الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران

المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والإنسانية

تخصص : علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرّج لنيل شهادة الماجستير موسومة بـ :

دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر
-جريدة "الشروق اليومي" نموذجا-

إعداد الطالب:

فرحات مهدي

تحت إشراف الأستاذ:

أ. د. عبد الإله عبد القادر

أعضاء لجنة المناقشة :

أ. د. داود محمد	رئيسا	جامعة وهران
أ. د. عبد الإله عبد القادر	مشرفا ومقررا	جامعة وهران
د. حميد حمادي	مناقشا	جامعة وهران
د. عبداللاوي عبد الله	مناقشا	جامعة وهران

السنة الدراسية 2009 – 2010

شكر وتقدير

أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إرساء قواعد هذا البحث، وإلى كافة أساتذة المدرسة الدكتورالية الذين رافقونا طيلة السنة النظرية وأمدونا بنصائحهم وتوجيهاتهم.

كما أتوجه بالشكر إلى الأستاذ المؤطر الدكتور عبد الإله عبد القادر الذي لم يبخل عليّ بنصائحه وتوجيهاته، والذي كان لي عونا في إنجاز هذا العمل.

إهـــــداء

...إلى والدي الذي طالما شجّعني على طلب العلم وغرس فيّ قيم الاحترام والتسامح؛ التي كانت لي بمثابة النبراس الذي أضاء لي الدرب...

...إلى أمي نبع الحنان والعطف التي وهبتني بدعائها السداد، فكانت لي ذخرا في أيام الصعاب...

...إلى جميع إخوتي وأصدقائي الذين عهدتهم إخوة، وإلى كل من أحب، أرفع فسيفساء هذا العمل...

الفهرس.

الصفحة

الفهرس. 1

الأشكال التوضيحية. 5

الجداول. 6

مقدمة. 8

إجراءات البحث.

1. الإشكالية. 13
2. أسئلة البحث. 16
3. فرضيات البحث. 17
4. منهجية البحث. 18
5. أسباب اختيار البحث. 24
6. أهداف البحث. 24
7. الدراسات السابقة. 25
8. تحديد المفاهيم. 26

الفصل الأول: الاتصال السياسي وبحوث وسائل الإعلام وعلاقتهما بالثقافة الجماهيرية.

المبحث الأول: الاتصال السياسي وبحوث وسائل الإعلام

1. الاتصال السياسي. 31
2. التوجيه والتحكم في مجال الاتصال السياسي. 33
3. مفهوم الاتصال إعلاميا. 36
4. التطور التقني في الاتصال. 37
5. بحوث وسائل الاتصال الجماهيرية. 39

6. إشكالية التأثير في بحوث وسائل الإعلام. 46
7. التقليد الأمبريقي في بحوث وسائل الإعلام. 48
8. التقليد النقدي في بحوث وسائل الإعلام. 50

المبحث الثاني: الثقافة الجماهيرية

1. مدلول الثقافة الجماهيرية (الصناعة الثقافية). 56
2. مدرسة النقد الثقافي اليميني. 58
3. معهد "**برمنغهام**" للدرسات الثقافية. 60
4. منظور الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام. 67

الفصل الثاني: نشأة الصحافة المكتوبة ووجودها بالجزائر.

المبحث الأول: نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها.

1. نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها. 72
2. مظاهر التطور في الصحافة المكتوبة. 78
3. نشأة الصحافة المكتوية في الجزائر. 79

المبحث الثاني: قانون الإعلام الجزائري والدراسة الاحصائية لمؤسسة "إمار ماغريب".

1. قانون الإعلام 1990 وأخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية. 97
2. دراسة إحصائية لمؤسسة "**إمار ماغريب**" الفرنسية حول الخارطة الإعلامية في الجزائر. 105

الفصل الثالث: الرأي العام والأساليب الإقناعية الصحفية.

المبحث الأول: الرأي العام.

1. تعريفات الرأي العام. 125
2. الرأي العام كجانب من التحليل بسيكوسوسيولوجي Psychosociologie. 135
3. التحليل السياسي والرأي العام. 136
4. التحقيقات الصحفية والرأي العام. 138
5. عوامل تكوين الرأي العام. 140

6. صناعة الرأي العام. 143
7. السلطة الرابعة أو الإيديولوجية الصحفية. 144

المبحث الثاني: الأساليب الإقناعية الصحفية.

1. مفهوم الإقناع. 146
2. الإقناع وعناصر العملية الاتصالية. 151
3. الرسالة الإقناعية. 152
4. دراسة إستراتيجيات تغيّر الجمهور. 156

الفصل الرابع: دراسة تحليلية للمقالات.

المبحث الأول: دراسة تحليلية كمية للمقالات.

1. تعريف تحليل المحتوى. 163
2. التعبير الكمي لمنهج تحليل المحتوى. 163
3. إستخدامات منهج تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. 164
4. استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام. 168
5. الحملة الصحفية. 169
6. توزيع السلطة السياسية. 172
7. النظرية العامة للدساتير. 176
8. التعريف بقضية التعديل الدستوري الجزائري 2008. 180
9. الجدول رقم 01: عناوين المقالات المنشورة قبل التعديل الدستوري وبعده. 184
10. الجدول رقم 02: نوعية المقالات المنشورة بجريدة "**الشروق اليومي**". 188
11. الجدول رقم 03 خاص بوحدة المساحة لمقالات جريدة "**الشروق اليومي**". 193
12. الجدول رقم 04 الخاص بتكرار الصفحات. 201
13. الجدول رقم 05 خاص بالعبارات ذات الإيحاء المؤيّد للتعديل الدستوري. 205

14. الجدول رقم 06 خاص بالعبارات ذات الإيحاء المعارض للتعديل الدستوري. 212
15. الجدول رقم 07 خاص بفئة الاتجاهات. 219
16. تحليل الجداول 05، 06 و07. 221
17. الخلاصة. 223

المبحث الثاني: دراسة تحليلية كيفية للمقالات.

1. تمهيد. 225
2. فئات ماذا قيل؟ 225
3. فئة الأهداف. 226
4. فئة الشخصية. 231
5. فئات كيف قيل؟ 234
6. الخلاصة. 239

خاتمة. 241
قائمة المصادر والمراجع. 244
الملاحق.

الأشكال التوضيحية.

الشكل التوضيحي	الصفحة
2.2 تغلغل أهم وسائل الإعلام.	107
3.2 تغلغل الخمس الأوائل من القنوات التلفزيونية في الجزائر.	109
4.2 تغلغل الصحافة اليومية الوطنية في الجزائر.	111
5.2 مقروئية أهم العناوين الرئيسة اليومية الوطنية في الجزائر.	113
6.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجهات.	115
7.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجنس.	117
8.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الفئات العمرية.	119
9.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب المستوى التعليمي.	121
شكل 01: الإشارة أو الرسالة ومجال الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل.	149

الجداول.

الجدول	الصفحة
9. الجدول رقم 01: عناوين المقالات المنشورة قبل التعديل الدستوري وبعده.	184
10. الجدول رقم 02: نوعية المقالات المنشورة بجريدة "**الشروق اليومي**".	188
11. الجدول رقم 03 خاص بوحدة المساحة لمقالات جريدة "**الشروق اليومي**".	193
12. الجدول رقم 04 الخاص بتكرارات الصفحات.	201
13. الجدول رقم 05 خاص بالعبارات ذات الإيحاء المؤيّد للتعديل الدستوري.	205
14. الجدول رقم 06 خاص بالعبارات ذات الإيحاء المعارض للتعديل الدستوري.	212
15. الجدول رقم 07 خاص بفئة الاتجاهات.	219

إجراءات البحث.

إجراءات البحث.

1. الإشكالية:

إنّ التطور التكنولوجي الذي يعرفه قطاع الإعلام والاتصال من تقنيات حديثة ورقمية غيّر من الهندسة الجينية للممارسة الإعلامية التي أصبحت تتكيف في تعاملاتها مع هذه المعطيات الجديدة، ليصبح قطاع الإعلام والاتصال صناعة في حد ذاتها وأرضا خصبة تجلب الأموال الطائلة للشركات المستثمرة في هذا المجال، ليصير الجانب التجاري والدعائي من السمات الأساسية لهذا القطاع فيشمل السمعي البصري مع تعدد الفضائيات والراديو وكذا الانترنت التي أخذت مكانة ضمن المشهد الإعلامي العالمي، كذلك الصحافة المكتوبة من مجلات ويوميات التي خصصنا لها جانبا هاما عند تطرقنا إلى "**دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" وهو موضوع دراستنا ومحاولة الإجابة على الإشكالية التالية: **ما هي الأساليب الصحفية المنتهجة من طرف جريدة "الشروق اليومي" في تكوين الرأي العام الجزائري إزاء التعديل الدستوري2008م؟**

أدى تطور الإعلام بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة في الدول المتقدمة إلى ظهور بعض المصطلحات والمفاهيم الحديثة التي تداولتها ألسن الإعلاميين وكذا رجال السياسة، ومن ضمن هذه المفاهيم "**الرأي العام**" الذي أجمعت النخب الفكرية على أنه من الظواهر الاجتماعية التي تساهم في صنع القرار

واعتبرته نتاجا وحوصلة لتطور المجتمعات الإنسانية وما صاحبه من ارتفاع في مستوى الوعي والعناية بالقضايا ذات الاهتمام المشترك.

أضحت وسائل الإعلام طرفا رئيسا في تكوين وتوجيه الرأي العام حسب الإيديولوجيات والإستراتيجيات المتوخاة منها، كالتوظيف السياسي من أجل كسب تأييد لفكرة محددة أو تمرير قرارات أو تعديلات قانونية، وقد أضفت كل هذه الممارسات على مصطلح "**الرأي العام**" اهتماما خاصا من قبل المفكرين عبر أبحاثهم الأمبريقية والتي كانت بداياتها مع مطلع القرن العشرين.

لقد أصبح مصطلح "**الرأي العام**" حقيقة واقعية لها تأثير كبير في المجتمعات الغربية وفي جميع المجالات ليصير من الواجب على المؤسسة الحاكمة أو الطبقات السياسية التعامل معه بكل جدية، خاصة في الدول ذات الاتجاه الديمقراطي الذي يُعتبر البيئة المناسبة لتغلغل "**الرأي العام**" وتأثيره على المسار السياسي للأنظمة، فالمناخ الديمقراطي يعطي للرأي العام "الحرية" في إبداء الآراء من خلال التعددية الحزبية والإعلامية التي تبرز الزوايا المختلفة للقضايا من خلال فتح المجال الإعلامي لجميع الأطراف، ويبقى المواطن هو الحكم الوحيد.

تُعدّ التعددية الحزبية في الجزائر فتية النشأة "1989م" مثلها مثل التعددية الإعلامية؛ فالمشهد الإعلامي في الجزائر ينقسم إلى قسمين: الأول يخص مجال السمعي البصري الذي يضم التلفزيون والراديو اللذان لازالا "حكرا" على الدولة

رغم الانتعاشة التي نلحظها من خلال فتح بعض الفضائيات المختصة "Thématique"، لكن هذا يبقى غير كاف مقارنة بتطور الدول الأخرى في مجال القنوات الفضائية التي أصبحت تُعدّ ضمن مقاييس تطور الدول، أما القسم الثاني فيخص الصحافة المكتوبة الجزائرية التي تتسم بالتنوع مقارنة بباقي الوسائل الأخرى وهذا من خلال تعدّد العناوين ومن خلال تعدّد الاتجاهات الإيديولوجية، كذا من خلال الاستقلالية المالية لبعض الجرائد أي الملكية الخاصة، غير أنّ الصحافة المكتوبة الجزائرية لا تزال تُطالب بحرية أكبر وذلك من خلال مطالبتها بتعديل قانون الإعلام الذي يحدّ من حرية الصحافة في الجزائر.

إنّ الحرية "النسبية" الممنوحة للصحافة المكتوبة في الجزائر أضفت عليها نوعا من المصداقية وهذا يمكن لنا تبريره بالإقبال الجماهيري الكبير على هذه الصحف اليومية التي تتميز بتعدّد مشاربها وإيديولوجياتها ومنه ارتفاع قدراتها الإقناعية للرأي العام الجزائري الذي أصبح يعيش على إيقاع هذه الصحف.

2. أسئلة البحث:

في ظل مختلف الاستعمالات والتوظيفات التي تعرفها التكنولوجيات الحديثة لعلوم الإعلام والاتصال، وأمام تنامي تداول مفهوم "**الرأي العام**" في مختلف المناسبات سياسية كانت أم اجتماعية أم اقتصادية، حاولنا التطرّق إلى دور الصحافة المكتوبة الجزائرية في تكوين "**الرأي العام الجزائري**" من خلال أنموذج جريدة "**الشروق اليومي**" من حيث تناولها وتغطيتها للتعديل الدستوري الجزائري 2008م بالنظر في الأساليب المتبعة حيال ذلك، وفي ظل كل هذه المعطيات، نطرح السؤال الرئيسي على النحو التالي:

- ما هي الأساليب الصحفية المنتهجة من طرف جريدة "الشروق اليومي" في تكوين الرأي العام الجزائري إزاء التعديل الدستوري2008م؟

ويترتب عن هذا السؤال أسئلة فرعية:

- ماهي دوافع جريدة "**الشروق اليومي**" في تغطيتها للتعديل الدستوري 2008م؟
- ما طبيعة الخطاب المتداول الذي تبنته جريدة "**الشروق اليومي**" حيال موضوع التعديل الدستوري2008م، وما هي اتجاهاتها؟
- هل تمكنت جريدة "**الشروق اليومي**" من التأثير على القارئ الجزائري؟
- هل هناك "إزدواجية" في الخطاب الإعلامي لجريدة "**الشروق اليومي**"؟

3. فرضيات البحث:

إنّ أيّ بحث يجب أن يتضمن إجابات مؤقتة عن التساؤلات المطروحة، تتمثل في الفرضيات والتي يتأكد الباحث من مدى صحتها في نهاية بحثه.

1.3 الفرضية الرئيسة:

- أنّ جريدة "**الشروق اليومي**" قد استغلت فيما يخدم صالحها التّوافق الحاصل في المشهد السياسي الجزائري حول التعديل الدستوري وتبني هذه الرؤية السياسية المساندة للمشروع من خلال تغطيتها ومعالجتها لموضوع التعديل الدستوري2008م.

2.3 الفرضيات الفرعية:

1- توظيف جريدة "**الشروق اليومي**" الإستمالات العاطفية على حساب الإستمالات المنطقية في معالجتها لموضوع التعديل الدستوري 2008م.

2- تمكّن جريدة "**الشروق اليومي**" في تكوين "**الرأي العام**" من خلال أساليبها واستغلال قدراتها الإقناعية.

4. منهجية البحث:

بما أنّ الدراسة متعلقة بمضمون الصحف وما تحمله هذه الأخيرة من رسائل إعلامية فإنّ المنهج المُتّبع هو تحليل المضمون، الذي يركز على اللغة كأداة تفسر لنا توجهات القائمين على الخطاب الإعلامي، والأهداف المرجوة من عملية الاتصال عن طريق النص المكتوب وكيفية ومدى تأثيره على الجمهور القارئ باستعمال مختلف الأساليب الإقناعية والتقنيات التي سنحاول فك شفرتها من خلال دراستنا.

ويُعرّف تحليل المضمون أيضا بأنه « أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.»[1] ومنه الاعتماد على القواعد الواضحة المنتظمة والابتعاد عن الأحكام الشخصية وكذا التمثيل الكمي الدقيق للمضامين، مما يعطي للنتائج المصداقية والدقة ومنه تصبح القدرة أكبر في تفسيراتنا وتحليلاتنا، ومن هذا المنظور فإن منهج « تحليل المحتوى يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين...»[2]، مما يجعل الباحث يعمل على الإلمام بكل ما يتعلّق بذلك الموضوع.

[1] عبد الحميد، محمد. بحوث الصحافة. القاهرة: عالم الكتب، 1983. ص.129

[2] عبد الحميد، محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979. ص.16

ويُعرّفه د. "**عامر مصباح**" بأنه: « طريقة لقراءة الأفكار والرمـــوز والخصـــائص النفسية والدوافع والسّمات القيادية في خطابات رجال السياسة أو رجال الفكـــر، أو قادة الرأي أو غيرهم ممّن نريد بحث شخصيتهم ومعرفة أفكارهم وأهـــدافهم... »[1]، وتجدر الإشارة إلى أنّ تعاريف تحليل المضمون عرفت عدّة تطـــورات وإضـــافات عبر التاريخ وهذا للاستخدامات المتنوعة لمنهج تحليل المضمون فـــي ظـــل تعـــدّد المجالات وتداخلها.

4. 1 أدوات البحث:

يعتمد منهج تحليل المضمون على أدوات تقوم على تقطيع النص إلى وحدات تدعى بوحدات التحليل وهي كالآتي:

4. 1. 1 وحدة الكلمة: هي الجزء الأصغر في اللغة المكتوبة أو في اللفظ المنطوق، الذي يمكن استخدامه في حساب معنى معيّن أو مفهوم ما أو رمز محدد، أو شخصية بذاتها يدور حولها النص.[2]

[1] مصباح، عامر. منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. (سلسلة الكتب الأساسية في العلوم الإنسانية والاجتماعية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008. ص.100

[2] بن مرسلي، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط. 02. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005. ص.261

4. 1. 2 وحدة الموضوع: وتُعرف أيضا بوحدة الفكرة التي يدور حولها الموضوع. لذا تستخدم كوحدة عدّ في قياس الموضوعات، وكوحدة تسجيل في حساب الأفكار الخاصة بالأسباب والدوافع والآراء والتصرفات والقيم والاعتقادات والاتجاهات...إلخ. ووحدة الفكرة غير ثابتة الشكل، من حيث الظهور...[1]

4. 1. 3 وحدة الشخصية: تعني معرفة صفات وسمات الشخصية في مضمون أدبي أو إعلامي أو فلسفي معين، سواء كانت هذه الشخصية معنوية أو حقيقية، أو حتى رمزية...[2]

4. 1. 4 وحدة الزمن والمساحة: هي مقاييس الزمن والمساحة المخصصة لموضوع معين، والتي تعبر عن تقسيمات المضمون إلى تصنيفات تتناسب مع وسيلة الإعلام المقصودة...[3]

4. 1. 5 وحدة الفقرة: وتعني الفقرات التي تتضمن تصوير أو وصف للموضوع المبحوث، في مضمون إعلامي معين، أو في تراث معين. مثال عدد الفقرات التي تتحدث عن الثورة الجزائرية في المقرر الدراسي في المرحلة الثانوية.[4]

---

[1] م. س، ص.261

[2] مصباح، عامر. منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. مرجع سبق ذكره. ص.101

[3] م. ن، ص.101

[4] م. ن، ص. 101

4. 1. 6 وحدة مفردة النشر: وهي النوع الإعلامي الذي يختاره منتج المادة المدروسة في توصيل هذه الأخيرة إلى الجمهور المستهدف، مثل: كتاب، قصة، فلم، مقال، تحقيق، خبر، إعلان، صورة، برنامج إذاعي، برنامج تلفزيوني، مسلسل، مسرحية، نشرة أخبار...إلخ.[1]

4. 1. 7 وحدة السياق: هي تلك الوحدات اللغوية (جملة، فقرة، نص كامل)، التي يعود إليها الباحث في بحثه عن المعاني الخاصة بالجوانب محل التحليل في المادة المدروسة. وهي الوحدة اللغوية الأكبر من وحدة التسجيل، لأنها الحاوية لمعناها المبحوث.[2]

4. 1. 8 وحدة العدّ: هي وحدة التحليل الأساسية، التي يستخدمها الباحث في القياس الكمي لحجم المادة المدروسة في شكلها المادي الذي ظهرت فيه. أي قياس الوحدات المادية...[3]

4. 1. 9 وحدة التسجيل: إنّ وحدة التسجيل تختلف عن وحدة العد، كونها تعتمد على عنصر المعنى في ترميز المدلولات المستهدفة في التحليل و المُشكلة لأغراضه النهائية. هذه المدلولات (المعاني) التي يمكن أن نعثر عليها في كلمة واحدة أو في مجموعة كلمات جملة، فقرة، نص أو علاقة محددة بين كلمات...[4]

---

[1] بن مرسلي، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. مرجع سبق ذكره. ص.263

[2] م. ن، ص.264

[3] م. ن، ص.264

[4] م. ن، ص.265

4. 2 فئات التحليل:

يُقصد بها: « مجموعة من التصنيفات التي يقوم بإعدادها الباحث وفقا لنوعية المادة الاتصالية ومحتواها وهدف البحث، والإطار النظري، فيقوم الباحث بإجراء هذا التصنيف لمحاور وموضوعات المادة الاتصالية الرئيسية...»[1]، ويصنف الباحثون فئات التحليل إلى:

4. 2. 1 فئة الموضوع (ماذا قيل؟): تتعلق هذه الفئة بمضمون الخطاب الإعلامي أو الأدبي أو التاريخي أو أي خطاب آخر... ويكون تركيز الباحث في هذه الفئة على الأفكار والمعاني والقضايا والمواقف، وكذلك السياسات والبرامج والخطط والاستراتيجيات والقيم والاعتقادات والإيديولوجيات. [2]

وتشمل فئة الموضوع – حسب الأستاذ "**عبد الغفار رشاد القُصيبي**"– فئات فرعية هي: فئة الغايات والوسائل، فئة الاتجاه وكثافة الاتجاه، وفئة الشخصيات.

4. 2. 2 فئة الشكل (كيف قيل؟): الذي يشمل مجموعة من العناصر ذات العلاقة بالوسائل، والحجم، وعدد الأسطر، أو الحجم الزمني للبث، وكذلك وقت البث، أو حتى وقت النشر للكتب أو المذكرات أو ما إلى ذلك، وكذلك بالنسبة إلى الصحف، رقم الصفحة وأهميتها الإعلامية، وكذلك حجم عنوان المقال أو المادة الإعلامية...[3]

---

[1] مصباح، عامر. منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. مرجع سبق ذكره. ص.103

[2] م. ن، ص.103

[3] م. ن، ص.105

وتضم فئة الشكل– حسب الأستاذ "**جبارة عطية جبارة**"– فئات فرعية هي: شكل المادة الاتصالية، وهل تعبر عن رأي أو تعليق عن تفضيلات ووجهات نظر، أم أنها تعبر عن حقائق ووقائع، سواء كانت مؤكدة أو تقديرية، طبيعة اللغة المستخدمة، ترتيب المادة الاتصالية.

يُعدّ تحديد مجتمع البحث خطوة من خطوات تحليل المضمون، بإعطائه تعريفا إجرائيا وتحديد الفترة التي ستغطيها الدراسة، وفي تناولنا لموضوع "**دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" – **جريدة الشروق اليومي نموذجا** – تظهر صحيفة "**الشروق اليومي**" كمجتمع بحث في دراستنا ومعالجة موضوع "**التعديل الدستوري الجزائري 2008م**" كعينة بحث، وتمتد الفترة من قبل إلى بعد المصادقة على التعديل.

وتعتبر عينة البحث من خطوات تحليل المضمون، وذلك باختيار العينة المناسبة من المجتمع الذي نخصه بالبحث وهي عينة قصدية، « إذ يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.»[1]، وقد تمّ اختيار ثمانية عشر (18) مقالا كعينة للبحث.

[1] بن مرسلي، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. مرجع سبق ذكره. ص.197

5. أسباب اختيار البحث:

لكل بحث أيا كان مجاله أسباب ودوافع، فمن الأسباب الموضوعية التي تم من خلالها اختيار موضوع " **دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" القفزة النوعية التي يشهدها مجال الصحافة في الجزائر بخاصة الصحافة المكتوبة التي أصبحت تضاهي كبريات الصحف العالمية من حيث السحب وعلاقة هذا الإقبال الجماهيري على هذه الوسيلة الإعلامية بتكوين الرأي العام في الجزائر من خلال الأساليب الاقناعية للصحفي من جهة وتموقع المقالات في مختلف صفحات الجريدة وأثر ذلك على القراء من جهة أخرى. يكتسي موضوع " **دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" أهمية بالغة كونه يقف على أداء الوسيلة الإعلامية أثناء الأحداث السياسية المهمة كمشروع التعديل الدستوري2008م" بالجزائر وتأثير ذلك على الرأي العام.

6. أهداف البحث:

نحاول من خلال دراستنا لموضوع "**دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" إبراز مكانة الصحف اليومية ضمن المشهد الإعلامي الجزائري من خلال جريدة "**الشروق اليومي**" أنموذجا، وكذا الأساليب الاقناعية التي تتبعها هذه الصحيفة ومحاولة فك شفرة اتجاهها السياسي من خلال موقفها تجاه مشروع "التعديل الدستوري الجزائري 2008م" وأثره في تكوين رأي عام لدى قراء الجريدة.

7. الدراسات السابقة:

من بين الدراسات التي عثرنا عليها والتي تمد بالصلة لموضوع دراستنا ولو بنسب متفاوتة دراسة "**سارج تشاكوتين**" والذي تطرّق لأهم المكنزمات التي تستعملها الدعاية في ألمانيا للتأثير على "الرأي العام" بواسطة وسائل الإعلام، حيث طرحت في تلك الفترة عدة أسئلة : "كيف يمكن إضعاف الجماهير بواسطة وسائل الإعلام؟" و"كيف يتم تحويل المجموعة إلى آلات حية؟" حيث توصلت هذه الدراسة إلى فكرة "جمهرة الرأي والمذهب".

أما الدراسة الثانية فهي للباحث "**هارولد لازويل**" سنة 1948م ونموذجه الخماسي (من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟)، ثم تلتها دراسات "**لزارفيلد**" الذي طرح تساؤل: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ والدراسة التي قام بها كل من "**لزرفيلد**"، "**جوديث**" و"**برلسون**" حول الحملة الانتخابية سنة 1940م.

8. تحديد المفاهيم:

بعد اطّلاعنا على الدراسات السابقة، تمكننا من تحديد المفاهيم التي تدخل في سياق بحثنا.

8. 1 مفهوم الصحافة المكتوبة:

لقد اتّخذ مفهوم "**الصحافة المكتوبة**" أبعادا واسعة مع تطور الممارسة الصحفية، حيث تعدّدت المفاهيم وأصبح من غير الممكن اتفاق الباحثين على مفهوم واحد لها، وفي هذا المجال يمكن إدراج التعريفات التالية:

- يُعرّف قاموس "**أكسفورد**" كلمة صحافة بمعنى«Press» وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات وهي تسمى أيضا «Journal» ويُقصد بها الصحيفة والصحافة «Journalisme» ومعنى الصحفي «Journaliste » فكلمة الصحافة تشمل الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه.[1]
- وفي قاموس "**المحيط**" "**للفيروز أبادي**" يُقصد بالصحيفة الكتاب، وجمعها صحائف.
- وفي "**المصباح المنير**" "**لأحمد بن علي المقري الفيومي**" تعني الصحيفة قطع جلد أو قرطاس كتب فنية.

[1] الطويل، يوسف. إشكالية العلوم الاجتماعية. بيروت: دار التسوير للطباعة والنشر، 1984. ص.13

- والصحيفة في المعجم "**الوسيط**" تعني مجموعة من الصفحات تصدر يوميا في مواعيد منتظمة، والصحفي من يُفضّل أخذ العلم من الصحيفة لا من الأستاذ و هي المهنة أي الصحافة التي يتعاطاها كل الذين يساهمون في تحرير الصحيفة.

- ويُعرّف "**إسماعيل إبراهيم**" الصحافة بأنها« كل الأنشطة المتعلقة بممارسة مهنة جمع وتتبع المعلومات والأفكار والآراء وهي المرآة العاكسة لكل ما يدور في المجتمع وما يعتمل فيه من وقائع وأحداث ما ظهر منها أو ما بقي في أدراج الكواليس.»[1]

يختلف تعريف الصحافة باختلاف الإيديولوجيات التي تتبناها المؤسسة الإعلامية، وكذا النظام السياسي القائم في المجتمعات؛ فالجانب الفلسفي، السياسي، الاقتصادي والاجتماعي كلها متغيرات تُحدّد مسار الممارسة الصحفية.

[1] إبراهيم، إسماعيل. فن التحرير الصحفي بين التحرير والتطبيق. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998. ص.5

8. 2 الصحافة المكتوبة في التعريف الإجرائي:

هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية محلية كانت أو عالمية، وهي مهنة إعلامية تهتم بنقل الأخبار والحقائق والمعلومات.

تُعدّ "**الصحافة المكتوبة**" من أهم الوسائل والوسائط التي تنقل للمواطن الأحداث التي تجري في محيطه القريب والبعيد أي خاصية "الجوارية" والعالمية، لكن ما يحدث كل يوم أكثر من أن تحتويه جريدة لذا لا يسرد في الصحف إلاّ ما يُشكّل حدثا.

تُعرف "**الصحافة المكتوبة**" بكُنية "**السلطة الرابعة**" لما لها من تأثير في تشكيل "**الرأي العام**"، غير أنه مع ظهور وسائل إعلامية حديثة برزت بعض النقاشات حول مكانة هذه الصحافة المكتوبة في المشهد الإعلامي عامة، ومدى قدرتها على فرض وجودها ضمن الوسائل الحديثة الأخرى.

مقدمة.

إن الانفجار التكنولوجي والرقمي الذي يعرفه حقل التكنولوجيات الحديثة لعلوم الإعلام والاتصال، وتغلغل هذه الوسائل في حياة أفراد المجتمع نجم عنه عدة ممارسات وطقوس أصبحت ضمن الرصيد الثقافي المشترك لدى الشعوب، هذا ما أدى إلى اهتمام الباحثين والمفكرين بالمجالات المتعلقة بالتكنولوجيات الرقمية بما فيها علوم الإعلام والاتصال التي صارت علما قائما بذاته ذو تشعبات وتخصصات كونه علم متحاقل يشمل عدة تخصصات، ذلك ما جعله محطّ أبحاث العديد من المفكرين من مختلف المشارب الأكاديمية.

إن التدفق الهائل والسريع للمعلومة عبر وسائل الإعلام جعل من الفرد عنصرا استهلاكيا تتنافس عليه وسائل الإعلام المختلفة من صحافة مكتوبة، تلفزيون، مرورا بالراديو والانترنت. وهذا التنافس له عدة أبعاد من أبرزها الخلفية السياسية للمضامين الإعلامية بنشر رسائل إيديولوجية تؤثر على الفرد من حيث تقبله أو رفضه لسياسة معينة باعتماد "نظريات الإعلام" المعروفة لدى الباحثين.

وانطلاقا ممّا ذكرناه، تعرضنا في دراستنا إلى "**دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" محاولين التعامل مع الوسيلة الإعلامية المكتوبة على أنها مؤسسة ذات طابع اقتصادي وسياسي وإيديولوجي.

لقد تحوّلت وسائل الإعلام إلى وسائل ضغط وأسلحة إستراتيجية بيد مجموعات لها نفوذ سياسي واقتصادي، وتختلف درجة تغلغل هذه الطبقة حسب طبيعة النظام السياسي للدول، وأمام انتشار المنابر الإعلامية واختلاف حواملها أصبح من الضروري معرفة ودراسة محتوى الرسائل الإعلامية من قبل الأفراد كباحثين في مجال الإعلام والاتصال أو كمستهلكين لهذه الوسائل الإعلامية.

تعدّ الصحافة المكتوبة الجزائرية بشكلها التعددي حديثة النشأة لكنها أصبحت من ضمن وسائل الإعلام الأكثر استهلاكا في الجزائر من خلال حجم المبيعات ورواجها، هذا ما جعلها من ضمن الوسائل التي تتحكم في "**تكوين الرأي العام في الجزائر**" باستعمال قدراتها الإقناعية على الجمهور المتلقي، فعملية تبلور"**الرأي العام**" تمر بعدة مراحل تستوجب العديد من المتغيرات التي تحدد طبيعة واتجاه ومنحى "**الرأي العام**".

لقد تطرقنا إلى موضوع "**دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر**" – **جريدة** "**الشروق اليومي**" **نموذجا** – من خلال خطة منهجية اقتضت تقسيمه إلى جانبين أولهما نظري وثانيهما تطبيقي.

يضم الجانب النظري من المذكرة:

* إجراءات البحث حيث نعرض الإشكالية المتمثلة في: **ما هي الأساليب الصحفية المنتهجة من طرف جريدة "الشروق اليومي" في تكوين الرأي العام الجزائري إزاء التعديل الدستوري 2008 م؟**

وما يترتب عنها من أسئلة، فرضيات، مفاهيم مرتبطة بها وكذا المنهج المتبع وأدواته ذاكرين الأسباب التي جعلتنا نختار الموضوع والأهداف منه، إضافة إلى بعض الدراسات السابقة.

* الفصل الأول بعنوان الاتصال السياسي وبحوث وسائل الإعلام وعلاقتهما بالثقافة الجماهيرية، ويشمل هذا الفصل مبحثين: المبحث الأول بعنوان الاتصال السياسي وبحوث وسائل الإعلام؛ واعتبرناه تمهيدا نحاول من خلاله الربط بين بحوث وسائل الإعلام وأسسه النظرية مع الخلفية السياسية المؤثرة فيه. والمبحث الثاني بعنوان الثقافة الجماهيرية، مكملا للمبحث الأول أين تطرّقنا إلى مدلول الثقافة الجماهيرية ومضامينها، إضافة إلى المؤسسات الناشطة فيها.

* الفصل الثاني تحت عنوان نشأة الصحافة المكتوبة ووجودها بالجزائر، ويضم مبحثين: المبحث الأول نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها؛ حيث تضمّن هذا المبحث نبذة عن الصحافة المكتوبة بصفة عامة، وفي الجزائر بصفة خاصة ابتداء من نشأتها مرورا بمراحل تطورها وصولا إلى وقتنا الحالي. أما المبحث الثاني، فيحمل عنوان قانون الإعلام الجزائري والدراسة الإحصائية لمؤسسة "إمار ماغريب"، لنذكر فيه قانون الإعلام

الصادر سنة 1990م وأخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية ليَظهر لنا من خلاله بعض التشريعات التي عرفها المشهد الإعلامي بالجزائر، إضافة إلى الدراسة الإحصائية التي مسّت وسائل الإعلام الجزائرية ومدى تغلغلها وانعكاسات ذلك على الممارسة الصحفية.

* الفصل الثالث المعنون بالرأي العام والأساليب الإقناعية الصحفية، يضم مبحثين، أولهما: الرأي العام؛ هذا المصطلح الذي كان له العديد من التعريفات وظهرت خلاله الكثير من الاتجاهات. وثاني المبحثين تحت عنوان الأساليب الإقناعية الصحفية؛ الذي ركّزنا خلاله على مفهوم الإقناع وما يستخدم فيه من أساليب واستمالات متنوعة بغية التأثير على الجمهور المتلقي من قبل رجال الصحافة. كان هذا محتوى الجانب النظري.

يضم الجانب التطبيقي من المذكرة:

* الفصل الرابع بعنوان دراسة تحليلية للمقالات، وهو أطول الفصول، يحتوي مبحثين الأول بعنوان: دراسة تحليلية كمية للمقالات، والثاني بعنوان: دراسة تحليلية كيفية للمقالات. تمّ تخصيص الفصل الرابع بمبحثيه لتحليل مضمون المادة الإعلامية والمقدرة بثمانية عشر مقالا (18) موزّعة على فترتين قبل وبعد التعديل الدستوري الجزائري 2008م، باعتماد مقاييس التحليل الكمي وتفريغ النتائج المتوصل إليها في شكل جداول وتحليلها، ومقاييس التحليل الكيفي باعتماد فئات تحليل المحتوى على مستوى الفئات التي تتمثل في فئتي: ماذا قيل؟ و كيف قيل؟

الفـــصل الأول:

الإتصـــال السياسي وبحوث وسائل الإعلام وعلاقتهما بالثقـــافة الجمـــاهيرية.

المبحث الأول:

الإتصال السياسي وبحوث وسائل الإعلام.

1. الاتصال السياسي:

أصبحت الممارسة السياسية حاليا تعتمد أساسا على "**العملية الاتصالية**" فعلاقة السياسة بالاتصال علاقة جوهرية لا يمكن الفصل بينهما، فالنظامان كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، والسؤال الذي يُطرح في هذا الصدد: مَن أكثر تأثيرا على الآخر، السياسة أم الاتصال؟ والمُلاحظ أنه ليس بالأمر الهيّن معرفة الطرف الأكثر تأثيرا في الآخر إلاّ أنه يوجد بعض المتغيرات التي قد تساعدنا في حل هذه المعادلة وهي الديمقراطية وحرية الإعلام والاتصال في الدول التي تتبع هذا الفكر أو هذا المنهج نجد أنّ الاتصال أصبح الوتر الحساس في اللعبة السياسية أي ليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل بدون مساعدة وسائل الاتصال التي أصبحت بدورها الأرضية التي تنقل سياسات صنّاع القرارات إلى الشعوب فأصبح الرجل السياسي في الدول المتقدمة رجل اتصال بامتياز إذ صار يهتم بصورته، بهيئته، بهندامه وبحركات اليد، لأنّ وسائل الاتصال وتواجدها في كل مكان (عدسات الكاميرات) أعطت صيغة "النجومية" لهذا الرجل السياسي وأصبح الاهتمام يخص حتى حياته الخاصة والتي كانت في الماضي القريب خطا أحمرا لا يمكن تجاوزه، فالاهتمام بالشكل أصبح ينافس الاهتمام بالمضمون الإيديولوجي والفكري لهذا الرجل السياسي في "الدول الديمقراطية" في حين أنّ الرجل السياسي في الدول المتخلفة مازال تعامله مع الوسيلة الاتصالية كتعامل الأب مع ابنه أي مازال يتحكم بهذه الوسيلة بالقوانين

والخطوط الحمراء وتوجيه هذه الوسيلة لأهدافه ومصالحه واحتكارها احتكارا مفرطا، فتوجّه السياسات الاتصالية كلها إلى دعم سلطة النظام القائم وتوجهاته في المجالات المختلفة وخدمة مصالحه الحقيقية على النحو الذي يخدم تماسك النظام وديمومته، مما نجم عنه صبغة مضمون الاتصال في معظم أشكاله في بعض الأقطار بالصبغة الدعائية المباشرة لمصالح النظام وأهدافه وتغرس الولاء له في عقول الجماهير.[1]

هناك الكثير من الأحداث التي تؤكد قوة العلاقة والصلة بين الاتصال والسياسة وهذا عبر التاريخ المعاصر، ويبقى خروج أمريكا من فيتنام وخروج الرئيس "**نيكسون**" من البيت الأبيض، إثر فضيحة "**ووترغيت**" التي فجّرتها أوائل السبعينات صحيفة "**الواشنطن بوست**" وكذا التناول الإعلامي الغربي للرئيس الروماني "**تشاوسسكو**" الذي تحوّل من البطل الذي صمد أمام وجه الاتحاد السوفيتي إلى دكتاتور يرعى الفساد والمُفسدين ونفس المثال ينطبق على الرئيس العراقي "**صدام حسين**"، فهذه النماذج دليل على قوة تأثير الاتصال على السياسة.

[1] جعفر، كمال الدين، راسم، محمد جمال. الاتصال والإعلام في الوطن العربي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991. ص. ص.52، 53

2. التوجيه والتحكم في مجال الاتصال السياسي:

إنّ "**التحكم**" وحسب بعض الباحثين في مجال الاتصال هو "**نتيجة**" و"**التوجيه**" "**مقدمة له**" ومنه لا يمكننا الفصل بين التوجيه والتحكم في مجال الاتصال السياسي بخاصة، وهذا لطبيعة العلاقة "التلازمية" بينهما، في حين يمكن لنا التقرّب وفحص هذه العلاقة من خلال ثلاثة مداخل مهمة هي:

مظاهر التوجيه والتحكم، أدوات التوجيه، معابر التوجيه والتحكم.

1.2 مظاهر التوجيه والتحكم:

هناك عدّة نماذج يمكن إبرازها لتوضيح فكرة "**التوجيه والتحكم**" ومن أبرز هذه النماذج هو التناول الإعلامي والتغطية الإعلامية للأحداث بشكل متشابه من طرف وسائل الإعلام وهذا على الرغم من اختلاف مشاربها وتوجهاتها الإيديولوجية وهذا ما حدث بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 في تناول الصحافة الأمريكية والغربية لقضية "محاربة الإرهاب" والتي خرجت عن النص وعن قالبها الحقيقي ليصبح العداء لكل ما هو مسلم أو عربي شيئا نمطيا "Systématique" لدى الإعلام الغربي عامة؛ فالتوافق في الرؤى يؤكّد بقوة وجود "بعد فكري" مشترك يحكم توجهات القائمين بالاتصال من خلال وسائل الاتصال، غير أنّ هذا التحكم لا يقتصر طبعا على الإعلام الغربي الذي نعتبره كإعلام "ديمقراطي" بل يتعداه إلى الإعلام العربي

أو الإعلام في الدول المتخلفة التي تتعدّد فيها المظاهر التي يتجلى فيها تأثير "**التوجيه والتحكم**".

2.2 أدوات التوجيه والتحكم:

الاتصال هو المصب الذي يتحكم في النظام السياسي حسب وصف "**توربرت وينرNORBERT Wiener**" والذي يُعتبر أب "السبرنية Cybernétique" التي تربط العلوم المختلفة بعضها ببعض داخل إطار نظرية "**التحكم**" لذلك يؤكّد أنّ الاتصال والتحكم معنيان مترادفان، ففي كل وقت نقوم فيه بالاتصال نقوم فيه كذلك بالتحكم.

ونذكر من أهم أدوات التوجيه والتحكم:

1.2.2 القائمون بالاتصال:

هم أصحاب القرار الأخير في تحديد المعلومات واختيار الأخبار التي يرغبون في توصيلها إلى الجمهور، وفي حذف أو غض الطرف عن الأخبار التي لا يرغبون في توصيلها، هذا حسب إستراتيجيتهم الاتصالية وقناعتهم الإيديولوجية والإملاءات التي تلقوها من جهات ضاغطة أو من جهات لها مصالح في نشر أو عدم نشر خبر ما وكذا تضخيم أو تقزيم الأخبار ويتم ذلك باستعمال مقاربة ترتيب الأولويات أو غيرها من المقاربات.

2.2.2 حراس البوابة:

هم القائمون على أمر المؤسسة الاتصالية أو الإعلامية على مستوى رئيس أو مدير التحرير، والمسؤولين بصفة عامة على شؤون الوسيلة الإعلامية من حيث المعالجة والتناول الإعلامي وكيفية التعاطي مع المواضيع ويمتلكون الهرم الأعلى في سلطة الوسيلة الاتصالية ويمكن أن يعبّروا عن سياسة الوسيلة الإعلامية عن طريق مقالات بالنسبة للصحافة المكتوبة.

3.2.2 المعايير الانتقائية:

يرتبط تحديد المعايير بالدرجة الأولى بعدد من المؤثرات السياسية والثقافية مثلا "ثقافة الخبر"، "حرية الصحافة"، "مصداقية المصدر"و "سيطرة الدولة على الإعلام"، وقد أَوْلى كثير من الباحثين في مجال الاتصال اهتماما كبيرا بمسألة المؤثرات الثقافية على العملية الاتصالية، لأنّ "حارس البوابة" أو "القائم بالاتصال" ما هو إلاّ مثال حي لتراكمات ثقافية باعتباره إنسانا "مثقفا" فنظرته للواقع ونظرته للقضايا السياسية والاجتماعية تجدها مترجمة في الواقع بالوسائل الاتصالية كالصحف ومنه فإنّ المعيار الثقافي يعتبره العديد من الباحثين المعيار الأساسي في العملية الاتصالية.

3. مفهوم الاتصال إعلاميا:

وفقا لتشعب مصطلح "**الاتصال**" وتعدّد تعريفاته، بسبب تداخله مع مجالات عدّة وبسبب استخدامه لأدوات مختلفة، يتعيّن علينا تحديد المجال والأدوات التي تستخدم فيه، فإذا تعاملنا مع مصطلح "**الاتصال**" من خلال العملية الإعلامية أي أنّ "**الإعلام**" هو النتيجة التي لا تتحقق إلاّ بوجود "**الاتصال**" غير أنّ اللُّبس بقي يحوم حول هذين المفهومين وذلك ببروز بعض الباحثين الذين أقروا أنّ "**الاتصال**" كلمة مرادفة لكلمة "**الإعلام**" وأنّ الحق في الإعلام مرادف للحق في الاتصال[1]، في حين حاول آخرون التمييز بين المفهومين انطلاقا من أنّ "**الاتصال Communication**" أكثر شمولا من الإعلام وأنّ الإعلام كونه شكل من أشكال الاتصال الجماهيري، وكثيرا ما توصف "وسائل الإعلام" بأنها « سلطة ثنائية الأبعاد تختص: بتقديم المعلومات للناس لتزويدهم بقاعدة للمعلومات أو إضافة المزيد عليها، وهي أيضا سلطة للإقناع وتشكيل الاتجاهات وتغييرها.» [2]

فالعملية الإعلامية تشير إلى إعطاء وبث المعلومات إلى آخرين، أو بمعنى آخر "ينطوي الإعلام على فكرة الإخراج في سبيل الإطلاع.[3]

---

[1] العطيفي، جمال. "**الحق في الإعلام وعلاقته بالتخطيط الإعلامي على المدى البعيد**"، المستقبل العربي، ع.17، السنة 3، تموز 1970. ص.177.

[2] جعفر عباس، كمال الدين. الاتصال السياسي في البعد الفكري. بيروت: المكتب الإسلامي، 2004. ص.38.

[3] م. ن، ص.39.

