوث في أتم كان من أماكن إجراء هذه التظاهرة ثم يعود إلى المقر الرئيسي للجريدة ليعيد تحرير كل ما سجله عن هذا الحدث.

-**المصادر المجهولة:** وهي التي لم يتم تحديدها في المواد الصحفية المنشورة، وتركت من دون توقيع

-**مصادر أخرى** وتنقسم إلى ما يلي:

- وكالة الأنباء الجزائرية.

- وكالات الأنباء العربية.

-وكالات الأنباء الأجنبية.

-صحف جزائرية

-صحف عربية.

- صحف أجنبية.

-قنوات تلفزيونية وإذاعية جزائرية.

-قنوات تلفزيونية وإذاعية عربية.

- قنوات تلفزيونية وإذاعية أجنبية.:

- مواقع إلكترونية.

أي بما مجموعه 53 فئة فرعية.

## 7-3-2 وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم إختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة و صياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون، ومن وحدات التحليل نجد وحدات مفردات النشر والإذاعة، وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار، مثل المقالات، والتحقيقات، والأحاديث، والرسوم، الكارتون إلى آخره، أو البرامج الإخبارية أو الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال التي يستخدمها الراديو أو التلفزيون في عرض المحتوى<sup>1</sup>.

لا يقلل من أهمية وحدات التحليل أن يقع العدد والقياس على الفئات نفسها، مثل فئات موضوع المحتوى، التي تستهدف الكشف عن مراكز الإهتمام، أو فئات السمات وغيرها، ذلك إنه في مثل هذه البحوث تصبح الفئات نفسها هي وحدات التحليل، وكذلك هي وحدات العد، عندما يكون رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعدد والإحصاء<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 233.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 234.

## وحدة التكرار:

يعتبر التصنيف الذي يضعه الباحث لكل من فئات التحليل، ووحدات التحليل، الأساس الذي يعتمد عليه في تحديد أسلوب العد والقياس، ذلك أن التعامل مع الوحدات الكبيرة مثل الموضوع يختلف عن التعامل مع الوحدات الأصغر كالجمل والكلمات، وإن كان هذا لا يمنع من إستخدام تكرار النشر في جميع الحالات كمقياس لهذه الوحدات، لذا فالدراسة في جانبها التحليلي تعتمد على وحدة التكرار في جميع فئات التحليل سواء المرتبطة بالشكل أو بالمضمون.

## وحدة المساحة:

يصطدم التكرار في حالات عديدة بصعوبة تعبيره عن القيمة أو الوزن المقارن وعلى سبيل المثال لا يمكن أن نقارن بين الموضوعات الفئوية على أساس تكرار النشر، دون أن نضع في إعتبارنا مساحة وموقع النشر، التي تعكس القيمة الحقيقية للموضوع أو تؤكد الاتجاه في الوسيلة الإعلامية.

ولذلك تثير هذه المرحلة عند الباحث محاولة إكتشاف العلاقة بين المتغيرات الخارجية المصاحبة للموضوع عند النشر مثل المساحة، والموقع من الصفحة أو الصفحات وكذلك مساحة العنوان<sup>1</sup>، لذا فهذه الدراسة تعتمد أيضا على المساحة كوحدة تحليل بالتواري مع وحدة التكرار في جميع فئات التحليل ماعدا فئة المصدر التي تم إستخدام فيها وحدة التكرار دون وحدة المساحة التي لا يتطلب الأمر إدراجها في فئة المصدر التي تهتم بعدد المصادر المعتمدة ونوعيتها.

## وحدات العد والقياس:

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص 235.

تعتمد هذه الدراسة بالإضافة لوحدة العد عن طريق التكرار، على وحدة القياس بالمتر المربع بتقريب واحد من عشرة آلاف (10000/1) أي السنتيمتر المربع كوحدة قياس فئة المساحة لأنها أكثر الوحدات تماشياً مع الدراسة التحليلية، ولأن هذه الوحدة الغالب إستخدامها في فئة المساحة في الصحافة المكتوبة المطبوعة) .

#### 8-مجتمع البحث وعينته:

#### 8-1-مجتمع البحث:

بما أنه حددت العينة الرمنية للدراسة التحليلية لمجلة الشروق الجزائرية من جانفي 2018 إلى فيفري 2020 أي 26 شهرا ، وبما أن عدد صفحات كل عدد شهري هو 121 ناقص الصفحة الأولى المخصصة لأهم العناوين أي 120 نجد أن عدد صفحات مجتمع الدراسة التحليلية هو 3120 صفحة في 26 عددا.

#### 8-2- نوع العينة في الدراسة التحليلية:

تم إختيار عينة حصصية حيث تم تصنيف 3 حصص كل حصة تمثل عاما من أي أن الحصة الأولى تتشكل من جانفي 2018 إلى غاية ديسمبر 2018، والحصة الثانية من جانفي 2019 إلى غاية ديسمبر 2019 إلى غاية حصة 2020 حيث تم إختيار عدد فيفري أحدث عدد قبل الإنطلاق في الدراسة التطبيقية التي كانت مزمنة شهر مارس، ثم يتم السحب بطريقة عشوائية من كل حصة من العامين 2018 و 2019.

#### 8-3- وحدة العينة في الدراسة التحليلية:

تم إختيار المجلة الثقافية الشهرية المكتوبة بالعربية لإن اللغة العربية هي الأكثر إستخداما و إنتشارا في الساحة الصحفية الجزائرية بكونها بلدا عربيا ولدى قطاعات كبيرة من جماهير قراء الصحف الثقافية في الجزائر لكونها اللغة الوطنية والرسمية في الجزائر.

تم إختيار المجلة مجلة الشروق العربي الجزائرية كنموذج عينة الدراسة التحليلية، وهي مجلة شهرية جزائرية متخصصة في الشؤون الثقافية والإجتماعية مكتوبة بالعربية بدأت بالصدور يوم 11 ماي 1991 حيث كان شهر فيفري العدد 1071 .

#### 8-4- حجم العينة في الدراسة التحليلية:

تم إختيار الفترة الزمنية الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020، لتناسبها وأهداف البحث و مع الأعداد المتوفرة للباحث ، أما عدد صفحات العينة في هذه الدراسة التحليلية فتحسب بناء على أن عدد أشهر السنة 12 شهرا ، وبما أن عدد صفحات كل عدد هو 121 ناقص الصفحة الأولى المخصصة لأهم العناوين أي 120 أي 24 عدد لسنتي 2018 و 2019 إضافة إلى شهري جانفي و فيفري ل 2020 ن أي 26 عددا جد أن عدد صفحات مجتمع الدراسة التحليلية هو 3120 صفحة، ويرى الباحث " ستامبل" أن زيادة حجم العينة في تحليل مضمون الصحف اليومية عن 12 عددا في السنة قد STEMPLE يكون إستثمارا فقيرا لوقت الباحث وهذا يعني أن تجاوز حجم العينة عن 12 عددا في السنة حسب نفس الباحث لا يخلق إختلافات معتبرة في النتيجة عند تطبيق الموضوعات<sup>1</sup> فالأولى أن تكون حجم العينة أقل من 12 عددا في حالة المجلة الشهرية التي لا تصدر منها إلا 12 عددا، وقد تم تحديد عددا من كل سنة ، فنجد أن عدد صفحات عينة الدراسة التحليلية يساوي 360 صفحة في 3 أعداد من مجموع 3120 صفحة التي تمثل مجتمع الدراسة ، فنجد أن نسبة عينة الدراسة التحليلية تساوي 11.5% .

#### 8-5- تحديد الأعداد في عينة الدراسة التحليلية:

تم إختيار عينة الدراسة التحليلية من أعداد مجلة الشروق العربي الجزائرية "، خلال الفترة الزمنية المحددة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020، بإستخدام العينة الحصصية.

المفردة الأولى: عدد شهر سبتمبر 2018

المفردة الثانية عدد شهر أفريل 2019

المفردة الثالثة عدد شهر فيفري 2020

#### 8-6- المعالجة الإحصائية المستخدمة:

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 96.

-النسبة المئوية: حيث نفترض مثلا أن مساحة المجلة الواحدة في أحد الشهور هي "ن" وأن المساحة المخصصة لموضوع معين هي "أ"، وبذلك تكون نسبة المساحات المخصصة لهذه اللعبة هي: أ/ن.

#### -09-الدراسات السابقة:

تستمد دراستنا مشروعيتها المعرفية والمنهجية من جملة الدراسات والبحوث التي تلتقي معها في متغير أو أكثر، وقد ساعدتنا هذه الدراسات بشكل كبير في التوجه المنهجي والتطبيقي لهذا البحث، وهذه الدراسات هي :

#### 1-9-الدراسة الأولى :الإعلام الثقافي في الجزائر: دراسة تحليلية ليومية الخبر في الفترة الممتدة من 1 جانفي 2011 إلى 31 جانفي 2011

- هدفت هذه الدراسة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ماهي الخدمة التي تقدمها " جريدة الخبر" للقارئ من أجل الرفع من مستواه الفكري و الثقافي؟ من خلال التساؤلات الفرعية التالية:

-كيف تتعاطى جريدة الخبر اليومية مع كل ماهو ثقافي؟

- ماهي المساحة التحريرية التي خصصتها الجريدة للثقافة مقارنة مع المجالات؟ الأخرى التي تتضمنها الصحيفة؟ وهل هي كافية أم لا؟

-ماهي أكثر المواضيع الثقافية التي تناولها الجريدة ولماذا؟

-ماهي الأنواع الصحفية التي تستعملها الجريدة أثناء تغطيتها للمجال الثقافي؟

-ماهو الدور الذي تلعبه الجريدة في نشر الوعي الفكري والثقافي؟

وقد توصلت الدراسة من خلال للتحليل الكمي و الكيفي للموضوع الثقافي في جريدة الخبر إلى الاستنتاجات التالية :

- إهتمام جريدة الخبر بالمجال الثقافي لم يرقى إلى المستوى المطلوب فهو لم يكن كافيا بالمقارنة مع المواضيع الأخرى , وكذلك لأهميته , وقد سجلت نسبة متدنية خلال الفترة المختارة للدراسة , كما انه خلال طول فترة الدراسة لوحظ عدم غياب الصفحة الثقافية عن طول لأعداد ولكن بنسب متفاوتة ومتذبذبة من عينة لأخرى

, لهذا فالجريدة قد خصصت صفحة ثقافية قارة في الجريدة و الصفحات المخصصة للمواضيع الثقافية في الجريدة قليلة مقارنة بالمواضيع السياسية والرياضية... الخ

- طغيان إستعمال الخبر الصحفي على الأنواع الصحفية الأخرى , فقد سجلت نسبة عالية جدا تفوق نصف الصفحة المخصصة للثقافة ، وهو ما يعني مواكبتها للنشاطات المرتبطة بالحدث محل الدراسة وكون الأسلوب الخبري يناسب بقدر كبير الأحداث الثقافية الموجهة للمتابعين للجريدة ، وكذلك تنوع إستعمال الأجناس الصحفية للموضوع الثقافي بالإضافة للخبر .

- وجود التعليق والعمود ولكن بنسب أقل من النوع الخبري , واستعمل الريبورتاج والمقال الصحفي بنسب ضعيفة جدا خلال فترة الدراسة، فنادرا ما وجدا مجسدين في المواضيع الثقافية.

- عدم اعتماد الجريدة نهائيا على الرسومات الكاريكاتيرية التوضيحية خلال طول الفترة المخصصة للدراسة رسما واحدا يعبر عن الثقافة ومواضيعها، مما دل على عدم إهتمام يومية "الخبر" بهذا المجال، كما ركزت يومية الخبر على عنصر الكلمة المسموعة بإيصال وجهة نظرها إلى قرائها حيث كشفت الدراسة أن النسبة الغالبة خصصت للنص وهذا دل على أن الجريدة اعتمدت على عنصر الخبر لإيصال كل المعلومات المتعلقة بالمجال الثقافي عند قرائه، كما أنها استعملت العناوين المثيرة لإستقطاب أكبر عدد من القراء وذلك عن طريق إستعمال الألوان والخط العريض والكلمات المثيرة للجدل.

- اعتمدت يومية الخبر على مصادرها الخاصة بشكل كبير وهذا بفضل الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة لدى الصحيفة، فقد كشفت الدراسة أن إعتمادها كان كبيرا على المراسلين الصحفيين (91) وعلى الصحفيين بهيئة التحرير المركزي عند تناولها للمواضيع الثقافية، بالإضافة إلى عدم إعتمادها على المصادر الرسمية كوكالة الأنباء الجزائرية أو وزارة الثقافة.

- ركزت يومية الخبر كثيرا بعلى المواضيع الفنية خاصة الموسيقى ونجوم الغناء على حساب المواضيع الأكثر أهمية للرفع من المستوى الفكري والثقافي، وعدم تناولها للمواضيع المتعلقة بالتراث الثقافي إلا ما نادر

- غياب المواضيع الثقافية في الصفحتين الأولى والأخيرة ،, ومنه لم تحظى الثقافة بالعناية الكافية لأن يومية الخبر فضات تخصيص الصفحة أو الصفحتين ما قبل الأخيرتين للمواضيع الثقافية.

## 9-2 الدراسة الثانية: دور الصحافة المكتوبة في التنمية المحلية 'دراسة تحليلية على عينة من

اسبوعية 'جيجل الجديدة' في الفترة الممتدة من مارس 2016 الى فيفري 2017'<sup>1</sup>

وتمحورت اشكالية هذه الدراسة في: الدور الذي تساهم من خلاله اسبوعية "جيجل الجديدة" في التنمية المحلية لولاية جيجل.

وتمثلت تساؤلات الدراسة كما يلي :

1- ما حجم اهتمام اسبوعية "جيجل الجديدة" بقضايا التنمية المحلية لولاية جيجل ؟

2- ماهي الانواع الصحفية المستخدمة لعرض مختلف قضايا التنمية المحلية لولاية جيجل ؟

3- مامدى اهتمام اسبوعية جيجل الجديدة بقضايا التنمية المحلية من ناحية الموقع والصور ؟

4- ما طبيعة مواضيع التنمية المحلية التي تركز عليها اسبوعية "جيجل الجديدة" ؟

5- ماهي أهم العناوين المستخدمة في قضايا التنمية المحلية في اسبوعية "جيجل الجديدة" ؟

6- ما وظيفة المواد الاعلامية الخاصة بمواضيع التنمية المحلية ؟

أما بخصوص أهداف الدراسة : تهدف للكشف والتعرف على طبيعة قضايا التنمية المحلية التي ركزت عليها الصحيفة في تغطيتها و محاولة الكشف عن مدى اهتمام الصحيفة في معالجتها لهذا الموضوع , كما تهدف أيضا على التعرف على الانواع أو القوالب الفنية التحريرية المستخدمة في عرضها لقضايا التنمية المحلية.

المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج المسح بالعينة باستخدام أداة تحليل المضمون واعتمدت الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة المتكرر او ما يعرف بطريقة الاسبوع الصناعي . وتمثلت العينة الزمنية

من شهر مارس 2016 الى شهر فيفري 2017

اعتمدت الدراسة على فئات التحليل التالية:

<sup>1</sup> إبراهيم بن بخمة، سعيد بومنجل، دور الصحافة المكتوبة في التنمية المحلية :دراسة تحليلية على عينة من أسبوعية -جيجل الجديدة-، رسالة ماستر، غير منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2016/2017

-فئة معدل تكرار النشر على الصفحات :

وهي الفئات التي تقيس اهمية المضمون على أساس تكرار نشره,لأن التكرار سيؤدي الى المزيد من الانتشار للفكرة وايضاح جوانبها المتعددة

-فئة موقع النشر:

توضح مدى الاهتمام بعرض الموضوع حيث تؤدي دراسة موقع المادة موضع التحليل في الوسيلة الاعلامية ومقارنتها بالأهمية النسبية الخاصة لكل موقع.

