الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر –بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

الصحافة الوطنية المكتوبة وأولويات الجمهور نحو القضايا العامة

دراسة تحليلية وميدانية – جريدة الخبر انموذجا–

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة: البار وفاء

إشراف الأستاذة الدكتورة: سامية جفال

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة	الجامعة الأصلية
جفافلة داود	أستاذ	رئيسا	جامعة محمد خيضر بسكرة
سامية جفال	أستاذ	مشرفا ومقررا	جامعة محمد خيضر بسكرة
رمضان الخامسة	أستاذ محاضر"أ"	مناقشا	جامعة محمد خيضر بسكرة
ميلود مراد	أستاذ محاضر"أ"	مناقشا	جامعة باتنة 01
قجالي آمنة	أستاذ محاضر"أ"	مناقشا	جامعة قسنطينة 03

السنة الجامعية: 2021/2020

اهداء

"وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى من سهر الليالي لأجلي ...وأضناه عمل النهار لرغدي

أبي العزيز

إلى من أرضعتني حولين كاملين ...الى من رسمت دربي في الحياة

أمي الغالية

الى من رافقني وكان عونا لي في السراء والضراء

زوجي العزيز

إلى فرحة قلبي وزهرة حياتي

ابنتي الغالية

وإلى اميراتي الجميلات وسندي في الحياة

اخوتي

إلى أمي الثانية التي صوبتني وقت الخطأ

الى عائلتي الثانية التي احتضنتني بدفء كل باسمه

وإلى كل أصدقائي وزملائي وإخوتي في العلم كل باسمه شكرا لكم

إلى كل أساتذتي الذين قدموا الدعم لي

وإلى كل من له بذرة نمت في هذا العمل

لكم جميعا كل المحبة والتقدير

شكر وعرفان

قال صل الله عليه وسلم: "من اصطنع إليكم معروفا فجازوه، فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم قد شكرتكم، فإن الله يحب الشاكرين"

فالحمد لله حمدا كثيرا طيبا ومبارك فيه، اللهم لا نحصي ثناءا عليك كما اثنيت أنت ربي على نفسك، وصلاة والسلام على رسوله الكريم

أما بعد

نشكر الأستاذة المشرفة " جمال سامية" على الدعم اللامتناهي الذي قدمته لنا طيلة فترة الدراسة البحثية، وعلى التوجيهات التي لم تنقطع

والشكر العظيم للوالدين لدعمها الدائم وتشجيعهما الغير مشروط

كما نوجه الشكر العميق لسادة أعضاء المناقشة الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الرسالة

كما نوجه الشكر الى كل أساتذتي الذين قدموا لي التوجيه والنصح لتقديم هذا العمل في أحسن صورة له

فهرس المحتويات

المحتويات	
الموضوع	الصفحة
شكر وعرفان	
اهداء	
فهرس المحتويات	01
فهرس الجداول	05
فهرس الاشكال	12
مقدمة	أ-ب-ج
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
أولا: موضوع الدراسة	21
1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	23-21
2- أسباب اختيار الدراسة	24-23
3- أهمية الدراسة	24
4- أهداف الدراسة	25-24
5- التعاريف الإجرائية	25
6- المنظور العلمي للدراسة	37-25
7- الدراسات السابقة	48-37
ثانيا: منهجية الدراسة	50-49

1- نوع الدراسة ومنهجها	50
2- مجتمع وعينة الدراسة	52-50
3- أدوات الدراسة	58-52
4- أسلوب المقارنة	58
5- الأساليب الإحصائية	59
6- الإطار الزماني والمكاني لدراسة	59
الفصل الثاني: تشكيل الرأي العام وأولويات الجمهور في الصحافة المكتوبة	
أولا: الصحافة المكتوبة بين الجمهور وصياغة الرأي العام	62
1- الرأي العام والجمهور المفهوم والاتجاهات	75-60
2- علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتشكيل الراي العام	80-75
3- القائم بالاتصال في الصحافة المكتوبة ودوره في تشكيل الرأي العام	85-81
4- أساسيات وضع الأجندة (من يصنع من)؟	88-86
ثانيا: الصحافة المكتوبة واستراتيجيات الإقناع وأولويات الجمهور	89
1- صناعة الرأي العام وأولويات الجمهور	91-89
2- نظريات الإقناع واستراتيجياته في الصحافة المكتوبة	103-91
3- الصحافة المكتوبة وقادة الرأي وصناعة أولويات الجمهور	109-103
الفصل الثالث: اتجاهات الصحافة في الجزائر نحو القضايا العامة	
أولا: اتجاهات الصحافة الجزائرية	112

1- الصحافة الرسمية	**112**
2- الصحافة الحرة والمستقلة	**115-113**
3- الصحافة الحزبية	**116-115**
ثانيا: استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتغيير اهتمامات القارئ الجزائري نحو القضايا العامة	**121-117**
ثالثا: القضايا العامة في الصحافة الوطنية (المفاهيم والأشكال ....)	**127-122**
الفصل الرابع: الجانب الميداني	
أولا: المعالجة الإعلامية للقضايا العامة في جريدة الخبر	**129**
1- تشخيص صحيفة الدراسة	**131-130**
2- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في جريدة الخبر اليومية	**139-132**
3- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في جريدة الخبر اليومية	**161-139**
ثانيا: أولويات الجمهور نحو القضايا العامة في جريدة الخبر	**162**
1- البيانات الأولية	**167-163**
2- أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر	**176-167**
3- أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر	**189-177**
4- اهتمامات الجمهور الجزائري بالقضايا العامة في جريدة الخبر	**254-189**
5- انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين	**264-255**
ثالثا: المقارنة بين أولويات صحيفة "الخبر" وأولويات جمهورها نحو:	**266**

1- القضايا السياسية	269-267
2- القضايا الاقتصادية	271-269
3- القضايا الاجتماعية	272-271
4- القضايا الثقافية	274-273
5- قضايا الأمن والجيش	275-274
6- القضية الفلسطينية	275
رابعا: النتائج العامة للدراسة:	276
1- النتائج العامة لدراسة التحليلية	279-277
2- النتائج العامة لدراسة الميدانية	284-279
3- النتائج العامة للمقارنة بين أجندة صحيفة الخبر أولويات جمهورها	286-285
الخاتمة	288
قائمة المراجع	303-290
قائمة الملاحق	325-304
ملخص الدراسة	330-326

فهرس الجداول

فهرس الجداول		
الرقم	**عنوان الجدول**	**الصفحة**
01	الجدول رقم 01 يوضح عينة الدراسة التحليلية	**51**
02	الجدول رقم 02 يبين موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر	**131**
03	الجدول رقم 03 يبين مدى تكرار القضايا العامة في جريدة الخبر	**133**
04	الجدول رقم 04يبين مساحة القضايا العامة بالنسبة للمساحة الكلية لجريدة الخبر	**135**
05	الجدول رقم 05 يبين المواضيع السياسية التي طرحتها جريدة الخبر	**138**
06	الجدول رقم 06 يبين المواضيع الاقتصادية التي طرحتها جريدة الخبر	**141**
07	الجدول رقم 07 يبين المواضيع الاجتماعية التي طرحتها جريدة الخبر	**143**
08	الجدول رقم 08 يبين المواضيع الثقافية التي اهتمت بيها جريدة الخبر في اعدادها	**145**
09	الجدول رقم 09 يبين المواضيع التي تخص المؤسسة العسكرية والأمن والقضية الفلسطينية التي طرحتها جريدة الخبر	**147**
10	الجدول رقم10 يبين اهم المصادر المعتمدة من طرف جريدة الخبر في طرحها للقضايا العامة	**149**
11	الجدول رقم 11 يبين الأهداف التي تسعى لها جريدة الخبر من خلال معالجتها لمختلف القضايا العامة	**151**
12	الجدول رقم 12يبين الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر من خلال معالجتها للقضايا العامة	**153**
13	الجدول رقم 13 يبين الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في تقديمها للقضايا العامة	**155**
14	الجدول رقم 14 يبين نوع اتجاه معالجة مختلف القضايا العامة في صحيفة الخبر	**157**
15	الجدول رقم 15 يبين متغير السن وفقا لمتغير الجنس لعينة الدراسة	**160**
16	الجدول رقم 16 يبين توزيع العينة حسب متغيري المستوى التعليمي ومتغير الجنس:	**161**
17	الجدول رقم 17 يبين متغير المهنة وفقا لمتغير الجنس	**163**
18	الجدول رقم 18يبين مستوى متابعة القراء لجريدة الخبر	**164**
19	الجدول رقم 19 يبين أسباب متابعة القراء جريدة الخبر.	**166**
20	الجدول رقم 20 بين ردة فعل القراء عند الاطلاع الأول على جريدة الخبر	**169**

21	الجدول 21 يبين تفضيلات القراء عن الاطلاع الأول على جريدة الخبر	171
22	الجدول رقم 22 يبين ترتيب القراء للقضايا العامة التي تطرحها جريدة الخبر:	174
23	الجدول رقم 23 يبين مدى قدرة جريدة الخبر لسد احتياجات قرائها	176
24	لجدول رقم 24: يبين من يتحكم في تحديد وترتيب القضـــايا التي تركز عليها جريدة الخبر من وجهة نظر القراء	179
25	الجدول رقم25 يبين السمات الغالبة على النصوص الصحفية في جريدة الخبر	182
26	الجدول رقم 26: يبين سبب متابعة القراء لجريدة الخبر	184
27	الجدول 27: يبين اهتمامات القراء بمواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق	186
28	الجدول رقم 28 يبين المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضع السياسي الراهن	189
29	الجدول رقم 29 يبين اهتمامات القراء نحو تصريحات السياسيين حول القضايا السياسية الراهن	191
30	الجدول رقم 30 يبين اهتمامات القارئ نحو قضايا ردود أفعال النخبة نحو الحراك في جريدة الخبر	194
31	الجدول رقم31 يبين اهتمامات القراء نحو موضـــوع تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد في الحاضر والمستقبل	196
32	الجدول رقم 32 يبين اهتمامات القراء بموضوع ترتيب انتخابات ديسمبر 2019.	199
33	الجدول رقم 33 يبين اهتمامات القارئ الجزائري بموضوع حملة اعتقالات المتظاهرين في الحراك	202
34	الجدول رقم 34 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع محاكمة أطراف الفساد بشكل علني	204
35	الجدول رقم 35يبين اهتمامات القراء بموضـــوع الحملات الانتخابية والممارســـات لقانون الانتخابات	207
36	الجدول رقم 36 يبين اهتمامات القارئ الجزائري نحو موضـــوع القرارات الجديدة في النظام الجديد	209
37	الجدول رقم 37 اهتمامات الجمهور نحو موقف قايد صـــالح من رئاســيات 2019 في جريدة الخبر	212

38	جدول رقم38 يوضح اهتمامات القراء بمواضيع الظروف السياسية الراهنة في جريدة الخبر اليومية	214
39	الجدول رقم 39 يبين اهتمامات الجمهور نحو قضية قانون المالية الجديدة في صحيفة الخبر	217
40	الجدول رقم 40 يبين اهتمامات الجمهور بموضوع برامج السكنية "عدل"	219
41	الجدول رقم 41 يبين اهتمامات المبحوثين بمعالجة قضية عجز المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية في جريدة الخبر	221
42	الجدول رقم 42 يبين اهتمامات المبحوثين نحو معالجة قضية مستقبل المؤسسات الاقتصادية والخاصة في جريدة الخبر	224
43	الجدول رقم 43 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية احتجاجات سكان المناطق الريفية واستغنائهم للماء والكهرباء في جريدة الخبر	226
44	الجدول رقم 44 يبين اهتمامات القراء نحو قضية اختطاف الأطفال في جريدة الخبر	228
45	الجدول رقم 45 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية ظاهرة الهجرة غير الشرعية في جريدة الخبر	231
46	الجدول رقم 46 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع القتل والنهب في جريدة الخبر	233
47	الجدول رقم 47 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع احتجاجات العمال في جريدة الخبر	236
48	الجدول رقم 48 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع مناصب العمل الجديدة لعام 2020	238
49	الجدول رقم 49 يبين اهتمامات القراء بموضوع مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية في جريدة الخبر	240
50	الجدول رقم 50 يبين اهتمامات القراء بتصريحات الأساتذة والفنانين في الملتقيات الدولية	243
51	الجدول رقم 51 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع تكريم الشعراء الجزائريين في جريدة الخبر	245
52	الجدول رقم 52 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع المنتوج الجزائري الجديد في جريدة الخبر	247
53	الجدول رقم 53 يبين اهتمامات القراء بالقضية الفلسطينية في جريدة الخبر	249
54	الجدول رقم 54 يبين سبب معالجة جريدة الخبر لبعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من وجهة نظر القراء	252
55	الجدول رقم 55 يبين رأي القراء حول معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة	254

56	الجدول رقم 56يبين سبب عدم استخدام جريدة الخبر لأسلوب متناسق ومتكامل في معالجتها للقضايا العامة من وجهة نظر القراء	**255**
57	الجدول رقم 57 يبين تأثير أسلوب التكرار في معالجة القضايا العامة على القراء	**257**
58	الجدول رقم 58 يبين كيفية رفض القراء لطريقة المعالجة لبعض القضايا في جريدة الخبر	**259**
59	الجدول رقم 59 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا العامة	**263**
60	الجدول رقم60 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا السياسية	**265**
61	الجدول رقم 61 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاقتصادية	**267**
62	الجدول رقم 62 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاجتماعية	**269**
63	الجدول رقم63 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الثقافية	**271**
64	الجدول رقم 64 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها لقضايا الامن الجيش	**272**

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الشكل رقم 01 يوضح الاستراتيجية السيكو ديناميكية	101
02	الشكل رقم 02 يوضح الإستراتيجية الثقافية–الاجتماعية	102
03	الشكل رقم 03 يوضح استراتيجية بناء المعنى للإقناع	103
04	الشكل رقم 04 يبين موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر	**131**
05	الشكل رقم 05 يبين مدى تكرار القضايا العامة في جريدة الخبر	**133**
06	الشكل رقم 06يبين مساحة القضايا العامة بالنسبة للمساحة الكلية لجريدة الخبر	**135**
07	الشكل رقم 07 يبين المواضيع السياسية التي طرحتها جريدة الخبر	**138**
08	الجدول رقم 08 يبين المواضيع الاقتصادية التي طرحتها جريدة الخبر	**141**
09	الشكل رقم 09 يبين المواضيع الاجتماعية التي طرحتها جريدة الخبر	**143**
10	الشكل رقم 10 يبين المواضيع الثقافية التي اهتمت بيها جريدة الخبر في اعدادها	**145**
11	الشكل رقم 11يبين المواضيع التي تخص المؤسسة العسكرية والأمن والقضية الفلسطينية التي طرحتها جريدة الخبر	**147**
12	الشكل رقم12 يبين اهم المصادر المعتمدة من طرف جريدة الخبر في طرحها للقضايا العامة	**149**
13	الشكل رقم 13 يبين الأهداف التي تسعى لها جريدة الخبر من خلال معالجتها لمختلف القضايا العامة	**151**
14	الشكل رقم 15يبين الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر من خلال معالجتها للقضايا العامة	**153**
15	الشكل رقم 15 يبين الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في تقديمها للقضايا العامة	**155**
16	الشكل رقم 16 يبين نوع اتجاه معالجة مختلف القضايا العامة في صحيفة الخبر	**157**
17	الشكل رقم 17 يبين متغير السن وفقا لمتغير الجنس لعينة الدراسة	**160**
18	الشكل رقم 18 يبين توزيع العينة حسب متغيري المستوى التعليمي ومتغير الجنس:	**162**
19	الشكل رقم 19 يبين متغير المهنة وفقا لمتغير الجنس	**163**
20	الشكل رقم 20 يبين مستوى متابعة القراء لجريدة الخبر	**164**
21	الشكل رقم 21 يبين أسباب متابعة القراء جريدة الخبر.	**166**
22	الشكل رقم 22 بين ردة فعل القراء عند الاطلاع الأول على جريدة الخبر	**169**

23	الشكل 23 يبين تفضيلات القراء عن الاطلاع الأول على جريدة الخبر	**171**
24	الشكل رقم 24 يبين ترتيب القراء للقضايا العامة التي تطرحها جريدة الخبر:	**174**
25	الشكل رقم 25 يبين مدى قدرة جريدة الخبر لسد احتياجات قرائها	**177**
26	الشكل رقم 26: يبين من يتحكم في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها جريدة الخبر من وجهة نظر القراء	**179**
27	الشكل رقم27 يبين السمات الغالبة على النصوص الصحفية في جريدة الخبر	**182**
28	الشكل رقم 28 يبين سبب متابعة القراء لجريدة الخبر	**184**
29	الشكل رقم 29 يبين اهتمامات القراء بمواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق	**186**
30	الشكل رقم 30 يبين المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضع السياسي الراهن	**189**
31	الشكل رقم 31 يبين اهتمامات القراء نحو تصريحات السياسيين حول القضايا السياسية الراهن	**192**
32	الشكل رقم 32 يبين اهتمامات القارئ نحو قضايا ردود أفعال النخبة نحو الحراك في جريدة الخبر	**194**
33	الشكل رقم33 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد في الحاضر والمستقبل	**196**
34	الشكل رقم 34 يبين اهتمامات القراء بموضوع ترتيب انتخابات ديسمبر 2019.	**200**
35	الشكل رقم 35 يبين اهتمامات القارئ الجزائري بموضوع حملة اعتقالات المتظاهرين في الحراك	**202**
36	الشكل رقم 36 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع محاكمة أطراف الفساد بشكل علني	**205**
37	الشكل رقم 37يبين اهتمامات القراء بموضوع الحملات الانتخابية والممارسات لقانون الانتخابات	**207**
38	الشكل رقم 38 يبين اهتمامات القارئ الجزائري نحو موضوع القرارات الجديدة في النظام الجديد	**210**
39	الشكل رقم 39 اهتمامات الجمهور نحو موقف قايد صالح من رئاسيات 2019 في جريدة الخبر	**212**

40	الشكل رقم40 يوضح اهتمامات القراء بمواضيع الظروف السياسية الراهنة في جريدة الخبر اليومية	**214**
41	الشكل رقم 41 يبين اهتمامات الجمهور نحو قضية قانون المالية الجديدة في صحيفة الخبر	**217**
42	الشكل رقم 42 يبين اهتمامات الجمهور لبرامج السكنية "عدل"	**219**
43	الشكل رقم 43 يبين اهتمامات المبحوثين بمعالجة قضية عجز المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية في جريدة الخبر	**222**
44	الشكل رقم 44 يبين اهتمامات المبحوثين نحو معالجة قضية مستقبل المؤسسات الاقتصادية والخاصة في جريدة الخبر	**224**
45	الشكل رقم 45 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية احتجاجات سكان المناطق الريفية واستغنائهم للماء والكهرباء في جريدة الخبر	**226**
46	الشكل رقم 46 يبين اهتمامات القراء نحو قضية اختطاف الأطفال في جريدة الخبر	**229**
47	الشكل رقم 47 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية ظاهرة الهجرة غير الشرعية في جريدة الخبر	**231**
48	الشكل رقم 48 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع القتل والنهب في جريدة الخبر	**234**
49	الشكل رقم 49 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع احتجاجات العمال في جريدة الخبر	**236**
50	الجدول رقم 50 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع مناصب العمل الجديدة لعام 2020	**238**
51	الشكل رقم 51 يبين اهتمامات القراء بموضوع مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية في جريدة الخبر	**241**
52	الشكل رقم 52 يبين اهتمامات القراء بتصريحات الأساتذة والفنانين في الملتقيات الدولية	**243**
53	الشكل رقم 53 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع تكريم الشعراء الجزائريين في جريدة الخبر	**245**
54	الشكل رقم 54 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع المنتوج الجزائري الجديد في جريدة الخبر	**247**
55	الشكل رقم 55 يبين اهتمامات القراء بالقضية الفلسطينية في جريدة الخبر	**250**
56	الشكل رقم 56 يبين سبب معالجة جريدة الخبر لبعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من وجهة نظر القراء	**252**
57	الشكل رقم 57 يبين رأي القراء حول معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة	**254**

58	الشكل رقم 58يبين سبب عدم استخدام جريدة الخبر لأسلوب متناسق ومتكامل في معالجتها للقضايا العامة من وجهة نظر القراء	**256**
59	الشكل رقم 59 يبين تأثير أسلوب التكرار في معالجة القضايا العامة على القراء	**257**
60	الشكل رقم 60يبين كيفية رفض القراء لطريقة المعالجة لبعض القضايا في جريدة الخبر	**260**
61	الشكل رقم 61 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا العامة	**263**
62	الشكل رقم62 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا السياسية	**265**
63	الشكل رقم 63 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاقتصادية	**268**
64	الشكل رقم 64 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاجتماعية	**296**
65	الشكل رقم65 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الثقافية	**271**
66	الشكل رقم 66 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها لقضايا الامن الجيش	**272**

مقدمة

تـؤدي الصـحافة المكتوبـة أدوارا مهمـة وفعالـة في المجتمـع كسـائر وسـائل الاعـلام الأخـرى، فهـي تسـعى للكشـف عـن المشـكلات الـتي تعيـق نهضـة المجتمـع، وتسـاهم بشـكل كبـير في تنميـة الحيـاة العامـة للأفـراد وتـوجيههم وإرشـادهم وتثقـيفهم مـن أجـل تعزيـز مكانتهـا الدوليـة وأهـدافها بمـا ينسـجم مـع سياسـة الدولة.

وارتـبط ظهـور الصـحافة المكتوبـة في الجزائـر بالاسـتعمار الفرنسـي كبـاقي الـدول العربيـة، وتميـزت مراحـل تطورهـا بتذبـذب بـين الازدهـار والخـذلان، والانتشـار والجمـود، وحريـة التعبـير والتبعيـة، إلى غايـة قـانون الإعـلام في عـام **1990** الـذي أسـس لسياسـة الإعلاميـة في الجزائـر قـوام جديـد لتعدديـة الإعلاميـة وحريـة الصـحافة والتعبـير، وبـرزت مـن خلالـه ثلاثـة اتجاهـات أساسـية للصـحف اليوميـة، الصـحف العموميـة التابعـة للسـلطة، والصـحف المسـتقلة التابعـة للقطـاع الخـاص، والصـحف الحزبيـة التابعـة للأحـزاب السياسـية وتعمـل عـل إيصـال أفكارهـا و ايـديولوجيتها للشـعب الجزائـري، ولكـل نـوع مـن هـذه الصـحف جمهورها الخاص بها.

وأدى هـذا التقسـيم إلى بـروز آراء متباينـة نحوهـا، فهنـاك مـن ينظـر إليهـا علـى أنهـا صـحف ديمقراطيـة تسـعى لنشـر حريـة الـرأي والتعبـير داخـل المجتمـع، وهنـاك مـن يـرى أنهـا مجـرد وسـيلة تسـتخدمها السـلطة لتنـاقش مـن خلالهـا قضـايا معينـة وتهمـل أخـرى، وهنـاك رأي ثالـث يـرى أنهـا مجـرد مؤسسـات تجارية تستهدف الوصول الى أكبر قيمة من مبيعات.

وتطـور الصـحافة المكتوبـة في الجزائـر أدى إلى ظهـور بعـض المصـطلحات والمفـاهيم الـتي تم تـداولها علـى ألسـن الإعلاميـين ورجـال السياسـية، وبـين هـذه المفـاهيم نجـد "الـراي العـام" حيـث يـراه معظـم البـاحثين علـى أنـه مظهـر مـن مظـاهر السـلوك الجمعـي نحـو قضـية معينـة، فـلا يمكـن ألا يكـون هنـاك رأي عـام بصـرف النظـر عـن المظهـر الـذي يظهـر عليـه داخـل أي مجتمـع، فينشـأ نتيجـة لنشـأة الـوعي السياسـي لـدى الجمـاهير الـذي يسـاعدها في إعمـال الـراي والفكـر وإبـداء وجهـات النظـر تجـاه مـا يمـس مصـالح

الشعب، فأصبح الرأي العام محور إهتمام يتجاوز الترقيع المعرفي إلى حتمية تعقله وإدراكه ومحاولة التحكم فيه.

فمن ضوابط ومحددات العلاقة بين الراي العام والصحافة عدة عوامل مؤثرة يمكن ملاحظتها في كل المجتمعات بصرف النظر عن النظام الإعلامي والسياسي القائم فيها، وفهم هذه العلاقة يتطلب من الباحثين تفكيكها وتحليلها وتفسيرها، والتي تعتبر علاقة الاعتماد المتبادل بينهما، حيث يلعب أحدهما دور القائم بالاتصال والآخر المستقبل وفي بعض الأحيان تنقلب الأدوار مما يؤثر على أجندة اهتمامات كل منهما، وهذا راجع لطبيعة الأحداث والظروف التي تعيشها البلاد في تلك الفترة.

وقد أكدت العديد من النظريات وعلى رأسها نظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة كما تعرف في بعض المراجع أنه يوجد علاقة وثيقة بين ما تطرحه الصحافة المكتوبة من قضايا عامة وبين ترتيب هذه القضايا لدى المتابعين لها، بمعنى أن للصحافة دورا فعالا في تحديد الأولويات الهامة لدى الجمهور، حيث تشير معظم الدراسات إلى أن للصحافة المكتوبة قدرة عالية في ابراز أهمية القضايا العامة وتشكيلها بذهن الجمهور، و أن للصحافة دورها في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث، أو الشخصيات، أو القضايا المعينة، ومن خلال التكرار لهذه العملية يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسيلة، بما يقوده للتصديق والإقتناع الفعلي بأهمية وبروز هذه الأحداث والقضايا دون غيرها.

إن نظرية "**ترتيب الأولويات**" لها علاقة تناسق وتكامل مع نظرية "**حارس البوابة**" فيما يتعلق بالقائم بالاتصال وكيفية تحكمه بكم الأخبار والمعلومات التي سوف تصل للجمهور، بالإضافة إلى كيفية تناول هذه الأخبار والموضوعات وطرحها، أي ترتيب القضايا من المهم إلى الأكثر أهمية، ومن جانب آخر لها ترابط مع نظرية "**الاستخدامات والإشباعات**" في فكرة التأكيد على تركيزها على قضية معينة يهتم بها الجمهور بشكل كبير، فهي علاقة بين العرض المكثف من قبل الوسيلة الإعلامية والاستخدام الكثيف من قبل جمهورها.

وإننا نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة هذه العلاقة المعقدة بين أولويات الصحافة وجمهورها والتعرف على أهم العوامل المؤثرة في أجندة كل منهما:

اشتمل **الفصل الأول على الإطار المنهجي** الذي احتوى على نقطتين أولهما موضوع الدراسة؛ تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، مفاهيم الدراسة، الإطار النظري لدراسة، الدراسات السابقة، أما النقطة الثانية فتمثلت في منهجية الدراسة وشملت نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات الدراسة.

ويحتوي الفصل الثاني على الإطار **النظري** والذي قسم إلى فصلين، **الفصل الثاني** تمثل في محور تشكيل الرأي العام وأولويات الجمهور في الصحافة المكتوبة، وتطرق إلى نقطتين، أولهما الصحافة المكتوبة بين الجمهور وصياغة الرأب العام، والتي قسمت إلى أربعة عناصر: الرأي العام والجمهور (المفهوم والاتجاهات)، وعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتشكيل الرأي العام، ثم القائم بالاتصال في الصحافة المكتوبة ودوره في تشكيل الرأي العام، والعنصر الخير من يصنع من؟

أما النقطة الثانية في هذا الإطار تحدثنا فيها عن الصحافة المكتوبة واستراتيجيات الإقناع وأولويات الجمهور، من خلال ثلاثة عناصر: صناعة الرأي العام وأولويات الجمهور، نظريات الإقناع واستراتيجياته في الصحافة، الصحافة المكتوبة وقادة الرأي وصناعة أولويات الجمهور.

أما **الفصل الثالث** فقد تناول اتجاهات الصحافة في الجزائر نحو القضايا العامة، والذي خصص لهذا المحور نقطتين لمناقشته، النقطة الأولى تمثلت في اتجاهات الصحافة الجزائرية، الصحافة الرسمية، والصحافة الحرة والمستقلة، والصحافة الحزبية، والنقطة الثانية تمثلت في استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتغيير اهتمامات القارئ الجزائري نحو القضايا العامة من خلال وظيفة صنع القرار للصحافة المكتوبة، والنقطة الثالثة اهتمت بالقضايا العامة (المفاهيم والأشكال) في الصحافة الوطنية.

أما **الفصل الرابع** وهو الجانب الميداني الذي شمل أربعة نقاط، النقطة الأولى أجندة جريدة الخبر اليومية نحو القضايا العامة التي تم فيها رصد مدى طرح صحيفة الخبر للقضايا العامة والتعرف على أجندتها نحو هذه القضايا، أما النقطة الثانية فقد اهتمت بالتعرف على أجندة الجمهور نحو القضايا العامة في جريدة الخبر من خلال اكتشاف مدى أهمية هذه القضايا لديه، أما النقطة الثالثة فتطرقت الى المقارنة بين الأجندتين السابقتين للتعرف على مدى توافقهما وتباينهما نحو القضايا العامة، وفي الأخير النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

موضوع الدراسة ومنهاجيتها

أولا: موضوع الدراسة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2- أسباب اختيار الدراسة
3- أهمية الدراسة
4- أهداف الدراسة
5- التعاريف الإجرائية
6- المنظور العلمي للدراسة
7- الدراسات السابقة

ثانيا: منهجية الدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها
2- مجتمع وعينة الدراسة
3- أدوات الدراسة
4- أسلوب المقارنة
5- الأساليب الإحصائية
6- الإطار الزماني والمكاني لدراسة

أولا: موضوع الدراسة

1. إشكالية الدراسة:

يُشهد للصحافة دورها هام الذي لا يستهان به في كل ميادين الحياة اليومية للمجتمعات، فهي تعد أقدم وسيلة إعلامية تنفرد عن غيرها بسهولة نقلها والإبقاء عليها لمدة من الزمن، وهنا نقف على ما أكده ماكلوهان في مقولته الشهيرة "الوسيلة هي رسالة" والتي يعني بها أن الوسيلة وخصائصها التي تمنحها التفرد والتميز عن بقية الوسائل لها أهمية كبيرة في قوة واستمرارية وتأثير الوسيلة وهو ما ميز الصحافة المكتوبة منذ ظهورها وطيلة فترات زمنية طويلة رغم ظهور العديد من الوسائل الإعلامية التي عرفتها البشرية كالراديو والتلفزيون والسينما إلى غاية ظهور وسائل الإعلام الجديدة اليوم.

كما تعتمد الصحافة المكتوبة على نشر المعلومات والأخبار لمختلف القضايا العامة، فهي تواكب الأحداث وتسلط الأضواء على المواضيع والمشاكل المطروحة بكثرة على الساحة العالمية والوطنية.

وتعرف الصحافة الجزائرية وكبقية الوسائل الإعلامية عموما والصحف المكتوبة في شكلها الورقي والالكتروني الحديث اهتماما كبيرا بمعالجة مختلف القضايا التي كانت محل اهتمام الجمهور كونها لطالما مثلت الوسيلة الأكثر جماهيرية لدى طبقة العريضة من المجتمع الجزائري خاصة المتعلمة، فنجدها دائما متصدرة الخيارات الأولى لدى الجمهور الجزائري ضمن الوسائل الإعلامية من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ... الخ المحلية منها والدولية ؛ وذلك نظرا للمكانة التي استطاعت هذه الصحف احتلالها لدى الفرد الجزائري نظرا لتعدد التوجهات الإعلامية وحضور الاستقلالية في تناول ومعالجة القضايا التي تمس بشكل مباشر أو غير مباشر الفرد والمجتمع الجزائري.

وفي هذا السياق تتجه دراساتنا نحو البحث في الدور الكبير الذي لعبته جريدة الخبر اليومي الجزائرية في هذه الفترة الخاصة التي عرفتها الجزائر عامي 2019و2020 من حراك شعبي سياسي واجتماعي افرز العديد من التغيرات والتحولات على مختلف الأصعدة والذي أثر بدوره على المشهد الإعلامي والاتصالي في الجزائر. وجاء اختيار جريدة الخبر في دراستنا نظرا للعديد من الاعتبارات المهنية كونها تمثل المؤسسة المستقلة في ملكيتها وبذلك فهي بعيدة عن مختلف الضغوط التي تمارس عليها والتي قد تؤثر بدورها على طبيعة وشكل التناول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية التي تهم الفرد الجزائري في هذه المرحلة الخاصة.

حيث نبحث في كيفية معالجة جريدة الخبر اليومي لهذه القضايا، ومن ناحية أخرى رؤية القارئ الجزائري لهذه القضايا ولهذه المعالجة في نفس الوقت، من خلال تحليل الواقع الإعلامي والاتصالي في الجزائر وذلك بالتعرف والتفسير على منابع القرار الإعلامي والمقصود به هو تحديد وترتيب القضايا والأحداث التي تصبح محل اهتمام الصحافة المكتوبة وجمهورها.

كما أنه لا يجب إغفال نقطة مهمة وهي السياقات السياسية والاجتماعية التي تقاس عليها أولويات كل من الصحافة المكتوبة وجمهورها، والتي تؤثر على طبيعة العلاقة بينهما، وهي سياقات متعددة وغنية تصدرت المشهد الإعلامي والاتصالي الجزائري مؤثرة بدورها على كل من الوسيلة الإعلامية وطبيعة المحتوى وشكل التناول وكذلك على الفرد المتلقي كرأي عام جزائري مرتبط بالعديد من القضايا. وقد انطلقت إشكالية هذه الدراسة من منبعين تمثلا في المحتوى الإعلامي الذي تقدمه الصحافة المكتوبة نحو هذه القضايا، والسلوك الإعلامي النابع عن زحمة المعلومات وتنوع مصادرها للقارئ الجزائري، حيث تكمن أهمية دراسة هذه العلاقة في التعرف على طبيعة العلاقة الذي تربط الصحافة المكتوبة متمثلة في جريدة الخبر اليومي بجمهورها في ظل التطورات السياسية والاجتماعية هذا من جهة، ومن جهة أخرى البحث فيما يراه الجمهور الجزائري في هذه الصحافة.

فبالنسبة **للمحتوى الإعلامي** الذي تقدمه الصحافة المكتوبة لا يزال راجعا للحدود السياسية التي تفرض قوانينها حول حرية التبادل الحر للمعلومات بين الوسائل الإعلامية، أما **الرأي العام** فهو لا يزال موضوعا في طور النقاش والذي له ارتباط وثيق بالحرية السياسية في اطار الممارسة والتغيير، إذ أنه يشكل القطب الأساسي لعملية صنع القرار الإعلامي والمشاركة فيه، فهنا نرى ان العنصرين الأساسيين في علاقة الصحافة المكتوبة بجمهورها تقوم على عناصر دخيلة أهمها الحدود السياسية والتي تفرض على وسائل الاعلام أولويات معينة، والحرية السياسية التي تشجع السلوك الإعلامي للقارئ المتشكل من خلال استقباله للمعلومات وخلفياته حول القضايا المطروحة، فيتشكل لديه أولويات خاصة به قد يتوافق مع أولويات الصحافة المكتوبة وقد يختلف معها، فأمام هذا الوضع و خصوصا مع الأحداث الراهنة في الجزائر نجد أننا ملزمون بالحديث عن التفاعل بينهما، وعن طبيعة العلاقة بينهما في هذه الدراسة إذ أن السؤال لا يطرح عن التأثير بل يكون حول نوعيته، فقد يكون **تأثير متبادل** بينهما أم يكون هناك **مسيطر** في ترتيب هذه الأولويات وهنا نحن أمام التساؤل الرئيس التالي: **فيما تتمثل طبيعة العلاقة بين أولويات صحيفة الخبر اليومية وجمهورها نحو القضايا العامة؟**

- **الاسئلة الفرعية:**

– **الأسئلة الفرعية الخاصة بالدراسة التحليلية:**

أ. **كيف تتناول صحيفة الخبر اليومية القضايا العامة؟**

- ما موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر؟
- ما هو تكرار كل نوع من القضايا العامة؟
- ما هي المساحة التي قدمتها صحيفة الخبر للقضايا العامة المطروحة؟

ب. **ما هي أولويات القضايا العامة في جريدة الخبر اليومية ؟**

- ما هي أهم الموضوعات العامة التي طرحتها صحيفة الخبر؟
- ما هي أهم المصادر المعتمدة من طرف صحيفة الخبر؟
- ما هي الأهداف التي تسعى لها صحيفة الخبر في معالجتها للقضايا العامة؟
- فيما يتمثل الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر؟
- ما هي الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في طرحها للقضايا العامة؟
- ما نوع اتجاه معالجة مختلف القضايا في صحيفة الخبر؟

– **الأسئلة الفرعية الخاصة بالدراسة الميدانية:**

- ما هي أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر؟
- فيما تتمثل أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر؟
- ما هي اهتمامات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة من خلال جريدة الخبر
- فيما تتمثل انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

1.2 الأسباب ذاتية:

- التعرف على نوعية التأثير الموجود بين وسائل الإعلام وجماهيرها.
- التعرف على الجهة المهيمنة والمسيطرة في وضع أجندة الصحف الوطنية.
- الرغبة في استخدام أداة تحليل المضمون والتحكم في تقنياته وأنماطه.

2.2 الأسباب موضوعية:

– يعد موضوع محل اهتمام يتركز على الأجندة الكلاسيكية وكيفية إسقاطها على الوضع الراهن للكشف عن زوايا جديد خاصة في فترة الدراسة، والتعرف على أهم العوامل المؤثرة لوضع هذه الأجندة.

3. أهمية الدراسة:

لا تزال الصحيفة تحتل مكانتها رغم ما تواجهه من تحديات تهددها بالضمور أو الزوال مما يثير جدلا حول ضرورة استحداث دراسات تتناول الوظائف الحديثة للصحافة ومدى ارتباط الجمهور من الأجيال الجديدة بما تستحدثه هذه الصحافة لنفسها لاستقطاب جماهيرها، ولذلك تبرز أهمية دراستنا في قلة الدراسات التي تناقش موضوع تأثير أولويات الصحافة المكتوبة على أولويات الجمهور نحو القضايا العامة بشكل عام، وخاصة في فترة تحمل أحداث غير اعتيادية داخل البلاد، إضافة إلى محاولتنا الجاهدة للكشف عن القضايا المثارة والمهمة لدى الجمهور، وتقييم أداء صحيفة الخبر تقييما موضوعيا في ترتيبها للقضايا العامة وكيفية معالجتها، للوصول إلى مدى توافق الأجندتين معا واكتشاف من المسيطر الجمهور أم الصحيفة أم عامل آخر له تأثير مباشر حول ما يطرح.

4. أهداف الدراسة:

أ. أهداف الدراسة التحليلية:

- التعرف على موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر.
- الحصول على تكرار كل نوع من القضايا العامة.
- حساب المساحة التي قدمتها صحيفة الخبر للقضايا العامة المطروحة.
- اكتشاف أهم الموضوعات العامة التي طرحتها صحيفة الخبر.
- التعرف على أهم المصادر المعتمدة من طرف صحيفة الخبر.
- استنتاج الأهداف التي تسعى لها صحيفة الخبر في معالجتها للقضايا العامة.
- معرفة الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر.
- استخلاص الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في طرحها للقضايا العامة.
- التعرف اتجاه معالجة مختلف القضايا في صحيفة الخبر.

ب. أهداف الدراسة الميدانية

- الكشف عن أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر.
- الوصول إلى أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر.
- التعرف على اهتمامات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة من خلال جريدة الخبر.
- استخلاص انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين.

5. التعريف الاجرائي:

- **القضايا العامة:** هي كل المواضيع المعالجة من طرف جريدة الخبر في شتى الميادين والمجالات أهمها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية.
- **أولويات الجمهور:** هي عبارة عن اهتمامات القراء نحو القضايا والأحدث المطروحة من طرف الجريدة وترتيبهم لها.
- **الأجندة:** وهي جدول أعمال التي تعتمد عليه وسائل الإعلام والاتصال في تحديد وترتيب القضايا المطروحة.
- **الصحافة المكتوبة:** تعتبر الصحافة المكتوبة من وسائل الاعلام الجماهيري التي لها تأثير قوي جدا على القراء، حيث تقوم بالتوجيه والإرشاد إلى جانب وظيفة الاخبار ونقل الإخبار، وتساهم بشكل فعلي في ترقية اهتمامات الجمهور نحو القضايا المطروحة.

6. المنظور العلمي لدراسة:

يتطلب معرفة طبيعة العلاقة بين الصحافة المكتوبة وجماهيرها دراسات شاملة والتي تنتمي إلى دراسات التأثير، فلكل صحيفة طريقة معالجة خاصة مختلفة عن الأخرى من خلال تحديدها لمختلف القضايا والمواضيع، فلا تستطيع أي صحيفة أن تقدم جميع المواضيع والقضايا المطروحة في آن واحد، بل تقوم بترتيبها وتنظيمها في جدول أعمال معين حسب سياقات مختلفة، وهنا تتوقع الصحيفة وضعين مختلفين أولهما يصبح القارئ منجذب لهذه القضايا تدريجيا وبالتالي تصبح أكثر أهمية من غيرها، في هذا الوضع نقول أن الصحيفة قد استطاعت أن تضع جدول أعمال معين لجمهورها قد تأثر به، أما الوضع الثاني فهو عدم تقبل القارئ لهذا الجدول تصبح الصحيفة تبحث عن الجدول الذي يرضي جمهورها ويتوافق معه، وبالتالي يصبح المتحكم الأول في ترتيب أولويات القضايا العامة المطروحة وهذا ما تناقشه نظرية الأجندة، حيث الفكرة الأولى قامت على تساؤل التالي: كيف تؤثر وسائل

الإعلام على جماهيرها ؟ وبعد التوسع في الدراسات وهذا ما سنتطرق إليه فيما بعد أصبح التساؤل من يؤثر في الآخر الوسيلة أم الجمهور؟ أما في الوقت الحالي التساؤل الذي يطرح نفسه هو ما نوع التأثير القائم بينهما؟ وهذا ما تركز عليه هذه الدراسة وبتالي فان نظرية الأجندة أو جدول الأعمال تسهم في توضيح نوع العلاقة بين وسائل الإعلام وجماهيرها، وجاء الأخذ بهذا الاتجاه نتيجة لتراكم المعرفي الحديث للنظرية ومدى أهميتها في الحقل الإعلامي، حيث كشفت تلك المراجعات عن ضرورة تجاوز الاكتفاء بتحليل مضمون وسائل الإعلام وكيفية تأثيره على المتلقي، والمطالبة بدراسة دور الجمهور في تشكيل جدول الأعمال والعوامل المؤثرة في هذه العملية بالإضافة لطبيعة العلاقة بينه وبين الوسيلة الإعلامي.

وتعد نظرية ترتيب الأولويات إحدى نظريات الإعلام التي تبحث في تأثير وسائل الاتصال، حيث تهتم بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لهذه الوسائل، وقدرة تلك الوسائل على تحديد أهمية وأولوية بعض القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها التي تهم كافة قطاعات المجتمع، وتؤكد هذه النظرية على وجود علاقة ارتباط إيجابي بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام وبروزها لدى الرأي العام، من خلال تركيز هذه الوسائل على موضوعات بعينها وإهمالها لموضوعات أخرى، مما يؤثر على الرأي العام بالتركيز على الموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام.[1]

كما أن مقترب تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت وكذلك عدد البلدان التي أعد فيها اختبار فرضياته، وإذا كان بعض الناس ينسبون نظرية تحديد الأجندة إلى باحثين اثنين لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بطريقة وبأدوات أكثر دقة، في واقع الأمر، فإن جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترب: ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات تحديد الأجندة تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية ومفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام، وزيادة على ذلك، فإن مرحلة الثمانينات أتت بمفاهيم جديدة ساهمت في إثراء المنظور ككل، على غرار التأطير والاستهلالية والانتباه والسمة البارزة في الخبر.[2]

[1] عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: **الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات**، دار الفكر العربي لنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2007، ص5.

[2] بومعيزة السعيد: **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الإعلام جامعة الجزائر، 2005، ص 85.

وتحتل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجيها[2]ته كمدخلات في عمليات صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات، فيما اهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يراد له التفكير فيها.[1]

1.6 الجذور التاريخية لنظرية الأجندة:

تعود أصول النظرية لدراسات "وضع الأجندة (ترتيب الأولويات)" إلى ما كتبه "والتر ليبمان (Lippmann) عام 1922 عن: " دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث في كتابه "الرأي العام" الذي جاء فيه أن "وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل-بيئات زائفة-في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع".[2]

وهناك نص مباشر لم يلفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر "برنارد بيرسيلون" 1948 في مقالته المعنونة "الاتصالات والرأي العام إن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية"، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتها من عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشيين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام، وتبعا لهذا النموذج فان الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعا للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.[3]

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية تحديد الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذه الفكرة طبقها white في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، والتي اعتبرها (القرارات) النشاط الأهم في حراسة البوابة، وعليه فإن شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختبار الأخبار من البرقيات white

[1] إبراهيم حمادة بسيوني: **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، عالم الكتب، دط، القاهرة، 2008، ص 208.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة** الدار المصرية اللبنانية، دط، القاهرة 2006.

[3] صالح خليل أبو أصبع: **الاتصال الجماهيري**، دار الشروق للنشر، دط، الأردن، 1999، ص219.

نموذج الخبرية لوكالات الأبناء وبالرغم من الانتقادات التي وجهت إلى هذا النموذج من حيث انه تجاهل العوامل البنائية والتنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسالة شخصية. [1]

وقد دعم " لانغ و لانغ، Lang et Lang " 1966 هذا الرأي من خلال تقرير أشار فيه إلى أن وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد وما ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به؛ و يرجع الفضل إلى "ماكسويل مكومبس" و"دونالد شاو" في إجراء أول اختبار امبريقي لنظرية ترتيب الأولويات، وكان الفرض الرئيسي لدراستهما هو" بالرغم من التأثيرات المحدودة في بعض الأحيان لوسائل الإعلام على نوع أو شدة الاتجاه إلا أنه يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة".[2]

2.6 مفهوم نظرية ترتيب الأولويات:

إن هذا المفهوم الخاص بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور يرى أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فان الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة، فان مجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات، بحثي يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات.[3]

وتتعدد تعريفات الترتيب الأولويات منها، هي منافسة مستمرة بين الموضوعات والقضايا للحصول على اهتمام كل من وسائل الإعلام والجمهور والصفوة السياسية،[4] وتساعد نظرية ترتيب الأولويات الجمهور على التفكير في القضايا التي أن مفهوم ترتيب الأولويات يمثل العملية PATERSON تحددها وسائل الإعلام

[1] بومعيزة السعيد: **مرجع سبق ذكره**، ص85.

[2] محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998.

[3] أحمد زكرياء: **نظريات الإعلام**، المكتبة المصرية للنشر، ط1، مصر، 2009، ص09.

[4] محمد فؤاد فوزي شهاب الدين: **دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني**، معهد البحرين لتنمية السياسية، 2016، ص 31.

بحيث يؤكد **"باترسون"** التي تبرز بها وسائل الإعلام على أنها قضايا مهمة وتستحق رد فعل السلطة، مادام الرأي العام نحو القضية قد تشكل عن طريق وسائل الإعلام.[1]

3.6 العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

هناك العديد من الدراسات والبحوث التي اجتهدت في البحث عن العوامل التي يمكن أن تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور، ونقصد بالعوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات تلك العوامل الوسيطة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام، وهي تؤثر بالسلب والإيجاب على العلاقة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام، يمكن تقسيم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة، -إذ اعتبرنا أن أجندة وسائل الإعلان تمثل المتغير المستقل وأجندة الجمهور تمثل المتغير التابع- إلى متغيرات تتعلق بالقضايا، وأخرى تتعلق بالجمهور، ومتغيرات تتعلق بوسائل الإعلام وفيما يلي عرض لهذه المتغيرات:

- **أ-متغيرات تتعلق بالقضايا والموضوعات:**
  - **نوع القضية:**

تم التميز بين نوعين من القضايا هما القضايا الملموسة والقضايا المجردة، والقضية تكون ملموسة إذا كان الكثير من الأفراد لديهم احتكاك مباشر بها، وتكون القضية مجردة إذا كان ليس لدى الفرد خبرة مباشرة بتلك القضية، كما يمكن تقسيم القضايا إلى قضايا مباشرة وهي التي يعايشها الفرد ولديه معلومات عنها، وقضايا غير مباشرة وهي التي لا يعايشها الفرد ولا تتوافر لديه بشأنها خبرة شخصية ومباشرة، وبالتالي فان معظم الدراسات التي تناولت نوع القضية كمتغير وسيط يتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور أكدت أن وسائل الإعلام أكثر قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا المجردة البعيدة عن خبرة الفرد، وأقل قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة، كما أشارت بعض الدراسات أن وسائل الإعلام تؤثر على بروز الموضوعات الدولية، بينما يقل تأثيرها بالنسبة للموضوعات المحلية.[2]

[1] لامية صابر: **الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة سطيف، 2009، ص 42.

[2] محمد فؤاد فوزي شهاب الدين: **مرجع سبق ذكره**، ص 45.

- **توقيت إثارة القضية:**

لا تتدخل وسائل الإعلام في وقوع الأحداث، وإنما هي مجرد ناقل لما يجري في الحقيقة، وبذلك فان متغير توقيت إثارة القضية قد لا ينطبق على الأحداث الطارئة بقدر ما ينطق على الأحداث المستمرة، كتلك الأحداث التي تصنعها الدولة وتنقلها وسائل الإعلام بهدف التأثير على الرأي العام، وبالتالي فان اختيار توقيت إثارة القضية عامل مهم وهام–خاصة أثناء الأوقات غير الاعتيادية– كفترة الانتخابات التي يؤثر بروز قضايا معينة فيها على سير حزب وناخب، مما يؤدي إلى صعود أو معدل الثقة به كنتيجة لتأثير بالاتصال على صورة الناخب الذهنية عن المرشحين، وذلك عبر التشديد على بعض النقاط الخاصة به وإهمال سواها في هذه الفترة الحرجة.[1]

ومن جهة أخرى لا يختلف الأمر بالنسبة لأهمية توقيت القضية عند طرح بعض القضايا العامة، مثل قضية البيئة، حيث انه سيكون اختبار توقيت عرض القضية البيئية أقوى لو جاء بعد وقوع حادثة بيئية معينة، بالمقارنة بفترات أخرى يكون لدى الجمهور فيها أولويات أخرى، كقضية البطالة التي ستلقى صدى مختلفا واتفاقا متبادلا بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام التي تقدمها في حالة طرحها أثناء تفاقم هذه المشكلة وانتشارها بين معظم قطاعات الجمهور، وذلك مقارنة مع طرحها في توقيت لا تكون فيه البطالة قضية لها جذورها في الواقع، وتأسيسا على جميع الأمثلة السابقة.[2]

فحسن اختيار التوقيت لطرح أي قضية من أهم العوامل التي تؤثر على عملية ترتيب الأولويات بنسبة للجمهور المستهدف، ولذلك ينبغي على القائم بالاتصال مراعاة هذه النقطة بشكل كبير عند قيامه باختيار المضامين الإعلامية العامة التي تطرح.