أما الاتصال بواسطة وسائل الإعلام الجماهيري فيُنظر إليه على أنه عملية «بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيها بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية»[1]، رغم تداخل وتباين التعريفات نجد أنّ الجميع يتّفق على أنّ "الاتصال يفترض بطبيعة التبادل والمشاركة" الأمر الذي قد لا يتوفر دائما في الإعلام وخاصة في الإعلام الجزائري أو إعلام الدول المتخلفة عامة، وهذا لعدّة اعتبارات تقنية وكذا فكرية في حين أنّ الدول المتقدمة في هذا المجال أَوْجدت الآليات لتحقيق "التبادل والمشاركة"، وذلك بفتح ودَمَقرطة وسائل الإعلام للجمهور وكذا استعمال أحدث التقنيات التكنولوجية التي تساعدهم في إنجاز هذا الهدف وهذه الوظيفة كالانترنيت، الهاتف، الرسائل القصيرة، في حين أنّ الدول المتخلفة ما تزال في بدايتها وبعضها لم يستطع التخلص من الرؤية الأحادية للإعلام.

4. التطور التقني في الاتصال:

إنّ المعرفة العلمية تخضع لقوانين وضعية وهذا ما يفسر التطور الكرونولوجي للتقنية عبر العصور، وحتى تطور تقنيات الاتصال تخضع لنفس هذا المنطق وهذا ما جعلها أرضية خصبة لما نراه حاليا من تطور هائل للتقنيات، غير أنّ البداية الحقيقية للتقنية في الاتصال جاءت مع ظهور "اللغة Le langage" أو اللسان، والذي

[1] جعفر عباس، كمال الدين. الاتصال السياسي في البعد الفكري. مرجع سبق ذكره. ص.39

كان في بدايته شفويا، ولم يتسن له أن يصبح مكتوبا إلاّ بعد مرور حوالي عشر (10) قرون من الزمن فالانتقال من الشفوي إلى الكتابي لم يكن بالأمر السهل إذ كانت الكتابة شفوية قبل أن يستعمل الإنسان "اليد" كوسيلة مساعدة في تجسيد ما هو منطوق، تلك القفزة حتّمت على الإنسان استعمال وسائل جديدة تتطلبها الكتابة كالألواح، الأوراق، وذلك ما جعل الكتابة وسيلة اتصالية وعبر العصور حكرا على الطبقة الأرستقراطية.

إنّ ابتكار الكتاب الورقي لم يظهر إلاّ بعد مرور فترة من الزمن لتظهر بعد ذلك آلة الطباعة من طرف "**غوتنبرغ**"، وإنّ انتشار الكتب باستعمال الطباعة حفّز من ظهور قراء جدد أي الطبقة الأرستقراطية التي تحمّست للكتب المعرفية وساعدت النهضة الأوروبية في انتشار الكتب حتى دمقرطتها.

عرفت تقنيات الاتصال تنوعا فمن ما هو مقروء إلى ما هو مسموع مثل الهاتف والراديو إلى ما هو مرئي كظهور التلفزيون والسينما. ليصبح بعد ذلك سمعيا بصريا إضافة إلى بروز "الانترنت" أو كما تسمى بالشبكة العنكبوتية التي تعتبر تقنية الألفية الثالثة لما تتميز به عن باقي الوسائل الكلاسيكية الأخرى، ومن أهم الصفات التي تتسم بها عن باقي الوسائل الأخرى هي "القيمة التواصلية Interactivité" و"الحرية" وهذا الجانب تطرّق له العديد من المفكرين المعاصرين حاليا.[1]

[1] SFEZ, Lucien. Dictionnaire critique de la Communication, Paris : P.U.F, T. 1, 1993. p.9

5. بحوث وسائل الاتصال الجماهيرية:

1.5 "هارولد لاسوال" وتأثيرات الدعاية:

بدأت البحوث في مجال بحوث وسائل الاتصال الجماهيري مع المفكر "**هارولد لاسوال**" من خلال كتابه المشهور "**تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية**" والذي وصفها بالحرب "الشاملة" وقد أكّدت دراسته على الدور الذي قامت به وسائل الإعلام في هذه الحرب وكذا المكانة الإستراتيجية وذلك بـــ "إدارة الرأي العام من طرف الحكومات" سواء التابعة للدول الحليفة أو التابعة لدول المحور، وقد عرفت هذه الفترة قفزة كبيرة من حيث وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون، الإذاعة والسينما.

ويرى "**لاسوال**" أنّ "الدعاية تتناغم مع الديمقراطية" وأنها أكثر اقتصادية من العنف التقليدي، فاعتبر الدعاية أداة بسيطة ولكن نتائجها كبيرة في خدمة أهداف مستعملها وقد كُرّست هذه الرؤية باستخدام وسائل الإعلام في تكوين ما سماه "**لاسوال**" "الحس الشعبي" فالوسيلة الإعلامية تعمل عمل "الإبرة المخدرة"[1]، وهذه النظرية تناغمت مع النظرية النفسية السائدة آنذاك: "**علم النفس المشهود للوبون**"، "**التوهج السلوكي لجون .ب. واتسون**" وكذا الروسي "**بافلوف**" حول المشترط العكسي.

[1] ارمان، ماتلار ميشال؛ تر. العياضي، نصر الدين، الصادق، رابح. تاريخ نظريات الاتصال. ط.3. بيـــروت: المنظمة العربية للترجمة، 2005. ص.48

ومع اقتراب الحرب العالمية الثانية ظهر كتاب "**الدعاية السياسية واغتصاب الجماهير**" للروسي "**تشاخوتين**" والذي يمثل الوضع السائد في ذلك العصر.

أَوْلى "**لاسوال**" المُحاضر بجامعة "شيكاغو" المتخصص بالعلوم السياسية اهتماما مركزيا حول دراسات "الدعاية" و"الرأي العام" و"الانتخابات" وقد تلخصت دراسته الثانية ــ والتي حملت عنوان "**علم النفس المرضي والسياسة**" عام 1920 ــ في تحليل السير الذاتية للقادة والثوريين، كما أنشأ "**لاسوال**" مختبرا كبيرا في الثلاثينات لدراسة الدعاية السياسية في زمن الرئيس "**روزفلت**" الذي أتى بسياسة جديدة سُميت "New Deal"، فقام "**هارولد لاسوال**" بالتعبئة الشعبية لدعم برامج دولة الرفاه "Walfor State" وقد تزامن ذلك مع ظهور تقنيات سبر آراء الجمهور، وكذا ظهور دراسات "**غالوب GALLOP**"، "روبر **ROPER**" و"كروسلي **CROSSLEY**"، حول استطلاعات ما قبل الانتخابات والتي نجحت بفوز "**روزفلت**" سنة 1936. هذا ما أدى إلى تنامي دراسة الرأي العام وقوته ودفع "الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام American Association of Public Opinion Research" سنة 1937 إلى إنشاء أول مجلة جامعية تهتم بالاتصال الجماهيري تحت عنوان " The public Opinion Quarterly".

2.5 وسائل الإعلام في ظل السوسيولوجيا الوظيفية:

توصّل "**لاسوال**" سنة 1948 إلى إعطاء إطار مفاهيمي للسوسيولوجيا الوظيفية لوسائل الإعلام بعدما كانت تقتصر على مجموعة من دراسات الحالة، ومن خلال دراسة "**لاسوال**" استخرجت الفروع التالية: "تحليل التحكم والرقابة"، "تحليل المحتوى"، "تحليل وسائل الإعلام أو الحوامل"، "دراسة الجمهور" و"دراسة التأثيرات"، وقد خضعت مسألة تأثيرات وسائل الإعلام في المتلقين، والتقييم المستمر لسلوكياتهم بهدف التعرّف إلى التغييرات الحاصلة في مستوياتهم المعرفية وعواطفهم ومواقفهم وآرائهم وأفعالهم، لمعايير دقيقة سواء تعلق الأمر بحملة نوعية حكومية، أم بحملة إعلانية أم بحملة علاقات عامة لإحدى المؤسسات.[1]

يرى "**لاسوال**" أن عملية الاتصال ترمي إلى تحقيق ثلاث وظائف رئيسية:

أ- مراقبة المحيط، ب- ربط مجموع الأجزاء المشكلة لمجتمع ما لإنتاج استجابة اتجاه المحيط، ج- نقل التراث الاجتماعي.

وقد أضاف السوسيولوجيان: "**بول.ف لازرفيلد**" و"**روبيرت.ك ميرتون**" إلى هذه الوظائف الثلاث، وظيفة رابعة تتمثل في الترفيه وقاما بإدماج عناصر أخرى في النموذج التأويلي.

[1] ارمان، ماتلار ميشال؛ تر. العياضي، نصر الدين، الصادق، مرجع سبق ذكره، ص.51

3.5 المنهجية الأمبريقية "للازرفيلد":

غلب على هذا المنهج الاستطلاعات المتكررة على عينة واحدة من الأفراد لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام فهو يتباين مع الدراسة السابقة التي أجراها في النمسا عندما كان قريبا من الفكر الاشتراكي.

والدراسة التي قام بها على قرية نمساوية "مريتنهال Marienthal" حيث درس المسارات الحياتية لأفراد هذه القرية مستعينا بالملاحظة بالمشاركة[1]، ليبتعد "**لازرفيلد**" في منفاه الأمريكي عن تقاليد الالتزام الاجتماعي التي كرستها "**مدرسة** شيكاغو".

إنّ تطور فكر "**لازرفيلد**" ابتداء من عام 1935 يعكس تحوّلات جذرية في حقل العلوم الاجتماعية في الو.م.أ وكذا ظهور تيارات جديدة مناهضة كسيطرة "مدرسة شيكاغو" وبزوغ المفكر "**تالكوت برسن TALCOTT Persons**" مؤلّف كتاب"**بنية الفعل الاجتماعي**" عام 1937 ومدرسة ممثلة من طرف "**لازرفيلد**" و"**ميرتون**".

سوسيولوجيا العمل التي بناها "**برسونز**" أنّ العلوم الاجتماعية تتسم بطابعها البنيوي الوظيفي وهذا ما أكّده المفكر الفرنسي "**فرنسوا بوريكو François BOURRICAUD**" بـــ« أن تتجاوز قصور العلوم الاجتماعية ضمن كلية شمولية

[1] Bourricaud, F. «Introduction» dans Talcott Parsons, Eléments pour une sociologie de l'action, introduction et traduction de F. Bourricaud. Paris: Plon, 1955. P.57

بترابطاتها التبادلية هذه الكلية التي يجب أن لا تكون تجميعا لأبعاد مختلفة متنوعة، بل كنسق من العلاقات التي تُحدّد بنية التفاعلات الاجتماعية.»[1]

4.5 سوسيولوجيا الحشود أو الجماهير:

ظهرت هذه الدراسة مع بزوغ دراسات ومناقشات حول مفهوم "**الرأي العام**" وقد تجلى المحتوى المعرفي لهذا المفهوم عند السوسيولوجي الإيطالي "**سبيو سيغل Scipio SIGHELE**"[2]، وعند الطبيب الفرنسي في الأمراض النفسية "**غوستاف لوبون Gustave LEBON**" وقد أقرّ كل منهما على إمكانية التحكم التوجيهي التضليلي في المجتمع، وقد أظهرت بحوث "**سيغل**" حول سوسيولوجية "الحشود المجرمة" والتي جاءت تحت مفهوم "جرائم الحشود" إذ حاول إبراز رؤية يوضح لنا فيها أن "العنف الجماعي" له من يوجهه بمعنى ضرورة وجود مُوجِهين ومُوجَهين، مُنوِمين ومُنوَمين ومسايرة الفئة التالية للأولى بدون ترو أو مساءلة ويكون ذلك بقدرة "الإيحاء" على حد تعبير "**سيغل**" للفئة الأولى على الثانية. ويجدر الإشارة إلى أنّ المصطلحات الأكثر حضورا في دراسته توحي بتأثره بدراسات المتخصص بأعراض الجنون "**جان مارتن شاركو**" الذي استعمل الإيحاء والهلوسة في دراساته؛ حيث يصف لنا "**سيغل**" الفرد في هذه الحالة بالإنسان الذي يسير ويتكلم أثناء النوم غير أنّ هذه الأطروحة لقيت عدة انتقادات على غرار القاضي "**غابريال تارد**

[1] Lazarfeld, Paul, Jahoda, Marie ; trad. Laroche, Françoise. «Les chonneurs de Marienthal». Paris : Editions de Minuit, 1981.P.58

[2] م. ن، ص.59

Gabriel TARD" مُعتبرا أنّ عصر الحشود قد أصبح ينتمي إلى الماضي وأنّ المجتمع بصدد الدخول إلى "عصر الجمهور" الذي يعتبر إنتاجا لوسائل النقل والنشر ذات التاريخ الطويل، فالفرد بإمكانه الانتماء إلى أكثر من جمهور وهذا على عكس الحشد كما عارض "**سيغموند فرويد**" "سيكولوجيا الحشود" فاعتبر (طغيان الإيحاء) "بالتفسير السحري" ولجأ "**فرويد**" إلى مفهوم "اللبيدو" "إذا كان الفرد المعزول عن الحشد قد تخلى عمّا يميزه بحيث يعرض نفسه للإيحاء من طرف الآخرين، فإنّ ذلك يمثل تعبيرا عن حاجة داخلية لديه تدفعه لأن يكون على توافق معهم، بدل أن يكون على تناقض معهم، وهو ما يمكن اعتباره في المحصلة، تعبيرا عن "حبه لهم".

5.5 مجالات الاتصال واتجاهات البحث:

يرى الكثير من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال أنه ليس هناك حدود واضحة بين بحوث الصحافة وبحوث الاتصال أو بين بحوث الاتصال وبحوث الاتصال الجماهيري[1]، وعلى كل حال فنحن نعالج البحوث الاتصالية من جانبين أساسيين هما "العلمي التخصصي" والجانب الآخر الذي يتمثل ارتباطها الوثيق بالعلوم السياسية كإحدى مكوناتها الأساسية، في حين لا يمكن تجاهل أنّ "الدعاية السياسية واحدة من أشكال الاتصال الجماهيري الأخرى، وقد لخص "**ولبورشرام SCHRAM**" اتجاهات بحوث الاتصال كما يلي:

[1] بدر، أحمد. مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي. القاهرة: دار قبـــاء للطباعـــة والنشـــر والتوزيع، 1998. ص.14

1. الاتجاه إلى الأبحاث السلوكية والكمية.

2. محاولة الوصول إلى نظرية متكاملة لعملية الاتصال، وعمل نماذج واستخدام الأساليب الرياضية.

3. إمكانية تغيير الآراء والاتجاهات عن طريق وسائل الاتصال المتباينة، في حين أنّ الرواد الأوائل في مجال بحوث الاتصال قاموا بدراسات متنوعة سياسية واجتماعية ونفسية، فقد ركّز "**لاسوال**" على الجوانب والخلفيات السياسية، واتبع في تحليله التحليل "الماكروMacrocosmique" في حين ركّز كل من "**لازارفيلد**" و"**هوفلاند**" اهتمامهما على استجابات الأفراد باستعمال الاتجاه "الميكرو Microcosmique" الذي يعتمد أساسا على تجميع المعلومات التفصيلية عن الأفراد للتنبؤ بسلوكهم.

حسب "**لاسويل**" فإنّ التقدم في بحوث "**الاتصال**" و"**الرأي العام**" يعتمد على تطوير مفهوم المسؤولية المهنية في هذا المجال باعتبار أنّ هناك روابط وصلات بين العاملين في مجال "**الرأي العام**" و"**الاتصال**" وبين عمليات تكوين السياسات وتنفيذها سواء كان ذلك في القطاعات الحكومية أو الخاصة.[1]

[1] م. س، ص.16.

6. إشكالية التأثير في بحوث وسائل الإعلام:

أدى التواجد الكلي لوسائل الإعلام، وقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة، ولو أنّ الأمر يختلف من مجتمع لآخر وذلك راجع إلى التباين المحتمل فيما بين أفراد الجمهور، إلاّ أنّ الكثير من الناس أصبحوا منشغلين بوسائل الإعلام، وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها في عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم وحتى النمط المعيشي.

جرت عدّة دراسات يصعب حصرها على امتداد قرابة القرن من الزمن، في مجالات متنوعة تهتم بدراسة قوة وسائل الإعلام، وتأثيرها المفترضين، خاصة التأثير السلبي لوسائل الإعلام.[1]

إنّ الاهتمام بتأثيرات وسائل الإعلام ظهر بصفة عامة نتيجة لأجندة عمومية، بدلا من أجندة أكاديمية، وذلك راجع لتعقد المسألة واحتوائها على عدّة متغيرات.

وتتجلى أشغال الأجندة العمومية من خلال ردود أفعال المؤسسات الاجتماعية على التعامل مع المضامين الإعلامية من طرف المجتمع؛ حيث أظهرت قلقا عبّر عنه أحد الباحثين بقوله: «إنّ الأولياء الجدد هم وسائل الإعلام»، كما أنّ بعضا من الباحثين قلقين بشأن المدة الزمنية التي يقضيها الفرد أمام وسائل الإعلام التي لم تعد حكرا على طبقة معينة في المجتمع وإنما أصبحت متوفرة وسهلة الاقتناء، في حين

[1] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة "موصى لهـا بالنشر"، الجزائر: جامعة الجزائر، 2006، ص.35

أن القلق يكمن في التأثيرات السلبية التي قد تنجم عن هذه الوسائل من حيث الاستعمالات المشبوهة من طرف أصحاب المصالح.

كما ركّزت الحكومات والأحزاب السياسية على وسائل الإعلام كمصدر للتأثير القوي؛ حيث اعتبرتها القنوات الوحيدة للإشهار، من خلال محتواها الافتتاحي الذي يملك القدرة على التأثير في أسعار البورصة، وإفلاس الشركات وإسقاط الرؤساء والأنظمة السياسية إضافة إلى قدرتها على كسب الحروب.

وبالرغم من الإيمان بقوة وسائل الإعلام، غير أنّ تأثيراتها لا زالت مبهمة ومحل جدل حيث يؤكّد أحد الباحثين الرّواد "**James COWAN**" بقوله: «الاعتقاد بأنّ وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة هو صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ولها شروطها.»[1]

كما تطرح وسائل الإعلام إشكالية معقدة، بالنسبة لمدارس الإعلام، ذلك بسبب قلة التنظير في هذا الميدان، وتبعته إلى فروع معرفية أخرى إضافة إلى تعدّد الوسائل واختلاف المجتمعات والثقافات مع انتقال وسائل الإعلام من موضوع وطني إلى موضوع يتجاوز الحدود عن طريق نقل المنتجات المحلية إلى ما وراء الحدود التي تهيمن عليها الشركات غير الوطنية و متعددة الجنسيات.

وتزداد إشكالية تأثير وسائل الإعلام اليوم كثيرا، لأنها أصبحت تشمل وسائل اتصال جديدة خاصة مجتمعات المعلومات والمعرفة كالانترنيت مثلا.

[1] م. س، ص.36.

ونذكر من بين ملامح إشكالية التأثير تراكم الأبحاث وتنوعها واختلافها منذ العشرينات من القرن الماضي، خاصة أنّ تعدّد دراسات التأثير من التصميم الأمبريقي، نمط التأثير المدروس، موضوع الدراسة ونمط الوسيلة المدروسة.

زيادة إلى كل ما سبق ذكره، نضيف سياق البلدان الانتقالية، غير أننا نفترض أن بحوث الإعلام في هذه البلدان تنجز وفق البرادغمين الرئيسيين في البلدان الغربية أساسا وهما: "النظرية الوظيفية" و"النظرية النقدية".

7. التقليد الأمبريقي في بحوث وسائل الإعلام:

يؤكّد هذا المقترب على أهمية الدليل القابل للملاحظة والقياس والعدد، وهو يقوم على ثلاثة افتراضات أساسية هي:

أ- افتراض وجود واقع عام وموضوعي قابل للقياس.

ب- افتراض أن البشر قادرون على ابتكار طرائق لدراسة هذا الواقع بموضوعية.

ج- افتراض أن الفرضيات التي تفسر هذا الواقع يمكن إثباتها أو نفيها.

أما مصطلح البحوث الإدارية فقد أطلقه النقاد على هذا النوع من الأبحاث، ذلك أنها ممولة من طرف المؤسسات الإعلامية أو التجارية أو الحكومية.

من أهم إسهامات هذه المدرسة هو دفنها لفكرة الرصاصة السحرية وذلك ابتدءا بدراسة "The people's Choice" عام 1940 حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية،

ثم دراسة شاملة تتعلق بالتجارب الخاصة بأفراد الجيش الأمريكي واستعمال الفيلم لإقناعهم وإعلامهم.

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بدأت تتشكل صورة أخرى عن تأثيرات وسائل الإعلام، خاصة بعد اكتشاف الدور الذي تلعبه العلاقات الشخصية فيما بين أعضاء الجمهور، بعدما كان التركيز على الفرد سابقا، وذلك في دراسة " Revsenal Influence" التي ترتّب عنها تدفق الاتصال عبر مرحلتين.

وفي هذا السياق بدأ الباحثون يوجّهون دراساتهم في اتجاهات أخرى مغايرة تماما خاصة بعد مجيء "**Eliku KATZ**" سنة 1955، وقوله: « أنه حان الوقت لكي نطرح السؤال: ليس ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور وإنما ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟» وفي سنة 1960 لخّص "**Sroh RLAPPER**" نتائج الأبحاث السابقة في كتاب فتح أفاقا جديدة للباحثين راحوا يستكشفون هذه العوامل الوسيطة والمعرفية التي أشار إليها الكاتب.[1]

وفي الستينات انصبت معظم الأبحاث حول التلفزيون خاصة قضايا العنف في مجال السلوك العدواني عند الأطفال وتكشف البحوث المخبرية والدراسات الميدانية لـــ "**BANDURA**"، "**STEIN**" و"**FRIEDRICH**" ، أما في فترة السبعينات فقد انصبت الأعمال على مشاهدة الأطفال والعمليات المعرفية والسياسية، غير أنها أهملت القضايا الاجتماعية، ولقد ازدادت بحوث مشاهدة الأطفال للتلفزيون في الثمانينات من

[1] بومعيزة، سعيد.أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص. ص.40– 44

القرن الماضي؛ حيث اهتمت أساسا بمسائل الإثارة السلبية كالخوف والقلق والحيرة، إضافة إلى دراسات تهتم بالمسلسلات اليومية التي تركز على العلاقات الاجتماعية الشبيهة، وتُورّط الجمهور مع الشخوص المعروفة والمشهورة، وعلاوة على نظريات التثقيف أو النظريات التثقيفية التي تهتم بدور التلفزيون في تشكيل معتقدات الناس من منظور ما يسمى ببناء الواقع الاجتماعي لـــ "**GEBNER**" الذي يشرح مدلولها على النحو التالي « إن البيئة التي تعزز المظاهر الأكثر تمييزا من الوجود الإنساني هي بيئة الرموز، إننا نتعلم ونتفاهم ونعمل وفق معاني تنحدر من تلك البيئة.»[1]

ومع حلول التسعينات من القرن الماضي وانتشار الانترنت في المجتمعات الغربية توجّه اهتمام الباحثين نحو تأثير هذه الوسيلة الجديدة على الأطفال والشباب أساسا.

8. التقليد النقدي في بحوث وسائل الإعلام:

المقاربة النقدية هي رؤية أخرى في تفسير المجتمع ومكوناته؛ حيث تنطلق رؤيتها من زاوية إيديولوجية لا من زاوية التغيرات السلوكية للاتجاه الأمبريقي.

ويعتمد الاتجاه النقدي على السياقات التي تتم فيها عملية التعرض حيث تعتبر وسائل الإعلام وكالات إيديولوجية تؤدي دورا أساسيا في الحفاظ على السيطرة الطبقية.[2]

---

[1] م. س، ص.43

[2] تمار، يوسف. نظرية الأجندة Setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه دولة. الجزائر: جامعة الجزائر، 2005. ص.49

وتعتبر "المدرسة النقدية" حوصلة من الأفكار النابعة من كتابات "**ماركس**" و"**إنجلز**" التي سادت في الأوساط الفكرية إلى زمن قريب، فهي من جهة، استمرار لأفكار "**ماركس**" حول النظام الدولي الجديد، التبعية الثقافية وملكية وسائل الإعلام باستعمال مفاهيم مثل الاختلال الاجتماعي، أشكال الهيمنة وأشكال التنظيم الاجتماعي.

ومن جهة أخرى امتداد لأفكار جديدة حول التزاوج بين الماركسية وعلم النفس في تفسير الظواهر، بمعنى آخر، أن التحليل النقدي يعتمد في تفسير المجتمع الحديث على نظرية التنظيم الاجتماعي، والنظرية الذاتية الإنسانية الأولى نابعة من "الفكر الماركسي الأرتودوكسي"، والثانية فهي نابعة من أبعاد "النظرية الفرويدية الأرتودوكسية"، وسوف نرى فيما بعد كيف امتزجت هذه الخلفيات في تفسير مكانة وأثر وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة.

وغالبا ما يشير الحديث عن الاتجاه النقدي أو المدرسة النقدية إلى مدرسة "فرانكفورت" وأصولها الفكرية محل الزعامة في الطرح الماركسي الجديد، وملخص هذه المدرسة « أن كل المجتمعات الحديثة، وربما أكثر المجتمع الأمريكي معرض لأحد أكبر المظاهر السلطوية والتي تتمثل في الفاشية والشمولية، ومظاهر ذلك كثيرة لكننا نجدها بصفة خاصة في الثقافة الجماهيرية ووسائل الإعلام الجماهيرية.»[1]

وترتكز النظرية النقدية على وجوب النظر إلى النسق الاتصالي كوسيلة للرقابة الاجتماعية من منطلق التساؤلات التالية:

[1] م. س، ص.50

– من الذي يراقب وسائل الإعلام؟ ولفائدة من؟ بهذان السؤالان ترى النظرية النقدية أنه يجب تحليل النسق الذي يتم فيه الاتصال وعدم الاكتفاء بالدراسة الكيفية التي يحدث بها الفعل الاتصالي كما يقوم به أصحاب الاتجاه الأمبريقي.

وقد لخّص "**محمد عبد الحميد**" علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية من المنظور النقدي فيما يلي:

– أن محتوى وسائل الإعلام يروّج اهتمامات الجماعات المهنية في المجتمع، ويميل هذا المحتوى إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

– تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروّجه المصالح الرأسمالية لجلب اهتمام الطبقات العاملة.

– فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يُموّلها كبار رجال الإعلام لخدمة الثقافات المهنية.

أما الفكرة الأساسية التي تعتمد عليها النظرية النقدية هي مفهومها للثقافة الجماهيرية؛ حيث يرى أصحاب هذا التيار أن الثقافة الجماهيرية ووسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة تصبح وسيلة مفضلة لتحطيم الذاتية الإنسانية، بمعنى أن الفرد كوسيلة يعدّ المفتاح الأساسي للسلطوية لأن ضعفه واستسلامه للقوى الاتصالية يزيد من قوة

ونفوذ مسؤوليه، وشيئا فشيئا ينسلخ الفرد عن واقعه المعيش إلى واقع مفتعل مفروض عليه، لم يشارك في بنائه ولا هو جزء فيما ينتظره. [1]

1.8 مدرسة "فرانكفورت":

يعود الفضل في إنشاء هذه المدرسة إلى الفلاسفة الألمان وعلى رأسهم "**ماكس هوكايمر**" (1895–1973)، "**تيودور أدورنو**" (1903–1969) و"**هاربرت ماركوس**" (1898–1979)، لكن تنامي الفكر النازي ووصوله إلى الحكم عام 1933 وإبادته لليهود والشيوعيين، جعل أصحاب هذه المدرسة يفكرون في نقلها إلى دول أخرى مثل إنجلترا وفرنسا، لكن الأوضاع في تلك الدول لم تكن مهيأة لاستقبالها، وانتهى بها الأمر في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية.

وفي سنة 1923 أنشئ بألمانيا معهد الدراسات الاجتماعية التابع لجامعة "فرانكفورت" حيث اعتبر أول معهد للدراسات الماركسية في العالم، كما نشير كذلك إلى ظهور حركة فكرية وفلسفية وسياسية، قام مشروعها على تحليل وفهم المجتمع والثقافة الحديثة وعلاقتها بالسلطوية Autoritarisme. [2]

وتعتبر "مدرسة فرانكفورت" مهد النظرية النقدية؛ حيث قامت بتوليف الاقتصاد السياسي بوسائل الإعلام والتحليل الثقافي للنصوص، ودراسة تلقي الجمهور للتأثيرات الاجتماعية والإيديولوجية للثقافة الجماهيرية والاتصال، وقد اهتم منظروا

[1] عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، 1997. ص.148

[2] تمار، يوسف. نظرية الأجندة Setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري. مرجع سبق ذكره. ص.51

هذه المدرسة بتحليل المنتجات الثقافية الجماهيرية في سياق الإنتاج الصناعي. وكانت الصناعات الثقافية تظهر نفس خصائص المنتجات الأخرى للإنتاج الجماهيري: التسليع، المعيارية والجمهرة، وكانت لمنتجات الصناعة الثقافية وظيفة محدّدة تتمثل في إعطاء الشرعية الإيديولوجية للمجتمعات الرأسمالية القائمة وإدماج الأفراد في إطار المجتمع والثقافة الجماهيريين.

ومن أبرز أعمال هذا التيار الفكري النقدي: تحليلات "**أدورنو**" للموسيقى الشعبية، دراسات "**LOWEMTHAL**" للأدب الشعبي والمجلات، ودراسات "**HERZOG**" حول الأوبرا الإذاعية، "**ADORNO**" و"**HORKAYMER**" بدراستيهما النقدية للثقافة الجماهيرية في مؤلفهما "**الصناعات الثقافية**" و"**MARCUSE**" بمساهمته النقدية في كتابه "**الإنسان ذو البعد الواحد**".[1]

كما انبثق من "مدرسة فرانكفورت" منظور الدراسات الثقافية في بحوث تأثير وسائل الإعلام ببريطانيا.

[1] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص.45

المبحث الثاني:
الثقافة الجماهيرية.

1. مدلول الثقافة الجماهيرية (الصناعة الثقافية):

هي تحويل منتجات ثقافية إلى سلع خاضعة لقانون السوق، حيث يرمز لها في مجموعة من التنظيمات الضخمة (الصحافة، السينما، التلفزيون، الإذاعة، النشر) والتي تعدّ أساسية للرأسمالية وتقوم – بدون تبادل – بنشر ثقافة واحدة وموحدة لجميع أعضاء المجتمع، والغرض من هذا الوضع هو توجيه الشعب إلى الاستهلاك ومحاسنه وإبعاده عن الشروط الاجتماعية الحقيقية.

ويتجلى اعتبار وسائل الإعلام كسلعة اقتصادية في ثلاث نقاط رئيسية هي كالآتي:

1. 1 وسائل الإعلام كصناعة:

تعدّ وسائل الإعلام – وبخاصة في الدول الرأسمالية – صناعة كباقي المنتوجات المادية التي يقدمها السوق ويخضعها إلى قوانينه، وعليه فإنها لا تعكس ذاتية الفنان، بل مصالح الطبقات الرأسمالية التي عوضا أن تخفف من التناقضات الرأسمالية فإنها تزيد من حدتها.[1]

وسائل الإعلام هي مؤسسات إنتاج، فمن هذا المنطلق عليها أن تنتج الأشياء بشكل تسلسلي هذا طبعا لا يسمح بتساوي الشروط الثقافية اللازمة بل بالعكس فهو نوع من اختراق للديمقراطية، وهذا ما أطلق عليه "**MARCUSE**" "مجتمع أحادي البعد Société Unidimensionnelle أي « المجتمع الذي ظهر بفرض شروط الصناعة

[1] تمار، يوسف. نظرية الأجندة Setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري. مرجع سبق ذكره. ص.52

الثقافية، حيث لا يرى في تقنيات الاتصال إلا وسيلة للتلاعب والأصل أن هذا المجتمع يرمز إلى الوضع الذي تشترك فيه كل الأشياء في السعادة الجماهيرية إذ أنه ليس هناك فرق بين تلك الأشياء ما دام أنها تعمل على تحقيق هدف واحد وتحمل نفس الرسالة». [1]

1. 2 نموذج البث:

بمعنى أن وسائل الإعلام تعمل على فرض شكل واحد من التفاعل نتيجة إلى أحادية مصدر الرسالة المبثة، على الأقل من حيث البعد الذي يتحكم في هذه المصادر أي الربح، مما يزيد من حدة الانعزالية بمعنى أن كل فرد يستهلك البرامج التلفزيونية أو الإذاعية أو محتوى الجرائد بشكل فردي هذا ما يدل على أن وسائل الإعلام اقتحمت الفضاء التقليدي لحياتنا الخاصة الأمر الذي شجع على تنامي الاتصال العمومي بين الفرد المعزول والإدارة المركزية، أما الاتصال الأفقي – بين الأشخاص – فهو يخضع للبث الموجه.

[1] م. س، ص.52

1. 3 غياب التبادل:

تقضي وسائل الإعلام الحديثة، على كل إمكانية لتبادل الاتصال إذ أن محتوياتها تتجه اتجاها واحدا، ولا يمكن لمستقبل الرسالة التدخل أو مناقشة مضمونها مع المرسل، هذا يعني أن تلك المضامين مختارة وفق ما يخدم مصالح الطبقة المسيطرة.[1]

2. مدرسة النقد الثقافي اليميني:

انشغل المثقفون الراديكاليون في بريطانيا بإشكالية الفكر النقدي، وتأثيراته في المجال الثقافي منذ الثلاثينات عندما نشر "**ريموند ليفيز**" دراسته عن النقد الأدبي والدراسات الثقافية، حيث نادى في كتابه "**حضارة الجماهير وثقافة الأقلية**"، الصادر عام 1930 بحماية أطفال المدارس من تغلغل الثقافة الاستهلاكية والتي تمثلت وقتها في السينما والصحافة، إذ أنه حذّر من تأثيراتها المدمرة على مختلف أشكال الثقافة التقليدية الشعبية، والرفيعة على حد سواء كما أفصح عن معارضته للدور الهدّام لوسائل الإعلام في بريطانيا والذي تزامن مع التوسع الرأسمالي في المجتمع البريطاني وقد استمر في نشر دراساته في المجلة التي أصدرها مع زملائه عام

[1] تمار، يوسف. نظرية الأجندة Setting على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري. مرجع سبق ذكره. ص.53

1932 بعنوان "Scrutiny" والتي تخصصت في نشر الدراسات النقدية في الأدب والنقد.[1]

ومن أهم إسهامات هذه المدرسة هو تقسيمها للثقافة إلى درجات جاءت كالآتي:

2. 1 الثقافة ذات المضمون الهابط:

مثل دراما الجرائم التلفزيونية التي تؤكد على العنف أو البرامج الجنسية الفاضحة التي تصل إلى حد الدعارة، أو كوميديا الجريمة أو الموسيقى أو أيّ محتوى آخر يؤدي إلى الإسهام في خفض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا ويكون هذا المضمون عرضة دائما لاستياء النقاد، وهو ما يعرف **بالثقافة الجماهيرية.**[2]

2. 2 الثقافة ذات المضمون الذي لا يثير الجدل:

لم يقل عنه النقاد سوى القليل جدا، مثل: تقارير الطقس ومحتوى أخبار معينة، والموسيقى التي لا هي سنفونية ولا هي شعبية، والمجلات التي تركز على الاهتمامات المتخصصة، ولا شك أن هذا المحتوى لا يرفع مستوى هذا الذوق ولا يحط من قدره، كما لا ينظر إليه على أنه يهدد المستويات الأخلاقية.

[1] عبد الرحمان، عواطف. النظرية النقدية في بحوث الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي، 2002. ص.35

[2] العيفة، جمال. الثقافة الجماهيرية. الجزائر: منشورات جامعة برج باجي مختار، 2003. ص. ص.51 –53

2. 3 الثقافة ذات المضمون الراقي:

وهو المحتوى الذي يشعر النقاد الإعلاميون بأنه يقع ضمن الذوق الأفضل وأنه يرقى بالأخلاق والتعليم، ومن أمثلته الموسيقى الجادة، والدراما المعقدة والمناقشات السياسية.[1]

3. معهد "برمنغهام" للدراسات الثقافية:

(BCCCS =Birmingham center for Contemporary Cultural Studies)

أنشئ هذا المعهد سنة 1963 بإدارة "**Richard HOGGART**" في بريطانيا والذي كان أصلا يهتم بالتحليل الأدبي فحسب، لكن منذ السبعينات من القرن الماضي وبإدارة "**ستيوارت هول**" أصبح المعهد منشغلا بالتحليل المُسيَّس للثقافة الرأسمالية ويتميز تحليل المنظور الثقافي لوسائل الإعلام بتلاقيات متتالية للخطابات المؤسساتية المتنوعة وخاصة خطابات الدراسات الأدبية والسوسيولوجية والتاريخية، وإلى حد أقل باللسانيات والأنثروبولوجيا والسيمنطيقا وعلم النفس التحليلي؛ حيث يشكل جانبا منه النتيجة وفي جانب آخر استجابة للثوران الفكري والسياسي لسنوات الستينات من القرن الماضي مثلا حرب الفيتنام وانتفاضة الطلاب بفرنسا في سنة 1986[2]

---

[1] مكاوي، حسن عماد، السيّد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار اللبنانية، 1998، ص.118.

[2] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص.49

وبمعنى آخر يركّز تيار الدراسات الثقافية Cultural Studies « على نقد المضامين الرأسمالية للثقافة الجماهيرية التي تعمل وسائل الإعلام على فرضها على الجماهير التي تخلقها هذه الوسائل وتبيعها للمعلنين الرأسماليين.»[1]

وعلى الرغم من أن هذا الأنموذج يضم تيارات مختلفة إلاّ أنها تستهدف جميعها تجديد الأنموذج النقدي التقليدي في دراسات الاتصال الجماهيري؛ حيث يحلل الباحثون الثقافيون الثقافة الجماهيرية على أنها تعبير عن العلاقات بين الأفراد والطبقات الاجتماعية في السياق الاجتماعي والسياسي الخاص بالمجتمعات الرأسمالية وينظرون لوسائل الإعلام كجزء لا يتجزأ من "نظام التفاعلات الرمزية System Symbolic interaction" يساهم في إنتاج فضاء رمزي أكثر مما هي أدوات في خدمة مهيمنة، ومن هذا المنطلق فهي ترفض السمة الإقترابية للثقافة الجماهيرية التي ندّد بها منظروا "مدرسة فرانكفورت".

وهكذا تمثلت أطروحة "الماركسية الجديدة" في كتابات "**ستيوارت هول**" وأتباعه التي مفادها أن تأثير وسائل الإعلام يظهر من خلال نشر ثقافة حصرية نوعا ما، والتي تخدم مصالح النخبة الحاكمة أساسا وهذا ما عبّر عنه "**هول**" "بسياسات التدليل" أو "بناء المعنى The politics Of signification".

[1] قسايسية، علي. المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي "دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة. الجزائر: جامعة الجزائر، 2007، ص.118.

وفي ذات السياق تميّزت الدراسات الثقافية بإعادة صياغة تصور طبيعة الثقافة ودورها في المجتمع حيث كانت تهدف إلى فهم كيف ينبغي تحديد الثقافة (الإنتاج الاجتماعي للمعنى وللوعي)، في حد ذاتها وعلاقتها بالاقتصاد (الإنتاج)، والسياسة (العلاقات الاجتماعية) ولهذا قامت بإعادة صياغة بعض المفاهيم الرئيسية مثلا: الطبقة والإيديولوجية، الهيمنة واللغة، الذاتية والوعي، كمصدر للفعل والمعنى وليس نتاجا له.

ولهذا اهتمت الدراسات الثقافية بكون أن إنتاج المعرفة يتم دائما سواء في صالح أولئك الذين بيدهم السلطة أو أولئك الذين يعارضون تلك السلطة، كما أنها ركّزت على الصلة بين العلاقات الاجتماعية والمعاني، وبالنتيجة تعتبر الثقافة المجال الذي يطبع ثقافة النوع أو العرق أو اللاّمساواة، وتقدم في أشكال تقطع الربط بين اللاّمساواة هذه واللاّمساواة الاقتصادية وفي الجهة المعاكسة فإن الثقافة هي الوسيلة أيضا التي من خلالها وبها تعيش وتقاوم الجماعات التابعة المختلفة تبعيتها، وبالتالي فإن الثقافة هي الميدان الذي يتم فيه الصراع على الهيمنة وتأسيسها، ولهذا فهي تمثل "مسرح الصراعات الثقافية".[1]

[1] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص.50

علاوة على كل ذلك فإن الدراسات الثقافية تسعى إلى تحليل التمايزات الثقافية والممارسات من خلال الإشارة إلى الخريطة الشاملة للعلاقات الاجتماعية "في مصلحة من؟"، ولهذا فهي تركّز على إنتاج ثقافة جماهيرية وتحاول أن تشرح دلالة الثقافة الشعبية ومكانتها في التجربة الكلية للمجتمع كما أنها تحاول أن تشرح أيضا كيف أن الثقافة الجماهيرية تلعب دورا في إدماج وإخضاع العناصر المنحرفة أو المعارضة في المجتمع.

كما تميّز "**معهد برمنغهام**" باهتمامه بقضايا حركة تحرير المرأة حيث قام أعضاؤه بدراسة وتحليل المجلات النسائية وقد قدّموا دراسات عن صورة المرأة وإيديولوجية الحركة النسائية.[1]

3. 1 إسهامات روّاد معهد "برمنغهام" للدراسات الثقافية:

شهد عام 1957 ظهور التلفزيون التجاري في بريطانيا، وقد نشر "**ريتشارد هوجارت**" أستاذ الأدب الإنجليزي المعاصر كتابه "**استخدامات القراءة**" الذي يحوي وصفا شاملا للتغيرات الاجتماعية والثقافية التي طرأت على حياة الطبقة العاملة في بريطانيا، وينتقد فيه سلبيات الثقافة الاستهلاكية والمخاطر التي تحملها بالنسبة لأنماط الحياة التقليدية للطبقة العاملة البريطانية، ثم تبعه "**ريموند وليامز**" في العام التالي بإصدار كتابه الشهير "**الثقافة والمجتمع**" والذي حوى انتقادا جادا لمظاهر الثقافة

[1] عبد الرحمان، عواطف. النظرية النقدية في بحوث الاتصال. مرجع سبق ذكره. ص.37

الاستهلاكية في المجتمع البريطاني، وفي عام 1965 أصدر نفس الباحث كتابه "**الثورة الممتدة**" الذي يحوي تعريفا للثقافة مستمدا من الأنثروبولوجيا، ويعدّ تطويرا للنظرية الماركسية فيما يتعلق بتأثير البناء الفوقي؛ حيث أكّد "**وليامز**" أن هذه النظرة قاصرة، لأنها تنقص من مكانة ودور الثقافة إذ تجعلها نافعة للعوامل الاقتصادية والاجتماعية، ونادى بضرورة تجاوز الرؤية الماركسية المبسطة، وضرورة التعامل مع الفكر الماركسي في إطار مركب يضع في اعتباره أهمية العامل الثقافي.

أما "**إدوارد تومسون**" فقد اشتبك في كتابه "**صناعة الطبقة البريطانية**" الصادر عام 1967 مع الأفكار الواردة في كتاب "**الثورة الممتدة**" حيث أكّد "**تومسون**" أن التاريخ قد أثبت أن الثقافة لا يمكن النظر إليها كوحدة مفردة مستقلة عن مجموع العناصر الاجتماعية والاقتصادية التي تشكل حركة القيادة في المجتمعات، وأن التاريخ نفسه يمضي من خلال الصراع بين الطبقات الذي يتبلور في الثقافة الطبقية.

أما "**ستيوارت هول**" في كتابه "**الفنون الجماهيرية**" الصادر عام 1963، الذي بلغت مكانة المعهد ذروتها في فترة توليه إدارته، والتي تزامنت مع صعود التيارات اليسارية الجديدة في أوروبا وأمريكا، قد تحدث في دراسته عن الدور الإيديولوجي للإعلام الذي مثل خطوة رائدة في تشكيل رؤية نظرية قادرة على دحض أسس

ومنطلقات مدرسة التحليل الوظيفي في أمريكا الشمالية والبدء في إرساء أسس جديدة للدراسات الإعلامية بمنظور نقدي.[1]

وفي ذات السياق تعتبر دراسة الباحثين "**شارلوت براندون**، و"**دافيد دورلي**"ــ التي تحمل عنوان "**البث التلفزيوني اليومي على نطاق الدولة**" والصادرة عام 1978ــ نقطة تحوّل هامة في الدراسات الإعلامية، وكانت قد أجريت بتمويل من معهد التلفزيون البريطاني، وفي إطار اهتمام المعهد بدراسة البرامج الإخبارية والدرامية الموجّهة للصفوة.

وقد اهتما أيضا بدراسة برامج "الاتصال الثقافي" الموجّهة إلى قطاعات عريضة ومتباينة من الجمهور والتي شملت دراسات البرامج الكوميدية والمسلسلات والمنوعات والبرامج الرياضية والحلقات البوليسية، وقد استهدفت هذه الدراسات الكشف عن تعامل البرامج التلفزيونية الشعبية مع الفئات الاجتماعية المختلفة من النساء والرجال، وكذا كيفية إسهام هذه البرامج في بناء الوعي لدى الجماهير، هنا وتشغل أيضا دراسات صورة النوع الاجتماعي (صورة كل من المرأة والرجل) في البرامج التلفزيونية موقع القلب في هذه الإسهامات إلى جانب دراسات صورة الجماعات العرقية والفئات الاجتماعية المختلفة، وتمثل المرحلة التالية نقلة ملموسة

[1] عبد الرحمان، عواطف. النظرية النقدية في بحوث الاتصال. مرجع سبق ذكره. ص. ص.38–40

من الاهتمام بدراسة الرسالة الإعلامية والنص الإعلامي إلى الاهتمام بدراسات الجمهور.