-فئة وسائل الإبراز المصاحبة للنشر:

وتتمثل في الصور والرسوم وشكل العنوان والتي لها دور كبير في إثارة إهتمام القارئ للموضوع

-فئة القوالب الصحفية :

وتتمثل في الخبر، التحقيق، التقرير، الروبورتاج، المقال، الحديث الصحفي .

-فئة الموضوع :

وهي الفئة الأكثر إستخداما في دراسات تحليل المضمون والتي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته وتجب على التساؤل الأساسي الخاص بالموضوع او مجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الاعلامية وتمثل في المعلومات حول التنمية المحلية المقدمة في صفحات الاسبوعية.

-فئة مصدر المعلومة :

وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص او المجموعة او الجهة مصدر المعلومة، وتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص والصحف

-فئة الصور:

تساعد الصور الصحفية المصاحبة لنص الموضوع على تأكيد المعاني والافكار في محتوى النص، وفي هذه الحالة فإن المعاني التي يجسدها محتوى الصورة تمثل قيمة مضافة للقيم التي ينتهي إليها تحليل محتوى النص وتوضع في الإعتبار عند تحليل النص.

ومن المعروف أن الصحف لا تعتمد على الرموز اللفظية فقط في صياغة رسائلها الاتصالية لكنها تعتمد بجانب ذلك على الصورة الصحفية التي تقوم بدور كبير في تأكيد المعاني والافكار التي تعكسها الرموز اللفظية وفي هذه الحالة يتم النظر الى الصورة من حيث تكوينها وما يحمله من أفكار او معان او يجسد معالم أو أبعاد او يركز على شخصيات .....، في إطار ما يخدم الأهداف الإتصالية للمصور والناشر معا.

-فئة وظيفة المواد والمعلومات :

ما تحمله المادة الإعلامية واتجاه المعالج نحوها.

### 9-3- الدراسة الثالثة: معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على جانبين أحدهما نظري والأخر تطبيقي<sup>1</sup>:

الهدف الاول للدراسة يتمثل في نقطتين هما :

1- التعرف على العلاقة بين السلطة والصحافة في ضوء النظريات الإعلامية.

---

<sup>1</sup> علي بن شويل القرني، معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية.

2- إقتراح نموذج للعلاقة بين الصحافة والمجتمع.

الهدف الثاني للدراسة يتمثل في ثلاث نقاط :

1- التعرف على حجم التغطية الصحافية لمختلف القطاعات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية وخاصة تلك المعنية بالقطاعات الخدمية في المجتمع.

2- التعرف على إتجاهات التغطية الصحافية للقطاعات الحكومية والخاصة.

3- التعرف على إختلاف التغطية في فترتين زمنييتين قبل وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر

وظفت هذه الدراسة المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون, وذلك وفق إجراءات وأسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية .

العينة الزمنية : تم إختيار عينة زمنية لصحف الدراسة تمثلت في فترتين زمنييتين ,هما فترة ما قبل أحداث 11 سبتمبر وما بعد أحداث 11 سبتمبر. وتم إختيار لكل فترة أسبوع صناعي تمثل في الا شهر من يناير إلى أغسطس من كل عام من عامي الدراسة , بحيث تم إختيار كامل أيام الأسبوع (من السبت إلى الجمعة) .

فئات التحليل :

إعتمدت هذه الدراسة المادة الصحافية كوحدة أساسية للتحليل سواء كانت مقالا أو خبرا أو تقريرا أو تحقيقا أو كاريكاتيرا , ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة المرتبطة بمتغيرات الأساسية لها. وقد تم حصر التحليل في الأخبار والموضوعات والمقالات ذات العالقة بالشأن المحلي السعودي فقط.

9-4- الدراسة الثالثة : جمهور مجلة الشروق العربي الجزائرية -دراسة ميدانية بمدينة المسيلة-<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أمنة غياط، جمهور مجلة الشروق العربي الجزائرية: دراسة ميدانية بمدينة المسيلة، رسالة ماستر، غير منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علوم الإعلام والإتصال، 2014/2015

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول ماهية الخدمة المقدمة من طرف مجلة الشروق العربي الجزائرية للقراء للرفع من مستواه الثقافي والفكري ,وما هي الثقافة التي تعكسها المجلة من خلال مضامينها ومواضيعها ؟

### تساؤلات الدراسة :

- ماهي أهم السمات العامة لجمهور مجلة الشروق العربي ؟
- ماهي عادات وأنماط قراءة جمهور مجلة الشروق العربي الثقافية ؟
- ماهي أهم مستويات التفضيل ودرجة الثقة لما تقدمه المجلة لقراءها ؟
- ما أهم نماذج إهتمام القراء لمجلة الشروق العربي شكلا ومضمونا ؟
- ما هي أهم دوافع قراءة المجلة ومدى تليتها وإشباعها لمختلف حاجات القراء ؟
- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المحققة ومتغيري الجنس والمستوى التعليمي ؟

### أهداف الدراسة : -التعرف على السمات العامة لجمهور قراءة الصحافة الثقافية

- التعرف على العادات والأنماط القرائية لقراء المجلة الثقافية في الجزائر
  - كشف أهم مستويات التفضيل ونماذج الاهتمام لجمهور القراء اتجاه مجلة الشروق العربي الجزائرية
  - معرفة الدوافع الأساسية لإقتناء وقراءة المجلة الثقافية ومدى الإشباعات المحققة
  - كشف العلاقة بين متغيري الجنس والمستوى التعليمي والإشباعات المحققة لدى قراء المجلة .
- أهمية الدراسة : تكمن الأهمية في المحاولة الجادة لجعل المجلة الثقافية محل بحث ودراسة لاستشراف آفاق تطور السبل الكفيلة للنهوض بالجانب الفكري والثقافي الذي تراجع بسبب إنتشار وسائل الإعلام الأخرى .
- وقد اعتمد في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي لأن العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الإتصال بمفرداتها مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت والجهد .

العينة الزمنية:امتدت فترة إنجاز هذا العمل من تاريخ 2015/01/01 الى غاية 2015/05/01

**عينة البحث:** نظرا لعدم توفر البيانات والإحصائيات الدقيقة لمجتمع البحث ولكون الدراسة معنية بجمهور خاص بوسيلة إعلامية متخصصة فقد تم اعتماد العينة متعددة المراحل ,حيث تم اعتماد العينة العمدية في إختيار طبيعة مكان الإقامة وهكذا بواسطة هذه الطريقة استطعنا توزيع استمارات الإستبيان على عدد من الذكور والإناث بالقدر الكافي الذي يسمح لنا بإجراء هذه الدراسة

### مدى الإستفادة من الدراسات السابقة

أفادت كل الدراسات المشار إليها دراستنا سواء حول موضوع البحث وهو الصحافة الثقافية أو عن المتغير التابع وهو محتوى ما تم نشره من مواد صحفية سواء كانت نصوصا أو صورا أو مساحات مخصصة للإعلان، والثاني هو القائم بالإتصال المسؤول عن تغطية وجمع ومعالجة وتحرير ونشر هذه المواد الصحفية بالإضافة إلى أنه تم الإستفادة منها في الإجراءات المنهجية، وكانت الإستفادة العظمى من هذه الدراسات أنها مشاهجة لدراستنا في شقها التحليلي من حيث التساؤلات وأسلوب وموضوع البحث (الإعلام الثقافي المطبوع) و من خلال الإستفادة في تأطير المرجعية النظرية لبحثنا وضبط الإجراءات المنهجية وحتى التطبيقية فيه من حيث ضبط التساؤلات وأسئلة إستمارة التحليل المتفرعة وفقها حسب أهداف الدراسة وكيفية التحليل والإستنتاج ، كما استفدت ايضا من الإختيار المناسب في تحديد العينة والمنهج المتبع وفهم أكثر للفئات ووحدات التحليل.

## الفصل الثاني: الإعلام والصحافة المتخصصة

## الفصل الثاني: الإعلام والصحافة المتخصصة

المبحث الأول: الإعلام المتخصص.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام المتخصص.

يعتبر الإعلام المتخصص من المفاهيم الراسخة المستمدة من فلسفة العلم متمحورة حول التعمق في مجال محدد بهدف إدراك جميع ماديته وأبعاده ومتابعة حركتها التطورية بإتباع المناهج العلمية، و هذا ما يعطيها الديناميكية التجديدية والتعبيرية دون أن تلغي الجوانب الأخرى من الإعلام بل تتركز على نشر المعرفة العميقة في الاختصاص الذي يهتم به، لذا فالإعلام المتخصص هو الإعلام المتجدد بتجدد موضوعات الحياة ومجالات التخصص المختلفة، ويعد نوعا من أنواع الإعلام القائم على التخصص بمجال من المجالات المختلفة مثل الصحة أو الأخبار أو الثقافة وغيرها من جوانب الحياة الرياضة والفن و الاقتصاد.

تشير الباحثة أميرة الجاف إلى أن الإعلام المتخصص هو نقل المضمون الإعلامي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام حيث أن الفكرة الرئيسة في الإعلام المتخصص هي الإشتراك في الإطار التخصصي الذي يتضمن جوانب التخصص و ما يعنيه منها أفراد المجتمع، و تعرفه الجاف أيضا على أنه فرع من فروع الاعلام العام يستخدم كافة الوسائل والأساليب الاعلامية لتحقيق أغراضه التخصصية بموضوع معين من موضوعات الحياة المختلفة و بهذا يعد أحد أهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المتخصصة و المتعمقة لدى الجمهور مستخدما كل عناصر الجذب و الإبحار و الإقناع التي تتميز بها كل وسائله المختلفة، والإعلام المتخصص ينقسم إلى شقين وهما: التخصص في المضمون، والتخصص في مخاطبة الجمهور، فالأول يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الدراما و الرياضة و السياسة و الإقتصاد، والثاني هو وجود صحف و إذاعات بشقيها المرئي و المسموع تخاطب فئة معينة كالطفل و المرأة.<sup>1</sup>

و يعرفه بعض الخبراء على أنه نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي حل إهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدما مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور و رسوم و ألوان وموسيقى و مؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمدا على المعلومات و الحقائق و الأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية، وبهذا يستخدم الإعلام المتخصص مختلف عناصر الإعلام العام

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام المتخصص، ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص29.

كالتشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد و دراما وندوة و حوار و تمثيلية و مسلسل و مقالة و تحقيق و تقرير، و أفلام تسجيلية... إلخ وما إلى غير ذلك لتلبية متطلباته<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: نشأة وتطور الإعلام المتخصص

يشكل الإعلام المتخصص ظاهرة ذات طابع تاريخي-اجتماعي ويعتبر ظهوره عملية معقدة وممتدة حصلت في التاريخ والمجتمع، ويمكن تحديد العناصر المكونة لظاهرة نشوء الإعلام المتخصص وتطوره على النحو التالي:

1- يأتي الاعلام المتخصص تعبيراً عن التقسيم الاجتماعي للعمل، وإنعكاساً له، ويرتبط التقسيم الاجتماعي للعمل موضوعياً بمستوى التطور الحضاري العام للمجتمع، وتطور قوى وعلاقات الإنتاج، وإنعكاس ذلك كله في الحياة المادية والروحية للمجتمع<sup>2</sup>.

2 - إتساع مجالات المعرفة بشكل لم تعرفه البشرية من قبل، حيث شمل الإتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة و إرتبط ظهور الصحافة المطبوعة (خاصة في الغرب) بالإقتصاد و السياسة و في مراحل لاحقة من التطور، وفي السياق العام لإنتشار التعليم و الثقافة وتطور التقسيم الاجتماعي للعمل في المجتمع، و ظهور وسائل إعلامية جديدة (الإذاعة و التلفزيون) إتسعت مجالات المعارف التي يقدمها الاعلام لتشمل مجالات الحياة كافة(الرياضة والعلم والبيئة والتكنولوجيا والصحة والثقافة... إلخ) ولم يعد الإعلام العام بالرغم من مقدرته على التكيف وسعيه لتنويع موضوعاته، قادراً على مواجهة هذا التحدي الجديد.

3- إتساع الإطار الجغرافي الذي تشمله التغطية الإعلامية، حيث يرتبط الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية بمستوى التطور التكنولوجي وتطبيقاته في مجال الإعلام، وإنحصرت التغطية الإعلامية في البداية بالنطاق المحلي الضيق، ثم تطورت إلى النطاق القطري، ثم الإقليمي، ثم القاري، وإنتهت بالكوني، وحصل ذلك بشكل مواكب لمستوى التطور التكنولوجي ومواز للأهداف والوظائف المطلوب القيام بها وتحقيقها من خلال الإعلام<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 31.

<sup>2</sup> أديب حضور: الإعلام المتخصص: الإقتصادي... الرياضي... الثقافي... السكاني... العلمي خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون، سلسلة المكتبة الإعلامية، 26، ط1، المكتبة الاعلامية، دمشق، 2003، ص 07.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 08.

4- فقدت الأحداث والظواهر والتطورات بساطتها حيث أصبحت بفعل عوامل ذاتية وموضوعية مختلفة، أكثر تعقيدا وتنوعا وتشابكا، فلم يعد بوسع الاعلام العام تقديم المعالجة المطلوبة ووفق المستوى المطلوب، الأمر الذي دفع باتجاه ظهور إعلام متخصص، يستطيع أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية.

5- إنتشار التعليم وإتساع مجالاته بشكل غير مسبوق، إذا كان ظهور الصحافة العامة مرتبط تاريخيا بظهور الطبقة الوسطى، التي أوجدتها الثورة البرجوازية، فإن ظهور الاعلام التخصص وتطوره، يمثل تاريخيا بمنظور ما يأتساع الطبقة الوسطى وإنتشار التعليم في أوساطها وتنوع إهتمامات ومستويات وإختصاصات، وربما مصالح الشرائح المختلفة لهذه الطبقة المتزايدة الأهمية.

6- الآثار الثقافية التي ترتبت على انتشار التعليم، فالتعليم شيء ومستوى والثقافة شيء ومستوى آخر، وبالرغم من إختلافهما إلا أنه من الثابت وجود علاقة بينهما، ورافق إنتشار التعليم، إنتشار الثقافة (بالمعنى العام للثقافة) وأصبح الإعلام العام عاجزا عن الإستجابة الفاعلة لإنتشار الثقافة في المجالات كافة<sup>1</sup>.

7- إزدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة والمتقفة المتعددة والمختلفة، وتعرش خطوات الإعلام العام في تقديم مادة قادرة على إشباع هذه الحاجات بالشكل المطلوب.

8- تطور وغنى المعطيات في مجالات ونشاطات معرفية ومجتمعية وعلمية، وتحولها الى حياة كاملة غنية، أمر جعل الإعلام العام يرتبك في تقديم المعالجة الإعلامية المناسبة لها، الأمر الذي دفع وبشكل مرافق العوامل الأخرى باتجاه ظهور الإعلام المتخصص.<sup>2</sup>

9- إن السمة المميزة لعصرنا هي إزدياد فاعلية الدور الذي يلعبه الإعلام عموما والصحافة المطبوعة خصوصا في حياة الفرد والمجتمع، وقد استدعت فاعلية هذا الدور وخطورته في المجالات المختلفة، سعي القوى التي تقف وراء الإعلام إلى تحقيق تأثير أشمل وأعمق في الواقع الإجتماعي من خلال الوصول الى الشرائح الاجتماعية المختلفة، ووجدت في الاعلام المتخصص وسيلة فعالة لزيادة نفوذها ولتقوية تأثيرها في حياة الفرد والمجتمع.

---

المرجع السابق، ص 09. <sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 10. <sup>2</sup>

10- يأتي الإعلام المتخصص إستجابة لظاهرة الإستقطاب في الحياة الإعلامية المحلية والعالمية، وبموجب عملية الإستقطاب أصبح الإعلام أكثر جدية خاصة الصحافة المطبوعة، وهذا ما عجل بظهور الإعلام المتخصص حتى يساهم في جدية وعمق وشمولية، وبالتالي مقدرة على إشباع الحاجات وتحقيق الأهداف<sup>1</sup>.