ب–**متغيرات تتعلق بالجمهور:**

- **الاتصال الشخصي:**

حظي متغير الاتصال الشخصي بالعديد من الدراسات التي حاولت التعرف على مدى تأثير الاتصال الشخصي على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ومما لا شك فيه أن الاتصال الشخصي يعد رافدا أساسيا للمعلومات التي نستقيها حول البيئة المحيطة بنا، وقد أكدت بعض الدراسات إن الاتصال الشخصي يدعم من

[1] رقية بوسنان: **الفضائيات الإخبارية العربية والجمهور الجزائري دراسة في ترتيب الأولويات: مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة** الجزائر، 2013، ص94.

[2] نفس المرجع السابق.

تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي تم تناولها مسبقا في وسائل الإعلام بشكل مكثف، بينما يضعف من تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي كان الاهتمام بها أقل في وسائل الإعلام، وذهبت بعض الدراسات إلى إبراز وظيفة الجسر للاتصال الشخصي، حيث انه يقوم بدور الوسيط أو همزة الوصل بين إدراك أهمية الموضوع على المستوى الفردي و على المستوى العام.[1]

- **العوامل الديموغرافية:**

إن الجمهور ليس شيئا واحدا متماثلا، إذ توجد اختلافات فردية واجتماعية بين أفراد الجمهور الرأي العام وتدور هذه الاختلافات حول السمات الشخصية والخصائص الديموغرافية والاجتماعية والثقافية، وتشمل هذه السمات والخصائص النوع والعمر والتعليم والدين والأصل والحالة الاجتماعية والمهنية والوضع الاقتصادي والاجتماعي، وتؤثر هذه الخصائص إلى جانب متغيرات أخرى في اختيار الأفراد لوسائل الإعلام وأساليب استخدامها وأحكام المصداقية لديه اتجاهها واتجاه المضمون المقدم، كما يؤثر اختلاف هذه الخصائص بين الأفراد في تباين مستويات المعرفة في تباين مستويات المعرفة والفهم لديهم وكل هذه العوامل تؤثر في عملية تكوين الرأي العام.

لذلك اهتمت دراسات ترتيب الأولويات بالمتغيرات الديموغرافية للجمهور و تأثيرها على هذه العملية، وأسفر تعدد الدراسات السابقة التي اعتبرت المتغيرات الديموغرافية متغيرا وسيطا في عملية وضع الأولويات عن تباين في نتائجها، إذ وجدت بعض الدراسات عدم وجود دور فاعل لمتغيرات الديموغرافية في حين أكدت أخرى على اعتبار أن بيئة المبحوثين هي التي تصوغ استجاباتهم لوسائل الإعلام حول القضايا التي تطرحها، ومن الدراسات التي توصلت إلى وجود ارتباط بين الخصائص الديموغرافية وترتيب الأولويات التي خلصت إلى أن متغير التعليم يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام، وعلى الجانب الأخر أشارت دراسة "شو" و "مارتن" بين المتغيرات الديموغرافية ووضع الأولويات.[2]

وكذلك أشارت دراسة بسيوني حمادة وحسن عماد مكاوي إلى أن الخصائص الديموغرافية ليست من العوامل المؤثرة في تحديد الأولويات، كما أسفرت دراسة آمال كمال طه عن عدم وجود علاقة بين تحديد ترتيب الأولويات والمتغيرات الديموغرافية عدا السن والمستوى الاقتصادي والاجتماعي ومنطقة سكن المبحوث، حيث تبين

[1] محمد فؤاد فوزي شهاب الدين: **مرجع سبق ذكره**، ص 47.

[2] رقية بوسنان، **مرجع سبق ذكره**، ص100

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا عند هذه الفئات وبين ترتيبها في الصحف المدروسة، ويمكن هذا التباين في نتائج الدراسات حول المتغيرات الديموغرافية في ترتيب الأولويات باختلاف المجتمع الذي تجري فيه وتباين القضايا محل الدراسة والخبرة الشخصية للجمهور اتجاه هذه القضايا.[1]

- **مدى الاهتمام بالموضوع:**

أكدت بعض الدراسات ضرورة وجود درجة من الاهتمام لدى الفرد بالقضية المثارة في وسائل الإعلام وذلك لضمان حدوث تأثيرات الأجندة، وكلما ازدادت درجة اهتمام الفرد بالقضية، كلما ازدادت احتمالات حدوث تأثيرات الأجندة، وكلما كان الموضوع أكثر تفضيل لدى الجمهور، كلما استطاعت وسائل الإعلام إن تزيد من شعبيته لدى الجمهور من خلال تناولها له.[2]

- **الحاجة إلى التوجيه:**

ترجع الأصول الأولى لمفهوم الحاجة إلى التوجيه إلى نظرية تولمان فالحاجة إلى التكيف وفق هذه النظرية تمثل دافعا معرفيا يحقق النفع للفرد، الساعي إلى أن يألف ما يحيط به، وأن يعرف طبيعته ويتفهمها، بمعنى إن الحاجة وإلى التكيف تدفع المرء إلى تكوين صورة متكاملة ومفهومة للعالم المحيط، وتسمح له باتخاذ القرارات، وإدارة نفسه بما يحقق مصالحه، وقد خلصت دراسة Mccombs and Weaver إلى أن الحاجة تدفع المرء إلى استخدام وسائل إعلام بما يؤدي إلى ترتيب أولوياته، وكلما زادت الحاجة إلى تكيف زاد التعرض للمضمون التوجيهي لوسائل الإعلام، زاد تأثير ترتيب الأولويات وتحددت قوة حاجة المرء للتكيف اعتمادا على عاملين:

- مدى صلة القضية التي تعرضها وسائل الإعلام بالفرد وارتباطها بمصلحته.
- القلق وعدم اليقين بشأن القضية، ويؤدي التفاعل بين هذين العاملين إلى ثلاثة مستويات لقوة الحاجة إلى التكيف وهي الحاجة العالية، والحاجة المعتدلة، والحاجة المنخفضة.[3]

[1] نفس المرجع السابق.

[2] محمد فؤاد فوزي شهاب الدين: **مرجع سبق ذكره**، ص 48.

[3] رقية بوسنان، **مرجع سبق ذكره**، ص 101.

- **مدى الاعتماد وسائل الإعلام:**

ربطت بعض الدراسات بين فروض نظرية الأجندة وفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في محاولة لإيجاد علاقة بينهما، وأشارت تلك الدراسات إلى انه كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام، كلما زادت احتمالات حدوث تأثيرات الأجندة، وبالرغم من عدم قدرة تلك الدراسات على إثبات ذلك الفرض بشكل قاطع إلا أنها استطاعت إن تجذب الانتباه إلى متغير (مدى الاعتماد على وسائل الإعلام) كمتغير وسيط يحكم العلاقة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام.

- **مستوى تحليل الأفراد للمعلومات المستقاة من وسائل الإعلام:**

يختلف الأفراد فيما بينهم في مستويات تمثيلهم وتخزينهم وتذكرهم للمعلومات المستقاة من العالم الخارجي من حولهم، ومستوى تحليل الفرد للمعلومات قد يكون متغير وسيط يتوسط العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، ويؤكد ذلك البحوث الميدانية التي تجري لمعرفة أجندة الجمهور، ونشير في هذا الصدد إلى ارتباط مستوى تحليل الفرد للمعلومات بكل من: طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، السمات الشخصية التي تؤثر على الاستجابة، وإلى جانب المتغيرات الوسيطة التي تتعلق بالجمهور والتي سبق عرضها، هناك بعض المتغيرات الأخرى وتتمثل في مدى تكيف الفرد من البيئة المحيطة، اتجاهات الفرد المسبقة نحو موضوعات الأجندة، العمليات الانتقائية، السمات الشخصية للفرد، والاهتمامات الشخصية متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام.

- **كثافة التغطية الإعلامية:**

تعد كثافة التغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا من بين أهم المتغيرات التي تؤثر على حدوث تأثيرات وضع الأجندة على الجمهور، حيث لابد من وجود حد أدنى من التغطية الإعلامية للموضوع وذلك يفسر اعتبار الحملات الانتخابية مجالا خصبا لنمو دراسات الأجندة وذلك لتركيزها على موضوعات محددة خلال فترة معينة ووجد بعض الباحثين أن حجم ومقدار التغطية لموضوع ما من أهم العوامل اللازمة لحدوث تأثيرات الأجندة وهي:

- أن وسائل الإعلام تقوم بإبراز بعض الأحداث والموضوعات.
- اختلاف الموضوعات يحتاج إلى اختلاف في حجم ونوع التغطية.
- إن الكلمات المستخدمة تؤثر على إدراك الأفراد بأهمية الموضوع.
- الربط بين القضايا وبعض الرموز والشخصيات الهامة.

- الاستعانة ببعض المواطنين الموثوق فيهم للحديث عن ذلك الموضوع.

وأكدت بعض الدراسات أن الموضوع الذي يحظى بتغطية واهتمام أعلى سيؤدي إلى سرعة حدوث تأثيرات الأجندة في وقت أقل من الموضوعات التي تحظى باهتمام إعلامي أقل مع الأخذ في الاعتبار متغير مراحل تطور القضية.[1]

- **المدى الزمني:**

تؤكد بحوث ترتيب الأولويات، تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، حتى ولم يكن ذلك التأثير على القرارات فسيكون على الأقل بالتأثير على اختيار المواضيع التي ستسجل في قائمة الجمهور للمواضيع البارزة والمثيرة للجدل، وبالرغم من ذلك تثير وظيفة الإعلام هذه التساؤلات المعقدة التي ستركز عليها هنا: كم يلزم من الوقت حتى يلقي الموضوع اهتمام الجمهور؟

إن معرفة الوقت الذي يلزم وسائل الإعلام حتى تحظى باهتمام الجمهور بموضوع ما أمر مهم من الناحيتين الموضوعية والمنهجية، حيث يمثل تحديد المدة التي تلزم لأولويات الإعلام فيها بتأثير تراكمي قياسي على أولويات الجمهور الوصول إلى حد بعيد من آثار الإطار الواسع لنظرية الاتصالات.

اكتشف واضعو فرضيات الاتصالات في وقت مبكر أن تأثير الرسائل ليس إلزاميا ولا فوريا، حيث قام key بتسمية التأخير بين تقديم المصدر وقبول المستقبل ب التأثير النائم، كما أشار key إلى اختلاف بين التأثير قصير المدى والتأثير بعيد المدى لوسائل الاتصال حيث تكهن بإمكانية تأثير التكرار اليومي بشكل ملحوظ على المواقف، حيث لن يكتب Lang and Lang عن تشكيل وسائل الإعلام للمواضيع وشخصيات الانتخابات بين ليلة وضحاها، بل قاما بذلك تدريجيا عبر مدة من الزمن، خاصة في حالة تأثير ترتيب الأولويات من طرف الصحافة، حيث يبرز موضوع الفترة الزمنية الفاصلة والتأثير التراكمي، فيما يتعلق بكل من الضبط التصويري للنظرية والقرارات المنهجية التي تدور حول الفترة الزمنية التي يجدر أن يستغلها الباحثون في تحليل مضمون وسائل الإعلام.[2]

[1] نفس المرجع السابق، ص49-50.

[2] رقية بوسنان، **مرجع سبق ذكره**، ص 102.

4.6 الاتجاه الكلاسيكي لنظرية الأجندة:

وهي النظرية التي صاغها الباحثان: McComb and Shaw فقد وضعا في أواخر الستينات الافتراض الأساسي للنظرية في شكل يمكن إجراء البحوث عليه وأصبحت هذه النظرية هي النظرية الأساسية والرئيسية للدراسة على نطاق ضيق للأخبار حملة انتخابات الرئاسية 1968، وكيف كان الناس يرون أهمية الموضوعات المثارة، وتم إعداد تحليل مضمون لكيفية تقديم التلفزيون والصحف والمجالات للأخبار السياسية عن المرشحين والموضوعات التي يناقشوها طوال فترة ممتدة، وتم إجراء استقصاء صغير لتقييم "معتقدات الذين استجابوا للبحث حول الأهمية التباين للموضوعات المثارة التي غطتها وسائل الإعلام".

وقد تم اكتشاف أن هناك توافقا كبيرا بين كمية الانتباه لموضوع معين في الصحافة ومستوى الأهمية التي يوليها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام ولا يعن هذا إن الصحافة نجحت في استمالة الجماهير لتغيير رأيها وتبني أية وجهة نظر معينة.

كما لاحظ الباحثان أن أفراد الجمهور لا يطالعون حول الشؤون العامة والمواضيع الأخرى عن طريق وسائل الإعلام فحسب، فهم يتعلمون كيف يعلقون أهمية على قضية أو موضوع ما من خلال التوكيد الذي تضعه وسائل الإعلام عليه، ومن هذه الزاوية حاجج الباحثان قائلين أنه: يمكن أن لا تملك وسائل الإعلام القوة من أجل تغيير ما يفكر الناس، بمعنى تغيير آرائهم بخصوص القضايا المطروحة للنقاش تصبح مهمة في نظرهم، كما نجحت في إقناع الناس بأن يعتبروا بعض الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى وهكذا أصبح "جدول أعمال الصحافة" أو ترتيب أهمية الموضوعات والأخبار عند وسائل الإعلام هو نفس "جدول أعمال الجمهور" وبهذا المعنى نستطيع القول أن هناك توافقا وثيقا بين العالم الخارجي والصورة التي تدور في رؤوس الذين تمت إجراء الدراسة عليهم.[1]

وقد أدى نجاح الدراسة الأولى في تقرير هذه العلاقة إلى قيام الباحثين بإجراء بحث أكبر حول انتخابات الرئاسة 1972، وأثبت هذا البحث بوجه عام ما تم اكتشافه ففي البحث الأول وكان البحث الثاني أكبر، كما أن الموضوعات المثارة في حملة الانتخابات لم تكن هي نفس موضوعات البحث الأول، بالإضافة إلى أن مكان البحث كان مختلفا هذه المرة، ورغم ذلك فقد تم تأكيد النظرية.

[1] السعيد بومعيزة: **مرجع سبق ذكره**، ص91

ومن هنا فقد نجد أن هناك علاقة بين مدى ارتباط تضخيم القضية واعتقاد الناس بأن هناك القضية مهمة فالبحوث المنجزة في هذا الميدان تثبت أن الناس يميلون إلى نسب المواضيع الموهمة طبقا للعرض الإعلامي وبناء عليه يمكن تلخيص أنواع الأجندة فيما يلي:

- الأجندة الإعلامية: جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام والذي يقرر أي المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم تشديد عليها وأي المواضيع سيتم تجاهلها، أي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.
- الأجندة السياسية: هو جدول الأعمال على المستوى السياسي، المواضيع التي يتناولها السياسيين والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو مصالح ضيقة.
- الأجندة الجماهيرية: المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم، في البيوت.[1]

5.6 الاتجاه الحديث لنظرية الأجندة:

إن تقسيم أبحاث تحديد الأجندة إلى مقترب تقليدي وآخر حديث، هو في الواقع، تقسيم لمستويين من التركيز والاهتمام: المستوى الأول، والذي استعرضناه سابقا يخص الصياغة الأولى لفرضية تحديد الأجندة من طرف الباحثين McComb and Shaw، وجل الأبحاث التي حاولت اختبار الفرضية في أماكن عدة وسياقات متباينة، وكان يتهم بالإجابة على الأسئلة التقليدية الخمسة، أي: من؟ وماذا؟ وبأية وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟ والإجابة على هذه الأسئلة وحسب، أظهرت محدودية فرضية تحديد الأجندة، بالرغم من التبصيرات المهمة التي ساهمت بها في فهم عملية تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام.[2]

ففي عصر ما بعد الاتصال الجماهيري تساءل العلماء الاتصال الجماهيري عن موقع نظرية الأجندة في بحوث الاتصال السياسي والرأي العام في عصر المعلومات تخضع لنفس الظروف والمتغيرات التي خضعت لها منذ سنوات قليلة مضت، فالنظرية العلمية هي في المقام الأول نتاج بيئة متكاملة تحكمها أبعاد الزمان وشروط المكان، وقد أدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى تجزئة الجمهور إلى قطاعات عديدة متباينة ولم يعد بإمكان لوسيلة إعلامية واحدة أن تسيطر على سوق المعلومات فالملتقى أصبح بإمكانه أن يتعرض لمئات المصادر التي يختارها ويتفاعل معها لحظة بلحظة، كما أن الفرد نفسه ليس من السهل عليه أن يتذكر نوع المصادر والوسيلة الإعلامية

[1] نفس المرجع السابق

[2] لامية صابر: **مرجع سبق ذكره**، ص 48.

التي حصل منها معلوماته بشأن قضية بعينها، والأكثر صعوبة هو أن يقوم الباحث –كما كان يفعل من قبل في دراسات وضع الأجندة– بتحليل مضمون وسائل الإعلام التي يريد أن يكشف أثرها في وضع وترتيب اهتمامات الرأي العام.

ويرى حمادة بسيوني أنه ومع هذا التغير الكبير إلا أن وسائل الإعلام لم تفقد دورها في هذا العصر التي تكاثرت فيه وسائل الاتصال وانشطرت فيه قطاعات الجماهير إلى أجزاء صغيرة، فلا زلنا نذكر نجاح وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية في وضع أجندة الرأي العام العالمي بشأن أحداث الحادي عشر من سبتمبر الأمر الذي يشير إلى بقاء الدور والتأثير القديم.[1]

7. الدراسات السابقة:

1.7 المحور الأول: دراسات استخدمت نظرية ترتيب الأولويات:

- **الدراسة الأولى: دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية "دراسة تحليلية وميدانية «:[2]**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحف الالكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية وترتيب الجمهور لهذه القضايا من ناحية أخرى، وهي من الدراسات الوصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي وفي إطاره مسح وسائل الإعلام ومسح الجمهور وأسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات بثلاث أدوات تمثلت في أداة تحليل المضمون و أداة استمارة الاستبيان وأداة المقابلة، واعتمدت الباحثة على المسح الشامل لصحيفتي فلسطين و الحياة الجديدة الالكترونيتين، في الفترة ما بين 2014/03/01 إلى 2014/03/31 وزعت الاستمارة على 163 مبحوث واستخلصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج تمثلت في :

- تفاوت اهتمام صحيفتي الدراسة بالقضايا الاقتصادية المحلية المختلفة، حيث ظهر في التحليل اهتمام صحيفة فلسطين متزايد بقضايا إغلاق معابر التجارية وقضايا الفقر وقضايا الرواتب عن صحيفة الحياة الجديدة.

---

[1] بومعيزة السعيد، **مرجع سبق ذكره**، ص85.

[2] عدلات عبد المعطي الشيخ: **دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية "دراسة تحليلية وميدانية"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قسم صحافة وإعلام، جامعة غزة، 2015.

- احتل الخبر المرتبة الأولى من مجموع أشكال المادة الصحفية في الصحف الالكترونية الفلسطينية بنسبة 71.27 % فيما حاز التقرير على نسبة 20.75% تليه بقية الفنون الصحفية بنسب صغيرة جدا المقال ثم الحديث وأخيرا التحقيق الصحفي.
- أن صحيفة فلسطين كانت أهم الصحف الوطنية الالكترونية التي يهتم المبحوثين بمتابعتها بنسبة 40.3%.
- إن درجة الاستفادة من قبل المبحوثين للقضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الدراسة جاءت متوسطة بمتوسط حسابي 2.67%
- إن حجم التغطية التي خصصها الصحف الالكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية منخفضة من وجهة نظر المبحوثين.

- **الدراسة الثانية: نظريةagenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري:**[1]

تهدف الدراسة إلى إيجاد تفسير لنوعية التأثير الذي تمارسه الصحافة على جمهورها ، وإلى حد ما البحث فيما يفعل جمهور الصحافة المكتوبة بها، كما أنها هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج المسحي وأسلوب المقارنة ، وقد اعتمدت على أداتين استمارة الاستبيان وذلك لمعرفة أهم القضايا التي تشغل الجمهور الجزائري أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 وأداة تحليل المضمون وذلك لاستنطاق محتوى الصحف الجزائرية لاستخراج أهم القضايا المعروضة للنقاش أثناء الحملة، وذلك لمدة 20 يوم من 18 مارس 2004 إلى 06 أفريل 2004 واستخلصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج أهمها :

- المفارقة الأولى التي يمكن ملاحظتها هي حول قضية الدفاع الوطني، فالأسباب التي جعلت الجمهور أقل تجنيدا لها تعود إلى أنها لا تمس مباشرة المواطن الجزائري في حياته اليومية، بل هي خاصة بوظائف المؤسسات فيما بينها والاستراتيجيات السياسية التي تتحكم في كل منهما.
- الشباب من أهم انشغالات الجمهور، لكنه لم يستحوذ على نفس الاهتمام من طرف الصحافة المكتوبة، ذلك لم يشكل موضوع تناقض في خطابات المرشحين الستة، ولم يكن من بين القضايا المصيرية التي غذت المناقشات التي حملها هؤلاء.

[1]يوسف تمار: **نظرية agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004.

- الشغل مفارقة أخرى بين الجدولين، جعلها الجمهور في طليعة اهتماماته، بينما جعلتها الصحافة المكتوبة من بين القضايا قليلة الاهتمام، وتعود أسباب ذلك لكونها قضية محتواه في سباقات أكبر طرحتها الصحافة المكتوبة.

أما بالنسبة للمقاربات فأهمها:

- في مراتب مختلفة جاءت قضايا الشغل والأمن وأزمة السكن في أولويات جدول قضايا الرأي العام و الصحافة المكتوبة ومن أهم قضايا التقارب أي أن هناك نوعا من الإجماع حول أهميتها وأهمية طرحها كأولويات قضايا النقاش، فالأمن قضية الجميع كما يقال، قضية الأفراد وقضية المؤسسات لذلك ألح عليها الجمهور و الصحافة المكتوبة مع تركيز هذه الأخيرة، نظرا لشمولية الرؤية التي لديها حول الجو العام السائد عبر القطر الوطني، أما أزمة السكن فلأنها أكثر القضايا عرضة للنقاش في هذه الآونة مع السياسات التي تتابعها الحكومة للحد ما، وكذلك الاعتماد الكبير عليها كقضية استراتيجية في خطابات المرشحين الستة، أما بنسبة للفرد فهي قضية تمسه بالدرجة الأولى وبشكل مباشر ونفس الشيء بالنسبة للشغل، وعليه تعد هذه القضايا همزة تقارب بين الجمهور والصحافة المكتوبة.

- **الدراسة الثالثة: العوامل المؤثرة في ترتيب القضايا النسائية في الصحف السعودية[1]:**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا النسائية في الصحف السعودية من خلال التعرف على أولويات المرأة السعودية اتجاه قضاياها ومعرفة أولويات الصحف السعودية اتجاه قضايا المرأة وأولويات الصحفيين و الصحفيات تجاه قضايا المرأة السعودية وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت المنهج المسحي واعتمدت على أداة تحليل المضمون أو المسح بالعينة على عدد من الصحف التي خضعت للتحليل إضافة إلى استمارة استبيان التي وزعت على جمهور النساء السعوديات للوصول إلى نتائج تفسيرية ومعرفة طبيعة المتغيرات الظاهرة واتجاه هذه العلاقات ودرجة الارتباط بينهما سلبا أم إيجابا ، وتمثلت عينة الدراسة ب 900 مفردة من ثلاث صحف محلية (الرياض ، الوطن، المدينة) و30 مفردة من القائم بالاتصال 32جمعية نسائية وثلاثة عشر منظمة دولية من خلال دراسة فترتين زمنيتين مختلفتين ، فالصحف خضعت لتحليل

[1] عادل بن عبد القادر الكينيدي: **العوامل المؤثرة في ترتيب القضايا النسائية في الصحف السعودية**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، 1432.

في لمـــدة تمثلـــت مـــا بـــين 10/8/ 1430 إلى 1431/04/30 للمرحلـــة الأولى ومـــن 1431/02/01 إلى 1431/04/30 للمرحلة الثانية بواقع 3 أشهر لكل مرحلة وقد خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها :

- تدفق المعلومات بين مكونات النظام الاتصالي بالمملكة العربية السعودية، تسير وفق مفهوم نظرية " بناء ترتيب الأولويات" وليس وفق نظرية "ترتيب الأولويات" وهو ما يشير إلى أن تدفق المعلومات يسير وفق المفهوم العكسي لنظرية "ترتيب الأولويات " أي ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام وليس ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ .
- أكدت مراجعة الدراسات السابقة وجود نقص ملحوظ في الدراسات العربية عامة والسعودية خصوصا التي تعرضت لدراسة تفاعلية بين عناصر المجتمع الفاعلة من يِثر في الآخر؟
- كشفت الدراسة أن جمهور المرأة هو قوة مؤثرة في المجتمع السعودي، حيث استطاعت أن تؤثر على كل من الصحف والجمعيات النسائية والمنظمات الدولية وترتيب الأولويات في المدى البعيد، بينما لم يستطع الصحف والصحفيين والمجتمعات النسائية والمنظمات الدولية عن تحقيق ذلك باستثناء صحيفة الوطن.
- أبانت الدراسة أن طبيعة القضايا التي تم التعامل معها تضم مئات الموضوعات الفرعية تحت عباءتها وهو ما يجعل النتائج أقل دقة.

- **الدراسة الرابعة: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر "دراسة تحليلية وميدانية":**[1]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه الصحافة المصرية على اختلاف توجهاتها (قومية – حزبية – خاصة) في تحديد أولويات اهتمام الجمهور المصري بقضايا الإصلاح الاجتماعي في ضوء افتراض نظرية الأجندة، وهي من الدراسات الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج المسحي وقد اعتمدت على أدبتين استمارة تحليل المضمون لمسح عينة الصحف في الفترة البحثية من 01 نوفمبر حتى 21 ديسمبر 2008 لثلاث صحف وطنية (الوفد، الأخبار، الدستور) وأداة استمارة الاستبيان التي وزعت على 300 مفردة لمناطق متعددة في مصر منها القاهرة و الشرقية وقد استخلصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

نتائج خاصة بالدراسة التحليلية:

[1] ندية عبد النبي محمد القاضي: **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر " دراسة تحليلية وميدانية"**، بحث علمي مقدم إلى مؤتمر دولي الخامس عشر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مصر، 2009.

- جاءت قضية إصلاح التعليم ومنع التسرب مقدمة القضايا الرئيسية التي وردت بمضمون الصحف المصرية خلال فترة الدراسة، تليها قضية محاربة الفساد في الترتيب الثاني، ثم إقامة العدل الجماعي في الترتيب الثالث، ثم العناية بالصحة العامة في الترتيب الرابع ثم قضية القضاء على العشوائيات في الترتيب الخامس ثم تأهيل العاطلين على الآداب العامة في الترتيب الثامن ثم رفع مستوى الفئات المهمشة في الترتيب التاسع ثم الحفاظ على كيان الأسرة في الترتيب العاشر وأخيرا دعم مؤسسات المجتمع المدني.
- كشف النتائج إن هناك اختلاف في ترتيب قضايا الإصلاح الاجتماعي في صحف الدراسة الثلاث خاصة بين صحيفتي الأخبار والدستور، كما أن هناك تقارب إلى حد ما بين صحيفتي الوفد والدستور حسب تكرار والمساحة وباستخدام معامل الارتباط تبين وجود ارتباط طردي متوسط بين أجندة القضايا من حيث التكرار بين صحيفة الأخبار وصحيفة الوفد بلغت قيمته (0.43) كما تبين وجود ارتباط طردي ضعيف بين صحيفة الدستور وصحيفة الأخبار من حيث ترتيب أجندة القضايا وفقا لتكرار بلغت قيمته (0.27)، ووجود ارتباط قوي جدا بين صحيفة الوفد وصحيفة الدستور من حيث التكرار بلغت قيمته (0.96).

النتائج الميدانية:

- بلغت قيمة قراءة الصحف المصرية لدى الجمهور على مستوى البحث بشكل منتظم 62% مقابل 38% للذين لا يتابعون بانتظام.
- جاء تفضيل المبحوثين لقراءة الصحف القومية في المرتبة الأولى وجاءت الصحف الصباحية في الترتيب الأول يليها القومية المسائية ثم الصحف الخاصة في المرتبة الثانية من حيث التفضيل ويليها الصحف الحزبية في المرتبة الثالثة ثم جاء في المرتبة الرابعة الصحف التي تصدر في الخارج مثل الحياة، والشرق الأوسط.
- أكدت نتائج الدراسة أن الدوافع النفعية والمعرفية تعد أهم دوافع قراءة قضايا الإصلاح الاجتماعي في الصحف المصرية والتي تشمل دافع المساعدة في تكوين الآراء بشأن قضايا الإصلاح المطروحة حيث جاء بنسبة 38%وكذلك دافع التعرف على حقيقة الوضع في مصر بالنسبة لهذه المشكلات بنسبة 37%وهذه الدوافع[1]كشف حرص الجماهير على قراءة الصحف والوعي بهذه القضايا ولأهميتها وخطورتها.

2.7 المحور الثاني: الدراسات التي استخدمت الصحافة المكتوبة

[1] فرحات مهدي: **دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر "جريدة الشروق اليومي نموذجا"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009.

- **الدراسة الأولى: دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر – جريدة "الشروق اليومي " نموذجا–:** تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر من خلال إبراز مكانة الصحف اليومية ضمن المشهد الإعلامي الجزائري من خلال جريدة الشروق اليومي انموذجا، وكذا الأساليب الإقناعية التي تتبعها هذه الصحيفة ومحاولة فك شفرة اتجاهها السياسي من خلال موقفها تجاه مشروع "التعديل الدستوري الجزائري 2008" وأثره في تكوين رأي العام لدى قراء الجريدة، حيث استخدمت منهج المسحي التحليلي وقد اعتمدت على أداة تحليل المضمون وتعتبر العينة هي 18 مقالا من صحيفة الشروق اليومي موزعة على فترتين قبل وبعد التعديل الدستوري الجزائري 2008 وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- إن موقع المادة الإعلامية وتمركزها وتكرارها في الجريدة له أثر 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 التي تطرقنا إليها.
- لاحظنا من خلال النتائج المتحصل عليها في هذا الجزء التطبيقي والمتمثلة في أعداد ونسب تم الحصول عليها عن طريق تفريغ وتكميم البيانات المتعلقة بمحتوى جريدة "الشروق اليومي" من خلال العينة المدروسة والمقدرة ب 18 مقال تضمن مشروع التعديل الدستوري 2008 ومن الاستنتاجات التي تم الوصول إليها هي المسار العام الذي أنتجته جريدة الشروق اليومي إزاء التعديل الدستوري الذي كان في مجمله مساندا ومؤيدا لهذا الأخير من خلال المقالات ونوعية التغطية واختزال ردود الأفعال على بعض الأحزاب التي ساندت التعديل الدستوري 2008، ومن الاستنتاجات أيضا ما يتعلق بحجم المقالات التي خصصتها جريدة "الشروق اليومي" لموضع "التعديل الدستوري" والتي لم تعطها القدر الكافي في حجم التغطية مقارنة بمواضيع أخرى أقل أهمية .

- **الدراسة الثانية: الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر "دراسة مسحية على عينة من قراء الصحف في الجزائر العاصمة في الفترة ما بين 15 مارس إلى 05 أفريل 2004:**[1]

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة الصحافة المكتوبة الجزائرية بالسلطة السياسية والرأي العام من اجل تحليل الواقع الإعلامي الاتصالي في الجزائر في محاولة لفهم طبيعة عمل وسائل الإعلام عامة والصحافة

[1] زهير بوسيالة: **الصحافة المكتوبة الديمقراطية في الجزائر " دراسة مسحية على عينة من قراء الصحف في الجزائر العاصمة في الفترة ما بين 15 مارس الى 05 أفريل**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2005.

المكتوبة تحديدا، ومحاولة إبراز الدور الذي تؤديه في خدمة التوجه نحو الديمقراطية وهي من الدراسات الوصفية المسحية التي استخدمت منهج المسح الاجتماعي واعتمدت على أداة استمارة الاستبيان خلال الفترة الممتدة ما بين 15 مارس و05 أفريل 2004 والتي تزامنت مع فترة الانتخابات في الجزائر، كما وزعت الاستمارة على عينة من قراء قدر عددهم ب 140 مفردة، وقد لخصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

- هناك ارتباط كبير بين القارئ والصحيفة نظرا لحاجة الناس إلى الاطلاع على المعلومات والأخبار وما يحدث حولهم، فهم يعتبرون مطالعة الصحف امرأ ضروريا جدا ولا يمكن الاستغناء عنه.
- تبقى الوظيفة الإعلامية التي تقوم بها الصحافة المكتوبة في الجزائر ناقصة وضعيفة ذلك أن أغلبية المبحوثين الذين يطالعون الصحف الوطنية لا يشعرون أنهم على علم بكل ما يحدث على الساحة الوطنية.
- الصحافة المكتوبة في الجزائر لا تتمتع بالمصداقية الكاملة إذ يرى معظم المبحوثين أن الصحف تقوم بتحريف الأخبار والمعلومات وحتى اختلافها.
- تعتبر الصحافة المكتوبة في الجزائر الوسيلة الإعلامية الأكثر خدمة للتوجه نحو الديمقراطية في البلاد، ذلك لما عرفته من تعدد وانفتاح، تليها الإذاعة في مرتبة ثانية والتلفزيون في مرتبة الثالثة.
- يعتبر بلوغ الديمقراطية أمرا لا يتم إلا في جو من حرية التعبير وتداول للمعلومات وعليه فان رقابة السلطة السياسية على الصحف يعيق التوجه نحو الديمقراطية أكثر مما يخدمه.
- يحتل المجال السياسي المرتبة الأولى من بين المجالات الأكثر عرضة لرقابة السلطة السياسية، فهو المجال الأكثر حساسية والأكثر تداولا في الصحافة المكتوبة، ثم يليه المجال الديني في مرتبة ثانية، وهذا حتى لا يستخدم لأغراض سياسية ويحتل المجال الاقتصادي المرتبة الثالثة.
- يعتبر أغلبية المبحوثين أن السلطة السياسية في الجزائر مصدرا من مصادر الخطر على حرية الصحافة، نتيجة الرقابة والضغوطات التي تمارسها عليها.

- **الدراسة الثالثة: دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية لجريدة القدس نموذجا 2004-2005:**[1] تهدف هذه الدراسة إلى كشف دور الصحافة المطبوعة في التحول الديمقراطي، الإعلام بشكله العام بمفهومي التنمية السياسية والديمقراطية، كما استخدمت منهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الوقائع وتحليلها بدلالة المعلومات المتوافرة واعتمدت على أداة تحليل المضمون لجريدة

[1] حافظ علي حافظ أبو عياش: **دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، 2008.

"القدس" من خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى غاية 2007 محددة بالفترات التي شهدت فيها تحولات ديمقراطية وهي انتخابات الحكم المحلي 2004/12/23 والانتخابات الرئاسية الثانية 2006/01/09 أما الحدود المكانية فتحددت في الضفة الغربية وقد لخصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- صعوبة إيجاد مفهوم شامل وجامع مانع ومتفق عليه للصحافة، ذلك لان مفهوم الصحافة من العلوم الحديثة التي تتطور بتطور الدراسات ليأخذ أبعادا ومضامين جديدة بالتوازي مع تلك التطورات.
- ترتبط الصحافة ارتباطا وثيقا بالتنمية السياسية، فكما أن التنمية السياسية هدفها الجوهري تحسين حياة الإنسان، وتقديم كل ما هو خير له ولرفعته فالصحافة كذلك لها دور مماثل تقوم في ذلك الجوهر من خلال ما تحدثه من ثورة معلومات تشمل جميع الأطراف على قادة الرأي، والرأي الآخر الذي أتاح النفاذ لكل الآراء ولأن إثارة المشكلة بحد ذاتها، يشكل الطريق الأول للعلاج لذا فهي تسهم وتصب تلقائيا في رقي الفرد والمجتمع على حد سواء.
- الصحافة تسهم في التهيئة لعملية تحول ديمقراطي على اختلاف الأنظمة السياسية وتنوعها فإذا كان النظام استبداديا فالصحافة هنا تعمل على كبح جماعة من خلال تنوير الرأي العام، والدفع باتجاه التغيير وإذا كان النظام ديمقراطيا والأجواء المفعمة بالحرية فتكون الصحافة وظيفتها تعزيز النظام الديمقراطي وترسخه ومراقبته من أجل التصحيح في كل مرة يلزم فيها الأمر إلى ذلك
- تعاقبت على الصحافة الفلسطينية منذ بداية نشأتها وتكوينها في العهد العثماني 1876، لغاية قدوم السلطة الفلسطينية 1994 خمسة أنظمة سياسية بقوانين وتشريعات مختلفة عملت جميعها على تضييق خناقها وتكبيلها بقوانين تحد من حريتها من خلال شتى أنواع الرقابة التي مورست عليها مع مراعاة الطريقة ودرجة الاختلاف والتفاوت في كل نظام سياسي تعاقب على الصحافة الفلسطينية.

- **الدراسة الرابعة: دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو إجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط** [1]

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الصحافة العمانية اليومية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط وهي من الدراسات الوصفية واعتمدت على أداة استمارة الاستبيان خلال الفترة الممتدة من 2016/01/01 إلى 2016/12/31 وقد تم اختيار هذه الفترة لأنها الفترة التي

[1] دينارامس محفوظ بيت زايد: **دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم العلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

صرحت فيها الحكومة العمانية عن أول إجراء حكومي لمواجهة انخفاض أسعار النفط والذي تزامن مع الإعلان عن الموازنة العامة للدولة 2016 حيث توجه الدراسة إلى سكان ولاية بوشر وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل في:

- أن أكثر من 60% من أفراد العينة تتابع الصحف العمانية اليومية بصورة مستمرة في حين أن 16 % من أفراد العينة نادرا ما يتابعون الصحف العمانية، ونسبة قليلة أحيانا.
- جاءت صحيفة عمان المرتبة الأولى في عدد متابعيها بنسبة بلغت 94 % تليها صحيفة الوطن بفارق قليل بلغ 82% ثم صحيفة الرؤية 62% ثم صحيفة الشبيبة 90%.
- إن من أبرز دوافع أفراد العينة لمتابعة الصحف العمانية كانت لمتابعة الأحداث والقضايا الداخلية بدرجة الأساس بمتوسط بلغ (3.66) ودرجة موافقة عالية ثم لتكوين معرفة جديدة أو تعزيزها بمتوسط حسابي بلغ (3.59) ثم لتعلم أشياء جديدة من الصحف العمانية وزيادة الوعي والثقافة لدى الفرد بمتوسط حسابي (3.56) ودرجة موافقة عالية.
- أن الغالبية العظمى من أفراد العينة لهم معرفة بانخفاض أسعار النفط بنسبة 58.8% لكون النفط الثورة الاقتصادية الأبرز في الدولة وبالتالي تكون مثار اهتمام المواطن كونها ترتبط برفاهية اقتصادية ومستقبل الأجيال القادمة.
- إن الغالبية العظمى من أفراد العينة يعتمدون على الصحف العمانية اليومية بشكل عام، لكون الصحف الوطنية تعد مصدرا موثوقا فيما يتعلق بأخبار القضايا الاقتصادية الوطنية وهي من أكثر وسائل الاتصال التي تقوم بنشر التقارير الرسمية والقرارات المتعلقة بالأمور الأساسية التي تصدر عن الدولة وقد تركز الاعتماد عليها كثيرا لصالح جريدة عمان بنسبة 16.5 % بينما جريدة الرؤية كانت بنسبة 12.3% تليها الوطن 12% ثم جريدة الشبيبة 8 %.

3.7 المحور الثالث: الدراسات التي استخدمت القضايا العامة

- **الدراسة الأولى: المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية –دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجا–[1]**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الاقتصادية ووظائفها في تحقيق الأهداف التنموية والتعرف على مضمون ما يقدم في الصفحات الاقتصادية المتخصصة ومدى ملائمة هذا المضمون الإعلامي مع احتياجات القارئ، وهي من الدراسات الوصفية التحليلية واستخدمت منهج المسح التحليلي، كما اعتمدت على آداه تحليل المضمون لجريدة المدى من الفترة الممتدة بين 2011/02/02 إلى غاية 2011/02/27 وقد خلصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج تمثلت في:

كشف الجانب العملي عن مقدرة الصحافة العراقية في تناول قضايا التنمية الاقتصادية في الصفحة الاقتصادية معربة عن الهموم القطاعية ونقلها بواقعية وشفافية وبث التوعية لدى شرائح المجتمع بكافة فئاته فقد عالجت القطاع الخدمي وفي التقارير الإخبارية إذ بلغ مجموعها أولويته أهمية فائقة في الأخبار بينما نجد تفوق معالجة قطاع الوساطة المالية في التقارير الإخبارية، إذ بلغ مجموعها 70 تقرير بنسبة 75% قياسا إلى الخبر الذي حصل بدوره على 12 تكرار وبنسبة 15 % بحيث أثبتت الدراسة أنها الصحافة (تفسيرية تحليلية) تهتم بدراسة الظاهرة الاقتصادية من كل جوانبها والنتائج المترتبة عليها، وعلاقتها بغيرها من الظواهر السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، وهذا ما يضفي على مواضيعها طابع الجدية ولم تكن صحافة الخبر تقتصر على نقل المعلومة الاقتصادية فقط بل تتعداه إلى تفسيره وظهرت الصورة الموضوعية بشكل واضح في التقرير الإخباري بشكل تلقائي أكثر من الخبر ب (147) تكرار وبنسبة 100% بالنسبة إلى التقرير وبنسب ضئيلة جدا بالنسبة للخبر وغابت الصورة الخبرية على الفنيين الصحفيين الخاضعين للتحليل ووفقت الجريدة في استخدام الجداول محققة (107) جدول طيلة مدة البحث.

[1] بتول عبد العزيز رشدي وفاتن علي مراد: **المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية "دراسة تحليلية لجريدة المدى أنموذجا"**، مجلة كلية الآداب، العدد 99، 2011.

- **الدراسة الثانية: المعالجة الإعلامية للشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية:**[1]

هدفت هذه الدراسة إلى كيفية معالجة الصحافة الأردنية اليومية لشؤون الثقافية من خلال تحليل مضمون صحيفتين يوميتين هما "الرأي" و"الدستور"، كما هدفت إلى تبيان الفروق بينهما في المضامين وكافة فئات التحليل واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون التي احتوت على سبع فئات رئيسية ملحق بها العديد من الفئات الفرعية وتكونت العينة من أربع وعشرين عددا من الصحيفتين تم اختيارها بشكل عشوائي لعام 2009 وقد خلصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

- اتساع حجم حصة النشر الإبداعي على حساب التغطية الإخبارية والتحقيقات الصحافية في موضوعات ثقافية.
- اختلاف أساليب معالجة الصحفيتين " الرأي" و" الدستور" للشأن الثقافي مع تقاربهما أحيانا في هذا الشأن.
- وجود استقرار في حجم النشر في الملاحق الثقافية للصحفيين.
- تأثير خلفية مسئولي التحرير في الصحيفتين على مضامين الملحقين الثقافيين فيهما من حيث تغليب النشر الإبداعي على سواه.
- تأثير جمهور الصحفيين وخصائصه في مضامين الملاحق الثقافية فيهما.
- كان للكتاب النصيب الأكبر بوصفهم أو مصدر من مصادر الشؤون الثقافية على الترتيب الأول على المستوى المجموع العام.
- حاز الأسلوب التحليلي في كتابة مضامين الشؤون الثقافية على الترتيب الأول على المستوى العام في كلتا الصحيفتين في حين جاء الأسلوب السردي في المرتبة الثانية على المستوى العام بينما حل الأسلوب الحواري في الترتيب الثالث واحتل الأسلوب الإخباري والتقريري المرتبة الأخيرة.
- اتضح في مجال في مجال استخدام الصور إن الرأي والدستور تستخدمان صورة واحدة في المرتبة الأولى في حين جاءت فئة عدم استخدام الصورة في المرتبة الثانية أما استخدام أكثر من صورة فكانت النسب ضعيفة.

[1] عبد الله سليمان أبو رمان: **المعالجة الإعلامية للشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

- **الدراسة الثالثة:** صورة **السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، دراسة مقارنة بين يوميتي الخبر والشروق.**[1]

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن صورة السلطة السياسية في الجزائر كما رسمتها يومية "الخبر" و"الشروق" خلال رئاسيات 2009 والكشف عن إذا كانت هناك أجندة مخفية ليومية "الخبر " و"الشروق" إزاء النظام السياسي القائم في الجزائر وتعد من الدراسات الوصفية التحليلية وقد استخدمت منهج الكمي الذي يقوم على تكميم المعطيات التي يتم جمعها واعتبار الأرقام ذات دلالات كيفية تقود الباحث إلى تفسير النتائج كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون لجريدتي الخبر والشروق خلال فترة الانتخابات 2009 وبلغت عدد المفردات المختارة 38 عدد موزعة بتساوي بين يوميتي الخبر والشروق خلال الحملة من 19 مارس إلى 09 أفريل يوم الاقتراع وعدد المفردات بعد إعلان النتائج هو 18 مفردة موزعة بدورها بتساوي بين يوميتي الخبر والشروق من 10 أفريل إلى غاية 20 أفريل وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- النسبة للفرضية الأولى، أدت المعطيات الجزئية التي تمر من خلال تحليل النصوص الإعلامية التي أنتجها كل من " الشروق"و"الخبر وجود أسلوبين مختلفين في التعامل مع حدث الانتخابات الرئاسية التي حصلت في الجزائر وبالتالي فقد جاء بناء الصورة للسلطة مختلفا.
- بالنسبة للفرضية الثانية، إن النتائج الإحصائية التي أسفر عنها تحليل محتوى جريدتي " الشروق " و " الخبر " خلال الحملة الانتخابية وإعلان نتائج الانتخابات تؤكد وجود مؤشرات دالة بصورة غير مباشرة على أن " الشروق " و"الخبر" استندت إلى أجندتين مختلفتين، حيث أن " الشروق " استندت إلى أجندة " التوحد " مع السلطة، بينما استندت " الخبر " إلى أجندة " التوحد " مع المعارضة.
- وفي ضوء النتيجتين الجزئيتين السابقتين، فإن النتيجة العامة، لهذه الدراسة تتلخص في إن الصورة التي رسمتها "الشروق" و" الخبر " ليست متسقة أو منسجمة، فكل منهما رسمت صورة متباينة عن الأخرى لدرجة التناقض، وبسبب ذلك جاءت الصورة مشوشة، تبعث على الارتباك والحيرة، بحيث لم تتجل ملامح يمكن للرأي العام أن يجمع حولها.

[1] ليلى بولكعيبات، **صورة السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، دراسة مقارنة بين يوميتي الخبر والشروق**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير بقسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009.

ثانيا: منهجية الدراسة

1. نوع الدراسة:

في إطار تنوع أهداف الدراسة وطبيعة التساؤلات التي تطرحها المعالجة التحليلية والميدانية لمختلف القضايا المطروحة في صحيفة الخبر اليومية، فان هذه الدراسة تنتمي إلى حقل الدراسات الوصفية "التي لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما تمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم جمعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها"، بهدف تقرير خصائص مشكلة معينة ودراسة ظروفها المحيطة بها وكشف ارتباطها بمتغيرات أخرى بهدف وصف هذه الظاهرة وصفا دقيقا والاتجاه إلى تصنيف هذه الحقائق والبيانات التي تم جمعها وتحليله الاستخلاص دلالاتها وتحديدها بهدف الوصول إلى نتائج نهائية".[1]

أما منهج الدراسة وفقا لما تتطلب دراسة نظرية الأجندة وترتيب الأولويات، في تحديد وترتيب القضايا العامة فالقيام بجرد آراء الجمهور من قراء الصحف، وكذلك أهم المواضيع المطروحة من طرف الصحافة المكتوبة يستلزم علينا استخدام المنهج المسحي، وعند المقارنة بين أولويات الجمهور وأولويات الصحافة المكتوبة نحو القضايا العامة يستلزم علينا استخدام أسلوب المقارنة والذي نرى انه يظهر أكثر ملائمة لذلك، واستخدامنا للمنهج المسحي يعود إلى طبيعة الدراسة والهدف منها حيث يعد المنهج المسحي من المناهج الأكثر ملائمة لدراسة السلوك الاجتماعي للأفراد، أمام الظواهر التي يتعرضون لها، أما أسلوب المقاربة فهو يساعد على مقاربة الظواهر باكتشاف النقاط التي تتلاقى فيها والتي تتباعد أيضا.

- دراسة عملية للظواهر الاجتماعية الموجودة في جماعة معينة وفي مكان معين.
- إنه ينصب على الظواهر الحالية، إذ أنه يتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء المسح وليست في فترة ماضية.
- إنه يسعى إلى تعميم النتائج للاستفادة منها في وضع الخطط والبرامج لإجراء الإصلاح الاجتماعي.

والمسوح الاجتماعية نوعين رئيسيين، هما :المسح الشامل حيث تجمع معلومات شاملة حول جوانب الظاهرة المدروسة من جميع وحدات البحث سواء أكانت أفرادا أو جماعات، والمسح بالعينة، وهو أكثر استخداما وشيوعا من المسح الشامل، وذلك لقلة تكاليفه نسبياً، ولإمكانية الحصول على نتائج ممثلة، أي يمكن تعميمها

[1] نجاة علمي: **المعالجة الإعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية وميدانية**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2019، ص 72.

على جميع وحدات مجتمع الدراسة، والباحث في هذا النوعي يكتفي بدراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتوفرة لدى الباحث[1].

2. مجتمع وعينة الدراسة:

وبالنسبة لمجتمع الدراسة يتمثل في "جريدة الخبر" الصادرة في الجزائر وقرائها المتمثل في جمهور هذه الصحيفة، وقد اخترنا هذه الجريدة اليومية في دراستنا لأنها تتميز بالمصداقية عن باقي اليوميات الجزائرية وهو الأمر الذي تؤكده العديد من القراءات البحثية والأطروحات الأكاديمية لقراء من مختلف النخبة كما أنها مصنفة ضمن الصحف المستقلة والخاصة التي تتميز باستقلالية توجهها ورؤيتها الصحفية رغم العديد من الضغوط المهنية والعملية التي فرضتها البيئة الاجتماعية والسياسية في الجزائر، بالإضافة إلى أن لديها نسبة مقروئية كبيرة في الجزائر بمعدل نصف مليون نسخة يوميا.