ويُلخّص "**ستيوارت هول**"، أحد أبرز الباحثين، النظريات النقدية التي قام بها مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة "برمنغهام" على النحو التالي:[1]

1- دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الأوسع Macro level بدلا من نماذج التأثير المباشر التي تعتمد على (منبه / استجابة) أو التأكيد على قوة وسائل الإعلام الفكرية والثقافية، وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية التي يتم تحديدها.

2- تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديما واضحا للمعنى، وإعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.

3- التأكيد على العلاقة بين ترميز الوسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور بدلا من مفهوم الجمهور الموحد الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير المسوح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية ووكالات الإعلان.

4- الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها، والتي تختلف تماما عن نماذج الثقافة الجماهيرية التي تتناولها البحوث الأمريكية.

[1] مكاوي، حسن عماد، السيّد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سبق ذكره. ص.120

4. منظور الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام:

يُعرّف "**MOSCO**، 1995" الاقتصاد السياسي على أنه دراسة العلاقات الاجتماعية وخاصة علاقات السلطة التي تؤثر على إنتاج الموارد وتوزيعها واستهلاكها بما فيها موارد الاتصال، أما "**CURRAN**" فهو يشير إلى أن التقليد الراديكالي للاقتصاد السياسي، استمر في المُحَاجَجة على أن وسائل الإعلام مشكلة بقوة بتنظيمها السياسي والاقتصادي وأن النقاش العام للسياسة والثقافة في وسائل الإعلام تتحكم فيه القوى المادية، خارج مجال الخطاب العام وتأثيرات هذا الخطاب على المجتمع يعزز هيمنة القوى المادية.

ويطرح صاحبا "نظرية الاقتصاد السياسي: **Graham MURDUCH** و **Petter GOLDING**" سؤالا جوهريا: **كيف يتم تقديم اللاّمساواة الصارخة في توزيع الثروات على أنها طبيعية ومحتومة، وكيف أنها مفهومة على نحو ذلك من طرف الأقل استفادة من هذا التوزيع؟**[1] بمعنى أن نظرية الاقتصاد السياسي ترتكز على تأثير القوى الاقتصادية في المجتمع بما تقدمه وسائل الإعلام في هذا المجتمع.

ومن المهم في هذه النظرية إدراك الارتباط بين النظام الاقتصادي والنظام السياسي، فالحكومة تسنّ القوانين التي تعمل على تسيير الأعمال وإنعاش الاقتصاد، ومن ناحية أخرى يعمل رجال الأعمال على مساندة الحكومة ودعم مرشحيها السياسيين الذين

[1] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص.50

يحمون المصالح الاقتصادية من خلال دفع الضرائب والمنح والمساعدات التي تدعم الحكومة.

وتسعى نظم الاتصال التي تعمل على أسس تجارية إلى محاولة كسب نوعية معينة من الجماهير التي تجذب المعلنين، ومن أمثلة ذلك : سعي بعض قنوات التلفزيون إلى تقديم مباريات التنس رغم قلة جماهيرياتها ولكن هذا الجمهور القليل يتميز بالثراء الذي يجدب المعلنين وخدماتهم التي تدر أرباحا طائلة لقنوات التلفزيون "**BECKER**، 1987".[1]

من هذا المنطلق فهما يركّزان على تحليل بنية ملكية وسائل الإعلام وعلى كيفية عملها، ولا يهتمان بتحليل النصوص ولا بتأويلات الجمهور بمعنى أنهما يهتمان بعامل الاقتصاد على حساب المحتوى الإيديولوجي.

وفي هذا السياق يؤكّد هذا المنظور على أنه ينبغي اعتبار وسائل الإعلام كجزء من النظام الاقتصادي الذي من خلاله يرتبط بالنظام وينظر إلى الاتصال الجماهيري على أساس أنه وسيلة لشرعنة التدرج الطبقي الاجتماعي، الاقتصادي والمحافظة عليه، لأن معظم الناس تتلقى معلوماتها حول البناء الاجتماعي من وسائل الإعلام وأن الرقابة على هذا التدفق الحيوي للمخيال الاجتماعي يتركز بأيدي جماعات موجودة في قمة البناء الاجتماعي.

[1] مكاوي، حسن عماد، السيّد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سبق ذكره. ص.121

كما يحاول هذا المنظور أن يثبت على أن العلاقة بين الملاك الرأسماليين ووسائل الاتصال والممارسة اليومية للقائمين بالاتصال تتوسطها ثقافة موضوعية، وهذه الأخيرة تسمح ببعض من الاستقلالية للصحفيين ولكنها تتطلب في نفس الوقت بعض الولاء في إطار إجماع الرأسمالية الليبرالية؛ حيث يكمن هذا التركيز في وسائل الإعلام بيد بعض الشركات الكبرى من خلال بعض التجمعات مثل الـــ BBC ، وبالتالي فهناك تركيز للسلطة بداخل عالم وسائل الإعلام وتهيمن عليها قصد البحث عن الربح من طرف المالكين، ومن خلال عمليات وسائل الإعلام المدمجة أفقيا وعموديا، حيث تتمثل انعكاسات الظاهرة في تقليص مصادر الإعلام وتقييد تعددية الرأي والإعلام المُعبّر عنه؛ إذ يتم إنتاج معرفة المجتمع والمعرفة من أجل المجتمع تحت ضغوطات عوامل الاقتصاد والسوق، وذلك بالتركيز على السوق الواسعة وتجنب المخاطرة، وهذا ما أدى إلى إهمال القطاعات الصغيرة والفقيرة من الجمهور الكامل، كما يؤكّد أصحاب هذا المنظور أن وسائل الإعلام تنتج الجمهور وتبيعه لأصحاب الإعلام حيث تكمن قوة هذا المقترب من خلال سلوكيات الجمهور على نحو ما، وذلك عن طريق المعطيات الأمبريقية في التدليل على حججها ولكنها يعاب عليها إهمالها لوسائل الإعلام.[1]

[1] بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب. مرجع سبق ذكره. ص.51

الفصل الثاني:

نشأة الصحافة المكتوبة ووجودها بالجزائر.

المبحث الأول:

نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها.

1. نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها:

الصحيفة هي مطبوع ورقي ينشر الأخبار السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والعلمية، ثم يشرحها ويعلّق عليها، ويذهب بعض المؤرخين إلى القول بأن المصريين القدامى والرومانيين عرفوا الصحافة اعتمادا على المبدأ القائل أن الصحافة وسيلة اتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور، وذلك باستعمال النقوش على الجدران والصفائح، في حين أن الصحافة بمفهومها المستحدث لم تظهر إلاّ في القرن الخامس عشر(15) ميلادي، مع اختراع "**يوحنا غوتنبرغ**" الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة، وبعد أن شعر الناس بالحاجة المُلحة إلى الأخبار المطبوعة.

ظهرت الصحافة المكتوبة تاريخيا في الإمبراطورية الرومانية واعتبرت أقدم صحافة في التاريخ حيث كان الرومان يصدرون صحفا مكتوبة تُعلّق في أماكن محدّدة ليطّلع عليها عامة الناس، ويقوم موظفون بقراءتها لإيصال محتواها، وكانت أشهر هذه الصحف صحيفة "Acta Diarna" التي كانت تهتم بالأخبار العامة وصحيفة "Acta senatus" التي كانت تهتم بنقل أخبار مجلس الشيوخ الروماني ونصوص خطب أعضائه ومناقشاتهم، وصحيفة "Acta Publica" وكانت الأكثر انتشارا بسبب اهتمامها بالشؤون المالية والاجتماعية.

1.1 الصحافة في عصر النهضة:

من العوامل التي أدّت إلى تطور الصحافة عبر العصور العامل التاريخي والتقني الاقتصادي، فتاريخيا في عصر النهضة تكوّنت طبقة جديدة التي عُرفت باسم "البورجوازية" التي لم تكن تنتمي إلى طبقة الأسياد أو الملوك، والتي حاولت معرفة أهم الأحداث الجارية في بلادها وفي باقي العالم آنذاك[1] وكان من أثر ذلك تحرر العقول واتساع مجال البحث وبزوغ الروح النقدية.

وظهرت نظرية جديدة أو فلسفة جديدة تقول: "إن الإمبراطور لا يستمد سلطانه من الدين وليس هو ظل الله على الأرض، وأن الحكومة هي نظام وضعي لا ديني وما قامت وما وُجدت إلاّ لصالح المحكومين." فكان لابد لهذه الفكرة الجديدة أن تنتشر مع مفكري عصر النهضة لذلك ظهرت الحاجة إلى الصحافة، في حين أن اختراع المطبعة كان عاملا أساسيا في الظهور الحقيقي للصحافة، وإنشاء مرفق البريد الذي ارتبط ارتباطا وثيقا بالصحافة ومشى معها جنبا إلى جنب، وكان البريد ينقل بواسطة رسل خاصين لحساب نفر من الناس.

لقد كانت بدايات الصحافة الحديثة بإيطاليا – أين ظهرت في سنة 1464 الخسة البريدية – ثم انتشرت بفرنسا وانجلترا، فالطباعة والبريد كانا بمثابة الأساس الراسخ

[1] القوزي، محمد علي. نشأة وسائل الاتصال وتطورها. بيروت: دار النهضة العربية،2007، ص. ص.54،55

لنشأة الصحافة، وابتداء من سنة 1610 ظهرت "جازيتات" أسبوعية في عدد كبير من المدن الحرة التابعة للإمبراطورية الجرمانية، وكانت هذه الأوراق الخبرية ذات طابع واحد تصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولة مقابل فرض الرقابة عليها، وكان محظورا عليها نشر الأخبار الداخلية؛ إذ تعتبر فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية فبعد تولي الكاردينال "**ريشيليو**" مقاليد السلطة في فرنسا أدرك فائدة الصحافة وأثرها على الرأي العام، وفيما عدا انجلترا وهولندا لم تظهر صحافة حرة في أوروبا إلاّ بعد انقضاء قرنين من الزمن، ففي انجلترا ظهرت الصحف لأول مرة بين سنتي 1641 و1643، ولمّا جاء البرلمان وضع لها نظاما غير أنها كانت قصيرة العمر.

2.1 الصحافة في القرن التاسع عشر:

1.2.1 الصحافة في فرنسا:

بعد هزيمة "**نابوليون الأول**" ونفيه سنة 1815 تولى الملك "**لويس الثامن عشر**" حكم فرنسا، وكان قد تعهّد بأن يحترم الصحافة حيث أكّدت المادة الثامنة من العهد الذي منحه للفرنسيين هذا الوعد، ولكنه ما لبث أن نقضه، فأعاد الرقابة على الصحف وأقام نظام الترخيص المسبق على الرغم من احتجاج الأحرار الذي كان على رأسهم "**شاتوبريان**" الكاتب الفرنسي على الضغط الممارس ضد حرية

الصحافة في عهد الملك "**شارل العاشر**" الذي خلف سلفه على عرش فرنسا عام 1824، وأدّى ذلك إلى انفجار ثورة يوليو 1830 التي أطاحت بأسرة "**البوربون**" لتحل محلها أسرة "**الأورليان**" و قد أجلس الفرنسيون على عرش بلادهم الملك "**لويس فيليب دورليان**" الذي بادر بإلغاء الرقابة على الصحف فازداد عددها وازدهرت ولكن هذه الحرية لم تكن السبب الوحيد لهذا الازدهار، فبين سنتي 1828 و1864 ارتفع عدد المثقفين في فرنسا إلى أكثر من 50% بالإضافة إلى حركة العمران والتصنيع وتطوير وسائل النقل واحتدام المعارك السياسية لتصبح الصحافة ظاهرة جماهيرية في فرنسا حيث كان عدد قراء الصحف الفرنسية عام 1835 لا يزيد عن سبعين ألف ليرتفع بعد ذلك إلى مائتي ألف في أقل من عشر سنوات، وأخذت أعداد النسخ تزداد بلا توقف. وفي عام 1848 جاوز المطبوع من "لاليبرتيه" المائة ألف نسخة، وكان ذلك بعد اختراع طابعات سريعة تطبع في الساعة حوالي عشرين ألف نسخة.[1]

[1] القوزي، محمد علي. نشأة وسائل الاتصال وتطورها. مرجع سبق ذكره. ص.63

2.2.1 الصحافة في المملكة المتحدة البريطانية:

للصحافة الانجليزية تأثير كبير على الرأي العام في بريطانيا أكبر نسبيا من الأثر الذي تمارسه سائر الصحف الأوروبية على قراءها، ويرجع سبب ضخامة هذا التأثير إلى تقاليد هذه الصحافة وإلى سعة انتشارها؛ إذ يأتي الانجليزي بعد السويدي في الترتيب في قائمة قُرّاء الصحف في العالم، غير أن سوق الصحافة البريطانية في أزمة بسبب تمركزها السريع وبسبب انخفاض عدد قراءها، وقد أدّت حركة التمركز حول المؤسسات الصحفية الضخمة إلى القضاء على حرية التعبير، وذلك ما أسفر عن إنشاء لجنة تحقيق ملكية عام 1949، والتي قدّمت تقريرا في سنة 1953 أشارت فيه إلى ضرورة إنشاء مجلس للصحافة. وبعد اختفاء الجريدة اليومية الليبرالية "نيوز كرونكل" في أكتوبر 1960 والتي تملكها أسرة "**كادبوري**"، تكوّنت لبنة ملكية ثانية قدّمت تقريرها سنة 1963، وقد كتبت هيئة خاصة لدراسة السوق عن الحالة الاقتصادية للصحف القومية في سنة 1966 تقريرا صرحت فيه بكل وضوح أن الأزمة المالية للصحافة البريطانية قد تؤدي في السنوات المقبلة إلى زيادة تركّز الصحف وإلى اختفاء العديد من الصحف اليومية، وقد صدق تخوف هذه الهيئة مع اختفاء عدد آخر من الصحف اليومية؛ حيث سيطرت الصحف القومية البريطانية إلى حد كبير على السوق الانجليزية، ولم يستطع التقدم الذي حققته الصحافة الإقليمية منذ منتصف الستينات حتى الآن أن يهدّد هذه الهيمنة، والصحافة القومية صحافة

صباحية في أغلبها أما الصحافة الإقليمية فهي صحافة مسائية تحاول إكمال الأحداث المنشورة صباحا.

مرّت الصحافة البريطانية القومية بأزمة حادة في أواخر السبعينات لأسباب مالية ونقابية وكان أشدّ هذه الأزمات التي مرّت بها صحيفة "تايمز" عام 1978 والتي أدّت إلى توقفها عن الصدور ما يقرب السنة بسبب الأزمة التي قامت بين إدارتها وعمال مطابعها الذين رفضوا أن تستخدم الصحيفة المستحدثات الالكترونية والتكنولوجية التي يترتب عليها الاستغناء عن عدد كبير منهم، وقد توقفت كذلك "الصندي تايمز" وملاحقها الثلاثة، وواجهت صحيفة "الاوبزروف" الأسبوعية المتاعب نفسها. في بريطانيا ثماني صحف يومية كبرى منها الجادة هي "التايمز"، "ديلي تلجراف" و"الجارديان". أما الجرائد الخمسة الأخرى فيطلق عليها اسم الجرائد الشعبية وهي "الديلي ميرور"، "الديلي اكسبرس" و"الديلي ميل"، وبلغ عدد الصحف اليومية وصحف يوم الأحد في المملكة المتحدة حتى سنة 1988 مائة وعشرين (120) صحيفة، وهي صحف قومية تتوجه إلى مجموعة واسعة من القراء وتوزيعها كبير، وتقدم تعليقات جادة وآراء غاية في الوضوح، أما الصحف اليومية فنذكر منها "ذي صن" التي توزع أربعة ملايين نسخة، "ذي ميرور" التي توزع منها ثلاثة ملايين نسخة وصحيفة يوم الأحد أي يوم العطلة الأسبوعي الأكثر مقروئية هي "نيوز أوف دي ورلد" وتوزّع منها خمسة ملايين نسخة وبلغت من العمر 145 سنة، ومن بين

الصحف الأكثر تحيزا لآرائها نذكر "ذي ديلي تلجراف"، "ذي جارديان"، "ذي تايمز" أو الصحيفة الأسبوعية "ذي صاندي تايمز".[1]

2. مظاهر التطور في الصحافة المكتوبة:

استفادت الصحافة المكتوبة من التطور التكنولوجي على غرار وسائل الإعـــلام الأخرى وتأثّرت تأثرا يكاد يغير من شكلها التقليدي ويقدم فعلا البدائل العملية لها؛ إذ لم يدخل عليها أي تغيير جدري حتى بداية الستينات من هذا القــرن، مــع دخــول الطابعات الدوارة العملاقة ثم آلات "اللينوتيب": لصق الحروف آليا، واللتان ســمحتا بإنتاج الصحف بطريقة ميكانيكية، ومنذ سنة 1900 أدّى اختراع التليفون والراديــو إلى قلب أوضاع الاتصال ولكن دون أن تمس المخترعات جوهر الصحافة.

شهد عقد الثمانينات تطورا في صناعة الصــحافة تمثّــل فــي إدخــال الحاســوب الالكتروني في معظم جوانب العملية الصحفية إلى جانب الاســتفادة مــن التقنيــات الحديثة لعلوم الإعلام والاتصال، وهذا ما أدّى إلى تنبؤ الباحثين في هــذا المجــال باختفاء الجرائد بشكلها التقليدي.

[1] القوزي، محمد علي. نشأة وسائل الاتصال وتطورها. مرجع سبق ذكره. ص.71

وإذا كانت تكنولوجيا الاتصال في جوهرها هي التطبيق العملي للاكتشافات والاختراعات والتجارب العلمية فان تكنولوجيا الصحافة هي جزء بسيط من هذا التطور، إذن هي التطبيق العملي للاكتشافات والاختراعات والتجارب العلمية في مجال الصحافة وهي مجمل المعارف، الخبرات، المهارات المتراكمة المتاحة، الأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في عملية إنتاج الصحيفة، ويتضمن ذلك تقنيات جمع المعلومات في الميدان وتوصيلها إلى مقر الصحيفة، تقنيات تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، تقنيات معالجة المعلومات الصحفية وإنتاجها، تقنيات نشر المعلومات الصحفية ونقلها وتبادلها.

3. نشأة الصحافة المكتوبة في الجزائر:

سنحاول من خلال هذا المدخل التطرّق إلى أهم المراحل التاريخية التي عرفتها الصحافة المكتوبة الجزائرية وكذا علاقتها بالجمهور باعتبارها ظاهرة سياسية اجتماعية في المجتمع الجزائري معتمدين على ذكر بعض الأحداث والظواهر السياسية التي عملت على تحديد وتفسير المسار العام لتطور الصحافة المكتوبة في الجزائر.

1.3 الصحافة الجزائرية قبل الاستقلال:

نتوصل من خلال الدراسات التاريخية إلى أن الصحافة المكتوبة لم تكن موجودة في الجزائر أي قبل 1830 سنة غزو الفرنسيين للجزائر والاستيلاء عليها، فعندما تجهّز الجيش الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه مطبعة وهيئة تحرير تُشرف على إصدار أول جريدة هي"Sidi fredj" التي تعد بمثابة صلة ربط داخل الجزائر فكانت أول صحيفة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي على التراب الجزائري باللغة الفرنسية، ويشرف عليها ضابط من الجيش الفرنسي حيث تضمنت معلومات عن الحملة الفرنسية مع بعض الأخبار السياسية الخاصة بفرنسا، وكانت توزّع على الجنود وعلى المصالح المكلّفة بالحرب ضد الجزائر، وسرعان ما عُوِضت بصحف أخرى لأن هدفها منذ البداية كان محدودا لا يتعدى محيط الجيش الفرنسي، هذه الصحف الجديدة ذات طابع حكومي واستعماري كجريدة "الأخبار" التي بدأت تصدر في مدينة الجزائر سنة 1839 وعرفت رواجا كبيرا حتى سنة 1898، ويمكننا أن نصنف الصحف التي ظهرت قبل الاستقلال إلى عدّة أصناف انطلاقا من الأهداف السياسية التي ترمي إليها كل صحيفة: "الصحافة الحكومية" 1847، "صحافة أحباب الأهالي" 1882، "الصحافة الأهلية" 1893، "الصحافة الاستقلالية" 1930. [1]

[1] إحدادن، زهير. الصحافة المكتوبة في الجزائر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991. ص.27

لقد كانت الحكومة الفرنسية تشرف على الصحف الحكومية بواسطة ممثليها في الجزائر، وهم الوالي العام ومعه جميع الإدارة الاستعمارية. بدأت الصحف بالظهور سنة 1847 بإصدار جريدة "المبشر" واستمر هذا الظهور دون انقطاع حتى سنة 1956 تاريخ توقُّف جريدة "النجاح"؛ إذ تعتبر الصحافة الحكومية ركيزة لتثبيت الوجود الفرنسي وبسط نفوذه على السكان الجزائريين، أما الصنف الثاني من الصحف فهي "صحافة أحباب الأهالي" أسسها جماعة من الفرنسيين الذين استاؤوا من السياسة الاستعمارية وأرادوا أن يقدّموا يد المساعدة إلى نخبة معينة من المسلمين الجزائريين حتى لا ييأسوا من الوجود الفرنسي في الجزائر و عليه تأسست سنة 1881 جمعية في باريس باسم "الجمعية الفرنسية لحماية الأهالي" تتكون من وزراء ورجال سياسة وعلم وأدب كانت تهدف إلى تحقيق سياسة المشاركة وقرّرت في بداية نشاطها إنشاء جريدة بمدينة قسنطينة باسم" المنتخب" التي كان ظهورها سنة 1882 [1]. أما الصنف الثالث من الصحف هي "الصحافة الأهلية" التي كانت تُسيّر إداريا وماليا من طرف جزائريين، وكذا من ناحية التحرير والتوزيع، أما مضمونها فيتعلّق بالقضايا والشؤون العامة الجزائرية في علاقتهم بالوجود الفرنسي بالجزائر مع الاعتراف المطلق لهذا الوجود. وقد عرف هذا النوع الأخير ازدهارا كبيرا وتطورا واسعا وكانت بدايته منذ عام 1893 مع تأسيس جريدة "الحق" في عنابة

[1] م. س، ص.29

والتي كانت تُعبّر أولا وقبل كل شيء عن ارتياحها للحماية الفرنسية على الجزائر، فاتخذت هذه الجريدة منحيين: منحى يدعوا للمشاركة في الميدان الاقتصادي والثقافي وعدم الخوض في السياسة ومنحى يدعوا إلى الإدماج والفرنسة. أما الصنف الرابع من الصحف يسمى "بالصحافة الاستقلالية"، وهي صحافة جزائرية لم تعترف بالوجود الفرنسي في الجزائر بل أخذت تحاربه بشدة وتنشر ما يُقوي الوعي السياسي بوجود أمة جزائرية وبضرورة استرجاع الاستقلال، سواء كانت ناطقة بالعربية أو بالفرنسية وكان لها ارتباط وثيق بالحركة الوطنية في الجزائر وقد مرّت هذه الصحافة بثلاث مراحل أساسية وهي :

- المرحلة الأولى: من 1930م إلى 1943م.
- المرحلة الثانية: من 1943م إلى 1954م.
- المرحلة الثالثة: من 1954م إلى 1962م.

2.3 مراحل تطور الصحافة المكتوبة الجزائرية:

سنتطرّق بشيء من التحليل إلى مراحل تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال وعلاقتها بالجمهور وعليه يمكننا تقسيم هذه الفترة تقسيما يخـــدم مباشـــرة جزءا من الدراسة التي نحن بصددها إلى أربعة أطوار، يبـــدأ الطـــور الأول منـــذ استقلال الجزائر في 5 جويلية 1962 وتنتهي في 19 جوان 1965 تاريخ "الانقلاب العسكري" أو كما يسميه البعض "بالتصحيح الثوري" على نظام الرئيس "**بن بلـــة**"،

وهو تاريخ عرف تغييرا في النظام السياسي وبداية طور جديد الذي ينتهي سنة 1979 تاريخ انعقاد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني، وهو بمثابة حدث سياسي وإعلامي فتح المجال لطور ثالث ينتهي سنة 1988 تاريخ أحداث أكتوبر وهو تاريخ عرف أيضا تغييرا في النظام السياسي وبداية طور رابع الذي نعيشه حاليا.

1.2.3 المرحلة الأولى: 1962-1965: هيمنة الحزب والحكومة على الصحافة:

تمتد هذه الفترة لأقل من ثلاث سنوات، وهي امتداد للفترة السابقة باعتبار أن الوضع القانوني والإعلامي في الجزائر لم يتغير بعد الاستقلال ويبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي في جميع الميادين التي ليس فيها تعارض وفق جميع التدابير التي اتخذت قبل 1962 لتطبيق قانون حرية الصحافة الصادر سنة 1881 والذي ينص على الملكية الخاصة للصحافة، وبالفعل قد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب وبدأت تمارس نشاطها بكل حرية بحيث أصبحت توجد ثلاثة أنواع من الصحف: [1]

[1] إحدادن، زهير. مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. ط.02. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1993. ص.96

- صحف تابعة للحكومة.
- صحف تابعة للحزب.
- صحف تابعة للملكية الخاصة

غير أن مضمون هذه الصحافة تغير بصفة جذرية بعد الاستقلال وأصبح يؤدي دورا تجنيدا من أجل الجزائر المستقلة، ولكن الحكومة الجزائرية كانت تنظر إلى الصحافة بشيء من التخوف "وبدأت تفكر في الطريق الأنجح لتصفية الملكية الخاصة، فرأت أنه ينبغي قبل إلغاء ما هو موجود من الصحف، إنشاء صحف جديدة وتقويتها". [1]

وقبل الإشارة إلى هذه الأحداث يجب الإشارة إلى أن الحكومة قد استطاعت أن تهيمن بسهولة على الوسائل الإعلامية الأخرى فالإذاعة والتلفزيون كانتا قبل الاستقلال تحت نظام الاحتكار الذي فرضته الحكومة الاستعمارية، فنقل هذا الاحتكار إلى الحكومة الجزائرية وأصبحت الإذاعة والتلفزيون تحت تصرفها وتحت مراقبتها الإعلامية والثقافية، أما الصحافة المكتوبة فبقيت حرة كما ذكرنا، وكان لا بد على الحكومة أن تجعلها تحت هيمنة وسيطرة الحزب والحكومة.

[1] م. س، ص.97

1.2.3.أ إنشاء يوميات جزائرية:

عرفت الجزائر فترة امتدت أكثر من شهرين دون وجود صحيفة يومية جزائرية محضة، فالمشكلة كانت هائمة في حقل اليوميات، فلم تعرف الجزائر تجربة في هذا الحقل قبل الاستقلال وكانت الجريدة الوحيدة التي تصدها جبهة التحرير الوطني بتونس هي جريدة "المجاهد". الأسبوعية بالعربية والفرنسية، واستمرت تصدر أسبوعيا في الجزائر، ولم تصدر اليومية الجزائرية الأولى إلا في 19 سبتمبر 1962 وباللغة الفرنسية وهي تحمل اسم "الشعب"، وقد اتخذ قرار إصدارها من طرف المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني عندما كان موجودا بمدينة تلمسان إثر الأزمة السياسية التي اندلعت في صيف 1962. واستمرت هذه الجريدة بهذا الاسم "الشعب" مكتوبا باللغة العربية والفرنسية حتى شهر مارس 1963 فتقرر حينئذ تغيير هذا الاسم بترجمة فرنسية "لوبل" إلى غاية 1965 فغير حينئذ اسم "المجاهد".

وفي هذه الأثناء كانت السلطة الجزائرية تبحث عن إصدار يومية أخرى باللغة العربية غير أن الصعوبات كانت أكثر تعقيدا نظرا لقلة الوسائل المادية والبشرية، فاليوميات الاستعمارية كانت تصدر كلها باللغة الفرنسية مما استدعى استثمار عدد قليل من الآلات والتجهيزات باللغة العربية.[1]

[1] إحدادن، زهير. تطور الصحافة الجزائرية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995. ص.125

ومن جهة أخرى فإن عدد الصحافيين الذين كانت لهم خبرة بالصحافة المكتوبة وخاصة باليوميات وباللغة العربية كان قليك جدا، والأغلبية منهم تركوا ميدان الصحافة وفضلوا العمل السياسي الإداري، مما اضطر المسئولين إلى طلب إعانة من مصر ولبنان في إيفاد بعض الصحافيين الذين قوما بإصدار اليومية العربية الأولى في الجزائر، وهي جريدة "الشعب" في 11 ديسمبر 1962، وبعد ذلك صدرت يوميتان جهويتان باللغة الفرنسية الأولى في وهران جريدة "الجمهورية" بتاريخ 29 مارس 1963، والثانية جريدة "النصر" في قسنطينة في سبتمبر 1963. وفي شهر أفريل 1966 تأسست أول يومية مسائية باللغة الفرنسية "الجزائر هذا المساء"، وبظهور هذه المسائية أصبح عدد اليوميات التي أصدرتها الحكومة الجزائرية خمسة، وبالنسبة للأنواع الأخرى يمكن الإشارة إلى ظهور أسبوعية "الثورة الإفريقية" باللغة الفرنسية في جويلية 1963 وبالعربية في مارس 1964 بالإضافة إلى هذا لابد من التطرق إلى الجهد الذي بذلته الحكومة في سبيل تطوير وكالة الأنباء الجزائرية حيث "اتخذت قرارات رئاسية في سبتمبر 1963 تنظم هذه الوكالة وتخول لها حق الاحتكار في توزيع المعلومات الإخبارية في جميع تراب الجمهورية الجزائرية".

وقد أدى هذا الاحتكار في توزع الأخبار التي اكتفت اليوميات الجزائرية بنقلها، إلى ضعفها وتشابهها من جهة، ومن جهة أخرى أصبحت لا تحمل رسالة إعلامية

ينتظرها القراء، وذلك مع وجود الصحافة الاستعمارية التي تعتبر منافسا قويا لهـــا، مما جعل السلطة الجزائرية تفكر جديا في القضاء على هذه الصحافة الاستعمارية.[1]

1.2.3.ب القضاء على الصحافة الاستعمارية:

وقد تم ذلك بعد سنة واحدة من إنشاء اليومية الجزائرية الأولى، حيـــث بـــدأت السلطة الجزائرية تفكر في القضاء على الصحافة الاستعمارية فالبديل كان موجودا، ولهذا اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني يوم 17 سبتمبر 1963 وقرر تأميم اليوميات الثلاثية، "لادياش دالجيري" ،"لادياش دوقسطنطين" و"ليكـــودوران"، ويقول القرار بأن هذه الصحافة تذكرنا بالعهد الاستعماري، وأن وجودها لا يـــتلاءم مع السيادة الوطنية رغم موقفها الحالي المعتدل، ومع وجود صحافة وطنية ناشئة لا تقوى على المنافسة.

وهذا القرار السياسي الذي اتخذه المكتب السياسي والحكومة يرمي إلى إلغاء الملكية الخاصة للصحافة المكتوبة وفرض هيمنة الحكومة والحزب على جميع أنواع الصحافة المكتوبة، وكانت العقبة الأولى هي هذه الصحافة الاستعمارية التي أصبحت منافسا قويا لليوميات الوطنية. [2]

[1] إحدادن، زهير. تطور الصحافة الجزائرية. مرجع سبق ذكره. ص.127

[2] م. ن، ص.127

2.2.3 المرحلة الثانية: 1965-1979:

بدأت هذه المرحلة بتغير كبير في الميدان الإعلامي، مما لاشك فيه أن الجهود الحكومية المبذولة في المرحلة الأولى كانت ترمى إلى القضاء على الملكية الخاصة في الميدان الإعلامي، وقد تم ذلك مع بداية المرحلة الثانية وتواصلت الجهود من طرف الحكومة الجديدة لتمتين الوضع الجديد وإقامة نظام اشتراكي للإعلام، ويتمثل هذا النظام في إلغاء الصحافة الخاصة وكذلك توجيه الصحافة الحكومية والحزبية حتى تصبح أداة من الأدوات التي تستعملها الدولة لتعزيز سياستها فهي تقف دائما بجانب الحكومة، تضخم أعمالها الايجابية وتخفي أعمالها السلبية وتسترها، وهاتين النقطتين (إلغاء الملكية الخاصة وتوجيه الصحافة المكتوبة) تعتبر أن من القواعد الأساسية التي بني عليها النظام الاشتراكي للإعلام في الجزائر. أما فيها يخص التوجيه فإنه أصبح سهلا بعد أن أصبحت جميع الصحف اليومية تتبع الحكومة، ففي 16 نوفمبر 1967 صدرت قوانين تجعل من اليوميات مؤسسات ذات طابع تجاري وصناعي، وتجعل من هذه المؤسسات صاحب الحق المطلق في التسيير الإداري والمالي بعد أن جعلته وصاية وزارة الإعلام في التوجيه الإعلامي والسياسي.[1]

[1] إحدادن، زهير. تطور الصحافة الجزائرية. مرجع سبق ذكره. ص.133

إنّ إقامة نظام اشتراكي للصحافة في الجزائر لم يتم دون الاصطدام ببعض المشاكل ببعض المشاكل الموضوعية منها مشكلة التوزيع ومشكلة الأمية والتعريب، فقد قامت الحكومة باتخاذ قرارا بتاريخ 19 أوت 1966 بإنشاء الشركة الوطنية لنشر والتوزيع وإعطائها صلاحية الاحتكار في ميدان توزيع الصحف، فبهذا الاحتكار استطاعت السلطات أن تفرض هيمنتها على توزيع الصحف بمعنى توزيع الصحف عن طريق غير طريق هذه الشركة ممنوع وأن هذه الشركة لا توزع إلا الصحف التي حصلت على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة، مما أثر على وضعية الصحافة المكتوبة، فلم تعرف ازدهارا يذكره وإن كان ارتفاع السحب في ازدياد إلا أنها قد جمدت وأصبحت رسالتها الإعلامية ضعيفة وقليلة المصداقية رغم التطورات الكبيرة التي حدثت في المجتمع من الناحية الاقتصادية والثقافية. [1]

3.2.3 المرحلة الثالثة 1979 – 1988:

تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام وهو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني أواخر جانفي 1979 بعد 15 سنة من انعقاد المؤتمر الثالث، وأهمية تكمن في كونه يوافق لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام مما من يؤكد على أن المشكل الإعلامي أصبح من اهتمامات ومن اختصاص السلطة السياسية بعد أن أصبحت

[1] م. س، ص.135.

الحكومة والحزب يهيمنان بصفة كلية على الميدان الإعلامي، وبعد أن أصبح الإعلام محتكرا من طرف الدولة، وسوف نتطرق إلى محاولة السلطة تحريك هذا القطاع بعد أن عرف جمودا استغرق المرحلة السابقة انطلاقا من توضيح الوضع القانوني وتنويع الصحافة المكتوبة والرسالة الإعلامية.

3.2.3.أ الوضع القانوني:

أصدرت السلطات السياسية في هذه المرحلة ثلاثة نصوص يمكن اعتبارها كقاعدة أساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر، ففي جانفي 1979 وافق المؤتمر الرابع على لائحة خاصة بالإعلام، وفي سنة 1982 ظهر قانون الإعلام، ثم في جوان من نفس السنة وافقت اللجنة المركزية لجبهة التحرير الوطني في دورة خاصة على تقرير شامل يحدد السياسة الإعلامية ويمكن تلخيص هذا الوضع الجديد في التوجيهات الكبرى التالية:

- يعتبر الإعلام قطاعا استراتيجيا له مساس بالسيادة الوطنية.
- إلغاء الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية.
- توحيد التوجيه السياسي في الميدان الإعلامي موكل لحزب جبهة التحرر الوطني.

- تحديد حقوق وواجبات الصحافيين بصفة أدق من ذي قبل مع التأكيد على أن للصحافي الحق في الاتصال بمصادر المعلومات والاطلاع عليها تحت رعاية السلطات وحمايتهم أثناء القيام أو ايجابيا.
- للمواطن الحق في الإعلام، فوسائل الإعلام تقوم بإشعاره بكل ما يجري في البلاد سواء كان سلبيا أو ايجابيا.

3.2.3.ب تنويع الصحافة المكتوبة:

وضعت اللائحة الإعلامية التي وافق عليها المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني برنامج عمل يؤكد على ضرورة تنويع الصحافة المكتوبة، بإصدار صحف جهوية وصحف متخصصة حتى تخلق حركية جديدة تدخل نفسا جديدا على الوضع الإعلامي للصحافة المكتوبة، فلقد تحقق منه بعض الشيء بإصدار يوميتين مسائيتين: "المساء" باللغة العربية "Horizon" باللغة الفرنسية سنة 1988، ولكن هذا التحقيق كخطوة أولى لابد أن تتبعها خطوات أخرى تمل الفراغ الموجود في الميدان الإعلامي.

3.2.3.ج نوعية الرسالة الإعلامية:

لقد رأينا في المرحلة السابقة أن الصحافة المكتوبة فقدت جزءا كبيرا من مصداقيتها، وقد أشارت لائحة المؤتمر الرابع وتقرير اللجنة المركزية حول الإعلام إلى هذه الظاهرة السلبية لذلك أشارت إلى ضرورة إقامة إعلام موضوعي من شأنه أن يولد الثقة بين الصحافة المكتوبة وقرائها، لأن الرسالة الحقيقة للإعلام وخاصة الصحافة المكتوبة هي تزويد القارئ والمواطنين بالمعلومات الكافية حول ما يجري في الوطن والعالم حتى يتمكنوا من الحكم على الأحداث وحتى يكون لهم موقف خاص منها، وبذلك المشاركة في جميع الميادين فعالة وإيجابية.[1]

4.2.3 المرحلة الرابعة: من 1990 إلى يومنا هذا:

لقد أعطت أحداث أكتوبر دفعا قويا للصحافة الوطنية، فالملاحظ أن التغيير الذي شهدته الساحة الإعلامية في الجزائر قد مس بنسبة كبيرة الصحافة المكتوبة، بعد أن نادت العديد من الأصوات وأكدت على ضرورة تسريح القنوات المسدودة، وتوفير الظروف الملائمة لحرية التعبير، فجاء دستور فيفري 1989 وأقرّ التعددية الحزبية وفتح المجال للحريات الديمقراطية وظهرت التعددية الإعلامية بصدور قانون

[1] إحدادن، زهير. تطور الصحافة الجزائرية. مرجع سبق ذكره. ص.137

الإعلام 90-07 الصادر في 03 أفريل 1990 فتبلورت الصحافة المستقلة وظهرت قنوات جديدة للتعبير عن مختلف الآراء في الأفكار.

لقد تجسدت الممارسة التعددية للإعلام مع صدور القوانين والنصوص التنظيمية التي تفسر الأحكام العامة وتحدد الضوابط التي يسير عليها الإعلام.

ويمكن أن نلخص هذه الإجراءات التنظيمية القانونية فيما يلي:[1]

- إصدار منشور 19 مارس 1990 الذي سمح بتشكيل رؤوس أموال جماعية واستثمارها في مجال الإعلام.
- المصادقة على قانون الإعلام 07/90 المؤرخ في 03 أفريل 1990، المتضمن الأحكام المتعلقة بحرية التعبير والتعددية الإعلامية.
- وضع وسائل تنظيمية جديدة للتكفل بصلاحيات السلطة العمومية، وضمان استقلالية المهنة وتمثيلها على مستوى مصادر القرار، أي وزارة الثقافة والاتصال، المجلس الأعلى للإعلام والمجلس الوطني السمعي البصري.
- إقرار مرسوم تنفيذي بإعادة تنظيم المؤسسات الوطنية للتلفزيون والإذاعة والبث ووكالة الأنباء الوطنية والوكالة الوطنية للأحداث المصورة على شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقا للمادة 12 من قانون

[1] مرازقة، إسماعيل. الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر، 1999.ص.77.

الإعلام، والمادتين 44 و47 من القانون 01/88 المؤرخ في 12 جانفي 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية.

- تنظيم عناوين صحافة القطاع العام في شكل شركات ذات مثل "المساء" "Horizon" وغيرها في إطار قانون 01/88 المؤرخ في 12 جانفي 1988 والقانون الخاص بصناديق المساهمة كما تم في ظل هذه القوانين.
- إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار في شكل مؤسسة عمومية اقتصادية منذ سنة 1989.
- تنظيم الأقسام الفنية التابعة لمؤسسات الصحافة المكتوبة، مثل الشعب والنصر والجمهورية على شكل مؤسسات اقتصادية تتولى مهمة طباعة الصحف، بمعنى القيام بفصل المطابع عن الصحف.

لكن الحالة المضطربة التي عاشتها الجزائر منذ بداية التسعينيات مع عدم الاستقرار في الشارع السياسي أدّت إلى بروز مشكلات وعقبات كبيرة في طريق الصحافة الجزائرية، أهمها:

- حرمان الصحافة المكتوبة من الكفاءات الصحفية الشابة التي تضطر إلى مغادرة البلاد والتوقف عن العمل الصحفي.
- المشكلات الفنية التي تتعرض لها الصحافة بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج والطباعة وعدم قدرتها على تحمل هذه النفقات في ظل الموارد الإعلامية المحدودة.
- خضوع الصحافة للرقابة الحكومية الصارمة بسبب حالة عدم الاستقرار السياسي.
- خضوع هذه الصحافة لحالة من الاضطراب الفكري الناشئ عن صراع المواقف والاتجاهات المعبرة عن مصالح الفئات والأحزاب والتيارات التي أفرزتها مرحلة التعددية السياسية والحزبية في الجزائر، واليت تتجلى في المعارك الصحافية التي تشهدها هذه الصحافة.[1]

ليس من السهل أبدأ الحديث عن الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الأحداث الكبيرة التي شهدتها الجزائر منذ أكتوبر 1988 والتي شملت كل قطاعات الحياة، بسبب النقص الكبير إن لم نقل انعدام الدراسات النظرية والتطبيقية التي تناولت قطاع الإعلام بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة، هذا النقص جعل من الصعب فهم طبيعة العلاقة التي تربط الصحافة المكتوبة مع الأنظمة التي تتفاعل معها داخل المجتمع، وخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية والرأي العام.

[1] أبو عرجة، تيسير. دراسات في الصحافة والإعلام. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000، ص.267

المبحث الثاني:

قانون الإعلام الجزائري والدراسة الإحصائية لمؤسسة "إمار ماغريب".

1. قانون الإعلام 1990 وأخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية:

لقد شهدت الجزائر في نهاية الثمانينات عدة متغيرات على جميع المستويات، كانت شرارتها الأولى أحداث الخامس أكتوبر 1988 أو ما عرف بانتفاضة الشباب على رموز نظام الحزب الواحد مما دفع بالسلطة السياسية إلى اتخاذ قرارات وإجراءات فتحت بها مجال التعددية الحزبية والسياسية والديمقراطية وحرية التعبير، وفي هذا المجال جاء قانون الإعلام لسنة 1990 تماشيا مع ما نص عليه دستور 23 فيفري 1989 ولكن التبني الرسمي للتعددية الإعلامية لم يتضح إلا أثر صدور المنشور رقم 04 عن رئيس الحكومة آنذاك السيد "**مولود حمروش**" بتاريخ 19 مارس 1990 والذي فتح المجال أمام الصحفيين لأخبار نمط العمل أو الأساس بفتح المجال الإعلامي أمام الأقلام الخاصة والحرة للتواجد على الساحة الإعلامية.

كما تميز هذا القانون بإعادة بعث المجلس الأعلى للإعلام الذي يعود تاريخ تأسيسه لسنة 1984 إذ نصت المادة 19 منه على ممارسة المهنة الإعلامية بكل حرية في كنف التعددية السياسية والإعلامية، كما تميز هذا القانون عن سابقيه بالخروج عن مركزية التوجيه، وملكية الدولة لوسائل الإعلام بفتحه المجال أمام الاستثمار الخاص في المجال الإعلامي، هذا ما جعل المجتمع الجزائري عموما والصحفيين خاصة يعلقون أمالا واسعة قصد التمتع بإعلام موضوعي وديمقراطي قائم على حق المواطن في الإعلام والصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر بكل

شفافية ومصداقية وموضوعية هذا فيما يخص الأحكام العامة والمبادئ الأساسية لهذا القانون. أما الجانب الأخلاقي فقد أكّدت بنود هذا التشريع الإعلامي على عدة مبادئ أخلاقية وقيم مهنية قصد ضمان إطار أخلاقي مهني في هذا القطاع، حيث نص هذا المضمون على المواد الآتية:

أول هذه المواد التي أشارت إلى الجانب الأخلاقي لمهنة الصحافة المادة 26 التي نصت على:

(ضرورة احترام الصحفي للأخلاق الإسلامية والقيم الوطنية، وحقوق الإنسان، وعدم التحريض على العنصرية أو التعصب أو الخيانة).[1]

كما نصت المادة 33 على: (حق الصحفي المحترف في الأجهزة الإعلامية العمومية على استقلال رأيه في الانتماءات السياسية والنقابية). [2]

أما المادتين 35–36 فقد أكد خلالهما المشرع الجزائري على حق الوصول لمصادر الخبر بالنسبة للصحفي، وضرورة حق الاحتفاظ بأسرار المهنة حسب المادة 37 من هذا التشريع. [3]

[1] قانون الإعلام 1990، ع.14، المادة: 26. الجزائر، أفريل 1990.

[2] م. ن، المادة 33.

[3] م. ن، المادتين: 35، 36.