11- فرضت المنافسة المحتدمة بين وسائل الاعلام المختلفة البحث عن وسائل وأساليب ومجالات عمل جديدة بهدف الوصول في معركة الوصول والتأثير، وقد وجدت القوى الاجتماعية والسياسية الفاعلة في الإعلام المتخصص واحدة من الوسائل والأساليب ومجالات العمل الإعلامي القوية، الفاعلية في هذا السياق المعقد للوصول الى أذهان البشر والتأثير في معارفهم ومعتقداتهم وسلوكهم<sup>2</sup>.

**المطلب الثالث: مقومات الإعلام المتخصص.**

يملك الاعلام المتخصص مقومات معينة، مكنته من احتلال موقف متميز، وحيز خاص على الخريطة الاعلامية وهذه المقومات هي:

### **1-المجال المتميز:**

تشكل الحياة المجتمعية مركبا واحدا، يتألف من مجالات متعددة ومختلفة، وتأخذ الحياة المجتمعية خصائصها المميزة من مجمل الخصائص المميزة لمجالاتها المختلفة، ولا يتم ذلك عبر عملية حسابية بسيطة، كما أنه لا يتم بطريقة آلية، بل عبر جدلية تفاعلية دائمة ومستمرة.

تعدد مجالات الحياة المجتمعية وتختلف وفق مجالات الفعالية البشرية وإختلافها، والفعالية البشرية الاقتصادية توفر أساس وجود المجال الاقتصادي، والفعالية البشرية السياسية توفر أساس وجود المجال السياسي، وهكذا الأمر بالنسبة للمجالات كافة الرياضية، والعسكرية والدينية والثقافية والإعلامية ... إلخ إن للإعلام المتخصص فعالية إبداعية معينة تتمثل أساسا بالتفاعل المبدع مع الواقع الموضوعي في مجالاته المختلفة وحتى يستطيع الإعلام المتخصص أن يرتفع إلى هذا المستوى، لا بد له أن ينجز، وبشكل فعال ومبدع أيضا، ثلاث مهام على قدر كبير من الأهمية والخطورة والتكامل:

---

المرجع السابق، ص 12. <sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 13. <sup>2</sup>

أ - إمتلاك نظرة كلية شاملة للحياة المجتمعية، تشكل منطلقا للاستراتيجية الإعلامية العامة، التي يجب أن يمتلكها الإعلام المتخصص، كما تشكل أساسا للسياسات والبرامج والخطط الإعلامية التي يضعها الإعلام المتخصص ويسعى الى تطبيقها في المجالات المختلفة.

ب - الإدراك العميق لخصائص كل مجال من مجالات الحياة المجتمعية، والوعي العميق بالسمات المميزة لهذه المجالات، والإحترام الكبير للإعتبارات الخاصة التي تحكم طبيعة الحياة وتشرطها في هذه المجالات.

ج - التوصل بطريقة إبداعية، إلى المقاربة الإعلامية المناسبة لخصوصية كل مجال من مجالات الحياة المجتمعية.<sup>1</sup>

## 2-الموضوع المتميز:

تفرض خصوصية المجال وتميزه خصوصية الموضوع وتميزه أيضا، والمقصود بالموضوع هنا المادة، أو المسألة، أو الأمر، أو الشأن، والقائم والمتواجد في مجال معين، يأخذ الموضوع نسغ حياته ووجوده من السياق العام الذي يوجد فيه، أي من المجال الذي يقع فيه، إن الخصائص المميزة لمجال معين هي العامل الحاسم والمحدد لخصائص الموضوع في هذا المجال.

إن سمات المجال السياسي، وما يتميز به المجال من حساسية، وسرعة تغيير، ومسؤولية، وخطورة ومناورة، ومرونة، ونوعية وقائع، وطبيعة مصادر، وامكانيات قراءات وتفسير وتحليل ووجهات نظر مختلفة، ونوعية وطبيعة شخصيات فاعلة...إلخ، هي التي تميزه عن الموضوع العلمي، الذي يتميز بقانونيته، وثباته النسبي ودقته، ونوعية وقائعه ومصادره وشخصياته وجمهوره، وطبيعة معايير تقييمه، أو عن الموضوع الديني، الذي يتميز بقديسيته، ورسوخه، ومرجعية قرائه وتفسيره، ومقاييس تقييمه، ونوعية المهتمين به، وطرق وأساليب تقديمه ومعالجته.<sup>2</sup>

## 3-الحدث المتميز:

يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه، أي من المجال الخاص به، ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن اطاره، ويمتلك صفات عامة بغض النظر عن المجال الذي يجري فيه، وأهم هذه الصفات: أ - يعكس الحدث التغيير الحاصل في سياق عام مستمر، ويمثل الحدث لحظة أو نقطة من هذا السياق. ب - مادة الحدث هي الجزئي والتفصيلي والمحدود، فلا مكان في الحدث للعام والمجرد والمطلق.

المرجع السابق، ص 14، 15.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 18، 19.<sup>2</sup>

ج - طبيعة الحدث هي الآنية، فالحدث هو تاريخ اللحظة.

د - الحياة القصيرة للحدث، فالحدث لحظي ومؤقت، كما يقال يولد الحدث عملاقا ولكنه كالشهب، يبهر نوره الأبصار ولكن للحظة واحدة ثم ينتهي كل شيء ليبدأ حدث جديد.

ولكن تتفاوت قوة حضور هذه الصفات العامة للحدث من مجال إلى آخر، وتمثل أوجه التفاوت هذه في:

- إيقاع التغيير المتفاوت من المجال إلى آخر، مثال ذلك التغيير في الحياة السياسية والرياضية والفنية، يتم بإيقاع أسرع من التغيير في الحياة الدينية أو العلمية أو البيئية.

- المفهوم الجزئي والتفصيلي مفهوم النسبي، ولذلك يختلف مفهوم الجزئي من مجال إلى آخر مثال ذلك أن التفصيل الدقيق جدا في المجال الفكري أو العلمي أو الأخلاقي قد لا يكون كذلك في المجال الفني أو الرياضي لأسباب عديدة أبرزها خصوصية المجال وخصوصية الجمهور.

- الآنية: بالرغم من كونها سمة عامة للحدث في المجالات كافة، إلا أن درجة هذه الآنية تختلف من مجال إلى

آخر، فالآنية في المجال السياسي أو الرياضي أو الاقتصادي والمالي، تصل إلى ذروتها، وتقاس بالثواني، وقد تصبح القيمة التي على أساسها تتم عملية تقييم الحدث، وتحديد طريقة التعامل معه إعلاميا، في حين أن الآنية في المجالات مثل الفكر والأخلاق والدين والعلم والإجتماع وغالبا الصحة والبيئة، قد لا تأخذ بالضرورة هذه الأهمية وبالتالي قد لا تكون العامل الحاسم والمحدد لأهمية الحدث<sup>1</sup>.

- يتميز الحدث عموما بجيانه القصيرة، حتى الأحداث الضخمة أصبح متعذرا أن تعيش عمرها كاملا بل غالبا ما يفرض عليها أن تعيش نصف العمر، وذلك بسبب ظهور أحداث أخرى تنافسها، ومع ذلك عمر الحدث يختلف، وطول العمر يتفاوت من مجال إلى آخر، فالحدث العلمي مثلا، يعيش عمرا أطول من الحدث الرياضي<sup>2</sup>.

#### 4-الجمهور المتميز:

يعتبر الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية الإتصالية، والجمهور هو الشريحة ( أو الشرائح) الإجتماعية التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى الوصول إليها والتأثير عليها والجمهور هو مفهوم إفتراضي، الأمر الذي يعني صعوبة رسم حدود دقيقة و واضحة لجمهور كل وسيلة أو مادة إعلامية تعزله عن جمهور الوسيلة الأخرى و

المرجع السابق، ص 23،22.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 24.<sup>2</sup>

ليس ثمة جدران عالية فاصلة، بل ثمة تداخل و ربما بدرجة كبيرة أحيانا بين جماهير الوسائل و المواد، ولهذا فان المقصود بالجمهور هو تلك المجموعة من البشر الذين يشكلون الكتلة الرئيسية من الأفراد الذين يتلقون هذه الرسالة أو يتعرضون لوسيلة إعلامية معينة، دون أن يعني ذلك أن ليس ثمة أفراد آخرون من خارج هذه الكتلة يتلقون هذه الرسالة أو يتعرضون لهذه الوسيلة، أو أن أفراد هذه الكتلة لا يتعرضون لرسائل أو وسائل أخرى.<sup>1</sup> بالرغم من أن معظم المعطيات السابقة المتعلقة بجمهور الإعلام العام تنطبق إلى هذا الحد أو ذاك على جمهور الإعلام المتخصص، إلا أنه من الممكن تحديد خصائص متميزة لجمهور الإعلام المتخصص، يمكن تحديد أهمها على النحو التالي:

- 4-1- جمهور محدد:** تحدد الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها، حيث أن واحدة من السمات الهامة للإعلام المتخصص هي مقدرته على التعرف على الجماعات المحددة، والوصول إليها ومخاطبتها، ولذلك غالبا ما يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه جمهور محدد بقدر كبير من الوضوح والدقة، ولكن درجة تحديد الجمهور تختلف وفقا لدرجة تخصص هذا الإعلام المتخصص، مثال المجلة الرياضية العامة جمهورها هو جمهور رياضي عام أما المجلة الرياضية المتخصصة بكرة القدم فإن جمهورها يصبح أكثر تحديدا.<sup>2</sup>
- 4-2- جمهور ضيق:** يتميز جمهور الإعلام المتخصص غالبا بأنه محصور في إطار ضيق، وهو إطار موضوع التخصص، إن مجلة مخصصة للصيدلة يكون جمهورها محصورا في الصيدلة.
- 4-3- جمهور معروف سلفا:** غالبا ما تعرف الوسيلة الإعلامية المتخصصة جمهورها، فإن مهمتها تقتصر على مخاطبته والوصول إليه في حين أن الوسيلة الإعلامية العامة غالبا ما تصنع هي جمهورها.
- 4-4- جمهور نوعي:** يتميز جمهور الإعلام المتخصص بأنه نوعي وليس جمهورا عاما، لهذا قد يكون عدده محدودا، ولكنه أكثر فعالية في المجتمع، لأنه يضم الخبراء والإختصاصيين وغالبية قادة الرأي العام في مجال الإختصاص.

**4-5- جمهور معني وجاد:** لا يتعرض جمهور الإعلام المتخصص إلى وسائل الإعلام المتخصصة بدافع الترفيه والتسلية وتمضية الوقت كما هو الحال لدى شرائح متعددة وواسعة من جمهور الإعلام المتخصص العام، بل هو

---

المرجع السابق، ص 29.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 36.<sup>2</sup>

جمهور معني بموضوع الإختصاص، وجاد في نظرتة لوسيلة الإعلام المتخصصة، ويتعامل معها بقدر كبير من الجدية، لأنه يبحث فيها عن اشباع حاجة إعلامية ما.<sup>1</sup>

**4-6- جمهور يمتلك خبرة اتصالية غنية:** غالبا ما يمتلك الإعلام المتخصص خبرة اتصالية غنية، ناتجة عن حرصه على المتابعة، ذلك الحرص الذي يدفعه إلى التعرض لوسائل إعلامية مختلفة.

**4-7- جمهور يمتلك حاجات اعلامية متعددة ومتنوعة:** إن نوعية جمهور الإعلام المتخصص وخبرته الاتصالية وجديته، تحدد سمته كجمهور نشط وفاعل، وبالتالي، فإن تعرضه للخطاب الإعلامي ليس سلبيا، وإنما إيجابيا، بمعنى أنه يبادر إلى التعرض، ويفعل ذلك من أجل تحقيق هدف، وهذا الهدف هو إشباع حاجة إعلامية معينة، ومن الثابت علميا أن تعدد الحاجات الإعلامية وتنوعها يرتبط طردا مع إرتفاع مستوى الجمهور التعليمي والثقافي والحضاري وزيادة خبرته الاتصالية.

**4-8- جمهور يمتلك موقفا نقديا:** إن خبرة وإختصاص ونوعية وجدية جمهور الإعلام المتخصص (خاصة المطبوع منه)، تجعله يقف موقفا نقديا قويا إزاء الخطاب الإعلامي الذي يتلقاه، وهذا يعني أن من الصعوبة الوصول إلى هذا الجمهور، ومن الصعوبة أكثر التأثير فيه، وغالبا ما يوصف هذا الجمهور بأنه جمهور "عنيد"، لأنه لا يتأثر بسرعة ولا ينقاد بسهولة.<sup>2</sup>

**5- الكادر الاعلامي المتميز.**

**5-1- خصائص الكادر الإعلامي المتميز:**

إن الكادر الإعلامي هو القائم بالاتصال الفعلي الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الإستراتيجية العامة التي حددتها القوى المالكة والموجهة، ووجود الكادر الإعلامي ومقياس مدى نجاحه أو فشله، يتمثل في مقدراته على فهم هذه الإستراتيجية وتطبيقها تطبيقا خلاقا ومبدعا في كل نتاج صحفي يقدمه، وذلك عبر فن إعلامي مناسب ومتطور.<sup>3</sup>

إن المهمة المركزية للكادر الإعلامي هي خدمة المشروع الأيديولوجي الإقتصادي الذي تمتلكه المؤسسة الإعلامية، ولكن ما يميز الكادر الإعلامي عن أي كادر آخر هو أنه لا يستطيع أن ينجز مهامه ويحقق وظائفه

المرجع السابق، ص 37.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 38.<sup>2</sup>

المرجع السابق، ص 40.<sup>3</sup>

بطريقة آلية وميكانيكية، أو بذهنية وظيفية بيروقراطية، وإنما هو محكوم بأن يفعل ذلك بطريقة خلاقية ومبدعة، ووفق متطلبات الإبداع الإعلامي وشروطه وقوانينه.

ليس الكادر الإعلامي معطى مطلقا ومجردا، بل هو مشروط بتفهمه للمشروع الأيديولوجي الإقتصادي للوسيلة التي يعمل بها وبانسجامه معه، كما أنه محكوم بمقدرته على الإبداع الإعلامي في ضوء هذا المشروع ومن أجل تحقيقية.

إن شرط الإبداع الإعلامي هو الذي يميز الكادر الإعلامي عن مجالات وظيفية أخرى، وهو الذي يبرر أهمية العامل الذاتي في الفعالية الإعلامية ولكن هذا الإبداع الإعلامي ليس ذاتيا صرفا، وليس مجردا أو مطلقا، بل هو يتم في نطاق الضرورة، أي النطاق الذي تحدده الإستراتيجية العامة للوسيلة الإعلامية وسياستها وبرامجها وخططها.

يعكس مستوى تطور الكادر الإعلامي نوعا وكما، مستوى التطور الإعلامي عموما، ومستوى تطور المتلقي، ومستوى تنوع وتعدد الحاجات الإعلامية للمتلقي، وكذلك مستوى تطور الواقع الموضوعي في مجالاته المختلفة.<sup>1</sup>

## 5-2- شروط الكادر الإعلامي المتخصص:

ثمة شرطان أساسيان يتعذر وجود الكادر الإعلامي المتخصص بدونهما:

### 5-2-1- التأهيل الإعلامي:

بعد أن تحول الإعلام إلى علم يسعى لإستكمال مقوماته النظرية التي تحكم ممارسته، بات متعددا وجود كادر إعلامي غير مؤهل إعلاميا، ونظرا للتطور الحاصل في مجال الإعلام كوسائل وأنواع ومجالات باتت الحاجة إلى ثلاثة مستويات من التأهيل الإعلامي:

1 - التأهيل الإعلامي العام: إن مهمة التأهيل الإعلامي العام هي إعطاء الكادر أساسيات علم الإعلام العام والأدبيات والنظريات والأنواع والوسائل والتقنيات ... إلخ.