وتجدر الإشارة في هذا السياق، أننا نعتمد في دراستنا على المسح بالعينة والتي تعرف بأنها: "مجموعة جزئية من الأفراد، أو المشاهد أو الظواهر التي تشمل مجتمع الدراسة الأصلي ".[2] تعرف أيضا بأنها: " ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي وتكون متمثلة لهذا المجتمع، ويشترط للعينة أن تكون فيها جميع صفات الأصل الذي اشتقت منها في جوانبها المختلفة، وطبقا لطبيعة الموضوع المدروس".[3]

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة التحليلية المتمثلة في الأعداد الصادرة من صحيفة محل الدراسة خلال الفترة ما بين 01 سبتمبر 2019 إلى 29 فيفري2020، وتم اختيار هذه الفترة تزامنا مع الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر 2019 واعتمدت الدراسة على **العينة العشوائية المنتظمة** بأسلوب الدورة المتكررة أو ما يعرف بطريقة الأسبوع الصناعي (السبت من الأسبوع الأول ثم الأحد من الأسبوع الثاني والاثنين من الأسبوع الثالث وهكذا) فتكون بذلك الأسبوع صناعيا من سبعة أيام لضمان البعد نفسه بين الأيام وإعطاء فرص متساوية لجميع أيام صدور الصحف اليومية في العينة بفرص متساوية على مدى الفترة الزمنية[4] وقد قدرة فترة الدراسة ب(06 أشهر) أي ما يعادل 23 عددا وقد تم اختيار أيام الأسبوع بصورة متتالية إلا يوم الجمعة لأن جريدة الخبر لا تصدر في هذا اليوم، وهذا الجدول يوضح العينة التحليلية المعتمدة في الدراسة.

---

[1] فضيل دليو: **مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، دار هومة لنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 109.

[2] عمار بحوش: منهجية **البحث العلمي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2000، ص 130.

[3] محمد الحسن إحسان: **الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي**، دار الطليعة لنشر والتوزيع، بيروت، 1996، ص 23.

[4] محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2004.

جدول رقم 01 يوضح عينة الدراسة التحليلية

–	اليوم	التاريخ	العدد
01	الإثنين	02 سبتمبر 2019	9327
02	الثلاثاء	10 سبتمبر 2019	9334
03	الأربعاء	18 سبتمبر 2019	9341
04	الخميس	26 سبتمبر 2019	9348
05	السبت	05 أكتوبر 2019	9355
06	الأحد	13 أكتوبر 2019	9362
07	الإثنين	21 أكتوبر 2019	9369
08	الثلاثاء	29 أكتوبر 2019	9376
09	الأربعاء	06 نوفمبر 2019	9383
10	الخميس	14 نوفمبر 2019	9390
11	السبت	23 نوفمبر 2019	9397
12	الأحد	01 ديسمبر 2019	9404
13	الإثنين	09 ديسمبر 2019	9411
14	الثلاثاء	17 ديسمبر 2019	9421
15	الأربعاء	25 ديسمبر 2019	9425
16	الخميس	02 جانفي 2020	9431
17	السبت	11 جانفي 2020	9435
18	الأحد	19 جانفي 2020	9445
19	الإثنين	27 جانفي 2020	9452
20	الثلاثاء	04 فيفري 2020	9459
21	الأربعاء	12 فيفري 2020	9466
22	الخميس	20 فيفري 2020	9473
23	السبت	29 فيفري 2020	9480

وقد تطرقت الدراسة إلى تحليل محتويات القضايا العامة المنشورة في صحيفة الدراسة والمشار إليها في الصفحة الأولى والصفحات الداخلية والصفحة الأخيرة، ويمكن أن نوجز الحجم النهائي لعينة التحليلية فيما يلي:

- عدد الصحف (1) –الخبر اليومي–
- الفترة الزمنية: 01 سبتمبر 2019 إلى 29 فيفري 2020
- عدد المحتويات التي خضعت لتحليل 1158 مادة موزعة على ستة أنواع من القضايا (قضايا اجتماعية، قضايا اقتصادية، قضايا سياسية، قضايا ثقافية، قضايا الأمن والجيش، القضية الفلسطينية).

- **عينة الدراسة الميدانية:**

أما بالنسبة للعينة الميدانية فقد تم اختيار **العينة العشوائية الصدفية** لقراء صحيفة الخبر " ففي هذا النوع يمد الباحث يده إلى الحالات المتوفرة لديه أو في متناول يده، ويجمع منها ما يسد حاجاته من حيث العدد، باعتماد الباحث على مثل هذه العينة يدرك أن نتائج دراسته لا تخلو من الخطأ، وتفيد هذه العينات في الدراسات الاستطلاعية[1]. وقد تم تسليم الاستمارة إلى مفردات العينة بطريقة عشوائية، وحددت عدد العينة ب 200 مفردة من مختلف فئات المجتمع الجزائري، ويتراوح سنهم من 20 سنة فما فوق، لاكتشاف اهتمامات وأولويات كل فئات رغم وجود اختلافات والفروق في الخصائص، كما حرصت الدراسة على تماشي أسئلة الاستمارة مع مضمون استمارة التحليل، لتعرف على الأجندتين.

3. أدوات الدراسة:

أما أدوات التحليل فقد استعانت الدراسة بأداتين أساسيتين هما استمارة الاستبيان لسبر آراء المبحوثين وأداة تحليل المضمون لتحليل القضايا التي تناولتها الصحافة المكتوبة، حيث أن الدراسة نظرية الأجندة تستوجب لنا استخدام هاتين الأداتين:

1.3 استمارة تحليل المضمون:

وعليه فإن التحليل "هو عبارة عن عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصرها عن بعضها البعض، ومعرفة خصائص وسمات هذه العناصر، وطبيعة العلاقات

[1] سعيد إسماعيل صيني: **قواعد أساسية في البحث العلمي**، المدينة المنورة، 1414، ص249

التي تقوم بينها وهذه هي الفكرة العامة لعملية التحليل مهما الأساليب أو الوسائل أو تطورت بتطور المعارف والعلوم".[1]

أما المحتوى" فهو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهداف اتصالية مع الأخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية، فيصبح مظهرا من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الأفراد ويستهدف جمهورا محددا بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المحتوى من أفكار ومعاني ليحقق اللقاء والمشاركة بين المصدر والجمهور".[2]

وبذلك فتحليل المحتوى عند بيرسون "هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا منتظما، كميا" كما عرفه على "أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال ووصفها وصفا موضوعيا ومنهجيا وكميا بالأرقام"، أما لازويل فيرى أن" تحليل المحتوى يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي كما يقال عن موضوع معين في وقت معين ".[3]

- **فئات ووحدات التحليل:**

لتكوين الفئات يوجد شروط التي لابد من أن تؤخذ بنظر الاعتبار بدءا من مرحلة صياغة مشكلة البحث، وبناء الفرضيات إن وجدت، مرورا بالقراءة الدقيقة للنص، وترميز الوحدات التي اخترناها، فالفئة ينبغي أن تستمد مبدأ تصنيفي مفرد، أي أن عملية بناء الفئات هي عملية دقيقة، وهي بقدر ما تعتمد على قواعد متواترة في البحوث التحليلية[4]، وترتبط عملية تحديد فئات التحليل ووحداته من المشكلة البحثية التي تضع الباحث أمام إطار معين يستلزم عليه وضع فئات ووحدات تلائم بحثه، وأيضا طبيعة المضمون وموضوع التحليل والهدف النهائي للبحث، فهذه كلها عوامل أساسية يستطيع من خلالها الباحث أن يفكك متغيرات دراسته ويستخرج منها مؤشرات التي من خلالها تساعده على تحديد فئات التحليل ووحداته.

---

[1] طعمية رشدي: **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته**، دار الفكر العربي، دط، القاهرة، 1987، ص 29.

[2] نفس المرجع السابق، ص 29.

[3] ذوقان عبيدات وآخرون، **دلالة الصورة الفنية، دراسة تحليلية سميولوجية لمنمنمات محمد راسم**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2005، ص 48.

[4] كريم محمد حمزة: **تحليل مضمون الخطاب الاتصالي سوسيولوجيا فهم الآخر**، جامعة بغداد كلية الآداب، العراق، ص67

وقد اعتمدنا في بناء فئات الدراسة على نوع القضايا المطروحة وحجم المعالجة، وكذلك كيفية هذه المعالجة وعليه قمنا باختيار الفئات المناسبة لبلوغ الأهداف التي رسمتها الدراسة والتي سبق وذكرناها، وقد تمثلت هذه الفئات فيما يلي:

أ. **فئات المضمون**: والتي شملت **فئة الموضوع** ونقصد بها مجموعة المضامين والقضايا الإعلامية المطروحة في صحيفة الخبر اليومية في فترة الدراسة، وقد تم اختيار هذه الفئة الأسباب التالية:

- لأنها تعتبر الفئة الوحيدة التي يمكن من خلالها قياس حجم أهمية القضايا العامة في صحيفة الدراسة.
- لكي لا يكون هناك أي اختلاف بينها وبين استمارة الاستبيان، حيث قمنا بتقسيم هذه الفئة إلى مجموعة من المؤشرات التي تسهل علينا عملية التحليل ويجعلها أكثر ثقة، وذلك من خلال إجراء تحليل اجرائي لعينة تجريبية من صحيفة الدراسة تمكنا فيها من استخراج أهم المواضيع التي عالجتها صحيفة الدراسة.
- وتعتبر الفئة الأكثر أهمية في الدراسة حيث تعكس أنواع القضايا العامة المطروحة في صحيفة الدراسة والتي قد قسمناها إلى ستة أنواع من المواضيع المتمثلة في (السياسية – الاقتصادية–الاجتماعية–الثقافية–مواضيع الجيش والأمن–القضية الفلسطينية).

وبعد تحديدنا لفترة الدراسة المتمثلة 06 أشهر، وأنجزنا جزءا كبيرا من الجانب النظري استطعنا تحديد جملة من القضايا العامة والتي قدرت ب 27 قضية متنوعة على ستة أنواع من القضايا التي سبق ذكرها، وقد لاحظنا أن معظم القضايا كانت محلية في تلك الفترة إلا القضية الفلسطينية والتي كانت نسبة الاهتمام بها ضئيلة من طرف صحيفة الدراسة، وهذا راجع إلى طبيعة الأوضاع التي كانت تعيشها البلاد، وأيضا بالإضافة إلى فئة الموضوعات هناك فئات أخرى اعتمدت عليها الدراسة في فئة المضمون وتمثلت فيما يلي:

فئة المصادر الصحفية: وهي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة في مضامينها التي تعالجها، وقد اعتمدت دراستنا على أربعة مصادر كمؤشرات للقياس بها، **مراسل** وهو مندوب من طرف الجريدة وهو المسؤول على الالمام بالمعلومات وتحري عنها، **مواطن** من المجتمع الجزائري قد يكون لديه احتجاج او معلومات تفيد الجريدة حول قضية معينة، و**مسؤولين حكوميين**: من نخبة المجتمع تكون لديهم آراء حول القضايا المطروحة، و**خبراء ومتخصصون** يتمثلون في افراد متخصصين في مجالات معينة.

فئة الأهداف: ويقصد بها البحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون الوصول اليها وتنقسم هذه الفئة الى المؤشرات التالية: **التوعية** وهنا تهدف التغطية الإعلامية إلى إرشاد ونصح القارئ الجزائري توعيته حول قضية

معينة، **الاثارة** وهنا تنتهج التغطية الإعلامية إلى مجموعة من الطرق اما من خلال العناوين او الألوان والرموز بشكل مبالغ فيه، **لفت الانتباه** وهنا باستخدام اللغة العامية في العناوين العريضة للفت انتباه القارئ، **الإخبار** وهنا تهدف التغطية الإعلامية الى اخبار بزوايا القضية دون تحليل وتفسير أسبابها ونتائجها.

فئة الجمهور المستهدف: وهي الفئة التي تسعى الصحيفة الى تزويدها بالمعلومات والمعارف والاخبار ولفت انتباهها، **العمال** وتضم هذه الفئة الأشخاص الملزمون بمناصب عمل حكومية، **المواطنون** وتضم هذه الفئة مختلف الشعب الجزائري، **النخبة** وهي الفئة المثقفة في المجتمع الجزائري والتي تضم محامون، سياسيون، أساتذة ...

فئة أساليب التغطية الإعلامية: وهي الفئة التي تعتمد على مجموعة من الأساليب لإقناع القارئ بالمحتوى المطروح وتوجيهه لرأي معين وتضم **أسلوب عرض المعلومات** وهو الأسلوب الذي يعتمد على سرد المعلومات دون اللجوء إلى التفسير والتحليل، **أسلوب تحديد الأسباب وتحليلها** وهو الأسلوب الذي يعتمد على التركيز على الأسباب وتفسيرها وتحليلها، **أسلوب عرض النتائج والاثار** يعتمد على عرض النتائج واثارها، **أسلوب وضع الحلول** ويعتمد على البحث عن الحلول.

فئة الاتجاه: ويقصد بها موقف الصحيفة من القضايا المطروحة، **اتجاه محايد** وهو الاتجاه الحيادي لمختلف القضايا، **اتجاه معارض** وهو الاتجاه الغير موافق وبشدة عن قضية معينة، **اتجاه مؤيد** وهو الاتجاه الموافق عن قضية معينة.

ب. فئة الشكل: ونرى أن فئات المضمون وحدها غير كافية لتحديد درجة إهتمام صحيفة الدراسة نحو هذه القضايا ولذلك تم اختيار فئة الشكل التي "تهتم برصد شكل عرض المادة الإعلامية، وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال (كيف قيل؟)، وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم والعرض أو الكتابة في قناعات المستقبلين، إذا كثيرا ما يميل المستقبلون الى الرسالة الإعلامية من مجرد شكلها، بل ربما هو النافذة الأولى التي يتعرفون من خلالها على الرسالة"[1].

وقد اعتمدنا في دراستنا على الشكل الإخراجي الذي قدمت فيه المادة الإعلامية، مثل موقع القضايا في الصحيفة من خلال الصفحة الأولى أو الأخيرة أو الصفحات الخارجية، كذلك مدى تكرار هذه القضايا في أعداد مختلفة والحجم الذي قدمته صحيفة الدراسة لها من خلال حساب المساحة التي شغلتها، ومنه نستطيع أن نقدر

[1] محمد البشير بن طبة: **تحليل المحتوى في بحوث الاتصال – مقاربات في الإشكاليات والصعوبات**–، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية –جامعة الشهيد حمة لخضر–، العدد 13ديسمبر 2015، الوادي، ص324

مدى اهتمام صحيفة الدراسة بالقضايا العامة المطروحة، كما أننا نستطيع معرفة مدى توافق أو تباعد هذه الاهتمامات مع الجمهور المستهدف.

- **وحدات التحليل:**

"لا شك أن تحديد وحدات التسجيل يعد خطوة جوهرية لا غنى عنها من أجل تحليل النص، إذ أن الباحث ملزم بتحديد حجم الوحدات التي ينبغي القيام بترميزها، وتعد وحدة التسجيل جزء محدد من المضمون يضعه الباحث في صنف معين من الأصناف التي حددها"[1]، وقد انقسمت وحدات التحليل في دراستنا إلى ثلاثة وحدات تمثلت في: وحدة الموضوع، وحدة العد، وحدة مقياس المساحة والزمن.

وعليه فقد اعتمدنا على وحدة المساحة كمقياس مادي لقياس كل من القضايا العامة التي قدمت لها صحيفة الدراسة أعلى قدر من الاهتمام، أما وحدة العد فقد استخدمت لاستخراج مدى تكرار هذه القضايا خلال فترة الدراسة، **ووحدة الموضوع** "هي أوسع نطاقا من وحدات اللغة، جملة مفصلية /نسق فكري/ موضوع، يشتغل على الفكرة المحورية التي تفيد تحديد الاتجاهات والمواقف والأحكام"[2]، وتستخدم هذه الوحدات لقياس كل من فئة الشكل والمضمون.

- **اختبار الصدق والثبات:**

يقصد بالصدق والثبات الاستمارة هو مدى توافق وانسجام الأسئلة مع أهداف الدراسة، وقد قدمت الاستمارة إلى مجموعة من المحكمين والمتخصصين لقياس مدى تناسق الأسئلة وصحتها لبلوغ هدف الدراسة وكانت الملاحظات إيجابية في العموم، حيث تم أعداد استمارة تحليل المضمون بعد القيام بدراسة استطلاعية على عينة من صحيفة الدراسة وحددنا فيها فئات التحليل وقدمت للمحكمين[3]، لإعادة صياغة التعاريف بدقة أكثر لتأكد من صدق وثبات أسلوب القياس المستخدم ومدى وملائمته للدراسة.

---

[1] كريم محمد حمزة، **مرجع سبق ذكره**، ص73.

[2] محمد عدلان بن جيلان: **معالم محاضرات في مقياس تحليل مضمون السمعي –البصري، جامعة وهران 1 كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية**، الجزائر، 2020، ص20.

[3] **قائمة الأساتذة المحكمين:**

1- الدكتورة طلحة مسعودة/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة محمد خيضر بسكرة

2- الدكتورة قزادري حياة/ كلية العلوم الإنسانية/ جامعة الجزائر 03

3- الدكتورة غضاب غالية/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة باتنة

2.3 استمارة الاستبيان:

أما استمارة الاستبيان فتعرف على أنها "وثيقة بحثية مهمة، يتم عن طريقها تسجيل البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، وهي إطار فكري يرتبط بهدف البحث، ويجيب عن تساؤلات الدراسة عن طريق طرح الباحث لعدد من الأسئلة يجيب عنها المفصحون "، وتعرف كذلك أنها " مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط فبعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه، ويرسل الاستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث."[1]

وقد شملت الاستمارة خمسة محاور تباينت فيها بين أسئلة مفتوحة وأسئلة مغلقة وعبارات لمقياس "Likert"، فقد تمثلت في محور للبيانات الشخصية، وثلاث محاور تضم أسئلة مفتوحة ومغلقة ومحور يضم عبارات للمقياس وقدمت لمجموعة من المحكمين لمعرفة مدى صحة وصلاحية هذه العبارات لقياس اهتمامات القراء نحو القضايا المطروحة وتمثلت محاور الاستمارة في:

-**المحور الأول: البيانات الشخصية** (الجنس والسن والمستوى التعليمي ...)

- **المحور الثاني: أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر** وهو محور استطلاعي لتحديد ومعرفة خلفيات الجمهور الجزائري وخصائصه وطبيعة علاقته في قراءة الصحف عموما في الجزائر، وقد احتوى هذا المحور على أربعة أسئلة مكونة من اقتراحين إلى خمس مغلقة محددة سابقا.

- **المحور الثالث: أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر** وهو المحور الذي بحثت من خلاله الباحثة عن جدول أولويات الجماهير نحو القضايا العامة المطروحة في صحيفة الدراسة، وقد شمل هذا المحور خمسة أسئلة مكونة من اقتراحين إلى ستة اقتراحات موزعة بطريقة منهجية على طبيعة الأسئلة.

- **المحور الرابع: اهتمامات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة من خلال جريدة الخبر**، وأرادت الباحثة من خلال هذا المحور التعرف على أهم اهتمامات الجماهير نحو المواضيع المطروحة المتنوعة حسب الأهمية، وقد شمل

[1] محمد الحسن إحسان، **مرجع سبق ذكره**، ص 85.

جدول ضم 27 قضية طرحت في صحيفة الخبر خلال فترة الدراسة، وهذا الجدول كان مقسم على مقياس ليكرت من الاهتمام بشدة إلى الغير مهتم بشدة.

- المحور الخامس: انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين، وهو المحور الذي ركز على ردود فعل الجماهير نحو معالجة صحيفة الدراسة للقضايا العامة، وذلك للوصول إلى مدى رضا الجماهير نحو المعالجة ومدى توافق الأجندتين معا، وقد شمل هذا المحور أربعة أسئلة تضم من اقتراحين إلى ثلاثة لا أكثر وجميعها مغلقة.

- **تحكيم الاستمارة:**

إن تحكيم الاستمارة خطوة مهمة وهامة جدا للباحث، ومنها يستطيع اكتشاف الثغرات التي لم ينتبه لها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين[1] المختصين في ميدان العلوم الاعلام والاتصال، وقد قام كل واحد منهم بوضع مجموعة من الملاحظات، وبناء عليها تم تعديل الاستمارة واخراجها في الشكل الملائم الذي يمكن تقديمها إلى بعض الأفراد قبل توزيعها في شكلها النهائي (**الملحق 01**).

4. أسلوب المقارنة:

ويظهر أسلوب المقارنة كإلزامية للوصول إلى الهدف المنشود، إذ لا معنى للنتائج التي سنتوصل إليها بدون مقارنة بينها ن حيث يعد مطلبا منهجيا لاستقراء نتائج الدراسة التحليلية ومقارنتها بنتائج الدراسة الميدانية، إذ أن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو معرفة التأثير المتبادل بينهما فكيف نعرف هذا التأثير إذ لم نقارن بينهما، وهذه المقارنة ليس قائمة على المفارقة فقط بل على المقاربات أيضا، إذن هو نقطة مهمة في دراستنا هذه لا نستطيع الاستغناء عنها.[2]

---

[1] **قائمة الأساتذة المحكمين:**

1- الدكتورة طلحة مسعودة/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة محمد خيضر بسكرة

2- الدكتورة قزادري حياة/ كلية العلوم الإنسانية/ جامعة الجزائر 03

3- الدكتورة غضاب غالية/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ جامعة باتنة

[2] لم تستعمل الدراسة المنهج المقارن لأنها ليست في علم الاجتماع ولا علم الانثربولوجية بل أن المقارنة هنا بين نتائج تحليل محتوى الصحف وعملية استطلاع الرأي العام، أنظر هذا التمايز في مذكرة يوسف تمار، نظرية agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية، ص 26.

5. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الدراسة الأسلوب الاحصائي (spss) لكي يسهل علينا تحليل بيانات الدراسة سواء الجانب التحليلي أو الميداني، ولكي تكون النتائج أكثر دقة، فقد ساعدنا هذا البرنامج في ترتيب أولويات القضايا العامة للجمهور من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات العينة وتحديد استجابات مفرداتها تجاه القضايا العامة المطروحة التي تتضمنها أداة الدراسة.

6. الإطار الزماني والمكاني لدراسة:

تعتبر دراستنا من الدراسات المسحية التي تعني بمسح المحتوى الإعلامي، والذي يمثل في دراستنا القضايا العامة التي تطرحها جريدة الخبر اليومية، فالدراسة تدخل في السياق المكاني للمجتمع الجزائري بمتغيراته وخصائص بيئته الاجتماعية والسياسية والثقافية والاتصالية.

أما الإطار الزمني فقد كانت الفترة الزمنية والتي سبق وأشرنا إليها في النقاط السابقة ما بين انطلاق الفترة البحثية منذ 2016 إلى 2021 والمتمثلة في البحث النظري والفكري، أما الفترة الخاصة بتحليل المحتوى الإعلامي لجريدة الخبر اليومي حصرت بين سبتمبر 2019 إلى فيفري 2020 وقدرت ب (06 أشهر)، وقد اخترنا هذه الفترة لأسباب بحثية علمية بحتة تمثلت في أن هذه الفترة هي فترة الانتخابات في ديسمبر 2019، وأيضا كانت فترة الحراك الذي كان رافضا لهذه الانتخابات، ودخول الجزائر في نظام جديد مغاير على الأنظمة السابقة، أما الدراسة المسحية للرأي العام الجزائري فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان التي تم توزيعها يدويا خلال الفترة التحليلية (أي خلال 06 أشهر لدراسة التحليلية)، لتعرف على أولويات القراء نحو القضايا العامة المطروحة.

الفصل الثاني: تشكيل الرأي العام وأولويات الجمهور في الصحافة المكتوبة

أولا: الصحافة المكتوبة بين الجمهور وصياغة الرأي العام

1- الرأي العام والجمهور المفهوم والاتجاهات

2- علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتشكيل الراي العام

3- القائم بالاتصال في الصحافة المكتوبة ودوره في تشكيل الرأي العام

4- أساسيات وضع الأجندة (من يصنع من)؟

ثانيا: الصحافة المكتوبة واستراتيجيات الإقناع وأولويات الجمهور

1- صناعة الرأي العام وأولويات الجمهور

2- نظريات الإقناع واستراتيجياته في الصحافة المكتوبة

3- الصحافة المكتوبة وقادة الرأي وصناعة أولويات الجمهور

تمتاز الوسائل الإعلامية المكتوبة بإمكانية الحفظ، كما أنها توفر للقارئ الحرية الكاملة لانتقاء الرسائل المختلفة الموجودة فيها، حيث يمكن للقارئ أن يختار المضمون الذي يعجبه ويلفت انتباهه ليقرأه ويعيد قراءته متى شاء، وعلى الرغم من المنافسة الشرسة التي واجهتها من طرف وسائل الإعلام الإلكترونية إلا أنها استطاعت أن تحافظ على مكانتها وأقنعت جمهورها بالبقاء، بالإضافة الى مقدرتها على لفت انتباه واهتمام الطبقة المثقفة في المجتمع واشباع رغباتهم التي لن يكون للوسائل الإعلام الجديدة المقدرة على الوفاء بها.

حيث اهتم العديد من الباحثين بدراسات الجمهور في الحقل الإعلامي، والتي تندرج ضمن نطاق الدراسات الشامة لعملية الاتصال الجماهيري، وقد اهتمت هذه الأبحاث بدراسة الجمهور في اطار المنظور الاجتماعي، وذلك من خلال التعرف على السمات الاجتماعية لهذا الجمهور ودوافعه وحاجاته لتعرض لصحافة المكتوبة، لتفسر العلاقة الموجودة مع السلوك الاتصالي الناتج عنها، ومعظم هذه الأبحاث تتفق في نقطه واحدة والمتمثلة في أن نتيجة هذا التعرض يتكون رأي عام المتمثل في فكرة سائدة بين مجموعة من الجماهير تربطهم مصالح مشتركة إزاء موقف أو قضية من القضايا العامة التي تثير اهتمامهم، ويصف بعض الباحثين أن الصحافة تحتل المقام الأول في التأثير على الرأي العام من خلال طرحها للقضايا السياسية والإجتماعية خاصة والاسهاب في مناقشتها، وعرض وجهات النظر المختلفة، مما جعلها أكثر الوسائل قدرة على تكوين الرأي العام ووجدان الجماهير.

ومما سبق سنتناول في الفصل الثاني النقاط التالية محاولين معرفة مدى ترابط الصحافة المكتوبة بجماهيرها وكيف لها القدرة على تشكيل وتكوين رأي عام:

أولا: الصحافة المكتوبة بين الجمهور وصياغة الرأي العام

1- الرأي العام والجمهور المفهوم والاتجاهات
2- علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتشكيل الراي العام
3- القائم بالاتصال في الصحافة المكتوبة ودوره في تشكيل الرأي العام
4- من يصنع من؟

ثانيا: الصحافة المكتوبة واستراتيجيات الإقناع وأولويات الجمهور

1- صناعة الرأي العام وأولويات الجمهور
2- نظريات الإقناع واستراتيجياته في الصحافة المكتوبة
3- الصحافة المكتوبة وقادة الرأي وصناعة أولويات الجمهور

أولا: الصحافة المكتوبة وصناعة الرأي العام

حضي الجمهور بتركيز كبير من قبل الباحثين مع اختلاف تخصصاتهم ووجهات نظرهم وآرائهم، وبذلك اختلفت السياقات التي وضع فيها المفهوم في مختلف المجالات، فنرى السياسيين ينظرون للجمهور على أنه هدف لكسب أكبر عدد ممكن من الأصوات والتأكيد، أما نظرة الاقتصاديين ركزت على الناحية المادية له أي كزبون لسلعهم، أما المثقفون فيرونه على أنه مستقبل لأعمالهم وانتاجاتهم، في حين علماء الإجتماع يعتبرون الجمهور لا عن كونه مجموعة من الافراد لها سمات وخصائص متشابهة تجمعها ببعضها البعض.

وهذه الرؤى لمفهوم الجمهور هي التي تحدد طبيعة تعرضه لصحافة المكتوبة واختياره للقضايا المطروحة فيها لكن هذا لا يمنع أن للصحافة دورا هاما في لفت انتباهه وجذبه نحو قضايا معينة من خلال اثارته بعناوين بارزة، وبتالي لها القدرة على تشكيل رأي عام من خلال التركيز على قضايا معينة دون غيرها.

فمن الحقائق الواضحة أن الجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال فاذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور وخصائصه الأولية فسوف يحد ذلك من مقدرته في التأثير عليه واقناعه[1].

1- الرأي العام والجمهور المفهوم والاتجاهات

1-1 مفهوم الجمهور واتجاهاته:

هناك تباين في تحديد مفهوم واحد وشامل للجمهور، وذلك حسب العديد من المتغيرات التي تتداخل في ذلك، فقد نرى الجمهور على أنه وحدات لإرسال الرسائل الإعلامية، ويمكن أن نراه على أنه مجموعة من أرقام المشاهدين لتغطية صحفية، ويراه ***"Wayne Scott Garcia"*** " على أنه مجرد حشد أو عدد كبير من الناس، لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير معروفين للقائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم اجتماعيا، ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة أو تنظيم اجتماعي متماسك، وبالتالي فإنهم يتعرضون لوسائل الإعلام ويتأثرون بها بشكل فردي.[2]

---

[1] سعد كاظم حسن: **آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية دراسة مسحية لآراء الجمهور في الصحف العراقية اليومية، للمدة 2007/02/1 لغاية 2007/4/30**، مجلة الباحث العلمي، العدد 7-6، 2009، ص 244.

[2] Wayne Scott Garcia: **politics, journalism and web 2.0 in the 2008 u.s presidential elections**, university of south florida, 2009,p05.

وقد ركز هذا التعريف على أن الجمهور هو عبارة عن مجموعة من الأفراد يتعرضون لوسائل الإعلام بطريقة منفردة، ويستقبلون الرسائل بطريقتهم الخاصة وبالتالي يكونون رأي ويبنون اتجاه حول هذه المضامين حسب خلفياتهم الخاصة، لكن مع تطور الرؤى والدراسات توصل العلماء الى ان الافراد تتفاعل مع بعضها العض وتأثر على بعضها البعض وبالتالي فان تعرض الفرد لوسائل الاعلام بصفة منفردة ليس نقطة يقاس عليها في دراسات الجمهور.

فالعزلة الإجتماعية كسمة لهذا الجمهور لم تجد قبولا بين علماء الإجتماع والاتصال بعد ذلك، فالفرد في الجمهور وسائل الإعلام لا يتفاعل كشخصية منعزلة ولكن كعضو في الجماعات التي ينتمي اليها ويتفاعل معها، أن سلوكه الاتصالي هو جزء من السلوك الاجتماعي.[1]

وقد رأى بيرت britt أن الباحثين استخدموا دلالات عديدة للجمهور مختلفة ومتباينة فمنهم من استخدمه للدلالة على حشد من الناس متجاورين بالدنيا ومنهم من استعملوه للدلالة على جماعات خاصة معينة،[2] كما عرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص وهناك من عرفه على انه جماعة تضامنية من أفراد وجدوا أنفسهم مؤقتا ودمجوها بقيم مشتركة وأصبحوا يعانون من عواطف وانفعالات متشابهة.[3]

وقد ركز هذا التعريف على أن الجمهور هو مجموعة من الافراد تجمعهم نفس الخصائص والعقائد والمبادئ وظروف الحياة، وبالتالي نجد أنها تتأثر بنفس القضايا التي تمس مصالحها، وتبني اتجاه موحد حولها، أما الأفراد التي لا تجمعهم نفس السمات والخصائص، نجد انهم مختلفين في طريقة التفكير ووجهات النظر حول المضامين المطروحة.

وعليه، فإن المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام لم يتكون طفرة واحدة، وإنما مر بمراحل تاريخية ساهمت كل واحدة في إضافة عناصر جوهرية وإدخال تعديلات شكلية على خصائص أخرى تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص[4]، وهذا التطور في الدراسات أدى إلى ظهور رؤى جديدة

---

[1] محمد عبد الحميد: **المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الاعلام**، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، 1988، ص66.

[2] حاتم الكعبي: **السلوك الجمعي**، مطبعة الديوانية الحديثة، العراق، 1973، ص 19.

[3] نفس المرجع السابق، ص 175.

[4] على قسايسية: **المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه دولة علوم الاعلام والاتصال، 2006، ص 66.

متعددة لمفهوم الجمهور وترجع هذه الرؤى إلى هدف الوسيلة، فالوسيلة تختار مضامينها حسب الجمهور الذي تستهدفه.

2.1 مفهوم الرأي العام واتجاهاته:

للرأي العام تعاريف عديدة لها نقاط أساسية وعلى أساسها يقسم إلى عدة تقسيمات من مختلف الجوانب وهذه التقسيمات راجعة لعوامل معينة ومختلفة ومن بين أهم التعريفات نذكر ما يلي:

إن "الرأي" هو وجهة النظر التي يبديها الشخص في أمر من الأمور، فهو حكم شخصي يختلف من فرد إلى آخر كما أنه حكم مؤقت لا نتردد في التخلي عنه إذا تبدلت الظروف أو حصلنا على معلومات جديدة، وهذا الرأي يصبح عاما عندما يعلن عنه بطريقة من الطرق ويشترك فيه جمهور من الناس، يزيد عددهم أو ينقص، يعبرون عن آرائهم الجماعية، إلا أن الرأي ال عامPublic Opinion يختلف عن الرأي (الفردي) في تكوينه، ومظاهره، وتأثيره، أنه مركب شديد التعقيد يدل على معان عديدة ويتضمن عناصر منوعة، ويخضع لعوامل كثيرة[1].

ويراه **عزي عبد الرحمن** في النظرية الحتمية القيمية بأنه المخيال الإعلامي، وهو المشاعر الاجتماعية والنفسية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي والإسلامي عامة من محتويات وسائل الاتصال من جهة، وما يحمله هذا الجمهور من منظومة تراثية وحضارية وأسطورية من جهة أخرى.[2]

وقد تطور مفهوم الرأي العام لفترة طويلة "حيث وصف بأنه قوة اجتماعية مجردة بالنسبة للمفكرين الديمقراطيين من العصور القديمة، وتشير هذه الفكرة إلى "المصلحة العامة"، أو "إرادة الشعب"، أي أن الراي العام من اختصاص النخبة في المجتمع"[3]، حيث انه كان للفلاسفة والكتاب ورجال الدين وزن كبير في اتخاذ القرارات وتكوين رأي عام نحو قضية معينة.

أما من الجانب السياسي فالرأي العام كمفهوم بات موضع اهتمام الحكومات والتنظيمات السياسية كافة تضعه في حسابها قبل اتخاذ القرارات المهمة، حيث أن الرأي العام ظاهرة تستحدثها الجماهير عن طريق تفاعلها الدائم الذي يتميز بالأداء والتوقع والاتصال والتفكير ومعايير الحكم وطرائق الإحساس والشعور.[4]

---

[1]- مصطفى يوسف كافي: **الراي العام ونظريات الاتصال**، دط، دار حامد لنشر والتوزيع، 2015، ص 34.

[2] نصير بوعلي وآخرون: **قراءات في النظرية الحتمية القيمية في الاعلام، منشورات مكتبة اقرأ**، قسنطينة، 2009، ص168.

[3] Jeau François Bouthillette : **un étude des conceptions de l'opinion publique chez les chroniqueurs politiques et éditorialistes québécois**, université de Montréal, 2009,p8.

[4] مصطفى يوسف الكافي: **مرجع سبق ذكره**، ص34.

فالرأي العام عبارة عن ظاهرة مرتبطة بحدث من الأحداث الاجتماعية التي تؤثر في حياة الجماعة، وخاصة الأحداث التي توقها عن الوصول لأهدافها، فالرأي العام عملية تتصف بالحركة ولها عناصر ومقومات تتفاعل مع بعضها البعض مع عناصر البيئة الخارجية حتى يبرز ويتكون حقيقة ما يسمى من الناحية العلمية الرأي العام.

وهناك تعاريف أخرى والتي ترى أن الرأي العام ليس عملية استاتكية بمعنى أنه مجموع آراء متفقة على قضية معينة وينتج بإضافة هذه الآراء بعضها إلى بعض ولكنه يتضح نتيجة تفاعل مقوماته مع عناصر البيئة التي تعيش فيها الجماعة، وإسهامهم في تكوين هذا الرأي، إلا أنه قد يكون لكل منهم على حدة رأي ووجهة نظر، وإن كانت تصطبغ وتتلون بخصائص الرأي العام المتكون داخل الجماعة[1].

أما **ليونارد دوب** في كتابه الرأي العام والدعاية يعرفه على أنه اتجاه الجماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، واتجاهات وميول أفراد الشعب إزاء مشكلة ما، في حال انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وهو رأي الفئة الإجتماعية التي تتأثر بالمشكلة أكثر من غيرها، ومحصلة ضرب الآراء الفردية[2].

وهذه الإتجاهات هي نتيجة عوامل نفسية وثقافية واجتماعية وبيئية مختلفة، وهذه العوامل تؤثر في الرأي الفردي وفي الجماعي، وعندما تواجه الجماعة مشكلة معينة أو مسألة قابلة للحوار فإن أفراد الجماعة –في الغالب– ينقسمون إلى ثلاثة أقسام، قسم مؤيد وآخر معارض وفريق ثالث لا رأي له، وهذا الفريق الثالث لم يتكون لديه رأي حول المسألة، ومن الممكن التأثير فيه ليؤيد أو ليعارض، ومهمة المعنيين بشؤون الرأي العام هي إقناع وإغراء فريق اللامبالاة ***indifférent croup*** بأن يأخذ لنفسه رأيا معينا يتمشى مع صالح الجماعة، أو بعبارة أخرى تحويل الرأي العام الكامن إلى رأي عام ظاهر، ولا يتأثر ذلك إلا إذا استحدث حادثة تمس مصالح الجماعة[3].و ويرى " ***Abbott Lawrence Lowell*** " أن رأي الأغلبية ليس رأي عام وقد أعطى مثال حول هذه الفكرة والمتمثلة في أن الحرب الأهلية الأمريكية كان هناك مسألة في الولاية الجنوبية حول توسيع حق الاقتراع إلى السود وهنا يعتمد على رأي الأغلبية، ولقد ظهر رأي عام للبيض حول هذه القضية، ورأي عام للسود مختلفين وبالتالي لم يظهر رأي عام موحد لجميع السكان[4]، وهنا لا نستطيع القول ان الرأي العام هو رأي الأغلبية.

---

[1]– هيثم هادي الهيثي: **الرأي العام بين التحليل والتأثير**، دط، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014، ص 34.

[2]–هاني رضا، رامز محمد عمار: **الرأي العام والإعلام والدعاية، دط**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ص18.

[3]– هيثم هادي الهيثي، **مرجع سبق ذكره**.

[4] Abbott Lawrence Lowell : **la nature de l'opinion publique**, **extrait public opinion and Popular couvrement**, traduite de l'anglais par Sandrine Lefranc, 2001, paris, p 42-43

ويعرفه **إبراهيم امام** أنه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.[1]

أما **مختار التهامي** فيعرفه على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسب لقضية أو أكثر يحتدم فيها النقاش والجدل، تمس مصالح هذه الأغلبية.[2]

فالرأي العام هو عبارة عن عصارة التفاعل بين مقومات المجموعة ووحداتها التي لا تعيش منفردة عن بعضها البعض، بل أنها ترتبط وتتفاعل وتؤثر كل وحدة منها على الأخرى، ويختلف هذا التفاعل بين التفاهم والتصادم والتنافس الذي يخلق حركة، وبالتالي فإن الرأي العام هو ظاهرة اجتماعية تحكمها عوامل اقتصادية وسياسية وثقافية تؤثر في جميع وحدات المجتمع نحو قضية معينة.

وللرأي العام إطار فكري ***Ideational Schème*** تنطوي عليه هذه الظاهرة في وجودها وبنيانها، ومن أبرز ما تضمه الظاهرة من ملاحظات:

وجود مشكلة تحسب على أنها مثل الجدل والخلاف، إذا أن افتراض وجود الرأي العام يرتبط بوجود الرأي العام كظاهرة، حيث أن الجماعة تواجه مشكلة وتحتاج إلى حسم واتخاذ قرار بشأنها لذا تتنوع وجهات النظر ويبدو الخلاف والتعارض في (تصور) الحل الممكن وهذا يعني أن الموضوعات التي تحظى بالإجماع، لا توصف بأنها تكون رأيا عاما، وهناك حق في الإعلان عن الرأي ضمن مناخ الرأي ***Climate of Opinion*** الذي يشمل عددا من العناصر[3].

أ-حق المواطن في تكوين الرأي والتعبير عنه بشتى الوسائل، ودون أن يفرض عليه رأي معين، أو مصدر معين من مصادر المعلومات.

ب-حق المواطن في الإعلان عن رأيه دون أن يخشى العقاب والردع الذي يمكن أن تمارسه أي سلطة في المجتمع، وإذا كان من حق الدولة أن تضمن حق المواطن في الإعلان عن رأيه، فليس من حقها أن تمنع مزاولة هذا الحق.

ج-الحق في المناقشة، ذلك لأنه لا يمكن أن يتكون رأي عام بدون عملية الصراع الفكري والحوار الحر، بين مختلف وجهات النظر، ولا يمكن أن يكون الرأي العام وليد وجهة نظر أحادية أو مفروضة من جانب واحد.

---

[1] إبراهيم امام: **أصول الاعلام الإسلامي وتطبيقاته**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 263-264

[2] مختار عبد القادر حاتم: **الراي العام وتأثيره الاعلام والدعاية**، دط، مكتبة لبنان، بيروت، 1983، ص 124.

[3] هيثم هادي الهيثي، **مرجع سبق ذكره**، ص 40

كما أن لرأي العام أهمية كبيرة في تشكيل وصناعة وتغيير اتجاه القراء نحو قضية معينه سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أم دينية وسياسية، حيث يقوم هذا الأخير على بلورة عقل المستقبل وتوجيهه نحو المسار الذي يهدف له من خلال مؤشرات خفية تأثر فيه، حيث ينبغي الإنتباه الى أهمية دور الرأي العام في عملية التغيير – سواء كان التغيير جزئيا او كليا او كان من حالة سيئة الى حسنة والعكس لأنه القوة الخلفية والأداة الفاعلة في عملية التغيير والنهوض فبدونه لا تتم العملية، ولو تمت لكانت ناقصة وبالرغم من أن الرأي العام ليس أداة المعركة لكنه هو الذي يهيئ للانتصار فيها.[1]

إن من أسباب الاهتمام والتأكيد المتزايد على أهمية الرأي العام، انتشار الديمقراطية وتوسيع التصويت، كذلك نمو وانتشار التسهيلات التعليمية وإتاحة الفرصة لكل الطبقات، وزادت أهمية بسبب تحسين الاتصال كذلك التغييرات الاقتصادية كان لها تأثير عميق على الراي العام، فالإنتاج الجماهيري والاستهلاك الجماهيري نشأ عنه ضغط البيع والإعلان والمداهنة أو التملق، كذلك الصراع لكسب دعم الراي العام في المجال الدولي، وأخيرا فان الراي العام له أهميته المتزايدة لأن السياسات العامة تحتاج دعم وتعاون عدد كبير من أفراد الشعب.[2]

نرى أن هناك ترابط قوي بين مفهوم الجمهور ومفهوم الرأي العام، حيث أنه لم يستطع العديد من الباحثين إيجاد فروقات بينهما، فالجمهور والرأي العام يعتبران "عملية روتينية تقوم في المقام الأول على تحفيز الاعمال النفسية التأسيسية على ظهور الإدراك والحكم، أي أن الفرد يعمل على اختيار وترتي أجزاء من المعلومات من اجل الاستجابة لما هو موجه إليه"[3]، ولذلك فان مسار الدراسة هو الذي يحدد أي المفهومان سيعتمد عليه، وفي دراستنا هذه سوف نعتمد على مفهوم الرأي العام كمتغير وسيط وفعال في ترابط المفاهيم والمتغيرات.

- **العوامل المؤثرة في الرأي العام:**

تتمثل عناصر الرأي العام في العوامل المؤثرة فيه حيث يوجد نقاط أساسية تؤثر في الرأي العام وتتمثل في العناصر المشكلة له فيوجد من يراها أنها هي الاعمدة التي يقوم عليها الرأي العام وهناك من يراها أنها عوامل تؤثر فيه لكن ليس بالضرورة تكون كلها من خلال هذا نذكر ما يلي:

---

[1] مصطفى يوسف الكافي، **مرجع سبق ذكره**، ص 25.

[2] محمد عبد القادر أحمد: **دور الاعلام في التنمية**، دط، دار الرشيد للنشر، بغداد، 1982، ص84.

[3] Loïc Blondeaux : **les théories contemporaines de l'opinion publique** : **un retour aux classiques**, université paris, centre de recherche politique de la Sorbonne (crps), 2001, p13-14.

أولا الناس حيث يحاول الفرد أن يفهم نفسه والقوي التي تؤثر عليه بما يعلم من أنه إذا لم يكن نفسه لم يتمكن من العمل اللائق به، وكذلك اذ لم تكن قوي التي ترفعه لأنه ينفذ ما ينفعه ويدفع ما يضـــره، فكل فرد يحاول أن يفهم من أين؟ وكيف يهيئ لنفسه مسكنا؟ وكيف يحمي نفسه من البرد او الحر؟ وإذا عرف هذه الأمور يبدا بمعرفة كيف يســـتثمرها على النحو الاصـــلح، ويعود التمايز الى تحذر الناس والى قدرة الرأي العام في خلق الاحتياطات والحذر الشعبي، فهناك راي عام قوي يدرك أثره في استعداد الشعب، والرأي العام ضعيف يجعل الشعب ضعيفا في مواجهة الكوارث. [1]

وقد قامت النماذج المبكرة الخاصـــة بدراســـة الرأي العام وكيفية تشـــكيله على افتراض الخاص بالضـــغط الإجتماعي، وتأثيره على تشكيل رأي الأفراد، فرأي الفرد يتشكل وفق الاتجاه السائد في جماعته المرجعية، ويتوقف ذلك بطبيعة الحال على مدى انتماء الفرد لهذه الجماعة وتقديره لها، فهذا يحدد إلى أي مدى يحرص الفرد على القبول الاجتماعي من هذه الجماعة.[2]

وهذا راجع لطبيعة الفرد حيث أنه يعيش مع جماعات وهذه الجماعات بدورها تؤثر عليه في أفكاره واتجاهه وسلوكياته حيث أنها تجمع بينهم نفس الظروف ونفس الخصائص ونفس المعيشة وبطبيعة الحال تكون النقطة مهمة ومؤثرة في حياته ثم تأتي المعرفة : عبارة عن معلومات التي يحصل عليها الإنسان بنفسه نتيجة الأمور الخارجية، وبها يختلف الإنســـان عن الحيوان ودائما ما يســـعى الإنســـان إلى إضـــافة معارف جديدة إلى معارف قديمة، وإذا قدر للإنسان أن يضيف إلى معارفه معرفة حتى ولو كانت ضئيلة يفرح بها فرحا شديدا مثلا أن نرى شخصا مريضا يحاول أن يعرف كيفية تجنب اســـتفحال المرض كما وأنه يحاول أن يعرف طريقة مقاومة وإزالة المرض فاذا قيل له ذات الدواء الفلاني ينفع مرضك، سعى للحصول على ذلك الدواء. [3]

وهذه النقطة تشـــير إلى أن الرغم تعدد المعارف واختلافها من فرد إلى آخر إلا أن هذا لا يمنع من وجود نقاط مشتركة تجمع بينهم بما أنهم تجمعهم نفس الرقعة الجغرافية ونفس الدولة فهناك قضايا تلمسهم جميعا ويجب أن يكون هناك أراء وأفكار مشتركة لتشكيل راي عام موحد.

---

[1] رقيق سكري: **دراسة في الراي العام والاعلام والدعاية**، دط، مكتبة مؤمن فريش لنشر والتوزيع، 1991، ص 29.

[2] صبحي عسيلة: **الراي العام**، دط، نهضة مصر لطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص43.

[3] نفس المرجع السابق.

السلوك ونشاهد في المجتمعات أفراد كثيرين يخالفون المجتمع، فتظهر التيارات على خلاف الحالة الاجتماعية والتي تضطر على أثر عوامل ضغط التيار أن تتحول من حالة اجتماعية إلى حالة اجتماعية أخرى والأمر ليس على نحو القضايا الكلية ولذا فالواجب على الإنسان اذا أراد ملاحظة التأثير على الرأي العام أن يلاحظ قوة ونمط أي تقليد من التقاليد قبل أن يصدر احكاما عامة في هذا الشأن فإن صفات الناس تتغير بتغير الأحوال والأوضاع والخصوصيات والمزايا في مجتمعاتهم فإن سلوك الافراد في وقت معين لا يدل على الدوام و إنما في الغالب[1].

فالعامل الديمغرافي هو عامل مؤثر في اتجاهات الأفراد وآرائهم السياسية فيتضمن عدة عوامل تتحكم في سلوك الأفراد وآرائهم السياسية ومن أهم تلك العوامل هي السن والجنس.[2] فبالنسبة لعامل السن وأثره في الآراء السياسية أشارت أغلب الدراسات في هذا الميدان أن الأفراد المتقدمين بالسن تكون ميولهم واتجاههم تختلف عن تلك التي لدى الافراد الشباب[3]، كما أثبتت دراسة أخرى من خلال تحليل نتائج الانتخابات، ان المجموعات التي تصوت لليسار هي تلك التي تتراوح أعمارها بين العشرين والأربعين سنة، أي المجموعات ذات السن المتوسط، في حين تكون المجموعات المصوتة إلى اليمين من بين تلك التي تجاوزت هذا السن.[4]

وهذا العنصر يمكن إعطائه العديد من الأمثلة في واقعنا المعاش فمثلا جاءت فترة أصبحت فيها وسائل الإعلام الجديدة تحتل عقول الأفراد وجاءت موجة من الفيديوهات التي كانت من إعداد شباب الجزائر تعالج المواضيع الإجتماعية التي يعيشها الشعب وحال المجتمع المتعسف كانت أما بطريقة كوميدية أو إنسانية تحمل في طياتها معاني كثيرة لكن سرعان ما طفأت هذه الموجة وخمدت، وهذا الخمود راجع لأسباب كثيرة، فمنهم من كان هدفه فقط الشهرة والوصول إلى منزلة معينة، ومنه من كان يتكلم على أوضاعه التي يعيشها، فهنا نرى أن هناك تغير في سلوك نتيجة لعوامل مختلفة تختلف باختلاف القضايا.

الاحداث والوقائع، تنقسم الأحداث الى خاصة وعامة فالأحداث الخاصة كتعليم الأم لولدها آداب السلوك أو إطعام أو ثقافة الدينية أو ما يعرضه الأستاذ على تلاميذه من مواضيع يطرحها بآداب وقيم خاصة أو ما

---

[1] صبحي عسيلة: **مرجع سبق ذكره**.

[2] صادق الأسود: **علم الاجتماع السياسي أسسه وأبعاده**، جامعة بغداد، العراق، 1990، ص394.

[3] صادق الأسود: **الراي العام، ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية**، دط، دار الكتب لنشر والتوزيع، العراق، 1991، ص191-192.

[4] سويم العزي: **السلوك السياسي في المجتمع العربي**، دط، دار الالفة، القاهرة، 1992، ص185.