أما المادة 40 فتنص على: (يتعين على الصحفي المحترف احترام وبكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسة عمله) وضرورة احترام المبادئ والأسس التالية:

- احترام الحقوق الفردية والدستورية للمواطنين.
- الحرص على تقديم إعلام موضوعي.
- ضرورة تصحيح إي نبأ يتبين أنه خاطئ.
- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الأحداث.
- الامتناع عن القذف والشتم والوشاية.
- الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية.

كما يحق للصحفي رفض التعليمات الواردة من كل الجهات والمصادر غير مسؤولي التحرير، وعلى العموم فإن مواد هذا القانون هي كذلك لا تخلوا من الغموض واللبس كما كان الحال مع مواد قانون 1982، حيث نلاحظ المادتين 35، 36 تنصان على الحق في الوصول لمصادر الخبر، في حين المادة 36 تقيد هذا الحق وتحدّ من مجاله، أما المادة 37 تنص على سرية المهنة في الشطر الأول من المادة، في حين أن شطرها الثاني يحدّ من هامش هذه السرية بعدم تجاوز حدود معينة في المجال السياسي والعسكري والاقتصادي.

وقد احتوى هذا القانون على عدة أحكام جزائية تحدّ من حرية الصحفي، وتهـدّد مجاله الإعلامي من هذه المواد نجد المادة 86 التي تنص على: (معاقبة وبالسـجن المؤقت من 05 سنوات إلى 10 سنوات كل من ينشر أخبارا تمـس أمـن الدولـة والوحدة الوطنية).

كما تنص المادة 78 على: (عدم نشر أي خبر يتضمن سرا عسكريا).

كما تحث المادة 36 على إنشاء لجنتين خاصتين بالأخلاقيـات والتنظـيم المهنـي، توظفان تحت سلطة المجلس الأعلى للإعلام.[1]

كما تمّ إنشاء مجلة أخلاقيات الصحافة في فيفري 1993 من قبل وزير الثقافة والاتصال، وذلك لوضع إطار أخلاقي للمهنة، ومن خلال التمعن ودراسة مواد هـذا التشريع الإعلامي الأخير والذي كان يمثل في البداية أفقا رحبا أمام الصحفيين بفتحه المجال الإعلامي أمام الأقلام المستقلة وبالتالي وضع حد لاحتكار السلطة للوسـائل الإعلامية، وإقراره بالتعددية الإعلامية تماشيا مع النمط السياسي المكرس في دستور 1989 والمبني على الديمقراطية والتعددية وحرية التعبير.

لكن هذه الآمال أصابها نوع من الإحباط والخيبة، لأن الاختلاف الوحيد بـين التشريع الإعلامي الصادر عام 1982 والصادر عام 1990 هو اخـتلاف سـطحي فحسب، يتمثل في التطور الكمي لوسائل الإعلام بظهور وفي فترة وجيزة المئـات

[1] قانون الإعلام 1990. مصدر سبق ذكره. المادة 36.

من العناوين بين يومية وأسبوعية، ويتجلى ذلك على وجه خاص في الأحكام بالسجن، حيث تمتد فترة السجن بالنسبة للصحفي عند ارتكابه إحدى المخالفات المنصوص عليها قانونيا في التشريع الأول من 06 أشهر إلى 3 سنوات في حين قد تصل إلى 10 سنوات في التشريع الإعلامي لسنة 1990 عند نفس الخيانة والتهمة، فأين إذن التعددية التي تغنى بها البعض من الساسة؟

نلاحظ أنّ هذا القانون لم يُخرج الصحفي من النفق المظلم الموجود فيه لاعتبارين اثنين لا ثالث لهما الخوف من السلطة السياسية من جهة خوفا من العقاب، وبالتالي تنفي الموضوعية في المجال الإعلامي كما يرى الأستاذ "**قسايسية**" (إن التقنين الإعلامي يعكس كما هو الشأن في مجالات أخرى تناقضات صارخة تعبر عن واقع يطمح إلى إضفاء مسحة من الحداثة على أفكار معبرة في التقليد الشكلي والانسياق وراء المفاهيم المستوردة والواردة عبر قنوات الاتصال الكونية).

كما اختلفت وتباينت نظرة المحللين، وأساتذة الإعلام للوضع القائم في الجزائر من حيث التشريع الإعلامي وعلاقة الصحافة بالسلطة والرأي العام، ومن حيث الدور الذي يقوم به الصحفي وتجلى ذلك على الخصوص في فترة ما بعد الثمانينات وبالأحرى بعد توقيف المسار الانتخابي، وما حمله من تغيرات جذرية على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والإعلامي.

في حين أن قطاع الإعلام لم يكن بعيدا عن التغيرات الطارئة على المجتمع الجزائري والساحة الوطنية، إذ ظهر إلى الوجود نوع من الصراع بين الصحف المستقلة والسلطة باختلاف أشكالها، سواء السياسية أو القضائية أو البرلمانية، هذا الصراع كان في كثير من المرات مضمرا أدى إلى تعليق العديد من الصحف والمتابعات القضائية للكثير من الصحفيين، واستعمال العديد من أساليب الضغط على الصحافة واتهامها من طرف السلطة بكشف الأسرار العسكرية وتهديد الأمن الوطني،أما من جهة الصحافة تجلى هذا الصراع في اتهام الصحف للسلطة بالتضييق على الصحفيين وعلى حرية التعبير كمكسب هام للصحافة الجزائرية ولاستقلالية الصحفي على وجه الخصوص، ولقد تمّ احترام الصراع انطلاقا من سنة 1993 حينما لجأت السلطة بشكل رهيب إلى اعتقال العديد من الصحفيين، ورفع العديد من الدعاوى القضائية ضد الصحفيين والصحف واستخدام مؤسسات الطباعة كأحد أبرز وسائل الضغط حيث عمدت حكومة السيد "**بلعيد عبد السلام**" إلى تعليق العديد من الصحف نذكر منها جريدتي "لومتان وليبارتي" وإلى توقيف مسار إنشاء المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية.[1]

[1] إبراهيمي، إبراهيم ، جريدة الخبر الأسبوعي، ع.100، الجزائر: شركة الخبر، من 01/30 إلى 2002/02/05. ص.8.

بالرغم من هذا الوضع المزري المتسم بالتهديدات والصعوبات السياسية والأمنية، إلا أن الصحافة الجزائرية المستقلة شهدت خلال هذه الفترة قفزة نوعية وكمية كبيرة، حيث قاربت الصحف اليومية آنذاك الأربعين صحيفة، منها خمسة صحف بقدرة سحب تزيد عن مئة ألف نسخة يومية. وواحدة مسائية تسحب 65 ألف نسخة، وبلغ السحب اليومي لكل الجرائد من مليون ونصف نسخة يومية.[1]

وفي خضم هذا الصراع والاعتقالات والتهديدات وتبادل التهم، جاءت التعليمية الرئاسية رقم 17 الصادرة في عهد الرئيس"**اليامين زروال**" وبالضبط في 13 نوفمبر 1997 حاملة في طياتها مبدأين أساسيين، فبالإضافة لدعوتها لاحترام مبدأ الحق في الإعلام والرأي، ومناداتها لرفع احتكار الدولة للمطابع والإشهار وفتح ميدان السمعي البصري أمام الخواص، وتقريب الإعلام من المواطن والتكفل بانشغالاته واهتماماته، أما في ميدان أخلاقيات المهنة فقد دعت التعليمة إلى ضرورة سن قانون إعلامي جديد ينظم أخلاقيات المهنة، وقد كان لهذه التعليمة صدى واسع في الأوساط السياسية والاجتماعية والإعلامية، حيث انعقدت جلسات وطنية ما بين 08 و16 ديسمبر من نفس السنة لدراسة كيفية ترقية قطاع الإعلام والنظر في أخلاقيات

[1] م. س، ص.9

المهنة، فقد ناقشت هذه الجلسات هذا الموضوع وحددت فيه علاقات العمل الصحفي والمبادئ العامة لها ولقانون الإعلام وافق قطاع الإعلام.[1]

كما سلف الذكر أن فترة التسعينات شهدت تطورا معتبرا فيما يخص الصحف المكتوبة من حيث الكم والمضمون حيث تطرقت للعديد من الإشكاليات التي كانت تعتبر وإلى وقت قريب من الممنوعات والطابوهات، وهي شهادة العديد من الجهات سواء الداخلية كالأحزاب السياسية أو الخارجية كالمنظمات الدولية، ومع هذا فقد وقعت بعض الصحف في إشكالات أخلاقية كالمساس بالدين الإسلامي أو بالحياة الخاصة بالأفراد، والدعوة للجهوية والعرقية عبر عدة أساليب فنية كان أهمها "الكاريكاتور" وهي مبادئ محمية من طرف كل المواثيق الأخلاقية الدولية، هذا ما دفع البعض من الأقلام الصحفية إلى المبادرة بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة قصد المحافظة على المكاسب التي حققتها الصحافة الجزائرية في فترة وجيزة اتسمت بالصراع والاستقرار السياسي والضغط المسلط عليها، ارتأت مجموعة من أهل المهنة إلى خلق مجلس أعلى لأخلاق المهنة يسهر على تطبيق إطار أخلاقي متفق عليه للتخفيف من هذه النبرة ومن حدة الصراع فكان تاريخ 13 فيفري 2000[2] مناسبة لإعلان ميلاد هذه الهيئة الرقابية والذاتية، ووضعت إطار أخلاقي للمهنيين في قطاع الإعلام عرف بميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين.

[1] التعليمة الرئاسية رقم 17 الصادرة في 1997/11/13.

[2] ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن المجلس الأعلى للإعلام بالجزائر، 2000/02/13. ص.06

2. دراسة إحصائية لمؤسسة "إمار ماغريب" الفرنسية حول الخارطة الإعلامية في الجزائر:

عند دراستنا لموضوع "دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر" صادفتنا دراسة إحصائية حول المشهد الإعلامي الجزائري نشرته جريدة "**الشروق اليومي**" وقام بهذه الدراسة معهد "**إمار ماغريب**" وشملت الدراسة الصادرة في النصف الثاني من شهر مارس 2010، عينة تتكون من 2500 عائلة جزائرية تمثل 86% من الجزائريين الذين تفوق أعمارهم 15 سنة من الجنسيين بالتساوي على مستوى11 ولاية، موزعين بين المناطق الحضرية والريفية في شرق وغرب ووسط البلاد وفي مناطق الجنوب الكبير، تمّ استجوابهم بطريقة الحوار المباشر في مقر سكناهم، على أساس 80% من سكان المناطق الحضرية و20% من سكان المناطق الريفية، ولا تتعدى درجة الخطأ مع عينة بهذا الحجم أكثر من 2,1% بالزيادة أو بالنقصان.

1.2 التعريف بمعهد "إمار ماغريب":

يعتبر "**إمار ماغريب**" الفرع المغاربي لمعهد "**إمار**" الفرنسي الذي تأسس سنة 1999 بالعاصمة الفرنسية باريس، والمتخصص في دراسات الخبرة والاستشارة في مجال التسويق، وهو أكبر معهد في مجال نشاطه في أسواق شمال إفريقيا وبلدان الساحل الإفريقي الفرنكوفونية. ورغم حداثة المعهد إلا أنه تمكّن من تنويع محفظة

زبائنه إلى مجموعات عالمية وهيئات ومنظمات دولية غير حكومية متخصصة وشركات متعددة الجنسيات في مجالات الإعلام الاتصال والسيارات والصناعات الغذائية والصحة والبنوك والتأمينات في فرنسا والجزائر وفي بلدان المغرب العربي وإفريقيا بفضل الخبرة التي يتوفر عليها فريق من الخبراء العاملين لصالح المعهد الذين يهتمون بطبيعة النسيج الاقتصادي والاجتماعي والثقافي واللغوي للدول التي يعملون بها، وخاصة في الجوانب المتعلقة بالعادات والتقاليد الإفريقية والخصائص الجهوية والإثنية لأنماط الاستهلاك لكل دولة من الدول الإفريقية التي يتواجد فيها المعهد، وهو ما يسمح بتقديم دراسات جادة ودقيقة جدا للزبائن وخاصة الشركات المتعددة الجنسيات أو المجموعات التي تريد تعزيز مكانتها في دولة من الدول الإفريقية أو على المستوى الجهوي.

ومن أهم المجموعات التي تتكون منها محفظة "**إمار**" في مجال الإعلام، "**تي في 5**"، "**ميدي 1**"، "**أوروسبور**"، "إذاعة هولندا"، "**بي بي سي** العالمية " و"**كنال بلوس**" ومجموعة قنوات "**راي**" الإيطالية والتلفزيون الجزائري وتلفزيون "**دويتشه فيلي**" الألمانية ومجموعة قنوات "**أي أر تي**"، بالإضافة إلى جريدة "الشروق اليومي" فضلا عن شركات "**ستار كوم**" و"**أم أم سي**" و"**ميديا ألجيري**" في مجال الاتصال، وفي مجال الأغذية والصناعات الغذائية توجد مجموعات عالمية ضخمة ومنها "**نيسلي**"، "**سيليا**"، "**كانديا**"، "**بيل انترناشيونال**"، "**بروكتر أند غمبل**"، "**هنكل إناد**"، "**يونيليفر**"، "**لوريال**"، "**إرياض**" والشركة الجزائرية للمواد الدسمة والشركة الوطنية للسكر، بالإضافة إلى "**غلاسكو سميث كلاين**"، "**فايزر**" و"**ميدي ميكس**" في مجال الأدوية، وطبعا "**رونو**"، "**بوجو**" و"**فاليو**" في مجال السيارات.

الفصل الثالث:

الرأي العام والأساليب الإقناعية الصحفية.

المبحث الأول:

الرأي العام.

1. تعريفات الرأي العام:

يُعتبر مصطلح "**الرأي العام**" من المصطلحات التي يصعب على الباحثين تحديدها تحديدا دقيقا، وتؤكّد الدراسات على صعوبة وضع تعريف دقيق محدد "للرأي العام" ويذهب بعض الباحثين إلى أن القدرة على قياس "الرأي العام" تفوق القدرة على تعريفه وتطويعه، فعلى الرغم من أن المفهوم ظهر في القرن 18م فإنه لم يُعرّف بعد بشكل محدّد أو مرض، فالرأي العام من "الصعب وصفه، ومن غير الميسور قياسه ومن المستحيل رؤيته" ورغم كل هذه الصعوبات فإن قوة الرأي العام لا يمكن تجاهلها في أي مجتمع.

تميل التعريفات الحديثة للرأي العام إلى الاستناد إلى مجموعة من الأبعاد والمتغيرات في صياغة التعريف كمدى ارتباط الرأي العام بقضية ذات صبغة عامة أو جماهيرية، درجة ظهور الرأي العام وعلانيته، درجة الموافقة المطلوبة، ونسبة الموافقة التي تسمح بتكوين الرأي العام، الأثر الناتج عن الرأي العام، مدى الارتباط بين الرأي العام والمعتقدات والقيم.

يذهب "**جون ستيوارت ميل**" إلى أن ما يريده أو يفرضه المجتمع هو الشيء الأساسي الحاسم الذي تتقرّر بمقتضاه القواعد التي يجب مراعاتها وعدم تعارضها مع القانون أو الرأي العام. أما"**ميكيافيلي**" فيذهب إلى أنه لا يمكن لأي حكيم أن يتجاهل الرأي العام في القضايا ذات الطابع الجماهيري، لأن الجمهور لن يرتكب أي

خطأ في ترتيب واختيار الأفضليات، كما أن أخطاءه ستكون محدودة بالقياس إلى الأخطاء التي يمكن أن تنجم عن تجاهله. يذهب "**ديفيد هيوم**" إلى القول أنه على الرأي العام وحده تقوم الحكومات، أما "**جيمس برايس**" فيذهب إلى أن الرأي العام هو مجموعة الآراء يُبديها الناس إزاء القضايا والموضوعات التي تهم المجموعة وتؤثر فيها، ويرى"**دوب**" في كتابه "**الرأي العام والدعاية**" أن الرأي العام "ميول الناس إزاء قضية ما حينما يكون أعضاء في نفس الجماعة الاجتماعية"، فالرأي العام في نظر "**دوب**" إذن هو ثمرة الجدال والنقاش بين الأفراد. في حين يراه "**فلويد ألبورت**" بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذو أهمية جماهيرية، بينما يقرّ "**جيمس يانج**" في تعريفه للرأي العام بأنه الحكم الاجتماعي الذي يُعبّر عن مجتمع واع بذاته، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها التعقل والمنطق وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة. أما "**ألبيج ALBIG**" في كتابه "**الرأي العام الحديث**" فيقول عنه "أنه تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة من جماعة ما"، ويعرفه الدكتور "**عبد الرحمن عزي**" بأنه: « مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذي أهمية عامة (أي الآراء) التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى

سياسة الحكومات»[1]. الرأي العام هو تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التي تدور فيما بينهم، وهو مجموعة الاتجاهات التي تُسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبر عن رأي الأغلبية، كما يذهب "**كروريدج كنج**" في كتابه "**قراءات في الرأي العام**" إلى أن الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية، ويرى "**كي**" أن الرأي العام هو الآراء التي يعتنقها الأفراد أو ترى الحكومة أن من الحكمة إتباعها، ويذهب "**جيمس برايس**" في كتابة "**الديمقراطيات الحديثة**" إلى أن الرأي العام هو اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة من الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة، أما "**هينيس**" فيعتبره مجموع وجهات النظر القابلة للقياس والموجودة لدى الأفراد الذين لهم مصلحة في قضية أو موضوع ما محل هذا الرأي. وعلى صعيد الخبراء يذهب الدكتور "**أحمد سويلم العمري**" إلى أن الرأي العام هو مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم في الحياة العامة، كما يذهب الدكتور "**أحمد أبو زيد**" إلى القول أن الرأي العام هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه رأي آخر، وذلك في وقت معين إزاء مسألة تعني الجماعة وتدور حولها المناقشة "صراحة" أو ضمنيا في إطار هذه الجماعة. الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش

[1] عزي، عبد الرحمن. دراسات في نظرية الاتصال. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003. ص. 33

وتمس مصالح هذه الأغلبية وقيمها الإنسانية الأساسية مساسا مباشرا، هذا بالنسبة للدكتور"**إبراهيم إمام**"، أما لدى الدكتور "**إسماعيل بدر**" فهو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال التي تؤثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولة. يقول الدكتور "**محمد عبد القادر حاتم**" : الرأي هو أي تعبير عن موقف من قضية متنازع عليها قابلة للجدل، ومن ثمّة فإن الرأي العام هو ذلك الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس.

يذهب بعض الباحثين إلى تلخيص بعض التعريفات الحديثة للرأي العام في الدراسات الأجنبية ويلخصون من ذلك أن "معظم الكتاب يرون أن الرأي العام يمثل الاتفاق الجماعي "Consensus" في الرأي بين عدد متفاوت من الأفراد وأن هذا الاتفاق يُمارس درجة من القوة، وينشأ هذا الاتفاق بمرور الوقت من جميع وجهات النظر التي تظهر وتتبلور حول أمر أو قضية موضع نقاش.

الملاحظ أن مصطلح "**الرأي العام**" من اختراع العصور الحديثة التي تعرف تعدّدا في وسائل التعبير من صحيفة إلى إذاعة إلى تلفزيون إلى راديو إلى سينما إلى انترنيت مرورا بالندوات ومعارض الكتب.، لكن لا يعني هذا وبطبيعة الحال أن الرأي العام لم يكن له وجود في العصور السابقة، بالرغم من محدودية الوسائل في

العصور القديمة والوسيطة وانحصارها في الرسوم، الألواح، الكتب، الرسالة والشعر في الأماكن "العمومية" كالأسواق.

ويتردد لنا لفظ "**الرأي العام** أو **الخاص**" في هذا العصر في عدّة محطات سياسية كانت أو اجتماعية أو ثقافية وتعكس ضخامة الحادث درجة الاهتمام لدى الرأي العام.

إنّ تعقيد الرأي العام يكمن في تحديد مفهوم له يتفق عليه الجميع، وهذا التعقيد نعتبره بالأمر الطبيعي وذلك لعدة عوامل من أبرزها أنه، أي الرأي العام، له علاقة بطبيعة الفرد والإنسان الذي من سماته المعروفة التعقيد من ناحية التنشئة الاجتماعية ومن الناحية الفطرية والتنوع الثقافي، فمن هذه المعطيات نستطيع وبنسب متفاوتة تفهّم التعريفات الكثيرة التي أعطيت لمفهوم "الرأي العام" فهو ليس في منأى عن البيئة والمضمون اللذان يتكوّن فيهما.

إنّ تعريفات المفكرين لا يمكن فصلها عن "البيئة الاتصالية" التي جاءت فيها، لأن تعريف أي مفكر لمفهوم الرأي العام يكون حسب الوسائل الاتصالية التي نشأ منها والتي تمثل بيئته الطبيعية، فزمن الكتب ليس هو زمن التلفزيون وليس هو زمن الانترنيت وليس هو زمن الهواتف النّقالة "الجيل الثالث"، ووسائل الاتصال لها، وحسب ما نراه، دور كبير في تحديد مفهوم الرأي العام كذا في ممارسة الجمهور

وفي كيفية استعمال المعلومة وفي أي إطار وعبر أي حامل Support أو وسيلة إعلامية.

1.1 مصطلح الرأي العام حسب "يورغن هابرماس":

يرى "**هابرماس**" أن مصطلح الرأي العام لا يتوافق مع مصطلح الإشهار لأن الرأي العام لا يمكن لنا التوصل إلى غايته المثالية بنفس السهولة التي نجدها في الإشهار، وأن الجانب النقدي للإشهار مختلف من حيث وظائف المراوغة أو التضليل "Manipulation"، إلى جانب الاختلاف القائم من حيث الظروف الاجتماعية.

"الرأي العام" هو خيال القانون الدستوري، حيث أصبح ملك مجموعة بعض الهيئات السياسية ومن هذا المنطلق ظهرت بحوث أمبريقية في مجال العلوم الاجتماعية لنقد هذه النظرة أو البعد للتوصل إلى إثبات وجود "رأي عام" خارج الرؤية المؤسساتية الدستورية.[1]

كان مصطلح "الرأي العام" بالنسبة للمذهب "الليبرالي" في أواسط القرن 19 مركز إشكال، ولكن بداية من 1875 صار هذا المصطلح يحمل معه الكثير من الشكوك واللبس، ومثال ذلك ظهور الكثير من المفكرين الذين أعطوا تعريفات أو بالأحرى حاولوا إعطاء تعاريف لمصطلح الرأي العام.

[1] HABERMAS, Jurgen. L'espace public. trad. MARC, B. de Launay. Paris : Payot et Rivages, 2008. p.250

يرى"**ف.فون هولتزندروف** F.vont Hötzendorf" في كتاب بعنوان "**طبيعة وقيمة الرأي العام**" أن الرأي العام أصبح شعارا يُتداول وذلك بغرض إرضاء الجمهور وجعله يخضع لهذا المنطق وذلك فيه كبت للمبادرة الشخصية التي قد تحاول معارضة هذا الرأي.[1]

تناول "**هابرماس**" مصطلح الرأي العام في دراسته لفترة القرن الثامن عشر (18) في أوروبا والتي شهدت بروز الطبقة المتوسطة ، وعرفت تراجعا في دور الكنيسة مما أدّى إلى بروز "نقاش عام في الأماكن العامة" لتأييد أو معارضة مواضيع في الشأن العام لاسيما في دول إنجلترا، فرنسا وألمانيا في الصالونات الأدبية والمقاهي. تلكم الأماكن سماها "**هابرماس**" بـــ "الفضاء العام للمجتمع" والذي كان يتّسم بالحرية، حيث كانت تقرأ القصص والروايات في البداية ثم الصحف والمجلات، وكان من بين أسس هذه المنتديات: الانفتاح العام، النقاش العقلاني، تجاهل الوضع الاجتماعي للحاضرين، وذلك بنية خلق جو لحل القضية المطروحة أي بعث "الرأي العام". يؤكد بهذا الصدد "**هابرماس**" أن الفضاء العام هو مصدر "الرأي العام"، وفي الوقت ذاته يُنبّه إلى أن هذا المفهوم قد يُوجّه لعدة أسباب، من أهمها المصلحة الطبقية وغياب الديموقراطية.

[1] Op. Cit. p.251

يرى، بالمقابل، "**جايمس ميلتون**" أن الفضاء العام البورجوازي ناجم عن طورين طويلي الأمد: أولهما "نشوء الدولة القومية" وثانيهما "ظهور الرأسمالية"؛ حيث وجدت السيادة تعبيرا رمزيا لها في ما يدعوه "**هابرماس**" بـــ "العلنية التمثيلية Representative publicness" لطقوس واستعراضات البلاط.[1] كما أبدى "**هابرماس**" خشيته من النزعة الجديدة في دمج الإعلام بالإعلان.

لقيت رؤية "**هابرماس**" للفضاء العام كثيرا من الانتقاد من طرف العديد من الباحثين خلال الندوات والدراسات التي أجريت بهذا الصدد، ولعلّ أبرز تلكم الانتقادات ما يتعلق بإمكانية استعمال "الفضاء العام" كأداة ووسيلة للتّسلط بدل أن يكون مثالا للتحرر؛ يضاف إليه مصطلح "**الرأي العام بالإجماع**"، حيث يـــُسَجَّل بعض التحفظ على ما يراد بـــ "الإجماع" بالنظر إلى عدم تمثيله لجميع طبقات المجتمع، أي الميل إلى رأي طبقة دون رأي أخرى، فضلا عن إقصاء العنصر النسوي فيما يُدعى بـــ "الإجماع" وكذا اختلاف بُنى المجتمع وإشكالية كيفية تحديد الجمهور العام.

[1] نعيمان، عثمان. بؤس الصحافة ومجد الصحافيين. بيروت: المركز الثقافي العربي، 2009، ص. 85

2.1 "بيار بورديو" وسلطة الصحافة والرأي العام:

ينطلق "**بورديو**" من فكرة أن التلفزيون والصحافة عامة تشكل راهناً أداة للقمع الرمزي نظرا للمستوى الثقافي أو المعرفي المتدنِّي للمشاهدين الذين يميلون إلى تصديق ما يُعرض عليهم بعامة من خلال تطبيق وسائل إقناعية تستميل العاطفة. يأمل "**بورديو**" في أن تتحول الصحافة إلى أداة للديمقراطية المباشرة عن طريق رفع المستوى العلمي للمشاهدين والقراء وتقوية استقلالية الصحافة عبر إدراك الأولويات التي تعمل على ضرب تلك الاستقلالية، والأولويات غير المرئية التي تُمارَس الرقابة من خلالها، ذلك ما يجعل من الصحافة أداة عظيمة لتثبيت النظام الرمزي (تواطؤ المتلقِّين والذين يمارسونه). وهكذا تغدو وسائل الإعلام أداة لخلق الحقيقة وللتحكيم الاجتماعي والسياسي، وليس كما يُدَّعى، أداة لتسجيل الواقع. وهو ليس ملائما للتعبير عن الفكر أو الرأي؛ إذ يمنح أهمية للتفكير السريع وللغذاء الثقافي السريع المقترن بأفكار مسبقة. يُقدّم "**بورديو**" حول هذا الموضوع أفكارا للتحديد وللتحقق منها بوصفها أمورا معقدة جدا لا يمكن معرفتها إلاّ من خلال عمل أمبريقي مهم، ارتكازا على ملاحظات من الواقع. كما أن الأفكار المُقدّمة تتعلق بالمجتمعات الغربية الأوروبية عامة والمجتمع الفرنسي خاصة.

ويبرز لدى "**بورديو**" اتجاهان: "علمي" و"إصلاحي"؛ ويتمثل الأول في موقف الباحث السوسيولوجي الحيادي وهو الغالب والأساسي الذي يعتمد على مبادئ سوسيولوجية

أساسية، مثل: فهم الظاهرة الاجتماعية كما هي في الواقع أي من دون الانطلاق من مفاهيم مسبقة، ثم شرحها بأسباب اجتماعية مع التركيز على العاملين الاقتصادي والثقافي، باعتبار أن الواقع مقياس للحقيقة، مما يؤدي إلى تقسيم العالم الاجتماعي إلى حقول مستقلة نسبيا، وكشف المستور، وكذا استخدام بعض المفاهيم (العنف الرمزي، ميزان القوى الرمزي، الهيمنة الرمزية والوزن الرمزي).

يرى "**بيار بورديو**" أن دور المجتمع يزداد في إمكانية النقاش العقلاني، بالرغم من أن الرأي العام يدل على مسلمات تتجدَّر في التكوين، إلاّ أن هناك طيفا متنوعا بين حدين أحدهما "أورثوذوكسي" والآخر مناقضه، ويؤكّد أيضا أن الطبقات المتوسطة كانت أكثر استعدادا للمشاركة في النقاش السياسي ولديها رأس المال الثقافي والاقتصادي الذي يُمكّنها من القيام بالتغيير.

تُشكّل الصحافة عند "**بورديو**" أحد أهم مكونات الفضاء العام "**المجال الصحافي Journalistic field**" وأهم حلقة وصل بين المجالات المختلفة في المجتمع، إذ يعتمد المجال الصحفي على مجموعة مُسلَّمات ومعتقدات تتجاوز الاختلافات في الموقع والرأي؛ حيث لا وجود للصحافي المجرد داخل المجال الصحفي، فتبعا لتهيئته في "**Habitus**"، وهو مفهوم أساسي لدى "**بورديو**"، تتشكل ميوله ونظرته للعالم. يُمثّل "**بورديو**" هذا المجال من حيث الانتشار "بالدائري" أي يقرأ الصحافيون لصحافيين آخرين ويستقون الأخبار من مصادر واحدة، وقد بدأ

تكوين المجال الصحفي في فترة مقاربة للفترة التي لاحظ فيها "**هابرماس**" تشكّل الفضاء العام الذي اعتمد على الصحافة كمُكوّن أساسي.

2. الرأي العام كجانب من التحليل بسيكو سوسيولوجي Psychosociologie:

حسب "**هويتزنقHUIZINGA**" في كتابه "**خريف العصور الوسطى**" الرأي العام يحدّد سلوك الأفراد داخل مجموعة اجتماعية واحدة إزاء مشكلة ما؛ حيث يُظهر لنا هذا التعريف تطور مفهوم الرأي العام على "النحو الوضعيPositivisme" ومنهجية البحث الأمبريقية فمفهوم "مجموعة Groupe" لم يعد يخضع للرؤية التاريخية، الاجتماعية ليصبح مفهوم الرأي العام « ردود الأفعال الناجمة عن مشكلة ما" ثم من "طريقة التعبير للمواقف" وهذه الرؤية لقيت نقدا من العديد من المفكرين على سبيل المثال: "**ب.ف لازرفيلد**" الذي عارض الاتجاه البسيكوسوسيولوجي الذي حسب رؤيته يعزل العلوم السياسية».[1]

[1] الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية، 2004. ص. 73

3. التحليل السياسي والرأي العام:

يرى "**روبيرت داهل**" أن الثقافة السياسية « تشير إلى توجهات الأفراد بشأن حل المشاكل كما أثار الكثير من التساؤلات حول خصائصها المميزة كأن تتسم بالعقلانية وطابع التأمل النظري.»[1] وتتّسم كذلك بالطابع "البرجماتي". يمكن القول أن مفهوم الثقافة السياسية ينصرف إلى "مجموعة المفاهيم الأساسية المُكوِّنة للثقافة والمُكوَّنة من القيم والعادات والمعايير والرموز المرتبطة بالقوة السياسية في المجتمع"، ومعنى القيم من خلال هذا التعريف هي الأحكام المعيارية والأفكار والاتجاهات التي توجه السلوك الإنساني النهائي فهي تصورات مجرّدة من السلوك الواقعي، في حين أن المعايير هي التي"تشير إلى معتقدات وتصرفات الجماعة وبالتالي إلى ميثاقها أو دستورها.

الرأي العام بما يمثله من ارتباط بتفضيلات الأغلبية وبما يُحققه من قبول مؤسسات المجتمع باعتباره تعبيرا عن اقتناع ورضا لرأي الأغلبية، وهو ما يجعله مقبولا لدى النخبة وفي حالات عدم موافقة الطبقة السياسة على هذا الرأي يكون هناك احترام له وهذا لعدم قطع الصلة أو العلاقة بين الرأي العام والنخبة السياسية أو ذوي القرار في السلطة. فالرأي العام يمكن له أن يتكوّن من أفراد مجتمع غير منظمين أو أفراد مجتمع داخل تنظيمات معينة كأعضاء مؤسسات سياسية وسيطة

[1] مهنا، محمد نصر. الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007. ص. 134

مثل: النقابات، الجمعيات، الاتحادات والتي يطلق عليها عادة تعبير النخبة الوسيطة باعتبارها تمثل حلقة وصل بين النخبة السياسية الحاكمة والجماهير غير المنظمة.

إن الرأي العام الجماهيري والنخبوي لكل منهما خصائص ولا يمكن لنا غض النظر عنها وخاصة في الدول غير الديمقراطية التي قد تجد أكثر سهولة في التحكم في الرأي العام النخبوي وذلك بالتحكم بالنقابات أو الجمعيات وبشتى الطرق المتاحة للسلطة من قمع أو تعيين رؤساء جمعيات ونقابات مناوئين للسلطة، في حين أن الرأي العام الجماهيري تجد السلطة أكثر عناء في التحكم فيه رغم أن سيطرتها على وسائل الإعلام وخاصة الثقيلة منها قد تساعدها في ذلك ، غير أن هناك " Une marge de manœuvre" للجمهور وذلك عبر التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال الفني قد تفتح له المجال لرؤى جديدة غير تلك المفروضة من طرف السلطة السياسية الحاكمة.

إن التقسيم في الرأي العام إلى رأي عام نخبوي وآخر جماهيري يجد خلافا حادا بين الباحثين فمنهم من يرى أن دور الجماهير والرأي العام يعد أساسا في العملية السياسية ويشير إلى الدول الديمقراطية حيث تمثل الانتخابات والتصويت فرصة أساسية للرأي العام لاختيار القيادات السياسة أما البعض الآخر من الباحثين فيذهب إلى التركيز على النخبة وليس الجماهير معتبرين – حسب رأيهم – أن النخبة هي القوة المهيمنة والتي قد تستجيب لمطالب الرأي العام بدون اللجوء إلى الجماهير التي

تفتقر إلى المعرفة والاستنارة والفعّالية، فاعتبروا أن النخبة هي تلك القلة التي تتخذ القرارات في النظم السياسية بوجه عام ومن ثمة تُهيمن على الجانب الأكبر من القوة السياسية في المجتمع.

4. التحقيقات الصحفية والرأي العام :

إنّه لمن المؤكد أن من أبرز وأهم أهداف التحقيقات الصحفية هو إظهار الحقيقة التي قد لا تتداول في وكالات الأنباء أو نتيجة نقص الأخبار والمعلومات على بعض القضايا التي يطغى عليها الغموض والتي قد تترك نقاط تساؤل لدى الرأي العام، أو حتى القضايا التاريخية التي بقيت ثناياها بين أروقة السلطة التي لم يجرؤ الإفصاح بها لأسباب أو أخرى رغم مرور الزمن على هذه القضايا، ومن أبرز الأمثلة عن ذلك قضية "التعذيب في الجزائر" إبّان الاحتلال الفرنسي فرغم مرور أكثر من 47 سنة عن استقلال الجزائر إلاّ أن السلطات الفرنسية ما تزال "متحفظة" وبصفة غير عادية حول هذه الحقائق والتي تعتبر المجال الخصب لظهور تحقيقات مكتوبة ومصورة كلها موضحة وبشهادات قدامى الحرب وضباط سامين في الجيش الفرنسي على تجاوزات الجيش الفرنسي في الجزائر من قتل وتعذيب والذي كان وحسب شهادة القادة الفرنسيين "بالعمل الآليActe systématique" وهذا ما ترفضه الجهات الرسمية.

إنّ بروز مثل هذه التحقيقات الصحفية جعلت الرأي العام الفرنسي يطالب بإعادة فتح هذا الملف الشائك الذي يتنافى مع مقومات الثورة الفرنسية التي تعتبر المرجع المقدس في فرنسا وكذا جميع الدول الديمقراطية، ومن الغريب أن السلطات الفرنسية تصدّت لـــ "الهجمات الإعلامية" وكذا أصوات النخبة بقانون ينص على "تمجيد الاستعمار La glorification" وعدم الطعن فيه، كرد سياسي لمن يريد إعادة فتح هذا الملف.

إنّ صحافة التحقيقات والصحفي المحقق أصبح العدو الأول للسلطة، وهذا لِمَا قد يُحدثه من ضجة قد تزلزل دوائر السلطة غير أنه لا يمكن غض النظر عن التجاوزات التي يمكن أن يرتكبها المحقق الصحفي، عن طريق التقليل أو الاستعانة بوثائق مزورة وشهادات كاذبة وهذا لصالح جهة على حساب جهة أخرى وهذا يحدث بكثرة عند اقتراب مختلف المواعيد الانتخابية التي أصبحت موعد كل أنواع الفضائح، وهذا بهدف الإطاحة بغريم سياسي أو منافس في منصب ما ولو كان من نفس الكتلة الحزبية بهدف تخفيض نسبة شعبية المنافس وتضليل الرأي العام في حالة عدم صحة الفضائح.

مهّد "أ.ف بنتليA.F Bentley" لاستعمال القواعد الأمبريقية إذ يُعتبر من الأوائل الذين طالبوا بـــ "التحليل الكمي للرأي العام الآخذ بالاعتبار جميع مكونات المجتمع"

بمعنى تحري وإظهار اتجاه فئة من المجتمع مراعين كل من: المكان، الزمان، والظروف التي لها دور مركزي في استخلاص النتائج في البحوث الأمبريقية.

5. عوامل تكوين الرأي العام:

يوجد عدة عوامل مؤثرة في تكوين الرأي العام ومن بين هذه العوامل، الظروف البيئية، التراث الثقافي، الأوضاع الاجتماعية، المناخ النفسي للأفراد، والأوضاع السياسية والاقتصادية، والتجارب الذاتية للأفراد وما يصلها من تجارب خارج حيزها الشخصي بمعنى أن كل منها يؤثر في الآخر ويتأثر به وهذه العوامل ليست نظرية منعزلة، ولكنها قوى فعالة في مجال نابض بالحركة لا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة.[1] ويمكن لنا حصر أهم هذه العوامل والتي سوف نتطرّق إليها وبتفصيل أطول في: النظام البيئي، النظام الثقافي التعليمي، النظام الاقتصادي والسياسي، نظام الاتصال ثم الأحداث والتجارب الهامة ودور الزعامة والقيادة وطبيعة النماذج الدولية.

1.5 النظام البيئي:

يُقصد بالنظام البيئي الجو والمناخ الذي يعيش وسطه الأفراد، فحسب بعض الباحثين هناك تأثير مباشر للبيئة على تصور الأفراد ورؤيتهم ومعالجتهم لمختلف القضايا، ومثال على هذا نجد سكان المناطق الباردة مثلا أكثر اهتماما بظاهرة

[1] عليوة، سيّد. إستراتيجية الإعلام العربي. القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، 1990. ص.36

"الاحتباس الحراري" وغيرها من الظواهر وهذا لأن هذه الأخيرة لها علاقة ببيئتهم التي أصبحت مهدّدة بالزّوال، فالموقع الجغرافي لهذه الدول يفرز اهتماما خاصا بهذه القضايا وكذلك الأمر بالنسبة لسكان الصحراء وقضية الماء، فالنظام البيئي له وزنه في تكوين الرأي العام لدى الأفراد.

2.5 النظام الاقتصادي والسياسي:

يُعتبر من أهم العوامل المؤثرة على الرأي العام فالأوضاع السياسية والاقتصادية القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام، إذ يعكس النظام السياسي حكم الطبقة التي تملك وسائل الإنتاج السياسية في المجتمع وتسيطر بالتالي على وسائل التعبير السياسي والإعلامي والنظام التعليمي وعلى مختلف المؤسسات الاجتماعية والثقافية التي تساهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فالدول ذات الاتجاه الليبرالي والقائمة على تعدد الأحزاب والنقابات وسائر التنظيمات المدنية التي تسمح بظهور وسائل إعلام تعكس أفكار واتجاهات جميع الطبقات السياسية من خلال حرية الصحافة بجميع وسائلها، فالمناخ الديمقراطي يسمح بتبلور الرأي العام ويعطيه الحرية والاختيارات لنجد اتجاهات عدّة للرأي العام لمختلف الفئات الاجتماعية، وهذا ما قد لا نجده في حالة سيادة الحكم الدكتاتوري القائم على سلطة الفرد المطلقة مما يترتب عليه حرمان طبقات كاملة من التعبير السياسي والإعلامي عبر القنوات المعروفة، وهنا تحدث ظاهرة عدم الثقة بين أفراد المجتمع والسلطة الحاكمة ويصبح

الرأي العام شبه معدوم وهذا لانعدام فعاليته ودوره الطبيعي في تغيير الأوضاع في جميع القطاعات والمجالات.

3.5 النظام الثقافي والتعليمي:

هو عنصر جد مؤثر في تكوين الرأي العام فردود أفعال الأشخاص على مختلف القضايا تكون انطلاقا من خلفيتهم الثقافية وتراثهم العقائدي الذي يساعدهم في التكيف، هذا حسب الأنثربولوجيون، مع البنية المحيطة بهم فالعادات مثلا تُدعّم ثواتب الأسرة بما في ذلك المعتقدات الدينية. أما الثقافة فالمقصود بها المعنى العام للحضارة بعاداتها وتقاليدها وآرائها وطقوسها وأنماط سلوكها مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع مختلف القضايا على هذه الخلفيات.

4.5 نظام الاتصال:

تنظيم المعلومات وترتيبها يؤثر وبصفة مباشرة في عملية تكوين الرأي العام لدى أفراد المجتمع وهناك عدة تدريبات ومقاربات يستعملها القائم بالاتصال أو الإعلام والتي أصبحت كمدارس يُقتدى بها وعلى سبيل المثال لا الحصر " ترتيب الأولويات Agenda Setting" أو المقاربة " دوامة الصمت La spirale du silence" وهذه التطبيقات استعملت في مجال الإعلام والاتصال وبالتحديد في الصحافة فوسائل الاتصال الجماهيرية يمكن أن تكون أدوات وأجهزة ممنهجة لتوجيه الرأي العام في قضية على حساب قضية أخرى وهذا بطريقة المعالجة أو بإبراز بعض

الجوانب على حساب جوانب أخرى، فالصحفي له دور"المايسترو يتحكم في المعطيات وكل متغير يعطيه النوتة التي يريدها والنغمة التي يستحسنها ويوجد الكثير من المفكرين الذين نقدوا هذه الطرق التي اعتبروها كتضليل للواقع وطمس للحقيقة.

6. صناعة الرأي العام:

تُعدّ تنمية الاتفاق الجماعي في الرأي بالمجتمع أبرز دور للوسيلة الاتصالية، فالتعرض للمعلومات من زاوية على حساب زاوية أخرى يؤدي إلى إنشاء رأي عام موحد لدى القراء أو المتتبعين ولو بنسب مختلفة ويتم هذا التوجيه والتحكم بالمادة الاتصالية من خلال ما يمكن تسميته "صناعة الرأي العام" أو "تشكيل اتجاهات الجماهير" أو "صناعة الفكر والإقناع" ونشأ في هذا الإطار نوع من الصراع الثقافي والإعلامي من أجل السيطرة على القوى التي تشكل المعتقدات وتنفي الاتجاهات وتبلور الآراء، سواء أكانت فردية أو جماعية، فالاتصال يمتلك سلطة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية، هي بمثابة سلطة التأثير على العقل البشري وذلك باستعمال الطرق الإقناعية والتي أصبحت تعتمد على قواعد منهجية ودراسات أكاديمية، بهدف الوصول إلى توجيه أو تكوين أو حتى فبركة لهذا الرأي العام.

7. السلطة الرابعة أو الإيديولوجية الصحفية:

إنّ حلم كل صحفي رغم عدم الإباحة به هو اقتداء ب "**ك. بيرستاين**" أو "**ب. وودوارد**" الصحفيان اللذان ارتبطا اسميهما بقضية "وترقيت Watergate"، فقد وصلا باسم الحرية والحقيقة إلى زعزعة سلطة سياسية شرعية لأكبر الدول الديمقراطية في العالم آنذاك ، بل حتى التسبب في استقالة حكومة "**نيكسون**" وهي سابقة تاريخية في الو.م.أ، فكلما تزداد المنافسة في المجال الإعلامي كلما زاد طموح الصحفي في التميز عن زملائه ليصبح "المدافع عن الديمقراطية".[1]

من خلال اتّباع منهج التحقيق، فالصحفي لم يعد يكتفي بسرد الأخبار المتداولة من طرف وكالات الأنباء التي جعلت من الأخبار سلعة مدفوعة الأجر بل أصبح في بحث دائم عن "السبق الصحفي Scoop"، وأصبحت التحقيقات حتمية في ظل الكم الهائل من المعلومات التي تصلنا على مدار الساعة، ولكن هل كل تحقيق يراعي أخلاقيات المهنة؟ وهل المساس بالحريات الخاصة مسموح به في ظل الحق في المعلومة؟

[1] WOLTON, Dominique. Penser la Communication. France : éd. Flammarion, 1997, p.214

المبحث الثاني:

الأساليب الإقناعية الصحفية.

1. مفهوم الإقناع:

إنّ مفهوم الإقناع له علاقة مباشرة مع عملية تغيير السلوك الإنساني والذي يتميز بالتعقيد وعدم الديمومة، من خلال الاتجاهات المتمثلة في الأفكار والآراء والمشاعر اتجاه قضية معينة، فالإقناع يتعامل مع الجانب النفسي للفرد باستثمار ميولا ته واستمالاته المختلفة.