2 - التأهيل الإعلامي المتخصص: يمثل التأهيل الإعلامي المتخصص مرحلة متطورة، أكثر عمقا وأكثر تخصصا، ومهمة التأهيل الإعلامي المتخصص هي تعميق تأهيل الكادر بأحد المجالات الإعلامية الرئيسية،

المرجع السابق، ص 41.<sup>1</sup>

ويكون التخصص إما على أساس الوسيلة الإعلامية (إذاعة، تلفزيون، وكالة أنباء) أو على أساس الموضوع (رياضي، سياسي، إقتصادي).

3 – التأهيل الإعلامي الضيق: أعتقد أن مرحلة التطور التي بلغها الإعلام المعاصر على الصعيدين النظري و العلمي، وظهور المؤسسات الإعلامية العملاقة، و تزايد ظاهرة عدم التجانس الجمهور و ربما نفتته، وفي الوقت ذاته إرتفاع مستواه التعليمي و الثقافي وخبرته الإتصالية، بالإضافة إلى المنافسة المحتدمة حول تقديم نتاج نوعي متميز، و تزايد أهمية الدور الذي أخذ يلعبه الإعلام المعاصر في حياة الفرد و المجتمع، فقد فرضت هذه العوامل ضرورة التأهيل الإعلامي المتخصص الضيق، و مما يجدر بنا ذكره أن ظاهرة التأهيل المتخصص الضيق عامة و منتشرة في مختلف المجالات.<sup>1</sup>

### 5-2-2-2-التأهيل العلمي في مجال متخصص:

يشكل التخصص الإعلامي و التخصص العلمي وجهان لورقة واحدة، فثمة جدلية تربطهما ومن العبث البحث عن الرئيس و التابع في هذه العلاقة، أو عن السبب و النتيجة، و نعتقد أنه قد إنتهى، وحتى وفق معايير الكثير من البلدان النامية، ليس فقط العصر الذي يستطيع فيه الصحفي أن يكتب في كل مجال (سياسة، رياضة، ثقافة... الخ) بل نكاد نجزم أنه إنتهى وإلى غير رجعة أيضا، العصر الذي يستطيع فيه الصحفي المتخصص ( الصحفي الثقافي مثلا) في المحاور أو الجوانب المختلفة من مجاله التخصصي (المسرح، السينما، الفن التشكيلي، الأدب، الموسيقى... الخ)، ولذلك بات محتما أن يختص الصحفي في جانب محدد من المجال الواسع الذي يعمل به.

إن التخصص، أصبح ظاهرة عادية في معظم وسائل الإعلام، وقد حصل بفعل أسباب متعددة، وأخذ أشكالا مختلفة، و نعتقد أنه حقق فوائد هامة، ولكننا نرى أن مستوى التطور الحاصل في مختلف المجالات ولدى شرائح الجمهور المختلفة وفي وسائل الاتصال المختلفة، يفرض ضرورة التأهيل العلمي الأكاديمي (ليس فقط الذي يأتي بالممارسة أو بدوافع تقسيم العمل في المؤسسة أو القسم أو ظروفه، أو ربما بدافع الرغبة الذاتية) للصحفي في الجانب أو المحور أو التخصص الضيق في المجال الذي يعمل فيه.<sup>2</sup>

المرجع السابق، ص 43.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 45.<sup>2</sup>

في ضوء ذلك نقول إن الحاجة باتت ملحة للإعلامي المختص والمؤهل للعمل في مجال معين (سياسة، ثقافة، رياضة) بعد أن تتم عملية تأهيله أكاديميا في جانب أو محور واحد من مجال تخصصه، كأن يختص الصحفي الثقافي بالمرح أو السينما، أو أن يختص الصحفي السياسي في منطقة معينة، الإتحاد الاوروي، أو بقضية معينة، الشرق الأوسط أو الصراع العربي الصهيوني أو بدولة معينة.<sup>1</sup>

## 6- أسلوب المعالجة المتميز:

تفرض الطبيعة المتميزة للموضوع و الحدث و الجمهور و الكادر أساليب معالجة و تقديم متميزة، وخصوصية الموضوع و الحدث و الجمهور و الكادر هي التي تحدد نوعية و مستوى المعالجة الإعلامية للموضوع أو الحدث، و الحدث الرياضي على سبيل المثال يختلف عن الحدث العلمي أو الثقافي، فهو أكثر ديناميكية و حركية و سرعة إيقاع، وبالتالي فإن تحريره يتطلب إستخدام أسلوب أكثر رشاقة، حيث يعتمد أساسا على الجملة الفعلية، وخاصة الأفعال ذات الطابع الحركي، كما أن جمهوره مهتم و غالبا ما يكون متحمزا و عاطفيا و إنفعاليا، و بالتالي فإنه يريد رؤية الحدث و إنتقاء وقائعه و ترتيب عناصره الإخبارية بما لا يتعارض مع موقفه و رؤيته، في حين أن الحدث الثقافي أقل حركية، و أبطأ إيقاعا، و يتطلب تحريره بالتالي أسلوبا أكثر هدوء، يعتمد الجملة الإسمية، و ربما المتوسطة الطول أو حتى الطويلة، كما أن جمهوره أرفع مستوى، و أكثر موضوعية، و أقل إنفعالا، وبالتالي يريد تغطية متوازنة و موضوعية و بعيدة عن النزق و الإنفعال و التعصب<sup>2</sup>، ولكن و مع إحترام هذه الطبيعة الخاصة للموضوع و الحدث في المجالات المختلفة، يمكن الحديث عن سمات مميزة لأساليب المعالجة في الإعلام المتخصص، يمكن تحديدها أبرزها على النحو التالي:

## 6-1- المعالجة الشاملة والعميقة:

يتميز الإعلام المتخصص النوعي عموما بإستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقا من الإعلام العام، وتتجسد هذه المعالجة الشاملة والعميقة وتظهر في تقديم الأحداث وفق سياقها العام، وإستخدام التغطية التفسيرية في تقديمها، كما تتجسد في مقارنة الظواهر بمختلف عناصرها ومكوناتها، وبمحمل

المرجع السابق، ص 46.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 47.<sup>2</sup>

علاقتها بالظواهر الأخرى، ولكن يجب فهم ذلك نسبيًا، ومع البقاء في حدود المعالجة الصحفية، والحذر من تحويل المعالجة الإعلامية المتخصصة إلى بحث علمي متخصص.

### 6-2- هيمنة الطابع التحليلي:

الإعلام المتخصص النوعي منهج التحليل العلمي للأحداث والظواهر والتطورات، فهو يكتفي بذكر يعتمد الوقائع والحقائق وتأكيداتها وإبرازها، ولا يسعى إلى إبحار المتلقي وإثارة وجدبه، بل يسعى غالبًا إلى تقديم رؤية هادئة، تقوم على التحليل الذي يستخدم الأدلة والبراهين العلمية والمنطقية، الذي يسعى للوصول إلى ذهن المتلقي وعقله، وإقامة نوع من الحوار معه.<sup>1</sup>

### 6-3- المعالجة المتوازنة:

يسعى الإعلام المتخصص النوعي إلى تقديم رؤية متوازنة للحدث أو الموضوع أو التطور، تقوم هذه الرؤية المتوازنة على أساس تقديم الحقائق التي تغطي جوانب الحدث أو الموضوع، وذلك إنطلاقًا من مبدأ احترام الذات والواقع والمتلقي، وتمكين المتلقي من أن يقف على أرض معرفية صلبة، ومن أن يعرف الآراء المتباينة وأن تترك له حرية التفكير للوصول إلى القناعة التي يريد.

### 6-4- استخدام الإستimalات الذهنية:

يهيمن في الإعلام المتخصص النوعي استخدام الإستimalات الذهنية التي تخاطب ذهن المتلقي وعقله، وتسعى للوصول إليه والتأثير عليه من خلال الحجة والبرهان والدليل المنطقي والإقناع العقلي، ومرد ذلك إلى طبيعة الموضوعات المعالجة ونوعية الجمهور المستهدف.

### 6-5- استخدام مداخل وآليات تأثير مناسبة:

وذلك لمجال التخصص ولنوعية الجمهور، والإستفادة إلى الحد الأقصى من المعطيات العلمية المستخلصة من النتائج التي توصلت إليها البحوث الميدانية في هذا المجال.<sup>2</sup>

---

المرجع السابق، ص 48.<sup>1</sup>

المرجع السابق، ص 49.<sup>2</sup>

## المبحث الثاني: الصحافة المتخصصة

تمهيد:

تعتبر الصحافة من أفضل الوسائل للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير الصغيرة الحجم؛ لأن استخدام الوسائل الأخرى في الوصول إلى هذه النوعية من الجماهير مكلفة للغاية<sup>1</sup>، وقد تعددت في السنوات الأخيرة وخاصة في المجتمعات المتقدمة وتلك التي في سبيلها إلى التقدم، ظاهرة الصحف والدوريات المتخصصة ومع تطور الحياة وزيادة نسبة التعليم وتقدم العلوم والتكنولوجيا ظهرت التخصصات القديمة في مختلف مجالات الحياة وفي العلوم والفنون، ولأن الصحافة تعتبر علما من العلوم الإنسانية بجانب أنها صناعة ومهنة وهواية، فقد واكبت العصر وظهرت فيها التخصصات المتعددة ونشأ عنها لون جديد هو الصحافة المتخصصة الذي تفرعت عنه فروع وجزئيات في التخصص، إلى حد أن أحدث الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية ذكرت أن عدد الدوريات المتخصصة في العالم بلغت 70800 دورية موزعة على 542 تخصص ولعل هذه الأرقام تعكس إلى أي مدى أصبح هناك دوريات ومجلات في العالم تخصصت في شؤون الحياة المتعددة والمختلفة<sup>2</sup>.

ورغم أن الاهتمام بالصحافة المتخصصة يبدو جليا في الدول المتقدمة بسبب تقسيم العمل والتخصص الدقيق الذي تتسم به المجتمعات الصناعية، إلا أن السنوات الأخيرة شهدت تزايدا ملحوظا في إهتمام الدول النامية بالصحافة المتخصصة خاصة في المجالات الثقافية والمجالات العلمية ذات الطابع الأكاديمي البحث، إقتداء بالدول المتقدمة قصد مسايرة عجلة التنمية

إن التطورات التي حدثت في حياتنا في السنوات الأخيرة، أصبحت تشجع على ظهور هذا النوع من الثقافة الصحفية، بل أصبحت تلح فيه إلحاحا كبيرا على إعتبار أنه ضرورة من ضرورات العصر الذي نعيش فيه، ذلك أن الصحافة العامة مهما بذلت من جهد ومهما أكثرت من عدد الصفحات ومهما استخدمت من المختصين في كتابة الأحاديث والتحقيقات والأعمدة والمقالات ومهما أضافت من أركان جديدة، فإن

---

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص 182.

<sup>2</sup> صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، ط1، الإسكندرية: مكتبة الإشعاع الفنية، 2002، ص 3.

الصحافة العامة عاجزة عن استيفاء الأخبار من كل قطاع من هذه القطاعات وكل هيئة من هذه الهيئات أو جماعة من الجماعات<sup>1</sup>.

جاء في التقرير الدولي لمنظمة اليونسكو «أصوات متعددة وعالم واحد: الإتصال والمجتمع اليوم وغدا» على أهمية الصحافة المتخصصة والدور الذي تقوم به على أنه: «أكثر من مجرد نقل للمعلومات إذ تهيئ منبرا للمناقشة ونقل الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب، وقد تسعى مثل هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز الإبداعية في كثير من المجالات مثل السياسة والأدب والفنون والعلوم الطبيعية والحياة وتكنولوجيا الإتصال ووسائله، ويخدم قطاعا كبيرا من هذه الدوريات الإهتمامات الثقافية والترويجية عن طريق إشباع الحاجات الفنية والأدبية لجماعات متنوعة من القراء»<sup>2</sup>.

### المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة:

تعددت تعريفات الباحثين لمفهوم الصحافة المتخصصة بسبب إختلافهم سواء من حيث الصياغة أو من حيث التركيز على جوانب معينة، إلا أنها لم تتعد عن معنى الإهتمام الصحفي بتخصص أو بفرع من فروع العلوم أو الفنون أو الثقافة أو بمختلف جوانب الحياة المتشابكة والمعقدة وقد عرفها عاطف عدلي العبد على أنها: «الصحافة التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالعتها الصفوة والقادة والمثقفون ثقافة عالية، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع وفتاته»<sup>3</sup>، فالباحث ركز على النوع من الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء. أما صلاح عبد اللطيف فقد أورد في كتابه الصحافة المتخصصة، ثلاثة تعريفات أولها أن الصحيفة المتخصصة هي الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تركز أكبر قدر من اهتماماتها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء بحيث يكون معظم نشاطها في جمع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات، يدور حول هذا الفرع وقد يغطي هذا النوع من الصحف نسبة قليلة من إهتمامات مختلفة غير ما تخصصت فيه، أما في التعريف الثاني أنها الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تعنى

<sup>1</sup> غريب سيد محمد: علم إجتماع الاتصال والإعلام، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 233، 234.

<sup>2</sup> شون ماك برايد (محرر): أصوات متعددة وعالم واحد: الإتصال والمجتمع اليوم وغدا، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والإشهار، 1981، ص 328.

<sup>3</sup> عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 185.

بجزئية ما أكثر تخصصا في فرع من الفروع<sup>1</sup>، وأما في التعريف الثالث فهي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من إهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة و الإستزادة منها، وهي ليست صحافة للعامّة أو المجتمع كله، وإنما هي قاصرة على قطاع معين من القراء<sup>2</sup>.

وقد أورد أديب حضور تعريفا أكثر دقة بقوله إنها الصحافة التي تظهر في مرحلة متقدمة من تطور المجتمع والقارئ وصناعة الصحافة، لتعبر عن التقسيم الإجتماعي للعمل ولتكون نتيجة له وتسعى إلى تلبية الحاجات الإعلامية المتنوعة للشرائح المتنوعة من القراء، وهي ضرورة موضوعية تفرضها الحاجة إلى تحقيق مزيد من الفعالية والتأثير<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني: أسباب إنتشار الصحافة المتخصصة.

من المهم أن نذكر العوامل والأسباب التي ساعدت وأدت إلى ظهور الصحافة المتخصصة وإنتشارها حتى أصبحت ظاهرة جديدة بالبحث في مجال الدراسات الإعلامية ويمكننا أن نحددها فيما يلي:

- التطور الصناعي والتكنولوجي والعلمي.
- ظهور المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء وظهور الإذاعة والتلفزيون وتنوع برامجهما.
- إنتشار الصحافة الشعبية وظهور صحافة الأقليات.
- دخول المرأة عالم الصحافة.
- إمتداد النمو الإقتصادي ليتمد إلى الصحافة.
- إنتشار التعليم وزيادة السكان<sup>4</sup>.

### المطلب الثالث: نشأة الصحافة المتخصصة في العالم الغربي.

---

<sup>1</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 11.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 12.

<sup>3</sup> أديب حضور: الإعلام الرياضي، مرجع سابق، ص 70.

<sup>4</sup> عبد الرزاق علي الهيتي: الصحافة المتخصصة، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 17.

بدأت الصحافة في نشأتها الأولى متخصصة، حيث إهتمت بأخبار الساسة والنبلاء وأخبار الحرب وأخبار المال والتجارة، وفي بعض الدول وخاصة في إفريقيا بدأت الصحافة دينية تنشر الإنجيل والعظات الدينية ، ومع في فرنسا عام HAVAS تقدم وسائل الاتصال وظهور البريد وإنشاء وكالات الأنباء مثل: " هافاس " " في إنجلترا عام REUTERS في ألمانيا عام 1838 و" رويترز - WOOLF 1835 و" وولف " 1852 وإنشاء " الكارتل " الإخباري الذي ضم هذه الوكالات الثلاث معا، وإحتكرت عن طريقه توزيع الأخبار في العالم وتطورت الصحف وتحولت إلى صحف شعبية، تقدم لقراءها أخبار متنوعة تغطي كافة المجالات والأنشطة وازداد توزيعها، ولم تعد الصحافة قاصرة على السياسيين والنبلاء والتجار والعسكريين، ومع التطور الذي حدث في العالم في مجالات العلوم والتكنولوجيا والاتصال وانتشار التعليم وزيادة عدد السكان، عاد التخصص إلى الصحافة بأتماط وأهداف جديدة<sup>1</sup>.