يفعله العسكري في جيشه حينما يشرع في بث آداب الجندية الخاصة فالحدث الخاص هو نتاج قوي تفعل فعلها داخل المجتمع الصغير أو المتوسط او الكبير.[1]

وتفرض الأحداث والتجارب المهمة في حياة الشعب تأثيرا واضحا وقويا على الرأي العام لتلك الشعوب، فالتجارب التي تخوضها الشعوب والشعوب الأخرى لها دور عظيم في تكوين آراء الفراد، وتمارس التجارب التي لا تزال حية في أذهان الجماهير والأجيال المعاصرة تأثيرا كبيرا في توجيه الرأي العام، والاستفادة من تلك التجارب على اختلاف مشاربها.[2]

العادات والمعتقدات فالمعتقدات تؤثر في الرأي العام سواء كانت مطابقة للواقع أو لم تكن مطابقة فمن الضروري أن الاعتقاديين المختلفين لا يمكن أن يطابق كلاهما الواقع كما ثبت في علم الكلام والفلسفة، ولا نقصد هنا المعتقدات الدينية والمذهبية وأن كان مثلا ظاهرا للمعتقدات وإنما الأهم من ذلك الذي يشمل القوية والوطنية فبعض الناس يعتقدون بالوطنية وأن الحدود الجغرافية لهذه الدولة او اللغة المعينة أو القوم المعنيين هي التي يجب على الانسان اتخاذها وسيلة الى الكرامة والعزة والمجتمع الأفضل وبعض الناس لا يعتقدون بذلك، والعادات هي ما تكرر من فعل الانسان، وهي من الأسباب التي تكون الراي العام[3].

والتراث يؤدي دورا في تكيف الأفراد وردود الأفعال التي تحدد أنماط سلوكهم الإجتماعي، فعن طريق مجموعة من الافتراضات يتم تحديد نوع الأفكار والآراء التي سيعتنقها شخص ما مسبقا، من خلال دراسة تراثه الثقافي[4]، فكل منطقة لديها عادات وتقاليد ومعتقدات تختلف بها عن المناطق الأخرى وتتميز بها وتستطيع أن تكون موجهة لأفكار وآراء الفرد بشكل كبير جدا.

الاتجاهات و الميول و المواقف :إن الفرد الاجتماعي يميل إلى الأشياء سلبا وإيجابا وقد يميل إلى شيء وقد يميل إلى ضده وميول الإنسان كثيرة لا يمكن احصاؤها لعددها الكثير وإن كان لها جامع يسمى الاتجاه، واتجاهات الأفراد وميولهم ومواقفهم تؤثر في الرأي العام أيضا فاذا كان الميل الانسان إلى الظلم حول الظالم بينما إذا كان ميله إلى العبادة التفه نحو العابد وهذه الالتفاتات سواء في هذا الجانب أو في الجانب الآخر تكون الرأي العام لتلك

---

[1] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 30

[2] صبحي عسيلة: **مرجع سبق ذكره**، ص43.

[3] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 30-31.

[4] حاتم محمد: **الراي العام وتأثره بالإعلام والدعاية**، دط، مكتبة سان، بيروت، 1973، ص73.

الطوائف التي تميل إلى هذا أو إلى ذاك وهذا قد تكون الميول لرأي العام مع السـلام وقد تكون مع الحرب عندما يصـبح البلد هدفا للهجوم غادر فيكون رد الفعل هو الحرب، فاتجاهات الفرد وميوله ومواقفه الراجعة إلى مدى معارفه وشخصيته التي تطغى على آرائه.[1]

ويؤثر هذا العامل في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا ذات الصبغة الوطنية، ففي حالة تعارض المواقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرأي العام سريعا وبقوة نحو الأهداف والمصلحة الوطنية، فهذا الشعور يرتبط بالرأي العام الوطني أي على مستوى الوطن كله دون التركيز على قضية محلية أو نوعية محددة.[2]

ثم تأتي **الأسـرة** هي عماد المجتمع وهي وعاء الذي يذهل من خلاله الأطفال، وهي المدرسـة الأولى في حياة الطفل حيث تجيب على استفساراته المتنوعة وهي مدرسة الأخلاق والفضيلة فالأطفال يستقون منها المثل والقيم والاسرة مسؤولة عن تربية الطفل عاطفيا وعقليا وتعليميا وهي تتكون على الأساس في بناء الرأي العام سواء كان صـالحا أم طالحا، وهي العمادة في الحياة والتي تنبع من خلالها أول لمسـات شـخصـية الفرد واتجاهاته فهو يكون كصفحة البيضاء يحمل اسرته الصفات الأساسية له سواء كانت صفات جيدة أو باطلة.[3]

فإذا سـادت الدكتاتورية كأسـلوب في إدارة شـؤون الأسـرة، تسـود روح الامتثال والخضـوع لدى الأفراد، وافتقاد القدرة على إبداء الراي والتعبير عنه، وهذه السمة تغلب على الشخص خلال الممارسة السياسية فيما بعد، ويلاحظ تأثير الأسـرة على الفرد من خلال تماثل أفراد الأسـرة الواحدة في الرأي غالبا تجاه القضـايا المثارة، وذلك بفعل تأثير شخصية رب الأسرة، وتقليد الأبناء للآباء وتعرض أفراد الأسرة لمصادر المعلومات نفسها في الغالب، وتأثير المناقشة التي تجري بين أفراد الأسرة على آرائهم.[4]

أما عنصر **المدرسة** فهي تخرج نماذج للمجتمع تؤثر تأثيرا كبيرا في الرأي العام عندما تخرج من يرى أن وطنه فوق الأوطان الأخرى يتحول إلى **هتلر** الجديد أما من يعتقد بالوطنية في إطار القرآني حيث جاء في القرآن الكريم " **إن اكرمكم عند الله اتقاكم**" ويكون وطنه وطنا طبيعيا فطريا الى غير ذلك من الأمور التي تبينها في نفوس

---

[1] رقيق سكري، **مرجع سبق ذكره**، ص 31.

[2] صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص 43.

[3] رقيق سكري، **مرجع سبق ذكره**، ص 32.

[4] العيساوي نجم: **العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال**، مدونة https://najmaleessawi.blogspot.com/، 2019، 2020/08/23، 02:30.

الأطفال[1]، ونرى أن المدرسة هي الأسرة الثانية للفرد والتي بدورها تعزز الصفات الجيدة المكتسبة من الأسرة وتطورها فهي التي تبني لنا فرد منعزل لأفكاره وأراءه واتجاهاته.

فالملاحظ أن المؤسسات التربوية تؤثر في مستقبل الرأي العام داخل الدولة، لأن الفرد لا يستطيع في المراحل الأولى من عمره استخدام عقله لتمييز بين الحق والباطل، فيكبر الفرد ومعه أنماط من السلوك والأفكار بلغت في نفسه مبلغ العقيدة، لهذا تهتم الشعوب المتحضرة بترسيخ القيم الدينية والأخلاقية في عقول النشء وتنمية روح البحث وملكة النقاش والحوار وتعميق مفاهيم السلوك الديمقراطي، أما المجتمعات الدكتاتورية فينمي فيها التعليم روح العنصرية والتعصب.[2]

القادة والقائد هو القادر في تكوين الرأي العام مثلا القائد في قرية لا يتجاوز عدد بيوتها المائة قد يكزن الرأي العام لهذه القرية الصغيرة لأنه متبع ومطاع ومن الواضح أن المتبع –بالفتح- يؤثر المتبع –بالكسرة- ولا يخفي أن القيادة الدينية الصحيحة أفضل القيادات في التأثير حيث أنها دين ودنيا والإنسان يتكون من جزئي الروح والبدن ومن الواضح أن الروح لا تشبع إلا بالدين المرتبط بالآخرة وبالمصير الذي ينتظره البشر بالإضافة إلى ارتباطه بالدنيا ولذا كان القادة عند الدينيين بحاجة إلى القادة الدينيين لتسهيل آمورهم.[3]

وقادة الرأي (المفكرين والمثقفين والكتاب ورجال الدين)، يؤثرون في عملية تشكيل الرأي العام، فالقادة أو الزعماء يمثلون أحد العناصر المكونة للرأي العام سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو المهني أو البيئي سواء على المستوى القومي أو المحلي، وكلما زادت قدرة القادة وكفاءتهم ازدادت درجة تأثيرهم في الرأي العام، فالرأي العام في ظل وجود زعيم يتمتع بشعبية كبيرة وحب من الجماهير سوف يكون متسقا إلى حد كبير مع توجهات وآراء ذلك القائد أو الزعيم، والعكس في حالة ما إذا كان القائد أو الزعيم لا يتمتع بشعبية كبيرة، أو الجماهير لا تنظر إليه باعتباره مثالا يحتذى.[4]

الدين وهو يؤثر بدوره على آراء الأفراد وسلوكهم ويلعب رجال الدين دورا هاما في التأثير على سلوك الأفراد والجماعات وبالتالي على اتجاهات الرأي العام، نرى أن عامل الدين مهم في حياة الفرد فالجانب الديني

---

[1] نفس المرجع السابق.

[2] العيساوي نجم: **العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال**، مرجع سبق ذكره.2020/08/23، 02.30.

[3] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 32.

[4] صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص41.

خصوصا لشعوب المسلمة تعتبر نقطة ضعف لهم لأن هذا راجع إلى مدى تمسكهم بدينهم وعقيدتهم، فنجد أن الكثير من رجال الدين قد أثروا على اتجاهات الشعب وعلى آرائه.[1]

ويعد الدين أحد مقومات النظام الثقافي للمجتمع، ولا تقبل أساسياته الجدل؛ ولذا يبقى جوهر الدين راسخا لأجيال كثيرة، ويشكل عاملا شديد التأثير في توجيه تصرفات الشعوب والجماعات والأفراد، ويلعب دوورا هاما في تشكيل الراي العام وتوجيهه في كافة ميادين الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.[2]

الأحداث والأزمات الهامة وتؤثر الأحداث الهامة مثل الحروب أو الأزمات والمشكلات الاقتصادية والاكتشافات العلمية تأثيرا بالغ الأهمية في تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام، وقد تكون هذه الأحداث أحداثا سياسية أو أحداث اقتصادية أو عسكرية، فعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي في مجتمع ما وكثرة الانقلابات تساعد على تكوين رأي عام يؤمن بأن إسرائيل لا تريد سلاما حقيقيا، وخصوصا الأحداث المفاجئة تكون لها تأثير كبير على المتلقي و قد تحدث رأي عام بصورة سريعة في وقت وجيز مثل حادثة الشاب "عياش" الذي سقط في البئر الارتوازي ولم يستطع الخروج منه و هذه الفاجعة كانت عامل مؤثر لتكوين رأي عام لشعب الجزائري في ظرف 4 أيام و أصبحت حديث الساعة.[3]

وتفرض الأحداث والتجارب المهمة في حياة الشعب تأثيرا واضحا وقويا على الرأي العام لتلك الشعوب، فالتجارب التي تخوضها الشعوب والشعوب الأخرى لها دور عظيم في تكوين آراء الأفراد، وتمارس التجارب التي لا تزال حية في أذهان الجماهير والاجيال المعاصرة تأثيرا كبيرا في توجيه الرأي العام، والاستفادة من تلك التجارب على اختلاف مشاربها.[4]

وسائل الإعلام والاتصال المسموعة والمطبوعة والمرئية كلها تؤثر تأثيرا كبيرا في الرأي العام، وتلعب وسائل الاتصال الشخصي والجماهير دورا خطيرا في تكوين الاتجاهات والرأي العام والتأثير فيه فهذه الوسائل جميعا توجه

[1] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 30.
[2] صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص40.
[3] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**.
[4] صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص43.

أنظار الجمهور إلى المشكلة التي يتبلور حولها الرأي العام[1]، وهذه من أكثر العناصر المؤثرة والمعروفة بتأثيرها المباشر بالمتلقي بوسائل مختلفة والتي أصبحت أداة للجماعات الضاغطة لتسير مصالحها والوصول الى أهدافها المنشودة.

وتؤدي هذه الوسائل دورا بالغ الأهمية في تكوين وتشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، أو غير متجانسة ديموغرافيا، وأدت التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الاتصال، التي عادة ما تستغل الادراك المحدود للجماهير، الى زيادة الفعالية والقدرة على خلق وتكوين الصورة الذهنية التي تخدم أغراض القائمين بالاتصال، وتعمل على نشر الاتجاهات والآراء التي يرغبها الاعلاميون محليا ووطنيا ودوليا.[2]

المناقشات الجماعية التي تتيح المناقشات الجماعية حرية التعبير عن الرأي والتي تدور حول القضايا العامة والتي تصل في النهاية إلى قرار جماعي؛ وتشمل اللقاءات والندوات والمناقشات والاجتماعات والمحاضرات والمعارض والمناسبات والاحتفالات المختلفة دورا هاما في تشكيل الرأي العام، حيث يتناول الأفراد في هذه الاتصالات معلومات مباشرة عن قضايا ومشكلات متنوعة تسهم في تكوين آرائهم وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والموضوعات المثارة في هذه الاتصالات، وحديثا وفرت شبكة ما يمكن تسميته ملتقى لمستخدمي تلك الشبكة، يستطيعون من خلاله تبادل الأفكار والآراء، وهو ما يعرف باسم غرف الدردشة.[3]

عنصر الحالة الاقتصادية والاجتماعية فالوضع الاقتصادي للفرد وضعه العام في المجتمع ويحدد طريقة تفكيره ويؤثر في آرائه، فدخل الفرد يحدد الطبقة الإجتماعية التي ينتمي إليها ونوع العمل الذي يقوم به، وهذا كله يحدد أفكاره وآرائه، كذلك فإن انتماء الفرد إلى جماعة معينة تؤثر على معاييره السلوكية وتحدد أدواره الإجتماعية وتؤثر على اتجاهاته النفسية وبالتالي على تفكيره وآرائه.

إذن تستطيع التوصل إلى خلاصة أن الرأي العام يتكون من مجموعة عناصر أهمها:[4]

* الناس الذين تتكون منهم الجماعة أو الجمهور.

---

[1] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 31.

[2] صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص38.

[3] نفس المرجع السابق، ص39.

[4] رقيق سكري: **مرجع سبق ذكره**، ص 31.

* البيئة التي تعيش فيها هؤلاء الناس.

* التحديات والحاجات والإمكانيات التي تتحكم في حياة هؤلاء الناس.

ونستنتج مما سبق أن الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الاعلام حيث تعمل على تلبية حاجات القراء بمختلف الأساليب رغم اختلاف خصائص وسمات جماهيرها إلا أنها داما تسعى إلى لفت أنتباهه وجذبه لها، من خلال التأثير فيه وإقناعه بمختلف القضايا المطروحة، وهذه التأثيرات تشكل لنا ما يسمى رأي عام والذي يغير من الظواهر النفسية التي تتميز بها الجماهير ويتشكل من خلالها سلوك عام يعبر عن موقف من المواقف المؤثرة والبارزة في حياة أي مجتمع من المجتمعات الإنسانية، ولا تدرس هذه الظاهرة من خلال اتجاهيين رئيسين الأول يتعلق بدراسة الفرد والجماعات، والثاني يتعلق بالعوامل المؤثرة التي تحدد اطار وأسس هذه الظاهرة وتدخل في تكوينها وصياغتها.

كما أن الرأي العام مجموعة من التقسيمات اتفق حولها الباحثين والدارسين المهتمين بدراسات الجمهور، وقد كان التقسيم قائم وفقا لمناطق الانتشار وهناك وفق لقوة التأثير وهناك وفقا لعنصر الزمن ووفقا لحجم الجمهور وغيرها من التقسيمات الأخرى التي تميزت بتعددها وامتلاكها، ولكل نوع ميزاته الخاصة به، كما اهتمت مجمعة من النظريات على تشخيص هذه الظاهرة وهذه النظريات نجد نظرية الانتقال عبر مرحلتين ونظرية التشتت.

2- علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتشكيل الرأي العام

اختلفت وسائل الإعلام التقليدية وتنوعت في طريق طرحها للقضايا العامة، لا يمكن تجاهل التأثير القوي لها على الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة، ورغم أن ظهور وسائل الاعلام الجديدة وتأثيرها القوي على الجماهير والمتصفحين إلا أنها لم تستطع إلغاء الدور الذي تقوم به الوسائل التقليدية لإدارة وتكوين الرأي العام في المجتمعات الإنسانية مثل الأسرة والمدرسة والنخبة، كما تعمل الصحافة المكتوبة على صناعة الرأي العام، باختراق عقل الفرد وتخلق لديه قناعة من خلال مخاطبة العقل البشري.

1.2 علاقة الراي العام بوسائل الاعلام:

يوجد هناك علاقة وثيقة بين الرأي العام ووسائل الاعلام بمختلف وسائلها الإعلامية والتي تعتبر المصدر الأساسي لتأثير وتشكيل وتكوين الرأي العام من خلال الرسائل المباشرة والمشفرة المرسلة عبر مضامينها الإعلامية ومن خلال هذا العنصر نذكر اهم ثلاث وسائل إعلامية تقليدية المؤثرة في الرأي العام والمتمثلة فيما يلي:

- **الراديو والرأي العام:**

يتمثل أثر الراديو في الرأي العام في تحقيق القدر الأدنى من القيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة وتحفيز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والإسهام فيها، والتخفيف من حدة العصبيات الإقليمية والإقلال من شأنها، وأيضا تثقيف الجماهير وإشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية، ودحض الشائعات الضارة في الحال وخاصة في أوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون تفشي البلبلة الفكرية، والقيام بالدعوة للقيم الجديدة ولتدعيم القيم التي تخدم التطور وتعرية القيم التي تعوقه،[1] ونرى أن هذه الوسيلة تعتمد على الاعلام المسموع والذي بدوره له تأثير كبير على فئة معينة من المجتمع.

كما تبرز أهمية الإذاعة أثناء الأزمات والحروب إذ تعمل على رص الصفوف وتمتين الجبهة الداخلية وتحصينها، وتلجأ إلى الموسيقى الوطنية والأناشيد الحماسية والبيانات والنداءات وبث ندوات ومؤتمرات وخطب الزعماء والقادة ورجال الفكر وقادة الرأي، وتكون الغاية دعم التماسك الوطني والوحدة الوطنية، خاصة إبان الحروب، حيث تكون الحاجة شديدة إلى تماسك ووحدة الجبهة الداخلية.[2]

- **التلفزيون والرأي العام**

لتليفزيون دور هام في التأثير على الرأي العام العالمي سواء عن طريق تصدير البرامج إلى الدول الأخرى أو الإرسال والاستقبال التلفزيوني بالأقمار الصناعية حيث يسعى من خلاله القنوات المملوكة للحكومات إلى ترجمة سياسات وخطط توجهات حكوماتها وتجاري من خلال كسب المشاهدين بأي طريقة وحجز موازنات الشركات المعلنة في البرامج الجماهيرية، مزيج بين السياسة والتجارة يقدم الرأي والرأي الآخر.

فهذه الوسيلة تعتمد على الجانب السمعي والبصري لتأثير على المشاهد من الناحية المعنوية خصوصا وهذا التأثير قد شاهده العالم منذ الازل من خلال مختلف القضايا المطروحة سواء كانت سياسة او اقتصادية او ثقافية او اجتماعية ثم جاءت فترة ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة نتاج لما ابتكرته تكنولوجيا الاتصال واستجابة لدوافع وحاجات الجماهير وتتخذ أحد الشكلين قنوات متخصصة في المضمون تقدم نوع معين من البرامج المتخصصة (قنوات الأخبار، الأغاني، الأفلام)، وقنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه.[3]

---

[1] نضال واخرون، **مرجع سبق ذكره**، ص 120-121.

[2] رضا هاني، عمار رامز: **الراي العام والاعلام والدعاية**، مجد المؤسسة الجامعية لدراسات لنشر والتوزيع، بيروت، 2013، ص 157-158.

[3] نضال وآخرون، **مرجع سبق ذكره**، ص 121.

وتستهدف الوصول إلى قطاع معين ومحدد من الجمهور (قنوات دينية)، الإعلان الدولي له دور بارز في انتشار المحطات الفضائية: خطورة إعلاناتها تكون غير مناسبة لقيم المجتمع، التخلي عن الخطاب الإعلامي العربي من قبل الإذاعات العربية حسب الدراسات، وضعف الإنتاج العربي وافتقاده شرط الإبداع والحرية، كذلك إقبال الأطفال المتزايد على القنوات الفضائية الأجنبية والعربية: الأطفال يتأثرون بما يشاهدون.[1]

ومنه تتخذ وسائل الاتصال موقفا فريدا في هذه العملية (تشكيل الرأي العام)، فهي تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فالاتصال الجماهيري يمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرارات، وعليه يقع عبئ خلق التفاعل الطبيعي بين اهتمامات وقضايا الرأي العام وقرارات السلطة السياسية، الأمر الذي يؤدي إلى الحفاظ على الاستقرار السياسي والإجتماعي من ناحية وأحداث التغيرات المجتمعية بطريقة سلمية من ناحية أخرى.[2]

- **الصحافة والرأي العام:**

تمثل الصحافة المرتبة الأولى تأثيرا من بين وسائل الإعلام كلها وهذا راجع لاهم سبب يتمثل في انها تهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية وتطرحها وتناقشها بإسهاب وتعطيها مساحة كبيرة واهتمام كثير، ويميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأي العام، الصحافة المتخصصة والتي تعالج مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة، ثم الصحافة المتميزة الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للمواضيع.[3]

وقد قسم **د. مختار التهامي** لمحتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام ثلاثة أقسام، قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام الافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة وبريد القراء والمقالات والنقد، قسم له علاقة غير شرعية بتوجيه الرأي العام الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة، وقسم ليس له علاقة بتوجيه الرأي العام صفحة الوفيات والنشرة الجوية وبرامج الإذاعة والسينما.[4]

فالصحافة تلعب دورا كبير في تأثير بشتى الصور والأساليب المتعددة، والتي تسعى من خلالها لتوعية وتشكيل وتكوين رأي عام معين خصوصا في القضايا السياسية مثل الانتخابات، فنجد هذه الفترة من أكثر الفترات التي

---

[1] نفس المرجع السابق.

[2] مجاهد جمال: **الراي العام وقياسه (الأسس النظرية والمنهجية)**، دط، دار المعرفة الجامعية، الازاريطه، 2010، ص 194.

[3] نضال وآخرون، **مرجع سبق ذكره**، ص 122.

[4] عبد لكريم دريسي، **مرجع سبق ذكره**، ص129.

تقوم فيها الصحافة بمعالجة قضايا ذات علاقة بالحدث السياسي، وبالتالي نشكل رأي سواء كان معارض أو موافق من خلال هذا الطرح.

2.2 عملية تكوين الرأي العام:

هناك العديد من العوامل التي تعمل فيما بينها لتكوين الرأي العام، في أثناء عملية التشـــكيل، منها عوامل مجتمعية مثل: الحرية والديمقراطية، أساليب الاتصال المعتمدة في المجتمع، جماعات الضغط والأحزاب السياسية، أيضا الموروث الفكري والعقائدي والخلفيات الفكرية، إضافة إلى العوامل الخارجية، أو الدولية والإقليمية، وعوامل شخصية مثل: مستوى الفرد التعليمي والثقافي والاقتصادي، وطريقة التنشئة الاجتماعية.

ويرى الدكتور **أحمد بدر** أن الرأي العام هو تعبير مركب يشـــمل أطوارا متعاقبة لعملية اجتماعية ديناميكية، وتحاول الجماعة المتنافسة في هذه العملية أن تعدل الإطار السياسي والمعنوي والاقتصادي للمجتمع، ليتلاءم مع احتياجاتها المتغيرة.[1]

ويرى **سمير محمد حسين**: أنه هناك اختلاف في عملية تكوين الراي العام كل حسب اختصاصه فعلماء السياسة مثلا يرون بأن عملية تكوين الرأي العام تتكون وفقا لخمسة مراحل والمتمثلة في مرحلة الادراك أي إدراك القضية، ثم مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآراء، بعدها مرحلة الصراع حول الاتجاهات الفرد نحو القضية ثم مرحلة التبلور والتركيز وفي الأخير مرحلة الرضا والاتفاق حول الراي المتبنى من طرف الفرد.[2]

ويرى **محمد عبد الله الحوتي**: أن يمكن أن تحدد أساليب الرأي العام المستخدمة في وسائل الرأي العام كوسائل الاتصال الجماهيرية من خلال الرسائل الإعلامية، وذلك من خلال تأثيرها وفعاليتها من ناحية القضية أو الحدث أو المسألة التي تتعلق بها المتمثلة في مجموعة من الأساليب وأول أسلوب هو أسلوب التكرار والملاحقة ويعتمد على التكرار لا جدل والمناقشة، وهو من أنجح الأساليب لتغيير الراي العام وتكوينه، فتكرار الوسائل الإعلامية لا شك يعمل على التأثير في الرأي العام.[3]

والأسلوب الثاني هو أسلوب الاثارة العاطفية ويعتمد هذا الأسلوب على إثارة العاطفة، فقد استخدم (هتلر) ذلك بتركيزه على جمهور النساء فهن ذات عاطفة قوية أكبر من الرجال، حيث استخدم في أسلوبه الدعائي

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 129.

[2] سمير محمد حسين: **مرجع سبق ذكره**، ص45

[3] محمد عبد الله الحوثي: **مرجع سبق ذكره**، ص 78-79.

لإثارة العاطفة للمرأة للتأثير على الراي العام خاصة عاطفة الحقد والأسلوب الثالث هو أسلوب عرض الحقائق وهذا الأسلوب يطلق عليه لفظ الاعلام، حيث يعتمد أساسا وصول الحقائق الى عدد كبير من الناس بحيث تكون ملموسة، لأنها في هذه الحالة تكون أقوى تأثير وأبقى من الأكاذيب والتهويل والشائعات.[1]

ويصبح هذا الرأي رأي عام بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة [2]، وهنا بعد تلاقح الآراء والاتجاهات فكما قلنا سابقا هناك قواسم مشتركة بين الجماعات ومن خلال هذه القواسم يصل تضارب الآراء الى توحدها حول راي واتجاه واحد حول قضية عامة تمس الجميع .

3.2 عوامل تشكيل الرأي العام

هناك مجموعة من العوامل التي تكون مسؤولة على تشكيل الراي العام حيث أنه يتشكل بناء على الاحتكاك والتفاعل بين جماعات من الأفراد حول قضية خلافية أو موضوع جدلي تتعارض فيه الآراء، فالرأي العام هو عملية التفاعل التي تحدث بين أفراد والجماعات في مجتمع ما، حول إحدى القضايا المطروحة، بحيث يتكون رأي الجماعة كتعبير عن ذلك التفاعل بين جميع المواقف.

ومثلما اختلف باحثوا العلوم الإنسانية المختلفة بتحديد مفهوم الرأي العام، اختلفوا حول كيفية تكوينه وعوامل تشكيله، ففي الوقت يركز فيه باحثوا الاتصال على أهمية الدور الإعلامي في تشكيل الرأي العام، يركز باحثوا العلوم السياسية على أهمية الحرية والديمقراطية والوعي لطبيعة الصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في تشكيل الرأي العام، بينما يركز الاجتماعيون على أهمية حصيلة الخبرات الإجتماعية السابقة لدى الأفراد ودور النسق القيمي الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، [3]

ولكي يقوم الاعلام بتشكيل الرأي العام الواعي عليه أن يقوم بتزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور

---

[1] محمد عبد الله الحوثي: **مرجع سبق ذكره**، ص 78-79.

[2] نضال فلاحون وآخرون: **مرجع سبق ذكره**، ص 100-101.

[3] عبد الكريم الدبيسي، **مرجع سبق ذكره**، ص 130.

المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات وبما يسهم في تنوير الراي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة[1]، ومعنى هذا أن الغاية الأساسية من الإعلام ينبغي أن تكون الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والاحصائيات ونحو ذلك.[2]

وقد حدد الباحثون والخبراء عدة عوامل تؤثر في تكوين الرأي العام، مثل: الجماعة، الدين، القيم والعادات والتقاليد، الأسرة، التنشئة الإجتماعية، الثقافة، طبيعة النظام السياسي، النظام التعليمي، وسائل الاتصال والزعماء والقادة، وهذه العوامل تتفاعل مع بعضها البعض تفاعلا ديناميكيا، بحيث يؤثر كل عامل منها في الآخر ويتأثر به، وتمثل بمجموعها قوى فاعلة، لا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة تساهم في تكوين الرأي العام وتشكيل صوره المختلفة.[3]

وتمثلت علاقة الرأي العام بوسائل الإعلام التقليدية علاقة تأثير وتأثر، حيث أن التلفزيون قام دور هام في التأثير على الرأي العام العالمي سواء عن طريق تصدير البرامج إلى الدول الأخرى أو الإرسال والاستقبال التلفزيوني بالأقمار الصناعية حيث يسعى من خلاله القنوات المملوكة للحكومات إلى ترجمة سياسات وخطط توجهات حكوماتها، أما الإذاعة فقد تلخص أثرها في الرأي العام في تحقيق القدر الأدنى من القيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة وتحفيز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والإسهام فيها، والتخفيف من حدة العصبيات الإقليمية والإقلال من شأنها، في حين أن الصحافة المكتوبة تمثل المرتبة الأولى تأثيرا من بين وسائل الاعلام كلها وهذا راجع لأهم سبب يتمثل في انها تهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية وتطرحها وتناقشها بإسهاب وتعطيها مساحة كبيرة واهتمام كثير.

كما لعبت الصحافة المكتوبة دورا مهما في تشكيل وتكوين الراي العام، حيث أننا لاحظنا أن عوامل تشكيل الراي العام تعد تقريبا نفس عوامل تكوينه فلا اختلاف بين تشكيل وتكوين الراي العام وهذا كله راجع لمجموعة العناصر الأساسية التي تساهم وتساعد وتلعب دور كبير في التأثير على مواقف واتجاهات الافراد وبالتالي وعلى الجماعة ومنها على الشعب لكن يمكن ان تدخل عليها عوامل أخرى إذا خصصنا الوسيلة الإعلامية.

---

[1] سمير محمد حسين: **الاعلام والاتصال بالجماهير والراي العام**، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص22.

[2] أحمد بدر: **الراي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، مكتبة غريب، القاهرة، 1977، ص17.

[3] نفس المرجع السابق.

3- القائم بالاتصال في الصحافة المكتوبة ودوره في تشكيل الرأي العام:

يعتبر القائم بالاتصال أحد أهم عناصر العملية الاتصالية، وواحد من أهم حراس البوابة الإعلامية وفقا لنظرية حارس البوابة، حيث أنه يلعب دورا استراتيجيا في إرسال الإعلامية، حيث يقوم بتشكيلها وفقا لمعايير ومقاييس التي تتطابق مع قواعد مؤسسة، ويصبح في الأخير هو المسؤول الأول عما يصل إلى الجمهور من قضايا ومواضيع.

فالقائم بالاتصال المحترف هو الذي يتحكم بمهارة كبيرة في معالجة الرسائل التي تعتبر حلقة اتصال بين جماعات مختلفة كما أنه يقوم بترجمة تصرفاته معرفة اهتماماتهم لتحديد وترتيب أجندته التي يراعي فيها السياسة التحريرية التي تسير عليها المؤسسة من جهة والقضايا التي تثير الجماهير من جهة أخرى.

1.3 نظرية حارس البوابة المفسرة لعمل القائم بالاتصال والعوامل المؤثرة فيه:

واضع نظرية حارس البوابة هو عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "**كيرت ليوين**" وتعتبر دراسات لوين من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد ادخال تعديلات عليها ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.[1]

وتعد نظرية حارس البوابة من أهم النظريات التي اعتمد عليها الباحثون في بحوث التأثير لوسائل الاعلام والاتصال حيث تسعى لتوضيح عمل كل من المرسل والمستقبل وتحديد مضمون الرسالة، وتعديله حسب الهدف المنشود، وعمل حارس البوابة يختلف على عمل القائم بالاتصال حيث أن القائم بالاتصال وهو المسؤول عن صياغة الرسالة وصناعتها وانتاجها حتى تصل للمتلقي بشكل مباشر، وبين حارس البوابة ووظيفته اختيار الرسائل وتمريريها أو تعديلها أو حذفها بشكل غير مباشر.

ولقد أجريت عدة دراسات على هذه النظرية واعتبرت إضافات جديدة للقائم بالاتصال حيث قدمت الدراسات تحليلا وظيفي لأساليب التحكم في غرف الأخبار والإدراك والقيم المؤثرة على انتقائهم وتقديمهم للأخبار، ومن أشهر العلماء في هذا المجال "بريد كارتر" و"ستارك" و"وايت" ولقد اشارت دراستهم الى أن الرسالة

[1] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: **نظريات الاتصال**، مركز بحوث الراي العام، القاهرة، 2007، ص 296

الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل الى المتلقي ويشبه هذه المراحل السلسة المكونة من عدة حلقات وفقا لنظرية المعلومات فالاتصال هو مجرد سلسة متصلة الحلقات.[1]

وعلى الرغم من بساطة هذه النظرية واعتبارها أمرا بديهيا في الاطار النظري الحالي، إلا أن ثمة تغييرات سعت إلى تعميق النظرية، وإكسابها أبعادا أكثر عمقا ودلالة، حيث تستعرض ليندا لي كايد lynda lee kaid جهود النظرية لتطويرها وربطها بالسياقات العامة في البيئة الاتصالية الحديثة، وقد توصلت الباحثة إلى أن عملية حراسة البوابة الإعلامية هي نتاج تفاعلي لأربعة عوامل رئيسية هي تتمثل في الحس والاتجاه الشخصي للقائم بالاتصال، معايير المؤسسة الإعلامية وتقييمها لأداء القائم بالاتصال، كذلك الضغوط التي تمارس على المؤسسة وتتدخل في معالجتها الإعلامية للقضايا.[2]

ومن الحقائق الأساسية التي أشار اليها العالم "كيرت ليون" ان هناك في كل حلقة ضمن السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في ان يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها او لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل الى الحلقة الثانية بنفس الشكل الذي جاءت به، ام سيدخل عليها بعض التغيرات والتعديلات، ومفهوم حراسة البوابة يعني السيطرة من خلال من سيمر من بوابته وكيف سيمر حتى يصل الى الجمهور المستهدف.[3]

وللقائم بالاتصال عوامل عديدة ومتعددة يؤثر ويتأثر بها من خلال هذا نذكر ما يلي:

معايير المجتمع وقيمه وتقاليده أي نظام ينطوي على القيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها ويرتبط ذلك بالتنشئة الإجتماعية او التطبع، ويرى الباحث **"دارين بديد"** أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة لأحداث تقع من حوله، ليس هذا الإغفال نتيجة تقصير أو عمل سلبي.[4]

حيث تؤثر البيئة المجتمعية التي تعمل فيها المؤسسة على أداء القائم بالاتصال، وتؤثر في طريقة تعامله وأسلوبه في إيصال الرسالة الاتصالية، باعتبار أن المؤسسة تحرص على رضا المجتمع الذي يحيط بها، وتتعامل معه، ويمثل لها الجمهور المقرب، أو الجمهور المؤمل كسبه وبالتالي يتحدد عمل القائم بالاتصال بهذا العامل ويسعى أن يكون

---

[1] فلاح سلامة حسن الصفدي: **استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة– دراسة ميدانية في محافظات غزة–**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 87.

[2] عبد الله بن محمد الرفاعي: **العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو ثقافة الحوار في الإسلام**، جامعة الامام محمد بن سعود، دس، ص14.

[3] جيهان أحمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الاعلام**، دط، دار الفكر، القاهرة، 1978ص 300.

[4] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: **مرجع سبق ذكره**، ص298-299.

مرضـــيا للمجتمع، فالعمل بهذا المناخ يعد عملا تبادليا، إذ أن القائم بالاتصـــال يؤثر ويتأثر، ويدخل ضـــمن هذا العامل طبيعة النسـيج الإجتماعي وأسـس تكوينه سـواء كانت مدنية أو قبلية أو حضـرية أو بدوية، وكل مجتمع له وزنه وثقله ومعاييره وطبيعته التي تؤثر في أداء وعمل القائم بالاتصال. [1]

ثم **المعايير الذاتية للقائم بالاتصـال** حيث تلعب الخصـائص والمسـلمات الشـخصـية للقائم بالاتصـال دورا في ممارســـة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع و العمر والدخل والطبقة الإجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية أو العقائد والإحسـاس بالذات[2] حيث اهتم الخبراء بالاطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصـال التي تؤثر في أفكار ومعتقداته ، والتي تحدد له الســـلوك المتوقع في المواقف الاتصـــالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب[3]، حيث أن سمات وصـفات القائم بالاتصـال ترتبط بشـكل غير مباشـر في أفكاره واتجاهاته ومواقفه فهي التي تبني شخصيته وتغذيها وتحد سلوكه وبالتالي فهي تؤثر في المضامين التي يقدمها والتي يسعى إلى ايصالها.

إذ أن القيم التي يحملها القائم بالاتصال تمثل السياق الذي يعيش فيه، وأخذ منه تقاليد وأعرافه ومبادئه، وهذا بلا شـك يؤثر في قراراته واختياراته، وعليه فالقائم بالاتصـال سـواء كان مؤسـسـة إعلامية أو إنتاجية يتحرى من المعلومات التي ينقلها للمستفيد منها ما يتوافق ومعتقداته وأخلاقياته. [4]

وبالنسـبة **لمعايير المهنية** للقائم بالاتصـال فهناك العديد من العوامل المهنية التي تؤثر في القائم بالاتصـال والتي تضـغط عليه ليتماشـى مع السـياسـة التحريرية للمؤسـسـة الإعلامية التابع لها وتتضـمن العوامل المهنية منها سـياسـة المؤسسة الإعلامية خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوطا على القائم بالاتصال ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين[5]، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية.

ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسـيلة من نظام الإجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسـسـة بمصـالح معينة وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شـكل المضـمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصـال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة، فبطبيعة الحال على القائم بالاتصال الالتزام بالقوانين التي تفرضها مؤسسته

---

[1] العيساوي نجم: **مرجع سبق ذكره**، ص3.

[2] حسن عماد مكاوي: **مرجع سبق ذكره**، ص 299.

[3] محمد عبد الحميد، 1997، ص102-103.

[4] نفس المرجع السابق، ص4.

[5] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: **مرجع سبق ذكره**، ص 300.

والتي يسعى من خلالها الى زيادة فائدتها من خلال طرح قضايا ومواضيع هامة تثير انتباه المتلقي لكن في نفس الوقت لا يخرج على الضوابط المهنية والقوانين التي تسير عليها المؤسسة.[1]

فالعوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة، فنجد أن الصحفي لا يعبر على أفكاره هو واتجاهاته وآرائه بل هو ملزم بالتعبير بأفكار صاحب المؤسسة وانتهاج نهجه، فوظيفته الوحيدة هي جمع الأخبار وطرحها فقط، وأيضا مصادر الخبر حيث أشارت اغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره، لكن لا يمكنه الاستغناء عن مصادره.[2]

قد يكون القائم بالاتصال منفتحا متقبلا لعملية الحوار على مستواه الشخصي في حين أن المؤسسة التي يعمل بها ترفض الحوار أو المجتمع الذي يقيم فيه أو ينتمي إليه ينظر إلى الحوار نظرة رافضة وغير مكترثة، وباعتبار وضعية القائم بالاتصال كمعبر عن اتجاهات الراي العام، وكمعبر عن قيم واتجاهات وثقافة الوطن الذي ينتمي إليه أو باعتباره خاضعا على المستوى الوظيفي لمؤسسة إعلامية لا تولي الحوار أهمية ، فإنه في النهاية لا يرى سبيلا لتحويل اهتمامه الذاتي بعملية الحوار إلى ممارسة اتصالية على أرض الواقع، للتحول إلى قناعات شخصية لا علاقة لها بوضعيته ومسئولياته كقائم بالاتصال.[3]

وأيضا **علاقات العمل وضغوطه** يتفق الباحثون على ان علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال احساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.[4]

وبالنسبة إلى هذا العامل نجد ان العلاقات التي يشكلها الصحفي داخل مؤسسته مع أصدقائه تخلق له جو شبيه بأسرة العمل التي يصبح ينتمي لها في اتجاهاته وآرائه، وبالتالي تصبح هي الداعم المعنوي له في الضغوط المهنية التي تواجهه، ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه، ولا يشاركها مع الجماعة التي

---

[1] فلاح سلامة حسن الضفدي: **استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة– دراسة ميدانية في محافظات غزة**، مرجع سبق ذكره، ص88

[2] نفس المرجع السابق.

[3] عبد الله بن محمد الرفاعي: **مرجع سبق ذكره**، ص18.

[4] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: **مرجع سبق ذكره**، ص 303.

يعمل فيها، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية.

حيث يمثل الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال عنصرا جوهريا في أداءه وحسن نقله للرسالة الاتصالية، ويمثل الرضا الوظيفي بالنسبة للقائم بالاتصال انعكاسا لسياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة والاشراف الفني والإمكانات المتاحة في العمل، ومقدار الراتب والمكافآت والحوافز، والتقدير الشخصي وطبيعة العلاقات الشخصية مع الرؤساء، الانسجام مع الزملاء في العمل، والامن الوظيفي، والوضع الاجتماعي وغيرها، إلا أن المؤسسة معينة فيما يتعلق بها وهي تمثل النسبة الأكبر للرضى الوظيفي، وهذا ينعكس على كفاءة الأداء والإجادة وتحقيق الانتماء الوظيفي.[1]

أما طبيعة الجمهور فمن المعروف أن كل صحفي يسعى دوما إلى السبق الذي يمكنه للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور حيث لاحظ عدد من الباحثين أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال على نوعية الأخبار التي يقدمها وقد أظهرت الدراسات ضرورة أن ترضى وسائل الإعلام جماهيرها الخلاصة وأن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهور بدقة وأن تصوره لذلك يؤثر على قرارته تأثيرا لا يمكن أن نقلل من شأنه، ولا ننسى أن عامل الجمهور مؤثر جدا في نوعية الأخبار التي يقدمها القائم بالاتصال حيث أنه هو المستقبل لهذه الأخبار فهو يسعى دائما للفت انتباهه وتشكيل اتجاه له.

يعد الجمهور المباشر وطبيعته أحد أبرز العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال، إذ أن القائم بالاتصال يتصل بهم بصورة مباشرة لكونهم يمثلون عملاء المؤسسة أو موظفيها أو زبائنها الدائمين، وهذا يرتب على العلاقة بين الطرفين تأثيرا كبيرا في تحديد أساليب الاتصال وصياغة مضمون الرسالة.[2]

[1] العيساوي نجم: **مرجع سبق ذكره**، ص3.

[2] نفس المرجع السابق، ص3-4.

4- أساسيات عملية وضع الأجندة (من يصنع من؟)

تركز وسائل الإعلام على الأحداث العامة والمواضيع التي تحقق التوحد الجمعي، حيث أجمعت العديد من البحوث إلى أن الصحافة لها القدرة أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى في التأثير على أجندة الجمهور، وهذا راجع إلى أن الوسائل الأخرى تهتم بالمواضيع العامة وليست الفرعية عكس الصحافة المكتوبة التي تطرح القضايا بعمق وتشير إلى اهتمامات قرائها بمختلف التفاصيل، ويوجد ارتباط قوي بين أجندة الصحافة المكتوبة وأجندة جماهيرها، حيث يرى بعض الباحثين أن هناك ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، حيث أن هناك علاقة وطيدة بين ترتيب أولويات الجمهور بمختلف القضايا السائدة وأجندة الصحافة لهذه المواضيع.

1.4 من يضع اجندة من .... الاعلام أم الجماهير؟

انتهت بحوث وضع الأجندة إلى وجود ارتباط إيجابي بين أولويات الاهتمامات في وسائل الإعلام أو حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام لقضية أو قضايا معينة، وأولويات اهتمامات الجماهير أي حجم الاهتمام التي يوليه الجمهور لذات القضية أو القضايا، ولكن هذا الارتباط لا يكشف عن اتجاه العلاقة السببية وتحتاج البرهنة على التأثير السببي إلى التحكم في الترتيب الزمني لاهتمامات الطرفين، فاذا كانت اهتمامات الجمهور تسبق اهتمامات الاعلام فلا يمكن القول بأن أجندة الاعلام تسبب أجندة الجماهير، وقد اهتمت دراسات عديدة بمحاولة الكشف عن اتجاه السببية مثل funkhauser وفيها حاول أن يتعامل مع مشكلات الواقع الخارجي وأثرها على أجندة الجماهير، وانتهى إلى وجود الارتباط ضعيف بين المشكلات والقضايا في الواقع الخارجي وأجندة الجماهير، في حين وجد علاقة ارتباط قوية بين أجندة الاعلام والجماهير.[1]

الأمر الذي لا يختلف عليه اثنان هو أن هناك علاقة تأثير متبادل بين اهتمامات الطرفين (الإعلام والجماهير)، فحراس البوابة في وسائل الاعلام يعملون على إدراك ما يهتم به الجمهور وينعكس هذا في اسقاطهم على أجندة وسائل الاعلام وقد أثبت تبادل التأثير بين اهتمامات الطرفين، وان كان تأثير اهتمامات الجماهير على الاعلام ذا طبيعة تدريجية ويأخذ وقتا طويلا. فهو عملية أكثر من كونه تأثيرا مباشرا.

بينما تؤثر اهتمامات الإعلام على الرأي العام بشكل مباشر وغالبا ما يأخذ التأثير وقتا أقل لينتقل من الإعلام إلى الرأي العام خاصة بالنسبة للقضايا والأحداث الطارئة التي يفتقر الجمهور إلى أي مصادر بديلة

[1] بسيوني إبراهيم حمادة: **دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والراي العام**، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص194-195.

للمعلومات بشأنها، والمفترض كما يرى البعض أن وضع الأجندة يمثل عملية، أي سلسلة من الأحداث والأنشطة التي تقع عبر الزمن، كما أن البحث عن العلاقة السببية بين متغيرات العملية لا يمكن أن يتم عبر فترة زمنية واحدة، ومن هنا برز اتجاه بحثي حديث يدرس أجندة الاعلام والجماهير عبر أكثر من فترة زمنية، بالإضـــافة الى الاعتماد على الأسلوب التجريبي.[1]

2.4 مكونات عملية وضع الاجندة:[2]

تتكون عملية وضـــع الاجندة من ثلاثة مكونات رئيســـية لها تأثير كبير في ترتيب أولويات واهتمامات القضـــايا المطروحة وتتمثل هذه المكونات في:

- **أجندة الجمهور**: وتتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور، وتتغير تباعا لها، وقد بدأ هذا الاتجاه على يد (Maccombs & Show)، وهي تعني أن لوســـائل الاعلام تأثير على أجندة الجمهور من خلال اعتبارات معينة والتأكيد عليها، وتتكون من الأجندة الذاتية، والاجندة الشخصية، والأجندة الخاصة بالمجتمع.
- **أجندة وســـائل الاعلام**: وتتخذ من أولويات قضـــايا وســـائل الاعلام متغيرا تابعا لها، وقد ظهر هذا المجال البحثي مرتبطا بالدراســـات الاجتماعية، وتتكون من أجندة الصـــحف، وأجندة التلفزيون، وأجندة الوســـائل الأخرى.
- **وضع أجندة السياسة العامة**: وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار وأولويات اهتمام صـانعي القرار متغيرا تابعا لها، بينما تمثل اهتمامات وسـائل الإعلام المتغير المسـتقل، وتنشـأ الأجندة عن طريق الحكومة والسياسة، وتشمل (التأييد، والفعل المتوقع، وحرية اتخاذ القرار).

كما تمر عملية وضـــع الأجندة على مجموعة من المراحل تتم من خلالها بناء جدول اعمال ما يطرح في وسائل الاعلام وهذه المراحل تتمثل في:[3]

أولا تلقي الصـــحافة الضـــوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة، وفي المرحلة الثانية تحتاج بعض القضـــايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الانتباه، ثم تضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضفي عليها المعنى

---

[1] نفس المرجع السابق

[2] نسرين محمد عبده حسونة: **نظريات الإعلام والاتصال: نظرية وضع الأجندة، نظرية الإطار الإعلامي**، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص10.

[3] رحاب سليمان: **الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية مفهوم التنمية المتواصلة في مصر–دراسة مضمون والقائم بالاتصال والجمهور**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة القاهرة، مصر، 1998، ص41-42.

ويســـهل فهمها وادراكها، وفي المرحلة الرابعة تســـتخدم اللغة التي يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية، وبعدها تقوم وسائل الاعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يســـهل التعرف عليها على موقع الخريطة الســـياســـية فالناس تحتاج إلى أســـاس لاتخاذ جانب ما من القضية، وفي الأخير وضع الأجندة والذي يتم بسرعة عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

نســـتنتج مما ســـبق أن العلاقة تبادلية بين الصـــحافة المكتوبة وجماهيرها، فقدرة هذه الوســـيلة على تحديد اهتمامات الافراد نحو مختلف القضـــايا العامة التي تطرحها تلخص مدى الدور الفعال التي تقوم به داخل المجتمع، فالصحافة المكتوبة تتأثر باهتمامات جماهيرها وتفضيلاتهم وتأثر كذلك عليهم من خلال ابراز قضايا معينة واهمالها لقضـــايا أخرى وبالتالي تؤثر في أفكار واتجاهات الجماهير وســـلوكياتهم بطريقة غير مباشـــرة من خلال تكرار هذه القضايا.

فهناك ثلاث أجندات، وكل أجندة لها تأثيراتها الخاصـــة بها حيث أن هذه الأجندات تتفاعل فيما بينها لوضـع الأجندة الإعلامية، ونمر تلك العملية بسـت مراحل، والتي تشـير إلى أن عددا من المتغيرات تقوم بدور بارز في وضع الأجندة، مثل: الإطار، والرموز المستخدمة، واختيار الأشخاص الذين يعلقون على القضية، كما اتضح لنا أن هناك عددا من العوامل التي تؤثر في بروز القضـــية محل وضـــع الأجندة مثل اللغة، وطريقة المعالجة، والقوى الفاعلة، بالإضـــافة إلى مجموعة عوامل أخرى تؤثر في وضـــع أجندة الجمهور: وهي نوع القضـــية، واهميتها، والفترة الزمنية، والخصائص الديمغرافية، والاتصال الشخصي، كما يتأثر وضع أجندة وسائل الإعلام بمجموعة من العناصر وهي القائم بالاتصال، والممارسات المهنية الروتينية للعاملين بوسائل الاعلام، والتأثير من داخل المنظمة الإعلامية، وأجندة وسائل الإعلام، وتأثير أجندة وسائل الاعلام في بعضها البعض.