فالإقناع لغة: « قنِع بالكسر، يقنع قنوعا وقناعة إذا رضي، وقنعت لفلان يريد خضعت له، وأقنعني كذا أي أرضاني»[1] أما اصطلاحا يعرفه "**والاس**" بأنه:

« تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة ومساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها، عن طريق عملية معينة، أين تكون الرسالة محددة لهذا التأثير»[2]، وما يمكن استخلاصه من تعريف "**والاس**" أن الهدف الأساسي في الإقناع هو التأثير في اتجاه الفرد من حيث سلوكياته والتي لا يمكن لها أن تتم إلاّ بعد مراحل والتي يجب أن يحترمها المقنع في رسائله، بدءا بإدراك مدى قبول الفرد للفكرة التي قد تتوافق مع اتجاهاته أو تتنافى معها، ومن خلال هذه المعطيات الأولية يحاول المقنع استثمارها لصالح المصلحة والهدف المرجو من رسالته، فمن خلال الاستجابة الأولى يتم تقييم اتجاه جديد ومحاولة التعرف عليه ويترجم ذلك بالاستجابة عن طريق تغيير وتعديل السلوك.

وللعملية الإقناعية عناصر تتمثل في: المرسل، الرسالة، المتلقي، الوسيلة الإقناعية، ولكل من هذه العناصر دور في العملية الإقناعية إما بالنجاح أو بالفشل وهذا حسب الإستراتيجية التي يتوخاها المقنع وكيفية تعامله مع هذه العناصر السالف ذكرها، فخصائص المرسل لها دورها البالغ في إقناع المتلقي بأفكار جديدة، وشخصية المقنع يجب أن تحظى بالمسؤولية والثقة من طرف المتلقي وذلك لإيصال أفكاره بكل سلاسة، أما الرسالة الإقناعية فهي أساس العملية الإقناعية ولتي تشكل العامل المشترك بين المرسل والمستقبل.

1.1 طبيعة العملية الإقناعية:

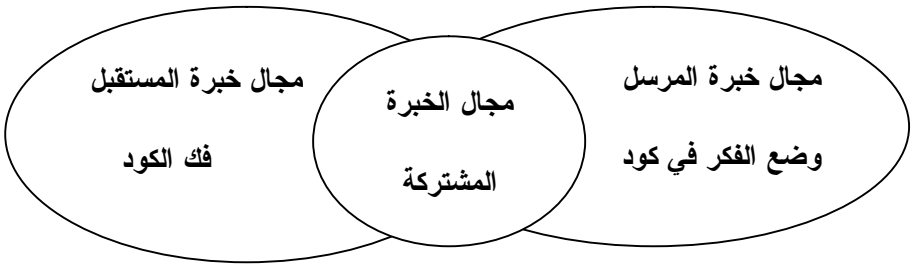
من المعروف أن الإقناع أو عملية الإقناع تمر بمراحل ولها منهجية وطريقة فهي ليست وكما يظن البعض عملية قهر أو إجبار مباشر، فهي ليست بالقوانين التي بموجبها يكون التطبيق، وإنما العملية الإقناعية تتم من خلال عدة جهود تستهدف استمالة العقل والعاطفة أحدهما لدى الفرد المستهدف بطريقة غير مباشرة في أغلب الأحيان وقد تكون بطريقة مباشرة في حالات استثنائية وهذا لا يعني أن الإقناع ليس فعلا "ميكانيكيا" لأن التخطيط المسبق والجهد المبذول والوقت المخصص للعملية الإقناعية إلاّ وهدفها التغلب على كافة العوائق التي تقف في سبيل تحقيق أهداف العملية الإقناعية والتي تعتمد أساسا على التعامل الرمزي، والإيحاءات، والتأويلات

حيث يتم إقناع الأفراد عن طريق معاني رمزية، ومن هذه المعطيات تتضح لنا أن العملية الإقناعية تعتمد على تخطيط مسبق وهذا يثير لدينا عدة تساؤلات من أبرزها: أي نوع من الإستراتيجيات الرمزية هو المسؤول عن تحديد طبيعة العملية الإقناعية.[1] هناك مجموعة من الباحثين حاولوا الإجابة على هذا السؤال وذلك منذ السنوات الأولى من القرن العشرين أمثال "**وولبرت WOOLLBERT**" سنة 1917 و"**رويل Roswel**" سنة 1932 حيث اكتشف أن هناك ضرورة للتفرقة بين معنيين: الأول "Persuading" والثاني "Convincing" فالمصطلح الأول"Persuading" يستعمل في جعل الإقناع يعتمد أساسا على استراتيجيات رمزية تثير العاطفة لدى الفرد المستهدف وهذا ما قد نجده حاليا في الوسائل الإعلام الجماهيرية الثقيلة كالتلفزيون أو حتى الانترنيت من خلال الحصص المباشرة بالنسبة للأولى أو المواقع والمنتديات بالنسبة للانترنيت من حيث تشير كلمة"Convincing" إلى استعمال استراتيجيات رمزية تشمل العقل والمنطق لدى المستهدفين المرتقبين وهذا النوع من الإقناع قد نجده أكثر استعمالا في الإعلام وخاصة في البرامج ذات اختصاص معين إما اقتصادية أو سياسية، ففي هذه البرامج يعتمد الأسلوب الإقناعي الذي يخاطب العقل ولو بنسب متفاوتة من برنامج إلى آخر، إذا هناك نوع من الإقناع يعمل على استمالة العاطفة، في حين أن هناك نوعا من الإقناع يستمد قوته من الاعتماد على استمالة العقل وهذا حسب الهدف المسطر وحسب الجمهور المستقبل للرسالة

الإعلامية، هذا بالإضافة إلى نوع ثالث يعتمد على الدمج والجمع بين الإستمالات العاطفية والمنطقية معا، فالعملية الإقناعية التي تعتمد على التعامل الرمزي يكون فيها المرسل والمستقبل على موجة واحدة.

إنّ مخطط "**شانون**، 1948" الخطي الذي يعتمد أساسا على الكود وفك الكود "Codage- décodage" تجده القائم بالعملية الإقناعية وذلك من خلال وضع الرسالة في رمز (كود) "سواء كانت ذات إستمالات منطقية أو عاطفية" في شكل يمكن نقله ولكي تكتمل عملية الاتصال بنجاح (الاتصال المؤثر) يجب أن يتم فك رموز الرسالة بشكل يتفق مع وضعها في رموز بحيث تؤدي الاستجابة المطلوبة وبالتالي يحقق الاتصال الهدف المرجو منه، ولذلك تظهر ضرورة وحتمية وفاعلية أن يكون كل من المرسل والمستقبل على موجة واحدة أثناء وعلى مدى العملية الإقناعية.

ويوضح الشكل التالي[1]: العلاقة والخبرة المشتركة بين فردين يحاولان الاتصال لكي تنجح العملية الاتصالية الإقناعية.



شكل 01: الإشارة أو الرسالة ومجال الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل.

[1] الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره. ص.79

يتضح لنا من خلال هذا المخطط مدى أهمية مجال الخبرة الذي يجب أن يتوفر لدى المرسل أو المستقبل، وكلما كان هذا المجال واسعا كلما كانت العملية الإقناعية ذات نجاعة أما إذا لم يتقابل هذين المجالين أي إذا لم تكن هناك خبرة مشتركة يصبح الاتصال صعبا وشبه مستحيل وهذا ما يؤكّد أهمية وجود المفاهيم المشتركة أثناء صياغة وتصميم الرسائل الإقناعية شكلا ومضمونا بما يتفق مع قدرات الجمهور المستهدف، فالهدف المقصود والمرجو في العملية الإقناعية يكون مقترنا سواء كان هذا الهدف ظاهرا بصورة واضحة ومباشرة وبدون اعتماد أساليب "المراوغة " أو كان عكس ذلك أي بصورة ضمنية. وقد حدد "**بيتنجوس BETTINGHAUS**، 1973" الإقناع على أنه "محاولة مقصودة من جانب المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال بعض الرسائل"، ومن خلال هذا التعريف نلاحظ أن العملية الإقناعية لها هدف مقصود من جانب القائم بالاتصال وكذا دور المعتقدات والاتجاهات التي تكون بمثابة عوامل وسيطة يستعملها القائم بالاتصال في تبرير مواقفه ولإقناع الجمهور المستقبل، في حين أنه في الماضي كان هناك اتجاه يميل إلى تحليل الاتصال على أساس "تأثير وسائل الإعلام المباشر" حيث ساد الاعتقاد – ومثال "الحقنة التي تؤخذ تحت الجلد" هي الأبرز– حتى السنوات الأولى من القرن العشرين أن: الرسالة التي تظهر في وسائل الإعلام تحدث تأثيرا مباشرا بمجرد أن تعرض على الجمهور، ولكن منذ أوائل الأربعينيات أظهرت الدراسات

أن التأثير يتوقف على عناصر كثيرة معقدة، إذ لا يمكن لوسائل الإعلام التحكم فيها كلها وهذا الاتجاه يعتبر الاتصال "عملية" لأنه يتأثر بعناصر خارجية وسمي هذا الاتجاه بالاتجاه الوظيفي وهو عكس الاتجاه السالف ذكره.

2. الإقناع وعناصر العملية الاتصالية:

نحاول من خلال هذا المدخل إبراز علاقة الإقناع بعناصر العملية الاتصالية أي الوصول إلى مدى نجاعة الإقناع في خضم تنوع عناصر العملية الاتصالية والتي تتكون من: المصدر، الرسالة، الوسيلة والجمهور وسوف نحاول إعطاء بعض التوضيحات حول هذه العناصر.

1.2 المصدر (المرسل): هناك تصنيفان أساسيان وفقا لمدى الاتصال وطبيعته فنجد "القائم بالاتصال الجماهيري" ومصطلح "الجماهيري" يحدد مجال عمل هذا القائم بالاتصال والذي يتموجز في الصحافة المكتوبة والراديو والتلفزيون والانترنيت، وفي المجالات التي لها دور كبير في العملية الإقناعية وذلك حسب نسبة انتشار المعلومة عبر هذه الوسائط.

أما التصنيف الثاني فهم القائمون بالاتصال الشخصي أي الأشخاص الذين يساهمون في توصيل الرسالة الإعلامية والتأثير في الجمهور عن طريق الاتصال الشخصي المباشر، بدلا من الاعتماد على الوسائل الإعلامية الجماهيرية، ويعتبر القائمون بالاتصال هم مصادر عملية الاتصال والمصدر هو منشئ الرسالة

الإعلامية وصانعها، ويؤثر هذا المصدر في عملية الإقناع بحيث تتوقف فاعلية الاتصال الإقناعي على مدى تقبل الجمهور للمصدر وطريقة تقبله، وهذا ما يسمى بتأثير المصدر.

ويرتبط هذا التأثير بمجموعة من العوامل والمتغيرات المتعلقة بخصائص المصدر والتي قد تؤثر في القوة الإقناعية للرسالة، وأهم هذه العوامل والمتغيرات:

1. المهارات الاتصالية للمصدر.
2. اتجاهات المصدر نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو الجمهور المستهدف.
3. مستوى معرفة المصدر.
4. النظام الاجتماعي والثقافي الذي يعمل المصدر في إطاره.
5. مصداقية المصدر.

3. الرسالة الإقناعية:

1.3 إستراتيجيات الرسالة الإقناعية:

من خلال هذا العنصر نحاول تسليط الضوء على الإستراتيجية المتبعة من طرف الصحفي أو القائم بالاتصال في إقناع الجمهور المتلقي ولتحقيق هذا المبتغى يلجأ الصحفي أو القائم بالاتصال بإتباع منهج محدد لبلوغ أهدافه المسطرة وعلى هذا الأساس ظهر ومنذ القدم توجهان رئيسيان حول الرسالة الإقناعية فقسموها إلى نوعين: الرسالة التي تشمل "العقل" والرسالة التي تشمل "العاطفة".

فالفريق الذي يؤيد استمالة العقل يرجّحون استجابة الجمهور لما هو منطقي وللتنظيم المحكم لأفكار الرسالة في حين يرى البعض الآخر من المفكرين أن الإنسان عاطفي يهتم بالرسالة التي يتم صياغتها بمهارة والتي تستميل الحماس والحب والاهتمام بالذات والمشاعر الأخرى التي قد لا تكون منطقية بطبيعتها فالرسالة لن تكون لها فاعليتها إلاّ إذا كانت مستخدمة بهدف استمالة العاطفة.

إنّ للصحفي عدّة أدوات يمكنه استعمالها لتحقيق أهدافه الإقناعية وذلك باستخدام عدة طرق منطقية موضوعية أو غير ذلك، ففي الرسائل المنطقية مثلا تستخدم الأدلة التي تؤيد الحقيقة في موضوع ما، فيحاول القائم بالاتصال تدعيم رسالته الإقناعية بتقديم أدلة ومعلومات حيث تقرّ بعض الدراسات أن الأدلة والشواهد تزيد من تأثير الرسالة.

هل من الأفضل في الاتصال الإقناعي إعطاء حقائق للجمهور، أم أنه من الأفضل استشارة خوفه؟ خلف هذا السؤال يكمن عدد من الأبحاث عن "أوتار الخوف" أي استخدام الخوف لإقناع الجمهور والتأثير فيه وأعطى كلا من "**جانيس JANIS**" و"**فشباك FESHBAK**" سنة 1953م[1]. اسم "أوتار الخوف العالية وأوتار الخوف المنخفضة" وهذا ما يستعمل حاليا من طرف وسائل الإعلام التي تحاول تمرير رسائلها الإقناعية بتضخيم القضية وإعطائها بعدا كارثيا وهذا ما قد حدث في غزو العراق، حيث استعملت القنوات الأمريكية هذه المقاربة وذلك باعتبار العراق

[1] الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع. مرجع سبق ذكره. ص. 84

بلد يهدد سلامة العالم ويمتلك أسلحة دمار شامل وهذا بغية تبرير غزوها له والذي كان مسطرا في إطار إستراتيجيتها في منطقة الشرق الأوسط وحاليا نجد قضية الملف النووي الإيراني يتناول إعلاميا بنفس الإستراتيجية أي اللعب على وتر الخوف، ويجب الاعتراف أن هذه الإستراتيجية قد أعطت ثمارها في الماضي القريب وما تزال إلى وقتنا الحالي وذلك بالاستعانة بجميع وسائل الإعلام وتخصيص حصص ولقاءات سياسية عبر الفضائيات يبررون فيها الحلول العسكرية أو العقوبات الاقتصادية.

2.3 تنظيم أو ترتيب الرسالة الإقناعية:

الرسالة المنظمة يكون لها تأثير كبير على الرسالة غير المنظمة، ولقد اهتمت أبحاث لا حصر لها بدراسة تأثير المتغيرات المتصلة بتنظيم المضمون الإعلامي وأساليب تقديم الموضوع، وأثر ذلك في العملية الإقناعية الإعلامية" وكذا " ترتيب الحجج الإعلامية" وهنا يثار سؤال حول موقع إبراز الحجج وتقديمها وتأثير ذلك على فاعلية الرسالة؟ في هذه الحالة يكمن تقييم أو تأخير الحجج حسب مضمون الرسالة وحسب الجمهور والمتلقي الذي له دور كبير في كيفية طرح وتقديم الرسالة الإقناعية من طرف القائم بالاتصال فالجمهور المستقبل له خصوصياته وله مستواه الفكري والثقافي والإيديولوجي الذي لا يمكن للقائم بالاتصال غض النظر عنه

فيحاول بناء رسالته الإقناعية مراعيا معطيات السن، التنشأة الاجتماعية، العادات والتقاليد للجمهور المستقبل.

3.3 الرسالة الإقناعية بين الحبكة والتصميم:

إنّ تصميم الرسالة الإقناعية يعتمد أساسا على أسلوبين سنتطرق إليهما بصفة معمقة من خلال هذا العنصر؛ فنجد:

1.3.3 أسلوب التدرج في الطلبات من الأصغر إلى الأكبر:

وهذا الأسلوب في الإقناع مفاده أن الفرد الذي تمّ إقناعه للاستجابة إلى طلب صغير من المحتمل أنه سوف يستجيب إلى الطلبات الموالية والتي هي أكبر من الطلبات الأولى الصغيرة، وهذا الأسلوب ما نجده مستعملا في الإعلام حاليا وذلك بتمرير رسائل إقناعية صغيرة يتقبلها الجمهور ولكنها تعتبر تمهيدا لتمرير رسائل إقناعية أكبر ضخامة من الأولى، فالرسالة الأولى فُقاعة قياس من خلالها تستثمر نتائجها في صياغة الرسالة الإقناعية الثانية، وهذا ما يستعمل خاصة من طرف رجال السياسة، وذلك عند محاولة تمرير القوانين فمثلا قضية منع الحجاب أو النّقاب في الأماكن العامة في فرنسا سبقها قانون منع الحجاب في المدارس وذلك باسم "اللائكية" La Laicite ليتم الانتقال من المدارس إلى جميع الأماكن العامة جاء ضمن هذا التكتيك الإقناعي، كذلك الأمر بالنسبة للهجرة السرية[1] وكيفية منعها تدريجيا وقانونيا، وكذلك التعديلات الدستورية التي تتبع خاصة في الدول المتخلفة وهذا لتلبية

1 الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع. مرجع سبق ذكره. ص.104

مصالح الطبقة الحاكمة في تمديد عهد رئاسية أو إعطاء صلاحيات أكبر لرجال الدولة.

4. دراسة استراتيجيات تغير الجمهور:

1.4 نموذج "يل Yale communication Research program ":

يعتمد نموذج "**يل**" على بعض النقاط الأساسية التي يبني عليها نموذجه هذا وهي أساسا: المتغيرات المستقلة، العمليات الوسيطة، تأثيرات الاتصال والتي سوف نتطرّق إليها بشكل أعمق من خلال معالجتنا لهذا النموذج.

1.1.4 المتغيرات المستقلة:

1.1.4.أ المصدر:

يعطي "**يل**" من خلال نموذجه أهمية "للمصدر" الذي اعتبره جزء هاما في تأثير الاتصال على اتجاهات الفرد، وهنا يتطرق إلى "مصداقية المصدر" الذي يعتبره ذو قدرة على الإقناع، والمصدر ذو المصداقية العالية يعطي مصداقية للرسالة الإقناعية وبالتالي فنسبة اقتناع الفرد تكون كبيرة هي كذلك. وقد اهتم برنامج "**يل**" بعدد من الخصائص المتنوعة في المصدر مثل: درجة الثقة، الخبرة، المركز الاجتماعي، درجة حب الناس له والجنس (Race) والديانة وهذا ما يستعمل حاليا في السياسة وذلك بإعطاء حقب وزارية لشخصيات لها شعبية لدى الجمهور وهذا يسهل في

تمرير القوانين والخطابات التي تكون أكثر تقبلا على لسان هؤلاء الشخصيات من غيرها.

1.1.4.ب الرسالة:

اهتم برنامج "**يل**" بالرسالة كمتغير مهم، فالرسالة يمكن أن تعطي فعالية للرسالة الإقناعية إذا كان بناء الرسالة محكما، والعكس يحدث إذا كانت الرسالة ذات بناء ضعيف وغير "منطقي" فالقائم بالاتصال يمكن له اعتماد عدّة طرق في بناء رسالته إما اعتمادا على الحجج والبراهين أو التضليل باللعب على الكلمات والضمنية أو باستعمال السخرية لتبسيط أمر هام. وهناك عدد من المتغيرات الأخرى التي قد يكون لها أثر على الاتصال مثلا: الرسالة التي تهتم بعرض جانب واحد من جوانب الموضوع والرسالة التي تهتم بعرض وجهتين المؤيدة والمعارضة، ففي الحالة الثانية يقوم القائم بالاتصال عمل الوسيط "Médiateur" ليترك الحكم على القضية للجمهور المستقبل.

- الرسالة ذات الخلاصة الواضحة أو الضمنية.

- الرسالة التي تعتمد على أوتار الخوف العالية، ومقارنتها بالرسالة التي تعتمد على أوتار الخوف المنخفضة.

- ترتيب الحجج.

1.1.4.ج الجمهور:

اهتم برنامج "**يل**" بالمتغيرات الخاصة بالجمهور والذي يعتبر الحلقة الأساسية في العملية الإقناعية لأنه على أساس هذا الجمهور وقدراته الاستيعابية يبنى الرسائل الإقناعية فمراعاة مشاعر واتجاهات الجمهور تعدّ قاعدة أساسية يجب احترامها في تكوين الرسالة الإقناعية ومن بين هذه المتغيرات:

أ. القدرة على الاقتناع.

ب. الآراء المبدئية للجمهور.

ج. الذكاء.

د. احترام الذات.

هـــ. سمات الشخصية.

2.1.4 العمليات الوسيطة:

هذا البحث يركز أساس على تأثير الاتصال ومدى اهتمام الناس به (جذب انتباه الناس) ومدى تفهمهم له وقبولهم له فتأثير المصدر والرسالة والجمهور لا يكون إلاّ بجذب الانتباه والفهم والقبول فيمكن له أي هذا الفهم أن يسهل أو يعرقل عملية تغيير الاتجاه فاستعمال أوتار الخوف العالية كما ذكرنا في المباحث السابقة يمكن لها أن تقلل من الاهتمام ولكنها تزيد القبول.

3.1.4 تأثيرات الاتصال:

يرى "**يل**" أن اتجاه الأفراد نحو قضية ما هو بمثابة رد فعل الأشخاص الانفعاليين أو الوجدانيين أو العاطفيين اتجاه شيء ما، فالاتجاه حسب "**يل**" هو حب أو كره لشخص أو شيء أو لمجموعة من الأشخاص أو لرمز ما، وطبقا لبرنامج "**يل**" فإن الاتجاه (المكون الانفعالي أو الشعوري) يتأثر عن طريق تغيير أو تبديل الآراء أو المعتقدات (المكون الإدراكي أو المعرفي) التي يعتقدها الناس.[1]

نموذج "**يل**" يلخّص العوامل الأساسية التي يحدّدها "**هوفلاند**" وزملاؤه في تحليلهم الاتصال وعملية الإقناع:

2.4 نموذج "ماكجير Mc.Guir":

على غرار نموذج "**يل**" فإن "**ماكجير**" قد طوّر نموذجا للإقناع يشمل خطوتين أساسيتين :

- استقبال مضمون الرسالة (الجذب، الفهم).
- قبول أو تبني لما تم فهمه.

ويمكن كتابة نموذج "**ماكجير**" بالرموز التالية:

$$P(o)=P(R)\ P(Y)$$

احتمال التغيير في الرأي= احتمال الاستقبال الفعال للرسالة× احتمال قبول الرسالة.

[1] الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع. مرجع سبق ذكره، ص.107

فحسب نموذج "**ماكجير**" فإن درجة الانخفاض في الاقتناع ترجع إلى درجة الانخفاض في القبول أو التبني، ونلاحظ من خلال هذا النموذج اهتمام "**ماكجير**" بالاستقبال (الجذب، الفهم)، كما اقترح "**ماكجير**" خطوتين أساسيتين هما: التذكر، العمل أو التنفيذ وهنا نلاحظ أن الاقتناع أصبح ينظر إليه كعملية تشتمل على خمس خطوات: الجذب، الفهم، القبول، التذكر، العمل. واهتم "**ماكجير**" أيضا بعناصر العملية الاتصالية التي تطرقنا إليها سالفا.

الفـــصل الرابع:

دراسة تحليلية للمقالات.

المبحث الأول:

دراسة تحليلية كمية للمقالات.

1. تعريف تحليل المحتوى:

يعتبر تحليل المحتوى منهجا لدراسة وتحليل الاتصال بطريقة منهجية موضوعية وكمية تعرض قياس المتغيرات[1]، ولتوضيح هذا التعريف سوف نتطرّق إلى ثلاث مفاهيم أساسية:

1.1 العينة:

تكون تحت إجراءات معينة ويفترض أن تكون عشوائية وعلينا أن نتعامل مع جميع المعطيات بنفس الطريقة.

2.1 الموضوعية "Objectivité":

أي البعد عن التحيّزات الشخصية للباحث التي قد تؤثر في نتائج التحليل، ومنه في عدم مصداقية العمل فنتائج التحليل يجب أن تكون هي نفسها إذا ما قام بالبحث شخص آخر، أي النسب والمتغيرات لا يمكن أن تتغير.

2. التعبير الكمي لمنهج تحليل المحتوى:

أي يجب مراعاة جميع النسب المستنتجة في التحليل وعدم الاستهانة بالنسب الصغيرة وذلك للحفاظ على مصداقية العمل وعدم تدخل العامل الذاتي الذي ينقص من مصداقية التحليل.

---

[1] أحمد بدر. مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي. مرجع سبق ذكره. ص.56

إنّ مفهوم أو منهج تحليل المحتوى عرف عدة تعاريف على مرّ الزمن ومع التطورات في الأساليب وفي استخدامات هذا المنهج ذاته بالنسبة للمشكلات الجديدة وللمواد المختلفة ونذكر من بعض هذه التعاريف:

- تحليل المحتوى هو المعنى الإحصائي Statistical Semantic للأحاديث والخطب السياسية (**"كابلان"**، 1943).

- تحليل المحتوى هو أسلوب بحثي يتضمن الوصف الموضوعي المنهجي Systematic والكمي للمحتوى الظاهر للرسالة (**"بيرلسون"**، 1952).

- تحليل المحتوى هو بإحدى أطوار تجهيز المعلومات حيث يتحوّل فيه محتوى الاتصال إلى بيانات يمكن تلخيصها ومقارنتها وذلك بالتطبيق الموضوعي والمنهجي طبقا للتصنيف الفئوي Categorization Rulles (**"بيزلي"**، 1969).

معظم هذه التعاريف تتفق على الوظيفة الأساسية لتحليل المحتوى والتي تعتمد على قواعد ثابتة تستخدم دون تحيز.[1]

3. استخدامات منهج تحليل المحتوى في بحوث الإعلام:

تعدّدت البحوث الاجتماعية والإنسانية وتعدّدت معها استعمالات تحليل المحتوى وخاصة خلال السنوات الأخيرة، واتخذت هذه البحوث إطارا لتصنيف مجالات استخدام يرتبط بنموذج الاتصال "من؟، يقول ماذا؟، بأي وسيلة؟، بأي تأثير؟" وهذا

[1] KERLINGER, F. Foundation Of Behavioral Resach. 2nd ed. New York: Hole Rienehart and Winstion, 1973. P.103

ما قد تطرّقنا إليه عبر المباحث الفارطة من خلال أبحاث "**لاسويل**" ودراسة الحشود، ويضم إطار التصنيف على العناصر الرئيسية لنموذج الاتصال الجماهيري، فهو يعكس الاهتمامات العلمية الخاصة بالباحثين في المجالات الإنسانية المختلفة ففي السياسة تحلّل الاختلافات المحلية والدولية وتحلل الدعاية لخدمة الأهداف السياسية العسكرية، والباحث الاجتماعي يهتم بتحليل المعاملة النفسية للشباب والمراهقين والباحث الأدبي يهتم بخصائص الأسلوب الأدبي.

إنّ التصنيف يهتم بتحليل الوثائق التي تخدم العلوم الإنسانية والاجتماعية ويهتم كذلك في إطار وثائقي محدود بتحليل الرسائل والمذكرات الشخصية، لذلك فإن هذا التصنيف لا يعتبر دليلا للاستخدام بقدر ما يعتبر تصنيفا للبحوث التي اقتربت من نموذج الاتصال الجماهيري[1]، ومنه يمكن إعادة بناء هذا التصنيف ليعبر عن البعد الوصفي والبعد الاستدلالي في عملية تحليل المحتوى والأبعاد المنهجية الخاصة.

1.3 مصادر التخطيط الإعلامي Source:

أ. أهداف وسياسة معلنة، تقيد في ضبط النتائج وعقد المقارنات.

ب. أهداف وسياسات مستترة وخفية.

ج. بحوث الكشف عن الأهداف والسياسات.

[1] عبد الحميد، محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979. ص. 69

د. وقائع وأحداث تفيد في ضبط النتائج وعقد المقارنات وبحوث تقويم البيانات والأهداف.

2.3 من؟ (المرسل، Who, Sender):

- بحوث تحديد النوايا والأهداف.
- بحوث تحديد الاتجاهات.
- بحوث الكشف في المهارات.
- بحوث تحديد السمات الشخصية والاجتماعية.

3.3 يقول ماذا؟ (المحتوى، What, Content):

- بحوث الكشوف عن وظائف الاتصال.
- بحوث الكشف عن السياسات والأهداف.
- بحوث الكشف عن الأنماط والمعايير الاتصالية.
- بحوث اكتشاف أساليب الممارسة.
- بحوث الكشف عن مراكز الاهتمام.
- بحوث الكشف عن تدفق المعلومات.
- قياس درجة الانقرائية.

4.3 لمن؟ (المستقبل، Whom, Reciever):

- دراسة الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية.
- دراسة التغير في هذه الأنماط.
- دراسة طرق تحقيق الغايات والأهداف.

5.3 كيف؟ (الوسيلة، How, Media):

-دراسة فنون الإقناع. (جذب الانتباه، استخدام الخبرات المشتركة، إشارة الحاجات، الاستمالات،(اتجاهات حراس البوابة).

6.3 بأي تأثير؟(With what effect):

- دراسة التفاعل والمشاركة (بحوث الرأي العام).
- دراسة الاستجابات اللغوية.
- دراسة مراكز الاهتمام للمستقبل.
- بحوث تقويم البيانات والأهداف.

من خلال ملاحظتنا لهذا التصنيف نستخلص وجود البعد الوصفي لإطار الاستخدامات الذي يمثل المرحلة الأولى لبناء إطار الاستدلالات عن عناصر العملية الأخرى (المرسل، المستقبل ،الوسيلة، التأثير). هذه الاستخدامات تحقق ضبط النتائج وصدق الاستدلال في حين أن الوقائع والأحداث لا تمثل فقط بما يحدث خارج العملية الإعلامية، ولكن يدخل ضمنها الوقائع والأحداث التي تتم كالاستجابات

السلوكية الفعلية للعملية الإعلامية (ردود الأفعال) وتسهم في تحديد نتائج الخاصة بالتأثير مثل: الحملات الإعلامية.

4. استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام:

أصبحت بحوث الرأي العام وقياسه تعتمد كثيرا على منهج تحليل المحتوى من خلال الملاحظة غير المباشرة للسلوك اللفظي أو الكتابي، كالمنتديات في مختلف وسائل الإعلام وبصفة خاصة عندما لا يتاح للباحث سوى محتوى وسائل الإعلام للتعرف على اتجاهات الرأي العام، كأرشيف الصحف أو تسجيلات لبعض الحصص.

وتعتبر مجالات استخدام تحليل المحتوى في بحوث الرأي العام من أكثر المجالات التي تجسدت فيها الاعترافات على تطبيقات المنهج، لحدود ما تقدمه النتائج من قيمة والشك في هذه النتائج وعدم اتخاذها معيارا وحيدا للاستدلال، وهذا يدخل ضمن العراقيل والضغوطات التي قد تمارس على وسائل الإعلام والتعبير. تصبح وسائل الإعلام لما تقدمه من محتوى، خاصة إذا كان ذو قيمة عالمية أي لا يمس بعض الحساسيات وبالتالي يمكن قياس الرأي العام ومعرفة اتجاهاته بصدق وموضوعية. يجب معرفة حدود ما تسهم به وسائل الإعلام في استقطاب آراء الجماهير للنشر والإذاعة من خلالها، ومستوى الفئات الجماهيرية التي تتعامل معها هذه الوسائل في التركيب الاجتماعي.

« دراسة أدوات السيطرة على وسائل الإعلام مثل السيطرة الاجتماعية والاقتصادية التي تنحرف بالرأي العام إلى ما يتفق واتجاهاتها».[1]

معرفة مدى ما تتمتع به وسائل الإعلام من تأثير في توجيه سياسات الطبقة الحاكمة.[2]

من خلال الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية السابق ذكرها، يمكن التقرير بصلاحية الاعتماد على محتوى وسائل الإعلام في معرفة الرأي العام واتجاهاته ولو بنسبية، وهذا أمر طبيعي ولكن بدرجة عالية من المصداقية والموضوعية ويصبح بالتالي منهج تحليل المحتوى أداة صالحة في بحوث الرأي العام.

5. الحملة الصحفية:

تعدّ فن استخدام فنيات التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أُعدت الحملة لأجله[3] ؛ فالحملات الصحفية تبدأ غالبا بخبر عادي لتتطور إلى تغطية واسعة النطاق، أي من خبر إلى تقرير إلى تحقيق وإلى أعمدة، حتى يتحول هذا الموضوع إلى حملة صحفية تأخذ شكل الموضوع رقم واحد المعالج من قبل الصحف.

[1] عبد الحميد، محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. مرجع سبق ذكره. ص.70

[2] م.ن، ص.70

[3] عبد الحميد محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. مرجع سبق ذكره. ص.88

تعتمد الحملات الصحفية على عدة وسائل وفنون لتدعيمها وبلوغ مرادها، فاستعمال الصور الفوتوغرافية والكاريكاتورية، وكذا استحضار شهود عيان أو شهادات لشخصيات معينة لها أثر على القارئ قصد إضفاء صبغة المصداقية على هذه الحملة. ونجد من الوظائف الأساسية التي تناط بالحملات الصحفية: تعبئة الرأي العام إما مع أو ضد سياسة أو فكرة معينة، أو قانون أو قرار يصب في اتجاه أو في آخر.

أما عن أنواع الحملات الصحفية فنجملها في اثنتين، هما:

1.5 الحملة الصحفية المخططة:

يخطط لهذا النوع من الحملات – كما يستدل عليها من تسميتها – جهاز التحرير على مستوى الصحيفة ذاتها، و يراعى اختيار الزمن بطريقة مدروسة مما يسهم في التعبئة الجيدة للرأي العام، كما يتم دعمها بوثائق ودراسات مسبقة؛ بمعنى أنه يتم تسخير جميع المعطيات التي تكون هذه الحملة.

والحملات الصحفية المخططة تتسم بالعمق و الجرأة، بحيث يصعب على القارئ أن يفك شفرتها لأنها لا تفصح عن ذلكم التخطيط ولا تكشف عن الأهداف غير المباشرة التي تسعى إلى تحقيقها الحملة؛ إذ ليس من الاحترافية في شيء أن تقر صحيفة معينة أنها قد خططت لهذه الحملة أو تلك، ولاشك في أن هذا يعود عليها بالسلب من حيث أنه يقلل من مصداقيتها و يسمها بسمة التوجيه لدى القارئ Manipulation.

2.5 الحملة الصحفية المفاجئة:

الحملة تقوم دونما إعداد مسبق إذ يفرضها تطور الأحداث في المجتمع، فقد ينشر خبر بسيط حتى ينفجر الموضوع في حملة صحفية تهز المجتمع؛ ومثال قضية "الجزائر– مصر" والتي أصبحت قضية إقليمية أو حتى عالمية، بالنظر إلى الأحداث التي طرأت قبل المقابلة، وكذا التناول أو بالأحرى التصعيد الإعلامي من الجهتين أدى إلى انفجار حملة صحفية هزت الجزائر ومصر على حد سواء وكذا العديد من الدول؛ فمن مقابلة في كرة القدم إلى شبه أزمة دبلوماسية بين الدولتين.

تقوم كل حملة صحفية على ثلاثة عناصر يعتمد عليها لتحقيق الأهداف المسطرة من ورائها، هي:

1. موضوع الحملة ويتمثل في مشكلة قد تهم الرأي العام.
2. هدف الحملة الذي يجب أن يكون واضحا ليتسنى للقارئ العادي فك شفرة الحملة، إذ إن عدم وضوح الهدف قد يؤدي إلى بلبلة وسط الرأي العام وعدم اقتناع القارئ بهذه الحملة.
3. جمهور الحملة، أي من الضروري إشراك الرأي العام في القضية أو المشكلة التي تطرحها الصحيفة، وذلك بهدف تحميس الرأي العام تجاه القضية المعالجة.

يرى بعض الباحثين أنه ثمة بعض العوامل التي قد تساعد على نجاح الحملة الصحفية،نذكر منها: الإعداد المسبق للحملة، جمع أكبر عدد من المعلومات، المتابعة

المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة و تحليل فرعياته، فسح المجال للرأي الآخر والمعارض لكسب احترام القراء، تجنيد كل الإمكانيات اللوجيستيكية، الالتزام بالموضوعية وعدم توجيه الاتهام دونما أدلة دامغة وهذا من أهم العوامل في نظرنا.

6. توزيع السلطة السياسية :

يعدّ مبدأ توزيع السلطة الدولية من الشروط الأساسية لقيام دولة القانون، وكل نمط تكون له تطبيقات متنوعة، وهذا ما نعني به بالتقسيم الأفقي للسلطة أي توزيع السلطات بين مختلف أجهزة الدولة للحيلولة دون تركيزها بيد جهاز واحد وهو الموضوع الذي تناولته نظرية الفصل بين السلطات التي تأثرت بها دساتير العالم من خلال تبنيها للتقسيم الثلاثي للسلطة، والذي كانت نشأته وتطوره في إنجلترا ثم الولايات المتحدة الأمريكية ففرنسا، وهو ينسب إلى الفيلسوف "**جون جاك**"لكنه أصبح فيما بعد مقترنا باسم فلاسفة عصر الأنوار وعلى رأسهم هو "**شارل دي مونتسكيو**" (1755–1789) الذي انطلق من فكرة مفادها أن كل شخص بيده السلطة يمكن أن يسيء استخدامها، وأنه بمقتضى الأشياء وللحيلولة دون التعسف بالسلطة ينبغي أن توقف السلطة، ليقرّ "**مونتيسكيو**" نظرية الفصل بين السلطات والتي على أساسها تستقل كل سلطة من السلطات الثلاث بالوظيفة المسندة إليها.

تسند السلطة التشريعية للبرلمان الذي يمكن أن يتألف من مجلس أو مجلسين، والسلطة التنفيذية يعهد بها إلى الملك أو الرئيس، أما فيما يخص السلطة القضائية

فهي من مهام المحاكم، والملاحظ أن تركيبة الهيئة القضائية تختلف باختلاف النظم القضائية،و تكون النتيجة المترتبة عن مثل هذه العلاقات بين السلطات وفقا لتصور "**مونتسكيو**" و بالأخص بين السلطتين التشريعية والتنفيذية هي الشلل الكامل للنظام السياسي، لأنه ليس بمقدور المشرع أن يتحمل لوحده عبء مهمة سن القوانين لضخامتها، كما أنه لا يمكن تصور السلطة التنفيذية على أنها مجرد آلة صماء لتنفيذ إرادة المشرع، و لهذا فإن الحكمة السياسية ومقتضيات النشاط السياسي تمليان على هاتين السلطتين إيجاد أرضية للتفاهم وإقامة جسور التعاون، بحيث أن كل طرف يحتاط و يأخذ محاذيره كي لا يتخذ الطرف الأخر إجراءات تعسفية.

1.6 توزيع السلطة بين فرد و مجلس:

1.1.6 الملكية المقيدة:

إنّ الملكية فيما مضى من الزمن كانت مطلقة أي ترتكز السلطة فيها بيد الملك بيد الملك، غير أنه بسبب ظهور قوى معارضة تم سحب جزء من سلطة الملك (وهو الجزء المتمثل في سن القوانين) ومنحه إلى المجلس (البرلمان)، لكن أصبح الملك ومن خلال نفوذه يتعدى على اختصاصات المجلس ويؤثر في أعضائه فقد ارتأى أن يكون هناك فصل بينه وبين المجلس، وهذا ما يعني بالفصل المطلق بين السلطات، فالملكية بهذا المعنى تكون مقيدة حين لا تسنى للملك التأثير على أعضاء

المجلس التشريعي الذي يقيد الملك، ومن هنا جاءت تسمية الملكية المقيدة وهي في الحقيقة مرحلة انتقالية بين الملكية المطلقة والنظام البرلماني من الناحية التاريخية.

2.1.6 النظام الرئاسي:

ظهر النظام الرئاسي في أواخر القرن 18م بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد استوحى النظام السياسي الذي أقامه دستور 17-09-1787م أسسه من التجربة الانجليزية في تطبيقاتها للملكية المقيدة كما تأثر أيضا بدساتير المستعمرات الانجليزية في تلك البلاد.

ويعدّ النظام السياسي في الو.م.أ نموذجا للنظام الرئاسي، النظام الوحيد الذي لم يتعرّض لأية أزمة خطيرة ويعود نجاحه إلى أنه استطاع أن يضع مكنزمات دستورية تنسجم مع الثقافة السياسية الأمريكية النابعة من الإطار الفيدرالي والنظام الحزبي الفريد من نوعه، وفي هذا النظام يقبض الفرد والمجلس على السلطة، وكلاهما ينتخبه الشعب، ففي حدود معينة يساهم المجلس مع الرئيس في ممارسة السلطة كما يساهم هذا الأخير مع المجلس في ممارسته للسلطة. في حين أن الرئيس يساهم في الكونجرس في ممارسة السلطة المخولة لهذا الأخير ويكون ذلك عن طريق حق "الفيتو" أو الاعتراض الذي يملكه الرئيس ضد القوانين التي يُصوّت عليها "الكونجرس".

2.6 توزيع السلطة بين فرد و لجنة ومجلس (النظام البرلماني):

هذا النوع من أنواع توزيع السلطة يتجسد في النظام البرلماني إذ نجد ثلاثة عناصر توجه السلطة: فرد(رئيس الدولة)، لجنة(وزارة) من جهة ومجلس (برلمان) من جهة ثانية. وقد تطور النظام البرلماني في المملكة المتحدة وأصبح نموذجا يقتدى به في دول أوروبا، غير أنه طرأت عليه تغييرات عميقة بحيث أصبح مختلفا عما كان عليه الأمر في القرن التاسع عشر. ويمكن القول أن هناك ثلاث مميزات للنظام البرلماني من حيث ثنائية السلطة التنفيذية أي رئيس الدولة قد يكون ملكا أو رئيس جمهورية منتخب يقوم بتعيين الوزراء وهو مستقل عنهم، أما الوزارة فهي هيئة جماعية لها سلطتها المستقلة عن سلطات رئيس الدولة، والملاحظ أن في هذا النظام يوجد ضعف في دور رئيس الدولة لينحصر دوره في اختيار رئيس الوزراء و من بين الأغلبية البرلمانية والقرارات التي يتخذها يجب أن يوافق عليها وزير أو أكثر ليتحمل مسؤوليتها أمام البرلمان ورئيس الدولة غير مسؤول سياسيا ولا يمكن للبرلمان أن يجبره على التخلي عن منصبه، والميزة الثالثة هي وجود تأثير متبادل بين الوزارة و المجلس.

7. النظرية العامة للدساتير:

إنّ الدولة بلغة القانون هي شخص قانوني في إطارها تمارس السلطة غير أن ميزتها الأساسية تتمثل في أن وجودها لا يتحقق إلاّ بوجود نظام قانوني يُخوّل لها أداء وظائفها المتنوعة شأنها في ذلك شأن الأشخاص المعنوية الأخرى، والنظام القانوني للدولة هو دستورها الذي يتجلى في تلك القواعد الأساسية الصادرة عن السلطة خاصة ووفقا لإجراءات خاصة والتي تبين حكم السلطات العامة والعلاقات بين هذه السلطات وتوضح أسس البناء الاجتماعي والسياسي وإعلان الحقوق الواجبات الأساسية للمواطن، وقد شغل موضوع الدستور حيزا كبيرا من اهتمامات الفقهاء الذين كرسوا له دراسات عديدة في أنواعه ومحتوياته وطرق وضعه وتعديله وإلغائه وضمانات سموه، وتكوّنت من هذه الدراسات نظرية عرفت في الفقه الدستوري باسم النظرية العامة للدساتير، فمن خلال هذه النظرية تتم إن صح التعبير دراسة حياة الدستور.

1.7 المعاني الرمزية والفلسفية للدستور:

لكل دولة في العالم بالضرورة دستور ولعلّ أولى الأعمال التي تقوم بها أي دولة ناشئة هي أن تتخذ لنفسها علما ونشيدا ودستورا، لأن الدستور يمثل بالنسبة لها قيمة رمزية وقيمة فلسفية وقيمة قانونية، فالدستور قبل أن يكون قانونا فهو رمز إذ يظهر أحيانا كوثيقة مؤسسة ومنشئة للدولة ورمز انضمامها إلى المجتمع الدولي، كما أن

الدستور يرمز أحيانا إلى تغيير النظام وبالتالي يُكوّن المؤسس للنظام الجديد، فمن أجل إحداث قطيعة مع النظام السابق يلجأ الحكام الجدد إلى إصدار دستور يعلنون فيه عن بداية مرحلة جديدة في حياة الأمة.

ومن جهة النظرة السياسية فان الدولة حين تمنح لنفسها دستورا فمعنى ذلك أنها أقرت و رضيت بألا تكون السلطة المطلقة أي بأن توضع للسلطة قيود وترسم لها حدود، وعلى هذا الأساس فان الفكرة الجوهرية التي تكمن من وراء وضع الدستور هي تقييد السلطة أي الانتقال من الدولة التي يستباح فيها كل شيء إلى ما يسمى بدولة القانون أي الدولة التي ترضى بأن تكون مقيدة بالقانون ومجبرة على الرضوخ لمقتضياته.

2.7 مفهوم تعديل الدستور وأهميته:

يقصد بتعديل الدستور مراجعة أحكامه أو إعادة النظر في أحكامه سواء تعلق الأمر بالحذف أو الإضافة أو إدخال تغييرات طفيفة أو جوهرية على الأحكام التي يتضمنها، وقيمة التعديل تتوقف على الأهمية الموضوعية للنصوص المعدلة فقد يتأرجح بين التعديل ذي أهمية قليلة لما يقتصر على إحداث تغيير طفيف في النصوص لا تؤثر على مكنزمات نظام الحكم، والتعديل ذو أهمية قصوى حينما يفضي إلى تغيير النظام بأكمله كما أن قيمة التعديل تتوقف أيضا على كمية أو عدد النصوص المعدلة وفي هذا الصدد نميز بين تعديل جزئي يتناول جزء يسيرا من

نصوص الدستور وتعديل كلي حينما يتناول كل أو معظم أحكام الدستور علما بأن التعديل الكلي يؤذي بالضرورة إلى ميلاد دستور جديد.