## 1 -فرنسا:

سجلت الدراسات الإعلامية التاريخية أول صحيفة متخصصة ظهرت في فرنسا كانت عام 1665 باسم " ، والتي كانت تحرر من طرف فريق من العلماء حيث تترجم Journal Des Savants العلماء " وتنشر في الدول الرئيسة في أوروبا التي كانت متخصصة في النواحي العلمية والأدبية<sup>2</sup>، بالإضافة إلى ظهور " التي أصبحت أسبوعية عام 1761 ، وكانت تختص بالنواحي La Gazette صحيفة لاجازيت " السياسية، حيث صدرت لأول مرة عام 1631 كصحيفة رسمية تولى إصدارها "نيوفراست رينودو" ثم حملت " Mercure أما مجلة " ماركير " Gazette De France" بعد ذلك اسم جازيت دو فرانس فصدرت عام 1672 كمجلة شهرية تحفل بصفحاتها بأخبار الأدب والمجتمع<sup>3</sup>.

Le وفي أول يناير عام 1777 صدرت أول صحيفة يومية فرنسية تحت اسم " لو جورنال دو باري فرناند ثيرو " " التي تتكلم عن كل شيء إلا عن السياسة<sup>4</sup> على حد تعبير Journal De Paris

<sup>1</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 26.

<sup>2</sup> Erik Neveu : **Sociologie De Journalisme**, repères n° 313, Paris : La découverte, 2001, p19.

<sup>3</sup> الزبير سيف الإسلام: تاريخ الصحافة في الجزائر، ج2، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1982، ص 27.

<sup>4</sup> Fernand Terrou : **L'Information**, que sais-je ? n°1000, 4ème édition, Paris : Presses Universitaires De France, 1974, p20.

"أما صحافة المرأة فيرجع الأصل في ظهورها إلى القرن 18 متمثلة في " Fernand TERROU " التي تأسست عام 1758م<sup>1</sup>، ثم " le Courrier De La Nouveauté اللوكوربي دولا نوفوطي "، " Marie France " ظهرت مجلة مستقلة أسبوعية متخصصة في الشؤون النسائية والأزياء بإسم و إحتلت المكانة الأولى في هذا المجال وكانت " le Parisien Libre " أصدرتها دار الحرية الباريسية أنه في عام " Erik NEVEU إيريك نفو " <sup>2</sup>، ويذكر " Marie Claire " تصدر قبل الحرب بإسم 1998 بلغ عدد الصحف المتخصصة التقنية والمهنية في فرنسا 1430، حيث أصبح هذا القطاع القلب النابض للعمل في الصحافة الفرنسية والذي غطى عام 1999م حوالي 42 % من المجموع العام وأكثر من مليوني نسخة - للأسبوعتين المذكورتين- في الصحافة التلفزيونية وحوالي 10 آلاف نسخة للمجلات المتخصصة في الموسيقى أو الصيد البحري<sup>3</sup>.

"Paris" و "L'Equipe" أما الصحافة الرياضية في فرنسا ، فزيادة على الصحف اليومية الرياضية<sup>4</sup>، ومجلات المطابع المراقبة من طرف الحزب الشيوعي، الذي أسس أول "Sport Complet" و "Turf" ، " Sprint Miroir" ميروار سبرينت "صحيفة رياضية شهرية لمجموعته الشيوعية عام 1946، تحت إسم "Le Miroir Du" ، والتي تحوي طبعاتها في وقتنا الحاضر كل من الملاحق "Le Miroir Foot" ، فإن<sup>5</sup> "Le Miroir D'Athlétisme" ، "Le Miroir Du Cyclisme" ، "Rugby" هناك صحافة رياضية مزدهرة في ميادين أخرى غير كرة القدم، مثل السباق والفروسية، هذا وقد لاقت بعض ( J في طبعة "Miroir Sprint" التي جاءت بعد صحيفة " Sport " الصحف صعوبات مثل صحيفة حيث أعلنت في آخر سنة 1971 أنها ستتوقف عن الصدور العادي وسوف لن تصدر عنها إلا أرقام خاصة وفي أعداد قليلة، ويوجد في "Tour De France" متعلقة بالأحداث الرياضية الكبرى مثل دورة فرنسا

---

<sup>1</sup> رولان كايول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، سلسلة المجتمع، ترجمة شلي محمد، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م، ص 352.

<sup>2</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 26.

<sup>3</sup> Erik NEVEU, op, cit, p29.

<sup>4</sup> رولان كايول، مرجع سابق، ص 396.

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص 338.

ويقترَب سحبها الإجمالي من مليوني " Tierce " فرنسا كذلك حوالي 35 صحيفة تتمركز حول لعبة الرهان نسخة في الأسبوع سنة 1971<sup>1</sup>.

## 2- بريطانيا:

" Weekly News ويكلي نيوز " كانت بداية الصحافة البريطانية متمثلة في ظهور الدورية المسماة التي صدرت في 23 مايو 1622، وتعتبر أول مطبوع إخباري منتظم الصدور في بريطانيا، أما أول صحيفة التي صدرت عام " Oxford Gazette أكسفورد جازيت " بريطانية بالمفهوم الحديث فهي صحيفة "، وفي سنة 1702 صدرت صحيفة " London Gazette لندن جازيت " 1665، ثم تحول إسمها إلى " Daily Current " وكانت اليومية الحقيقية الأولى في العالم وقد واصلت صدورها حتى عام 1735<sup>2</sup>، التي أنشأت عام " Times تايمز " أما الصحافة المتخصصة البريطانية فقد بدأت متمثلة في صحيفة " الذي كان يعمل تاجرا وكان الإعلان هو John Walter 1785، واختار صاحبها " جون ولتر ذا الدايلى يونيفرسال ريجستس " مادته الوحيدة وقراؤه هم رجال الأعمال، وكانت تصدر في البداية باسم " The Daily Universal Regists " وكانت توزع 1500 نسخة، ومن خلال استقراء بعض الدراسات الإعلامية للصحافة الإنجليزية، تكاد تكون الصحافة المتخصصة هي طابع الصحافة في بريطانيا في بداية القرن التاسع عشر، حيث يقل عدد الصحف اليومية التي كانت تمثل إلا جزءا يسيرا من صحافة بريطانيا، وتعتبر الصحافة الأهلية في إنجلترا صحافة متخصصة، حيث تهتم بنوع معين من الأخبار والموضوعات، بعضها للتجارة وبعضها للرياضة، حيث يزداد عدد الصحف الرياضية أكثر من أي نوع آخر<sup>3</sup>. وقد أورد إبراهيم عبده في كتابه الصحافة الأوروبية قائمة للصحف المتخصصة في بريطانيا عام 1952، حيث وجدت ألف مجلة ذات طابع تجاري أو فني، وما لا يقل عن 300 مجلة دينية، و250 مجلة للرياضة والهوايات المختلفة ووسائل التسلية ونحو 80 مجلة في الموضوعات السياسية ونحو 60 مجلة بين أسبوعية وشهرية خاصة بالمرأة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 397.

<sup>2</sup> الزبير سيف الإسلام، مرجع سابق، ص 26.

<sup>3</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق ص 27.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 27.

### 3-الولايات المتحدة الأمريكية:

حسب ما ورد في كتاب الإتصال الجماهيري ل"جون.ر.ريتتر أن الصحافة في اليوم أ بدأت متخصصة الذي أقصي من إنجلترا نشره صحيفة سرية، " Benjamin HARRIS بن جامين هاريس " بإصدار ، " The Public Occurences ذا بابليك أكيورنسييز "وقدم إلى بوسطن عام1690م تحت إسم " The Boston "والتي لم يصدر منها سوى عددا واحدا، أما الصحيفة الثانية فكانت ذا بوسطن نيوز لاتر عام 1704 وعاشت لفترة قصيرة، John Camble " " التي أصدرها جون كامبل " News Letter Benjamin FRANKLINE"أما الصحيفة الأمريكية الحقيقية فقد أصدرها بن جامين فرانكلين في فيلادلفيا<sup>1</sup>، وحتى " " Pensylvania Gazette عام1728م، وهي صحيفة بنسلفانيا جازيت " عام 1970 ظلت الصحف الأمريكية صحفا حزبية يملكها السياسيون، ثم ظهرت المجلات والدوريات والصحف المتخصصة في العلوم التي نقلت الاختراعات والاكتشافات العلمية في كافة المجالات<sup>2</sup>، وحسب ما أورد فاروق أبو زيد أنه صدر في الوم أ في الثمانينات حوالي 10 آلاف مجلة، من بينها 8 آلاف مجلة متخصصة، وفي كل عام تصدر 200 مجلة جديدة من بينها 160 مجلة متخصصة<sup>3</sup>.

Sport's ومن المجلات الرائدة المتخصصة في مجال الرياضة في الوم أ نجد مجلة سبورتس ستريتيد " Field and " ومجلة فيلد اند ستريم Sport's field، ومجلة سبورتس فيلد Streeted Stream".<sup>4</sup>

المطلب الرابع: نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي.

عرف الوطن العربي في أول الأمر الصحافة، متخصصة من خلال الحملة الفرنسية على مصر<sup>5</sup>، حيث كانت النشأة الأولى أجنبية خالصة وكان هدفها خدمة الأغراض السياسية والدعائية للحملة الفرنسية،

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 27.

<sup>2</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 28.

<sup>3</sup> فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 02.

<sup>4</sup> إدوين إمري فيليب و هـ. أولت و وارين، ك. آجي: الاتصال الجماهيري، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم، القاهرة: الشركة الدولية للطباعة، 2000، ص 328.

<sup>5</sup> صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 40.

"، أي " بريد مصر " التي ظهر عددها الأول يوم Le Courier De L'Egypt صحيفتنا " فكانت 29 أغسطس 1797، وإستمرت إلى غاية 30 يونيو 1801 .

"، أي " العشرية المصرية " التي كانت تصدر كل La Décade Egyptienne والثانية فكانت " عشرة أيام وكانت موجهة للعلماء الذين ضمتهم الحملة الذين كونوا ما عرف بإسم المجمع العلمي المصري، وقد حملت عبارة " صحيفة للآداب والاقتصاد السياسي"، أما الصحافة العربية الأولى التي شهدتها الوطن العربي فكانت صحيفة رسمية تمثلت بصورتها المبسطة في " جورنال الخديوي " وذلك عام 1828 في عهد محمد علي<sup>1</sup>.

أما أول صحيفة عربية بمفهومها الحديث فكانت صحيفة " وقائع مصرية " أصدرتها مطبعة بولاق عام 1828<sup>2</sup>، والتي كانت تصدر في أول عهدها باللغة التركية ثم بعدها باللغتين العربية والتركية وأصبحت فيما بعد عربية محضة<sup>3</sup>.

ويذكر "فيليب دي طرازييه" في كتابه تاريخ الصحافة العربية، أن الصحافة المتخصصة في الوطن العربي في أوائل القرن العشرين كانت تختلف باختلاف غايات أصحابها ونزعاتهم ومشاربهم، تارة تكون دينية أو سياسية أو أدبية أو علمية أو فنية ... الخ.

وقد عرف القراء العرب الصحافة النسائية ابتداء من عام 1909 وبلغ عدد مجلاتها في ذلك الحين 14 مجلة ثم انتشرت بعد ذلك المجلات الأدبية، وقد تزايد الآن في الدول العربية عدد الدوريات في الصحافة المتخصصة التي تفوقت على عدد الصحف العامة، حيث نجد أبرز التخصصات متمثلة في الصحافة الفنية والصحافة الرياضية والصحافة الأدبية والصحافة العلمية، ولو أن البعض يجعل الصحافة الاجتماعية متضمنة للصحافة الفنية وصحافة المرأة والطفل بالإضافة إلى ظهور في السنوات الأخيرة الدوريات المتخصصة في القضايا الفكرية والسياسية<sup>4</sup>.

و يسجل دليل عام الصحف والمجلات في الوطن العربي الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم التابعة لجامعة الدول العربية والصادر عام 1988، أن عدد الدوريات في مختلف

<sup>1</sup> الزبير سيف الإسلام، مرجع سابق، ص 33.

<sup>2</sup> خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، د.م.ن: مكتبة الانجلو مصرية، 1991، ص 151.

<sup>3</sup> الزبير سيف الإسلام، مرجع سابق، ص 34.

<sup>4</sup> صلاح عبد اللطيف: مرجع سابق، ص 41.

التخصصات في الوطن العربي بلغ 465 دورية أي بنسبة 3.5% مما يصدر في دوريات العالم، وهي نسبة قليلة بالقياس إلى عدد سكان الدول العربية والإمكانات المتاحة فيها، وقد وزع الدليل عدد الدوريات على 40 تخصصاً شملت المجالات الأدبية والرياضية والعلوم والتكنولوجيا والدين... فنجد مثلاً الأدب والثقافة بـ 287 دورية، الاقتصاد بـ 240 دورية، الدين الإسلامي 94 دورية ومجلة الشباب والرياضة 80 دورية... الخ<sup>1</sup>.

#### المطلب الخامس: نشأة الصحافة المتخصصة في الجزائر.

أصدر الفرنسيون المستعمرون عدداً كبيراً من الجرائد منذ السنوات الأولى لدخولهم الجزائر وإحتلالها باللغتين العربية والفرنسية، فكانت الصحيفة الأولى التي أصدرتها باللغة العربية هي صحيفة "المبشر" عام 1847 وهي ثاني صحيفة تصدر باللغة العربية في الوطن العربي، حيث أصدرتها السلطات الفرنسية كصحيفة رسمية لمقاصد سياسية وإستعمارية، تطلع الجزائريين في صفحاتها على التعاليم والقوانين الصادرة من الولاية العامة ثم لتخذل به روح المقاومة، وتوالت بعدها الصحف الناطقة باللغة الفرنسية بأسماء عربية جزائرية مثل صحيفة "الجزائري L'Algérien" التي صدر عددها الأول يوم الأحد 25 أبريل 1852 وبدأت تصدر بانتظام في أول ماي 1952 أيام الأحد والثلاثاء والخميس<sup>2</sup>، ونجد كذلك صحيفة "الجزائر الجديدة La Nouvelle

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 42.

<sup>2</sup> الزبير سيف الإسلام، مرجع سابق، ص 33.

"Algérie" التي انطلق صدورها اليومي ابتداء من يوم الإثنين 6 ديسمبر 1858 برئاسة تحرير "Clément De Vernoi" وهي أول جريدة يومية تصدر في الجزائر<sup>1</sup>.

عرفت الجزائر الصحافة المتخصصة منذ المنتصف الثاني من القرن التاسع عشر في مجالات متعددة فنجد مثلا المجلة الطبية الجزائرية "La Gazette Médicale"، التي صدرت يوم 25 فبراير عام 1856 بالعاصمة على أيدي أحد الأطباء الفرنسيين العاملين ضمن جيش الاحتلال الفرنسي "جيش إفريقيا" وأشرف على رئاسة تحريرها الدكتور بيرتراند" الذي كان يشغل منصب طبيب رئيسي بجيش إفريقيا وكذلك "بمستشفى الداوي"<sup>2</sup>، ونجد كذلك مجلة إفريقيا "Revue Africaine" و التي أصدرتها الجمعية التاريخية الجزائرية التي تأسست عام 1856، حيث بدأت الصدور في نفس سنة التأسيس، وكانت تصدر مرة كل شهرين وهي مجلة تهتم بشؤون التاريخ في مجاله الواسع من الآثار والأماكن التاريخية وتراجم بعض الرجال والعلماء، وقد صدر عددها الأول في شهر أكتوبر 1856، والثاني في ديسمبر من نفس السنة<sup>3</sup>، أما الصحافة الفنية فقد عرفت الكثير من الأسماء مثل جريدة الدربوكة "Derbouka" وهي جريدة اهتمت بالفن بما فيه المسرح والموسيقى والغناء وكان هدفها تسليية الجمهور الفرنسي - الأوروبي، صدر عددها الأول يوم 18 أكتوبر 1856 وتصدر ليوم السبت والثلاثاء<sup>4</sup>.