ثانيا: الصحافة المكتوبة واستراتيجيات الإقناع وأولويات الجمهور

تسعى مختلف وسائل الإعلام إلى ترتيب أولويات الجماهير، وذلك حسب الأهداف المنشودة من قبل كل وسيلة، فاختيار الوسيلة لطرح قضايا معينة يعكس مدى أهمية هذه القضايا للوسيلة وبالتالي للجمهور، ويمكن تلخيص هذه العلاقة بين الوسيلة وجمهورها في انه كلما طرحت الوسيلة رسائل ورموز محاولة معرفة رجع الصدى كلما كان التأثير على الجمهور والرأي العام أكبر واوسع، وكلما زادت ثقافة القراء في شتى المجالات كلما كان التفاعل أكبر.

فصناعة الرأي العام يتم من خلال توظيف عوامل الدين والقيم الثقافية والفكرية، فالرأي العام تتم صياغته بحنكة ليبدوا للجمهور تلقائي لأن الجمهور يجب أن يشعر بسيادته في اتخاذ مواقفه وآرائه، فيؤدي كل هذا في النهاية إلى ردود أفعال عامة ومتحكم فيها، صحيح أن الجمهور يؤثر على الوسيلة لكن تأثير الوسيلة يكن أشمل وهذا راجع أنها هي المتحكم الأول في ترتيب ما يطرح من قضايا وسنتطرق لكيفية صناعة الرأي العام من خلال التالي:

1- صناعة الرأي العام وأولويات الجمهور:

تتميز دراسات الجمهور بتركيزها على عامل التأثير الذي يكون من احدى أطراف العملية الاتصالية، ويعمل هذا التأثير على صناعة رأي العام من خلال بحث وسائل الاعلام على اهتمامات الجماهير وتفضيلاتهم نحو القضايا المطروحة.

وساهمت البحوث الإجتماعية بجمع المعطيات عن هذا التأثير وتم التوصل إلى أن الصحافة رغم الضغوط المفروضة عليها والحدود الاجتماعية والسيكولوجية، فإن لها تأثير على الاستعدادات والتصرفات، وبالرغم من عدم وضوح الأدوار بين عناصر العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل) الأمر الذي يجعلها أكثر تعقيدا، فالأفراد لا يستلمون الرسائل بمعزل عن المحيط كما أنهم ينتمون الى جماهير متجانسة، بالإضافة إلى الظروف التي تتم فيها الرسالة كل هذه العوامل تجعل من العملية الاتصالية متعددة الأطراف وتحتاج الى تحليل دقيق للوقوف عند جوانب هذا التأثير بين وسائل الاعلام والميدان السياسي.[1]

[1] زواوي الحاج سعد: **اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة–دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية ورقلة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص 72-ص73.

فوسائل الإعلام ملزمة بضوابط أخلاقية، كتحري الدقة في نقل الأخبار، واحترام الحياة الخاصة وسرية المصادر، مقابل أن تلقى نفس التعامل من تقدير من طرف الفعل الديمقراطي، حيث انتقلت الشرعية التمثيلية السياسية مع الطابع القانوني المؤسساتي إلى الطابع الوظيفي، مما أعطى استقلالية أكثر للجمهور والرأي العام وأصبحت تحتل وضعية حساسة حيث تقع بين تمثيل الرأي العام والفعل السياسي.

وعليه يجب الحفاظ على التوازن بين ثلاث أبعاد الاعلام – الاتصال–التمثيل، بمعنى أن تكون وسائل الإعلام على استعداد دائم لتقديم المعلومة اللازمة للجمهور وترك له المجال للتعبير أو القدرة على التعبير عنه، وهذه الأبعاد تمنح الإعلام السلطة أكبر تم من خلالها التأثير على إدراك الأفراد للموضوع باعتباره الأساس لتكوين اتجاهات الرأي العام، وأخرى ذاتية تتعلق بالفرد ذاته وما يمثله من توتر وانفعال وحاجات واتجاهات وتراكم معرفي وانتماء اجتماعي وديني وطبقي، وبهذا تساهم وسائل الاعلام بصفة أساسية في خلق البناء الفكري الملائم لمختلف الاوضاع أو التي يراد لها أن تسود، وفي ترسيخ الاتجاهات التي تساند النظام السياسي وتعطيه الشرعية.[1]

ولتحقيق الفاعلية اللازمة لتشكيل الوعي العام بالقضايا المعروضة للجمهور ينبغي أن تتيح الفرصة لحرية التعبير والمناقشة الحرة للقضايا والموضوعات التي تهم الجماهير وعدم الحد من تدفق المعلومات وانتشارها، ثم مراعاة الظروف الاجتماعية والثقافية للأفراد اللذين توجه إليهم الرسائل الإعلامية.

ويمكن تحميل الرأي العام الساكن إلى رأي ظاهر أو صريح عن طريق اهتمام الإعلامي بالقضية أو الموضوع وطرحه بدرجة تزيد من إهتمام الأفراد به، حيث تسهم وسائل الإعلام عن طريق تقديم المعلومات والحقائق والبيانات في زيادة معرفة الفراد بمجريات المور مما يساعد على تحقيق المزيد من القدرة لدى الرأي العام على الفهم والحكم الصحيح على القضية أو قضايا موضوع الرأي العام، كما تؤدي الجهود الإعلامية والاتصالية القائمة على أساس الدراسة الفعلية للرأي العام إلى زيادة اهتمام الجماهير المختلفة بالقضايا والموضوعات المثارة من النشاط الإعلامي، هو ما يساعد على تحقيق الاهتمام المستمر للراي العام بهذه القضايا و تكوينه وبلورة الرأي العام القوي والمستنير.[2]

[1] نفس المرجع السابق

[2] كامل خورشيد: **مدخل الى الراي العام**، دط، دار الميسرة، عمان، 2013، ص100.

وهذا الدور الذي يقوم به الإعلام لصـــناعة رأي عام معين وفق ظروف معينة، يأخذ بالاعتبار أولويات الجمهور نحو القضـايا المطروحة بشـكل كبير لأنه لا يمكن لوسـائل الاعلام أن تكون رأي عام دون موافقة الجماهير عليه فبتالي يصعب عليها ارغامه على تقبل هذا الرأي والسير به خاصة في القضايا السياسية.

2- نظريات الإقناع واستراتيجياته في الصحافة المكتوبة:

تسـعى الصـحافة المكتوبة الى إيجاد أسـاليب لتحكم في سـلوكيات قرائها واتجاهاتهم، ومن أهم الأسـاليب أسـلوب الإقناع الذي يعتبر كفيل باسـتمالة الجماهير نحو هدفه، حيث تبرز أهمية الإقناع في مجال الدعاية والاعلان وخاصـة الدعاية التجارية والسـياسـية، فتسـتخدم فيها أسـاليب الاقناعية بصـورة بارزة تسـاعد على تحقيق الغرض المتوخى ، واستمالة الرأي العام نحو فكرة أو هدف معين هو هدف كل قائم بعملية الإقناع، ولذلك ينصب اهتمام القائمين بالإقناع على أفضـــل الســـبل وأقلها كلفة ووقتا وجهد في تغيير اتجاهات الراي العام أو بناء اتجاهات جديدة.

1.2 الاستمالات الاقناعية في الصحافة المكتوبة:

توجد ثلاثة أنواع أســاســية من الاســتمالات المســتخدمة في الرســالة الاقناعية هي الاســتمالات العاطفية، والاستمالات الاقناعية وإستمالات التخويف، فالاستمالات العاطفية: تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسـية والاجتماعية ومخاطبته حواسـه بما يحقق أهداف القائم بالاتصـال، وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي:

اســـتخدام الشـــعارات و الرموز: و تعتمـد على خـاصـــيـة التبســـيط المخـل لعمليـة التفكير over devise simplification واختزال مراحله المختلفة عن طريق اطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، مما يجعل المتلقي ينقل هذه الشـعارات والرموز دون أن يمر بمرحلة التفكير، وتشـير الشـعارات الى العبارات التي يطلقها القائم بالاتصـال لتخلص هدفه في صـيغة واضـحة ومؤثرة بشـكل يسـهل حفضـها وترديدها، وتصـبح مشـحونة بمؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها، وتستخدم الشعارات الكلمات البراقة، woeds glittering التي تحظى باحترام الملتقى دون ان تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي [1].

[1] ذهبية سيدهم: **الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لمضامين الصحية لجريدة الخبر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، 2005، ص 125.

فإن الشعارات لها تأثير كبير في دور القائم بالاتصال فهي تحتوي على معاني يسعى إليها دون توضيحها بشكل دقيق، حيث أنها تشحن الملتقى من الجانب العاطفي وتسيره إلى الهدف الذي يبتغيه القائم بالاتصال، أما الرموز فتشير إلى تنظيم التجارب الإنسانية في مجموعة من الرموز التي تلغى تلقائيا صناعيا التباين الموجود بين الافراد في عالم الواقع، ويصبح التفاهم ممكنا على أساس هذه الرموز العامة التي حلت محل التجارب الفردية وأصبح لها مدلول عام متفق عليه بين افراد الجماعة.[1]

وتمتلك كل حضارة رموزها العامة الأساسية التي تؤسس الخلفية لمدلولات التفكير لكل فرد من افراد الجماعة، وتتخذ الرموز شكل المعتقدات الأساسية المطلقة، ويتم استقاء هذه الرموز من الثقافة السائدة، والتراث الشعبي والقيم الإنسانية، والتراث الديني[2]، ونرى أن الرموز تحمل معنى مغاير للشعارات لكنها تلعب نفس دورها فهي تسعى للتأثير في الفرد ونقل الرسالة بالأهداف الذي يسعى اليها القائم بالاتصال وتأثير يكون من الجانب المعنوي.

استخدام الأساليب اللغوية مثل التشبيه والاستعارة والكتابة، أو الاستفهام الذي يخرج عن كونه استفهاما حقيقيا لي معنى آخر مجازي كسخرية والاستنكار، وكل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب المعنى وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال،[3] وهذا الاستخدام يعتمد على الألفاظ للفت انتباه القارئ، حيث أن الذي يثير في الرسائل الإعلامية والاتصالية هي الألفاظ والأساليب فاختيار اللفظ وكيفية تجسيده داخل الرسالة يلعب دورا كبير في توجيه المتلقي في أي مجال من المواضيع المعالجة وخاصة في الصحافة المكتوبة، التي تعتمد على الإعلام المكتوب والمضامين المكتوبة بشكل كبير.

دلالات الالفاظ: وهي من أساليب تعريف المعنى اعتمادا على الالفاظ المستخدمة ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة او صفة او فعل، تكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تضفي نوعا من الرفض على الإسم أو الفاعل المصاحب لها مثل: استخدام صفات، أو أفعال مثل: ادعى – زعامة – اعترف، وقد تكون إيجابية مثل: المعتدل – النشط، ويلاحظ أن بعض هذه الالفاظ في أصلها اللغوي هي الفاظ محايدة كلفظ (ادعى)، إلا

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 1998، ص188.

[2] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**.

[3] عبد الحليم موسى: **الأساليب الاقناعية في صحافة داعش الالكترونية –دراسة تحليلية لمجلة دابق الالكترونية في الفترة من يوليو 2014 الى يوليو 2017م**، المجلة الدولية لعلوم الاتصال، المجلد1، العدد 4، 2018، ص 13.

أن معيار الحكم ما جرى العرف عليه في اســـتخدام اللفظ، وهو ما يطلق عليه علماء اللغة " الحقيقة العرفية للفظ"[1].

فكذلك يمكننا اســتبدال لفظ بلفظ آخر أو كلمة بكلمة أخرى لها نفس المعنى لكن يمكنها ان تنقل الذهن من مفهوم الى مفهوم آخر لها دلالة عند الجمهور مثل نازي، إرهابي أو قتيل وشهيد فهذه الكلمات تحمل شحنات عاطفية كبيرة تؤدي إلى الادلاء بحكم في شــكل لفظ دون وجود دلالة لصــحته؛ ثم تأتي صــياغة أفعال التفضــيل وذلك لاستخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون التدليل على هذا الترجيح.

أما الاستشـهاد بمصـادر فهي تستغل في ذلك حب التشبه بمن هو أكثر شـهرة أو اعلى سـلطة أو من يحظى بمصـــداقية عالية من جانب المتلقي، ويوجد أســـلوب آخر وهو عرض الرؤى على أنه حقيقة وذلك على رغم من عدم الإتفاق والإجماع عليها مثل: عبارات " لا شك أنه " أو " في الحقيقة".[2]

اســتخدام غريزة القطيع: bandwagon ويقصــد بها اســتغلال الضــغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي إليها ويطلق عليها " ولبون" العدوى النفسـية، أما هذا الاسـتخدام فهو يسـعى للضـغط على الجمهور لتأييد رأي معين في قضية معينة وهذا النوع يسعى دائما إلى اقناع المتلقي بشتى الطرق.[3]

- **الإستمالات العقلانية**: **appeals rational**وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضــادة بعد مناقشــتها وإظهار جوانبها المختلفة[4]، وتســتخدم في ذلك الإســتشــهاد بالمعلومات والاحداث الواقعية، وتقديم الأرقام والإحصاءات، وأيضا بناء النتائج على المقدمات، كذلك تنفيذ جهة النظر الأخرى،[5] وأغلبية هذا النوع من الإستمالات تكون درجة الصحة فيها عالية وذلك باستشهادها بمعلومات واحداث واقعية صحيحة تستطيع من خلالها جذب القارئ وتأييده في الرأي وتوجيهه.
- **اسـتمالات التخويف** من أهم التقنيات المسـتخدمة في المجال الاقناعي، ويشـير إلى إثارة مخاوف أفراد الجمهور من الآثار السـلبية لقضـية ما أو موضـوع معين بهدف تغيير الاتجاه نحوه، وتعد اسـتمالات التخويف رسـالة إقناعيه توضــح الأضــرار الإجتماعية التي تترتب على عدم الإســتجابة لمحاذير الرســالة الاقناعية، والهدف من

[1] نفس المرجع السابق.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **مرجع سبق ذكره**.

[3] نفس المرجع السابق ص 195.

[4] عبد الحليم موسى: **مرجع سبق ذكره**.

[5] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص 126.

استخدام استمالات التخويف ليس مجرد آثار الرعب بين المتلقين، لكن الشرح والتفسير وتقديم الحقائق الموضوعية المقنعة وصولا إلى الاتجاه الإيجابي بالضغط على وتر الخوف كاستجابة انفعالية لما قد يهدد حياة الإنسان، وأمنه وصحته.[1]

كما يشير مصطلح استمالة التخويف إلى مضمون الرسالة الذي يشير إلى نتائج غير مرغوبة التي تترتب على اقتناع المتلقي أو قبوله لتوصيات القائم بالاتصال، وسوف تنشط أمثال تلك الاستمالات درجة معينة من التوتر العاطفي، تزيد أو تقل وفقا لمضمون الرسالة، وكثيرا ما تلجأ وسائل الاعلام الجماهيرية إلى استخدام الوسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل.[2]

وتوجد ثلاثة عوامل تؤثر على شدة الاثارة العاطفية، ومحتوى الاستمالة يجب ان يكون له معنى عند المتلقي حتى يستجيب للهدف منها ويحدث التوتر العاطفي فالناس يميلون الى تجاهل التهديدات حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها وتشير الدراسات السابقة أن الرسائل التي تعمل على اثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زاده مقدار الخوف فيها، ذلك لأن الجمهور الذي ترتفع درجة توتره بالتخويف الشديد – ولا يتم تقليل ذلك الخوف – يميل إلى التقليل من شان التهديد أو أهميته أو قد يلجأ إلى تجنب الرسالة بدلا من أن يتعلم منها أو يبدأ في التفكير في مضمونها[3].

فالمحتوى يركز على إحداث توتر في عاطفة الناس وخصوصا الذين يميلون إلى تجاهل الرسالة، أما مصدر الرسالة إذا نظر المتلقي إلى القائم بالاتصال باعتباره غير ملم بالمعلومات الكافية سوف يرفض توقعاته، وبهذا تفشل الرسالة في اثارة ردود الفعل العاطفية، وإذا شعر أن القائم بالاتصال يبالغ في التخويف، فإنه قد يتجاهل ما يقوله.

فالتعرض السابق للمعلومات يؤدي نوع ما إلى تشكيل عاطفة لدى المتلقي، ذلك لأن عنصر المفاجأة يزيد من درجة الإثارة العاطفية التي تحدثها الانباء السيئة، فإدراك الخطر تدريجيا يقلل الخوف الذي يترتب على المعرفة، في حين ان الإدراك المفاجئ يزيد من درجة الخوف، وأيضا عندما يتعرض المتلقي لرسالة تخويف من قبل ولم يحدث شيء بعدها هنا تنقص الثقة بين القائم بالاتصال والمتلقي فإذا قام بإعداد رسالة أخرى تكون لها علاقة بالقضية الأولى يجد تجاهل واستخفاف من طرف المتلقي.

---

[1] شدوان علي شيبة: **الإعلان المدخل والنظرية**، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص145.

[2] جيهان أحمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الاعلام**، دط، دار الفكر، القاهرة، 1978، ص 465.

[3] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص127

وبالرغم مما تمثله استمالات التخويف من أهمية إلا أنها في المقابل تتسم ببعض السلبيات في بعض الحالات: وخاصة عندما يكون حذر المتلقي غير كاف، وتعجز عن المساس بالتصورات الشخصية للمتلقي، وهنا تسيطر الاتجاهات القائمة بالفعل، وقد يؤدي إلى ازدياد النشاط العقلي للفرد بحيث يضطرب التفكير بدرجة تصيب المتلقي بعدم القدرة على استيعاب المضمون الفعلي للرسالة الاقناعية، وكذلك حدوث تغيرات غير مطلوبة على الاتجاهات، كأن يلجأ المتلقي إلى حلول بديلة لتهدئة التوتر وفي بعض الأحوال تنجح الاستمالة في إثارة التوتر العاطفي لكنها تعجز على تحقيق التغيير المطلوب.[1]

2.2 أساليب الاقناع المستخدمة في الرسالة:

تؤثر أساليب المحتويات الإعلامية بشكل كبير في اقناع بشكل كبير في الإقناع والتعليم وهناك العديد من الإستمالات المستخدمة –كما تطرقنا في العنصر السابق–في هذه المضامين والتي يتحكم فيها العديد من المعايير لاختيار أسلوب معين، أولها وضوح الأهداف مقابل استنتاجات ضمنية حيث تشير نتائج الدراسات السابقة إلى أن الإقناع يكون أكثر فعالية عندما نذكر أهداف الرسالة ونتائجها بوضوح، بدلا من أن نترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه.

فهناك قواعد عامة لإثارة الأهواء والميول، يقول الإمام محمد أبو زهرة رحمه الله: إن طرق الاتصال بقلوب الجمهور من المتلقين كثيرة متشبعة، وكثير من يسلكها بزكاة نفسه، وقوة قريحته وحسن استعداده وصدق إحساسه وقوة فلا يحتاج إلى تبيين مبين، ولا تذكير مذكر، ولكن ذكرها يفيد الشادي، ويجعله على بنية أمره.[2]

فقد وجد الباحثان "هوفلاند" و "ماندل" أن نسبة الافراد الذين غيروا اتجاهاتهم بما يتوافق مع اهداف الرسالة بلغت الضعف حينما قدم المتحدث نتائجه بشكل محدد، وذلك بالمقارنة إلى نسبة الذين غيروا اتجاهاتهم بعد أن تعرضوا لرسالة ترك المتحدث نتائجها ليستخلصها الجمهور، كذلك وجد "**لازرسفيلد**" و"**كاتز**" انه كلما كان الإقتراح الذي يقدمه القائم بالاتصال محددا ازداد احتمال اتباع النصيحة[3].

فعنصر **الوضوح واجب في مضمون** الرسالة الإعلامية فكلما كانت الرسالة واضحة ولا تحتاج لجهد في تفسيرها واستخلاص النتائج أصبحت أكثر إقناعا لدى أنواع معينة من الجماهير خاصة محدودي التعليم، بينما

[1] جيهان أحمد رشتي: **مرجع سبق ذكره**، ص 476.

[2] سهير جاد، تقديم عبد العزيز شرف: **وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي**، دط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص 86.

[3] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص 130.

يمكن أن يؤدي وضوح الرسالة مباشرتها إلى عدم إقناع أنواع أخرى من الجماهير وربما مقاومتها بعض الأحيان، لأنهم قد يشعرون بأنها تستخف بقدراتهم العقلية وقدراتهم العلمية والمعرفية خاصة المتعلمين والمثقفين ثقافة عالية، وغموض الرسالة ووجود أهداف تضمينية فيها.[1]

فالملاحظ أنه كلما زاد ذكاء المتلقي وتعليمه كان من الأفضل ترك الهدف ضمني وإذا كان الموضوع مهما للمتلقي سوف يكون لديه معلومات كثيرة عنه، وسوف يدقق ويتفحص حجج القائم بالاتصال ونتائجه، وبالتالي يصبح تركه ليستخلص النتائج بمعرفته أكثر فعالية. كذلك إذا كان القائم بالاتصال محل شكوك المتلقي، فإن تأثيره سوف يقل اذ قدم الرسالة بشكل محدد، فنستنتج مما سبق أن الرسالة تقدم سلسلة من الحجج المعقدة وغير المألوفة عن الموضوعات الغير شخصية للأفراد الأقل ذكاء، تصبح أكثر فعالية حينما تقدم نتائجها بشكل محدد عما إذا تركت الجمهور يخرج بنتائجه لوحده.

وأيضا هناك عنصر مهم هو **تقديم الرسالة لأدلة وشواهد** حيث يحاول أغلب القائمين بالاتصال أن يدعموا رسائلهم الاقناعية بتقديم أدلة أو عبارات تتضمن إما معلومات واقعية أو آراء منسوبة إلى مصادر أخرى غير القائم بالاتصال، وذلك لإضفاء شرعية على موقف القائم بالاتصال وإظهار أنع يتفق مع موقف الآخرين، فهناك اعتقاد بأن هذه الشرعية تزيد من قدرة القائم بالاتصال على الاقناع، ولكن نتائج الأبحاث العلمية لم تصل إلى نتائج قاطعة في هذا الشأن حتى الأن.[2]

كما تحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، و خاصة تلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للمتلقي ، ويقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع أي دليل ، كما أن تقديم الأدلة يكون وقعه اكبر على الجماهير الذكية ، أي أولئك الذين يتوقعون اثباتا للأفكار المعروضة عليهم ، وأيضا يتوقف تأثير الدليل على ما اذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحا أو غير صحيح ، وعلينا ان ندرك أن الدليل الذي يقدم حقائق غير الدليل الذي يقدم آراء ، فتأثيرهما مختلف، و الواقع ان هذا الاحتمال لم يخضع للدراسة في الأبحاث التي تناولت تأثير الأسانيد على الإقناع، [3]

[1] نزهة حانون: **الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2008، ص44.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **مرجع سبق ذكره**، ص194.

[3] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**.

وأيضا عنصر عرض **جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض** ويقوم هذا الأسلوب على عرض الآراء المتعددة للموضـــوع الواحد والكشـــف عن كافة أوجه النظر المتعلقة به، وعرض الآراء المؤيدة والمعارضـــة للفكرة أو للموضـــوع، وينبثق هذا الأســـلوب على مجموعة من النقاط يمكن الاعتماد عليها في تقديم الرسالة الاقناعية وتتمثل في أن الرسالة التي تعرض جانبا واحدا من الموضوع تكون قادرة على إقناع الأفراد ودفعهم إلى تبني وجهة النظر المعروضة[1].

كما تؤكد "جيهان رشتي " هنا أن **عنصر التعلم مهم جدا بالنسبة للمتلقي** فعندما يكون ذات تعليم بسيط لا يمكن ان يفكك شـفرات الرسـالة فيكون اقل اسـتقطابا للمعلومات و بالتالي يكون التأثير ضـئيلا، لكن الذي يكون ذات معرفة جيدة لا يحس بأن القائم بالاتصـــال يريد التأثير فيه فهو يرى أنه موضـــوع أخذ تفســـير كلى الجانبين ونرى أن القائم بالاتصـــال يكون اكثر تأثير في هذا النوع من المضـــامين، ويكون تقديم جانب واحد للموضـــوع أكثر فعالية حين يحاط الجمهور علما بنية القائم بالاتصـــال في إقناعه، وحين لا يكون مدركا للحجج المضادة، وحين يكون الهدف مجرد احداث تغيير مؤقت في الرأي.[2]

وقد لخص " هوفلاند" و" جانيس" و"كيلى" الفائدة النسـبية لرسـائل التي تعرض جانبا واحد من جوانب الموضوع، وتلك التي تعرض الجانبين حيث أشاروا إلى: " أن عرض جانبي الموضوع – المؤيد والمعارض-يكون أكثر فعالية على المدى الطويل إذا كان العرض من المحتمل ان يتعرض لدعاية مضـــادة، وإذا كان رأي الجمهور لا يتفق أساسا مع رأي القائم بالاتصال ".[3]

أما عنصـر **ترتيب الحجج الاقناعية داخل الرسـالة** نجد ان هذا العنصـر من أكثر العناصـر المهمة عند بناء رسـالة إعلامية فقد ذهبت بعض الدراسـات إلى أن الحجج التي تم في البداية تأثيرها قوي من الحجج التي تقدم في النهاية، بينما أظهرت الدراســـات أخرى عكس ذلك ويرى بعض الباحثين أن تأجيل الحجج الأقوى حتى النهاية أفضل من تقديمها في البداية[4].

عادة ما يشـار إلى الرسـالة التي تحتجز أقوى وأهم الحجج إلى النهاية على أنها تسـتخدم ترتيب الذروة أو تأثير النهاية، أما الرســـالة التي تقدم الحجج الأقوى في البداية فهي تتبع تأثير عكس الذروة أو تأثير البداية، وقد يتوقف

---

[1] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص46.

[2] جيهان أحمد رشتي: **مرجع سبق ذكره**، ص 486.

[3] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**.

[4] محمد برقان: **الخطاب الحجاجي في النص الصحفي**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009، ص 196.

قبول الحجج على تقييم الجمهور للقائم بالاتصال ومدى التزام الجمهور، وأشارت التجارب أنه في بعض الأحوال، يكون تأجيل الحجج الأقوى حتى النهاية أفضل من تقديمها في البداية، فليس هناك قاعدة أو قانون عام لترتيب الحجج في عملية الاقناع، ولكن علينا أن نفهم –على الأقل– الظروف التي يفضل استخدام ترتيب ما بدلا من الآخر.[1]

فإن الحجة التي تقدم أولا يحتمل أن يكون لها تأثيرا أكبر على المتلقي وقد يتوقف قبول الحجج على تقييم الجمهور للقائم بالاتصال ومدى التزام الجمهور، فيمكن أن تكون حجة أقوى من حجة وبالتالي درجة التأثير تكون متفاوتة بينهما، وأشارت التجارب أنه فب بعض الأحوال يكون تأجيل الحجج الأقوى حتى النهاية أفضل من تقديمها في البداية فليس هناك قاعدة أو قانون عام لترتيب الحجج في عملية الاقناع، ولكن علينا ان نفهم على الأقل الظروف التي يفضل فيها استخدام ترتيب ما بدلا من الآخر وذلك من خلال استراتيجيات يقوم برسمها القائم بالاتصال قبل إرسال رسالته.

أما عنصر **استخدام الاتجاهات او الاحتياجات الموجودة لدى الجمهور** يدل على استخدام الاحتياجات كمؤثر على المتلقي لتأثير فيه لاتباع راي معين يكون أكثر فعالية فقائم بالاتصال يلجا إلى هذا العنصر وعندما يكون المتلقي متجاهل لقضية معينة ويستخدم احتياجاته كطعم لتأثير فيه مثل قضية الانتخابات الحزبية والتي تلجا اليها الحملات الانتخابية فيها لتحقيق احتياجات الشعب مقابل الانتخابات وكما هو معروف فإن وسائل الاعلام المدعم الكبير لهذه الحمالات.[2]

وقد تناولت الدراسات هذا الكثير نظرا لأهمية ومقدرته على تغيير اتجاهات الجمهور إلى الموضوع والمواقف الجديدة، حيث يشير علماء الاجتماع والعلاقات العامة والسياسة على أن الأفراد أكثر استعداد للاستماع إلى الرسالة الإعلامية التي تحقق احتياجات قائمة لديه فعلا، عن الرسالة التي تسعى لخلق احتياجات جديدة فكلما كان الراي او السلوك الذي تقترحه الرسالة يبدو للملتقى على انه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، زاد احتمال تحقيقها للتأثير المطلوب[3].

وهناك عنصر **تأثير رأي الأغلبية:** the bandwagon effecيتأثر الاتصال بطبيعة الظروف التي يتلقى فيها الفرد المعلومات، وبشكل عام فإن المعلومات التي تتفق مع الرأي السائد يزيد احتمال تأييد الآخرين

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **مرجع سبق ذكره**، ص196-197.

[2] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**.

[3] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص 50.

لها، في حين أن الرسائل التي تردد رأي الأقلية لا يحتمل أن تجذب المؤيدين، فقد أثبتت دراسات عديدة لأن الجماهير تعتنق بعض الآراء، لأنها تؤمن ببساطة بأن الآراء تتفق مع رأي الأغلبية أو الرأي الشائع.[1]

وجد **"لازرسفيلد"** وزملائه أن نسبة كبيرة من سكان منطقة "إيري" ذكروا أن معرفتهم أن "روزفلت" سوف ينتصر في نتائج الانتخابات الأولية التي سمعوها جعلهم يصوتون في صالحه ، فالمعلومات التي تتفق مع الرأي السائد يزيد من احتمال تأييد الآخرين لها، في حين أن الرسائل التي تردد رأي الأقلية لا يحتما أن تجذب المؤيدين، فكلما بدت المعلومات تتفق مع الرأي السائد ازداد احتمال قبول الفرد لها، فضلا على ذلك نجد أنه كلما بدت الرسالة وكأنها تعكس رأي الخبراء زاد تقبل الجمهور لمضمونها، فالفرد يكون أكثر تقبلا للسلوك أو الرأي باستخدام عبارات "الكل يجمع"، "الكل يرى".[2]

فمن المعروف أن رأي الأغلبية دائما يكون أكثر تأثيرا فيتأثر نجاح الاتصال بطبيعة الظروف التي يتلقى فيها الفرد المعلومات وبشكل عام، فان المعلومات التي تتفق مع الرأي السائد يزيد احتمال تأييد الأخرين لها، في حين أن الرسائل التي تردد رأي الأقلية لا يحتمل أن تجذب المؤيدين.

3.2 استراتيجيات الاقناع:

الطرق الأنجح لتحقيق الاقناع هي اختيار الوسيلة والطريقة فقبل كل شيء يجب معرفة الجمهور المستهدف قبل الاقناع، فالإقناع لا يحدث بشكل عشوائي وهو يتطلب التخطيط والدراسة ولتحقيق ذلك يجب معرفة كل تفاصيل القضية أو الفكرة التي سيقنعون الجمهور بها، ومعرفة الجمهور واحتياجاته ورغباته، وتمكنهم من عدة أساليب يستطيعون من خلالها تقديم أفكار بديلة وخيارات للجمهور، ومعرفة كيفية تنظيم الطرح بما يناسب الموقف والجمهور.[3]

نبدأ باستراتيجية السيكو دينامية the psychodynamic strategy يذهب الكثير من الباحثين إلى أن الرسالة الاقناعية هي تلك التي تتميز بخصائص جديرة بتحويل أو تبديل الوظيفة السيكولوجية للفرد على نحو يجعله يستجيب علنا تجاه المفردة التي تعتبر موضوعا للاتصال الاقناعي، وبالأساليب التي يرغب فيها القائم بالاتصال ويعني ذلك أن هناك افتراضا يشير إلى أن أداة الإقناع إنما تمكن في تعديل البناء السيكولوجي الداخلي

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **مرجع سبق ذكره**، ص197-198.

[2] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص 51.

[3] كيرت دبليو، مورتينسين: **ذكاء الإقناع**، مكتبة جرير، السعودية، ط1، 2011، ص34.

للفرد بحيث تؤدي العلاقة الدينامية السيكولوجية بين العمليات الداخلية الكامنة والسلوك العلني الظاهر إلى أفعال يريدها القائم بالاتصال الاقناعي[1].

حيث تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه من الداخل وتم جمع الافتراضات الأساسية لعلم النفس داخل صيغة (المؤثر، الفرد، الاستجابة) (S.O.R)، وتوضع هذه الصيغة أنه يتم استقبال المؤثرات بواسطة الحواس من العالم الخارجي وأن خصائص الفرد ستشكل نوعية الاستجابة التي ستحدث ومن ثم السلوك الذي سيتبع.[2]

إذا هناك مؤثرات "S" يتحكم فيها مجموعة من المتغيرات الوسيطة أو الطارئة « O » او الفرد في التعبير و هي بناء معقد من مكونات بيولوجية و عاطفية و ادراكية من الشخصية التي تعطى اتجاها الى الاستجابة « r » او سلوك،[3] ومن بين هذه المؤثرات لابد أن تركز استراتيجيات على العوامل العاطفية والادراكية والابتعاد على العوامل الموروثة لأنها هي المسؤولة على انتاج السلوك حول قضية معينة، حيث ان العوامل الادراكية مكتسبة من عملية التنشئة الاجتماعية، فهي أهداف أولى لحملات تحاول الترويج لتعليم جديد بحيث يتم تعديلها بوسائل يرغب فيها رجل الاعلام.

وتأسيسا على ذلك فان المخلوقات البشرية وهي العامل الطارئ أو الفرد، هي تركيب معقد من مكونات بيولوجية وعاطفية وإدراكية من الشخصية التي تعطي اتجاها الى الاستجابة، وهذه النظرية قد تم استنتاجها أساسا من النموذج الأساسي للإدراك الذي تطور في نطاق علم النفس، هذا النموذج كما يقول "ديفلير" و"روكيتش" يعتبر متغيرا من وجهة النظر الأساسية في السلوك الإنساني، ولذلك افترض العلماء أن هناك ألوانا مختلفة من العوامل المؤثرة التي تعمل بين جانبي الحافر والاستجابة عند التعبير عن ذلك.[4] ويشير الرسم التالي لاستراتيجية الاقناع السيكو دينامية:

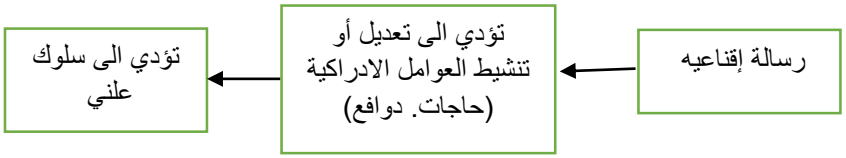
[1] سهير حداد: **وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي**، دط، الهيئة العامة المصرية للكتاب، 2003، ص35.

[2] أديب محمد حضور: **دور الاعلام التربوي في مكافحة المخدرات –دراسة ميدانية–**، دمشق، 1995، ص12.

[3] نفس المرجع السابق.

[4] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص34.

الشكل رقم 01: شكل يوضح الاستراتيجية السيكو ديناميكية



المصدر: ملفين لديفلر، وسائل الاعلام ونظريات التأثير، 1993، ص384.

أما الاستراتيجية الثانية فهي الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية: socilocultural strategy the يقول "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيش" بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه في الداخل، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد.[1]

ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على تأثير القوى الثقافية على السلوك، بينما يؤكد علم السياسة على هياكل الحكم وممارسة السلطة، أما علم الإجتماع فيدرس تأثير التنظيم الاجتماعي على سلوك الجماعة، فكل هذه الأساليب لها مزايا، وكل منها يقدم أساسا شرعيا بطريقة ما للتنبؤ بطبيعة العمل البشري، وعليه فإن ما تتطلبه استراتيجية ثقافية-اجتماعية فعالة هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو متطلبات الثقافية للعمل التي سوف تحكم التنشئة التي يحاول رجل الاعلام أن يحدثها[2].

وقد كان من الصور الكلاسيكية، الإعلان عن السجائر في أعقاب الحرب العالمية الأولى مباشرة، عندما كان التدخين بالنسبة للنساء من الأمور المرفوضة اجتماعيا، وكان تخطيط حملة إعلانية لتشجيع النساء على التدخين مهمة صعبة، إذ كان من الصور الراسخة بين الجمهور على نطاق واسع أن النساء اللاتي يدخن يفقدن قيمهن الأخلاقية، ومع ذلك فقد أدرك المعلنون عن السجائر أن نصف السكان لا يدخنون، وأنهم إذا استطاعوا إعادة تعريف قواعد السلوك لجعل النساء يدخن، فان مبيعاتهم سوف ترتفع ارتفاعا شديدا[3].

ومن ثم فإن إحدى الاستراتيجيات الراسخة، هي تصور التوقعات الإجتماعية للمجموعة التي سيحدث داخلها العمل، مع تقديم تعريفات ثقافية عن أي تصرفات سيكون مناسبا، والمهم من ان تكفل الرسالة ظهور

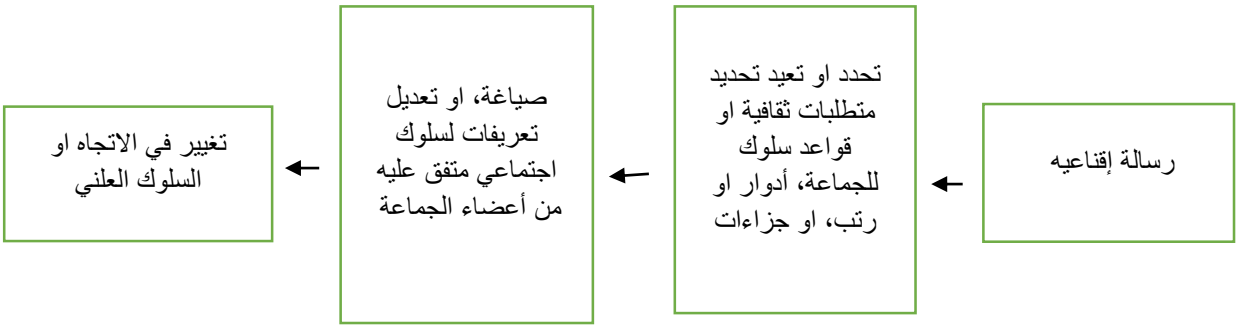
[1] ملفين ل-ديفلير، ساندور ابول روكيش: **وسائل الاعلام ونظريات التأثير**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص386-388.

[2] نفس المرجع السابق.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **مرجع سبق ذكره**، ص205

توافق جماعي في الرأي، أي أن تعريفات المعروضة يجب ان تلقى تأييدها من الجماعة المناسبة، وإن الفشل في ان تحذوا حذوهم سوف يمثل سلوكا شاذا غير مقبول، وتتخذ هذه الإستراتيجية الشكل التالي:

الشكل رقم 02: شكل يمثل الاستراتيجية الثقافية–الاجتماعية للإقناع



المصدر ملفين ديفلير، ساندرا بول، روكيش، ص391

وتستخدم هذه الاستراتيجية لكثرة في الحملات الاعلانية حيث تركز على شخصية بارزة معروفة جماهيرية لإثارة انتباه المتلقي وتبنيه الفكرة مثل إعلانات غسول الشعر الذي يستخدم فيه مشاهير وفنانين ولاعبين كرة مما تؤدي لزيادة استهلاك المنتج.

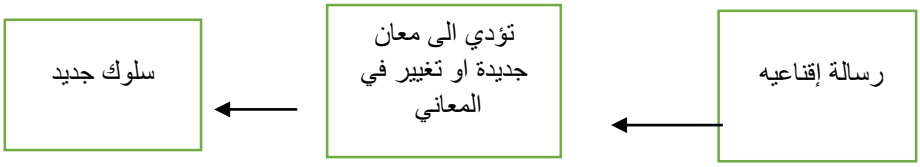
أما الاستراتيجية الثالثة استراتيجية بناء المعنى (الصور الذهنية): the meaning constriction strategy هناك نهج ثالث للإقناع بكلفة التأثير في المعاني، وقد عرفنا أن الرابطة بين المعرفة والسلوك عرفت منذ وقت بعيد إلى المدى الذي يمكن أن يأخذنا إليه التاريخ المسجل فمنذ قرون كانت – المعرفة–أي المعاني يشكلها الأفراد من خلال عمليات تطبيع اجتماعي تقوم على أساس انتقالات شفهية فقط، كان الناس يتعلمون المعاني المقبولة للرموز والأحداث الطبيعية تعقيدات نظامهم الاجتماعي، وقد وسعت الطباعة هذه المعاني إلى حد كبير[1].

ومن ثم فالإنسان يتصرف حيال العالم الخارجي بناء على ما يحمله من معان، وهذه البنية الداخلية تزود الانسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه، ومن ثم فالتصرف إزاءه منبثق من بنيته المعرفية الداخلية، وهذه هي الخلفية التي وظفها علماء الاتصال في تفسيرهم للطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل الاتصال الجماهيرية على السلوك، يرون أن الصحف تشكل للصور في أذهانها وتؤثر في الطرق التي تنصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة

[1] حانون نزهة: **مرجع سبق ذكره**، ص36.

ووسائل الاعلام تنمي معتقداتنا عن العالم الحقيقي وتؤثر في سلوكياتنا وتساعدنا على ترتيب معانيها الداخلية في شكل جدول للموضوعات التي نفكر فيها.[1]

الشكل رقم 03: يمثل استراتيجية بناء المعنى للإقناع



المصدر: مليفين ديفلير، ساندرا بول، روكيش، ص 402 استراتيجيات الإقناع

ومن خلال هذا نلخص أن استراتيجية السيكو دينامية قد ركزت على مجال الإعلامي في الحملات سواء التوعوية والتحسيسية أو الانتخابية السياسية طوال فترة زمنية كبيرة ، حيث أسفرت عليها نتائج إيجابية كبيرة وكذلك استراتيجية الثقافية فهي تتمثل بشعبية كبيرة وخصوصا في البحوث الأكاديمية حيث تعتبر شكل رئيسي من أشكال الاقناع لكنها تحتاج إلى جانب وسائل الاعلام ووسائل الاتصال الشخصي، وأخيرا فعلى الرغم من الجهود الكثيرة التي بذلت لوضع أسس لاستراتيجيات الاقناع إلا أنها غير كافية ولازالت بحاجة للمزيد من الدراسات المعمقة.

3- الصحافة المكتوبة وقادة الرأي وصناعة أولويات الجمهور:

نرى أن القيادة سيمة فطرية يتمتع بها القليل من أفراد المجتمع، فالقادة من أهم مكونات الرأي العام، خاصة وهم ذات مكانة مرموقة وشهرة داخل المجتمع، فمعظم قادة الرأي نجد أن لديهم ثقافة ووعي كبير، أو مكانة سياسية أو اقتصادية عالية، ومن أبرز أدوار هؤلاء القادة هو تشكيل الرأي العام وتوجيهه والتأثير فيه، حيث أن قادة الرأي لديهم تأثير كبير في انتقاء ما يطرح من قضايا في الصحافة المكتوبة وما يجب تسليط الضوء عليه.

وأغلب قادة الراي تسعى لبلوغ هدفها من خلال التحكم في الرأي العام وتحفيز الجماهير على المشاركة في مختلف الفعاليات، ويظهر دور قادة الرأي جليا في المجتمعات العربية وخاصة الجزائر التي تعتبر الصحافة فيها تابعة لسلطة ولا تتمتع بحرية التعبير خاصة في القضايا السياسية.

[1] عامر مصباح: **الاقناع الاجتماعي، خلفية النظرية وآلياته العملية**، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 54-55.

1.3 قادة الرأي (المفهوم والخصائص):

وسنورد بعض التعريفات والخصائص قادة الرأي ومناقشتها بحسب ما وردت في دراسات بعض الباحثين، حيث أشار تشالز رايت بان قادة الراي وهم أولئك الافراد الذين يؤثرون على الآخرين عن طريق الاتصال بهم يوما بعد يوم في الشؤون المتعلقة باتخاذ قرار وتكوين رأي، حيث أن قائد الراي يظهر من خلال البناء الاجتماعي أو الجماعة الأولية للفرد، من خلال الاتصال بهم بشكل دائم ومتاح، غير أنه في تعبير آخر قد استبعد الرؤساء أو أصحاب الجاه والمكانة الرفيعة.

أما روجر فقد اطلق عليهم قادة الفكر وعرفهم بما يأتي (أولئك الأشخاص الذين يسعى إليهم غيرهم في طلب النصيحة للحصول على المعلومات) وقد ركز روجرز على نقطتين أساسيتين فيما يتعلق بنشاط قادة الرأي[1]، أولهما أن قادة الرأي يلتزمون بالمعايير الاجتماعية السائدة في التنظيم والسياق الإجتماعي أكثر مما يفعل الشخص العادي أو التابع، والنقطة الثانية تتعلق بالأساليب الاتصالية لقادة الراي والتي يرى بموجبها "**روجر**" على انها ذات طبيعة متحركة ومنفتحة من ناحية دقة المعلومات ونوعيتها فضلا عن تعزيز هذه المعلومات من مصادر خارجية متعددة وليست اقتصار على قنوات الاتصال الجماهيري.

وعلى الرغم من ان الدراسات المتعددة تؤكد أن قادة الراي يمارسون تأثيرهم في مجال واحد، ومحدد الأبعاد ضمن النطاق والنسق الاجتماعي، فمن خلال رؤية **روجر** إلى مصطلح قادة الرأي نرى أنه لخصها في نقطتين هامتين تمثلتا في الالتزام بالمعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع والتعرف واتقان الأساليب المتبعة لطريقة الاتصال المتبعة من خلال نوعية المعلومات فنرى أن **روجر** قد ركز على ركز على جانبين مهمين تساعد القائد في كسب الثقة جمهوره وتأثير فيه بصورة سلسة دون ان تكون ديكتاتورية.

ولم يقتصر دور نظرية الانتقال عبر مرحلتين على التأثير في أبحاث وسائل الاعلام ودراسة الحملات الإعلامية في الانتخابات فحسب، بل تجاوز ذلك ليؤثر في النظرية الإعلامية بشكل عام [2]، مما أدى الى توجيه انتقادات حادة للنظرية، قادت الى ادخال تعديلات مهمة عليها وخاصة فيما يتعلق بطبيعة قادة الرأي وتأثيرهم، وكذلك مراحل تدفق الاتصال المتعددة التي ظهرت في بداية الستينات على يد الباحثين **روجر وشوميكر** في كتابهما الذي صدر عام 1963 بعنوان "الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر" وهي تعديلات عززت نظرية " انتقال المعلومات على

[1] أرمان وميشال ماتلار: **تاريخ نظريات الاتصال**، ترجمة نصر الدين لعياض وصادق رابح، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 58.

[2] دينيس ماكويل، **الاعلام وتأثيراته**، ترجمة عثمان عربي، دار الشبل، الرياض، 1992، ص 162.

مرحلتين " التي أكدت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام ليس فردا منعزلا و إنما ينتمي بشكل أو بآخر الى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الاعلام[1].

إن قادة الرأي هم أولئك الأشخاص الذين يلجأ إليهم الآخرون طلبا للنصيحة والحصول على المعلومات ويمارسون تأثيرا شخصيا على مجموعة من الأشخاص في قضايا تهمهم ويقومون بدور مزدوج في تسير الاتصال بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين أفراد الجماعات الأولية وبالعكس وهم حلقة الوصل بين جماهيرهم ومتخذي القرارات وصانعي الأفكار ومصادر الآراء حيث يتعاملون مع المعلومات التي يتلقونها من الاعلام على مرحلتين الأولى انتقال المعلومات إلى قادة الرأي وفي الثانية ينقل قادة الرأي هذه المعلومات التي تلقوها إلى الأفراد بعد أن يضيفوا اليها تصورهم الشخصي وآراءهم مرفقة بتحليلاتهم وتفسيراتهم الشخصية لها.

أن قيادة الرأي ظاهرة قديمة كان لها وجودها بين المجتمعات منذ القدم و لكن الجديد فيها هو التقنين العلمي والمعاصر لهذه الظاهرة ودراسة مختلف أبعادها وجوانبها،[2]وقائد الرأي مصطلح يقابله بالإنجليزية " Opinion Leader" وبالفرنسية "Guide D'opinion" حسب خبراء وباحثي الاتصال هو: الفرد الذي يؤثر في المحيطين به بحكم وظيفته ومكانته الاجتماعية، ويتميز قائد الراي العام باهتمامه بوسائل الاعلام ومتابعة لمختلف موضوعاتها،[3]كما عرف لفريت روجرز قائد الراي بأنه ذلك الفرد الذي يبذل جهدا للتأثير على الآخرين، والذي يتلقى منه الآخرون المعلومة والنصيحة.[4]

وهكذا نرى أن قادة الرأي قاموا بشتى الأدوار في شتى المجالات وقد استطاعوا أن يثيروا حروبا ويطفؤوا أخرى ورجال الدين لهم هيئات مختلفة تمثلت في رجال وعلماء الدين من خطباء وأئمة ووعاظ ومشايخ، وهم على رأس القادة خاصة في المجتمعات المتدينة بقوة فالدين أهم عناصر الحياة عند الكثير الأمم فرجل الدين يتمتع بنفوذ كبير وله هيبته وتقديره الإجتماعي وكلمته مسموعة وهو مفتاح العلاقات الاجتماعية والمتمثلين[5].

---

[1] محمد عبد الحميد: **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، دط، دار العالم للكتب، القاهرة، 1998، ص 177.

[2] محي الدين عبد الحليم: **الراي العام في الإسلام**، ط2، دار الفكر العربي، مصر، 1990، ص 258.

[3] محمود إبراقن، **قاموس موسوعي للإعلام والاتصال (فرنسي–عربي)**، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004، ص337.

[4] هويدا عدلي، **قادة الراي، المفهوم والمنهج**، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد التاسع والعشرون، العدد الثاني، القاهرة، 1992، ص57.

[5] طارق ثابت: **قادة الراي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الاعلام الجديدة (شبكة الانترنت انموذجا)**، مجلة العميد، عدد خاص، وهران، 2013، ص211

ولكي يكون قائد ويؤدي دوره بشكل صحيح وفعال يصل إلى قدرة التأثير التي يتوق لها يجب أن تتوفر فيه بعض الصفات والسمات اللازمة والتي قدمها بعض المختصون والمتمثلة في الذكاء والنضوج الفكري والاجتماعي وسعة الأفق، والجاذبية التي تشمل على سماحة الوجه ورقة الحديث وحسن الهندام، كذلك الاتزان النفسي والعاطفي والفكري والقدرة على التعامل مع المواقف المختلفة، والمهارات الاتصالية كمهارة التحدث والكتابة والقراءة والقدرة على الانصات والحصول على المعلومات وفهمها كذلك اختيار أحسن الأساليب وأفضل الطرق لاستمالة الجماهير والتأثير فيها.