3.7 متى يعدل الدستور؟:

يُعدَّل الدستور كلما ظهرت الحاجة إلى ضرورة إدخال تحسينات تقنية على بعض الأحكام التي أثبت الواقع أن بها عيوبا وثغرات وتناقضات، كما أن التعديل قد تمليه إرادة للتغيير السياسي خاصة عندما يفقد الدستور قيمته نتيجة تغيير الظروف التي ولدته، فالدستور كوثيقة يصبح إن صح التعبير متخلفا عن الواقع السياسي الذي ينظمه حينما تطرأ تحولات عميقة تجعله غير مواكب للأوضاع الداخلية والدولية الأمر الذي يقتضي ضرورة مراجعته لإحداث الملائمة بين الدستور وطبيعة التغيرات والمعطيات الجديدة، فكل دستور معرض إذا للتعديل مهما بدل المؤسس من جهد ودقة في استنباط الأحكام الدستورية من واقع المجتمع ما دام أن هناك حتمية للتطور.

4.7 أنواع الدساتير من حيث التعديل:

ينبغي التمييز بين نوعين من الدساتير من حيث الإجراءات التي تخضع لها في عملية تعديلها وهما: الدستور المرن والدستور الجامد، فالدستور المرن هو الذي يمكن تعديله بإتباع إجراءات مبسطة تتشابه أو تقترب إلى حد ما من الإجراءات

اللازمة لتعديل التشريع العادي، فمرونة الدستور تكمن في عدم وجود إجراءات خاصة ومعقدة لتعديل أحكامه، فهو إذا يمتاز بسهولة التعديل الأمر الذي ييسر تلاؤمه واستجابته لروح العصر وتطور ظروف المجتمع الذي يحكمه، غير أنه لا يوفر لنصوصه القوة لفرض احترامها على السلطة التشريعية إذ ينتفي مبدأ سمو الدستور لان الدستور المرن نزل إلى مرتبة التشريع العادي وبالتالي فليست هناك حاجة إلى إقامة الرقابة على دستورية القوانين في ظل الدستور المرن.

أما الدستور الجامد فهو الدستور الذي يشترط لتعديل أحكامه إجراءات أشد وأعقد من تلك المتبعة في تعديل أحكام القوانين العادية والحكمة من ذلك ظاهرة وهي وضع الدستور في مأمن من التغيرات المستمرة وحمايته من المشرع العادي ففي حالة جمود الدستور لا يستطيع المشرع العادي أن يمس أحكام الدستور بقوانينه، لأنه لا يستطيع تعديل الدستور بنفس الإجراءات التي يسلكها وهو بصدد تعديل القوانين العادية. ويتميز الدستور الجامد بأنه يتفق مع طبيعة القواعد الدستورية وسمو مكانتها من الناحية الموضوعية عن مكانة القوانين العادية، وبالتالي فان جمود الدستور يفضي بالضرورة إلى إقامة الرقابة على دستورية القوانين التي هي ضمان سموه.

فالحالة الأولى أن أصل وضع الدستور يكون نتيجة انبثاق و تكون دولة جديدة وهذا أمر طبيعي إذ لا تتصور نشأة دولة دون وضعها لدستور فهو دليل وجودها في نظر

المجتمع الدولي أو بعبارة أخرى هو بطاقة تعريف الدولة، أما الحالة الثانية هو أصل نشوء الدستور يكون نتيجة إلغاء الدستور السابق وذلك في أعقاب تغيير النظام، وتغيير النظام السياسي يعني أن هذا النظام القائم والدستور الساري أصبحا مرفوضين لعدم ملائمتهما لتطلعات الشعب أو أغلبية الشعب أي أن النظام أصبح مولدا للأزمات وغدت الشرعية الدستورية منعدمة، وبالتالي يطرح التساؤل الأتي: أليس من الأجدر تغيير النظام والدستور وإقامة نظام سياسي جديد وإلاّ فإن أزمة يمكن أن تولد العنف وهي أمور تحدث في حالة الشعور بالفراغ السياسي بحيث يصبح الشعب لا يعرف من يحكم فعلا و من يسير أمور الدولة .

8.التعريف بقضية التعديل الدستوري الجزائري 2008:

ظهرت بوادر مشروع التعديل الدستوري 2008 مع البداية الأولى لعهدة الرئيس الجزائري "**عبد العزيز بوتفليقة**" والذي انتخب في سنة 1999، وفي تصريح له أدلى به في بداية عهدته الأولى أنه "يكره دستور 1996 لكنه يحترمه" فكانت الإيحاءات الأولى للرئيس "**بوتفليقة**" في رغبته في تمرير مشروع تعديل الدستوري، وتجسدت هذه الرغبة بصفة واضحة في ذكرى عيد الاستقلال من عام 2006 بمقر وزارة الدفاع الجزائري والذي صرح من خلالها عن "أمله" في استدعاء الهيئة الناخبة إلى استفتاء شعبي من أجل تعديل الدستور فكان هذا التصريح بمثابة العتبة التمهيدية لبوادر تصميم مشروع تعديل دستور 1996 الذي كان يكرّس الحكم

الجمهوري البرلماني للجزائر وهذا ما لم يلق استحسانا من طرف الطبقة السياسية الحاكمة في الجزائر وذلك لوجود بعض التناقضات والفراغات القانونية خاصة في المهام المخولة لرئيس الجمهورية ورئيس الحكومة والعديد من المواد الأخرى، ليقروا، أي السلطة الحاكمة، أن دستور 1996 جاء في ظروف استثنائية كانت تعيشها الجزائر آنذاك، ولم يعد صالحا للمرحلة الحالية التي تعيشها الجزائر في ظل الاستقرار الأمني والإنعاش الاقتصادي، في حين أن أحزاب المعارضة في الجزائر اعتبروا التعديل بمثابة المساس بأسس الجمهورية والديمقراطية، وأن مشروع التعديل جاء لتثبيت الرئيس في مقعد السلطة لعهدة ثالثة وغير محدودة وظهر تخوفهم حسب قولهم من "الجمهورية الملكية" مستدلين بالمادة 74 من نص مشروع قانون التعديل الدستوري والذي سنتطرق إليه و بمختلف مواده المعدلة بعمق أكبر فيما بعد.

1.8 نص مشروع قانون التعديل الدستوري:

نص المشروع عبارة عن مجموعة من المواد المعدلة ومن ضمن أهم التعديلات التي ينص عليها هذا المشروع صلاحيات رئيس الجمهورية، فبالإضافة للسلطات التي يخولها له دستور 1996 فإن الطبعة الجديدة تعطيه صلاحيات أوسع تنبع من كونه القائد الأعلى للقوات المسلحة للجمهورية، ويتولى مسؤولية الدفاع الوطني ويقرر السياسة الخارجية للأمة ويوجهها ويرأس مجلس الوزراء ويعين الوزير الأول وينهي مهامه، ويمكن للرئيس أن يفوض جزءا من صلاحياته للوزير الأول لرئاسة اجتماعات الحكومة فقط ولا غير، مع مراعاة أحكام المادة 87 التي لا تسمح بأي حال من الأحوال أن يفوض رئيس الجمهورية سلطته في تعيين رئيس الحكومة وأعضاءها و كذا رؤساء المؤسسات الدستورية وأعضائها الذي لم ينص الدستور على طريقة أخرى لتعيينهم.

كما يعين رئيس الجمهورية شخصيا "نائبا" أو عدة "نواب" للوزير الأول بغرض مساعدته في ممارسة وظائفه وله صلاحية إنهاء مهامهم، ويوقع الرئيس المراسيم الرئاسية وله حق إصدار العفو وحق تخفيض العقوبات. ويخول له الدستور الجديد إستشارة الشعب في كل قضية ذات أهمية وطنية عن طريق الاستفتاء، وكذا إبرام المعاهدات الدولية والمصادقة عليها إذ يدخل الدستور الجديد الذي صادق عليه البرلمان الجزائري تعديلا على المادة 79 بحيث يعين رئيس الجمهورية أعضاء

الحكومة بعد استشارة الوزير الأول الذي بدوره ينفذ وينسق لتأتي هذه المادة لتعدل المادة 80 التي كانت تعطي صلاحيات لرئيس الحكومة الذي كان يقدم برنامجه إلى المجلس الشعبي للموافقة عليه. كما يعين الوزير الأول في وظائف الدولة بعد موافقة رئيس الدولة دون المساس بأحكام المادتين 77 و78 اللتان تحددان صلاحيات الرئيس، كما مس مشروع التعديل المادة 87 إذ لا يجوز بأي حال من الأحوال أن يفوض الرئيس سلطته في اللجوء في تعيين الوزير الأول وأعضاء الحكومة ورؤساء المؤسسات الدستورية وأعضائها الذين لم ينص الدستور على طريقة أخرى لتعيينهم، وأيضا لا يجوز إطلاقا أن يفوض الرئيس سلطته في اللجوء إلى استفتاء وحل المجلس الشعبي الوطني وتقرير إجراء الانتخابات التشريعية قبل أوانها إلى أي شخص أو هيئة.

المبحث الثاني:

دراسة تحليلية كيفية للمقالات.

1. تمهيد:

إنّ التحليل الكمي الذي اعتمدناه في الجانب التطبيقي لوحده غير كاف لفك شفرة توجهات الوسيلة الإعلامية في تعاطيها لموضوع "التعديل الدستوري"، بل يجب أن يتعزز بالتحليل الكيفي الذي له من الأهمية ما له في الكشف عن توجهات الجرائد عند تناولها لقضية ما، كون أن التحليل الكيفي في منهج تحليل المضمون يركز على جانب الشكل- في عرض المادة الإعلامية من قبل وسائل الإعلام - الذي يرتبط بالبعد النفسي للمتلقي.

سنحاول التركيز من خلال الدراسة التحليلية الكيفية على شكل التحرير الصحفي باعتماد فئتي التحليل: ماذا قيل؟ و كيف قيل؟ مركزين على شكل التحرير الصحفي وطريقة كتابة العناوين، لنقف على دور ذلك في تكوين الرأي العام لدى القارئ الجزائري.

2. فئات ماذا قيل؟:

من خلال الدراسة المتعلقة بموضوع دور الصحافة في تكوين الرأي العام والمعالجة التي قامت بها جريدة "**الشروق اليومي**" في تناولها لموضوع "**التعديل الدستوري 2008**"، فإنه تمّ اختيار بعض الفئات كمقاييس لتحليل محتوى مقالات العينة المقدرة بثمانية عشر(18) مقالا.

3. فئة الأهداف:

يهدف المقال الأول المنشور بتاريخ 24 سبتمبر 2008، تحت عنوان "**تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي**"، إلى إعطاء الإشارة الأولى التمهيدية لمشروع التعديل الدستوري باعتباره أول مقال صريح يتحدث عن هذا المشروع، ويتطرّق إلى المواد الممكن تعديلها حتى يتم استقبالها من طرف القارئ بكل سلاسة.

أما المقال الثاني المنشور بتاريخ 27 أكتوبر 2008، تحت عنوان "**هل ينهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور ؟**"، يهدف إلى إيضاح كيفية تطرُّق "**عبد العزيز بوتفليقة**" لموضوع التعديل الدستوري من خلال افتتاح السنة القضائية الجديدة وهذا المقال يندرج ضمن المقالات التمهيدية الهادفة إلى ترسيخ قضية التعديل الدستوري ضمن القضايا الوطنية الأخرى.

المقال الثالث المنشور بتاريخ 02 نوفمبر 2008، المعنون بـــ"**بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة**"، يهدف إلى التلميح لمساندة حزب "جبهة التحرير الوطني" للعهدة الثالثة للرئيس "**بوتفليقة**" ومنه مساندته للتعديل الدستوري؛ والذي من ضمن أهم مواده هي فتح العهدات الرئاسية في حين أن دستور 1996 يحدّدها إلى عهدتين فقط. وفي نفس السياق المقال الرابع

المنشور بتاريخ 03 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور**"، الذي يهدف إلى تتبع تحركات الرئيس "**بوتفليقة**" خدمة لموضوع التعديل الدستوري وذلك بوصف برنامجه اليومي الذي سيقوده إلى الاجتماع مع وزراء الحكومة لضبط مشروع القانون، ثم التطرّق إلى نص المشروع والإشادة به.

في المرتبة الخامسة المقال الافتتاحي المنشور بتاريخ 04 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**تساؤلات ما قبل التعديل؟**" للكاتب "**قادة بن عمار**"، الذي يصبو إلى التسليم بمشروعية التعديل لكن أبدى تحفظا من مصداقية البرلمان ومدى قدرته على مناقشة التعديلات بجدية ليصبح المشكل الأساسي في نواب الشعب وكفاءتهم وليس في المواد المعدلة التي يسلم بشرعيتها.

المقال السادس المنشور بتاريخ 05 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري**"، يهدف إلى متابعة الإجراءات التي يمر بها مشروع نص التعديل الدستوري لإفضاء الشرعية القانونية عليه وجعله كوثيقة مُقدّسة يَحرمُ الطعن في مصداقيتها أو حتى نقدها.

أما المقال السابع المنشور بتاريخ 06 نوفمبر 2008، المعنون بـــ "**حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مسبقة**"، يهدف إلى إبراز الأحزاب الجزائرية المساندة للتعديل الدستوري من خلال تغطية الندوة الصحفية للأمينة العامة "لحزب العمال"، التي أيّدت مشروع تعديل الدستور والتي تعتبر ضمن خانة "المعارضة" في المشهد

السياسي الجزائري وهذا لإضفاء جو من التوافق الوطني إزاء موضوع التعديل الدستوري.

المقال الثامن المنشور بتاريخ 06 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري**" للكاتب "**عبد العالي رزاقي**"، والذي وعلى عكس المقالات السالف ذكرها هدف إلى الطعن في شرعية التعديل أو بالأحرى الجدوى منه وذلك لشمولية واكتمال دستور 1996 وانعدام الثغرات فيه على عكس ما يروّج له، ويهدف أيضا هذا المقال إلى إفضاء نوع من المصداقية لجريدة "الشروق اليومي" من خلال فتح المجال – ولو أنه مجال جد ضيق– لمن يعارضون التعديل الدستوري.

و يأتي المقال التاسع المنشور بتاريخ 08 نوفمبر 2008 المعنون بـــ"**حنون تعلن أن حزب العمال سيصوّت لصالح تعديل الدستور**" في نفس سياق المقالات الأخرى؛ أي أنه يركّز على حزب العمال ومصادقته على مشروع التعديل، كون حزب العمال يدخل ضمن أحزاب "المعارضة" وكون أنه ترأسه امرأة ممثلة في شخص "**لويزة حنون**"، فموافقة هذا الحزب على المشروع لها دلالات سياسية ورمزية استثمرتها "جريدة الشروق" في معالجتها لموضوع التعديل الدستوري.

أما المقال العاشر المنشور بتاريخ 09 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل**"، فيهدف إلى مواصلة تتبع وثيقة التعديل في مختلف المراحل القانونية وهذا كما ذكرنا لإضفاء جانب القانوني

وجانب الشفافية على وثيقة التعديل وجعل يوم المصادقة يوما "تاريخيا" بالمعنى "الوطني".

في حين يهدف المقال الحادي عشر المنشور بتاريخ 10 نوفمبر 2008 المعنون بـــ"**صلاحيات واسعة للرئيس...والوزير الأول ممنوع من الترشيح للرئاسيات**" إلى تعريف الجمهور بفحوى مشروع التعديل الدستوري من خلال نشر الوثيقة، والتأكيد على المواد التي تخص مكانة المرأة ورموز الثورة التي لا يمكن أن تلقى الرفض من طرف الجمهور، وما يلاحظ هو تهميش المواد التي قد تلقى بعضا من الرفض والمناقشات كتلك التي تخص فتح العهدات ومنه التحول إلى النظام الرئاسي، وهذا ما لاحظناه في عنوان هذا المقال الذي ركّز على صلاحيات الرئيس والوزير الأول.

أما المقال الثاني عشر المنشور بتاريخ 12 نوفمبر 2008، تحت عنوان "**حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية**"، فيرمي إلى إبراز النقاش الحاد في "المجلس الشعبي الوطني" بين أحزاب التحالف والمعارضة حول مشروع التعديل الدستوري، علما أن موضوع المصادقة قد حسم منذ أشهر أو أكثر، بالرغم من أن "البروتوكول الديمقراطي" يفرض مثل هذه الممارسات قبيل أي مواعيد انتخابية.

في حين أن المقال الثالث عشر المنشور بتاريخ 13 نوفمبر2008 والذي صدر بعد المصادقة على مشروع التعديل الدستوري تحت عنوان "**على قلب رجل واحد**"،

يهدف إلى نقد الطريقة التي تمت بها المصادقة على التعديل الدستوري، وعدم ظهور نقاشات جدية حول مضمونه وحول المواد المعدلة لدى البرلمان.

أما المقال الرابع عشر المنشور بنفس التاريخ أي 13 نوفمبر2008 تحت عنوان "**البرلمان يمرر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة**" فيصبوا إلى وصف الروح "الديمقراطية" التي جرت فيها الانتخابات العلنية وذلك بالمصادقة "بالأغلبية الساحقة"، مع التركيز على حضور أحزاب المعارضة لإعطاء نوع من المصداقية، وخَتَمَ المقال بذكر خروج أحد الأحزاب المعارضة من قاعة المجلس قبل عد الأصوات ولكن "بهدوء".

أما المقال الخامس عشر الصادر في نفس اليوم أي 13 نوفمبر 2008، المعنون بـــ"**تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض الأحزاب مؤشر ايجابي على حركية الديمقراطية**"، يهدف إلى احتواء المواقف المعارضة للتعديل الدستوري في رسالة للرئيس "**بوتفليقة**" التي أقرّ فيها أن الجو الديمقراطي والمشحون في البرلمان لدليل ايجابي على حركية "الديمقراطية" لدى المؤسسات الجزائرية.

المقال السادس عشر المنشور بتاريخ 13 نوفمبر 2008، تحت عنوان "**مفعول أوباما...والدستور**" يهدف إلى مقارنة التعديل الدستوري بالانتخابات في الو.م.أ، لتبيين العلاقة المؤثرة للرئيس "**أوباما**" على الحياة والرؤية السياسية في الجزائر، ثم

يواصل الكاتب مقاله التحليلي في نقد الطبقة السياسية الجزائرية والإعلاميين بوصفهم "بالانتهازيين" حيث تحركهم المصالح لا المواقف.

أما المقال السابع عشر الصادر بتاريخ 17 نوفمبر 2008 والمعنون بـــ "**شخصنة** "**السلطة**" والذي يعتبر المقال التحليلي الوحيد الذي كانت لديه الجرأة في الطعن في مشروعية التعديل الدستوري واعتبره "تعزيزا لموقع النظام والسلطة" وختم مقاله بوعيد إذا ما استمرت الحياة السياسية على حالها، "فشخصنة" السلطة تؤدي لا محالة لحلول الراديكالية حسب صاحب المقال.

أما المقال الأخير من عينتنا أي الثامن عشر المنشور بتاريخ 05 فيفري 2009، تحت عنوان "**دبلوماسية الاغتصاب والحجز**"، والذي يعدّ مقالا تحليليا يرمي إلى ربط بعض القضايا والفضائح التي تمس السلطة والأيدي الخارجية الخفية وعلاقتها بالتعديل الدستوري بالجزائر، كونه لم"يرض" القوى العظمى الديمقراطية في العالم كالو.م.أ لما له من تداعيات في باقي دول العالم وخاصة العالم الثالث.

4. فئة الشخصية:

اعتمدت جريدة "**الشروق اليومي**" في معالجتها لموضوع "**التعديل الدستوري**" على آراء شخصيات لها علاقة مباشرة بالموضوع كالرئيس "**بوتفليقة**"، "**بلخادم**" و"**لويزة حنون**"، ليكون الغرض من ذلك تعزيز توجهات معينة و إقناع الرأي العام.

ففي المقال الأول المنشور بتاريخ 24 سبتمبر 2008، تحت عنوان "**تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي**" نجد التركيز على رئيس الحكومة "**أحمد أو يحيى**" الذي قد صرّح من قبل عن استدعاء الهيئة الناخبة في أقرب الآجال، وكذا التركيز على الرئيس "**بوتفليقة**" من خلال التطرّق إلى صلاحياته الدستورية المخولة له اتجاه التعديل الدستوري.

أما المقال الثاني المنشور بتاريخ 27 أكتوبر 2008 تحت عنوان "**هل ينهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور ؟**"، والذي ركّز في مجمله على الرئيس "**بوتفليقة**" أمسية افتتاحه للسنة القضائية الجديدة، وجاء ذكر اسم الرئيس بأكثر من إحدى عشر مرة (11) ثم يليه رئيس الحكومة "**أحمد أو يحيى**".

المقال الثالث المنشور بتاريخ 02 نوفمبر 2008 المعنون بـــ"**بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة**"، والذي ركّز كاتبه فيه على الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني الذي قام باجتماع مع المحافظين الوطنيين للتحضير للمصادقة على مشروع التعديل، ثم يليه المكلف بالإعلام "**سعيد بوعجة**" الذي فصل في الإجراءات الميدانية التي سيتخذها الحزب استعدادا للاستحقاقات المقبلة.

المقال الرابع المنشور بتاريخ 03 نوفمبر 2008، تحت عنوان "**بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور**"، الذي ركّز الاهتمام هو الآخر على شخصية الرئيس "**عبد**

العزيز بوتفليقة" من خلال تصريحاته حول تفاصيل التعديل الدستوري جراء افتتاح السنة القضائية الجديدة لعام 2008؛ حيث تكرّر اسمه أكثر من تسع (9) مرات.

أما المقال السابع المنشور بتاريخ 06 نوفمبر 2008 المعنون بـــ "**حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مسبقة**"، وكذلك المقال التاسع المنشور بتاريخ 08 نوفمبر 2008 المعنون بـــ"**حنون تعلن أن حزب العمال سيصوّت لصالح تعديل الدستور**"، اللذان تم التركيز فيهما على الأمينة العامة لحزب العمال "لويزة حنون" من خلال الندوات الصحفية التي عقدتها والتي صرّحت من خلالها على تصويت حزبها لصالح التعديل الدستوري، وتكرر اسم الأمينة العامة "**لويزة حنون**" في هذين المقالين حوالي خمس عشر (15) مرة.

أما المقال الثاني عشر المنشور بتاريخ 12 نوفمبر 2008، تحت عنوان "**حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية**"، وهو المقال الوحيد من العينة المدروسة الذي ذكرت فيه الجريدة الأحزاب المعارضة للتعديل الدستوري، لكن لم يمنع هذا ذكر رؤساء كتل التحالف الرئاسي والتركيز عليهم في بداية المقال من خلال الندوة الصحفية التي عقدوها على هامش المصادقة على مشروع التعديل الدستوري، ليختم المقال بذكر مواقف الأحزاب التي امتنعت والتي رفضت التصويت لصالح التعديل.

5. فئات كيف قيل؟:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على فئتان: فئة شكل أو نمط المادة الإعلامية وفئة موقع المادة.

1.5 فئة نمط المادة الاعلامية:

إنّ القوالب التحريرية في الصحافة المكتوبة لها دورها الكبير في التأثير على الجمهور المتلقي أي القارئ، فلكل قالب صحفي خصائصه التي يتمتع بها، وقد وردت في عينة الدراسة اثني عشر (12) تقريرا صحفيا في جريدة "الشروق اليومي" من أصل ثمانية عشر(18) مقالا، جُلّ هذه التقارير تناولت موضوع "**التعديل الدستوري**" بصفة حصرية، مثلما يتضح في المقال المنشور بتاريخ 27 أكتوبر 2008 تحت عنوان "**هل ينهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور؟**" والذي نشر قبل إفصاح الرئيس عن موعد التعديل، وخاض الاتجاه نفسه المقال المنشور بتاريخ 03 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور**" والذي جاء ضمن سلسلة التقارير التي نشرتها جريدة "الشروق اليومي" مبرزة أهمية التعديل من خلال التطرق إلى المواد المعدلة.

ويبرز التقرير الصحفي المنشور بتاريخ 08 نوفمبر 2008 المعنون بـــ"**حنون تعلن أن حزب العمال سيصوّت لصالح تعديل الدستور**" مصادقة حزب العمال على

مشروع التعديل الدستوري ومنه بداية مصادقة أحزاب المعارضة على هذا الأخير، وذلك بعدما نشرت جريدة الشروق اليومي تقريرا بتاريخ 05 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري**" الذي يفصح عن مصادقة المجلس الدستوري على مشروع التعديل ليتبعه مصادقة الأحزاب الممثلة في البرلمان الجزائري والتركيز على أحزاب التحالف الرئاسي، وهو ما يشير إليه التقرير المنشور بتاريخ 02 نوفمبر 2008، والمعنون بـــ"**بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة**" ما نلاحظه في هذه التقارير هو صدورها ما قبل المصادقة على التعديل الدستوري وظهورها بعد يوم من المصادقة، لتختفي بعد ذلك، في حين جاءت المقالات التحليلية في المرتبة الثانية والمقدّر عددها بأربع (04) مقالات حيث تناولت موضوع التعديل الدستوري ولكن بنظرة نقدية على عكس التقارير الصحفية وذلك ما يبرز من خلال المقال التحليلي للكاتب "**محمود بلحيمر**" الصادر بتاريخ 17 نوفمبر 2008 والمعنون بـــ "**شخصنة السلطة**" والذي اعتمد نبرة حادّة في معارضته لمشروع التعديل الدستوري. كذلك المقال التحليلي المنشور بتاريخ 13 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**مفعول أوباما...والدستور**" للكاتب "**فوزي أو صديق**" والذي استعمل مفردات تهكمية انتقد من خلالها الطبقة السياسية الجزائرية ووصفها "بالانتهازية".

المقال التحليلي المنشور بتاريخ 06 نوفمبر 2008، تحت عنوان "**أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري**" للكاتب "**عبد العالي رزاقي**" الذي عالج فيه الوضع المزري الذي تعيش فيه الجزائر في خضم التعديل الدستوري الذي اعتبره بمثابة ذر الرماد على الأعين وأن التغيير لا يمكن أن يكون بتعديل مادة أو مادتين في الدستور، وطعن في مشروعية نواب الشعب والمشرع الجزائري الذي غلبت عليه الرؤية السياسية على حساب الرؤية القانونية.

نلاحظ من خلال دراستنا للتقارير والمقالات التحليلية فرقا شاسعا من حيث التوجه الإيديولوجي وكأن الجريدة تتبع "ازدواجية" في خطابها إذا ما قارنا مقالاتها المعالجة لموضوع التعديل الدستوري، وفي الأخير جاءت الافتتاحيات المقدرة بمقالين (02) الأول المنشور بتاريخ 04 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**تساؤلات ما قبل التعديل؟**" للكاتب "**قادة بن عمار**"، الذي تناول فيه ردّة فعل الطبقة السياسية بعد إعلان تعديل الدستور؛ إذ اعتبره بمثابة "القشة التي تعلق بها الغارقون" قاصدا في ذلك نواب المجلس الشعبي الوطني. تأتي الافتتاحية الثانية المنشورة بتاريخ 13 نوفمبر2008 والتي صدرت بعد المصادقة على مشروع التعديل الدستوري تحت عنوان "**على قلب رجل واحد**" بغية نقد الطريقة التي تمّت المصادقة بها على التعديل الدستوري، وكذا السطحية التي دارت فيها النقاشات حول هذا التعديل.

2.5 فئة موقع المادة الإعلامية:

من خلال تطرّقنا لموقع المادة الإعلامية سنحاول فك شفرة تموقع مقالات عينتنا والمقدرة بـــثمانية عشر (18) مقالا، وهي محاولة تحليل ما استنتجناه من الدراسة التحليلية الكمية التي قمنا بها. تعدّ الصفحة الرابعة في الجريدة ضمن الصفحات المهمة، ونجد أنها جاءت في المرتبة الأولى بمجموع (09) مقالات من (18) وهي نسبة كبيرة يمكن أن نفسرها بالاهتمام النسبي أو المتواضع لموضوع "التعديل الدستوري" من طرف جريدة "الشروق" اليومي"، آخذين بالاعتبار نمط الجريدة من حيث الإخراج الصحفي، هذا الاهتمام النسبي جاء بالنظر إلى تغطية نفس الجريدة لمواضيع أخرى أخذت حيزا أكبر من الذي وجدناه في تغطية موضوع "التعديل الدستوري" كمقابلات " الجزائر– مصر" مثلا، والذي لا يمكن مقارنته من حيث الأهمية بموضوع دراستنا، يمكن تقسيم هذه المقالات إلى قسمين: فترة ما قبل التعديل والثانية ما بعد التعديل، فالفترة الأولى تابعت فيها الجريدة تحركات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة قبيل إعلانه عن موعد تمرير المشروع عبر البرلمان وكذا سرد مضمون المواد التي أجري عليها التعديل، أما الفترة الثانية أي ما بعد التعديل والتي ركّزت جلّ التقارير الصادرة في الصفحة الرابعة على ردود أفعال أحزاب التحالف والأحزاب التي صادقت على التعديل الدستوري، ومن جهة ثانية رد فعل الرئيس "**عبد العزيز بوتفليقة**" جرّاء مصادقة البرلمان وبالأغلبية على مشروع قانون

التعديل، بينما احتلت كلا من الصفحة الثانية (02) والصفحة الواحد والعشرين (21) المرتبة الثانية من حيث حجم التغطية الإعلامية لموضوع التعديل الدستوري بمجموع مقالين لكل منها، فالمعروف أن الصفحة الثانية لها أهمية كبيرة في أي جريدة غير أن جريدة "الشروق اليومي" خصصتها للأخبار المتفرقة وللمقال الافتتاحي، هذه الخاصية أنقصت من أهمية هذه الصفحة من حيث تغطيتها للأحداث ومن حيث جديتها في المعالجة، أما الصفحة الواحد والعشرين (21) والمسماة بـــ "أقلام الخميس" التي تعدّ صفحة أسبوعية وفضاء حرا لبعض المفكرين والأساتذة في نشر مقالات تعالج قضايا فكرية أو سياسية وهذا على غرار موضوع التعديل الدستوري الذي تمت معالجته في مناسبتين فقط وهو حجم غير كاف مقارنه بأهمية الموضوع، وبنفس الكمية تمّ بها التطرّق إلى الموضوع نفسه في افتتاحية جريدة الشروق اليومي. أما كل من الصفحات: (05)، (06)، (07)، (13)، (20)، فكلها جاءت بمجموع مقال واحد يعالج موضوع التعديل الدستوري من فترة دراستنا، وهي صفحات تتفاوت من حيث الأهمية حسب تموقعها في الصحيفة، فقد احتلت هذه الصفحات المرتبة الثالثة من حيث التكرارات أي بمجموع مقال واحد فقط، وهو حجم موحي لعدم التأكيد على موضوع التعديل الدستوري من طرف جريدة الشروق اليومي و هذا ما أكدناه سابقا.

6. الخلاصة:

إنّ موقع المادة الإعلامية وتمركزها وتكرارها في الجريدة له أثره البالغ في التأثير على المتلقي وفي تكوين اتجاهاته وفي تكوين رأي عام خاص بقضية معينة خاصة في ظل البيئة الإعلامية الجزائرية وفي ظل مكانة جريدة "**الشروق اليومي**" ضمن باقي الصحف اليومية الجزائرية؛ باعتبارها الصحيفة الأولى من حيث التغلغل حسب بعض الدراسات والتي تطرقنا إليها سابقا. إنّ اعتماد منهج تحليل المضمون واعتماد فئات ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ في تحليلنا للمقالات اعتبرناه "المنهج الشفاف" لمعرفة دور جريدة الشروق اليومي في تكوين الرأي العام الجزائري، ومن ضمن الاستنتاجات التي نكون قد توصلنا إليها هي الانتقائية التي سارت عليها جريدة الشروق اليومي في توزيع المواضيع من حيث حجم تغطية وطريقة الكتابة وتوزيع الصفحات لموضوع التعديل الدستوري2008، ومنه معرفة الاتجاه العام لجريدة اليومي إزاء موضوع الدراسة.

خـــاتـــمة.

تعدّ الصحافة المكتوبة في الجزائر من أهم الوسائل الإعلامية رواجا ومصداقية مقارنة بباقي الوسائل الأخرى، هذا راجع للحرية النسبية التي تتسم بها والمتاحة لها.

إن الكيفية التي تناولت بها جريدة "**الشروق اليومي**" موضوع "**التعديل الدستوري2008م**" على امتداد الفترتين قبل وبعد التعديل، وبعد الدراسة التطبيقية التي قمنا بها مستعملين منهج تحليل المضمون اتضحت لدينا عدة معطيات من حيث طريقة وأسلوب معالجة جريدة الشروق اليومي لموضوع التعديل الدستوري من حيث حجم التغطية الإعلامية التي لم تتجاوز العشرين مقالا خاصا بهذا التعديل ومن بينها افتتاحيتان فقط، والتي اعتبرناها دليلا على عدم إعطاء جريدة الشروق اليومي الأهمية الكاملة لموضوع دراستنا هذا من حيث حجم التغطية.

أما بخصوص نوعية التغطية ومضمونها فكانت جل المقالات مخصصة لرجال السلطة ونشاطاتهم وتصريحاتهم الموالية للتعديل الدستوري وعدم فتح المجال الكافي للأصوات المعارضة لهذا المشروع، والملاحظ أن المقالات التي كانت معاكسة لخط الجريدة والتي انتقدت فيها مشروع التعديل الدستوري2008م جاءت جلها في الصفحات الأخيرة للجريدة كركن "أقلام الخميس" وهي عبارة عن مقالات تحليلية لأساتذة وباحثين، فهل يمكن اعتباره خطابا مزدوجا للجريدة؟ أم هو هامش من الحرية لإفضاء نوع من المصداقية عليها؟ أم هو تحايل على رقابة السلطة على الجريدة؟

نلاحظ أنه من غير السهل الإجابة على هذه الأسئلة لكن تجدر الإشارة إلى أنه من خلال دراستنا للأساليب الإقناعية للجريدة بمختلف مقالات العينة المدروسة يتضح لنا جليا "الولاء السياسي" لجريدة الشروق اليومي لأحزاب التحالف الجزائري الموالية للسلطة والتي راهنت وصادقت على مشروع "التعديل الدستوري" – عبر استفتاء برلماني– من خلال التغطية الواسعة التي خصصتها جريدة "**الشروق اليومي**" لأحزاب التحالف الرئاسي على مدار فترة دراستنا الممتدة على حوالي خمسة أشهر.

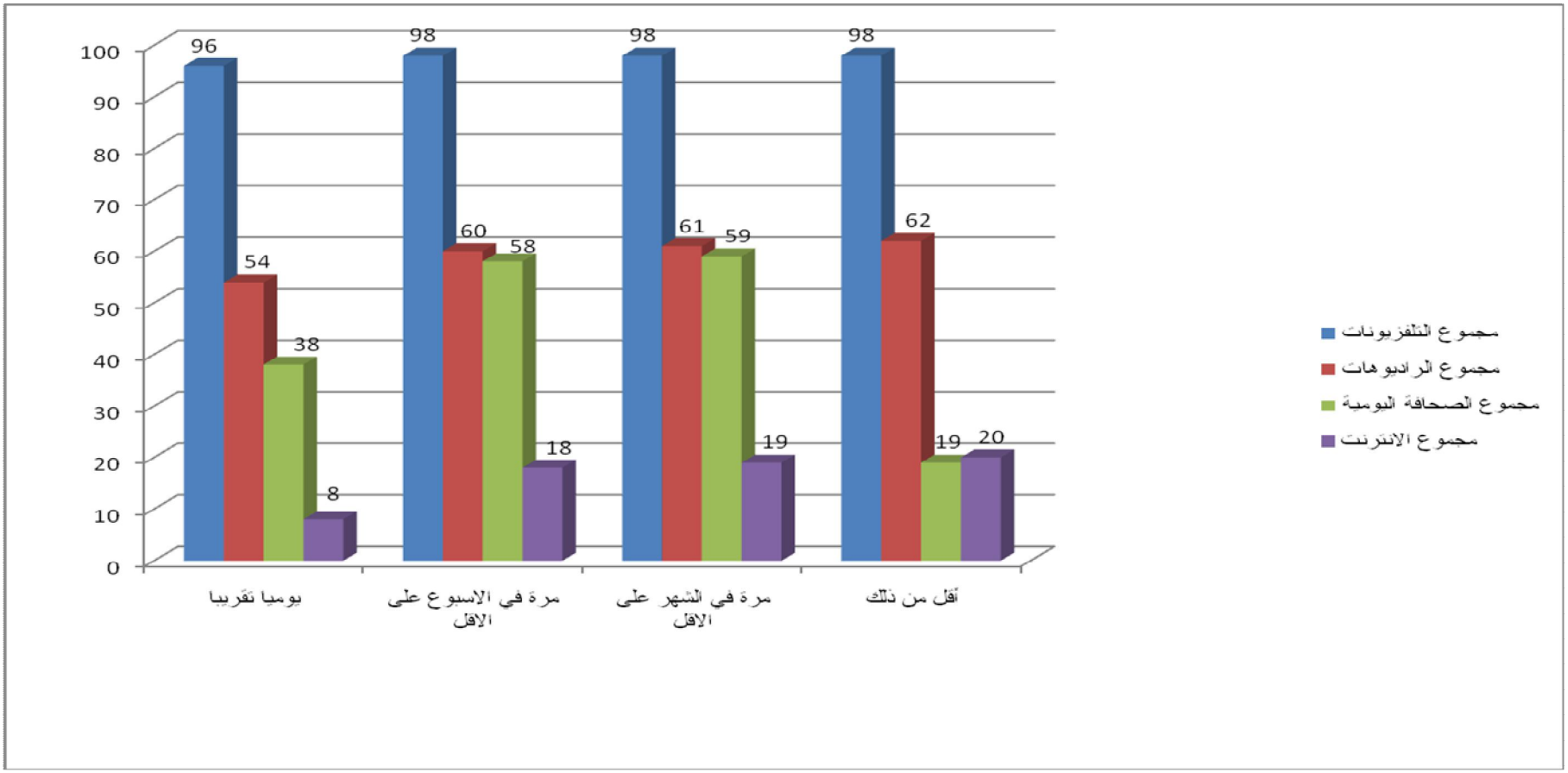
اعتمادا على بعض الدراسات الإحصائية والتي خصصنا لها جانبا في دراستنا، تصدّرت جريدة "**الشروق اليومي**" الصحف الوطنية الجزائرية من حيث نسبة المقروئية والسحب لتعطيها مكانة أساسية ضمن المشهد الإعلامي الجزائري، لتصبح وبصفة آلية مؤثرة على الرأي العام الجزائري إما سلبا أو إيجابا، وذلك باستعمال مختلف الأساليب الإقناعية الصحفية التي لها تأثيرها الخاص على القارئ، وهذا ما تطرقنا إليه في الجانب النظري من دراستنا من خلال إبراز دور الإستمالات العاطفية والمنطقية التي حاولنا إبراز بعضها في عينة مقالات جريدة "**الشروق اليومي**".

إن جوهر دراستنا يصب أساسا حول مدى تأثير جريدة "**الشروق اليومي**" على القارئ الجزائري، ومنه لا يمكننا حصر هذا "التأثير" في إثارة عواطف القارئ على

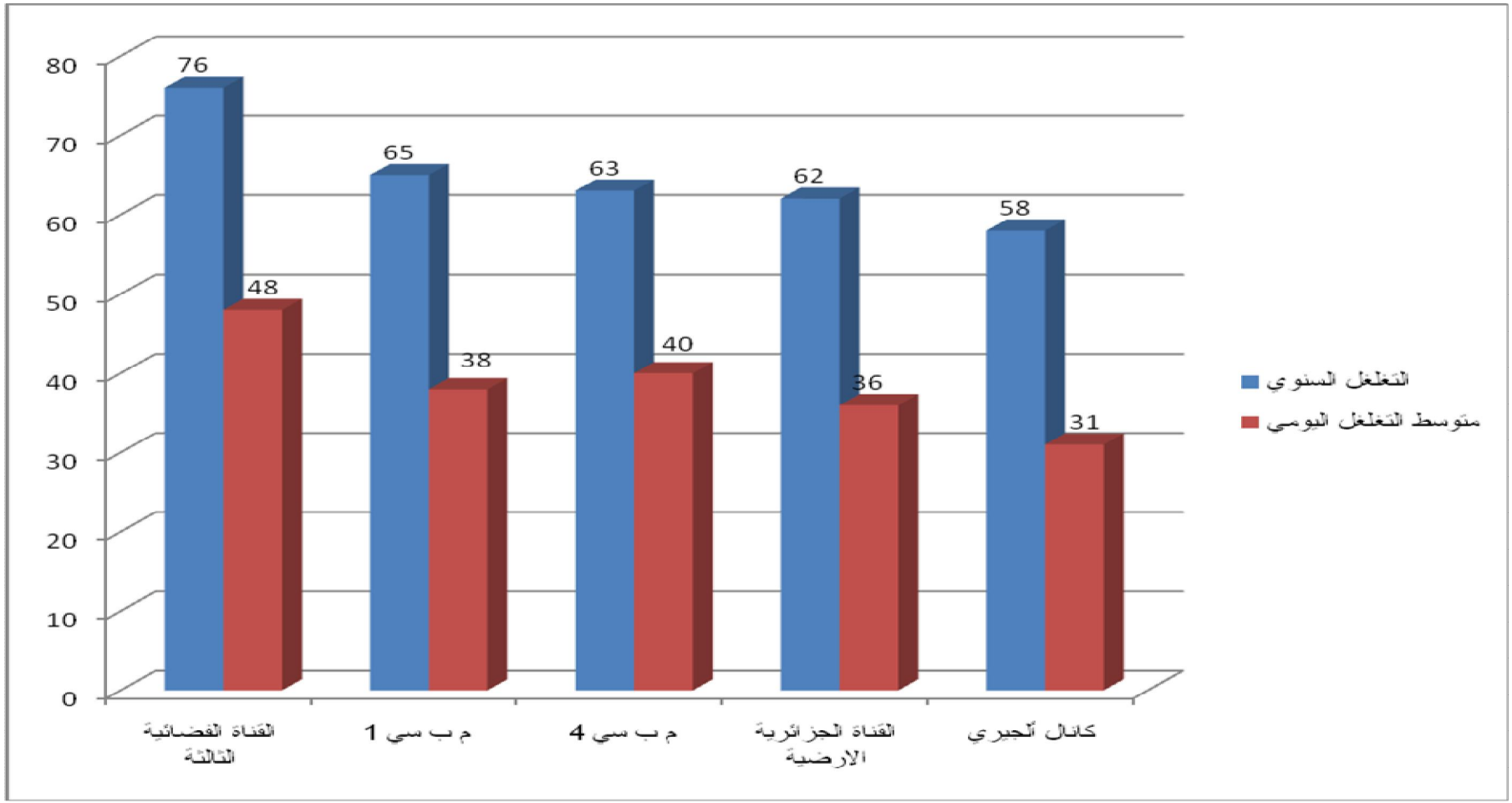
غرار ما حصل مع بعض القضايا كمقابلات "الجزائر– مصر" و إنما حاولنا إبـــراز تأثير من نوع آخر والذي يعتمد على تطبيـــع « Banalisation » بعـــض القضـــايا المصيرية من خلال تغطية إعلامية شبه تعتيمية، هذا ما استخلصناه من خلال تناول جريدة "**الشروق اليومي**" **لمشروع التعديل الدستوري الجزائري2008**، لما له مـــن تداعيات على الساحة السياسية الجزائرية ونظام حكمها، لتبقى إشكالية "من يتحكم في من؟" قائمة بدون جواب قطعي.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة مسايرة "الخطاب المتداول" حـــول الصـــحافة المكتوبة في الجزائر باعتبارها الأكثر حرية مقارنة بباقي الوسائل الأخرى وعلاقتها في تكوين الرأي العام الجزائري، واختيار جريدة "**الشروق اليومي**" كونها الأكثـــر رواجا ومقروئية في الجزائر، ليتضح لنا أن هناك بعض التناقض بين ما هو كـــائن وبين ما هو متداول، كون أن جريدة "**الشروق اليومي**" قيّدت إيديولوجيا من طـــرف جهات سياسية حاكمة في تناولها لمشروع التعديل الدستوري2008 بغية التـــأثير أو "تنويم" الرأي العام الجزائري إزاء هذا المشروع.