وأما الصحافة الأدبية فوجدت جريدة الرامي الجزائري "Le Tirailleur Algérien" وهي جريدة أدبية، دراماتيكية، هزلية بدأت صدورها يوم 14 نوفمبر 1858 بالجزائر العاصمة، لتصدر أيام السبت والثلاثاء والخميس ودام صدورها مدة 22 شهرا .

وفي الشؤون الفلاحية صدرت المجلة الفلاحية "La Revue Agricole" بالعاصمة عام 1860، وكانت تصدر مرتين في الشهر في اليوم العاشر والخامس والعشرين<sup>5</sup>، وكل ما سبق ذكره هي بعض النماذج من الصحافة المتخصصة التي ظهرت في الجزائر في النصف الثاني من القرن 19، وفي ما يلي بعض النماذج من النصف الثاني من القرن 20 وبعد الاستقلال تحديدا، ففي الصحافة الأدبية نجد مجلة "الكلمة" لصاحبها

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 58.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 37.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 44.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 49.

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص 86.

عبد الله عثمانية وتصدر عن الجزائرية للدفاع عن اللغة العربية ، " المجلة الثقافية " ، وهي مجلة فصلية صدرت عام 1971 وتصدر عن المركز الوطني لوثائق الصحافة والإعلام ، وفي الصحافة النسائية نجد مجلة " الجزائرية " لعائشة بن الإمام التي صدرت عام 1970 ، وكذلك مجلة " دفاتر نسائية " لزينب الأعرج وهي مجلة فصلية، و في المجال الطبي نجد " المجلة الجزائرية للطب " لعبد الحميد أبركان وهي نصف شهرية تصدر بالفرنسية، وفي المجال الاقتصادي نجد مجلة " بورصة الأعمال " وهي شهرية تصدر بالفرنسية ومجلة " الفلاحة الصناعية " وهي نصف شهرية مزدوجة اللغة، وكذلك نجد " المركزية للإعلانات " وهي صحيفة أسبوعية تصدر باللغة الفرنسية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> تيسير أبو عرجة: دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، دت، ص 271.

الفصل الثالث :

الإطار التطبيقي للدراسة

## المبحث الاول : إجراءات الدراسة التحليلية.

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي اعتمدت على اسلوب تحليل المضمون تم القيام بتصميم استمارة خاصة بتحليل المضمون انطلاقا من اهداف الدراسة.

### 1- اعداد استمارة تحليل المحتوى :

1-1- تحديد الاهداف التي يسعى من خلالها الباحث لتحليل مضمون الصفحات الرياضية في المجالات الرياضية.

1-2- مراجعة الدراسات السابقة للتعرف على الادوات التي يتم استخدامها في تحليل المضمون لاختيار ما يناسب منها اهداف الدراسة.

1-3- اعداد استمارة بشكلها الاول متضمنة البيانات التي يسعى الباحث بتحقيق اهداف الدراسة.

1-4- تم عرض الاستمارة على الاستاذ الشرف ونوقش معه الصعوبات وتم تعديل الاستمارة بناء على ملاحظته.

1-5- تم اعداد الاستمارة بصورتها النهائية لتشمل المواضيع الثقافية التي تم معالجتها من حيث المضمون من خلال المعالجة الصحفية للمواضيع حسب مستوى المواضيع الثقافية والإجتماعية و طبيعة المعالجة الصحفية للحدث او الشأن الثقافي ثم المصادر المعتمدة في التغطية ثم من ناحية الشكل نجد الانواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية و الصور المصاحبة لها تكرارا و مساحة .

## 2- المعاملات العلمية لاختبارات الدراسة :

أ- الصدق : تم القيام بعرض إستمارة تحليل المحتوى على عدد من المحكمين التالية أسماؤهم:

- الأستاذ صاوي عبد الملك: أستاذ محاضر أ بقسم علوم الأعلام والاتصال بجامعة المسيلة
- الأستاذ زاوي أحمد المهدي: أستاذ محاضر أ بقسم علوم الأعلام والاتصال بجامعة المسيلة
- الأستاذ بلعباس عبد الحميد: أستاذ محاضر أ بقسم علوم الأعلام والاتصال بجامعة المسيلة

، مع الحرص على تمثيل المحكمين لمجال الدراسة، والمتخصصين في البحوث الإعلامية، وذلك لحساب صدق المحتوى و إبداء آرائهم و مقترحاتهم حول الفئات التي من خلالها يمكن تحليل محتوى مجلة الشروق العربي. وبناءا على ملاحظات الخبراء والمحكمين، أجريت بعض التعديلات على الفئات الجزئية لاستمارة تحليل المضمون ليتم تصميمها بشكلها النهائي.

## 1-2- الثبات :

2-2- إن العمل العلمي الذي أنجزناه يتوقف على 03 محكمين من أجل القيام بالتحليل. حيث قمنا بترميزهم بالطريقة التالية:

أ- الأستاذ صاولي عبد المالك.

ب- الأستاذ زاوي أحمد المهدي.

ج- الأستاذ بلعباس عبد الحميد.

وبعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين أ- ب و ب- ج ثم بين المحكمين ب- ج، وهي طريقة "هولتسي" لحساب معامل الثبات في التحليل الذي يقوم به أكثر من محللين أي معامل ثلاث محكمين أو أكثر التي تقوم على القاعدة الرياضية التالية :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n}{n-1} \left( \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين} + 1 \right)$$

حيث ن: عدد المحكمين.

وكانت النتائج العملية للمرمزين الثلاثة كالتالي :

الحلل (أ) قام بترميز 53 فئة، المرمز (ب) قام بترميز = 50 فئة، المرمز (ج) قام بترميز 47، ولمعرفة متوسط الاتفاق بينهم يجب اتباع الطريقة التالية :

متوسط الاتفاق بين المرمزين كل على حدا :

بين أ و ب تم الاتفاق على 49 عنصر من أصل 53، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.92 = 53/49$$

بين ب و ج تم الاتفاق على 46 عنصر من أصل 53، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.86 = 53/46$$

بين أ و ج تم الاتفاق على 46 عنصر من أصل 53، وبعد عملية القسمة أي :

$$0.86 = 53/46$$

بعد ذلك تجمع كل النتائج و تقسم على 03 أزواج لاستخراج متوسط الاتفاق :

$$0.88 = \frac{0.86+0.86+0.92}{3}$$

وهو متوسط الاتفاق

بعد ذلك تم تطبيق المعادلة كالتالي :

$$0.95 = \frac{2.64}{2.76} = \frac{(0.88) 3}{0.88(1-3)+1}$$

أي أن نسبة الثبات في عملية التحليل تساوي 95 % وهذا دليل على أن معامل الثبات كاف وبنسبة عالية من حيث الدرجة التي حددها هولتسي بين 0.75 و0.95، وهذا ما سمح لنا بمتابعة الدراسة بكل صدق وموضوعية.

- المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة التحليلية.

الجدول رقم (01) يوضح: جدول تفريغ بيانات تحرير الخبر الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
0.83	343	4.07	9	2.15	810	7.56	9	الخبر الصحفي
100%	41222	100 %	221	100 %	37520	100 %	119	المجموع

من خلال الجدول رقم- 1- الذي يمثل بيانات تحرير الخبر الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الخبر الصحفي جاء في المرتبة الخامسة في تكرار المواضيع الثقافية بنسبة 7.56٪، أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فجاء الخبر الصحفي في المرتبة السادسة بنسبة 2.15 ٪. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له جاء الخبر الصحفي في المرتبة الخامسة بنسبة 4.07٪. أما من حيث مساحة الصور المصاحبة للخبر الصحفي فجاء في المرتبة السابعة بنسبة 0.83٪.

الجدول رقم ( 02 ) يوضح: جدول تفرغ بيانات تحرير التقرير الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
19.24	7935	33.48	74	32.54	12212	34.45	41	التقرير الصحفي
100%	41222	100%	221	100%	37520	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم -2- الذي يبين بيانات تحرير التقرير الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ ان التقرير الصحفي أخذ أكبر نسبة في

تكرار المواضيع الثقافية بنسبة 34.45، أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فجاء في المرتبة الاولى بنسبة 32.54. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة فقد أخذ نسبة 33.48. أما من حيث مساحة الصور المصاحبة له أخذ نسبة 19.24٪

الجدول رقم (03) يوضح: جدول تفرغ بيانات تحرير الحديث الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
7.27	2998	8.14	18	14.97	5619	10.08	12	الحديث الصحفي
100%	41222	100%	221	100%	37520	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم -3- الذي يبين بيانات تحرير الحديث الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ ان الحديث الصحفي جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 10.08٪. أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فجاء الحديث الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة: 14.97٪. ومن حيث تكرار الصور المصاحبة له فكانت النسبة تقدر ب 8.14٪. وأما من حيث مساحة الصور المصاحبة فقد اخذ الحديث الصحفي نسبة 7.27٪.

الجدول رقم (04) يوضح: جدول تفريغ بيانات تحرير الريبورتاج الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
13.67	5638	17.19	38	18.42	6913	15.99	19	الريبورتاج الصحفي
100%	41222	100%	221	100%	37520	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم-4- الذي يبين بيانات تحرير الريبورتاج الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الريبورتاج الصحفي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 15.99%. أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فقدرت ب: 18.42%. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له فأخذ نسبة 17.19%. أما من حيث مساحة الصور المصاحبة له أخذ نسبة 13.67%.

الجدول رقم (05) يوضح: جدول تفريغ بيانات تحرير البورتري الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة
البورتري الصحفي	21	17.64	7598	20.25	63	28.50	10011	24.28
المجموع	119	100%	37520	100%	221	100%	41222	100%

من خلال الجدول رقم -5- الذي يبين بيانات تحرير بيانات البورتري والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن البورتري الصحفي تكرر بنسبة 17.64% أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فقدرت ب: 20.25%. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له فأخذت نسبة 28.50%. أما من حيث مساحة الصور المصاحبة له فكانت النسبة 24.28%

الجدول رقم (06) يوضح: جدول تفريغ بيانات تحرير التعليق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
1.18	488	2.71	6	1.95	734	2.52	3	التعليق الصحفي
100%	41222	100%	221	100%	37520	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم -6- الذي يبين بيانات تحرير التعليق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن التعليق الصحفي تكرر بنسبة 2.52% أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فقدرت ب: 1.95%. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له فقد تحصل على نسبة 2.71%. أما من حيث مساحة الصور المصاحبة له فقدرت بنسبة 1.18%

الجدول رقم (07) يوضح: جدول تفرغ بيانات تحرير التحقيق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

المعطيات النوع الصحفي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة	تكرار الصور المصاح بة	النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة
التحقيق الصحفي	7	5.88	2361	6.29	8	3.61	1571	3.81
المجموع	119	100%	37520	100%	221	100%	41222	100%

من خلال الجدول رقم -7- الذي يبين بيانات تحرير التحقيق الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن التحقيق الصحفي تكرر بنسبة 5.88% أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فقدرت ب: 6.29%. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له فقد تحصل على نسبة 3.61% أما من حيث مساحة الصور المصاحبة له فتحصل على نسبة 3.81%

الجدول رقم (08) يوضح: جدول تفرغ بيانات تحرير العمود الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي

المعطيات	النوع الصحفي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	مساحة الصور المصاحبة cm	النسبة
العمود الصحفي	4	3.36	712	1.89	3	1.35	105	0.25	
المجموع	119	100%	37520	100%	221	100%	41222	100%	

من خلال الجدول رقم -8- الذي يبين بيانات تحرير العمود الصحفي والصور المصاحبة له في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن العمود الصحفي أخذ نسبة 3.36% في تكرار المواضيع. اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فقد قدرت بنسبة 1.89%. أما من حيث تكرار الصور المصاحبة له فقدرت النسبة بـ 1.35%. اما من حيث مساحة الصور المصاحبة له فأخذ نسبة 0.25%

الجدول رقم (09) يوضح: جدول تفرغ بيانات تحرير الإفتاحية والصور المصاحبة لها في مجلة الشروق العربي

النسبة	مساحة الصور المصاحبة	النسبة	تكرار الصور المصاحبة	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
0.19	81	1.35	3	1.49	561	2.52	3	الإفتتاحية
100%	41222	100%	221	100%	37520	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم-9- الذي يبين بيانات تحرير الافتتاحية والصور المصاحبة لها في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن نسبة تكرار الافتتاحية بلغت 2.52% في المرتبة الاخيرة. أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فقدرت بنسبة 1.49% أما من حيث تكرار الصور المصاحبة لها فكانت النسبة مقدرة بـ 1.35%. ومن حيث مساحة تكرار الصور المصاحبة لها فتحصلت على نسبة 0.19%.

الجدول رقم (10) يوضح: ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة الشروق العربي

الترتيب	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
5	7.56	9	الخبر
1	34.45	31	التقرير
4	10.08	12	الحديث
3	15.96	19	الريپورتاج
2	17.64	21	البورتري
8	2.52	3	التعليق
6	5.88	7	التحقيق
7	3.36	4	العمود
8	2.52	3	الإفتتاحية
	100%	119	المجموع

من خلال الجدول رقم -10- الذي يبين ترتيب الانواع الصحفية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن التقرير الصحفي أخذ أكبر نسبة في المواضيع الثقافية بنسبة 34.45%. في حين أن البورتري جاء في المرتبة الثانية بنسبة 17.64%. وجاء الريپورتاج في المرتبة الثالثة بنسبة 15.96%. والحديث الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة 10.08%. أما الخبر الصحفي جاء في المرتبة الخامسة بنسبة 7.56% يليه التحقيق الصحفي بنسبة 5.88% ثم العمود الصحفي بنسبة 3.36% وفي الاخير أخذ التعليق الصحفي و الافتتاحية نسبة 2.52%

الجدول رقم (11) يوضح: ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة الشروق العربي

الترتيب	النسبة	المساحة	المعطيات النوع الصحفي
6	2.15	810	الخبر
1	32.54	12212	التقرير
4	14.97	5619	الحديث
3	18.42	6913	الريبورتاج
2	20.25	7598	البورتري
7	1.95	734	التعليق
5	6.29	2361	التحقيق
8	1.89	712	العمود
9	1.49	561	الإفتتاحية
	100%	37520	المجموع

من خلال الجدول رقم-11-الذي يبين ترتيب الانواع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن التقرير الصحفي أخذ أكبر نسبة من مساحة المواضيع بنسبة 32.54٪ ويليه في المرتبة الثانية البورتري الصحفي بنسبة 20.25٪ ثم الريبورتاج في المرتبة الثالثة بنسبة 18.42٪ يليه في المرتبة الرابعة الحديث الصحفي بنسبة 14.97٪ ثم التحقيق الصحفي بنسبة 6.29٪ ثم الخبر الصحفي بنسبة 2.15٪. ثم التعليق الصحفي بنسبة 1.95٪. ثم العمود الصحفي بنسبة 1.89٪ وفي المرتبة الأخيرة بلغت نسبة الافتتاحية 1.49٪

الجدول رقم ( 12 ) يوضح : بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة الشروق العربي

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الصور الصحفية				
الصور الفوتوغرافية	200	90.49	37000	89.75
الصور الكاريكاتورية	21	9.50	4222	10.25
المجموع	221	100%	41222	100%

من خلال الجدول رقم-12-الذي يبين بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الصور الفوتوغرافية أخذت أكبر نسبة قدرت ب 89.75% ثم تليها الصور الكاريكاتورية في المرتبة الثانية بنسبة 10.25% أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة الصور الفوتوغرافية 89.75% في المرتبة الاولى ثم تليها الصور الكاريكاتورية بنسبة 10.25%