ويتميز قادة الفكر عن غيرهم بالدقة والقدرة على استخدام وسائل الاتصال والانفتاح حول العالم ومواكبة كل جديد، والاتصال المباشر والمستمر بالجماهير حتى يتم التفاعل المرجو، والصبر والرحمة وسعة الصدر والتواضع و غيرها من الفضائل التي تكسب ود الجماهير، كما أنه تميز قادة الرأي عن غيرهم أي فيما بينهم في القدرة على التجديد وتقبل الأفكار المستحدثة، والقدرة على التوافق مع النظام الإجتماعي السائد، والقدرة على إعطاء المعلومات، كذلك يعدون مصادر موثوقا بها، وتستخدم جماعات الضغط Pressure Croup أساليب مختلفة لتحقيق أغراضها، ما دامت هذه الجماعات لا تهدف ولا تسعى إلى الوصول إلى السلطة.[1]

ومع هذا فهي تمتلك قدرا من السلطة إذا هي جماعات تتكون داخل الدول، وتكون معبرة عن إرادة إفرادها ولها مصالح سياسية وبعضها قد يكون جماعات مبادئ ولكن غالبية منها جماعات مصالح ولها صفة الدوام وهي على هذا الأساس، وإن كانت لها مصالح مختلفة وإن كانت بعض هذه المصالح سياسية إلا أنها لا تسعى للوصول إلى السلطة ولا تهدف إلى ذلك، وقد عرف البعض جماعة الضغط بأنها منظمة تضم مجموعة من الأفراد يعرف بعضهم البعض الأخر ولا تتدخل في الشؤون السياسية إلا في حدود.[2]

ومن خلال هذا يمكن تعريف قادة الرأي على أنه الرجل الذي من خلال سماته وصفاته في اتخاذ المواقف باستطاعة التأثير على الجامعة وعلى اتجاهاتها ولا يتأثر بها ويمكنه تنظيم أفكارهم وآرائهم وسلوكياتهم ولا ينظر اليه الا بعين قائد، فلا شك بان مفهوم القادة الرأي يقتصر على (النخبة) في مجتمع ما وهي مجموعة غير متجانسة من الافراد او المجموعات التي تنتمي في معظمها لفئات تمثل شخصيات اعتبارية لكل منها مصالح متباينة (سياسيا

[1] نفس المرجع السابق.

[2]- د. الشافعي أبو راس، **التنظيمات السياسية الشعبية**، دط، القاهرة، عالم الكتب 1974، ص 10، 9.

واجتماعيا وثقافيا واقتصـاديا)، وحتى الذين ينتمون الى كل فئة من هذه الفئات فانهم أيضـا يتباينون فيما بينهم في هذه المجالات.[1]

2.3 النظريات المفسرة لقادة الراي:

في بدايات الأربعينيات من القرن الماضـــي بدأ الباحثون في الولايات المتحدة يتحدثون عن التدفق الإعلامي على مرحلتين، حيث تمر الرســـالة الإعلامية قبل وصـــولها إلى أفراد الجمهور على قادة الرأي، ومن قادة الرأي إلى الأفراد العاديين الأقل نشاطا في المجتمع، وقد ظهرت التجارب العلمية التي تم إجراؤها في دراسة "خيار الأمة " عام 1940م ودراسة "التأثير الشخصي " عام 1955 ، أن الاتصال الشخصي اكثر فعالية وتأثيرا من وسائل الاعلام ، وكانت هذه النتائج بمثابة تحول كبير في مستويات تأثير وسائل الاعلام من القوة المحمودية .[2]

وقد مهد هذا التحول في الدراســـات بحوث الاعلام إلى صـــياغة نظرية " انتقال المعلومات على مرحلتين " حيث توصلت الدراسات الخاصة بدور العلاقات الاجتماعية في عملية التأثير الإعلامي إلى أن مثل هذه العلاقات تلعب دورا هاما في تعديل الطريقة التي يتعامل بها الأفراد مع الرسائل الإعلامية[3].

وتبين من خلالها أن أشخاصا كثيرون كان تعرضهم المباشر لوسائل الاعلام محدود وبدأ البحث يصل إلى أن حركة المعلومات تسري عبر مرحلتين أساسيتين، تتمثل الأولى في تعرض بعض الأشخاص لوسائل الاعلام بشكل مباشر، وفي المرحلة الثانية يبدأ نقل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصي إلى أفراد لا يعتمدون على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات قدر اعتمادهم على الآخرين[4].

حيث تمثلت هذه المرحلة بإظهار الجانب الاخر في عملية التأثير بالتركيز على الاتصـــال الشـــخصـــي فقادة الراي تعمل على التأثير على وســـائل الاعلام وتحديد مضـــامينها وبالتالي تلعب دورا كبير في التأثير على المتلقي او الافراد فالمعلومات هنا تنتقل على مرحلتين المرحلة الأولى تكون بواسطة الشخصي والمرحلة الثانية تكون من خلال وسائل الاعلام.

---

[1] على شمدين، **مفهوم قادة الراي ودورهم**، موقع الاتحاد، 2018/10/26، 16.18.

[2] أرمان وميشال ماتلار: **مرجع سبق ذكره**، ص 58-59.

[3] يصرف حاج: **تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي –برنامج المصالح الوطنية كنموذج**-، مذكره لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2007، ص63

[4] نفس المرجع السابق

وقد أفرزت نظرية التأثير على مرحلتين، وما دار حولها من دراسات، تغيرات أساسية، حيث طرحت تصور جديد لعلاقة الفرد بوسائل الاعلام، إلا أنها انساقت بقدر كبير وراء تأثير العلاقات الاجتماعية في الفرد، مقابل تقزيم دور وسائل الاعلام والعوامل الخارجية الأخرى التي قد يلاحظ وجودها عند التأثير، إلى حد أن هذه الأبحاث وقعت في إفراط معاكس لذلك الذي سبق نشر تلك الأبحاث، كما يقول رولن كايرول نقطة أخرى فتحت أبواب النقاش واسعة هي معرفة ما إذا كان قائد الراي يشكل لوحده حلقة وصل بين وسائل الاعلام وباقي الأفراد، أم هناك سلسلة من قادة الرأي؟[1].

فقد لوحظ من خلال الدراسات التي أنجزت في هذا الإطار أنه، في بعض الحالات يلجأ قائد الراي إلى مختصين أو قادة رأي آخرين للأخذ بآرائهم، لذلك اقترح البعض التميز بين قادة الرأي الذين يشكلون حلقة وصل للمعلومات، وأولئك الذين يشكلون حلقة تأثير، كم اقترح توسيع حلقة التأثير على مرحلتين إلى عدة مراحل.

وقد فسرت قيادة الرأي في مجموعة من النظريات تمثلت في نظرية السمات personnel traits theory وأساسها هي السمات والصفات التي يتميز بها القائد وقد حددها مجموعة من الباحثين، حيث أن ستوجديل وقسم هذه السمات الى المقدرة، الإنجاز، المسؤولية، المكانة الاجتماعية، والمشاركة، والقدرة على فهم المواقف، أما جود فيقسمها الى الذكاء، والالمام بأمور العمل، والقدرة على التعبير عن الأفكار والانفتاح العقلي والعاطفي، والدافع الذاتي للعمل والمهارات في التفاعل[2].

ثم تأتي نظرية الموقف situational theory فالموقف يبقى راسخا في ذهن المتلقي لفترات طويلة لذلك ترى هذه النظرية أن نجاح القيادة يرتبط بالموقف الذي تستخدم فيه، أي انه كلما كان الموقف الذي يتطلبه القائد متلائما مع متطلبات حاجات التابعين كلما زادت فرصة نجاح القيادة وتأثيرها ومن ثم بروزها، وتقسم هذه التغيرات إلى نوعين هما تغيرات طبيعية ومستمرة في بيئة العمل نتيجة التطور السريع الحاصل وهذا يتطلب قيادة مواكبة للتغيير لغرض المحافظة على موقع المنظمة التنافسي، والنوع الثاني تغيرات مفاجئة وغير طبيعية تطرأ على المنظمة.[3]

---

[1] يوسف تمار: **مرجع سبق ذكره**، ص83-84

[2] أرمان وميشال ماتلار: **تاريخ نظريات الاتصال**، مرجع سبق ذكره.

[3] فراس حسين علوان: **دور القيادة الموقفية في مراحل إدارة الازمة (دراسة تحليلية لآراء عينة من متخذي القرارات في جامعة تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد-12، العدد 34، 2016، ص73.

وبعدها النظرية التفاعلية theory interactional والتي تقوم هذه النظرية بالدمج بين نظرية الموقف ونظرية السمات حيث ترى انه من خلال تواصل القائد مع المتلقي يجب ان يكون تفاعل بينهم حيث يسعى القائد الى تلبية حاجاتهم واشباعها وحل مشكلاتهم من خلال الصفات التي يتسم بها خلال اتباعه موقف عين، ويشير مصطلح (قائد الرأي) إلى الوسيط الاجتماعي الذي من خلاله تنتقل وتفسر المعلومات ويحمل بالضرورة قدرا من السمات والخصائص التي تجعله ذا قدرة في التأثير في الأفراد، ومنشطا للفعل الاتصالي بنمطية الشخصي والجماهيري.[1]

كما ارتبطت نظرية التفاعلية الرمزية بتحليلات **"باسونز"** الوظيفية، والتي ركزت على عل وحدة الفعل الصغرى أساس الدراسة السوسيولوجية، كذلك ركزت إسهاماته على دور الفاعل وكيفية اختياره للأهداف والوسائل التي بها يسعى لتحقيق هذه الأهداف، أي نحو تحقيق التفاعل والتبادل والاشباع للحاجات الأساسية والتي تتم في نسق من الأدوار والوظائف والتوقعات والرموز والمعاني[2].

[1] أرمان وميشال ماتلار: **مرجع سبق ذكره**.

[2] بن تامي رضا، قادة بن عبد الله نوال: **نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية –قراءة في دور نظرية التفاعلية الرمزية–**، مجلة منيرفا، مجلد04، العدد01، 2017، ص 192.

الفصل الثالث: اتجاهات الصحافة في الجزائر نحو القضايا العامة

أولا: اتجاهات الصحافة الجزائرية

1- الصحافة الرسمية

2- الصحافة الحرة والمستقلة

3- الصحافة الحزبية

ثانيا: استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتغيير اهتمامات القارئ الجزائري نحو القضايا العامة

ثالثا: القضايا العامة في الصحافة الوطنية (المفاهيم والأشكال ....)

من المعروف أن لصحافة المكتوبة دورا هاما في حياة المجتمعات خاصة في وقتنا الحاضر، حيث تشكل وسيلة أساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال الابداع، بهدف توفير مختلف المعلومات والبيانات، فالوظيفة الإخبارية تعتمد على الاخبار كعمود فقري لأي خدمة إعلامية لكن الصحافة المكتوبة تعتمد على الوظيفة الإخبارية والتفسيرية من خلال الشرح والإقناع والتفصيل في القضايا المطروحة، حيث أنها تتميز بقوة تأثيرها على الجماهير باحتلالها الصدارة في المصداقية من وجهة نظر الجمهور، فهي لها أهمية كبيرة في وسائل الاتصال الجماهيري.

كما أنها تتنوع وتختلف في طريقة طرحها حسب اتجاه كل صحيفة فيها، ولها استراتيجياتها الخاصة لتشكيل رأي عام وصناعة قرار نحو القضايا المطروحة، **وفي هذا الفصل سنسعى لتفصيل حول هذه العملية من خلال النقاط التالية:**

أولا: اتجاهات الصحافة الجزائرية من خلال التطرق الى:

1- الصحافة الرسمية
2- الصحافة الحرة والمستقلة
3- الصحافة الحزبية

ثانيا: استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتغيير اهتمامات القارئ الجزائري نحو القضايا لعامة

ثالثا: القضايا العامة (المفاهيم والأشكال ....) في الصحافة الوطنية

أولا: اتجاهات الصحافة الجزائرية

تنوعت اتجاهات الصحافة المكتوبة واختلفت، وقد شهدت منذ الاستعمار تباين بين الظهور والاختفاء ويمكن أن نقسم اتجاهاتها كتالي:

1- الصحافة الرسمية:

أو ما تسمى بالعمومية وهي تلك الصحف التابعة للقطاع العام، وهي تمثل بعض اليوميات أو الاسبوعيات التي كانت تملكها الدولة من قبل، والتي تصدر باللغة العربية أو الفرنسية[1]، وهي التي تنتمي إلى القطاع العام أي التي تتصرف فيها الدولة وتعد من الصحف الموروثة عن عهد الحزب الواحد وهي ثلاثة أنواع، النوع الأول هو صحافة الدولة: وهي الصحف العمومية ممثلة في صحف الشعب والمجاهد والجمهورية النصر، والنوع الثاني هو صحف حزب جبهة التحرير الوطني تمثلها جريدة المجاهد الناطق بالعربية وهي اللسان المركزي للحزب، وأسبوعية الثورة الإفريقية الناطقة باللغة الفرنسية، وآخر نوع هو صحافة المنظمات الجماهيرية التابعة لحزب جبهة التحرير الوطني، مثل الاتحاد العام للنساء الجزائريات، ومجلة الثورة والعمل ومجلة الاتحاد العام للعمال الجزائريين[2].

وهذه الصحف والمجالات المجتمعة تأثرت بشكل كبير في عهد التعددية، حيث هجرها الجزائريون الى الصحف الحزبية الجديدة والصحف المستقلة، كما تدنت مقروئيتها بشكل ملحوظ بعد توجه القراء الى الصحف الجديدة بسبب جرأتها في معالجة موضوعات كانت مثابة المحرمات في عهد الحزب الواحد، وأدى إلى اختفاء بعض العناوين خاصة صحف المنبرية التي تخلى عنها الحزب لاحقا وهجرها صحفيها إلى عناوين أخرى.[3]

كما يوجد هناك جريدة رسمية تصدر كل عام من طرف مصالح الأمانة العامة للحكومة، ويطرح فيها الاتفاقات الدولية والقوانين ومراسيم قرارات وآراء ومقررات ومناشير وإعلانات وبلاغات.

---

[1] بن عيسى يمينة: **الصحافة الفنية الجزائرية–دراسة سوسيولوجية لثلاثة جرائد "مشوار الأسبوع–بانوراما–الشروق العربي"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2003، ص 108

[2] محمد حمدان : **الموسوعة الصحفية العربية للثقافة والتربية وللعلوم**، الجزء الرابع، تونس، 2006، ص 100-101

[3] نفس المرجع السابق، ص 101.

2-الصحافة الحرة والمستقلة:

نشأت الصحافة المستقلة في الجزائر خلال الفترة الاستعمارية، شأنها في ذلك شأن الصحافة الجزائرية عموما، مما جعلها تعيش خاضعة لنظامه، وهو ما يفسر أيضا وصفها بصحافة المقاومة في أغلب الأحيان، فهي كانت تقلق من حيث رسالتها وأهدافها الوجود الفرنسي ومصالحه في الجزائر، سيما بعد أن اتسع نطاق توزيعها ونسبة سحبها، وبذلك فإن ميلاد الصحافة المستقلة في الجزائر ليس وليد مرحلة تعددية وليس مرتبطا بقانون الاعلام لعام 1990.[1]

وفي حقيقة الأمر أعاد الاعتبار للصحافة المستقلة التي كانت موجودة قبل الثورة التحريرية، وتم تجميد نشاطها من قبل الاستعمار نظرا للدور الذي كانت تلعبه في توعية الجزائريين ثم عمدت القوانين الرسمية للدولة الجزائرية والممارسات السلطوية في عهد الاستقلال على تغييبها وتكريس واقع اعلامي آخر، مغاير تماما للواقع الإعلامي في الاستقلال.[2]

ميزت الصحافة الوطنية ظاهرة الإنقطاع والإختفاء والصدور وعدم الانتظار والمصادرة في تلك المرحلة ومنها الصحافة المستقلة، مردها الواقع السياسي الذي فرضه المستعمر، مما جعل هذه الصحافة تعيش في صراع دائم في سبيل الحياة، إذا كانت تعيش في تضييق المستعمر عليها ومن عقبات فنية وإدارية صعبة، تبدأ من رخصة الامتياز التي لا يحصل عليها عادة إلا بعد وقت طويل وصعوبات جمة وتنتهي بقلة وسائل الطباعة وانعدام طرق التوزيع والنشر، مرورا بالنظام الرقابي الاستعماري الغير رسمي والمخالف حتى لقوانين الفرنسية، وهو ما يظهر جليا في قانون حرية الصحافة الصادر في 29 جويلية سنة 1881.[3]

ولم تعرف الجزائر الصحافة المستقلة إلا بعد أكثر من ربع قرن من الاستقلال الوطني، وظهورها على الساحة الإعلامية لم يأت الا بعد التحولات السياسية التي فرضتها أحداث أكتوبر 1988، ونلاحظ أن عدد عناوين الصحافة المستقلة يفوق عدد العناوين التابعة لأحزاب، ويفوق أيضا عدد الجرائد التابعة للقطاع العام، وبعض القراء

[1] عبد الكريم قلاتي: **إشكالية الصحافة المستقلة وحرية التعبير في الجزائر**، المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، العدد 09، ديسمبر 2017، ص 6.

[2] نفس المرجع السابق، ص 6.

[3] صالح بن بوزة: **وسائل الاعلام في الجزائر من الثورة الى الاستقلال**، مجلة الثقافة، وزارة الثقافة، العدد 108، ماي-جوان 1995، ص54.

أو معظمهم يفضلون شراء هذه الصحف المستقلة لكونها حسب وجهة نظرهم أنها تقوم بتحاليل ومعالجة دقيقة للأخبار. [1]

وقد شهدت الساحة الإعلامية الجزائرية حتى 1956 ثلاث أنواع أساسية من الصحف، يندرج فيها تيارين أساسين، أولهما إصلاحي تربوي، وثانيهما سياسي بمختلف تياراته، وهي التي شكلت الصحف الحزبية التابعة لحزب انتصار الحريات الديمقراطية (M.T.L.D) مثل صحيفة المنار، التي استطاع تعكس في أعدادها الواحد والخمسين، تطورات الحياة في الجزائر، مما جعل البعض يعتبرها إرهاصا قويا من إرهاصات الثورة التحريرية، إلى جانب صحف (المغرب العربي) (صوت الجزائر)، (صوت الشعب)[2].

تضاف إلى هذه الصحف المذكورة بإيجاز كبير، قائمة طويلة من الصحف التي أنشأها جزائريون وأشرفوا على تمويلها من مواردهم الخاصة، والتي لقت نفس الانطباع من طرف الجماهير حيث أنها ذاع صيتها في بداية الأمر لكن سرعان ما تم إغفال الحديث عنها لمحدودية صدورها.

2.2 علاقة الصحافة المستقلة بالنظام السياسي في الجزائر:

مثل أكتوبر 1988، التاريخ الذي سمح بإحداث تغيرات جذرية في المجالات الثقافية والاقتصادية والسياسية، وكان أهمها إقرار دستور 1989، والذي فتح المجال أمام التعددية من جديد، بعد هيمنة أحادية لحزب جبهة التحرير الوطني دامت قرابة 30 سنة، وهو ما اعتبر انقلابا على الوضع السابق، وجاءت المادة (39) والمادة (40) لتضع حدا لاحتكار السلطة الممارسة منذ 1962 وفتح المجال للحياة السياسية أمام مختلف التيارات تحقيقا لمبدأ الديمقراطية.[3]

وجاء قانون الإعلام الجديد لسنة 1990 كتتويج لهذا التوجه الديمقراطي وإقرار التعددية الإعلامية وحرية التعبير، فبدأت الصحف المستقلة على إثر هذا التغيير بالظهور وقد سميت منذ ظهورها بالصحف المستقلة بمفهوم الاستقلالية المالية والسياسية عن السلطة الحاكمة، وقد بلغ عددها في النهاية 1990: 9 يوميات، 29 أسبوعية، 31 نصف شهرية و19 دورية باللغة العربية، أما باللغة الفرنسية فبلغت 07 يوميات، 34 أسبوعية، و31 دورية

[1] بن عيسى يمينة: **مرجع سبق ذكره**، ص138.
[2] عبد الكريم قلاتي: **مرجع سبق ذكره**، ص7.
[3] نفس المرجع السابق.

ليشمل بذلك المشهد الإعلامي في مرحلته الأولى من التعددية الإعلامية 160 عنوانا، إلا أنه سرعان ما بدأ هذا العدد بالانخفاض للظروف السياسية والأمنية والاقتصادية وحتى المهنية التي لم تكن تشجع كثيرا استمرارية نشر الصحف في الجزائر.[1]

إذا كانت الصحافة المستقلة قد عرفت في بداية مشوارها التعددي تطورا كميا ملحوظا وازدهارا كبير، عكسته العشرات من العناوين الصحيفة الجديدة التي أثرت السوق الإعلامية الوطنية، إلا أن الوضع الإعلامي سرعان ما بدأ بالتغيير، حيث عمدت السلطة السياسية إلى فرض هيمنتها على الصحافة المستقلة تحت شعار (استرجاع هيبة الدولة) وهو ما يتضح من خلال التعليقات المؤقتة لبعض العناوين والنهائية للبعض الآخر، وقيام عناصر الأمن في كثير من الأحيان باقتحام مؤسسات الصحف واعتقال الصحفيين وتوقيف الصحف بدون أمر قضائي، الى جانب محاولة خنقها اقتصاديا عن طريق إصدار منشورين يقضيان باحتكار الإشهار من طرف المؤسسة الوطنية لنشر والاشهار، وهو ما أثر سلبا على النشاط الإعلامي للصحف المستقلة وانخفاض أعدادها وتقليص نسبة السحب اليومي عن البعض الآخر.

3- الصحافة الحزبية:

إن الصحافة الحزبية من أهم الصحف الجزائرية والتي برزت من خلال ظهور قانون التعددية الحزبية، يسعى كل حزب من خلال صحيفته إيصال أفكاره وآرائه للجمهور حيث يعرفها المعجم الإعلامي **لمحمد منير حجاب** أن:" أنها صحيفة تابعة لحزب معين وتصدر عنه بهدف أنها تكون وسيلة الحزب تربطه بالجمهور وتعمل على التقديم أو الإعلان عن هذا الحزب بتوضيح سياسته وأهدافه، وعرض خدماته، وكذلك نشر أفكاره وتعليم الجماهير روحه، كما أنها تصطنع سياسته، ويظهر هذا في سياستها التحريرية وكذلك تناولها لموضوعات واتجاهات واخبارها وغيرها".[2]

وأيضا يوجد هناك تعريف آخر لها يقوم على أنها "الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة معارضة) تكون لسان حال الحزب تعبر عن فكرة أو اتجاهه، تدافع عن مواقفه وسياسته وتطرح رؤيته الأحداث والقضايا".[3]

---

[1] عبد الكريم قلاتي: **مرجع سبق ذكره**.

[2] محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد 04، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003، ص 15

[3] محمد علم الدين: **اساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون**، دط، مكتبة العربي لنشر والتوزيع، 2009، القاهرة، ص 60.

وأيضا هناك تعريفا آخر لها يتمثل في أنها "الصحف التي تنطق باسم حزب أو جماعة أو دين أو مذهب "[1] وهي أيضا " الصحف التي تعبر عن فكر سياسي معين او اتجاه او مذهب أيديولوجي، وتتحد وظيفة الجريدة الحزبية في الإعلام عن فكر الحزب والدفاع عن مواقفه وسياساته"[2].

وبما أن لهذه الصحف سياسة تحريرية خاصة بها تميزها عن غيرها والتي تظهر من خلال معالجتها لشتى المواضيع فبناء على السياسة التحريرية لصحيفة الحزبية ومن ميزاتها "كون مواضيعها ذات طابع لا تخرج كسير عن الحزب للقضايا المحلية والدولية، أيضا يمكن أن تبين المضامين التي تحولها من الناحية الإعلامية العلاقة الانفتاحية أو الانقباضية بين الحزب السياسي والسلطة السياسية وهو ما تبرؤه فئات الاتجاه.[3]

ويرى "كولين سمون" لديها مجموعة من الوظائف الخاصة بها حيث أن الصحافة المطبوعة الحزبية أداة مساندة للأحزاب السياسة في نظم مختلفة وفي مراحل مختلفة خصوصا من عملية التنمية السياسية، ويشير إلى أن هناك إرتباطا وثيقا بين الصحافة هذه والأحزاب السياسية والصحافة الحزبية كوسيلة اتصال مع الجماهير لها دور في تسهيل قيام الأحزاب السياسة حسب "بولpool thiede eola " وهي تسير للقيادة السياسية ممارسة مهامها من خلال نشر عدد من الرسائل ذات الاهتمام الواسع ومناقشة البدائل الملائمة لحل القضايا،[4] وتتمثل هذه الوظائف فيإعلاء قيمة التعددية وتأكيد احترام الرأي الآخر سواء في تعامل الأحزاب مع السلطة السياسية ، أو القوى السياسية الأخرى، أو مع الجماهير أو مع قيادتها أو أعضائها، وتهيئة المناخ لممارسة تعددية فعلية، ولمشاركة سياسة حقيقية غير وهمية أو مضللة، وتنمية الشعور بالثقة المتبادل بين المواطنين والأحزاب والإسهام في تنشيط العضوية بالأحزاب، كذلك ترشيد الممارسات الحزبية من خلال مراقبة تصرفات الأحزاب وتصويب سلبياتها.[5]

وقد كان ظهور الصحافة الحزبية في الجزائر قبل الاستقلال والتي تميزت تلك الفترة بتعدد الاتجاهات والآراء مما أدى الى ظهور العديد من الأحزاب بافكار متناقضة وأخرى متشابهة اتجاه الثورة التحريرية.

---

[1] كمال قبيل: **فن تحرير الصحفي في الصحافة الحزبية**، دراسة مقارنة للصحف الحزبية المصرية في الفترة 1977، 1987، مذكرة لنيل شهادة الماجستير الاعلام والدولة، ط1، بيروت، ص 312.

[2] فاروق أبو زيد: مدخل **الى علم الصحافة**، دط، عالم الكتب، 1986، القاهرة، ص 179.

[3] أية رور وليام ترجمة موسى الكيلاني: **الصحافة العربية الاعلام الاخباري وعجلة السياسة في الوطن العربي**، دط، مركز الكتاب الأردني، 1989، الأردن، ص 42.

[4] محمد سعيد إبراهيم: **الاعلام التنموي والتعددية الحزبية**، ج1، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 259.

[5] نفس المرجع السابق، ص 260.

ثانيا: استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتغيير اهتمامات القارئ الجزائري نحو القضايا العامة

هناك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام ودورها في صنع القرار وحجم ذلك الدور وصعوباته، حيث أن الإعلام وخاصة الصحافة المكتوبة هي لغة الحوار بين الشعوب، فهي تمثل حلقة وصل بين الجماهير ومتخذي القرارات أو قادة الراي، فتصبح هدفها إيصال انشغالات الافراد نحو القضايا العامة لسلطة وقادة الراي، واسترجاع ردود افعالهم حول هذا، ومن أبرز الأمثلة على ذلك حراك فيفري 2019 الذي لعبت فيه الصحافة دورا كبيرا حول هذه القضية واعتبرت همزة وصل بين الشارع الجزائري والنظام السابق.

فالصحافة المكتوبة تسعى جاهدة من أجل إحداث تغييرات في المجتمع بطريقة تضمن حقوق جميع الأطراف، كما أنها تعاني بتبعيتها للسلطة في بعض الأحيان، فكلما مورست الديمقراطية إزداد الاعتماد على وسائل الاعلام، وكلما قلت الديمقراطية قل ذلك.

1- تأثير الصحافة المكتوبة في عملية صنع القرار لدى الجمهور:

1.1 مفهوم عملية صنع القرار:

إن صنع القرار هو سلسلة الاستجابات الفردية أو الجماعية التي تنتهي باختيار البديل الأنسب في مواجهة موقف معين طومسون وتودين أنه "إن كان الاختيار بين البدائل يبدوا نهاية المطاف في صنع القرارات إلا أن مفهوم القرار ليس مقتصرا على الاختيار النهائي بل أنه يرجع إلى الأنشطة التي تؤدي إلى ذلك الاختيار"[1].

ويرى بعض المفكرين أن صنع القرار أساس الإدارة، بل قلب الإدارة ولذلك ينبغي ألا ينظر إلى القرار أنه مجرد إجراء شكلي لبث في الأمور أو الحسم المشاكل أو أنه وسيلة للاختيار بين الحلول المختلفة فحسب[2]، فصنع القرار هو العملية التي ينتج عنها اختيار لبديل بين مجموعة من البدائل التي تم تحديدها في إطار اجتماعي بهدف التأثير في المستقبل كما يراه صانعو القرار، وتنطوي هذه العملية على مجموعة القواعد والأساليب التي يستعملها المشاركون في هيكل اتخاذ القرار، لتفضيل اختيار معين أو اختيارات معينة لحل مشكلة معينة[3].

---

[1] أحمد إبراهيم أحمد: **الإدارة المدرسية**، ط1 دار الفكر العربي، مصر، 2003، ص131.

[2] كمال درويش وآخرون: **الإدارة الرياضة الأسس والتطبيقات**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص317.

[3] بسيوني إبراهيم حمادة: **مرجع سبق ذكره** ص231.

ويرى أن عملية صنع القرار هي عملية واعية وإنسانية تشمل على نشاط سلوكي لاختيار واحد من بين بديل أو أكثر بقصد التحرك في اتجاه قضية مرغوب فيها.[1]

وتمر عملية صنع القرار بمراحل مختلفة تمثلت في سبعة مراحل المرحلة الأولى هي تحديد المشكلة أو تعريف الموقف، وهي انحراف وعدم توازن بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وهي أول خطوة من خطوات صنع القرار وأخطرها لأن عدم التحديد الدقيق للمشكلة قد يؤدي إلى ضياع الوقت والجهد (لاسيما في ظل القرارات التي تعالج أوضاع حرجة ومتأزمة) في مشكلات فرعية لذلك فإن التحديد الدقيق للموقف يعد أساس فاعلية القرار[2].

وتهدف استراتيجية الصحافة المكتوبة في هذه المرحلة إلى تقديم المعلومات المؤثرة في خلق الإحساس بأن ثمة تغيرا محتملا في البيئة في المستقبل القريب كما تهدف إلى التأثير في الأهمية النسبية لبعض جوانب التغير في البيئة[3]، أما المرحلة الثانية هي جمع البيانات والمعلومات ذات صلة بالمشكلة محل القرار، حيث أن اتخاذ القرار الفعال يعتمد على قدرة صانع القرار في الحصول على أكبر قدر ممكن من البيانات الدقيقة والمعلومات المحايدة والملائمة زمنيا من مصادرها المختلفة ومن ثم تحديد أحسن الطرق للحصول عليها ثم يقوم بتحليلها تحليلا دقيقا[4].

في هذه المرحلة تهدف استراتيجية الصحافة المكتوبة إلى الربط بين البديل المرغوب وأفضل النتائج المتوقعة من طريق التأثير في حجم ونوع المعلومات الخاصة بهذا البديل والبدائل المنافسة[5].

وتحديد المشكلة يستلزم البحث عن العامل الاستراتيجي المحدد للموقف والذي إذا أمكن السيطرة عليه بالوقت المناسب حلت المشكلة، وهو ما يتطلب جمع البيانات والمعلومات اللازمة التي هي عبارة عن المعطيات والأرقام والصور المرتبطة بالعالم الواقعي كما يعقل فيه من أحداث.

أما المرحلة ثالثة تمثلت في تحديد الهدف هو وضع معين يقترن بوجود رغبة مؤكدة لتحقيقه عبر تخصيص ذلك القدر الضروري من الجهد والإمكانيات اللازمة للانتقال بهذا الوضع من مرحلة التصور النظري إلى مرحلة الوجود

---

[1] منى محمد الهادي: **استراتيجيات صنع القرارات**، دط، دار النهضة، القاهرة، 1999، ص6.

[2] حمدي مصطفى المعاز: **وظائف الإدارة**، دط، دار النهضة العربية، القاهرة، 1984، ص161.

[3] بسيوني إبراهيم حمادة: **دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، 1993، ص 134-135.

[4] عبد الله رابح سرير: **عملية صنع القرار تطبيقاته في الإدارة العامة بالجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، الجزائر، 2006 ص77.

[5] منذر صالح جاسم الزبيدي: **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، دار حامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص127.

أو التحقيق المادي[1]. والمرحلة الرابعة هي تحديد وتطوير البدائل، حيث بعد الإنتهاء من التوصـــل إلى البدائل المختلفة للحل يتم عرضـها على متخذ القرار مع بيان نقاط القوة والضـعف والتكلفة المادية لكل حل ويقوم القائد بدراســـة البدائل المختلفة لحل المشـــكلة واختيار أفضـــلها بناء على الإمكانيات المتاحة والقيود التي قد لا يراها الباحثين وتسـمى عملية الاختيار بين البدائل (القرار) ويمكن للرئيس أو القائد أن يرفض جميع البدائل المطروحة وفي هذه الحالة يجب أن يوضـح لمرؤوسيه الأسباب التي يبني عليها قراره حتى لا يصـيبهم الإحباط، وتكون لديهم قناعة بتنفيذ القرار ولكن لا يعتبر حتمي في بعض المواقف التي تحتاج إلى القرار السريع والحاسم.[2]

وتهدف اســـتراتيجية الصـــحافة المكتوبة في هذه المرحلة الى تقديم المعلومات البدائل المختلفة للتأثر في القرار بشـكل مباشـر والتكتيك المسـتخدم هنا هو تقليص البدائل المنافسـة من ثم فان مصـادر المعلومات تلجأ الى تقليل عدد البدائل المتاحة أمام صـانع القرار بمجرد ضـمان أن البديل المرغوب تم تقديمه أما التكتيك الثاني هنا فهو عقد المفارقات بين البديل المرغوب والبدائل المنافسة بشكل يبرز تفوق البديل المرغوب.[3]

وعملية تحديد البدائل تقتضـــي وجود خيارين أو أكثر لحل المشـــكلة، ويشـــترط في البدائل أن تمتاز بأن تكون لها القدرة على حل المشكلة وأن تكون في حدود الإمكانيات والموارد المتاحة.

أما المرحلة تقييم البدائل وتتضـمن اختيار ذهنيا لكل بديل من حيث مزاياه وعيوبه والتكاليف والنتائج المرتبة على تطبيقه واحتمالات نجاحه بالمقارنة مع البدائل الأخرى عبر تحديد قيمة كل بديل كما ونوعا، والمرحلة السادسة اختيار البديل الأنسب وهذه المرحلة هي لب عملية صنع القرار وجوهرها وتعني ذهاب متخذ القرار إلى إجراء عملية المفاضلة بين بديلين على الأقل يتمتعان بقيمة متشابهة ويختار من بينها الأكثر قدرة على إنجاز الهدف المطلوب بأقل خسارة ممكنة.[4]

[1] إسماعيل صبري مقلد: **العلاقات السياسية الدولية دراسة نظرية الأصول والنظريات**، جامعة الكويت، 1981، ص88.

[2] جان غيتون، ترجمة أكرم ديري: **الفكر والحرب**، دط، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1980، ص52.

[3] منذر صالح جاسم الزبيدي: **مرجع سبق ذكره**، ص127.

[4] حامد أحمد رمضان: **الإدارة الاستراتيجية**، دط، دار النهضة العربية، ط1، 1993، ص123.

وهذا يتطلب أن يكون بين يدي صانع القرار كامل المعلومات الواضحة والدقيقة والمتبلورة وان يكون صانع القرار على درجة عالية من الذكاء والدراية ليؤدي دورا مركزيا في اختيار البديل الأنسب ومراعاة ردود الفعل المتوقعة وحساب عوامل المخاطرة والموارد والوقت...الخ.

وفي المرحلة الأخيرة تنفيذ القرار وتقييمه حيث بعد التوصل إلى الحل الملائم، والقابل لتطبيق فإنه يتم تطبيق وتنفيذ القرار في المجال المتصل بالمشكلة يجب على متخذ القرار اختيار الوقت المناسب لإعلان القرار حتى يؤدي القرار أحسن النتائج وعندما يطبق القرار المتخذ وتظهر صانع القرار تقييم هذه النتائج ليرى درجة فاعليتها، وعملية المتابعة تنمي متخذ القرارات أو مساعديهم القدرة على تحري الدقة والواقعية في التحليل أثناء عملية التنفيذ، يضاف الى ذلك ان عملية المتابعة لتنفيذ القرار تساعد على تنمية روح المسؤولية لدى المرؤوسين وحثهم على المشاركة في اتخاذ القرار، كما أن المشاركة في القرارات تساعد على تحسين نوعية القرار المتخذ وجعله أكثر ثباتا.[1]

وتعمل استراتيجية الصحافة المكتوبة في هذه المرحلة في ضوء فهم أسلوب صانع القرار في معالجة المعلومات وطريقة اختيار البديل النهائي، وعندئذ يمكن تقديم المعلومات المتفقة معا في الاتجاه المؤثر في صنع القرار، أما إذا كان أسلوب صنع القرار غير معروف فان استراتيجية الصحافة هنا تقترح البديل الأنسب وتقدم المعلومات الأكثر ملائمة لهذا البديل[2].

2.1 مفاهيم ووظائف الصحافة في عملية صنع القرار:

فيما يلي سنتناول دور الصحافة وغيرها من وسائل الاتصال في عملية صنع القرار وفق ثلاث مراحل: الأولى هي مرحلة ما قبل القرار، والثانية هي مرحلة صنع القرار وتشغيل المعلومات واختيار البديل أو القرار النهائي "عملية التحويل"، والثالثة هي مرحلة ما بعد القرار.

لا يرى للصحافة دور مؤثر في عملية صنع القرار، ووفقا لهذا المفهوم يمثل الاتصال مجرد أمر ثانوي عارض incidental في عملية معقدة وواسعة، في إطار هذا المفهوم، يمثل الاتصال أهمية فقط عندما تظهر سلبيات القرار وعندما تبدو أخطاء التطبيق. عندئذ تركز الانتقادات على نقض المعلومات أو عدم دقتها أو عدم وجود اتساق بين عناصر السياسة العامة أو عدم ملاءمتها الواقع الذي تخدمه وغيرها من الانتقادات المشابهة، وكلها

[1] خطاب محمد عبد المنعم: **عمليات اتخاذ القرار**، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1998، ص 38-39.

[2] بسيوني إبراهيم حمادة: **مرجع سبق ذكره**، ص 135.

ذات طبيعة اتصـــالية، تعني أن ثمة خللا في العملية، وبالطبع فإن هذا الخلل راجع غلى عدم إدراك وفهم الوظيفة الحقيقية للاتصال في عملية صنع القرار.[1]

ولعل معظم مشـاكل السـياسـات والقرارات التي تتخذ وتطبق في البلدان النامية تعود إلى عدم التنسـيق بين الجهات المختلفة المعنية بالقضية موضع القرار أو السياسة، حيث يؤدي ذلك إلى تخبط سياسات وقرارات الجهات المختلفة المعنية بمواجهة قضية معينة، وفي حقيقة الأمر، فإن غياب التنسيق بين سياسات الجهات المختلفة ليس إلا مشـكلة اتصـالية في المقام الأول، فليس هناك توازن بين تدفق المعلومات والجماهير أو بين وحدات صـناع القرار ووحدات المجتمعية المختلفة.

وتقوم الصـحافة بتغذية عملية صـنع القرار بتيار مسـتمر من المعلومات تمثل المدخلات الأسـاسـية للعملية، وذلك عن طريق توجيه الاهتمام بشـكل انتقائي إلى جانب معينة في البيئة، وحينما تقوم بوسـائل الاتصـال بهذه الوظيفة، فهي لا تعمل – وحسـب–كقناة لعرض المطالب على صـانعي القرار، ولكنها تسـتثير وترشـح وتبنى مدخلات عملية صنع القرار، وهنا تجدر الإشارة إلى دور الاتصال الجماهيري في بناء أجندة المجتمع؛ أي أولويات الاهتمامات السائدة لدى أفراد المجتمع، وكذلك أجندة صانعي القرار، أي أولويات اهتمامات صانعي القرار[2].

ووفقا لتراث العلمي حول نظرية الأجندة نرى أنها قمت على فكرة جوهرية فحواها هو وجود علاقة ارتباطية بين أجندة وسـائل الاعلام والاتصـال وأجندة الجمهور، حيث تعمل وسـائل الاعلام على وضـع أولويات القضـايا لدى الجمهور مرتبة وفقا لدرجة أهميتها في وسائل الاتصال.

اعتمادا على هذا المفهوم، فإن صنع القرار والسياسة العامة تمثل عملية مستمرة من الاتصال والتغذية الراجعة، وتتوقف ديناميكية هذه العملية على القدرات الاتصـالية، حيث أن العملية ليسـت فقط مجرد تلخيص لتفضـيلات الأفراد ولكنها عملية تعديل مسـتمر للصـور الذهنية، كما أن المخرجات ليسـت موحدة أو مجزأة، وكأنها متعددة الأبعاد ومستمرة كالعملية ذاتها.

بناء على ما سبق، فإن التحكم في مراكز الاتصـال الرئيسـة يُعَدّ أحد ركائز أو مصـادر القوة السـياسـية تماماً مثل ملكية الثروة، أو السيطرة على حق اتخاذ القرار، ولذا نجد أن الاتصال السياسي يؤثر في القوة السياسية بطريق مباشر من خلال التحكم في المراكز الاتصال، أو مصادر المعلومات وبطريق غير مباشر من خلال ما يحدثه من أثر في الفكر والقيم وضوابط السلوك أو النظم في المجتمع.

[1] غازي فيصل: **التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث**، دار الحكمة، بغداد، 1993، ص 156-157.

[2] نفس المرجع السابق.

ثالثا: القضايا العامة في الصحافة الوطنية (المفاهيم والأشكال ....)

إن مصطلح القضايا العامة يطلق على مختلف المواضيع المطروحة من خلال وسائل الاعلام في شتى المجالات (السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والاجتماعية و غيرها) ونجد أن اكثر القضايا تداولا في سائل الاعلام هي القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية باعتبارها هي الأكثر تأثيرا في المتلقي حيث أنها تمسه من الناحية الإنسانية والاجتماعية فالفرد دائما يسعى إلى العيش في حياة تنعزل عنها المشاكل وصعوبة المعيشة حيث أن المجال السياسي تابع للمجال الاجتماعي وأكثر تأثيرا فيه فأي تغيير يطرأ على الأول يغير في الثاني.

1- بعض أشكال ومفاهيم القضايا العامة:

تتعدد أشكال القضايا العامة وتتفرع في وسائل الاعلام، وخاصة الصحافة المكتوبة حيث تكون هناك درجة اهتمام بارزة لمجموعة من القضايا من طرف وسائل الاعلام وجماهيرها، وتتنوع هذه القضايا حسب الظروف التي تعيشها البلاد، فمثلا القضايا الاجتماعية تشمل المشاكل الاجتماعية والصراع الاجتماعي والمعاناة الإجتماعية ...وغيرها، والقضايا الإقتصادية تشمل المواضيع الإقتصادية والوضع الراهن لاقتصاد البلاد..، وهكذا فكل نوع من القضايا يحمل في طاياته سماته الخاصة به، وتختلف درجة الاهتمام من نوع إلى آخر، ومن هذا المنطلق نذكر بعض أشكال القضايا العامة في الصحافة الجزائرية المكتوبة:

أ- **القضايا الاجتماعية:** وهذا النوع من القضايا نجده بارزا في وسائل الاعلام بصورة كبيره، لأنه محل اهتمام الجماهير فسواء كان قارئ أو متفرج أو مستمع، تثيره القضايا الاجتماعية، ويحاول أن يحيط بكل جوانبها، ومن بين هذه القضايا نذكر:

- **قضية الهجرة غير الشرعية:** تعد الهجرة السرية أو غير قانونية أو غير نظامية ظاهرة عالمية موجودة في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي أو في الدول النامية بآسيا كدول الخليج ودول المشرق العربي، وفي أمريكا اللاتينية حيث أصبحت بعض الدول كالأرجنتين وفنزويلا والمكسيك تشكل قبلة لمهاجرين قادمين من دول مجاورة، وفي افريقيا حيث الحدود الموروثة عن الاستعمار لا تشكل بالنسبة للقبائل المجاورة حواجز عازلة وخاصة في بعض الدول مثل ساحل العاج أفريقيا الجنوبية ونيجيريا.[1]

[1] سامي محمود وآخرون: **أوبا والهجرة غير المنظمة في مصر بين المسؤولية والواجب**، مركز الأرض لحقوق الانسان، سلسلة حقوق اقتصادية واجتماعية، القاهرة، 2009، ص7

تشتهر الهجرة غير الشرعية في أوساط المجتمع المغاربي عموما والجزائري خصوصا بمصطلح "الحرقة"، والحراقة هم الذين يهاجرون سرا، وتعبير الحراقة يعني أولئك الذين يحرقون ماضيهم، ويتسللون في ظلام الليل باتجاه حلم لا يعرفون حقيقته، يتجمع الحراقة في أماكن قريبة من البحر بانتظار إشارة من أصحاب القوارب الذين بدورهم ينتظرون سكون وهدوء البحر لينطلقوا بقواربهم خاصة في الليالي، فقد قبضت عليهم الشرطة الاسبانية، سيعادون من حيث جاءوا، وهم سيعيدون المحاولة، وهذا جزء من الاتفاق مع الرجال المافيا، حيث يتعهدون بنقلهم إلى الشاطئ الاسباني لمرتين أو ثلاثة.[1]

- **قضية السكن**: للسكن أهمية كبيرة تتجلى من خلال مفهومه الواسع ومن خلاله دوره الكبير سواء على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، وحتى السياسي وهذا ما سنحاول طرحه فيما يلي:

إن المفهوم البسيط للمسكن بعيدا كل البعد عن المفهوم الحقيقي والشامل له، إن مفهوم السكن الذي يتطلع إليه الإنسان حتى يعيش فيه بكل راحة واستقرار، هو ذلك الحيز المكاني الذي يتجسد من خلال الخدمات المساعدة والتسهيلات التي يقدمها المجتمع للفرد، باعتباره كائن بسعة الى تحقيق المزيد من الرفاهية في جميع مجالات الحياة.

وفي هذا الصدد يرى المفكر نفيت آدم من خلال كتابه "المشكل الاقتصادي للسكن" على أن السكن عبارة عن حق وإحدى عناصر مستوى المعيشة شأنه شأن الغذاء وجميع متطلبات الحياة، ومما تجدر الإشارة إليه أن للسكن خاصية مزدوجة، حيث أنه يمثل استثمار مكلف وفي نفس الوقت سلعة استهلاكية دائمة.[2]

وباعتبار أن الطلب على السكن في تزايد مستمر بسبب ازدياد عدد السكان وكذا هجرتهم المتواصلة نحو المدن من جهة ومن جهة أخرى ندرة أو نقص مواد البناء وعدم كفايتها، مما أدى ارتفاع تكلفتها.

ب- القضايا السياسية: من أبرز القضايا التي نالت الاهتمام الكبير في الآونة الأخيرة هي:

- **قضية الانتخابات**: هو الاجراء الذي بمقتضاه يقوم أفراد الشعب الذين تتوافر لديهم الشروط التي حددها الدستور والقانون في كل دولة تبعا لطرقها الخاصة والاتجاهات الدستورية السياسية السائدة فيها باختيار ممثلين عنهم، ممن تكون أعمالهم وتصرفاتهم وأهدافهم متوافقة مع رغبات الشعب، حيث يباشر هؤلاء النواب السلطة العامة نيابة عنهم، كما يرى البعض أن الانتخابات يتضمن معنيين الأول وهو التصويت

[1] http://www.aljazeera.net,in 08/10/2019, 18 :27

[2] Jeanpeythieu, **le financement de la construction de logement**, **édition sirey**, paris, France, 1991, p4.

أو الاختيار فالشعب بالانتخاب يختار شخصا أو حزبا أو ساسة، والثاني هو التفويض، فعن طريق الانتخاب يفوض الشعب نوابه سلطاته اليسارية ويترتب على هذا التفويض عدة تفويضات.[1]

- **قضايا الفساد:** إنه من الصعب إيجاد تعريف واحد لمفهوم الفساد، حيث تتباين وجهات النظر بين الأكاديميين وأهل الاختصاص وغيرهم فمنهم من ذهب إلى ربط مضمون الفساد بالبعد الحضاري وما فيه من قيم وتقاليد ومعتقدات ونظم سياسية ودينية وبيئية اخرى...، ولم يتم لحد الآن وضع تعريف شامل محدد لظاهرة الفساد[2].

ولذا نجد لها عشرات التعاريف، حيث أن لها عدة أشكال وتصنيفات أهمها: العمولات وهي ما يطلبه أو يرفضه الموظف المسؤول لتسهيل عقد صفقة أو الحصول على استثمار أو منافع، كذلك الرشوة وتعرض عادة من قبل المستفيد على الموظف المسؤول لتسهيل عقد صفقة، والاختلاس وهو سرقة مبالغ معينة من المال العام عن طريق الغش والخداع[3] وهذا الشكل ينطبق على قضايا الفساد التي ظهرت في الجزائر بعد الحراك الشعبي من طرف رموز النظام السابق وبعض رجال الاعمال وهناك اشكال أخرى عديدة ومختلفة لظاهرة الفساد.

- **قضية الحراك السياسي:** المعروف بالحراك الشعبي السياسي وهو مجموعة احتجاجات جماهيرية اندلعت في 22 فيفري 2019 في كامل التراب الجزائري للمطالبة في بادي الأمر بعدم ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لفترة رئاسية خامسة، وذلك بعدما دعاه الى الترشح الأحزاب الموالاة وحزب جبهة التحرير الوطني حين كان يرأسها ولد عباس- الحزب الحاكم في البلاد- للمشاركة في السباق الانتخابي ثم أعلنت العديد من الأحزاب والنقابات دعمها لإعادة انتخاب بوتفليقة رغم حالته الصحية المتدهورة، منذ أصيب بسكتة دماغية عام 2013، ونتج عن ذلك الاحتجاز عدد من رجال الأعمال الأثرياء ومنع آخرون من رجال السلطة في عهد بوتفليقة من السفر.[4]
- **قضية المظاهرات السلمية:** وقد تشكل هذا الحراك في حركات احتجاجية أو ما تعرف بالمظاهرات والتي كانت سلمية بعيدة كل البعد عن التعنيف، وتعرف هذه المظاهرات بأنها الجهود المنظمة التي يبذلها مجموعة من المواطنين بهدف تغيير الأوضاع، أو السياسات، وهي أيضا جهود منظمة يبذلها عدد من

---

[1] فضيل دليو وآخرون: **الاتصال السياسي في الجزائر**، مخبر علم الاجتماع والتنمية، قسنطينة، 2010، ص50

[2] قسمية منوبية، بركات نوال: **تناول الصحافة المكتوبة لظاهرة الفساد، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، العدد الأول، الوادي، 2013، ص118-119

[3] .نفس المرجع السابق.

[4] www.wikibidia.org , 06/10/2019, 23 :41.