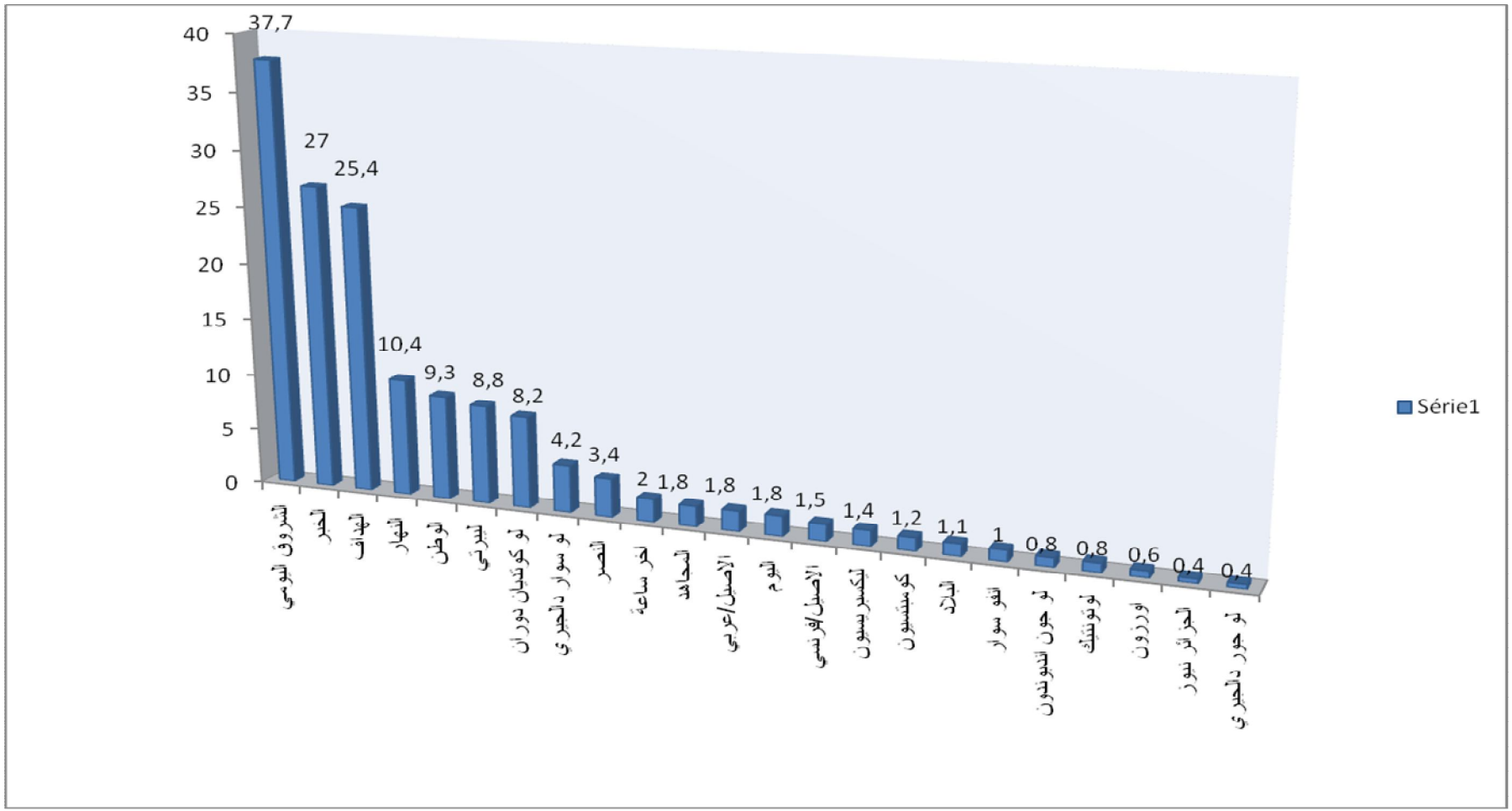
الملاحق.



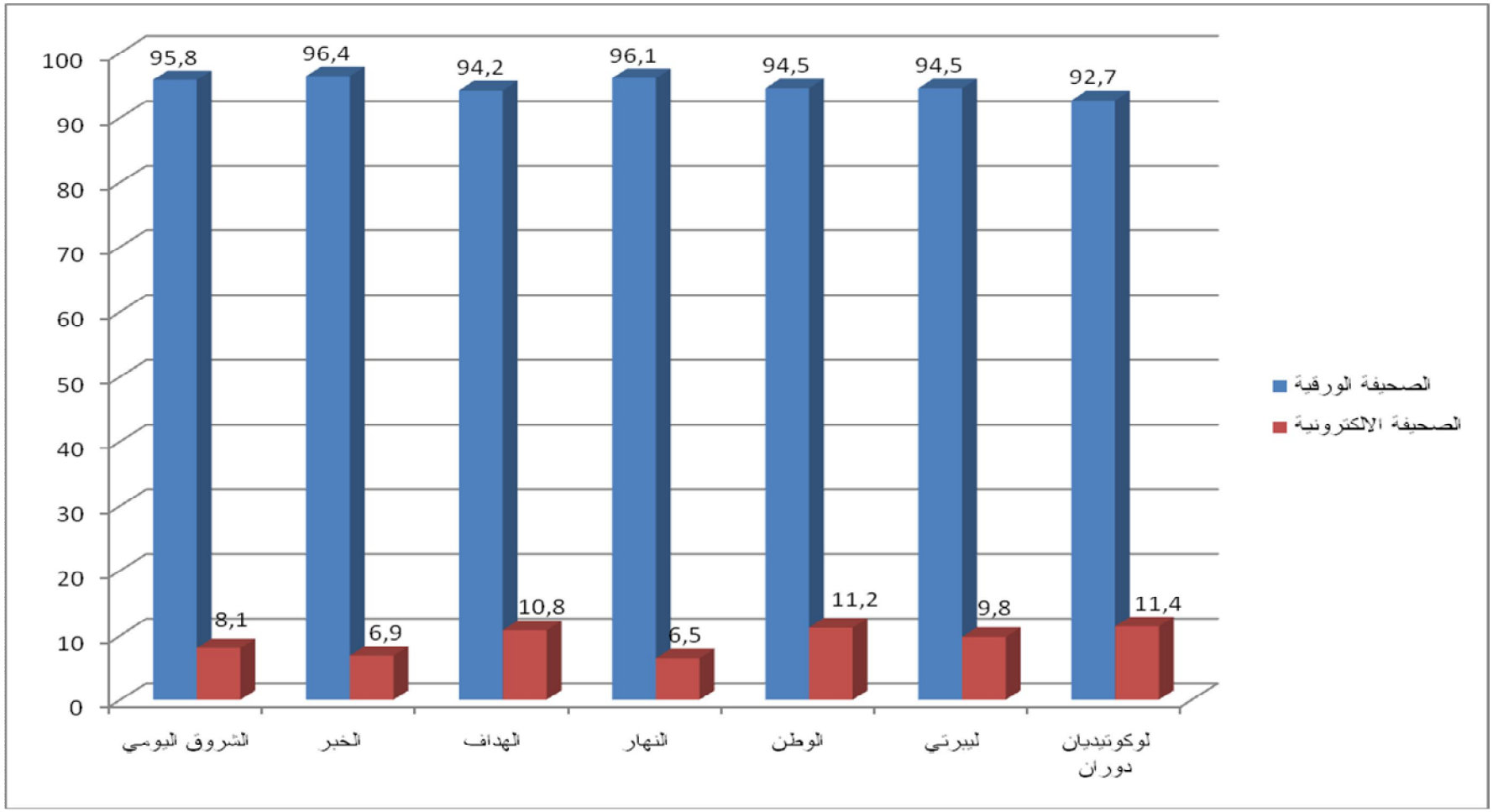
2.2 تـــغـــلـــغـــل أهـــم وســـائـــل الإعـــلام.



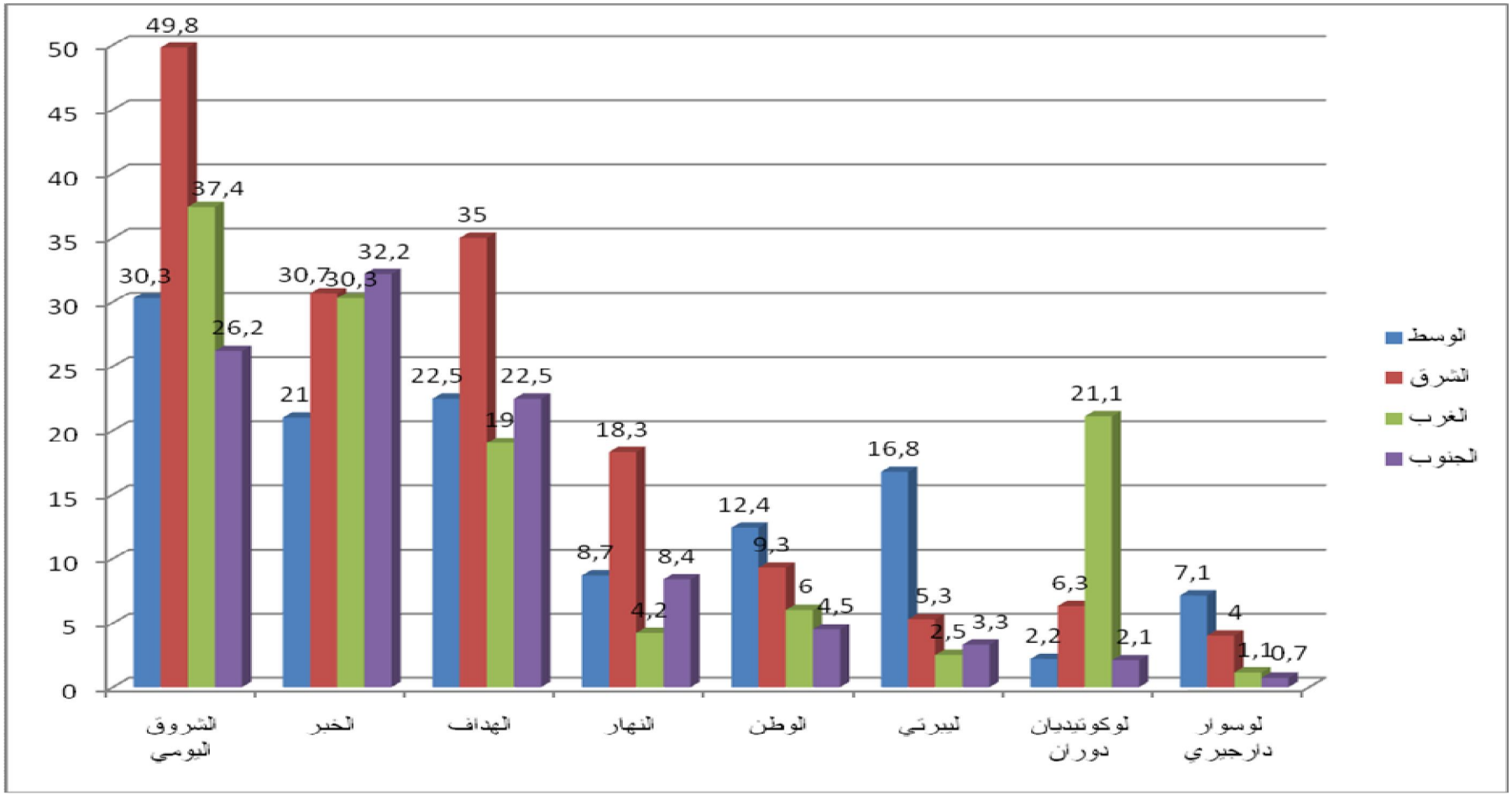
3.2 تغلغل الخمس الأوائل من القنوات التلفزيونية في الجزائر.



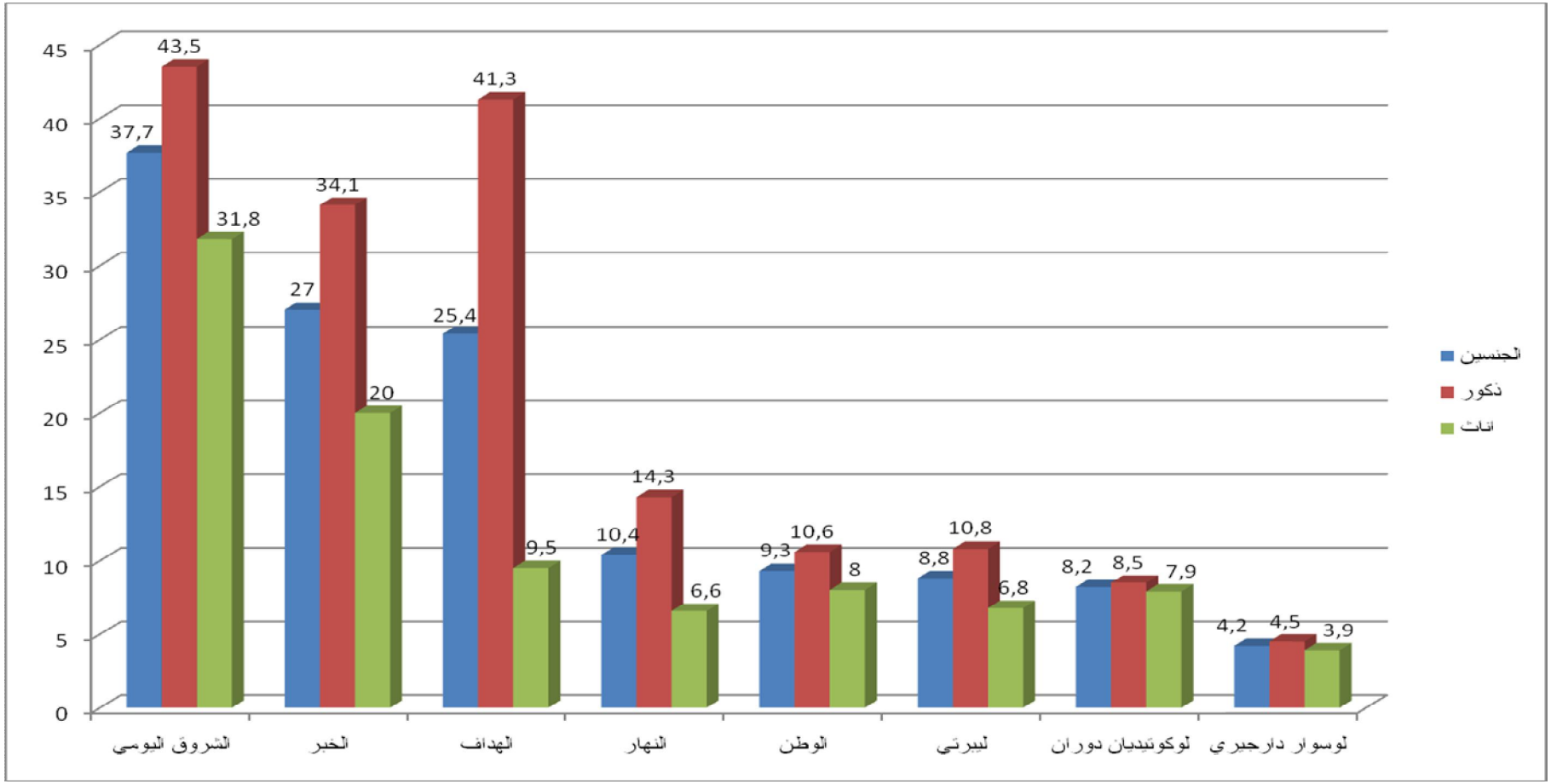
4.2 تغلغل الصحافة اليومية الوطنية في الجزائر.



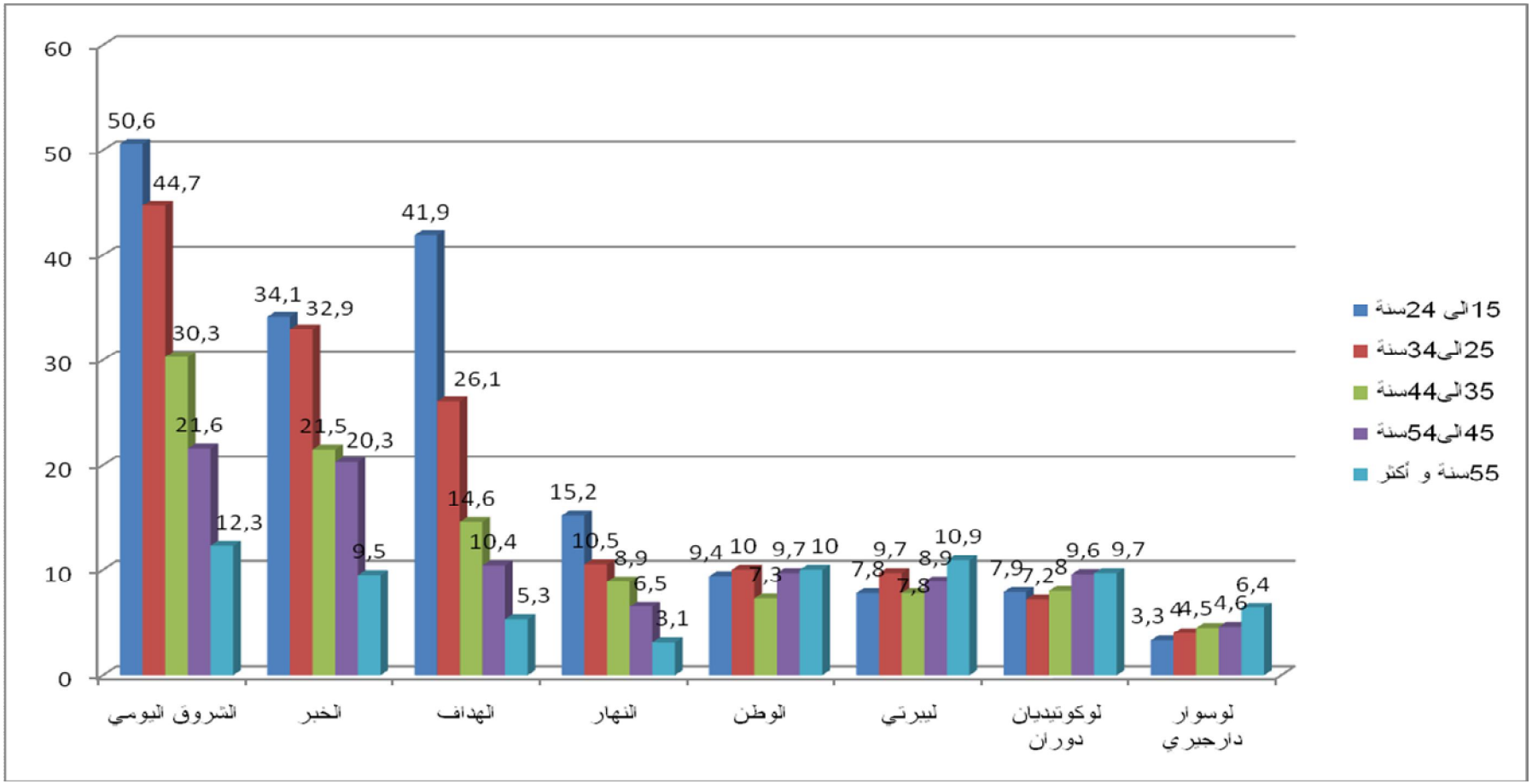
5.2 مقروئية أهم العناوين الرئيسة اليومية الوطنية في الجزائر.



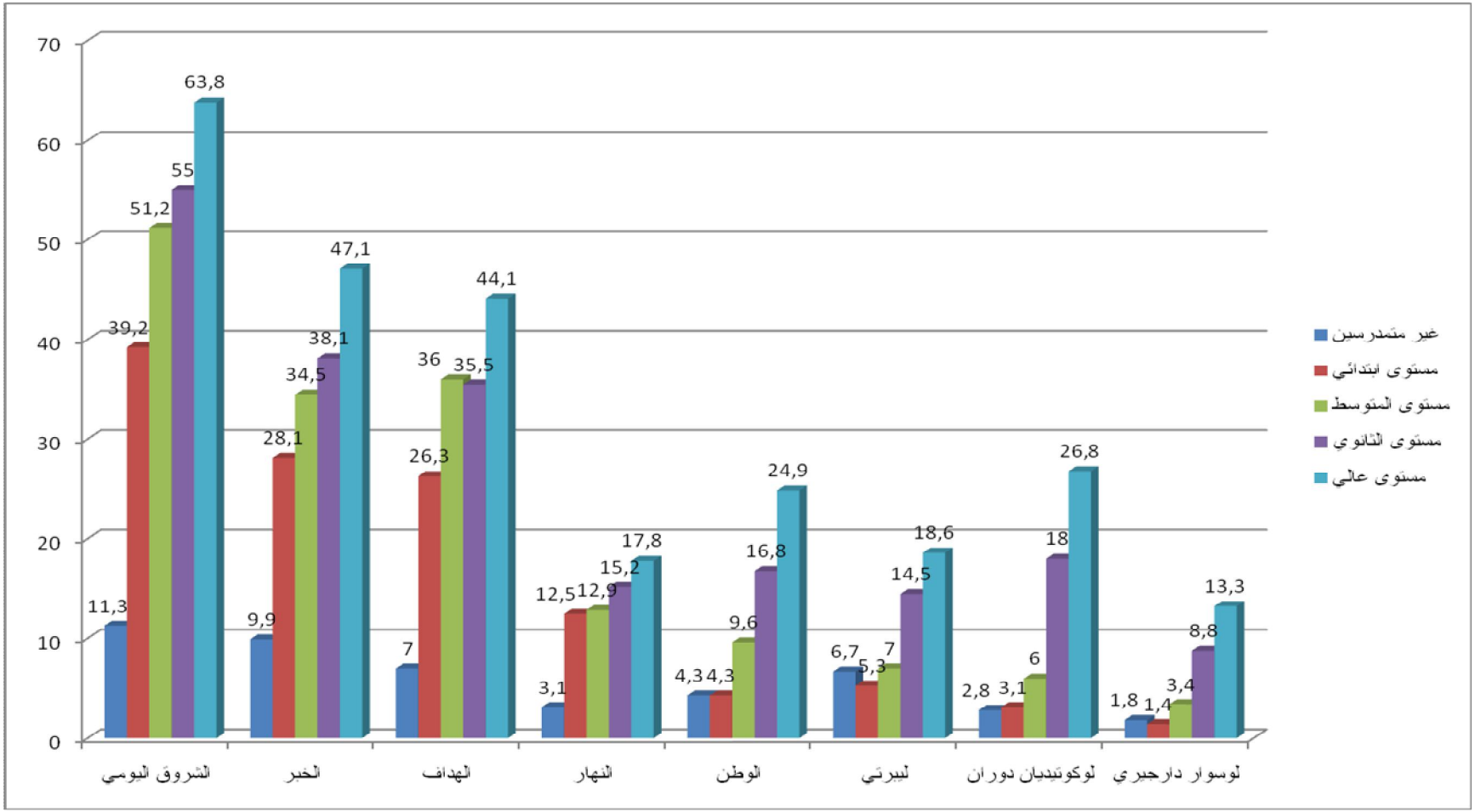
6.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجهات.



7.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجنس.



8.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الفئات العمرية.



9.2 تغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب المستوى التعليمي.

1.3.2 التحليل الخاص بتغلغل الخمس الأوائل من القنوات التلفزيونية في الجزائر:

جاء في الدراسة أن "القناة الفضائية الثالثة" للتلفزيون الجزائري هي الأكثر مشاهدة في الجزائر بمعدل سنوي بلغ 76%، متبوعة بقناة «أم**.بي. سي. 1**" بنسبة 65%، وقناة "**أم. بي. سي. 4**" بنسبة 63%، وجاءت "**القناة الأرضية في التلفزيون الجزائري**" رابعة بنسبة 62%، وهو ما يؤكد شدة انتشار هوائيات الاستقبال على المستوى الوطني وتراجع نسبة مشاهدة التلفزيون الأرضي بالهوائيات التقليدية وهذا لتنوع البرامج عبر الفضائيات، وفي المرتبة الخامسة حلت "**كنال ألجيري**" بنسبة مشاهدة سنوية بلغت 58% في حين حقّقت "**القناة الفضائية الثالثة**" للتلفزيون الجزائري أعلى نسبة مشاهدة يومية في الجزائر أيضا بمعدل بلغ 48%، متبوعة بقناة "**أم .بي .سي. 4**" بنسبة 40%، وقناة «أم**.بي. سي1**" بنسبة 38%، ولأن الفضائية الثالثة موجهة للعالم العربي فقد وجدت إقبالا كبيرا من طرف الجالية الجزائرية والمنتشرة في العالم.

1.4.2 التحليل الخاص بتغلغل الصحافة اليومية الوطنية في الجزائر:

من خلال دراسة مجموعة "إمار" الفرنسية، نلاحظ تصدر جريدة "**الشروق**" من حيث تغلغل الصحافة المكتوبة في المجتمع الجزائري بنسبة عالية لا تقل عن 37,7% أي الصحيفة الأكثر مقروئية في الجزائر مع جريدة "**الخبر**" التي احتلّت المرتبة الثانية بنسبة 27% ثم يليها جريدة "**الهداف**" في الأخبار الرياضية التي تلقى الكثير من الرواج والاهتمام في الشارع الجزائري لتكون في المرتبة الثالثة، بنسبة تقدر بـــ 25.4% متقدمة عن جريدة "**النهار**" التي تحصلت على معدل 10.4% أي بفارق يصل إلى 27.3% بالمقارنة مع تغلغل "الشروق"، ثم يلي هذا الترتيب ثلاث صحف ناطقة باللغة الفرنسية هي على الترتيب "**الوطن**"، "**ليبرتيه**" و"**لوكوتديان دوران**" بنسب 9,3%، 8,8%، 8,2% وهي نسب جد ضعيفة مقارنة بالمكانة التاريخية لهذه الجرائد في حين يرى البعض أنه تراجع طبيعي كون أن أجيال الاستقلال تحسن اللغة العربية على عكس جيل ما قبل الاستقلال، ثم جاءت باقي الصحف والمقدرة بـــ 16 صحيفة والتي تراوحت نسبها ما بين 0,4% إلى 4%.

1.6.2 التحليل الخاص بتغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجهات:

بخصوص التغلغل حسب الجهات، نجد "الشروق اليومي" المتصدرة في مناطق شرق البلاد، بنسبة لا تقل عن 49,8%، مقابل 30,3% على مستوى مناطق وسط البلاد، و37,4% على مستوى مناطق غرب البلاد، ثم 26,1%على مستوى الجنوب، مما يؤكّد أن جريدة "الشروق اليومي" تسيطر من حيث نسبة التغلغل وطنيا وجهويا، وكشفت هذه الأرقام أن مناطق شرق البلاد وجنوبها، أكثر تعريبا بالمقارنة مع مناطق وسط وغرب البلاد، وهذا بالنظر إلى جملة من المعطيات التاريخية التي تعود إلى الحقبة الاستعمارية. ومعروف أن مقروئية الجرائد المُعرّبة في ولايات الشرق الجزائري مرتفعة مقارنة بباقي مناطق الوطن.

1.7.2 التحليل الخاص بتغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الجنس:

توصلت الدراسة إلى أن جريدة "الشروق اليومي" هي جريدة "رجالية"، حيث تقدّر نسبة تغلغلها بين الرجال 43,5%، مقابل 31,8% في أوساط النساء. وتعود هذه النسبة إلى واقع المرأة بصفة عامة في المجتمع الجزائري بما في ذلك نسبة الأمية وغيرها من المتغيرات الاجتماعية والتي لايمكننا تفسيرها بطريقة سطحية، في حين لا يزال الرجل هو الأكثر حضورا في المجتمع سواء تعلّق الأمر بمناطق الجنوب الكبير أو شرق البلاد أو الغرب في حين أن الإحصائيات تبرز أن الإناث أكثر من الذكور من حيث العدد في حين نرى تصدُّر الرجال من حيث المقروئية.

1.9.2 التحليل الخاص بتغلغل أهم الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب المستوى التعليمي:

ومن حيث المستوى التعليمي، توصلت الدراسة إلى أن 63,8% من قرّاء "الشروق اليومي" هم من أصحاب المستوى العالي، مقابل 55% من أصحاب المستوى الثانوي، و51,2% من أصحاب المستوى المتوسط، 39,2% من أصحاب المستوى الابتدائي و11,3% بدون مستوى هذا ما قد يعطي قاعدة شعبية لجريدة "**الشروق اليومي**" كونها يمكن تصنيفها كصحيفة "عامة الناس" وعلى العكس تماما بالنسبة لجريدة "**ليبيرتي**" 18,6%، 14,5%، 7%، 5,3%و6,7% على التوالي، مقابل 26,8%، 18%، 6%، 3,1% و2,8% لجريدة "**لوكوتديان دوران**" ، وهو ما يدل على أن جل الصحف الناطقة باللغة الفرنسية هي جرائد "نخبوية"، بينما تتربّع "**الشروق**" على كل الفئات العمرية والتعليمية فهل هي سياسة مقصودة تعمل على جلب أكبر عدد ممكن من القرّاء؟ أي "شعبنة الجريدة" التي يمكن إعطائها عدة قراءات لما في ذلك الخلفية التجارية البحتة.

❖ ***ملاحظة:*** الرسومات التوضيحية الخاصة بالعناوين: 2.2 ، 3.2، 4.2، 5.2، 6.2، 7.2، 8.2، 9.2 على الترتيب مأخوذة من الموقع الالكتروني:

http: // www.echoroukonline.com/ara/index.php.

1.8.2 التحليل الخاص بتغلغل الصحف اليومية الوطنية في الجزائر حسب الفئات العمرية:

أسفرت الدراسة أن نسبة تغلغل "الشروق" في أوساط الفئة العمرية التي تتراوح بين 15 و24 سنة بلغت 50,6%، مقابل 44,7% بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 سنة، مقابل 30,3% بالنسبة للفئة العمرية التي تتراوح بين 35 و44 سنة، ثم 21,6% بالنسبة للفئة العمرية ما بين 45 و54 سنة، ثم 12,3 % في أوساط الذين تفوق أعمارهم 55 سنة، وفي المحصلة يمكن اعتبار الجريدة بأنها جريدة يكثر تغلغلها في أوساط الفئات الشابة والفئات متوسطة العمر، بالنظر إلى أهميتهم كميا، وكقوة اقتصاديا واجتماعيا و لها دور كبير في تحريك "الرأي العام"، فضلا أنها الفئات الأكثر إقبالا على المضامين الرياضية التي تفوقت الجريدة في الاهتمام بها خلال الفترة الأخيرة في سياق المسيرة التي قطعها الفريق الوطني الجزائري، على عكس الجرائد الصادرة باللغة الفرنسية فسجلت "**الوطن**" نسب 9,4%، 10%، 7,3%، 9,7% و10% على التوالي، بالمقارنة مع 7,8%، 9,7%، 7,8%، 8,9% و10,9%على التوالي بالنسبة لجريدة "**ليبيرتي**"، و7,9%، 7,2%، 8%، 9,6 و7% على التوالي بالنسبة لجريدة "**لوكوتيديان دوران**"، ثم 3,3%، 4%، 5%، 6% و6,4% على التوالي بالنسبة لجريدة "**لوسوار دالجيري**". ما يعني أن الفئات المتقدمة في السن خاصة بعد 44 سنة تكون الأكثر إقبالا على الصحف بالفرنسية، بينما يفضل الشباب أن يقرأ الصحف المعربة و هذا قد ذكرناه سابقا بالنسبة للأسباب التاريخية المتعلقة بالفئات العمرية.

1.2.2 التحليل الخاص بتغلغل أهم وسائل الإعلام:

خلصت الدراسة إلى أن 96% من الجزائريين يشاهدون التلفزيون يوميا مقابل 54% يستمعون إلى الراديو، و38% يطالعون الصحف المكتوبة، ولا تتعدى نسبة الذين يطالعون على شبكة الانترنت 8% من الجزائريين يوميـــا، وترتفع نسبة الجزائريين الذين يشاهدون التلفزيون مرة في الأسبوع على الأقل إلى 98%، وترتفع أيضا نسبة السماع إلى الراديو إلى 60% و58% بالنسبة لقراءة الصحف المكتوبة، وهي النسبة التي ساهمت بشكل وافر جريدة "الشروق" في رفعها من خلال حجم المقروئية والسحب، فيما تقفز نسبة الاطلاع على الانترنت إلى الضعف ولو مرة واحدة في الأسبوع. ويعود سبب ارتفاع نسبة مشاهدة التلفزيون والاستماع إلى الراديو إلى طبيعة التركيبة البشرية للمجتمع الجزائري الذي لا يزال يحتوي على نسب هامة من غير المتعلمين، حيث يتطلب قراءة جريدة حدا أدنى من التعليم على العكس من مشاهدة التلفزيون أو سماع الراديو. وقالت الدراسة إن نسبة تغلغل وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة ترتفع نوعا ما عندما يتعلق الأمر بنسب التغلغل الشهرية، حيث تقفز نسبة المشاهدة إلى حوالي 98% بالنسبة للتلفزيون، وحوالي 62% بالنسبة للراديو وحوالي 57% للجرائد المكتوبة و19% بالنسبة للانترنت، وتكاد النسبة تصل إلى 99% عندما يتعلق بمشاهدة التلفزيون ولو مرة واحدة في مدة تتجاوز الشهر، ، كما تتحسن نسبة المستمعين للراديو لتصل إلى 74% مقابل 60% للجرائد اليومية و20% بالنسبة للانترنت.

1.5.2 التحليل الخاص بمقروئية أهم العناوين الرئيسة اليومية الوطنية في الجزائر:

يطالع 8,95% من القراء النسخة الورقية لجريدة "**الشروق اليومي**"، ويطالع 1,8% النسخة الإلكترونية. ويعود تواضع نسبة مطالعة الصحف في الجزائر على شبكة الانترنت إلى تواضع نسبة تغلغل الانترنت في أوساط الجزائريين، حيث لا تزال الجزائر من بين الدول المتخلفة في هذا المجال، إذ لا تتعدى نسبة الجزائريين المرتبطين بشبكة الانترنت بشكل منتظم حدود 1% نهاية 2009، وذلك نتيجة فشل السياسة الحكومية المنتهجة لدمقرطة تكنولوجيات الإعلام والاتصال وخاصة المضامين الرقمية. ورغم ذلك صنع الموقع الالكتروني لمختلف الجرائد – خاصة المكتوبة باللغة الفرنسية مثل "**الوطن**"، "**لوكوتديان دوران**" – الصدارة في هذا المجال بنسبة تتجاوز11% ، ويلاحظ أن للجريدتين طابع نخبوي أي لهما جمهور خاص والذي نجده عبر الانترنت التي تعتبر وسيلة "بورجوازية" في الجزائر.

9. الجدول رقم 01: عناوين المقالات المنشورة قبل التعديل الدستوري وبعده.

تاريخ المقال	رقم المقال	الفترة	صاحب المقال	عنوان المقال
24 سبتمبر2008	01	قبل التعديل الدستوري.	جمال لعلامي.	تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي.
27 أكتوبر 2008	02	قبل التعديل الدستوري.	جمال لعلامي.	هل يُنهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن الدستور؟
02 نوفمبر 2008	03	قبل التعديل الدستوري.	بلقاسم عجاج.	بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة.
03 نوفمبر 2008	04	قبل التعديل الدستوري.	سميرة بلعمري.	بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور.
04 نوفمبر 2008	05	قبل التعديل الدستوري.	قادة بن عمار.	تساؤلات ما قبل التعديل؟
05 نوفمبر 2008	06	قبل التعديل الدستوري.	سميرة بلعمري.	وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري.
06 نوفمبر 2008	07	قبل التعديل الدستوري.	غبد العالي رزاقي.	أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري.
06 نوفمبر 2008	08	قبل التعديل الدستوري.	لطيفة بلحاج.	حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مُسبقة.
08 نوفمبر 2008	09	قبل التعديل الدستوري.	لطيفة بلحاج.	حنون تُعلن أن حزب العمال سيُصوّت لصالح تعديل الدستور.

09 نوفمبر 2008	10	قبل التعديل الدستوري.	محمد مسلم.	بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل.
10 نوفمبر 2008	11	قبل التعديل الدستوري.	سميرة بلعمري.	صلاحيات واسعة للرئيس...والوزير الأول ممنوع من التّرشح للرئاسيات.
12 نوفمبر 2008	12	قبل التعديل الدستوري.	محمد مسلم.	حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية.
13 نوفمبر 2008	13	بعد التعديل الدستوري.	رشيد ولد بوسيافة.	على قلب رجل واحد.
13 نوفمبر 2008	14	بعد التعديل الدستوري.	محمد مسلم.	البرلمان يُمرّر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة.
13 نوفمبر 2008	15	بعد التعديل الدستوري.	سميرة بلعمري.	تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض الأحزاب مُؤشر على حركية الديمقراطية.
13 نوفمبر 2008	16	بعد التعديل الدستوري.	أ. د. فوزي أوصديق.	مفعول أوباما...والدستور.
17 نوفمبر 2008	17	بعد التعديل الدستوري.	محمود بلحيمر.	"شخصنة " السلطة.
05 فيفري 2009	18	بعد التعديل الدستوري.	عبد العالي رزاقي.	دبلوماسية الاغتصاب والحجز.

1.9 تحليل الجدول رقم 01:

تظهر على الجدول رقم 01 البيانات الأولية المتعلقة بمقالات العينة المختارة في دراستنا و المقدرة بـــ (18) مقالا، وذلك بذكر إسم الجريدة "الشروق اليومي"، رقم المقال، تاريخه، فترته الزمنية من حيث هي قبل، أو بعد التعديل الدستوري مع مراعاة التسلسل الزمني في عرض المقالات ذاكرين أصحابها أو محرريها إضافة إلى عناوينها التي ارتبطت بموضوع دراستنا وهو التعديل الدستوري 2008 بالجزائر.

لقد قسمنا المقالات حسب فترة ظهورها إلى قبل التعديل وإلى بعد التعديل، فتنوعت بذلك طرق عرضها من فترة إلى أخرى، إذ تمحورت جل مقالات قبل التعديل حول الطريقة التي سيتبناها الرئيس "**عبد العزيز بوتفليقة**" في تعديل الدستور أي الاعتماد على استفتاء شعبي أو تمرير هذا المشروع عبر البرلمان الجزائري، هذا من جهة، أما المعالجة الثانية لمقالات جريدة الشروق اليومي فكانت مجملها حول مضمون المواد الدستورية المعدلة وهذا بعد ما صدر نص مشروع التعديل من طرف رئاسة الجمهورية، والذي لقي مضمونه ردود أفعال متباينة من قبل الأحزاب السياسية.

أما بعد التعديل الدستوري والذي تم المصادقة عليه من طرف البرلمان الجزائري بالأغلبية الساحقة، فقد ركزت مقالات الشروق اليومي على ردود أفعال

الأحزاب المكونة للمشهد السياسي الجزائري والتي زكت هذا التعديل خاصة أحزاب التحالف الرئاسي في حين أن أحزاب المعارضة لم تلق نفس التغطية في مقالات جريدة الشروق اليومي.

إن المعلومات الأولية عن المواد الإعلامية المتعلقة بالتعديل الدستوري والتي نشرتها جريدة "الشروق اليومي" تساعدنا في عملية التحليل باعتبارها المفاتيح التي تستخدمها في معرفة كيفية تناول موضوع التعديل الدستوري 2008 وفي معرفة درجة تكوين رأي عام لدى قارئ جريدة "الشروق اليومي".

10. الجدول رقم 02: نوعية المقالات المنشورة بجريدة "الشروق اليومي".

اسم الجريدة	رقم المقال	نوع المادة تاريخ المقال	افتتاحية	تقرير	عمود	تحقيق	ريبورتاج	مقال تحليلي
الشروق اليومي.	01	24 سبتمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	02	27 أكتوبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	03	02 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	04	03 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	05	04 نوفمبر 2008	01	–	–	–	–	–
الشروق اليومي.	06	05 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	07	06 نوفمبر 2008	–	–	–	–	–	01
الشروق اليومي.	08	06 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	09	08 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	10	09 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–
الشروق اليومي.	11	10 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–

الشروق اليومي.	12	12 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–	
الشروق اليومي.	13	13 نوفمبر 2008	01	–	–	–	–	–	
الشروق اليومي.	14	13 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–	
الشروق اليومي.	15	13 نوفمبر 2008	–	01	–	–	–	–	
الشروق اليومي.	16	13 نوفمبر 2008	–	–	–	–	–	01	
الشروق اليومي.	17	17 نوفمبر 2008	–	–	–	–	–	01	
الشروق اليومي.	18	05 فيفري 2009	–	–	–	–	–	01	
	المجموع:		02	12	–	–	–	04	18
	النسبة المئوية:		11,11	66,66	–	–	–	22,22	%10

1.10 تحليل الجدول رقم 02:

نجد من خلال تحليل الجدول رقم 02 عن طريق عملية العد والقياس للأنواع الصحفية التي احتوت عليها المضامين الإعلامية محل الدراسة والمقدرة بثمانية عشر18 مقالا من جريدة "الشروق اليومي" الجزائرية الناطقة باللغة العربية تصدر التقارير الصحفية قائمة الأنواع بنسبة 66,66%، حيث ظهرت اثنتي عشر مقالا (12) من مجموع المقالات في شكل تقارير صحفية، تناولت أغلبها حيثيات وتطور موضوع التعديل الدستوري، قبل وبعد المصادقة عليه، في الساحة السياسية الجزائرية حيث اكتفت في مجملها – أي التقارير– على طريقة السرد "السطحي" من خلال إبراز أهم المواد الدستورية المعدلة وإبراز الصلاحيات الجديدة لرئيس الجمهورية دون اللجوء إلى التحاليل المعمقة أو إلى إبراز رأي صاحب المقال حول موضوع التعديل الدستوري، لتكون هذه التقارير وكأنها تابعة لوكالات أنباء و ليست لصحافيين محترفين يعملون في جريدة تحتل المراتب الأولى في المشهد الإعلامي الجزائري من حيث كمية السحب ومنه من حيث قدراتها في التأثير على الرأي العام الجزائري.

إن احتلال التقارير الصحفية المرتبة الأولى من حيث تكرارات الظهور يبرز مدى اهتمام الذي توليه جريدة "الشروق اليومي" لهذا النوع الصحفي الذي يعتمد على

تواجد الصحفي في مكان الحادث، كالبرلمان أو مكاتب الأحزاب، باستقاء أراء رؤساء الأحزاب من خلال مواقفهم إزاء التعديل الدستوري.

وتأتي المقالات التحليلية في المرتبة الثانية بنسبة 22,22% والمقدر عددها بأربع (4) مقالات جاءت معظمها بعد المصادقة على التعديل الدستوري والتي لاحظنا في مضمونها، وعلى عكس التقارير الصحفية عمقا ونقدا للكيفية التي تمت بها المصادقة على التعديل الدستوري أو في مبدأ التعديل كونه "مساس و تراجع في الديمقراطية" غير أن مجموع أربع مقالات تحليلية ليس كافيا لمعالجة أو مناقشة موضوع بأهمية التعديل الدستوري بالرغم من أنه أعطى نوعا من المصداقية لجريدة "الشروق اليومي"، من حيث حرية النقد والحرية في معارضة الخطاب الرسمي الجزائري الذي مجد التعديل الدستوري باعتباره "مرحلة مهمة ومنعرجا أساسيا في بناء جزائر الغد". نلاحظ من المقالات التحليلية التي استعملت النبرة المعارضة لمشروع تعديل الدستور: المقال الصادر يوم 17 نوفمبر 2008 للصحفي "**محمود بلحيمر**" تحت عنوان "**شخصنة السلطة**" والذي اعتبر أن "التعديلات الدستورية الأخيرة جاءت لتعزيز موقع نظام الحكم أو السلطة، لتبقى من دون سلطة أو سلطات مضادة تراقب أداء المسؤولين والمؤسسات، لا أحزاب ولا برلمان ولا مجتمع مدني ولا صحافة ولا عدالة مستقلة...وفي مثل هذه الحالة يصبح الحديث عن التنمية وحل مشاكل الشعب هراء."

أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت الافتتاحيات بجموع افتتاحيتين، الأولى قبل التعديل الدستوري أي 04 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**تساؤلات ما قبل التعديل**" للكاتب "**قادة بن**

عمار" والتي حمل فحواها تساؤلات حول جدوى هذا التعديل والبيئة السياسية التي سيناقش فيها إذ يقول قادة بن عمار: "ما يحتاجه التعديل الدستوري هو فضاء جدي للمناقشة العمومية دون إقصاء، لأن الفرق كبير بين تمرير التعديلات عبر البرلمان وتركه دون إعطاء مساحة للرفض أو القبول الشعبي...". أما الافتتاحية الثانية فجاءت يوم 13نوفمبر2008 أي غداة مصادقة البرلمان على التعديل الدستوري، وكان المقال تحت عنوان "**على قلب رجل واحد**" للكاتب "**رشيد ولد بو سيافة**" والذي جاء في فحواه نقد لممثلي الشعب حيث وصفهم "بالأدوات لا حول لها ولا قوة في تحريك أي شيء" والذي تمنى، أي كاتب المقال، أن "تأخذ مسألة تعديل الدستور حقها من النقاش والخلاف داخل البرلمان وحتى داخل الكتل البرلمانية فتتناطح الأفكار وتكثر التفسيرات والتأويلات والاقتراحات والاجتهادات، لا أن يكون الجميع على قلب رجل واحد...".

ويظهر لنا أن جريدة "الشروق اليومي" لم تستعمل باقي الفنون الصحفية الأخرى في معالجتها لموضوع التعديل الدستوري كالتحقيق والريبورتاج والأعمدة الصحفية، تلك الألوان الصحفية كان من المفروض استعمالها خاصة وأن الموضوع له من الأهمية ما له، فالتحول من النظام البرلماني إلى النظام الرئاسي وفتح العهدات بعدما كانت محصورة في عهدتين، كلها مواضيع جد خصبة كان بمقدور جريدة "الشروق اليومي" استثمارها عبر معالجة أوسع لتوضيح الصورة لدى المواطن الجزائري وإبراز جميع الرؤى على اختلافها وتعارضها ليصبح القارئ هو الحكم.

11. الجدول رقم 03 خاص بوحدة المساحة لمقالات جريدة "الشروق اليومي".