الجدول رقم ( 13 ) يوضح : بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة الشروق العربي

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
المواد التحريرية				
الأنواع الصحفية	119	15.86	37520	14.20
الصور الصحفية	221	29.46	41222	15.60
مجموع المواد التحريرية	340	45.33	131842	49.92
الإشهار	90	11.68	53500	20.25
المجموع الكلي	770	100%	264084	100%

من خلال الجدول رقم -13- الذي يبين بيانات تحرر المواد التحريرية في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ ان مجموع المواد التحريرية أخذ أكبر نسبة قدرت ب 49.92% ثم جاء الاشهار في المرتبة الثانية بنسبة 20.25% ثم تليه الصور الصحفية بنسبة 15.60% وفي الاخير بلغت نسبة الانواع الصحفية 14.20% أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فكانت مجموع الماد التحريرية في المرتبة الاولى بنسبة 49.92% ثم تليها في المرتبة الثانية الاشهار بنسبة 20.25% ثم في المرتبة الثالثة الصور الصحفية بنسبة 15.60% وفي الاخير في المرتبة الرابعة الانواع الصحفية بنسبة 14.20%

الجدول رقم ( 14 ) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الاجتماعي في مجلة الشروق العربي:

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال الاجتماعي
5		13.9 2	5800	13.6 3	9	قضايا الشباب
1		18.9 7	7900	18.1 8	12	قضايا الزواج والأسرة
6		12.0 0	5000	12.1 2	8	علاقات الإجتماعية
3		14.8 8	6200	16.6 6	11	ظواهر إجتماعية
4		14.4 6	6100	15.1 5	10	عادات وتقاليد
7		9.89	4120	10.6 0	7	قضايا الطفل والتربية
2		15.6 5	6520	18.1 8	12	قضايا المرأة
		100 %	4164 0	100 %	69	المجموع

من خلال الجدول رقم -14- الذي يبين بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الاجتماعي في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن قضايا الزواج والأسرة وقضايا المرأة بلغت أكبر نسبة قدرت ب 18.18 % ثم جاءت الظواهر الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 16.66%. وفي المرتبة الثالثة بلغت نسبة العادات والتقاليد 15.15%. ثم في المرتبة الرابعة قضايا الشباب بنسبة 13.63%. ثم العلاقات الاجتماعية بنسبة 12.12% وفي الأخير بلغت نسبة قضايا الطفل والتربية نسبة 10.60%

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة قضايا الزواج والاسرة 18.97٪ ثم قضايا المرأة بنسبة 15.65٪ ثم الظواهر الاجتماعية بنسبة 14.88٪ ثم العادات والتقاليد بنسبة 14.46٪ ثم قضايا الشباب بنسبة 13.92٪ ثم العلاقات الاجتماعية بنسبة 12.00٪ ثم قضايا الطفل والتربية بنسبة 9.89٪

الجدول رقم ( 15 ) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الثقافي في مجلة الشروق العربي

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال الثقافي
1		36.70	1944	40.90	9	أحداث ثقافية
2		32.09	1700	31.81	7	شخصيات ثقافية
3		31.19	1652	28.57	6	قضايا فكرية وعلمية
		100%	5296	100%	22	المجموع

من خلال الجدول رقم -15- الذي يبين معالجة المواضيع الصحفية حسب المجال الثقافي في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الاحداث الثقافية أخذت أكبر نسبة قدرت ب 40.90٪ تليها في المرتبة الثانية الشخصيات الثقافية بنسبة 31.81٪ ثم القضايا الفكرية والعلمية بنسبة 28.57٪ أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة الاحداث الثقافية 36.70٪ ثم مساحة الشخصيات الثقافية بنسبة 32.09٪ ثم مساحة القضايا الفكرية والعلمية بنسبة 31.19٪

لجدول رقم ( 16 ) : بيانات معالجة المواضيع حسب المجال التاريخي في مجلة الشروق العربي

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال التاريخي
2		27.44	1622	27.27	6	تاريخ أمكنة ومعمار
3		26.86	1588	22.72	5	تاريخ شخصيات
1		28.59	1690	31.81	7	تاريخ أحداث
4		17.10	1011	18.18	4	تاريخ وسائل وتقنيات
		100%	5911	100%	22	المجموع

من خلال الجدول رقم -16- الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب المجال التاريخي في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن تاريخ الأحداث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 31.81% يليه في المرتبة الثانية تاريخ الأمكنة والمعمار بنسبة 27.27% ثم تاريخ الشخصيات بنسبة 22.72% ثم تاريخ الوسائل والتقنيات بنسبة 18.18%

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة تاريخ الأحداث 28.59% ثم تاريخ الامكنة والمعمار بنسبة 27.44% ثم تاريخ الشخصيات بنسبة 26.86% ثم تاريخ الوسائل والتقنيات بنسبة 17.10%

الجدول رقم ( 17 ) : بيانات معالجة المواضيع حسب المجال الرياضي في مجلة الشروق العربي

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال الرياضي
1		79.64	1956	55.55	5	أحداث رياضية
2		20.36	500	44.44	4	شخصيات رياضية
		100%	2456	100%	9	المجموع

من خلال الجدول رقم -17- الذي يبين معالجة المواضيع حسب المجال الرياضي في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الأحداث الرياضية بلغت أكبر نسبة قدرت ب 55.55% ثم في المرتبة الثانية بلغت نسبة الشخصيات الرياضية 44.44% اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فقدرت نسبة الاحداث الرياضية ب 79.64 ثم الشخصيات الرياضية بنسبة 20.36%

الجدول رقم (18) : بيانات معالجة المواضيع حسب المجال الديني في مجلة الشروق العربي الجزائرية

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال الديني
		60.27	220سم	33.33	1	فتاوى إسلامية
		39.72	145سم	66.66	2	قصص إسلامية
		100%	365سم	100%	3	المجموع

من خلال الجدول رقم-18-الذي يبين معالجة المواضيع حسب المجال الديني في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن القصص الإسلامية اخذت أكبر نسبة في تكرار المواضيع بنسبة بلغت 66.66% ثم في المرتبة الثانية الفتاوى الإسلامية بنسبة 33.33% أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة الفتاوى الإسلامية 60.27% في المرتبة الأولى تليها القصص الإسلامية في المرتبة الثانية بنسبة 39.72%

(الجدول رقم(19) : بيانات معالجة المواضيع حسب المجال التجاري في مجلة الشروق العربي

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات المجال التجاري
1		49.42	23000	43.68	45	الملابس النسائية والموضة
2		40.83	19000	39.80	41	مواد الزينة والتجميل والاعطور
3		11.67	4532	16.50	17	التجهيزات المنزلية
		100%	46532	100%	103	المجموع

من خلال الجدول رقم -19-الذي يبين معالجة المواضيع حسب المجال التجاري في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن الملابس النسائية والموضة بلغت أكبر نسبة قدرت ب 43.68% ثم في المرتبة الثانية مواد الزينة والتجميل والاعطور بنسبة 39.80%، ثم التجهيزات المنزلية بنسبة 16.50% في المرتبة الثالثة والاحيرة. اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع بلغت نسبة مساحة الملابس النسائية والموضة 49.42%، ثم مواد الزينة والتجميل والاعطور بنسبة 40.83% ثم التجهيزات المنزلية بنسبة 11.67%.

الجدول رقم ( 20 ) : بيانات معالجة المواضيع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في المساحات  
الإشهارية في مجلة الشروق العربي

الترتيب	المتوسط الحسابي	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات منتج الإشهار
6		4.83	3480	4.83	6	التجهيزات الإلكترونية
5		7.25	5220	7.25	9	التجهيزات الكهرومنزلية
3		19.35	13920	19.35	24	المواد الغذائية
1		38.70	27840	38.70	48	مواد الزينة والتجميل والعطور
4		9.67	6960	9.67	12	مواد التنظيف
2		20.16	14500	20.16	25	الألبسة النسائية
		100%	71920	100%	124	المجموع

من خلال الجدول رقم -20- الذي يبين معالجة المواضيع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في المساحات  
الإشهارية في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن مواد الزينة والتجميل والعطور أخذت أكبر نسبة بلغت  
38.70% ثم الألبسة النسائية بنسبة 20.16% ثم المواد الغذائية بنسبة 19.35% ثم مواد التنظيف بنسبة  
9.67% ثم التجهيزات الكهرومنزلية بنسبة 7.25% ثم التجهيزات الإلكترونية بنسبة 4.83%  
أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة مواد الزينة والتجميل والعطور 38.70% ثم الألبسة  
النسائية بنسبة 20.16% ثم المواد الغذائية بنسبة 19.35% ثم مواد التنظيف بنسبة 9.67% ثم التجهيزات  
الكهرومنزلية بنسبة 7.25% ثم التجهيزات الإلكترونية بنسبة 4.83%

الجدول (21) : بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي.

الترتيب	النسبة	التكرار	المعطيات المصدر
1	88.23	45	صحفي المجلة
2	11.76	6	مصادر مجهولة (بدون توقيع)
	0	0	وكالة الانباء الجزائرية
	0	0	وكالة الانباء العربية
	0	0	وكالة الانباء الأجنبية
	0	0	صحف جزائرية
	0	0	صحف عربية
	0	0	صحف أجنبية
	0	0	قنوات تلفزيونية وإذاعية جزائرية
	0	0	قنوات تلفزيونية وإذاعية عربية
	0	0	قنوات تلفزيونية وإذاعية أجنبية
	0	0	مواقع انترنت
	100%	51	المجموع

من خلال الجدول رقم -21- الذي يبين بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي الجزائرية نلاحظ أن صحفي الجريدة أخذ أكبر نسبة بلغت 88.23% ثم يليه في المرتبة الثانية المصادر

المجهولة (اي بدون توقيع) بنسبة 11.76% ، أما باقي المصادر المذكورة في الجدول فكانت معدومة بنسبة 00% .

- المبحث الثالث: مناقشة استنتاجات الدراسة التحليلية

1- التساؤلات المرتبطة بالشكل :

1-1-التساؤل الأول :

ما هي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي في الفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020؟

1-1-1-التقرير:

حصل التقرير على أكبر نسبة تكرار من مجموع تكرارات الأنواع الصحفية ب 34.45% ونسبة المساحة المخصصة له بلغت 32.54% وذلك لان التقرير هو وصف موضوعي للحدث مما يتطلب مساحات كبيرة، أما نسبة تكرار الصور المصاحبة للتقرير فقد بلغت 33.48% و مساحة الصور المصاحبة له بلغت 19.24% و ذلك لكي يتم التناسب مع مساحات التقرير لتحقيق التأثير المطلوب و تحقيق التوازن بين الصور و النصوص المنشورة.

1-1-2-البورتري:

جاء البورتري في المرتبة الثانية من مجموع تكرارات الأنواع الصحفية بنسبة 17.64% ونسبة المساحة المخصصة له بلغت 20.25% ونسبة تكرار الصور المصاحبة له بلغت 28.50% ومساحة الصور المصاحبة له كانت بنسبة 24.28% , و جاءت هذه النتائج متقاربة جدا ومنطقية كون المجلة باعتبارها ثقافية تسلط الضوء على هذا النوع الصحفي .

1-1-3-الريبورتاج :

جاء الريبورتاج في المرتبة الثالثة من مجموع تكرارات الأنواع الصحفية بنسبة 15.99% وبلغت نسبة مساحته المخصصة 18.42% , ونسبة تكرار الصور المصاحبة له بلغت 17.19% ونسبة مساحة الصور المصاحبة له

كانت مقدرة ب 13.67٪ وهذه النتائج تبدو طبيعية كون استخدام الريبورتاج لا يأتي إلا في بعض الاحيان التي تقتضي الوصف و و التفصيل في بعض القضايا و ظهور الريبورتاج بهذه النسبة المتوسطة لا يعني قلة ظهوره أو نقص الاهتمام به .

#### 1-1-4-الحديث :

جاء الحديث في المرتبة الرابعة من مجموع تكرارات الأنواع الصحفية بنسبة 10.08٪ وبلغت نسبة مساحته المخصصة 14.97٪ أما نسبة تكرار الصور المصاحبة له فقدرت ب 8.14٪ ومساحة الصور المصاحبة له بلغت 7.27٪ وكانت هذه النتائج مقبولة نوعا ما كون المجلة لم تسلط الضوء بكثرة على الشخصيات بمختلف مجالاتهم(رياضية..فنية...الخ)

#### 1-1-5-الخبر:

جاء الخبر في المرتبة الخامسة من مجموع تكرارات الأنواع الصحفية بنسبة 7.56٪ وبلغت نسبة مساحته المخصصة 2.15٪, أما نسبة تكرار الصور المصاحبة له فبلغت 4.07٪ ومساحة الصور المصاحبة له 0.83٪, و جاءت هذه النتائج والنسب الضئيلة للخبر الصحفي منطقية وواقعية كون مجلة الشروق العربي الجزائرية مجلة ثقافية بحتة تنقل الأخبار الثقافية وأخبار الشخصيات والفنانين...الخ, بعيدا عن الأخبار السياسية أو الإقتصادية...الخ,

#### 1-1-6-التحقيق:

جاء التحقيق في المرتبة السادسة من مجموع تكرار الانواع الصحفية بنسبة 5.88٪ والمساحة المخصصة له بلغت 6.29٪ أما نسبة الصور المصاحبة له 3.61٪ بينما المساحة المخصصة للصور المصاحبة له بلغت 3.81٪ و هذه النسب تبين عدم اعتماد المجلة على التحقيق بالشكل المطلوب رغم اهمية التحقيق في كثير من الاحداث و القضايا.

#### 1-1-7-العمود الصحفي:

يتم الاعتماد على العمود الصحفي بنسبة ضئيلة من خلال نسبة تكراره في مجموع الانواع الصحفية و المقدرة ب 3.36٪ في المرتبة السابعة. ومساحته المخصصة بنسبة 1.89٪,والصور المصاحبة له بنسبة 1.35٪

ونسبة مساحة الصور المصاحبة له بلغت 0.25%، وهذه النتائج والنسب شكل المنعومة توضح لنا أن المجلة ثقافية وليست مجلة نقد وتحليل.

### 1-1-8-التعليق:

جاء التعليق في المرتبة الثامنة من مجموع تكرار الانواع الصحفية بنسبة 2.52% والمساحة المخصصة له 1.95% والصور المصاحبة له 2.71% وبلغت نسبة مساحة الصور المصاحبة له 1.18% وبينت لنا هذه النتائج الضئيلة عدم إعتقاد المجلة على هذا النوع الصحفي في تشكيل محتواها .

### 1-1-9-الإفتاحية:

جاءت الإفتاحية في المرتبة الأخيرة من مجموع تكرار الأنواع الصحفية وبنسبة ضئيلة بلغت 2.52% ومساحتها المخصصة بلغت 1.49% و تكرار الصور المصاحبة لها بنسبة 1.35% و نسبة مساحة الصور المصاحبة لها بلغت 0.19%.

### 1-2-التساؤل الثاني:

- ما هي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟

إعتمدت المجلة بنسبة كبيرة على الصور الفوتوغرافية حيث بلغت نسبة تكرارها 90.49% ومساحتها 89.75% ثم تليها الصور الكاريكاتورية بنسبة تكرار 9.50% ومساحتها 10.25%، هذه النتائج والنسب منطقية وواقعية لأن المجلة توظف الصور الفوتوغرافية لدعم مواضيعها وجذب القراء لها .

### 1-3-التساؤل الثالث:

- ما هي النسبة المخصصة للإشهارات ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟  
إعتمدت المجلة على نسبة متوسطة نوعا ما من حيث تكرار الإشهارات بلغت 11.68% والمساحة المخصصة له قدرت ب 20.25%، هذه النتائج المتوسطة جاءت منطقية وواقعية لأن مجلة الشروق العربي الجزائرية ذكرنا

سابقا أنها مجلة ثقافية يتخللها البعض من الإعلانات والإشهارات لمختلف المنتوجات وليست مجلة إخبارية يغلب عليها الطابع الإخباري .