الناس المؤثرين تهدف الى تغيير جانب أساسي في المجتمع، كما أنها ليست نشاطا عفويا، بل تتميز بالتنظيم والاستدامة لذلك يعرفها بعض الباحثين الى تمييزها من ظاهرة الحشد والسلوك الجمعي، فالأولى هادفة ومنظمة، بينما الثانية ارتجالي وغير محدد الأهداف.[1]

ت- القضايا الاقتصادية:

نجد أن هذا النوع من القضايا يقل الاهتمام به نوعا ما مقارنة مع القضايا السابقة، وهذا راجع بصورة كبيره لعدم ثقافة المتلقي في هذا المجال خصوصا عند وجود أزمة اقتصادية فأغلبية الجماهير لا تقدر مدى عمق هذه الازمة، لكن هذا لا يعني أنه لا يوجد من يهتم وبدرجة كبيرة لهذا النوع من القضايا، ومن أشكاله نذكر:

- **قضية عجز الخزينة:** لم يجمع الاقتصاديون حول مفهوم معين كإجماعهم على مفهوم العجز الموازي، وذلك بالرغم من تعدد الزوايا التي ينظر منها إليه، فهناك من يعرفه شمولا على أنه عدم توازن الإنفاق العمومي من الإيرادات العامة، وهناك من ينظر إليه على أنه الحالة التي تكون فيها نفقات الدولة أكبر من إيراداتها، أو الحالة التي تسجل فيها إيرادات الدولة قصورا عن سداد نفقاتها المقدرة.[2]
- **قضية قانون المالية:** ويعرف أيضا باسم (الموازنة المالية العامة)، وهو مجموعة الطرق التي تساهم في تحقيق التوازن المالي في النظام الاقتصادي عن طريق وضع تقديرات حسابية للنتائج التي يتم التوصل اليها خلال السنة المالية الواحدة، ويعتمد على القيام بمجموعة من المهام التالية:
  - يطبق كافة المهام المحاسبية، للقيود المالية التي تم إعدادها مسبقا.
  - يحلل الجداول المالية، للحصول على خلاصة لها تحتوي على الإيرادات، والمصاريف التي حدثت خلال الفترة المالية.
  - يساعد في المقارنة بين الخطط المعدة مسبقا، والتطبيق الواقعي لها، مما يساهم في الوصول لإعداد القوائم المحاسبية بنتائج متوازنة.[3]
- **قضية سوق العملة:** وهو الفضاء الافتراضي الذي يتم فيه تبادل العملة، ويعرف بسعر الصرف والمثل في سعر الوحدة من النقد الأجنبي مقدار بوحدات العملة الوطنية، أما الدكتور فليح حسن خلف فيعرفه على أنه السعر الذي يتم بموجبه تحويل العملة المحلية الى عملة الأجنبية، ويقول بسام الحجار أنه سعر الوحدة

[1] الطاهر سعود، عبد الحليم مهروباشة: **المدينة الجزائرية والحراك الاحتجاجي مقاربة سوسيولوجية**، مجلة عمران، العدد 18، 2016، ص97-98.

[2] زهير بن دعاس، **قراءة في تطور الموازي وأساليب تمويله في الجزائر**، مجلة الآفاق العلمية، المجلد 11، العدد 02، 2019، ص 319.

[3] www.mawdoo3.com ,07/10/2019 ,19 :03

من النقد الأجنبي مقدار بوحدات من العملة الوطنية، ويطلق اسم سعر الصرف على النسبة التي تتم على أساسها مبادلة النقد الوطني بالنقد الأجنبي.[1]

سعر الصرف هو عملة بعملة أخرى أو هو نسبة مبادلة عمليتين تعتبر سلعة والعملة الأخرى تعتبر ثمنا لها، وهذه القضية اهتمت به الصحافة الوطنية المكتوبة بشكل ملحوظ خصوصا عند اجراء قانون المالية لعام 2019.[2]

ث- **القضايا الثقافية:** وهذا النوع من القضايا جوهره زيادة ثقافة المتلقي بمعلومات جديدة حول ما يحتاجه في الحياة وما يتصادم به من ناحية الصحة والدين والطبيعة وغيرها ومن بين اشكال هذا النوع نذكر:

- **مواضيع المنتوج الثقافي الجزائري:** يتسع مفهوم المنتج ليشمل أيضا الثقافة، وذلك لما تحمله من مواصفات تؤهلها أن تكون كذلك، فما تمت البرهنة عليه سابقا ينطبق أيضا على المنتج الثقافي مع قليل من الخصوصية، فالأشياء التي يتم عرضها في السوق، وكذا الأمور التي ذكرها كولتر، ينبغي أن تكون ذات طابع ثقافي، كالأنشطة الثقافية، الممتلكات الثقافية، الأحداث الثقافية،...الخ، وتأخذ المنتجات الثقافية إذن أشكالا متعددة، منها المنتجات المادية، والمنتجات الخدماتية الغير مادية، إضافة إلى العديد من المنتجات التي حددها كولتر في تعريفه، كأن يتم تأجير مؤقت لفضاء ثقافي لصالح أحد الخواص للقيام بمعرضه الاقتصادي.[3]

ج-**قضايا الجيش والأمن:** يعد موضوع علاقة الجيش بالسلطة السياسية في العالم الثالث عامة، وفي افريقيا والعالم العربي خاصة، من المواضيع التي تطرح نقاشات نظرية كبيرة، وقد حظيت بدراسات عديدة حاولت تفسير أسبابها ونتائجها، ويظهر ذلك جليا على المستوى الواقعي أيضا في بروز النخبة العسكرية التي قادت ثورات التحرير ضد المستعمر الأجنبي، واكتسبت شرعية الحكم فيما بعد، وهو ما اصطدم بالمشروع السياسي المدني وبناء الدولة المدنية وطموحات النخب العسكرية وتكوينها[4]، وعند الحديث عن الجزائر، فإن هذا الموضوع لقي اهتماما أكاديميا خاصة بعد الأزمة السياسية والأمنية التي شهدتها البلاد مع إلغاء

---

[1] محمد عيسى عبد الله، موسى إبراهيم: **العلاقات الاقتصادية الدولية**، ط1، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، لبنان، 1998، ص121.

[2] مجدي محمود شهاب وسوزي عدلي ناشد: **أسس العلاقات الاقتصادية الدولية**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006، ص 129.

[3] بن عدة حاج محمد، عمارة كحلي: **أهمية المنتج الثقافي في تدعيم الصناعية الثقافية**، مجلة جماليات، العدد 04، 2017، ص 143-144.

[4] فوزية قاسي، عربي بومدين: **العلاقة بين الجيش والسلطة السياسية في الجزائر: بين حكم الواقع وتحديات نزع الطابع العسكري**، مجلة سياسات عربية، العدد 19، 2016، ص 55.

المسار الانتخابي سنة 1991، وكذلك بعد الحراك الشعبي لفيفري 2019 فقد أظهر الجيش مكانته بشكل واضح وجلي في الدولة.

ح-القضية الفلسطينية: تعتبر القضية الفلسطينية منذ نشأتها قضية العرب المركزية، ولم تخل قمة عربية من بيانات تخصها، وان كانت بيانات هزيلة لا تتناسب وأهميتها، مع ذلك فإن هذه البيانات كانت أفضل بكثير من المواقف العربية في الوقت الراهن، فمنذ انطلاق الحراكات العربية من تونس في أواخر عام 2010، لم تعد القضية الفلسطينية قضية مركزية للعرب كما كانت، ولم يعد العرب يولونها أدنى نصيب من الاهتمام، بعدما انشغلوا عنها بمشاكلهم الداخلية القطرية[1].

نستخلص من هذا الفصل أن لصحافة المكتوبة تلعب دورا كبيرا في المجتمع الجزائري، حيث تسعى الى تلبية حاجاته ورغباته المختلفة، وذلك من خلال طرحها لمختلف الموضوعات والاتجاهات ورؤى، وخاصة بعد التعددية الحزبية التي أعطت نقطة بداية لانطلاق مختلف التوجهات الصحافة المكتوبة منذ حقبة الاستعمار إلى غاية يومنا هذا.

كما أنها تلعب دورا في عملية صنع القرار في مختلف المجالات وخاصة المجال السياسي، وتأثيرها المتميز على الراي العام، حيث أن صنع القرار تمر بعدة مراحل متسلسلة مع بعضها البعض لتأثير على القارئ، وتتمثل هذه المراحل في مرحلة تحديد المشكلة ثم مرحلة جمع البيانات، وبعدها مرحلة تحديد الهدف ثم مرحلة تحديد وتطوير البدائل، ثم مرحلة تقيم لهذه البدائل بعدها مرحلة اختيار البديل الأنسب، وفي الأخير مرحلة تنفيذ القرار.

كما أن الصحافة المكتوبة اعتمدت على تنويع قضاياها ومواضيعها المطروحة ومن أبرز القضايا التي تكون أساسية في أجندة الصحافة المكتوبة هي القضايا السياسية والقضايا الاجتماعية والقضايا الاقتصادية والقضايا الثقافية، حيث تختلف هذه القضايا عن بعضها البعض فلكل قضية تأثيرها الخاص على المتلقي، لكنها في كثير من الأحيان نجدها مترابطة وتؤثر في بعضها البعض من خلال الظروف والأسباب والآثار والنتائج.

[1] أسامة محمد أبو نحل: **مستقبل القضية الفلسطينية في ظل المتغيرات الفلسطينية والعربية الراهنة**، ورقة مقدمة الى مؤتمر (فلسطين الى أين؟)، جامعة الأزهر، غزة، 2017، ص02.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

أولا: المعالجة الإعلامية للقضايا العامة في جريدة الخبر

ثانيا: أولويات الجمهور نحو القضايا العامة في جريدة الخبر

ثالثا: المقارنة بين أولويات جريدة الخبر وأولويات الجمهور نحو القضايا العامة

رابعا: النتائج العامة لدراسة

أولا: المعالجة الإعلامية للقضايا العامة في جريدة الخبر

1- تشخيص صحيفة الدراسة

2- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في جريدة الخبر اليومية

3- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في جريدة الخبر اليومية

1- تشخيص صحيفة الدراسة

تعد جريدة "**الخبر**" أول جريدة عربية خاصة، حيث ظهرت في المرحلة الرابعة من مراحل تطور الصحافة الجزائرية المكتوبة، وبالضبط في 1 نوفمبر 1990، استطاعت أن تتحول خلال عشر سنوات تقريبا إلى الجريدة الأولى للقارئ الجزائري، حيث تجاوز سحبها منذ أواخر1998، 400.000 نسخة يومية وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى في الرواج ليس على المستوى الجزائري فحسب، وإنما أصبحت من الجرائد الأولى على المستوى المغاربي والعربي[1].

وقد عرفت "**الخبر**" بعد عام من انطلاقتها عجزا كبيرا في التسيير، ما أجبر طاقم الصحيفة على عقد جمعية طارئة لإعادة انتخاب مجلس إدارة جديدة ورئيس مدير عام جديد هو السيد "**محمد سلامي**" الأمر الذي أعطى دفعا جديدا ل "**الخبر**" سواء في التوزيع أو على مستوى التسيير الإداري والمالي، وكانت صحيفة "الخبر" تتعامل في توزيعهما مع الشركة الوطنية لتوزيع الصحافة ENAMEP[2].

وقد تميزت جريدة "**الخبر**" في بدايات ظهورها بنظام الحجم الكبير، وذلك إلى غاية جانفي 1992 لتتحول بعد ذلك إلى الصدور بحجم التابلويد، وهي تعد أول صحيفة تعتمد على نظام الماكنتوش والإعلام الآلي، والشيء البارز الذي يميز-ربما جريدة الخبر على نظيرتها من الجرائد الأخرى هو غياب ما يعرف بالافتتاحية، ويرجع هذا حسب السيد رئيس التحرير إلى طبيعة تركيبة صحفي الجريدة الذين تم اختيارهم وفق معايير مهنية، وليس على أساس توجهات سياسية أو حزبية[3].

وحاليا صحيفة "**الخبر**" هي شركة تابعة لمجموعة "**الخبر**" التي تضم بالإضافة إليها كل من:

- الخبر الأسبوعي.
- الخبر للإشهار.

---

[1] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص142.

[2] نوال وسار: **المعالجة الإعلامية للجريمة غير المنظمة في الصحافة المكتوبة الجزائرية الخاصة دراسة وصفية تحليلية لصحيفة "الخبر" اليومية الفترة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2010م**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص170.

[3] زواوي سمير: **إشكالية المقروئية في جريدة الخبر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008، ص224.

- الخبر لتوزيع الصحافة KDP.
- الخبر للدراسات الدولية CIER.
- الجزائر للطباعة وتوزيع الصحافة ALDP.
- شركة الطباعة بالشرق SIMPREL.
- شركة الطباعة بالغرب ENIMPOR.

- أما قسم الإشهار الذي كان فرعا من شركة "**الخبر**" فقد انفصل عنها قبل بداية 2006.[1]

وتعتبر جريدة "**الخبر**" الأولى مقروئية في الوطن، لذلك فهي تحتل الزيادة في قوة وكمية السحب التي بلغت أزيد من 450 ألف نسخة يوميا سنة 2001، وقد وصلت سنة 2000 إلى 500 ألف نسخة[2]، وقد غيرت نقرها الذي كان بدار الصحافة "**طاهر جاووت**" بساحة أول ماي لتنتقل إلى المقر الجديد الكائن بحيدرة ابتداء من 21 أفريل 2006م وهو مقر فخم يتوفر على أحدث الإمكانيات وما ميزه هو المكتبة التي تم تجهيزها بمختلف المراجع لتقديم أكبر خدمة للمترددين على الصحيفة[3].

[1] نوال وسار: **مرجع سبق ذكره**، ص172-173.

[2] زواوي سمير: **مرجع سبق ذكره**، ص225.

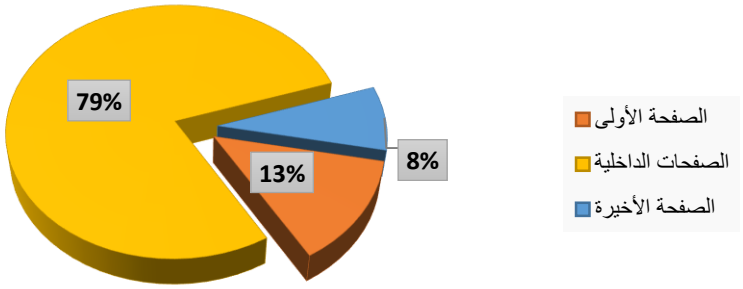
[3] نوال وسار: **مرجع سبق ذكره**، ص170.

1- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في جريدة الخبر

الجدول رقم (02) يبين موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر:

الموقع	التكرار	النسبة
الصفحة الأولى	152	%13.12
الصفحات الداخلية	893	%77.11
الصفحة الأخيرة	113	%9.75
المجموع	1158	%100

شكل رقم 04 يبين موقع القضايا العامة في جريدة الخبر



يكشف الجدول أعلاه عن موقع مواد التحليل في صحيفة الخبر عينة الدراسة في الفترة الممتدة بين ديسمبر 2019 إلى فيفري 2020 والتي تمركزت في الصفحات الداخلية بنسبة 77.11 % علما أن نسبة منها قد تمت الإشارة إليها في الصفحة الأولى كما ظهرت نسبة 13.12 % من مواد التحليل في الصفحة الأولى أما الصفحة الأخيرة فقد حظيت بنسبة 9.75% فقط.

وهذا ما يفسر لجوء الصحيفة إلى الإشارة للمواضيع في الصفحة الأولى، أما تتمة المواضيع فتكون في الصفحات الداخلية، كما تعمد الصحيفة إلى تنويع القضايا المطروحة في الصفحة الأولى إلى مواضيع سياسية واقتصادية واجتماعية

وثقافية، بالإضافة إلى أن المواضيع السياسية والاجتماعية تتطلب حيزا مكانيا واسعا ما يجعل الصفحات الأولى والأخيرة غير كافية لذلك وهو ما يفسر ارتفاع نسبة ظهور أغلبيتها في الصفحات الداخلية أما القضايا الاقتصادية والثقافية فقد خصصت صحيفة الدراسة صفحات خاصة بهذا النوع من القضايا وهي ضمن الصفحات الداخلية.

كما أن النتائج تفسر أن توزيع الصحيفة للأخبار على الصفحات ليست عملية اعتباطية فهو يخضع للعديد من الاعتبارات بعضها متعلق بالمؤسسة والآخر بالمضمون والجمهور مع مراعاة العوامل النفسية، التنظيمية، الصحفية، والفنية.

ورغم قلة أهمية الصفحات الداخلية مقارنة بالصفحة الأولى إلا أنها تكسب قيمتها باحتوائها مواضيع عامة تمت الإشارة إليها في الصفحة، حيث انه عندما يتصل العنوان الرئيسي في الصفحة الأولى وبالخط العريض فانه يعبر عن السبق الإخباري، إذ يكون في الصفحة الأولى أكثر إبراز من خبر ينشر في الصفحات الأولى بنفس المعايير، فرغم قلة النسبة التي حظيت بها الصفحة الأولى إلا أن الإشارة إلى قضية فيها يعطيها قدر كبير من الإثارة.

وحتى تأخذ المواضيع العامة قدرا وافرا من لفت الانتباه رغم أهميتها فقد تدعم بألوان مختلفة في معالجتها وتأطير مغاير مما يعطي للقضية إثارة أكبر واستقطاب أكثر للقراء.

واتفقت مع هذه الدراسة [1]دراسة "**ذهبية سيدهم**" التي توصلت إلى نفس النتيجة أن معظم المواد تنشر في الصفحات الوسطى، وكذلك [2]دراسة "**نوال وسار**" التي توصلت على أن مواضيع الجريمة قد نشرت في صفحات خاصة في جريدة الخبر المتواجدة في الصفحات الداخلية، وهذا ما يدل على ان صحيفة الخبر تقدم للمواضيع المهمة في اجندتها صفحات خاصة لمعالجتها ومناقشتها بكل حذافيرها وزواياها.

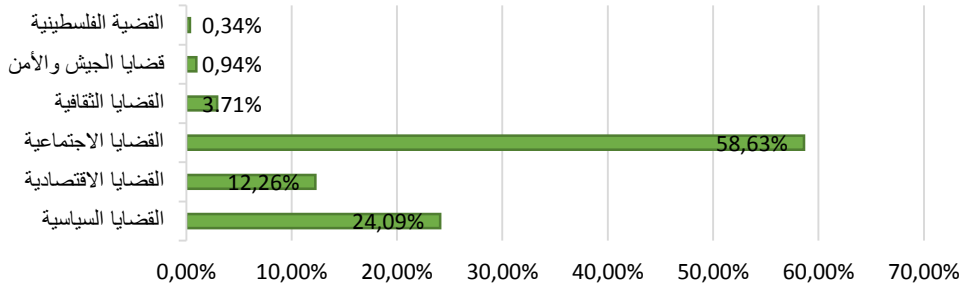
[1] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص170.

[2] نوال وسار: **مرجع سبق ذكره**، ص187.

الجدول رقم (03) يبين مدى تكرار القضايا العامة في جريدة الخبر

القضايا العامة	التكرار	النسبة
القضايا السياسية	279	%24.09
القضايا الاقتصادية	142	%12.26
القضايا الاجتماعية	679	%58.63
القضايا الثقافية	43	%3.71
قضايا الجيش والامن	11	%0.94
القضية الفلسطينية	04	%0.34
المجموع	1158	%100

شكل رقم 05 يوضح تكرار القضايا العامة في جريدة الخبر



يبرز هذا الجدول مضمون المادة التحريرية التي صدرت بإعداد صحيفة الخبر محل الدراسة وهي تشكل تكرارات فئة القضـــايا المطروحة والتي برزت من خلال المادة التحريرية، وقد احتلت القضـــايا الاجتماعية المرتبة الأولى بنســـبة 58.63 % ثم تليها القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 24.09 % وبعدها القضايا الاقتصادية بنسبة 12.26% وفي المرتبة الرابعة القضـايا الثقافية بنسـبة 3.71 %، أما قضـايا الجيش والأمن والقضـية الفلسـطينية فقد احتلتا المراتب الأخيرة بنسبة 0.94 % و0.34 % على التوالي.

عند النظر إلى نتائج التحليل نجد أن صحيفة الدراسة اهتمت بالقضايا الاجتماعية بالدرجة الأولى وهذا راجع إلى أنها تعد أهم القضـــايا التي تجذب انتباه القارئ حولها ومعرفة ماذا يجري في المجتمع من مســـتجدات وأحداث، كما أن القارئ دائما يميل إلى الجانب الاجتماعي بصفة كبيرة.

في حين أن اهتمام صحيفة الدراسة بالقضايا السياسية كان بارزا حيث طرحت هذه المواضيع بمختلف أنواعها، وقوالبها الفنية من أخبار وتصـــريحات وتحقيقات وغيرها، والتي حظيت باهتمام من طرف الجماهير القراء، واتســـمت بالحساسية والأهمية الكبيرة لدى الرأي العام، إذ يمكن القول إن القضايا السياسية تعتبر الوسيط بين الصحيفة وجمهورها وقد اعتمدت صحيفة الدراسة على هذا النوع من القضايا بشكل كبير وهذا ما وضحته لنا الدراسة من خلال الجدول أعلاه، وقد اتفقت دراسة[1] « **Nicole Napolitano** » مع هذه الفكرة حيث اعتبرت أن القضايا السياسية لها تأثير بالغ على الاتصال السياسي بين السلطة والشعب حيث يقوم رجال السياسة باتباع استراتيجيات متنوعة في معالجة القضايا البارزة في الساحة من أجل نشر سياسات جديدة مقنعة للجمهور، وبالتالي يصبح دور وسائل الاعلام كوسيلة اتصال بين السياسة العامة والشعب حسب منظور هذه الدراسة.

في حين أن دراسة "Mathieu Arsenault"[2] ترى أن حارس البوابة في وسائل الاعلام يعمل دور الوسيط لوضع جدول أعمال القضايا المطروحة، حيث أنه يستطيع التأثير في السلطة الحاكمة بقدر ما يؤثر على الجمهور، حيث تعمل وسائل الاعلام على اختيار ما يستحق تغطيته إعلاميا واستبعاد ما هو غير مستحب بالنسبة لها، وبالتالي تساهم في تحديد نطاق الرؤية أو بمعنى آخر تعمل على تحديد اهتمامات الجماهير.

أما بالنسبة للقضايا الاقتصادية فقد كان الاهتمام بها من طرف صحيفة الخبر محتشما نوعا ما، بإظهار عناوين مباشرة في الشؤون الاقتصادية والتجارية والشؤون المالية، ومتابعة التطورات الاقتصادية والمالية، وقد خصصت صحيفة الدراسة صفحات خاصة لشرح الأسباب لهذه المواضيع واقتراح حلول لها ومعالجة المشكلات الاقتصادية بأطروحات ورؤى جديدة.

---

[1] Nicole Napolitano, **Selling National Security: journalism, Political Actors, and The Marketing Of Counterterrorism policy**, A dissertation submitted to the graduate Faculty in Criminal justice in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy, University of New York, 2016, p3.

[2] Mathieu Arsenault, **Repeenser l'agenda-setting a l'ére des médias socio numériques, étude de cas sur twitter**, Mémoire présenté comme exigence partielle de la mairies en communication, université du Québec à Montréal, 2015, p21-22.

وفي المرتبة الرابعة كانت من نصيب القضايا الثقافية، التي قدرت نسبتها ب 3.71 % و هي نسبة ضعيفة مقارنة مع القضايا السابقة إلا أن صحافة المكتوبة تعتبر من أهم الوسائل الجماهيرية للتثقيف والتي لا يستطيع القراء الاستغناء عنها ، و كما يقول الدكتور "**عبد اللطيف حمزة**" : " أنها خبر الرأي العام فهي اقدر وسيلة من وسائل الإعلام على مناقشة الآراء و المسائل العامة لكل مجتمع فهي في ذاتها صناعة وتجارة ورسالة، لأنها أداة هامة في بناء المجتمعات و مقياس لحضارة الأمم و هي في الوقت نفسه مسؤولة عن تثقيف الجماهير و عن الأخلاق العامة للمواطنين و هي قادرة على تحقيق ذلك "[1] وقد أكدت جل انشغالات صحيفة الدراسة على قيمة الثقافة و دورها في تنمية المجتمع و تطويره في جميع المجالات.

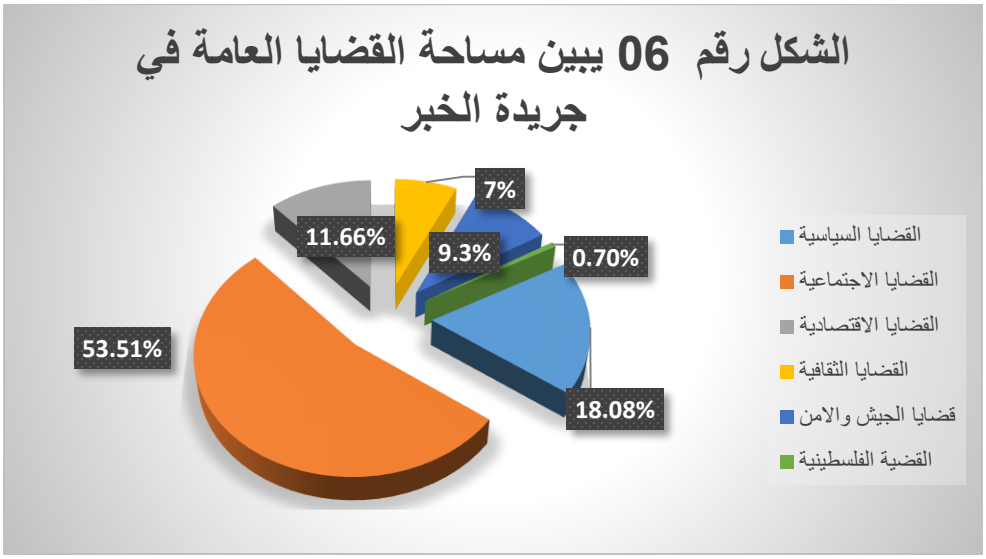
أما أصغر نسبة حظيت بها قضايا الأمن والقضية الفلسطينية بنسب تكاد منعدمة، والتي كانت أقل أهمية بنسبة لصحيفة الدراسة مقارنة مع القضايا العامة الأخرى، إلا أن قضايا المؤسسة العسكرية كانت حديث وسائل الإعلام في فترة من الفترات لكن كل ما يكون هناك أحداث جديدة تختلف أهمية هذه القضـــايا العامة ويختلف ترتيبها معها، أي أن أجندة الصحيفة تتأثر بالظروف السائدة في المجتمع.

الجدول رقم (04) يبين مساحة القضايا العامة بالنسبة للمساحة الكلية لجريدة الخبر

القضايا العامة	المساحة	النسبة
القضايا السياسية	**47770.25سم**	**18.08%**
القضايا الاجتماعية	**141366.5سم**	**53.51%**
القضايا الاقتصادية	**30812.5سم**	**11.66%**
القضايا الثقافية	**18500سم**	**7%**
قضايا الجيش والامن	**23871.5سم**	**9.3%**
القضية الفلسطينية	**1850سم**	**0.70%**
المساحة الكلية للقضايا العامة	**264170.75 سم**	**100%**

القضايا العامة	المساحة	النسبة
المساحة الكلية للقضايا العامة	**264170.75سم**	**39.98%**
المساحة الكلية للجريدة	**660744سم**	**100%**

[1] سامية عواج: **الدور الثقافي للصحافة نموذج مقترح لركن ثقافي ناجح**، مجلة الاجتماعية، العدد 227، 2014، ص 2،3



يتضح لنا من الجدول الخاص بالتحليل الكمي لمساحة القضايا العامة في جريدة الخبر أن أعلى نسبة حظيت بها القضايا الاجتماعية وقدرت ب 53.51%، في حين أن المرتبة الثانية كانت من نصيب القضايا السياسية وقدرت ب 18.08% تليها القضايا الاقتصادية بنسبة 11.66%، ثم القضايا الثقافية والتي كانت نسبتها متدنية نوعا ما وقدرت ب 7%، أما قضايا الجيش فقدرت نسبتهم ب 9.3%، وفي المرتبة الأخيرة كانت للقضية الفلسطينية وقدرت نسبتها ب 0.70%.

كما أن نسبة القضايا العامة اجمالا قدرت ب 39.98% من المساحة الكلية لصحيفة الدراسة.

ونستنتج مما سبق أن أولويات جريدة الخبر نحو هذه القضايا واضحة وجلية من خلال المساحة التي قدمتها لها، حيث أن من الاهتمامات الأولى للصحيفة الدراسة القضايا الاجتماعية حيث تطرح أغلب هذه القضايا التي تحمل أساليب التخويف والتأسف، فمعظم هذه القضايا تتحدث عن الجرائم بمختلف أنواعها، وعن احتجاجات السكان والعمال، وعن عدم تواجد مرافق الحياة ومعاناة السكان، ونوع هذه القضايا يجلب الأسى للقارئ والحسرة ويجعله متشاءم نحو مستقبل بلاده.

ومن جهة أخرى نرى أنها استخدمتها كاستراتيجية لاستبعاد تركيز الجمهور نحو القضية العامة وهي رفضه للانتخابات وجعل تركيزه نحو المشاكل الاجتماعية التي يعانيها، ومن الدراسات التي طرحت هذه الفكرة نجد دراسة "

Gabrielle sirois et autre "[1] حيث ترى أن وسائل الاعلام تلعب دورا كبيرا في تشكيل رأي عام لقضية دون أخرى من خلال الحشو الإعلامي للمعلومات نحو قضية معينة، ويرى آخرون أنها تساهم في توسيع الفجوة الاجتماعية حيث تعرض على الفرد كم هائل من المعلومات فإنه بطبيعة الحال يخلق لديه ارتفاع في الفجوة المعرفية.

أما القضايا السياسية فقد تحصلت على المرتبة الثانية من المساحة المخصصة لها في صحيفة الدراسة وهذا ما يدل على حجم أهميتها لدى جريدة الخبر، حيث أن معظم اعداد عينة الدراسة تستهل أخبارها بالقضايا السياسية، حيث أنها احتلت العناوين العريضة في الصفحة الأولى من صحيفة الدراسة، وتليها القضايا الاقتصادية التي خصصت لها جريدة الخبر احدى الصفحات الوسطى من كل عدد تناقش فيها أهم القضايا الاقتصادية المحلية والتي في أغلب الأحيان تكون مرتبطة مع الوضع السياسي التي تمر به البلاد خصوصا في تلك الفترة.

ثم تأتي القضايا الثقافية التي تذيلت الترتيب رغم تخصيص جريدة الخبر صفحات خاصة بها، الا انها غير مواظبة على طرحها حيث تتواجد في أعداد وفي أعداد غير موجودة، أما قضايا الجيش والأمن فقد قدمت لها صحيفة الدراسة مساحة لابأس بها خصوصا في فترة اقتراب انتخابات 2019، حيث لعب الجيش دورا فعالا في احتضان هذه الانتخابات والحرص على سيرها في أوضاع هادئة دون افتعال المشاكل، اما القضية الفلسطينية فقد تحصلت على المرتبة الأخيرة رغم اهتمام القارئ الجزائري بها إلا أنها لم تكن لديها احداث جديدة مثيرة للاهتمام حيث أن جريدة الخبر تتميز بالجدية والآنية في طرحها والقضية الفلسطينية لم تتمتع بهذا الشرط لذلك لم تهتم صحيفة الدراسة بمعالجتها بشكل كبير.

والمساحة الكلية للقضايا العامة قدرت ب 39.98%، ونرى أنها لم تتعدى نصف المساحة الكلية وهذا راجع إلى أن جريدة الخبر تخصص مساحات أوسع للإعلانات والاشهارات وكذلك الكاريكاتير، والصور المرافقة للقضايا الرياضية والدولية، حيث بلغت نسبة المساحة التي يشغلونها 60.02% من المساحة الكلية للصحيفة، وهذا ما يؤدي إلى تقليص

[1] Gabrielle sirois et autre, **les effets des medias à l'ére du2.0**, rapport de recherche présenté au centre d'etudes sur les médias, 2015, p33.

مساحة القضايا العامة المحلية، وهذا ما أكدته دراسة "**نوال وسار**" [1] حيث أنها اهتمامها بالقضايا الاجتماعية كبير مقارنة مع القضايا الأخرى إلا أن المساحة التحريرية لا يمثل نسبة عالية.

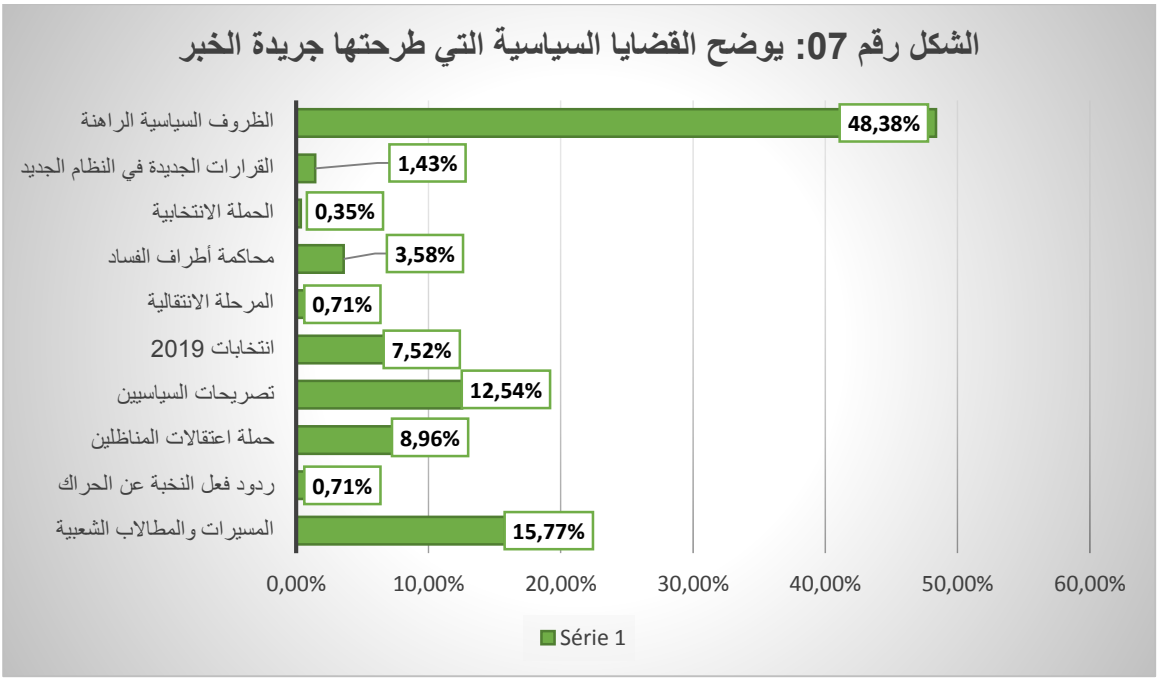
3-التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في جريدة الخبر اليومية

الجدول رقم (05) يبين المواضيع السياسية التي طرحتها جريدة الخبر

القضايا	السياسية	التكرار	النسبة
الحراك الشعبي	**المسيرات السلمية والمطالب الشعبية**	**44**	**%15.77**
	ردود فعل النخبة عن الحراك	**02**	**%0.71**
	حملة اعتقالات المناضلين في الحراك	**25**	**%8.96**
الوضع السياسي	**تصريحات السياسيين**	**35**	**%12.54**
	انتخابات 2019	**21**	**%7.52**
	المرحلة الانتقالية	**02**	**%0.71**
	محاكمة أطراف الفساد	**10**	**%3.58**
	الحملة الانتخابية	**01**	**%0.35**
	القرارات الجديدة في النظام الجديد	**04**	**%1.43**
	الظروف السياسية الراهنة	**135**	**%48.38**
المجموع		**279**	**%100**

[1] نوال وسار، **مرجع سبق ذكره**، ص218.

الشكل رقم 07: يوضح القضايا السياسية التي طرحتها جريدة الخبر



من خلال هذا الجدول الخاص بالتحليل الكمي والذي يكشف التباين في توزيع التكرارات والنسب لعناصر فئة المواضيع السياسية[1] التي طرحتها صحيفة الدراسة، وقد جاءت في الصدارة المواضيع التي تشمل الظروف السياسية الراهنة بنسبة 48.38 %، ثم تلتها تصريحات السياسية بنسبة 12.54 %، وبعدها قضايا حملة اعتقالات مناضلي الحراك بنسبة 8.96 %، حظيت مواضيع انتخابات 2019 بنسبة قدرت ب 7.52 % أما بخصوص المطالب الشعبية قدرت نسبتها ب 66.67 % والمسيرات السلمية تحصلت على نسبة 6.09 %، وتليها القرارات الجديدة في النظام

[1] نماذج:

- **الحراك يهاجم المترشحين لرئاسيات ويطالب بإطلاق سجناء الرأي**، الخبر اليومي، 05 أكتوبر2019، العدد9355.
- **رحيل بدوي المحتمل سيجر معه كافة أعضاء الحكومة**، الخبر اليومي، 10 سبتمبر 2019، العدد 9334.
- **لويزة حنون: "لا يمكن لي أن أعتزل السياسة"**، الخبر اليومي، 12 فيفري 2020، العدد9466.
- **الرئاسة تعلن عن "مشاورات" وتتجنب الحديث عن "الحوار الوطني"**، الخبر اليومي، 11 جانفي 2020، العدد9438.
- **متهم ب"التمويل المشبوه" لحملة بوتفليقة لا حصانة لطلبية بعد الآن**، الخبر اليومي، 10 سبتمبر 2019، العدد 9334.
- **18 شهرا حبسا في حق 3 متظاهرين**، **الخبر اليومي**، 13 أكتوبر 2019، العدد 9362.

الجديد بنسبة 1.43 %، في حين أن مواضيع المرحلة الانتقالية ومواضيع ردود أفعال النخبة فحو الحراك كانت لديهما نفس النسبة التي قدرت ب 0.71 %، وموضوع الحملة الانتخابية كانت بنسبة ضعيفة كذلك قدرت ب 0.35 % .

نلاحظ أن المواضيع السياسية التي تصدرت المراتب الأولى كانت من نصيب الظروف السياسية الراهنة التي تشمل الوضع السياسي الراهن للبلاد وابرز المعاملات داخل وخارج الوطن من طرف بن صالح، وتصريحات السياسيين حول ما يجب فعله اتجاه هذه الظروف، ورد فعلهم نحو الحراك الذي استمر إلى غاية بعد الانتخابات، ونلاحظ أن صحيفة الدراسة اهتمت في هذه الفترة بالمواضيع التي تؤيد إجراء انتخابات ديسمبر 2019 وابتعدت كل البعد عن المواضيع التي تحرض على موقف الرفض اتجاه الحكم القائم، لذلك نجد أن مواضيع الحراك الشعبي كالمطالب الشعبية و المسيرات السلمية كانت نسبتها ضئيلة مقارنة مع مواضيع الوضع السياسي الراهن، أي بصيغة أخرى تريد صحيفة الدراسة إقناع الجمهور بأنه يوجد تحسن كبير في الأوضاع السياسية والقوانين التي تسير عليها البلاد من خلال تعزيز مواضيع التصريحات السياسية التي كانت جلها تتحدث عن إلزامية إنصاف الشعب في حقه وإزاحة أركان الفساد من المناصب التي يستغلونها و تقديمهم للعدالة.

ومن الدراسات التي تعزز هذه النتيجة نجد دراسة [1]« jacques Gerstlé » التي ترى أن حوكمة الرأي العام يقوم من خلال مراقبة يقدم للجماهير من خلال التحكم فيما يطرح خلال الظروف التي تعيشها البلاد، ويتم التحكم فيما يطرح من خلال ثلاثة نقاط: أولا التعرف على تفضيلات الجماهير نحو القضايا المطروحة، ثانيا دراسة العمليات والتصورات التي تجذب انتباه العامة، وأخيرا تحديد الوسائل التي من خلالها يتم ارسال الرسائل، بمعنى آخر أن تعمل السلطة على ترتيب أولويات واهتمامات الجماهير من خلال وسائل الاعلام، وهذا ما توصلت إليه دراستنا من خلال معالجة جريدة الخبر للقضايا السياسية.

لكن لم تميل صحيفة الدراسة إلى هذا الجانب فقط بل كانت مع صيحات الشعب الجزائري من خلال رفضه لحملة الاعتقالات ضد مناضلي الرأي، فقد عبرت على رفضها لهذا الفعل من خلال طرحها لهذه القضايا خصوصا قضية " كريم طابو " التي قدمت بعناوين عريضة في بعض الأعداد.

[1] Jacques Gerstlé : **converner l'opinion publique**, université de paris, 2003, p01.

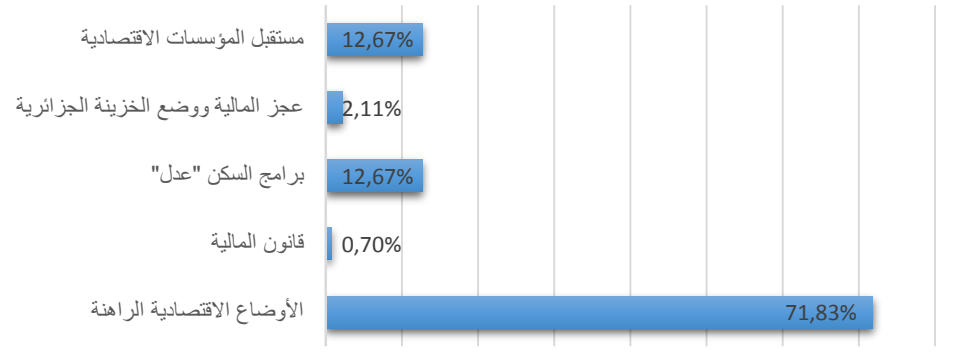
ومن خلال ما سبق نجد أن صحيفة الدراسة قد حاولت من خلال معالجتها للقضايا السياسية في الفترة الممتدة من سبتمبر إلى فيفري 2020 إلى إعطاء صورة تفاؤل بمستقبل سياسي عادل و لمسة أمل لتحقيق مطالب الشعب التي طالبها منذ بداية الحراك، رغم أنها انتقدت كذلك الاعتقالات التي تراها لا معنى لها لبعض النشـطاء في الحراك ، و هنا نجد أنها تحاول إرضاء القارئ بالمواضيع التي يطالب بها و في نفس الوقت إقناعه برؤية جديدة لتهدئة الأوضاع في البلاد ،إذ تعمل صحيفة الدراسة على " التوازن ما بين مصلحتين متعارضتين هما مصلحة الإنسان في إلا ينشر معلومات عنه دون رضـائه و مصـلحة الجمهور في نشـر هذه المعلومات و تقوم بتقليب أي من المصـلحتين على حسـاب ظروف كل حالة"[1]، أي أنها تسعى لإيجاد نقطة اتفاق بين الشارع الجزائري والنظام القائم للخروج من الازمة التي تعيشها الجزائر.

الجدول رقم (06) يبين المواضيع الاقتصادية التي طرحتها جريدة الخبر

القضايا الاقتصادية	النسبة	التكرار
الأوضاع الاقتصادية الراهنة	**102**	**%71.83**
قانون المالية	**01**	**%0.70**
برامج السكن "عدل"	**18**	**%12.67**
عجز المالية ووضع الخزينة الجزائرية	**03**	**%2.11**
مستقبل المؤسسات الاقتصادية	**18**	**%12.67**
المجموع	**142**	**%100**

[1] نجاة علمي: **مرجع سبق ذكره**، ص 149.

الشكل رقم08 يوضح القضايا الاقتصادية التي طرحتها جريدة الخبر



أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن القضايا الاقتصادية[1] التي تناولتها صحيفة الدراسة قد تصدرتها المواضيع الخاصة بالأوضاع الاقتصادية الراهنة بنسبة قدرت ب 71.83 %، ثم تليها موضوعات برامج السكن " عدل " والمواضيع الخاصة بمستقبل المؤسسات الاقتصادية بنفس النسبة المتمثلة في 12.67 %، أما في المرتبة الثالثة كانت لمواضيع عجز المالية ووضع الخزينة الجزائرية بنسبة ضعيفة نوعا ما اقتربت ب 2.11 %، ثم موضوع فانون المالية بنسبة قدرت ب 10.70 %.

نلاحظ أن صحيفة الدراسة قد ركزت على مواضيع الأوضاع الاقتصادية الراهنة التي لها علاقة كبيرة ووطيدة بالأوضاع السياسية في تلك الفترة، حيث أن معظم هذه القضايا كانت حول إدخال الرقمنة لمجال التجارة وإسقاط الضريبة على الأجور واستثمارات الجزائر والمشاريع الاقتصادية الجديدة، فهذه المواضيع كانت معظمها تتحدث بصيغة

[1] نماذج:

- **المعرض الدولي للبناء والأشغال العمومية بقسنطينة ارتفاع نسبة مشاركة المؤسسات العمومية 70%**، الخبر اليومي، 26 سبتمبر 2019، العدد 9348.
- **أكثر من 1000 مشروع فلاحي متوقف**، الخبر اليومي، 29 أكتوبر 2019، العدد 9383.
- **احتجاج مكتتبي عدل رفضا لتخليص الأعباء**، الخبر اليومي، 13 أكتوبر 2019، العدد 9363.
- **الشركات الخاصة تحتضر**، الخبر اليومي، 11جانفي 2020، العدد 9438.

المستقبل ومخططات حول وضعية الجزائر في الفترة القادمة، ومدى ايجابية الإيديولوجية التي تسير عليها البلاد في هذا المجال لبناء اقتصاد جديد بقيم صحيحة مع مراعاة الأوضاع المالية للشعب.

كما جاءت مواضيع البرامج السكنية " عدل " في المرتبة الثانية وأهم التطورات التي قامت بها الوكالة لتقديم السكنات في اقرب وقت، و هذا المؤشر يزيد في تعزيز الفكرة السابقة التي طرحتها الدراسة، في حين أن صحيفة الدراسة لم تهمل الجانب السلبي لهذه المواضيع فهناك مواضيع تدل على أن الوضع الاقتصادي في تلك الفترة كان مزريا لحد ما مثل مواضيع مستقبل المؤسسات الاقتصادية التي كان وضعها في تدهور و متأزم و كانت مهددة بالإفلاس ، و تلتها مواضيع عجز الخزينة المالية التي كانت حديث وسائل الإعلام خصوصا عند إلقاء القبض على رؤوس الفساد في النظام السابق جاءت تصريحات حول مدى إنفاق الجزائر في فترة حكم الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة و ما تبقى في الخزينة كان لا يسد حاجات الدولة لعام 2020.

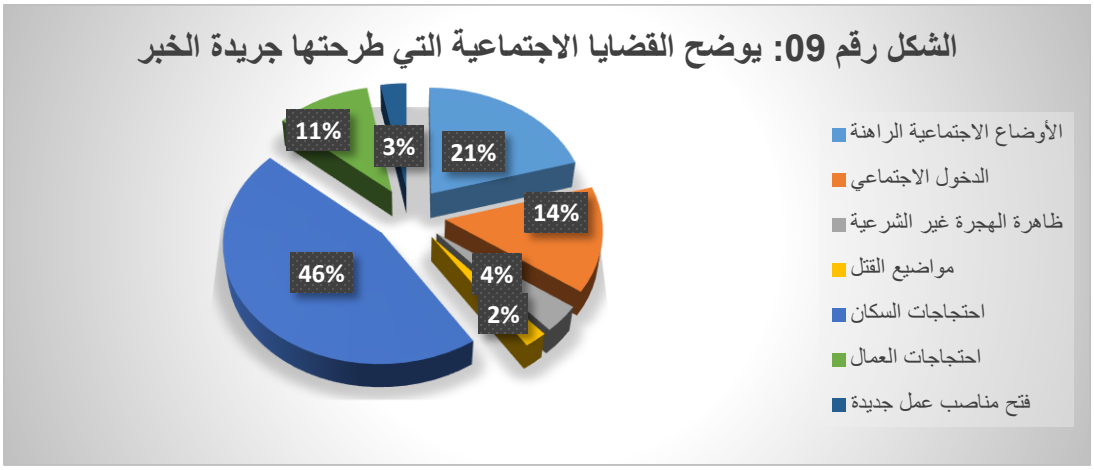
أما موضوع قانون المالية الذي حظي بجدل كبير بين المتخصصين في الاقتصاد في اللجنة المالية والميزانية بالمجلس الشعبي الوطني ووزير المالية الذي اعتمد على سعر مرجعي لبرميل البترول وحدد نسبة الإيرادات والصادرات للبلاد.

ومما سبق نرى أن صحيفة **"الخبر"** قد اهتمت بالقضايا الاقتصادية بشكل ملحوظ وسعت الى الإلمام بكل تفاصيلها وهذا ما يلخص لنا مدى أهمية هذه الأخيرة في المجتمع، "فالصحافة الاقتصادية هي مطلب وطني لأي دولة تسعى إلى أن يطلق عليها دولة تسعى إلى أن يطلق عليها دولة مواكبة للمنظومة الاقتصادية العالمية، كما أن دخول الاستثمارات إلى أي دولة من دون وجود صحافة وأجهزة مجتمعية قادرة على التعامل معها وتفعيل نجاحاتها هو مطلب مجتمعي له آثاره السيئة"[1].

[1] كهينة بركون: **دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخامس، 2016، ص61.

الجدول رقم (07) يبين المواضيع الاجتماعية التي طرحتها جريدة الخبر

القضايا الاجتماعية		التكرار	النسبة
الأوضاع الاجتماعية الراهنة		463	%68.18
الدخول الاجتماعي		39	%5.74
ظاهرة الهجرة غير الشرعية		10	%1.47
مواضيع القتل		06	%0.88
الاحتجاجات الاجتماعية	**احتجاجات السكان**	124	%18.26
	احتجاجات العمال	29	%4.27
فتح مناصب عمل جديدة في 2020		08	%1.17
المجموع		679	%100



يتضح من خلال هذا الجدول أن ترتيب القضايا الاجتماعية[1] كانت كالآتي، تصدرت القائمة المواضيع الاجتماعية الراهنة بنسبة قدرت ب 68.18%، يليها مواضيع احتجاجات السكان بنسبة قدرت ب 18.26%، وبعدها مواضيع

[1] نماذج:

- **ادماج 2667 شاب حاملي عقود**، الخبر اليومي، 11 جانفي 2020، العدد 9438.

الدخول الاجتماعي بنسبة 5.74%، ثم مواضيع احتجاجات العمال في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت ب 4.27%، أما موضوع الهجرة غير الشرعية فقد قدرت نسبته ب 1.47% وهي نسبة ضعيفة نوعا ما مع المواضيع التي سبقتها، في حين أن مواضيع فتح مناصب عمل جديدة فقد قدرت نسبتها ب 1.17 %.

وقد تميزت جريدة الخبر باهتمامها الكبير للقضايا الاجتماعية مثل ما هو موضح في الجدول رقم 02 وهذا راجع إلى محاولة امتصاص غضب الشارع الجزائري من خلال طرح مشاكله الاجتماعية وايصال صوته للسلطات المعنية، محاولة إيجاد حلولا لها لنيل رضا الجماهير، فعنصر استخدام الاتجاهات واحتياجات الجمهور في التغطية الإعلامية من أهم الأساليب التي يلجأ إليها القائم بالاتصال كطعم لتأثير في المتلقي، " فكلما كان الراي او السلوك الذي تقترحه الرسالة يبدو للملتقى على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، زاد احتمال تحقيقها للتأثير المطلوب"[1].

نلاحظ أن مواضيع الأوضاع الاجتماعية الراهنة قد تصدرت القضايا الاجتماعية لصحيفة الدراسة التي كانت تحمل في طياتها احداث وأخبار المواطنون واحتياجاتهم ومطالبهم، كما ان المعالجة تميزت بالتنوع في الطرح، في حين أن موضوع احتجاجات السكان احتل المرتبة الثانية والتي تحاول صحيفة الدراسة من خلاله لفت انتباه الجهات المختصة حول النظر في هذه القضايا وإيجاد حلول مناسبة.