رقم المقال	تاريخ المقال	صفحة المقال	مساحة المقال
01	24 سبتمبر 2008	ص. 04	210 سم^2
02	27 أكتوبر 2008	ص. 04	195,75 سم^2
03	02 نوفمبر 2008	ص. 04	126 سم^2
04	03 نوفمبر 2008	ص. 01، ص. 04	210 سم^2
05	04 نوفمبر 2008	ص. 02	121 سم^2
06	05 نوفمبر 2008	ص. 04	308 سم^2
07	06 نوفمبر 2008	ص. 04	108 سم^2
08	06 نوفمبر 2008	ص. 20	317,25 سم^2
09	08 نوفمبر 2008	ص. 06	196 سم^2
10	09 نوفمبر 2008	ص. 04	210 سم^2
11	10 نوفمبر 2008	ص. 01، ص. 07	368 سم^2
12	12 نوفمبر 2008	ص. 04	264 سم^2
13	13 نوفمبر 2008	ص. 01، ص. 04	238 سم^2

14	13 نوفمبر 2008	ص. 02	118,25 سم^2
15	13 نوفمبر 2008	ص. 05	153 سم^2
16	13 نوفمبر 2008	ص. 21	211,50 سم^2
17	17 نوفمبر 2008	ص. 13	399,50 سم^2
18	05 فيفري 2009	ص.21	317,25 سم^2

1.11 تحليل الجدول رقم 03:

لقد تصدّر المقال المنشور بتاريخ 17 نوفمبر 2008 في جريدة "الشروق اليومي" ترتيب المقالات وهو تحت عنوان "**شخصنة السلطة**" لصاحبه "**محمود بلحيمر**"، تقدّر مساحته بـــ 399,5سم^2 ، وهو عبارة عن مقال تحليلي انتقد فيه الصحفي فكرة التعديل الدستوري من خلال الحالة السياسية الكارثية التي تعيشها الجزائر، وأبدى تخوفا من المستقبل في ظل هذا المشهد السياسي الذي اعتبره يخدم مصالح طبقة معينة على حساب الشعب.

بينما يأتي المقال المنشور يوم 10 نوفمبر 2008 والمعنون بـــ"**صلاحيات واسعة للرئيس.. والوزير الأول ممنوع من الترشح للرئاسيات**" في المرتبة الثانية من حيث المساحة المقدرة بـــ368سم^2، وهو عبارة عن تقرير مطول أبرز فيه كاتبه آنذاك فحوى التعديلات التي ستمس دستور1996م متطرقا إلى المواد المعدلة من خلال إبراز أهم التغييرات التي يمسها هذا التعديل.

ويأتي المقال الصادر يوم 5 فيفري 2009 تحت عنوان "**دبلوماسية الاغتصاب والحجز**" للكاتب "**عبد العالي رزاقي**" في المرتبة الثالثة من حيث المساحة المقدرة بـــ317,25سم^2 ، والذي تطرّق من خلاله إلى قضايا الفساد التي تدخل فيها سفراء الو.م.أ وعلاقتها بتعديل الدستور وإلغاء المادة 74 منه، ليحوّل أنظارنا للبعد الخارجي لموضوع تعديل الدستور من خلال التداعيات التي نجمت بعده. يتقاسم

المرتبة الثالثة إلى جانب المقال المذكور سابقا، المقال الصادر يوم 06 نوفمبر 2008م المعنون بـــ"**أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري**" للكاتب نفسه والذي جاء في شاكلة مقال تحليلي استغرب صاحبه سبب تعديل دستور 1996 الذي لا يحتوي حسب رأيه على ثغرات تستدعي التغيير، ليختم مقاله بالتلميح إلى الدور العقيم لممثلي الشعب في البرلمان الجزائري.

جاء خامسا مقال الصحفية "**سميرة بلعمري**" المعنون بـــ"**وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري**"، المقدرة مساحته بـــ308سم^2، والذي ورد على شاكلة تقرير فحواه استلام المجلس الدستوري مشروع قانون التعديل الجزئي لدستور 1996 بعد أن صادق عليه مجلس الوزراء، وتحدّث أيضا عن المواد المعدلة التي رسخت وبصفة نهائية النظام الرئاسي نظاما سياسيا للجزائر، مع استحداث منصب الوزير الأول عوض منصب رئيس الحكومة.

يعقب مقال "**سميرة بلعمري**" المقال الصادر يوم 12 نوفمبر2008 تحت عنوان "**حرب البيانات و"النيران الصديقة**" **تندلع بين الكتل البرلمانية**" المقدرة مساحته بـــ264سم^2، وهو عبارة عن تقرير للصحفي "**محمد مسلم**" رصد فيه تحركات نواب البرلمان قبل يوم من الاستفتاء، وذلك من خلال سرد أحداث "الصراع" القائم حول تزكية تعديل الدستور بين التيارات الحزبية الممثلة في البرلمان الجزائري، ومن خلال "الحرب" الإعلامية التي "اندلعت" قبل عرض التعديل على غرفتي البرلمان.

أما المقال الصادر يوم 13 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**البرلمان يمرر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة**" والمقدرة مساحته بـــ238سم^2 فيحتل المرتبة السابعة، وهو عبارة عن تقرير صحفي تناول فيه صاحبه الجلسة العلنية للمجلس الشعبي الوطني الجزائري التي تمّ فيها المصادقة على نص مشروع التعديل الدستوري بأكثر من ثلاثة أرباع الغرفتين، وتطرّق كذلك إلى الجو العام الذي سار فيه الاستفتاء من إمتناعات ورفض لبعض الأحزاب السياسية.

كانت المرتبة الثامنة من نصيب المقال التحليلي الصادر يوم 13 نوفمبر 2008 للكاتب "**فوزي أو صديق**" والمعنون بـــ"**مفعول أوباما...والدستور**"، المقدرة مساحته بـــ211,5سم^2، والذي تطرّق فيه إلى الانتخابات الرئاسية بالو.م.أ وانعكاساتها على التعديل الدستوري في الجزائر، ثم واصل مقاله بنقد الطبقة السياسية الجزائرية والمجتمع المدني واصفا إياهم بـــ"الانتهازيين". نقد كذلك عدم عرض التعديل الدستوري لاستفتاء شعبي و ذلك ما حال في نظره دون تحقيق أسمى معاني أسمى الديمقراطية.

يأتي تاسعا مقال "**تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي**"، المقدرة مساحته بـــ 210سم^2، للصحفي "**جمال لعلامي**" الذي استهله بداية بإعلان وزارة الداخلية والجماعات المحلية عن الشروع في مراجعة القوائم الانتخابية تحضيرا للاستحقاقات الانتخابية، وهو ما اعتبره تمهيدا لاستدعاء الهيئة

الناخبة لاستفتاء شعبي حول دستور1996. يليه و بالمساحة نفسها أي 210سم^2 ليتقاسم معه المرتبة نفسها، مقال "**سميرة بلعمري**" الصادر يوم 03 نوفمبر2008 تحت عنوان "**بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور**" والذي تضمّن لقاء "**عبد العزيز بوتفليقة**" بطاقم وزراء الحكومة لضبط مشروع قانون الوثيقة الجديدة للدستور والمصادقة عليها تمهيدا لتحويله إلى المؤسسات الدستورية الأخرى لاستكمال الإجراءات القانونية. أما المقال الصادر يوم 08 نوفمبر 2008 وبالمساحة نفسها أي210سم^2 وكذا المرتبة تحت عنوان "**حنون تعلن أن حزب العمال سيصوت لصالح تعديل الدستور**" وهو عبارة عن تقرير عن الندوة الصحفية التي قامت بها الأمينة العامة لحزب العمال "**لويزة حنون**"، حيث أعلنت من خلالها عن تصويت حزبها لصالح مشروع قانون تعديل الدستور الذي سيعرض على غرفتي البرلمان، دون أن تفصل في ترشحها للاستحقاقات الرئاسية المقبلة. ثم يأتي المقال الصادر يوم 09 نوفمبر 2008، وبنفس المساحة نفسها أيضا أي 210سم^2 وكذا الرتبة، تحت عنوان "**بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل**" والذي تضمّن إصدار رئاسة الجمهورية المرسوم الرئاسي الذي يستدعي البرلمان للاجتماع بغرفتيه ليقول كلمته في التعديلات المفتوحة على الدستور، وذلك يوم الأربعاء 12 نوفمبر 2008 وهذا القرار صادر عن قصر المرادية. ثم يليه المقال الصادر يوم 27 أكتوبر 2008 وبنفس المساحة أي 210سم^2 المعنون بـــ"**هل ينهي بوتفليقة**

"**إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور؟**"، والذي تضمّن الحديث عن افتتاح السنة القضائية الجديدة وما سيقوله الرئيس "**بوتفليقة**" في خطابه بهذه المناسبة، وما إذا كان سيتطرّق إلى قضية تعديل الدستور التي يلف حولها الغموض وهو الملف المسكوت عنه من طرف الرئيس "**بوتفليقة**"، بعدما كان قد أعرب في ذكرى عيد الاستقلال سنة 2006 عن أمله في استدعاء الهيئة الناخبة إلى استفتاء شعبي من أجل تعديل الدستور. في حين صدر المقال المنشور يوم 13 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض الأحزاب مؤشر ايجابي على حركية الديمقراطية**" ، المقدرة مساحته بـــ 153سم^2 والذي جاء في مضمونه الرسالة التي وجّهها الرئيس "**عبد العزيز بوتفليقة**" لنواب البرلمان في أعقاب تصويتهم بالأغلبية على مشروع قانون تعديل الدستور؛ موضحا فيه أهمية هذا الدستور في المسار التنموي للجزائر وأقرّ أن هناك قواعد ديمقراطية متينة بالجزائر، والدليل على ذلك الحرية في التصويت على الدستور من خلال الرفض أو الامتناع. ويأتي المقال الصادر يوم 2 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة**"، المقدرة مساحته بـــ126سم^2، والذي ورد في مضمونه استعدادات حزب جبهة التحرير الوطني وهو حزب الأغلبية في البرلمان الجزائري للرئاسيات المزمع عقدها في أفريل2009 وقبله التعديل الدستوري. في حين جاء المقال الصادر يوم 13 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**على**

قلب رجل واحد"، المقدرة مساحته بـــ121سم^2، على شاكلة مقال افتتاحي تطرّق فيه صاحبه إلى الجو العام الذي تمّت فيه المصادقة على التعديل الدستوري في ظل غياب نقاش حقيقي وبنّاء لهذا المشروع. ثم يليه المقال الصادر يوم 4 نوفمبر 2008 وبنفس المساحة أي 121سم^2 تحت عنوان "**تساؤلات ما قبل التعديل**" وهو مقال افتتاحي تطرّق فيه صاحبه إلى جدوى التعديل الدستوري واختزاله في بعض المواد وغض النظر عن مواد أخرى تستحق التعديل. وأخيرا جاء المقال الصادر يوم 6 نوفمبر 2008 تحت عنوان "**حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مسبقة**"، الذي تضمن حديثا عن الندوة الصحفية التي عقدتها الأمينة العامة لحزب العمال الجزائري والتي صرّحت من خلالها عن تأييدها للتعديل الدستوري، لكنها طعنت في مصداقية المجلس الشعبي الوطني الذي اعتبرته ناقص الشرعية.

12. الجدول رقم 04 خاص بتكرار الصفحات.

رقم الصفحة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
02	02	% 11,11
04/ 01/ 01	09	% 50,00
05	01	% 05,55
06	01	% 05,55
07/ 01	01	% 05,55
13	01	% 05,55
20	01	% 05,55
21	02	% 11,11
المجموع:	18	% 100

❖ ***ملاحظة:***

لقد احتل موضوع التعديل الدستوري الصفحة الأولى في جريدة "**الشروق اليومي**" في ثلاث مناسبات فقط؛ وهي عبارة عن عناوين عريضة تتمتها مرتين في الصفحة الرابعة (4) ومرة في الصفحة السابعة (7)، وذلك ما أشرنا إليه في الجدول.

1.12 تحليل الجدول رقم 04:

لقد استحوذت الصفحة رقم (4) في جريدة "الشروق اليومي" على المرتبة الأولى من حيث عدد التكرارات بنسبة تقدر بـــ50%؛ أي بمجموع تسع (09) مقالات حول موضوع التعديل الدستوري، وتلك هي الصفحة السياسية في جريدة الشروق اليومي المسماة "الحدث".

إنه لمن المعروف عند أخصائيي الصحافة المكتوبة أن الصفحة الرابعة (4) ليست الأكثر أهمية من حيث موقعها في الجريدة، و هذا ما يوضح لنا عدم الاهتمام من طرف مسيري جريدة "الشروق اليومي" –أي الهرم الأعلى في الجريدة– بموضوع التعديل الدستوري رغم أهميته الكبرى في الحياة السياسية الجزائرية، في حين أن جريدة "الشروق اليومي" ومن خلال مسيريها تعطي الأولوية لمواضيع "استهلاكية" تعتبر أقل بكثير من حيث الأهمية من موضوعنا المعالج. فهل هذا التصنيف سياسة مقصودة أو أجندة متبعة أم مجرد إهمال لهذا الموضوع؟ علما أن للجريدة قدرات كبيرة في تكوين الرأي العام في الجزائر وذلك من خلال مكانتها ضمن الصحف الأخرى، من حيث السحب وانتشار المراسلين عبر التراب الجزائري ومن حيث نفوذها في السلطة.

تمّت معالجة موضوع التعديل الدستوري على مرحلتين: الأولى فترة ما قبل الاستفتاء والتي أبرزت مضمون التعديل الدستوري وسردت المواد المعدلة للقارئ،

أما بعد المصادقة على مشروع التعديل فقد أبرزت ردود أفعال أحزاب التحالف في الدرجة الأولى ثم تخصيص جزءا صغيرا لمواقف المعارضة وآرائهم، فكانت هذه المرحلة فترة ما بعد الاستفتاء

تأتي في قائمة الترتيب بعد الصفحة الرابعة (4)، كل من الصفحتين: الثانية (2) و الواحدة و العشرين (21) بنسبة11,11% بمجموع مقالين لكل منهما. إنّ الصفحة الثانية تعدّ الأكثر أهمية بعد الصفحة الأولى وتخصيص مقالين فقط لموضوع التعديل الدستوري– في فترة عينتنا والتي تمتد على حوالي 5 أشهر وهي مدة معتبرة– دليل على اهتمام جريدة "الشروق اليومي" بقضايا أخرى على حساب موضوع دراستنا. كذلك الشأن بخصوص الصفحة الواحد والعشرين (21) والتي نظريا لا تمثل أهمية كبرى، لكن من حيث المضمون تعتبر من أهم صفحات الجريدة لأنها تضم مقالات تحليلية لأساتذة ومثقفين لهم مكانتهم لدى النخبة الجزائرية، هذه الصفحة والمسماة بـــ"أقلام الخميس" احتوت على مقالين تحليليين فقط وهو مقدار ضئيل بالنسبة لأهمية التعديل الدستوري في الحياة السياسية والثقافية الجزائرية، فهل هو "عقم فكري" من طرف مفكرينا أم تعتيم إعلامي من طرف الجريدة؟

أما المرتبة الرابعة من حيث تكرار الصفحات بنسبة 5.55% وبمجموع مقال واحد (1) من فترة العينة المختارة، فقد تقاسمتها خمس(5) صفحات والتي هي على التوالي: الخامسة (5)، السادسة (6)، السابعة (7)، الثالثة عشر (13)، العشرون

(20). وقد اختلفت من حيث الأهمية حسب موقعها في الجريدة والترتيب المعمول به في الجدول رقم (4)، ونلاحظ أن الفترة التي استعملت فيها هذه الصفحات ولو بصفة ضئيلة، هي مرحلة المصادقة على مشروع التعديل والذي أخذ حيزا أكبر ولو نسبيا من عدد الصفحات.

إنّ الصفحة الأولى في أي جريدة هي بمثابة الواجهة التي من خلالها يتم جلب القارئ، لهذا تحظى بأهمية كبرى من طرف هيئة التحرير، وتوجد عدة دراسات أمبريقية حول كيفية إخراج الصفحات الأولى من حيث الشكل والتصميم والمضمون ومن حيث اختيار موضوع العنوان العريض.

لاحظنا من خلال دراستنا لموضوع "**التعديل الدستوري**" عبر صفحات جريدة "الشروق اليومي" احتواء الصفحة الأولى للموضوع في ثلاث مناسبات أي أيام 3، 10، 13من نوفمبر 2008 وهي الفترة التي تزامنت مع تمرير نص مشروع قانون التعديل الدستوري عبر البرلمان الجزائري ، في حين لم تهتم جريدة الشروق بهذا الموضوع في فترة دراستنا الممتدة من 24 سبتمبر2008 إلى 05 فيفري 2009 أي حوالي خمسة (5) أشهر وهي مدة معتبرة وهذا ما يؤدي لا محالة إلى التأثير على قرّاء الجريدة من حيث تغييب هذا الحدث عن الصفحات الأولى للجريدة، وحتى في الصفحات الأخرى التي لم تكن أرضية للمعالجة الواسعة لموضوع "**التعديل الدستوري**" في جريدة "**الشروق اليومي**".

13. الجدول رقم 05 الخاص بالعبارات ذات الإيحاء المُؤيد للتعديل الدستوري:

تاريخ المقال	عنوان المقال	العبارات ذات الإيحاء المُؤيد للتعديل الدستوري
24 سبتمبر 2008	تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي.	• تعديل الدستور لا يمس البتة المبادئ العامة التي تحكم المجتمع الجزائري وحقوق المواطن وحقوق الإنسان والمواطن وحريتهما.
27 أكتوبر 2008	هل يُنهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور؟	• "...في وقت لم تتوقف فيه المنظمات الجماهيرية والحركة الجمعوية... وحتى المواطنين خلال خرجات الرئيس التفقدية للولايات من دعوته إلى تعديل الدستور والتّرشح للعهدة الثالثة." • مرشح الشعب والإجماع والتحالف والجمعيات والمنظمات والأسرة الثورية.
02 نوفمبر 2008	بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة.	• "تزكية وترشيح رئيس الحزب، عبد العزيز بوتفليقة، للترشح لعهدة ثالثة."
03 نوفمبر 2008	بوتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور.	• تمرير التعديل الدستوري الجزئي والذي وصفه

		القاضي الأول في البلاد بالمحدود والرامي إلى إثراء النظام المؤسساتي بمقومات الاستقرار والفعالية والاستمرارية. • "كان الرئيس واضحا إلى درجة كبيرة عندما كشف أن التعديل يرتكز على محاور تتعلّق بحماية رموز الثورة المجيدة...تمكين الشعب من اختيار رئيسه من دون حرمان...". • "إعادة تنظيم وتدقيق وتوضيح الصلاحيات والعلاقات بين مكونات السلطة التنفيذية دون المساس بالتوازنات الأساسية للسلطات...".
04 نوفمبر 2008	تساؤلات ما قبل التعديل؟	• جاء الإعلان عن تعديل الدستور ليُحرك المشهد السياسي الراتب والجامد منذ أشهر. • جاء إعلان الرئيس بمثابة القشة التي تعلّق بها الغارقون.

		• "...كما أن النظرية التي تزعم أن لكل رئيس دستوره الهدف منها إهانة ركيزة قانونية وتشريعية قوية مثل وثيقة الدستور."
05 نوفمبر 2008	وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري.	• "...والغاية من هذا الإثراء هو تعزيز جانب رموز الدولة التي لا يحق بحكم ذلك لأي كان إدخال التغيير عليه أو تسخيره وفق أهوائه أو التشكيك فيه."
06 نوفمبر 2008	أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري.	_
06 نوفمبر 2008	حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مُسبقة.	• "وأبدت لويزة جنون صراحة تأييدها لتعديل الدستور...". • "سنبارك الاستفتاء الذي وعد به الرئيس حينما يكون التعديل شاملا."
08 نوفمبر 2008	حنون تُعلن أن حزب العمال سيُصوت لصالح	• أعلنت أمس، الأمينة العامة لحزب العمال بأن كتلتها النيابية ستُصوت لصالح مشروع قانون تعديل

	تعديل الدستور.	الدستور. • أوصل أعضاء المجلس الوطني إلى قناعة مفادها بأن كل المخاوف التي أبدوها ليست مطروحة...حاليا لذلك تبنوا موقف تأييد التعديل. • بعد أن بررت حنون تأييدها لمنح رئيس الجمهورية عهدة أخرى.
09 نوفمبر 2008	بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل.	• التعديل الدستوري لا يمس البتة المبادئ العامة التي تحكم المجتمع الجزائري وحقوق الإنسان والمواطن وحريتهما.
10 نوفمبر 2008	صلاحيات واسعة للرئيس...والوزير الأول ممنوع من التّرشح للرئاسيات.	• ...وأضافت التعديلات إلى العناصر التي لا يمكن لأي تعديل دستوري أن يمسها عنصر العَلَم الوطني والنشيد الوطني باعتبارهما من رموز الثورة والجمهورية...
12 نوفمبر 2008		• "...الجزائر تعيش اليوم ظروفا أخرى، أصبح معها

	حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية.	تعديل الدستور ضرورة ملحة لتكييفه مع التطورات التي يعيشها المجتمع." • وعبّر رئيس الكتلة البرلمانية...عن موقف كتلة حزبه المُؤيد للتعديل الدستوري، ووصفه... بالمنعطف التاريخي". • "...الكتلة البرلمانية للأحرار التي أعلنت تأييدها للتعديل الدستوري الذي اعتبرته "تقويما" لبعض المؤسسات التي كانت تتّسم بالتضارب... وأن نواب الكتلة البالغ عددهم 33 نائبا سيُصوتون بنعم على المشروع بدون خجل...".
13 نوفمبر2008	على قلب رجل واحد.	_
13 نوفمبر2008	البرلمان يُمرّر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة.	• "...قام رئيس الحكومة بعرض مشروع القانون المتضمن تعديل الدستور على الحضور، أبرز من خلاله مشروعية التعديل وحاجة الدولة إليه...".

		• "...وقد قدّر رئيس البرلمان عدد 500 صوت لصالح التعديل، في توجه بدا وكأنه مُغازلة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة...".
13 نوفمبر2008	تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض الأحزاب مُؤشر إيجابي على حركية الديمقراطية.	• "...رفض بعض التشكيلات السياسية التّصويت لصالح المشروع مُؤشرا إيجابيا على حركية الديمقراطية في مجتمعنا." • "...القصد الأساس من التعديل الدستوري الذي صادقتم عليه وباركتموه بكل حرية هو تعزيز رموز الجمهورية وحماية أفضل لها...". • "مقتنعين أن جوهر الديمقراطية إنما يتجلى في ممارسة الشعب لسيادته عبر الاختيار الحر أي احترام اختيار الشعب لممثليه...".
13 نوفمبر2008		• "...وإن كنت مع تعديل الدستور وعدم حصر المناقشات في فتح أو إغلاق العهدة...".

	مفعول أوباما...والدستور.	• "...فأحيانا تفسير ما هو واضح في الدستور كالمادة التي تمنح لرئيس الجمهورية صلاحيات التعديل ومحاولة شرحها بعقدة النقص هو الذي يُسبب الابهامات...". • "...كذلك القضاء على ازدواجية السلطة التنفيذية فأصبح الوزير الأول من كبار المستشارين لرئيس الجمهورية...".
17 نوفمبر 2008	"شخصنة" السلطة.	_
05 فيفري 2009	دبلوماسية الاغتصاب والحجز.	• "...إن الظاهرة التي ارتبطت في الوطن العربي وأمريكا اللاتينية برفض التعددية والتداول على السلطة بالمنطق الغربي، وهو تحديد عهدة الرئاسة في فترتين، جعلت الغرب يُعيد النظر في مفهوم "ديمقراطية" خاصة بعد ما انتقلت الظاهرة إلى أمريكا اللاتينية، وهذا يعني استمرار "رموز التّحدي" في العالم...".

14. الجدول رقم 06 الخاص بالعبارات ذات الإيحاء المُعارض للتعديل الدستوري:

تاريخ المقال	عنوان المقال	العبارات ذات الإيحاء المُعارض للتعديل الدستوري
24 سبتمبر 2008	تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي.	_
27 أكتوبر 2008	هل يُنهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور؟	• "...تحاول في ظل هذه المؤشرات والاحتمالات والتطورات مجموعة من "السياسيين" تدشين حملة انتخابية مُسبقة مُعادية للرئيس المنتخب من طرف الأغلبية الساحقة...".
02 نوفمبر 2008	بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة.	_
03 نوفمبر 2008	بوبتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور.	_
04 نوفمبر2008		• "...ما يحتاجه التعديل الدستوري هو فضاء جِدّي للمناقشة العمومية دون إقصاء، لأن الفرق كبير بين تمرير التعديلات عبر البرلمان وتركه دون

	تساؤلات ما قبل التعديل؟	إعطاء مساحة للرفض أو القبول الشعبي...". • "...وإن كان استعان بالبرلمان ربحا للوقت، ودرءا للجدل السياسي، أو توسيعا لدائرة المستفيدين من التعديل، وفي مقدمتهم النواب وجمعيات المساندة التي تُحوّل الكثير منها إلى وباء سياسي."
05 نوفمبر 2008	وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري.	ـ
06 نوفمبر 2008	أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري.	• وإذا استثنينا الرئيسين محمد بوضياف وعلي كافي فإن بقية رؤساء الجزائر ارتبطت أسماؤهم بـــ (التغيير) في الدستور". • "...ولماذا يتم إقحام المرأة في "التعديل الجزائري" وهل هو تمييز جنسي أم مجرّد "حملة انتخابية دستورية؟" • إن إضافة مادة لها لتمييز المرأة عن الرجل هو

		"مُفاضلة" يُفترض أن ينتبه لها المجلس الدستوري. • الاعتقاد السائد عندي أن المشكلة ليست في الدستور وإنما في مَن يُشرفون على البلاد، ويحكموننا باسم الدستور." • أزعم أن "المشروع الجزائري" ضيّع البلاد بوضع دستور يتداخل فيه النظام البرلماني مع "النظام الرئاسي" والسبب هو أن السياسي هو الذي يُسيّر المُشرّع وعندما يتم تسييس الدستور والقوانين تنتشر الفوضى والتّسيُّب." • "...لكن ما يحدث في الجزائر هو "التّراجع" في جميع المجالات، وعلى جميع المستويات." • هَمُّ البرلمان بغُرفتيه هو التصديق على التعديل...بعد أن تلقى أعضاؤه مكافآت مالية...وهَمُّ المجتمع المدني أن يُسخِّن البندير

		خلال الحملة..". • "...لو أن هناك مُشرّعا جزائريا واحدا يُؤمن بالديمقراطية وتكريسها في الجزائر لوضع المادة 74 في قسم الرئيس مثلما هي في الدستور الموريتاني الذي يُحدّد القَسَم في عهدتين."
06 نوفمبر 2008	حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مُسبقة.	• سنُبارك الاستفتاء الذي وعد به الرئيس حينما يكون التعديل شاملا."
08 نوفمبر 2008	حنون تُعلن أن حزب العمال سيُصوت لصالح تعديل الدستور.	_
09 نوفمبر 2008	بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل.	_
10 نوفمبر 2008	صلاحيات واسعة للرئيس...والوزير الأول ممنوع من التّرشح للرئاسيات.	_
12 نوفمبر 2008		• النهضة تمتنع وتلوم الرئيس.

	حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية.	• "...قرّرت حركة النهضة الامتناع عن التصويت في جلست المصادقة على مشروع تعديل الدستور." • "...وأعلن زعيم الحزب، سعيد سعدي في ندوة صحفية بمقر المجلس، الحرب على مبادرة الرئيس، داعيا إلى إنقاذ ما وصفه"أسس الدولة الوطنية والديمقراطية" من "الانحراف العشائري للدولة...مصادرة تاريخ ورموز الثورة والمجاهدين."
13 نوفمبر2008	على قلب رجل واحد.	• كنا نتمنى أن تأخذ مسألة تعديل الدستور حقها من النّقاش والخلاف داخل الكتل البرلمانية.
13 نوفمبر2008	البرلمان يُمرّر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة.	_
13 نوفمبر2008	تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض	

	الأحزاب مُؤشر إيجابي على حركية الديمقراطية.	_
13 نوفمبر 2008	مفعول أوباما...والدستور.	• "...والانتخابات الجزائرية على شاكلة الرشام حميدة...واللعاب حميدة...والفاهم يفهم...". • من جهة نقول...إننا مع السيادة الشعبية ولا حدود لهذه السيادة...ومن جهة نعتزل إخراج التعديل في غرفتي البرلمان...". • ولكن الهاجس الخفي والمخيف لدى بعض من طبقتنا السياسية أن يكون فتح العهدة الرئاسية شرارة للجمهورية الملكية...".
17 نوفمبر 2008	"شخصنة" السلطة.	• "...الكل يعرف أن بيت القصيد هو المادة 74 لتمكين الرئيس عبد العزيز بوتفليقة من البقاء في الحكم، وبينما جيء بالمواد الأخرى لتسويق المشروع في "إخراج جميل". • "...واقع الحال أن ما تضيفه التعديلات الدستورية

		الجديدة هي "شخصنة" للسلطة...". • "لقد جاءت التعديلات الدستورية الأخيرة لتُعزّز من موقع نظام الحكم، أو سلطة السلطات مضادة تراقب أداء المسؤولين والمؤسسات، لا أحزاب ولا برلمان ولا مجتمع مدني...".
05 فيفري 2009	دبلوماسية الاغتصاب والحجز.	_

15. الجدول رقم 07 الخاص بفئة الاتجاهات:

تاريخ المقال	عنوان المقال	العبارات المُؤيّدة	العبارات المُعارضة
24 سبتمبر 2008	تعديل الدستور والانتخابات الرئاسية يدخلان مرحلة العد التنازلي.	01	00
27 أكتوبر 2008	هل يُنهي بوتفليقة "إضرابه" عن الكلام بشأن تعديل الدستور؟	02	01
02 نوفمبر 2008	بلخادم يجتمع بالمحافظين اليوم لضبط ساعة الآفلان على عقارب العهدة الثالثة.	01	00
03 نوفمبر 2008	بوبتفليقة يكشف تفاصيل تعديل الدستور.	03	00
04 نوفمبر2008	تساؤلات ما قبل التعديل؟	03	02
05 نوفمبر2008	وثيقة التعديل على مكتب المجلس الدستوري.	01	00
06 نوفمبر2008	أقصر يوم في حياة البرلمان الجزائري.	00	08
06 نوفمبر2008	حنون تدعو إلى انتخابات تشريعية مُسبقة.	02	01
08 نوفمبر2008	حنون تُعلن أن حزب العمال سيُصوت لصالح تعديل الدستور.	03	00
09 نوفمبر2008	بوتفليقة يستدعي البرلمان رسميا لتعديل الدستور الأربعاء المقبل.	02	00
10 نوفمبر2008	صلاحيات واسعة للرئيس...والوزير الأول ممنوع من التّرشح	01	00

	للرئاسيات.		
12 نوفمبر2008	حرب البيانات و"النيران الصديقة" تندلع بين الكتل البرلمانية.	03	03
13 نوفمبر2008	على قلب رجل واحد.	00	03
13 نوفمبر2008	البرلمان يُمرّر تعديل الدستور بالأغلبية الساحقة.	02	00
13 نوفمبر2008	تباين المواقف ورفض الدستور من قبل بعض الأحزاب مُؤشر إيجابي على حركية الديمقراطية.	03	00
13 نوفمبر2008	مفعول أوباما...والدستور.	03	03
17 نوفمبر2008	"شخصنة" السلطة.	00	03
05 فيفري 2009	دبلوماسية الاغتصاب والحجز.	01	00
	الـــمـــجـــمـــوع:	31	24

16. تحليل الجداول أرقام 05، 06 و07:

من بين الصعوبات التي يتلقاها الباحث عند تطبيقه لمنهج تحليل المحتوى هي قياس الاتجاهات بالنسبة للمضمون الذي نتطرق إليه، كالتأييد والمعارضة اتجاه قضية أو موضوع معين، وذلك بتطبيق المقاييس الكمية عن طريق استعراض الرموز على الاتجاهات، فدراستنا هذه تعتبر محل جدال ونقاش من طرف الباحثين إلى يومنا هذا إذ لم يحصل اتفاق حول أساليب تقدير درجة الاتجاه وشدته، كونها ترتبط بطبيعة المشكلة المدروسة وأهدافها والمحتوى المراد دراسته، ومن خلال اتباعنا لطريقة "**بان وليام لابيير**" نجد مقياسا للوصول إلى نسبة العبارات التعاطفية مع العبارات العدائية من خلال العلاقة بينهما:

النسبة = عدد العبارات المؤيدة/ عدد العبارات المعارضة.

من خلال هذه العملية إذا كانت النسبة تفوق واحد صحيح، فهذا يعني أن العبارات التعاطفية تزيد عن العبارات العدائية، وإذا كانت تساوي واحد صحيح فهناك تعادل بين العبارات التعاطفية والعدائية، وإذا كانت أقل من واحد صحيح فالاتجاه يميل للعبارات العدائية.

واعتمادا على النتائج الواردة في الجدول رقم05 والمتعلقة بالاتجاهات التي احتوتها جريدة "الشروق اليومي" بخصوص التعاطي مع موضوع "التعديل الدستوري" فإن نسبة العبارات المؤيدة على العبارات المعارضة أسفرت عن الآتي:

النسبة = عدد العبارات التعاطفية = **31** = **1,29**
عدد العبارات العدائية **24**

يتّضح لنا من خلال هذه النتيجة أن العبارات المؤيدة تفوق العبارات المعارضة، فالقيمة **1,29** وهذه نتيجة جد موحية للتناول الإعلامي لجريدة الشروق اليومي؛ من خلال العبارات المؤيدة المستعملة في العينة والفترة الزمنية المختارة – حوالي خمسة أشهر– ويمكن لنا إعطاء العديد من التفسيرات من خلال عينة جريدة الشروق اليومي، ومنها استخلاص الأثر الذي ينجم عن هذه العبارات المؤيّدة للتعديل الدستوري لدى القراء، ليتعداهم وبصفة آلية إلى الرأي العام الجزائري من خلال التوجه القصدي لمضامين المقالات، إما من حيث التوجه العام المساند للتعديل الدستوري وإما بحجم التغطية لهذا الحدث.

17. الخلاصة:

لاحظنا من خلال النتائج المتحصل عليها في هذا الجزء التطبيقي والمتمثلة في أعداد ونسب تمّ الحصول عليها عن طريق تفريغ وتكميم البيانات المتعلقة بمحتوى جريدة "الشروق اليومي"، من خلال العينة المدروسة والمقدرة بثمانية عشر (18) مقالا تضمّن مشروع نص التعديل الدستوري2008، ومن الاستنتاجات التي استخلصناها هي المسار العام الذي انتهجته جريدة الشروق اليومي إزاء التعديل الدستوري الذي كان في مجمله مساندا ومؤيّدا لهذا الأخير من خلال المقالات ونوعية التغطية وإختزال ردود الأفعال على بعض الأحزاب التي ساندت التعديل الدستوري 2008، ومن الاستنتاجات أيضا ما يتعلّق بحجم المقالات التي خصصتها جريدة "**الشروق اليومي**" لموضوع "**التعديل الدستوري**" والتي لم تعطها القدر الكافي في حجم التغطية مقارنة بمواضيع أخرى أقل أهمية، فهل هناك معطيات ومعايير خاصة بجريدة الشروق في تحديد الأولويات والقضايا المعالجة؟ أو أن موضوع "**التعديل الدستوري**" غير مهم مقارنة بمقابلة في "كرة القدم"، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن "الاحترافية" لدى إدارة الجريدة في ترتيب الأولويات.

قائمة المصادر والمراجع

❖ المعاجم والموسوعات:

1. أنيس، إبراهيم، منتصر، عبد الحليم. المعجم الوسيط. ج.02. القاهرة: دار المعارف، 1973.
2. البستاني، بطرس المعلم. محيط المحيط. طبعة جديدة. بيروت: مكتبة لبنان، 1978.
3. حجاب، محمد منير. الموسوعة الإعلامية. مجلد01. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1980.

❖ المراجع باللغة العربية:

4. إبراهيم، إسماعيل. فن التحرير الصحفي بين التحرير والتطبيق. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998.
5. أبو عرجة، تيسير. دراسات في الصحافة والإعلام. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000.
6. إحدادن، زهير. أعلام الصحافة الجزائرية. الجزائر: دار التراث، 2002.
7. إحدادن، زهير. تطور الصحافة الجزائرية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
8. إحدادن، زهير. الصحافة المكتوبة في الجزائر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991.
9. إحدادن، زهير. مدخل لعلوم الإعلام والاتصال.ط.02. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1993.
10. الحديدي، منى سعيد. الإعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية، 2004.
11. إسماعيل، محمد حسام الدين. الصورة والجسد. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.

12. بدر، أحمد. الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي. القاهرة: دار الغريب، 2007.
13. بدر، أحمد. مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.
14. بن مرسلي، أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ط.02. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
15. حافظ، صلاح الدين. أحزان حرية الصحافة. القاهرة: مركز الأهرام للترجمة والنشر، 1993.
16. حجاب، محمد منير. أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية. القاهرة: دار الفجر، 2003.
17. حجاب، محمد منير. الشائعات. القاهرة: دار الفجر، 2007.
18. حمادة، بسيوني إبراهيم. دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.
19. حمزة، عبد اللطيف. مدخل في فن التحرير الصحفي. مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2005.
20. جعفر عباس، كمال الدين. الاتصال السياسي في البعد الفكري. بيروت: المكتب الإسلامي، 2004.
21. جعفر عباس، كمال الدين. الاتصال السياسي. بيروت: المكتب الإسلامي، 2004.
22. جعفر، كمال الدين، راسم، محمد جمال. الاتصال والإعلام في الوطن العربي. بيروت: مركز الدراسات للوحدة العربية، 1991.
23. الجمال، راسم محمد. الإعلام العربي المشترك: دراسة في الإعلام الدولي العربي. بيروت: المكتب الإسلامي، 1986.
24. ربيع، عبد الجواد سعيد. إدارة المؤسسات الصحفية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

25. ربيع، عبد الجواد سعيد. فن الخبر الصحفي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005.
26. الرمحين، عطا الله. أضواء على الصحافة العربية والعالمية. دمشق: دار علاء الدين، 2001.
27. زغيب، شيماء ذو الفقار. نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004.
28. سفاري، ميلود، زعيمي، مراد. الإشاعة والرأي العام. الجزائر: جامعة منتوري، 2003.
29. الشامي، جرادات. أسس العلاقات العامة. عمان: دار اليازوري العلمية، 2008.
30. شرف، عبد العزيز. وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة. بيروت: دار الجيل، 1993.
31. شومان، محمد. تحليل الخطاب الإعلامي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004.
32. الطويل، يوسف. إشكالية العلوم الاجتماعية. بيروت: دار التسوير للطباعة والنشر، 1984.
33. العالم، صفوت محمد. الإعلان الصحفي. القاهرة: جامعة القاهرة، 1999.
34. عبد الحميد، محمد. بحوث الصحافة. القاهرة: عالم الكتب، 1983.
35. عبد الحميد، محمد. تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979.
36. عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، 1997.
37. عبد الرحمان، عزّي. عالم الاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
38. عبد الرحمان، عزّي. دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.

39. عبد الرحمان، عواطف. النظرية النقدية في بحوث الاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي، 2002.
40. عبد اللطيف، صلاح. الصحافة المتخصصة. الإسكندرية: مكتبة الإشعاع الفنية، 2004.
41. عبده، عزيزة. الإعلام السياسي والرأي العام. القاهرة: دار الفجر، 2004.
42. عزّام، نرجس. المعلومات الصحفية. دمشق: دار علاء الدين، 2000.
43. عليوة، سيد. إستراتيجية الإعلام العربي.مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990.
44. العيفة، جمال. الثقافة الجماهيرية. الجزائر: منشورات جامعة برج باجي مختار، 2003.
45. القوزي، محمد علي. نشأة وسائل الاتصال وتطورها. بيروت: دار النهضة العربية، 2007.
46. محمد، خالد مجد الدين. صناعة الأخبار في عصر المعلومات. القاهرة: دار الأمين، 2007.
47. مصباح، عامر. منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام. (سلسلة الكتب الأساسية في العلوم الإنسانية والاجتماعية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
48. مكاوي، حسن عماد، السيّد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار اللبنانية، 1998.
49. مهنا، محمد نصر. الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2005.
50. مهنا، محمد نصر. الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007.
51. مهنا، محمد نصر. مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2005.

52. النادي، نور الدين، أبو رستم، رستم. فن الإخراج الصحفي. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر، 2004.
53. النجار، سعيد الغريب. تكنولوجيا الصحافة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003.
54. النجار، سعيد الغريب. مدخل إلى الإخراج الصحفي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001.
55. نصر، حسني، عبد الرحمان، سناء. الخبر الصحفي. الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2004.
56. نعيمان، عثمان. بؤس الصحافة ومجد الصحافيين. بيروت: المركز الثقافي العربي، 2009.

❖ المراجع المترجمة:

57. ارمان، ماتلار ميشال؛ تر. صوما، رياض. اكتشاف المواصلات والاتصال. لبنان: دار الفرابي، .2001
58. ارمان، ماتلار ميشال؛ تر. العياضي، نصر الدين، الصادق، رابح. تاريخ نظريات الاتصال. ط.3. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2005.
59. بريغز، أسا، بورك، بيتر؛ تر. قاسم، مصطفى محمد. الكويت: عالم المعرفة، 2005.
60. روبن، برنت؛ تر. حجاب، محمد منير. الاتصال والسلوك الإنساني. الرياض: معهد الإدارة العامة للبحوث، 1991.

❖ المراجع باللغة الأجنبية:

61. BENZELIKHA, Ahmed. Presse Algérienne. Algérie : Dar El Gharb, 2005.
62. BOUGNOUX, Daniel. Introduction aux sciences de la communication. Algérie : Casbah, 1999.
63. BRETON, Philippe. L'argumentation dans la communication. Paris : La découverte, 2003.
64. BRETON, Philippe. L'explosion de la communication. Paris : La découverte, 1996.
65. BRETON, Philippe. L'utopie de la communication. Paris : La découverte, 2000.
66. BOURRICAUD, F. «Introduction» dans Talcott Parsons, Eléments pour une sociologie de l'action**,** introduction et traduction de F. Bourricaud. Paris: Plon, 1955.
67. DJABALLAH, Belkacem Ahcen. La communication dans touts ses états. Algérie : Dar El Gharb, 2005.
68. Le FLOCH, Patrick, SONNAC, Nathalie. Economie de la presse. Paris : La découverte, 2000.
69. GRAMDCOIMG, Catherine. Communication et Medias. Paris: Eyrolles, 2007.
70. Le GUERN, Pascal. Savoir communiquer avec la presse? Paris: Maxima, 2007.
71. HABERMAS, Jurgen. L'espace public. trad. MARC, B. de Launay. Paris : Payot et Rivages, 2008. p.250
72. HELMORE, Kristin. A.B.C de la presse écrite. Paris : Nouveaux Horizons, 2004.
73. HUYGHE, Frençois-Bernard. Comprendre le pouvoir stratégique des médias. Paris: Eyrolles, 2005.
74. KERLINGER, F (1973) Foundation Of Behavioral Resach 2nd ed New York, Hole Rienehart and Winstion.
75. LAZARFELD, Paul, Jahoda, Marie ; trad. Laroche, Françoise. «Les chonneurs de Marienthal»**.** Paris : Editions de Minuit, 1981.P.58
76. LEPIGEON, Jean-Louis, WOLTON, Dominique. L'information demain : de la presse écrite aux nouveaux Medias. Paris : Documentation française, 1979.
77. MATTELART, Armand Michèle. Histoire des théories de la communication. Algérie: Casbah. 1999.
78. MUCCHIELLI, Roger. L'analyse de contenu: des documents et des communications. Paris : Editions d'Organisation, 1982.
79. MUCCHIELLI, Roger. Opinions et changement d'opinion. Paris : ESF, 1982.

80. SCHULTE, Henry H, D UFRESNE, Marcel P. Pratique du journalisme. Paris : Nouveaux Horizons, 2007.
81. SFEZ, Lucien. Dictionnaire critique de la Communication, Paris : P.U.F, T. 1, 1993.
82. WOLTON, Dominique. Penser la Communication. France : éd. Flammarion, 1997.
83. WOLTON, Dominique. L'autre mondialisation. Paris: Flammarion, 2003.
84. WOLTON, Dominique. Sauver la communication. Paris: Flammarion, 2005.

❖ الدوريات:

85. إبراهيمي، إبراهيم. جريدة الخبر الأسبوعي، ع.100، الجزائر: من 01/30 إلى 2002/02/05.
86. العطيفي، جمال. "**الحق في الإعلام وعلاقته بالتخطيط الإعلامي على المدى البعيد**"، المستقبل العربي، ع.17، السنة 3، تموز 1970.
87. الأزمة الجزائرية. سلسلة كتب المستقبل العربي. ط.02. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1999.

❖ الرسائل والأطروحات:

88. بومعيزة، سعيد. أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه دولة (موصى لها بالنشر)، الجزائر: جامعة الجزائر، 2006.
89. تمار، يوسف. نظرية الأجندة Setting على ضوء الحقائق الإجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه دولة. الجزائر: جامعة الجزائر، 2005.
90. قسايسية، علي. المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي "دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة. الجزائر: جامعة الجزائر، 2007.
91. مرازقة، اسماعيل. الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر، 1999.

❖ **القوانين:**

92. التعليمة الرئاسية رقم 17 الصادرة في 1997/11/13.

93. قانون الإعلام 1990، ع.14، المادة: 26. الجزائر، أفريل 1990.

94. ميثاق أخلاقيات المهنة الصادرة عن المجلس الأعلى للإعلام بالجزائر، 2000/02/13.

❖ **الواب غرافية:**

95. http: // www.echoroukonline.com/ara/index.php. Février 2010, 16:00.