## 2-التساؤلات المرتبطة بالمضمون

### 2-1-التساؤل الاول :

كيف تتم المعالجة الصحفية للمضامين حسب الموضوع لمجلة الشروق العربي في الفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020؟

-بالنسبة للمجال الاجتماعي فنرى أن قضايا الزواج والأسرة وقضايا المرأة أخذت أكبر نسبة من حيث تكرار المواضيع ب 18.18% أما بالنسبة للمساحة فقضايا الزواج والأسرة أخذت أكبر نسبة بلغت 18.97%  
-بالنسبة للمجال الثقافي نرى أن الأحداث الثقافية أخذت أكبر نسبة بلغت 40.90% وأكبر نسبة مساحة ب 36.70%

-بالنسبة للمجال التاريخي نرى أن تاريخ الأحداث اخذ أكبر نسبة بلغت 31.81% وأكبر مساحة بنسبة 28.59%

-بالنسبة للمجال الرياضي نلاحظ أن الأحداث الرياضية بلغت أكبر نسبة بلغت 55.55% وأكبر مساحة قدرت ب 79.64%

-بالنسبة للمجال الديني نلاحظ أن القصص الإسلامية اخذت أكبر نسبة بلغت 66.66% أما نسبة المساحة فالفتاوى الإسلامية هي من أخذت أكبر نسبة بلغت 60.77%

-بالنسبة للمجال التجاري نلاحظ أن الملابس النسائية والموضة أخذت أكبر نسبة بلغت 43.68% وأكبر مساحة بنسبة 49.42%

### 2-2-التساؤل الثاني:

ما هي أهم المنتجات التي يتم الترويج لها في المساحات الإخبارية في مجلة الشروق العربي في الفترة المحددة؟

-أخذت نسبة مواد الزينة والتجميل أكبر نسبة في التكرار بنسبة 38.70%, ثم الالبسة النسائية بنسبة

20.16% ثم المواد الغذائية بنسبة 19.35% ثم مواد التنظيف بنسبة 9.67% ثم التجهيزات الكهرومنزلية

بنسبة 7.25% ثم التجهيزات الالكترونية بنسبة 4.83% أما بالنسبة للمساحة المخصصة للمواضيع فبلغت

نسبة مواد الزينة والتجميل والعطور 38.70% ثم الالبسة النسائية بنسبة 20.16% ثم المواد الغذائية بنسبة 19.35% ثم مواد التنظيف بنسبة 9.67% ثم التجهيزات الكهرومنزلية بنسبة 7.25% ثم التجهيزات الالكترونية بنسبة 4.83%

### 2-3-التساؤل الثالث:

- ماهي المصادر التي إعتدتها مجلة الشروق العربي في جمع المواد الصحفية في الفترة المحددة؟  
- إعتدت مجلة الشروق العربي الجزائرية بالدرجة الأولى على صحفيي المجلة بنسبة كبيرة بلغت 88.23% و يرجع الاعتماد على صحفيي المجلة كون المجلة لها تغطية محلية لكل الشؤون , و كل جريدة أو مجلة تملك مراسلين و صحفيين في مختلف أنحاء الوطن يقومون بتغطية الاحداث مهما إختلف مجالها و يقومون بإرسالها الى مقر المجلة عن طريق الفاكس او البريد الالكتروني مقابل مبلغ معين و تقوم المجلة بنشر الخبر بعد اعادة صياغته صحفيا .

-وجاء الإعتداد على المصادر المجهولة (بدون توقيع) في المرتبة الثانية بنسبة قليلة بلغت 11.76%

-فيما انعدمت نسبة الإعتداد على المصادر الأخرى المذكورة في الجدول رقم - 21%

### 3-نتائج الدراسة :

على ضوء اهداف الدراسة و من خلال عرض الإستنتاجات تم التوصل الى النتائج التالية:  
-هيمنة التقرير الصحفي على المواد الصحفية الأخرى في المجلة حيث بلغت نسبة تكراره 34.45% وبمساحة بلغت نسبتها 32.54%  
-عدم الإعتداد على الخبر الصحفي في المجلة مقارنة بإعتماده مثلا في الصحف نظرا لنسبته الضئيلة .  
-الإعتداد المتوسط على باقي المواد الصحفية نظرا لنسبهم المتوسطة والضئيلة كالبورتري والريورتاج .

- هيمنة الصور الفوتوغرافية داخل مجلة الشروق العربي مقارنة بالصور الكاريكاتيرية.
- الإعتماد على الإشهار بنسبة مقبولة نوعا ما داخل المجلة بنسبة تكرار وصلت 11.68% ونسبة مساحة 20.25%.
- هيمنة مواد الزينة والتجميل والعطور على باقي المنتجات التي تم الترويج لها في المساحات الإشهارية بنسبة تكرار بلغت 38.70% .
- إعتماد مجلة الشروق العربي الجزائرية على الصحفيين في جمع المواد الصحفية بنسبة بلغت 88.23% ،ثم المصادر المجهولة بنسبة 11.76% وإنعدام باقي المصادر لعدم اعتماد المجلة عليهم .

#### 4-التوصيات:

- على ضوء هذه النتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة و بعض ما تم الاشارة إليه من خلال بعض الدراسات السابقة تم اقتراح التوصيات التالية:
- الاهتمام بكافة الانواع الصحفية بتخصيص مساحات خاصة لمواد الرأي العام .
- كون المجلة ثقافية يجب الإعتماد على الشؤون والمواضيع الثقافية بكثرة لإستقطاب عدد كبير من القراء.
- التقليل من المساحات الإشهارية التي تروج لمختلف المنتجات في المجلة حتى لا يغلب عليها الطابع الإشهاري كون المجلة ثقافية بامتياز .
- الإعتماد على المصادر الصحفية الأخرى التي إنعدمت في دراستنا هذه، كوكالات الأنباء والصحف...الخ.

خاتمة

## خاتمة:

في ختام دراستنا نورد الى أن لوسائل الإعلام دورا كبيرا في نشر الثقافة وتوصيلها لقطاعات واسعة من المجتمع حيث تركز الكثير من الدول على هذه الوسائل لتثقيف المجتمع وتنمية قدراته الفكرية ووعيه الثقافي، لما تملكه هذه الوسائل من قدرات التأثير وإنتشارها الواسع في المجتمع خصوصا المحتوى المكتوب والمجلة بصفة خاصة،الذي تعتمد قدراته الفائقة في التأثير على المجتمع في توصيل مختلف أشكال المعرفة. إن تبني وسائل الإعلام للتخصص إنعكس بشكل كبير على هذه الأخيرة حيث ظهرت الثقافة الجماهيرية التي هي المضمون والمحتوى الذي تنشره وسيلة من وسائل الإعلام المكتوب إلا وهي المجلة وهي بشكل او بآخر ثقافة جماهير الإعلام المتخصص. ولكون التحرير في المجلة يمتاز بنوع من الحرية إلى نادرا ما نجدها في مجالات أخرى وبمراعاة أذواق القراء الذي بدوره يختلف في بعض الدوافع والحاجات نتيجة لإختلاف أقسام المجلة وتعدد مجالاتها مثل الفن والثقافة والعلوم والموضة.

## قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع العربية.

- 1- أبو زيد فاروق ،الصحافة المتخصصة، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1986
- 2- أديب حضور،الإعلام المتخصص، الإقتصادي،الرياضي،الثقافي،السكاني،العلمي خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون، سلسلة المكتبة الإعلامية،26، ط1، المكتبة الاعلامية، دمشق،2003،
- 3- الزبير سيف الإسلام، تاريخ الصحافة في الجزائر، ج2، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1982
- 4-- سمير محمد حسين،بحوث الإعلام،الأسس والمبادئ،ط2،عالم الكتب،القاهرة،مصر،1995
- 5- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، ط2، القاهرة، دن، دت
- 6- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام،الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993
- 7- عبد اللطيف صلاح ، الصحافة المتخصصة، ط1، الإسكندرية،مكتبة الإشعاع الفنية 2002
- 8- عبد الحميد محمد ،بحوث الصحافة، ط1،القاهرة، عالم الكتب،1992
- 9- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2015
- 10- عاطف عدلي العبد،الاتصال والرأي العام،الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993
- 11- عبد الرزاق علي الهيبي، الصحافة المتخصصة، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع،2011
- 12- صلاح عبد اللطيف،الصحافة المتخصصة، ط1، الإسكندرية،مكتبة الإشعاع الفنية، 2002

13- رشدي طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، إستخداماته، القاهرة، الفكر العربي، 1987

14- تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، ط1، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، دت

15- خليل صابات، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، د.م.ن، مكتبة الانجلو مصرية، 1991

16- غريب سيد محمد، علم إجتماع الاتصال والإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1996

17- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1979

18- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000

ثانيا: المراجع الأجنبية.

-19-Erik Neveu : **Sociologie De Journalisme**, repères n° 313,  
Paris : La découverte, 2001

-20-Fernand Terrou : **L'Information**, que sais-je ? n°1000, 4ème  
édition, Paris : Presses Universitaires De France, 1974

ثالثا: المراجع المترجمة.

21- إدوين إمري فيليب وه. أولت و وارين، ك. آجي: **الاتصال الجماهيري**، ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم،  
القاهرة: الشركة الدولية للطباعة، 2000

22- رولان كايرول، **الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية**، سلسلة المجتمع، ترجمة شلي محمد، الجزائر، ديوان  
المطبوعات الجامعية، 1984م

23- شون ماك برايد (محرر): **أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا**، الجزائر: ديوان  
المطبوعات الجامعية، 1992،

#### رابعاً: الرسائل الجامعية

- 24- إبراهيم بن بجمة، سعيد بومنجل، دور الصحافة المكتوبة في التنمية المحلية: دراسة تحليلية على عينة من أسبوعية -جيجل الجديدة-، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2016/2017.
- 25- آمنة غياط، جمهور مجلة الشروق العربي الجزائرية: دراسة ميدانية بمدينة المسيلة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2014/2015
- 26- علي بن شويل القرني، معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الملك سعود

الملاحق

دليل إستمارة تحليل المضمون:

-الرقم 1: يدل على إسم المجلة الثقافية

-الرقم 2: تدل على عدد الصدور

-الرقم 3: يدل على شهر الصدور

-الرقم 4: يدل على سنة الصدور

حسب الشكل :

-الأرقام 5-6-7-8-9-10-11-12-13 تدل على فئة الأنواع الصحفية:

الخبر الصحفي-التقرير الصحفي-الحديث الصحفي-العمود الصحفي-التحقيق الصحفي-التعليق الصحفي-

البورتري الصحفي-الروبورتاج الصحفي-الإفتتاحية

-الأرقام 14-15 تدل على فئة الصور:

الصور الفوتوغرافية-الصور الكاريكاتورية

-الرقم 16 يدل على فئة الإعلان مساحة وتكرار

الفئات المرتبطة بالمضمون (مذا قيل؟):

-الأرقام 17-18-19-20-21-22-23 تدل على فئات الموضوع حسب المجال الاجتماعي:

والأسرة-العلاقات الإجتماعية-الظواهر الإجتماعية-العادات والتقاليد-قضايا قضايا الشباب-قضايا الزواج

الطفل والتربية-قضايا المرأة

-الارقام 24-25-26 تدل على فئات الموضوع حسب المجال الثقافي :

الأحداث الثقافية-الشخصيات الثقافية-القضايا الفكرية والعلمية

-الأرقام 27-28-29-30 دل على فئات الموضوع حسب المجال التاريخي:

تاريخ الأمكنة والمعمار-تاريخ الشخصيات-تاريخ الأحداث-تاريخ الوسائل والتقنيات

-الأرقام 31-32 تدل على فئات الموضوع حسب المجال الرياضي:

الأحداث الرياضية-الشخصيات الرياضية

-الأرقام 33-34-35 تدل على فئات الموضوع حسب المجال التجاري:

الملابس النسائية والموضة-مواد الزينة والتجميل والعطور-التجهيزات المنزلية

-الأرقام 36-37-38-39-40-41-تدل على فئات الموضوع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في

المساحات الإشهارية :

التجهيزات الإلكترونية-التجهيزات الكهرومنزلية-المواد الغذائية-مواد الزينة والتجميل والعطور-مواد التنظيف-

الألبسة النسائية

-الأرقام 42-43-44-45-46-74-48-49-50-51-52-53 تدل على فئة المصدر:

صحفي المجلة-المصادر المجهولة(بدون توقيع)-صحف عربية-صحف أجنبية-صحف جزائرية-وكالة الأنباء

الجزائرية-وكالات الأنباء العربية-وكالات الأنباء الأجنبية-قنوات اذاعية وتلفزيونية جزائرية-قنوات تلفزيونية

وإذاعية عربية-قنوات إذاعية وتلفزيونية أجنبية-مواقع إلكترونية.

جداول تفريغ بيانات معالجة المواد الصحفية في مجلة الشروق العربي الجزائرية

الترتيب	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
			الخبر
			التقرير
			الحديث
			الريپورتاج
			البورتري
			التعليق
			التحقيق
			العمود
			الإفتتاحية
			المجموع

جدول تفرغ بيانات المواضيع حسب تحرير الأنواع الصحفية والصور المصاحبة لها

الترتيب	نسبة مساحة الصور	نسبة تكرار الصور	نسبة المساحة	نسبة التكرار	المعطيات النوع الصحفي
					الخبر
					التقرير
					الحديث
					الريبورتاج
					البورتري
					التعليق
					التحقيق
					العمود
					الإفتتاحية
					المجموع

جدول تفرغ بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية

المعطيات المصدر	التكرار	النسبة	الترتيب
صحفي المجلة			
مصادر مجهولة (بدون توقيع)			
وكالة الانباء الجزائرية			
وكالة الانباء العربية			
وكالة الانباء الأجنبية			
صحف جزائرية			
صحف عربية			
صحف أجنبية			
قنوات تلفزيونية وإذاعية جزائرية			
قنوات تلفزيونية وإذاعية عربية			
قنوات تلفزيونية وإذاعية أجنبية			
مواقع انترنت			

			المجموع
--	--	--	---------

جدول تفرغ بيانات المواضيع حسب المنتج الذي يتم الترويج له في المساحات الإشهارية

الترتيب	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات منتج الإشهار
					التجهيزات الإلكترونية
					التجهيزات الكهرومنزلية
					المواد الغذائية
					مواد الزينة والتجميل والعطور
					مواد التنظيف
					الألبسة النسائية
					المجموع

العربي  
**الشروق**  
مجلة كبرى الأسبوعية  
www.shorouk.com

الراعي الذهبي  
للعدد  
**Condor**  
Prenez votre envol !

دور المصير في  
مخاضها  
**التدامم**  
على مواند  
الأكل مثل  
الأعراس

مخاضها في  
ألف عتق  
يتحملن  
ويسافرن  
انتقاما  
من  
أرواحهن!

الشروق العربي توفى على وصية أمي الجليلي  
في النادي الكائن في

**عشاق برشلونة  
بصوت واحد:**

**نريد محرز  
في البرصا**



أول مرة في  
الارمة السورية  
كبرتنا مثل اللون

أول مرة في  
هل هو هو شرعي  
أم هي هي؟

الفتاة ياسمين عمادي للشرق العربي :

## السلطانة "رزان" غيرت حياتي.. وانتظروني في عاشور العاشر "2"

التميز بين الأبناء..

لما اشعلنا الزوجان والحرق بها الأبناء..

2021 تيكور لواجبات الملائكة..

تجار بشخدونها ومبيدة لجلب الزبائن

حيا في التسلمات..

أسماء بقرن أطفهن في أحضان المربيات!

الشمع بغير الله..

جزائريون يكفرون بالله وهم لا يعلمون!

بفطه القم والكرايم فارتفع المسكن والسيب..

شبان يخاطبون الناس بلغة المصوتشورا