أما بالنسبة لموضوع الدخول الاجتماعي فرغم أن فترة الدراسة كانت موازية لفترة الدخول الاجتماعي في الجزائر إلا أنه لم ينال على نسبة عالية من الأهمية في أجندة الصحيفة، أما باقي المواضيع الأخرى الموضحة في الجدول لم تتحصل على نسبة عالية من اهتمام الصحيفة وهذا راجع إلى أن تركيز المعالجة الإعلامية كان نحو المواضيع التي تشمل المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد الجزائري، ومدى ارتباطها بالمطالب الشعبية للحراك، بهدف اقناع الجمهور بالاهتمام نحو مطالبه واهتماماته، فالصحيفة تعمل دور الوسيط الذي يكون نقطة ضغط على الجهات لإيجاد حلول لهذه المشاكل المطروحة.

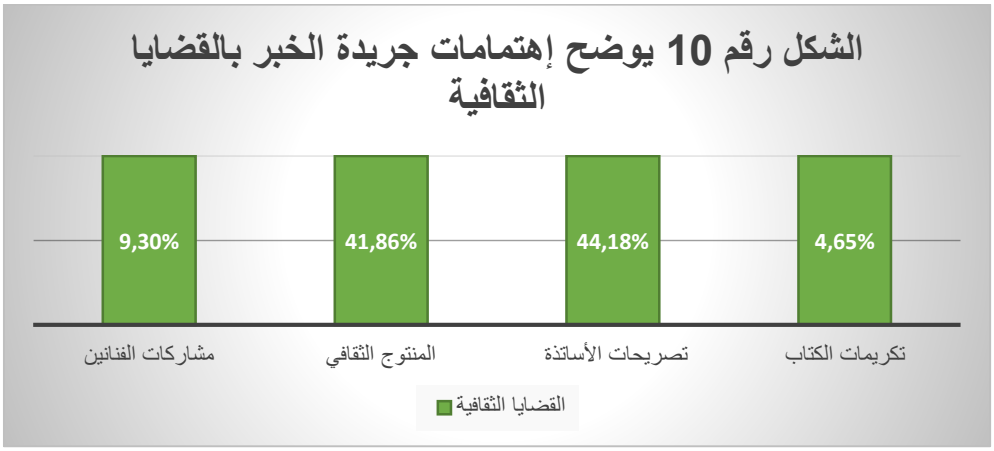
- **الأئمة يحتجون أمام مقري المركزية النقابية ووزارة العمل "نحن نهان ونتشرد على مرأى ومسمع الوزارة"**، الخبر اليومي، 20 فيفري 2020، العدد9473.
- **سكان حي مزغيش يحتجون على هدر المياه**، الخبر اليومي، 25 ديسمبر 2019، العدد 9425.
- **تفاقم ظاهرة الحرقة ببعض شواطئ الجهة الغربية لسكيكدة**، الخبر اليومي، 05 أكتوبر 2019، العدد 9355.

[1] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص 50.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الصحافة المكتوبة لديها دور فعال في عملية صنع القرار حيث أنها تمثل عملية مستمرة من الاتصال والتغذية الراجعة، وتتوقف ديناميكية هذه العملية على القدرات الاتصالية، حيث أن العملية ليست فقط مجرد تلخيص لتفضيلات الأفراد ولكنها عملية تعديل مستمر للصور الذهنية.

الجدول رقم (08) يبين المواضيع الثقافية التي اهتمت بيها جريدة الخبر في اعدادها

القضايا الثقافية	التكرار	النسبة
مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية	04	%9.30
المنتوج الثقافي الجزائري الجديد	18	%41.86
تصريحات الأساتذة والفنانين	19	%44.18
تكريمات الكتاب والشعراء	02	%4.65
المجموع	43	%100



يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن مواضيع تصريحات الأساتذة والفنانين هي من ترأست القائمة بنسبة قدرت ب 44.18 %، تليها موضوع المنتوج الثقافي الجزائري بنسبة 41.86 %، وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية بنسبة 9.30 %، أما مواضيع تكريمات الكتاب والشعراء تذيلت القائمة بنسبة 4.65 %.

نستنتج أن صحيفة الدراسة لها اهتمام بركن الثقافي كما أنها تعد وسيلة من وسائل لنشر الثقافة و التشجيع عليها ، و من ابرز هذه القضـــايا هي أراء الأســـاتذة والفنانين والمثقفين ونقاشـــاتهم حول المســـتوى الثقافي للكتاب وأهم المنتوجات التي تنتجها الجزائر سنويا، فالصحافة المكتوبة تشكل وسيلة أساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال الإبداع، بهدف توفير الزاد الثقافي وتكوين الخبرة الثقافية للملايين من البشر، وعليه فالمسؤولية الملقاة على عاتقها بالغة الأهمية لأنها لا تقوم بدور توصيل ونشر الثقافة فحسب، بل تؤثر في قارئها والمهتم بتتبع أخبارها بحكم اتصالها اليومي والمباشر بالجماهير.

و"يرى لاسـويل أن هناك ثلاث وظائف تنظيمية أسـاسـية لوسـائل الإعلام التقليدية، وظيفة مراقبة البيئة ضـد التهديدات التي يواجهها المجتمع، وظيفة الجمع بين مكونات المجتمع لمواجهة هذه التهديدات، والوظيفة الأخيرة والهامة هي وظيفة نقل التراث الثقافي والإجتماعي"[1]، حيث أن الجانب الثقافي في وسـائل الإعلام وخاصـة الصـحافة المكتوبة يستلزم الاعتناء به وعدم تهميشه لأن من الوظائف الأساسية للصحافة المكتوبة نشر الثقافة والوعي في المجتمعات.

ويرتبط تأثير الصـحافة على الجمهور بعدد من المؤثرات السـياسـية والثقافية مثلا "ثقافة الخبر "، "حرية الصـحافة"، "مصـداقية المصـدر" ... فحارس البوبة أو القائم بالاتصـال ما هو إلا مثال حي لتراكمات ثقافية باعتباره انسـانا مثقفا فنظرته للواقع تجها مترجمة في الوسائل الاتصالية فإن المعيار الثقافي يجده العديد من الباحثين المعيار الأساسي في العملية الاتصالية[2].

[1] Florence vau Hove : **Médias d'actualité**, **journalistes et publies sur twitter** : **vers un renouvellement des relation ?**, thèse présentée à la faculté des séances éconcemiques et sociales, université de frilourg, 2019, p25.

[2] فرحات مهدي: **دور الصحافة المكتوبة في تكوين الراي العام في الجزائر –جريدة الشروق اليومي نموذجا–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010، ص35

وتعتبر الصحف الوطنية إحدى أهم الوسائل الجماهيرية للتثقيف والتي أكدت جل انشغالات الصحافة على قيمة الثقافة ودورها في تنمية المجتمع وتطويره في جميع المجالات، وبأنها معيار للتقدم، وهذا ما حتم على الإعلام المطبوع أن يفي بأقصى نلاحظ قدر ممكن من الاحتجاجات الضرورية للمجتمع ويحاول إشباع رغباته[1].

و من ناحية أخرى تعاني الصحافة المكتوبة في نقطة طغيان وسائل الإعلام الجديد على الجانب الثقافي و مدى تأثير هذا الأخير عليها و على القارئ في نفس الوقت، و هذا ما توصلت إليه دراسة Ryan[2] التي ترى ان تدفق الأنترنت وظهور وسائل الاعلام الجديدة دفع الى الانفتاح على الصحافة الديمقراطية وسمح لمختلف فئات المجتمع من التعبير على آرائها وفتح باب النقاش بكل حرية في مختلف القضايا، مما أدى بطريقة غير مباشرة على الصحافة التقليدية التي تميزت بالعلاقة الأحادية مع جماهيرها في نقل الاخبار، كذلك دراسة " Amani Channel[3] قد عززت هذه الفكرة في مدى تأثير هذه الأخيرة على اتجاهات و آراء الجمهور.

الجدول رقم (09) يبين المواضيع التي تخص المؤسسة العسكرية والأمن والقضية الفلسطينية التي طرحتها جريدة الخبر

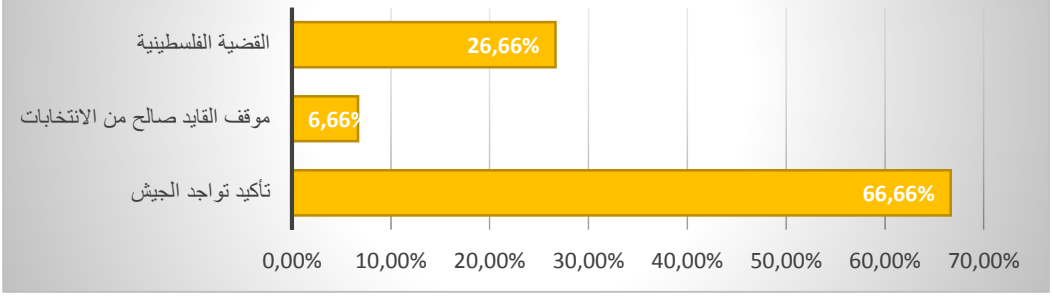
القضايا		التكرار	النسبة
قضايا الجيش والامن	**تأكيد تواجد الجيش**	**10**	**%66.66**
	موقف القايد صالح من الانتخابات	**01**	**%6.66**
القضية الفلسطينية		**04**	**%26.66**
المجموع		**15**	**%100**

[1] سامية عواج: **مرجع سبق ذكره**، ص 229.

[2] Ryan F, **the wired world**: **A primer on electronic eraser ch**, **Wikipedia**, **social networking sites**, **and web journalism**, In Partial Fulfillment of Requirements For the Degree of Master of Arts, University of Nebraska,2010, p247.

[3] Amani Channel, **Gatekeeping and Citizen Journalism**: **A Qualitative Examination of Participatory Newsgathering**, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of South Florida, 2010, p34.

الشكل رقم 11 يوضح القضايا الخاصة بالمؤسسة العسكرية والقضية الفلسطينية المطروحة في جريدة الخبر



يمثل الجدول 07 نسبة القضايا الخاصة بالمؤسسة العسكرية[1] والأمن والقضية الفلسطينية فنجد أن قضية الأولى في قضايا الأمن هي تأكيد تواجد الجيش بنسبة قدرت ب 66.66 %، وتليها موقف القايد صالح من الانتخابات بنسبة قدرت ب 6.66 %، أما القضية الفلسطينية فقد قدرت نسبتها 26.66 %.

نستنتج من هذا الجدول أن صحيفة الدراسة كانت مؤيدة تماما لمؤسسة العسكرية وهذا واضح تماما من خلال النتائج الموضحة أعلاه حيث أنها ركزت على قضية تأكيد تواجد الجيش مهما كانت الظروف التي تعيشها الجزائر، فمعظم هذه العناوين تناولت مدى سلطة المؤسسة العسكرية في البلاد وعدم تأثرها بأي ظرف من الظروف، وقد اعتمدت صحيفة الدراسة على هذا الطرح لإقناع القارئ الجزائري بهذه الفكرة.

وكما هو معروف منذ الاستقلال أن للجيش أو المؤسسة العسكرية علاقة وطيدة بالسلطة الجزائرية، بل هو يمثل المحرك الرئيسي وصاحب السلطة الحقيقية، بوصف البنية المنظمة الوحيدة ذات الوزن الذي يتيح لها التحكم الفعلي في

[1] نماذج:

- **تعزيز صلاحيات الضبطية العسكرية لمكافحة جرائم الفساد**، الخبر اليومي، 21 أكتوبر 2019، العدد 9369.
- **السلطات الفلسطينية تؤكد مقاطعة أمريكا**، الخبر اليومي، 04 فيفري 2020، العدد 9459.
- **صفقة القرن تقترح دويلة فلسطين بلا سيادة بلا جيش**، الخبر اليومي، 27 جانفي 2020، العدد 9452.

الصورة سواء تدخلت بصورة مباشرة أو غير مباشرة في الساحة السياسية، فذلك لا يغير من طبيعة سلطة الجزائر، ولهذا كانت طبيعة المعالجة لهذه القضايا من طرف صحيفة الدراسة معالجة ايجابية مؤكدة بتواجد الجيش حاضرا ومستقبلا.

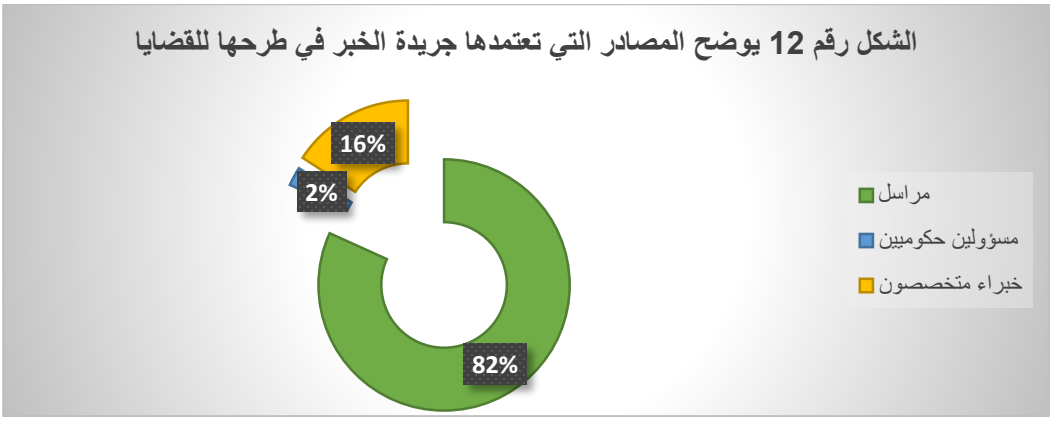
أما القضية الفلسطينية فقد كانت مطروحة في بعض الأعداد من صحيفة الدراسة حيث أنه من المعروف أن الجزائر داعمة للقضية الفلسطينية منذ أيامها الأولى وهي لازالت تحت نير الاحتلال الفرنسي تناضل وتصارع من أجل البقاء[1]، حيث أن علماء الإصلاح الجزائريين قد دعموا القضية الفلسطينية من خلال صحفهم البصائر والشهاب وغيرها والتي عرفت بهذه القضية وبما هو واقع في ذلك القطر الإسلامي، بالإضافة إلى مواقفهم التي جسدوها على أرض الواقع، كما انهم أنشأوا لجنة الدفاع عن فلسطين وجمعوا التبرعات، وقدموا فتاوى الجهاد إلى هناك بالإضافة إلى المساعدات المادية التي قدموها ,أيضا المعنوية[2]، وهذا ما رسخ لدى الشعب الجزائري موقفه اتجاه هذه القضية ودعمه اللامتناهي لها.

الجدول رقم (10) يبين اهم المصادر المعتمدة من طرف جريدة الخبر في طرحها للقضايا العامة

المصادر المعتمدة	تكرار	نسبة
مراسل	**946**	**%81.69**
مسؤولين حكوميين	**28**	**%2.41**
خبراء متخصصون	**184**	**%15.88**
المجموع	**1158**	**%100**

[1] أحمد شنتي: **الجزائر والقضية الفلسطينية... صفحات من الجهاد المشترك**، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، 2015، ص116.

[2] زينب نسيب: **مواقف علماء الإصلاح في الجزائر من قضية فلسطين (1917-1948)**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التاريخ المغرب العربي المعاصر، جامعة حمه لخضر، الوادي، ص77.



تبين من خلال الجدول أعلاه أن صحيفة الدراسة قد اعتمدت في معالجتها للقضايا العامة خلال مدة الدراسة على ثلاثة مصادر، المصدر الأساسي لها هو المراسل والصحفيون عبر مختلف مناطق الوطن، حيث بلغت عدد المواضيع التي حملت توقع المراسل 946 موضوع ما يعادل نسبة 81.96 % وهي نسبة لا بأس بها، أما المواضيع الموقعة من طرف المتخصصون قدرت نسبتها ب 15.88 %، أما فيما يخص مصدر المسؤولين الحكوميين فقد قدرت نسبته ب 2.41 % وهي نسبة ضئيلة.

تعتبر المصادر الصحفية من اهم النقاط التي تحدد قيمة الخبر وما تنقله الصحيفة من معلومات وبيانات التي تميزها عن غيرها من وسائل الاعلام، كما أن المصادر الرسمية تزيد من مصداقية الخبر وتعزز ثقة الجماهير والقراء في المضامين المطروحة، إضافة إلى ذلك تمنح للصحيفة فرصة لفرض وجودها واستمرارها في الساحة الإعلامية، وبالتالي فإن المصدر يكتسي أهمية كبيرة وبالغة فبوجوده وتنوعه وتعدده تزداد مصداقية الصحيفة وترسخ ثقة القراء لها.

نلاحظ أن صحيفة الدراسة اعتمدت على المراسلين والصحفيين لاستقاء معلوماتها ونشر قضاياها وخاصة القضايا الاجتماعية[1] التي كانت معظمها أو جلها من طرف صحافيون ومراسلون وهذه النماذج تدل على أن الصحفي يعتمد

[1] نماذج:

- **عبد العزيز رحابي للخبر: "التمسك بحكومة الأخوين بوتفليقة استقرار للجزائريين**، الخبر اليومي، 18 سبتمبر 2019، العدد 9341.
- **أستاذ العلوم السياسية للخبر: انتخابات 12 ديسمبر تشكل مخرجا للسلطة وليس للدولة**"، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، العدد 9390.

على الجهات تؤمن له المعلومة بطريقة دائمة وثابتة وسـريعة وصـادقة ومن بين هذه الجهات نذكر الجامعات وأقسـام الشرطة والبلديات وغيرها، وكثيرا من الأحيان يحتفظ الصحفي على سرية مصدره الذي يستقي منه المعلومات، كما أنه في يستطيع أن يكون "شاهد عيان" على القضية مثل الجرائم الاجتماعية أو احتجاجات سكان على مطالبهم وغيرها من القضايا الاجتماعية فالخبر يمر على مراحل قبل أن يصل للقارئ وهذه المراحل قد تؤثر على مصداقيته "كما يتأثر انتقاء المصادر بالأحكام الذاتية للصحفيين وبالمتغيرات التنظيمية كذلك"[1].

وهنا يأتي دور حارس البوابة الذي يسـعى دائما إلى تخفيف من هذا التأثير والتغيير الذي يطرأ على الخبر ومن بين الدراسات العلمية التي اهتمت بدراسة هذه الزاوية نجد دراسة Amina Channel[2] والتي ترى أن حارس البوابة له دور فعال في انتقاء ما يطرح للجمهور من أخبار وأحداث وقضايا يؤثر ويتأثر بها.

وبالنسبة للمصادر الأخرى فقد كانت هناك فرق واضح بينها وبين المصدر الأول من خلال النتائج وهذا ما يدل تحفظ صحيفة الدراسة واعتمادها الكامل على المصادر الداخلية للصحيفة من مندوبين ومحررين وصحفيين.

وقد اتفقت مع هذه النتيجة [3]دراسة حول "**إشكالية المقروئية في جريدة الخبر**" التي توصلت إلى أن نسبة أفراد العينة الذين يرون أن صحيفة الخبر تعتمد على الصحفيين والمراسلين كمصدر أساسي لمضامينها 89%، وهدا يعتبر منطقي كونها تعتبر الصحافة الإخبارية التي تعتمد فيها على الصحفي كركيزة، كذلك [4]دراسة حول **المعالجة الإعلامية للجريمة غير المنظمة في الصحافة المكتوبة الجزائرية الخاصة**" التي توصلت إلى أن جل المواضيع المطروحة في جريدة الخبر في الفترة ما بين 01 جانفي إلى 30 ديسمبر كان مصدرها المراسلين بنسبة 82.80%، وهذا ما يعزز النتيجة المتحصل عليها في دراستنا.

الجدول رقم (11) يبين الأهداف التي تسعى لها جريدة الخبر من خلال معالجتها لمختلف القضايا العامة

[1] حياة علمي: **مرجع سبق ذكره**، ص263.

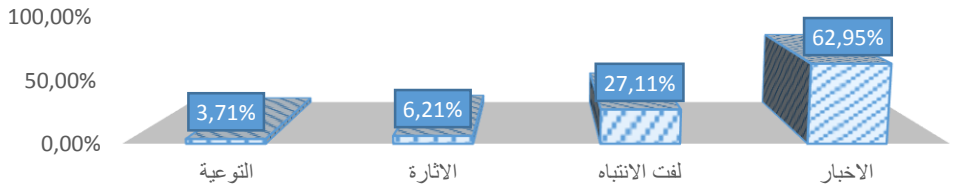
[2] Amani Channel, **Gatekeeping and Citizen Journalism**: **A Qualitative Examination of Participatory Newsgathering**, p47.

[3] زواوي سمير: **مرجع سبق ذكره**، ص 240.

[4] نوال وسار: **مرجع سبق ذكره**، ص214.

الأهداف المنشودة	التكرار	النسبة
التوعية	43	%3.71
الاثارة	72	%6.21
لفت الانتباه	314	%27.11
الاخبار	729	%62.95
المجموع	1158	%100

شكل رقم 13 يوضح الأهداف الت تسعى لها جريدة الخبر من خلال معالجتها للقضايا العامة



يبين تحليل المحتوى أهداف الصحيفة من نشر القضايا العامة فجاءت النتائج كالتالي:

سجلت الأخبار أعلى نسبة قدرت ب 62.95 %، تلتها لفت الانتباه ب 27.11 %، وبعدها الإثارة بنسبة 6.21 %، أما التوعية فقد تذيلت القائمة بنسبة 3.71 %.

تصدر هدف الإخبار القائمة لنشر المواضيع والقضايا العامة رغم أنه حاضرا في الأهداف الأخرى، وبما أن الصحافة المكتوبة تعتمد كل الاعتماد على اللغة والأسلوب نجد أن الهدف الثاني كان لفت الانتباه، خصوصا في المواضيع التي ظهرت في الصفحة الأولى وكانت بالخطوط العريضة لجذب القارئ نحوها، كما أنها تستخدم أساليب أخرى لجذب الانتباه كزوايا التحرير والمساحة المادية وكذلك استخدام الألوان.

أما هدف الإثارة فنجدها في العناوين التي تسعى إلى خلق نوعا ما من الجدل أو الفضول لدى القارئ خاصة العناوين العريضة التي تنتهي بعلامة تعجب[1] تخلق للقارئ نوعا من الإثارة والفضول لمعرفة مضمون الموضوع، وربطه بمعلوماته السابقة حول القضية المطروحة، وهذا ما تسعى إليه الصحيفة، ويرى[2] « Eric bélishe » في دراسته التي تمحورت حول « les média sur l'opinion publique en matière de Griminalité et justice pénale "، أن هناك باحثين يرون أن الصحافة تلبي احتياجات القراء وآخرون يرون أن وسائل الإعلام تفرض رؤيتها في الاخبار، فاذا حاولت الصحافة اثارة اهتمام القارئ يصبح الخط الفاصل بين الاثارة والاخبار ضعيفا جدا حيث أنه من الصعب تحديد أين توجد الاثارة وأين يوجد الاخبار.

وبالتالي ففي الكثير من الأحيان تستخدم الصحافة الهدفين معا الإخبار والإثارة حيث يمكن أن تكون الإثارة واضحة وجلية من العنوان وفي بعض النماذج تكون بين طيات المعالجة من خلال ابراز بعض المصطلحات التي تجذب القارئ، ومنه نستنتج أن الإخبار والإثارة مرتبطان ببعضهما البعض بشكل كبير.

أما هدف التوعية فقد كانت نسبته ضئيلة وضعيفة إلى حد ما لكن رغم هذا لا يمكن لصحيفة الدراسة الإخلال بمسؤوليتها نحو توعية الجماهير وتثقيفهم في مختلف القضايا.

ورغم تعدد الأهداف في معالجة وطرح مختلف القضايا والمواضيع إلا أن طريقة استقبال هذه المضامين تختلف من شخص إلى آخر ويتحكم في هذه النقطة خصائص المتلقي من جهة والقائم بالاتصال من جهة أخرى، "ومن الحقائق الأساسية التي أشار اليها العالم "كيرت ليون" ان هناك في كل حلقة ضمن السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في ان يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها او لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل الى الحلقة الثانية بنفس الشكل

[1] نماذج:

- **التهاب الأسعار سوق السيارات يصاب بشلل!**، الخبر اليومي، 13 أكتوبر 2019، العدد 9362.
- **الحكومة تغازل الأجانب ببترول الجزائريين !**،الخبر اليومي، 05 أكتوبر 2019، العدد 9355.

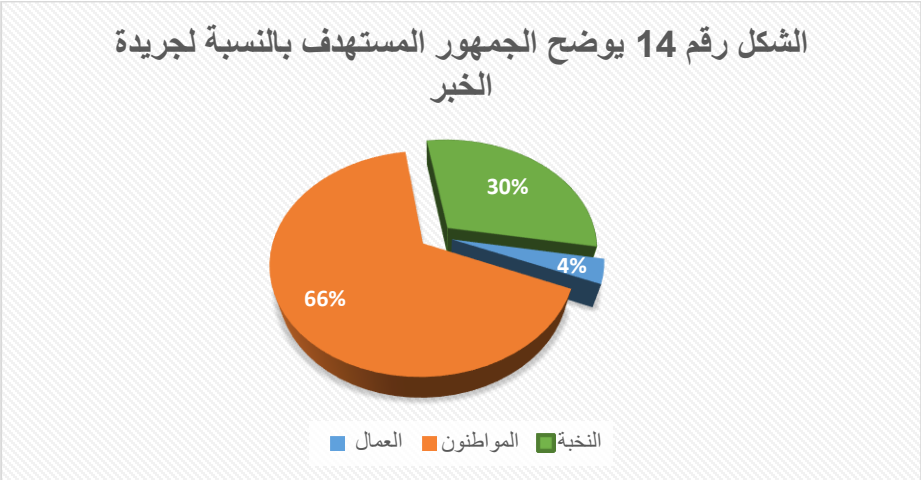
[2] Eric Bélisle : **les média sur l'opinion publique en matiere de Griminalité et justicé pénale**, Groupe de defensz des droits des détenus de Québec, 2010, p04.

الذي جاءت به، ام سيدخل عليها بعض التغيرات والتعديلات، ومفهوم حراسة البوابة يعني السيطرة من خلال من سيمر من بوابته وكيف سيمر حتى يصل الى الجمهور المستهدف"[1]

الجدول رقم (12) يبين الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر من خلال معالجتها للقضايا العامة

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
العمال	**41**	**%3.54**
المواطنون	**767**	**%66.23**
النخبة	**350**	**%30.22**
المجموع	**1158**	**%100**

الشكل رقم 14 يوضح الجمهور المستهدف بالنسبة لجريدة الخبر



يتضح لنا من الجدول رقم 11 لتحليل المضمون أن الجمهور المستهدف لصحيفة الدراسة هو المواطنون بنسبة قدرت ب 66.23 %، ثم يأتي بعده فئة النخبة بنسبة 30.22 %، أما فئة العمال جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.54 %.

[1] جيهان رشتي: **مرجع سبق ذكره**، ص 300.

ونستنتج من البيانات السابقة أن صحيفة الدراسة اعتمدت في طرحها على أساليب سلسلة وسهلة ومواضيع هامة تهم فئة المواطنين بشكل عام خصوصا في هذه الفترة فقد ركزت صحيفة الدراسة على طرح اهتمامات القارئ من مواضيع اجتماعية وسياسية للإجابة على عدة تساؤلات، وفي نفس الوقت نشر وتعميم فكرة التأييد للانتخابات 2019 لمستقبل مغاير للجزائر وهذا ما يعلل تصدر هذه الفئة لنسبة الاهتمام.

ورغم أن القضايا العامة كانت تطرح بصيغ مختلفة في مختلف وسائل الإعلام، لكن في فترات معينة نجد أن طريقة المعالجة تكون متشابهة ومتماثلة وتم الإبراز لفترة زمنية معينة ثم يختفي، تدريجيا و تأتي مواضيع أخرى، وهذا الارتباط يبين نشر الوقائع بشكلها الحقيقي كم خلال متابعة آخر المستجدات نحوها وتكون الصحافة هي التي تؤطر لظهورها وركودها إعلاميا بالتكثيف وهذا يرجع إلي هدف الصحيفة من الطرح ومنه تتكون أجندة الصحيفة، و هذا هو ما تعمل عليه الصحافة في الجزائر من خلال إبراز هذه المواضيع لجذب الجمهور المستهدف لها في فترة معينة ، ثم يزول الاهتمام نحوه كما تختفي المواضيع تدريجيا .

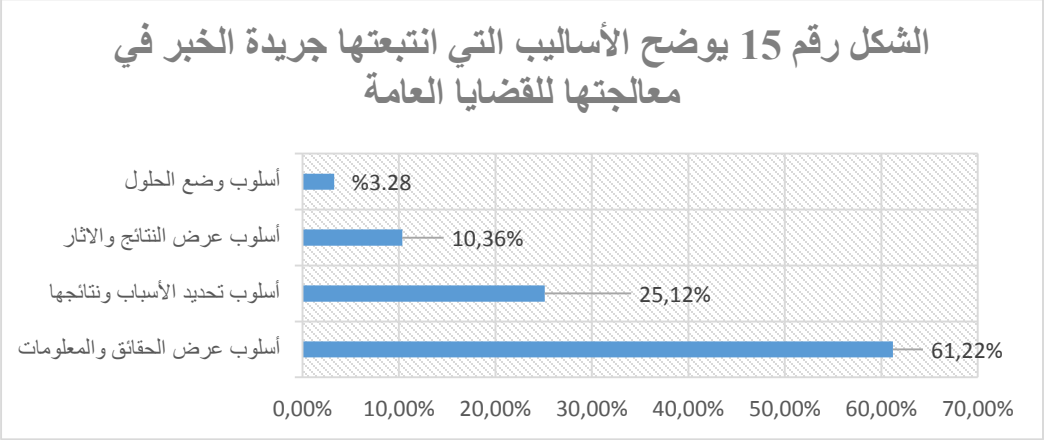
ومن الدراسات التي اهتمت بهذه الفرضية دراسة "Jessica Lynne Hughes"[1] التي اهتمت بإلقاء الضوء حول كيفية تأثير وسائل الاعلام على أجندة الجمهور من خلال الحملة الانتخابية برئيس الأمريكي السابق "بوش" لعام 2002، والتي توصلت إلى ارتباط وثيق جدول الأعمال وسائل الاعلام حول سياسة بوش بجدول أعمال الجماهير، في حين أن دراسة PAUL D. WURSTER[2] التي اهتمت بدراسة جدول أعمال الرئاسة في "تويتر" ومدى ارتباطه بالأولويات العامة، وقد توصلت إلى أن هناك انفصال كبير بين التغطية الإخبارية في تويتر واهتمامات المواطنين، وهذا ما يدل على أن عملية التأثير يمكن أن تفشل من طرف وسائل الاعلام على الجماهير في مختلف القضايا.

[1] Jessica Lynne Hughes, **analyzing policy issues in presidential speeches and the media**: **an agenda–setting study**, a thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master of Arts Degree in Journalism and Media Studies, University of Nevada, Las Vegas, 2009, p31.

[2] Paul D. Wurster, **news media and presidential agendas in atwitter and how they relate to public priorities**, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, University of Oregon, 2014, p4.

الجدول رقم (13) يبين الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في تقديمها للقضايا العامة

الأساليب	التكرار	النسبة
أسلوب عرض الحقائق والمعلومات	709	%61.22
أسلوب تحديد الأسباب ونتائجها	291	%25.12
أسلوب عرض النتائج والاثار	120	%10.36
أسلوب وضع الحلول	38	%3.28
المجموع	1158	%100



يبين تحليل المضمون في الجدول أعلاه الأساليب التي استخدمتها صحيفة الدراسة في معالجتها للقضايا العامة والتي تصدرت الترتيب أسلوب عرض الحقائق والمعلومات بنسبة 61.22 %، وفي المرتبة الثانية أسلوب تحديد الأسباب ونتائجها ثم جاء أسلوب عرض النتائج والآثار بنسبة 10.36 %، أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب أسلوب وضع الحلول بنسبة 3.28 %.

تكمن أهمية الصحافة في توفر الصدق والنزاهة في معالجتها للقضايا العامة وعدم الخروج عن المألوف، فهي تعمل على توثيق المعلومات والحقائق بإتباع أسلوب منهجي وموضوعي بهدف الكشف عن المستور وإحداث تغيير للمنفعة العامة.

ويرجع اختيار الصحيفة إلى أسلوب عرض الحقائق والمعلومات لان القارئ يبحث عن بيانات وأحداث للقضايا التي يتابعها يوميا، وذلك بهدف التوضيح والتنديد والإعلام لترسيخ المعلومة في أذهان الجمهور، وهو الأمر الذي يفسر رغبة صحيفة الدراسة في محاولة تقوية العلاقة الاتصالية مع جمهورها وايصال الأفكار من خلال معالجتها لهده القضايا، وكذلك الاعتماد على الوضوح في استخدام هذا الأسلوب من أهم النقاط التي يجب الاعتماد عليها من قبل صحيفة الدراسة، فكلما كانت الرسالة واضحة ولا تحتاج لجهد في تفسيرها واستخلاص النتائج أصبحت أكثر إقناعا لدى أنواع معينة من الجماهير خاصة محدودي التعليم، بينما يمكن أن يؤدي وضوح الرسالة مباشرتها إلى عدم إقناع أنواع أخرى من الجماهير وربما مقاومتها بعض الأحيان، لأنهم قد يشعرون بأنها تستخف بقدراتهم العقلية وقدراتهم العلمية والمعرفية خاصة المتعلمين والمثقفين ثقافة عالية، وغموض الرسالة ووجود أهداف تضمينية فيها.[1]

وأيضا كما ذكرنا سابقا أن صحيفة الدراسة تعتمد على هدف الإخبار بنسبة كبيرة فهو يتوافق مع هذا الأسلوب في الطرح والمعالجة هذا من جهة ومن جهة أخرى فهي لم تغفل على تفسير وتحليل هذه المضامين من خلال أسلوب تحديد الأسباب ونتائجها من خلال تسلسل الأحداث وهذا ما يفسر احتلالها في المرتبة الثانية.

أما أسلوب عرض النتائج والآثار فنجد انه لم يكن بقدر الاهتمام الذي ولته صحيفة الدراسة للأسلوبين السابقين، ولكن هذا لا يمنع من أنها استخدمته في بعض القضايا وفي فترات كان يستلزم هذا النوع من المعالجة فيها، فهذا التنوع من المعالجة يعطي نوعا من الثقل للمادة المنشورة، ويفترض أن يكون طرح النتائج والآثار من خلال الإستشهاد بالأحداث السابقة وربطها بما هو موجود في الحاضر لكسب انتباه الجمهور واقناعه نحو ما هو مطروح وتأدية وظيفتها في توعية القراء، وهذا الأسلوب نجده مرتبط بشكل كبير مع عرض الحلول للقضايا المطروح فهما مكملان لبعضهما البعض.

كما تحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، وخاصة تلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للمتلقي، ويقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع أي دليل، كما أن تقديم الأدلة يكون وقعه أكبر على الجماهير الذكية، أي أولئك الذين يتوقعون اثباتا للأفكار المعروضة عليهم

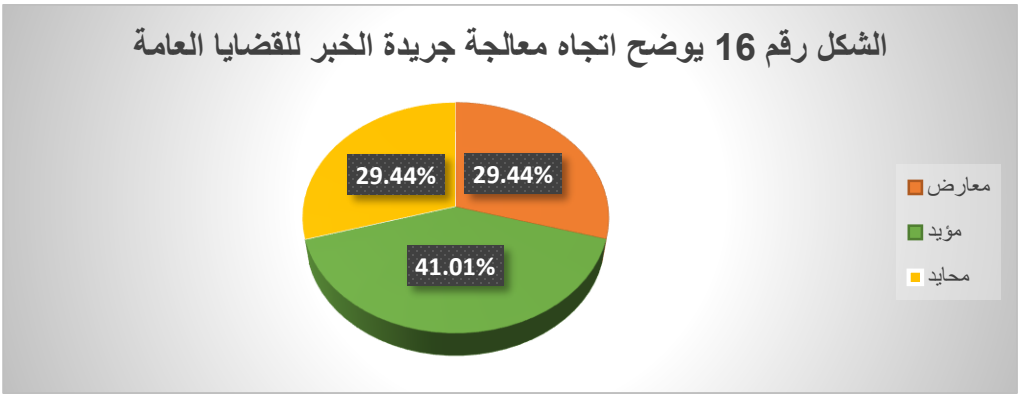
[1] نزهة حانون: **مرجع سبق ذكره**، ص44.

فكلما تقوم الصحافة على عملية تغذية المتلقي بمختلف المعلومات فهي تعمل على توجيه الراي العام، وتتم هذه التغذية من خلال استخدام الحجج والبراهين والتحليل والتفسير والشرح، كما تؤكد "جيهان رشتي " هنا أن عنصر التعلم مهم جدا بالنسبة للمتلقي فعندما يكون ذات تعليم بسيط لا يمكن أن يفكك شفرات الرسالة فيكون اقل استقطابا للمعلومات وبالتالي يكون التأثير ضئيلا.[1]

الجدول رقم (14) يبين نوع اتجاه معالجة مختلف القضايا العامة في صحيفة الخبر

الاتجاه	التكرار	النسبة
معارض	**341**	**%29.44**
مؤيد	**475**	**%41.01**
محايد	**342**	**%29.53**
المجموع	**1158**	**%100**

الشكل رقم 16 يوضح اتجاه معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة



من خلال بيانات الجدول رقم 13 نلاحظ بأن اتجاه صحيفة الدراسة نحو القضايا العامة من خلال معالجتها لها كانت ذات اتجاه مؤيد بنسبة قدرت ب 41.01 %، وجاء بعدها الموضوعات ذات الاتجاه المحايد بنسبة 29.53 %،

[1] جيهان أحمد رشتي: **مرجع سبق ذكره**، ص 486.

أما المرتبة الثالثة فكانت للموضوعات المعارضة وكانت نسبتها متقاربة جدا مع نسبة المواضيع المحايدة والتي قدرت ب 29.44 %.

نلاحظ إن صحيفة الدراسة اتجهت إلى المعالجة الايجابية للقضايا العامة وخاصة القضايا السياسية من خلال طرح تصريحات للسياسيين عن الأوضاع التي تعيشها البلاد وعن التغيرات الجذرية التي ستتغير بعد انتخابات[1]2019، هذا ما يدل ويؤكد لنا فكرة اعتماد صحيفة الدراسة عن أساليب إقناعيه من خلال معالجتها لهذه القضايا من اجل إقناع القراء في اعطاء فرصة لإنهاء المرحلة الانتقالية في البلاد والدخول في نظام جديد يكرس الحرية ويعمل على تحقيق المطالب الشعبية ولم يكن هذا في القضايا السياسية فقط بل في مختلف القضايا السياسية فقط بل في مختلف القضايا العامة.

أما فيما يخص الاتجاه المحايد نجده انه غلب على المواضيع التي تشمل في طياتها قوانين أو قرارات من جهة مختصة فنجد أن الموضوع يطرح بموضوعية أكثر وأنه يعتمد على أسلوب عرض الحقائق والأخبار[2]، في حين ان الاتجاه المعارض يشمل مواضيع القتل والمشاكل الاجتماعية التي عالجتها صحيفة الدراسة والتي عبرت عن استيائها لهذه الأوضاع والتي كانت واضحة في العديد من العناوين التي طرحتها.

[1] نماذج:

- **مقري يدعو إلى حل مشكلة الحكم: لا معنى لحكومة جديدة قبل تغيير الدستور**، 29 فيفري 2020، العدد 9480.
- **تبون تعهد بالانفتاح على الإعلام "السلطة الجديدة على المحك!"**، الخبر اليومي، 19 جانفي 2020، العدد 9445.

[2] نماذج:

- **استمرار القبضة الحديدية بين القضاة والوزير زعماتي**، الخبر اليومي، 29 أكتوبر 2019، العدد 9376.

ثانيا: أولويات الجمهور نحو القضايا العامة في جريدة الخبر

1- البيانات الأولية

2- أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر

3- أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر

4- اهتمامات الجمهور الجزائري بالقضايا العامة في جريدة الخبر

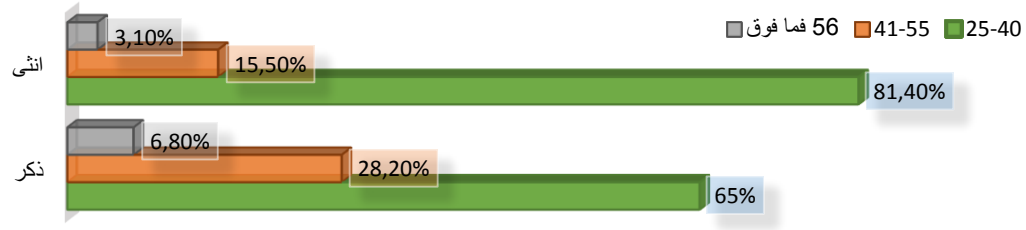
5- **انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين**

1- البيانات الأولية

الجدول رقم 15 يبين متغير السن وفقا لمتغير الجنس لعينة الدراسة

السن * الجنس					
			الجنس		المجموع
			أنثى	ذكر	
السن	من25-40	التكرار	79	67	146
		النسبة %	81.4%	65.0%	73.0%
	من41-55	التكرار	15	29	44
		النسبة %	15.5%	28.2%	22.0%
	56 فما فوق	التكرار	3	7	10
		النسبة %	3.1%	6.8%	5.0%
المجموع		التكرار	97	103	200
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

شكل رقم 17يوضح تكرارات متغير السن



يتبين من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين متغير السن ومتغير الجنس، ما يلي:

فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها الإناث بنسبة 81.4 %، يليهن الذكور بنسبة 65 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها الذكور بنسبة 28.2 %، تليهم الإناث بنسبة 15.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرها الذكور بنسبة 6.8% تليهم الإناث بنسبة 3.1 %.

نلاحظ أن نسبة الذكور تفوق عن نسبة الإناث وهي نسبة واقعية تعكس تركيبة المجتمع الجزائري، حيث نجد اهتمامات الذكور بالصحافة المكتوبة تفوق اهتمامات الإناث بها، والتي يمكن إرجاعها أيضا إلى الفترات الطويلة

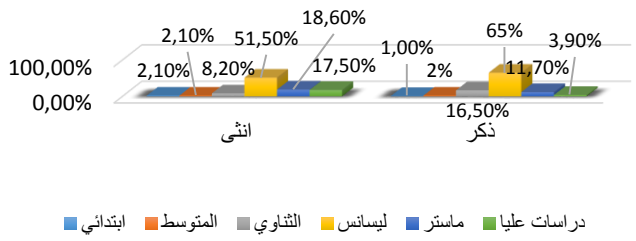
التي يقضيها الرجال في تصفح الجرائد ومناقشة ما يطرح فيها من قضايا، في حين أن النساء لديهن انشغالات أخرى أكثر أهمية من تصفح الجرائد بصفة عامة.

- وتبين أن الفئة الأولى من 25 إلى 40 سنة تضم نسبة 81.4% من الإناث والتي تعتبر أكبر نسبة من الذكور التي قدرت ب 65%، وكما قدرت نسبة هذه الفئة كأعلى نسبة مقارنة مع الفئات الأخرى وهذا ما يعكس أن فئة الشباب هي الغالبة على باقي الفئات العمرية الأخرى.
- أما الفئة الثانية فقد ضمت 15.5% من نسبة الإناث و28.2 % من فئة الذكور وهذا ما يدل على إن الذكور في هذه المرحلة من العمر يكون يزيد اهتمامها بقراءة الصحف ومتابعة القضايا المطروحة وكيفية معالجتها وكذلك يكون هناك تنوع في القضايا من ناحية الاهتمام، أما اغلب النساء تكون لديها انشغالات عديدة في هذه المرحلة من العمر.
- في حين أن الفئة الأخيرة والتي تحصلت على أقل نسبة بين الفئات فقد قدرت نسبة الإناث فيها ب 3.1%، ونسبة الذكور 6.8% وهذا ما يدل على إن اهتمام بالصحافة المكتوبة يقل مع تقدم العمر لدى الفرد الجزائري.

الجدول رقم 16 يبين توزيع العينة حسب متغيري المستوى التعليمي ومتغير الجنس:

المستوى ا لتعليمي * الجنس					
				الجنس	المجموع
				أنثى	ذكر	
المستوى التعليمي	ابتدائي	التكرار	2	1	3
		النسبة %	2.1%	1.0%	1.5%
	متوسط	التكرار	2	2	4
		النسبة %	2.1%	1.9%	2.0%
	ثانوي	التكرار	8	17	25
		النسبة %	8.2%	16.5%	12.5%
	ليسانس	التكرار	50	67	117
		النسبة %	51.5%	65.0%	58.5%
	ماستر	التكرار	18	12	30
		النسبة %	18.6%	11.7%	15.0%
	دراسات عليا	التكرار	17	4	21
		النسبة %	17.5%	3.9%	10.5%
المجموع		التكرار	97	103	200
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

الشكل رقم 18 يوضح متغير المستوى الدراسي



يتوزع جمهور عينة الدراسة طبقا للمستوى التعليمي بنسب متفاوتة إلى ستة فئات وهي المستوى الابتدائي بنسبة 1.5%، والمتوسط بنسبة 2%، أما الثانوي فبنسبة 12.5%، وليسانس بنسبة 58.5% وهي أعلى نسبة بين الفئات، تليها ماستر بنسبة 15%، وأخيرا الدراسات العليا بنسبة 10.5%.

يتبين من الفئة الأولى أن نسبة الإناث فيها أكبر من نسبة الذكور المقدرة ب 2.1%، وكذلك بنسبة للفئة الثانية، أما الفئة الثالثة فنسبة الإناث قدرت ب 8.2% ونسبة الذكور قدرت ب 16.5%، في حين أن الفئة الرابعة قدرت نسبة الإناث فيها 51.5% ونسبة الذكور 65% وهي الفئة الوحيدة التي تحصلت على نسبة الذكور فيها أعلى من نسبة الإناث، وبما أن معظم المبحوثين لهذه الدراسة من فئة الشباب، نرى أن معظم شباب المجتمع الجزائري يفضل الامتناع عن إكمال مشواره الدراسي في الجامعي والاكتفاء بشهادة ليسانس والتوجه إلى سوق العمل.

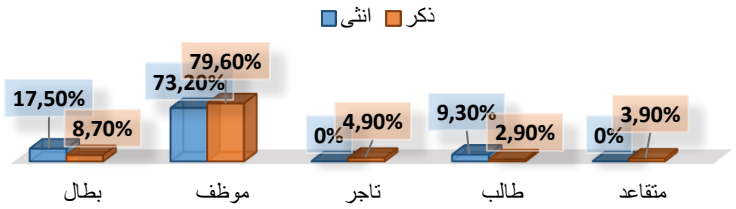
أما الفئة الخامسة والسادسة أكدت أن الإناث تبحث على شهادات عليا أكثر من الذكور والتي قدرت نسبتهم ب 18.6% في الفئة الخامسة و17.5% في الفئة الأخيرة.

الجدول رقم 17 يبين متغير المهنة وفقا لمتغير الجنس

المهنة * الجنس					
			الجنس		المجموع
			أنثى	ذكر	
المهنة	بطال(ة)	التكرار	17	9	26
		النسبة %	17.5%	8.7%	13.0%
	موظف(ة)	التكرار	71	82	153
		النسبة %	73.2%	79.6%	76.5%
	تاجر	التكرار	0	5	5
		النسبة %	0.0%	4.9%	2.5%
	طالب(ة)	التكرار	9	3	12
		النسبة %	9.3%	2.9%	6.0%

متقاعد(ة)	التكرار	0	4	4	
	النسبة %	0.0%	3.9%	2.0%	
المجموع	التكرار	97	103	200	
	النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	

الشكل رقم 19 يوضح متغير المهنة



يتوزع جمهور عينة الدراسة طبقا للحالة المهنية إلى خمسة فئات وهي بطال بنسبة 13%، وموظف بنسبة 76.5%، وتاجر بنسبة 2.5%، وطالب بنسبة 6%، ومتقاعد بنسبة 2%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود تفاوت بين نسبة الذكور ونسبة الإناث في هذه الفئات الخمسة على النحو التالي:

- نلاحظ من خلال الجدول إن نسبة الإناث في الفئة الأولى قدرت ب% 17.5، إما نسبة الذكور فيها قدرت ب 8.7%، أما الفئة الثانية فقد قدرت نسبة الإناث فيها 73.2% أما نسبة الذكور فقد قدرت ب 79.5% وهي أعلى نسبة بين العاملين في المجتمع الجزائري أكبر من نسبة البطالة.
- أما الفئة الثالثة فقد كانت نسبة الإناث فيها معدومة إما نسبة الذكور فقدرت ب 4.9%، وهذا راجع إلى أن المرأة الجزائرية غير مهتمة بشكل كبير بمجال التجارة إلا أن هذا لا يمنع من وجود نساء عاملات في هذا المجال.
- أما الفئة الرابعة فقد قدرت نسبة الإناث فيها ب 9.3%، أما نسبة الذكور ب 2.9%، والفئة الأخيرة فقد قدرت نسبة الذكور فيها ب 3.9% أما نسبة الإناث كانت معدومة وهذا ما يؤكد أن النساء المتقدمات في السن والمتحصلات على التقاعد غير مهتمات بقراءة الصحف.

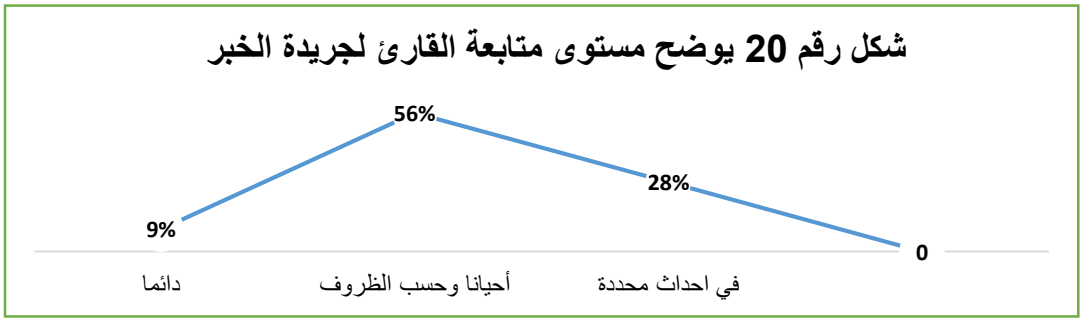
وقد أصبحت هذه الظاهرة البطالة من إحدى المشكلات الأساسية التي يعاني منها فئة الشباب، فهي لا تستثني أية فئة من الخريجين، كما أن التشغيل أصبح يتميز بالمؤقت مع انتشار عقود الإدماج المؤقتة التي استخدمتها الدولة كإستراتيجية جديدة للحد من هذه الظاهرة، وقد "وصفت منظمة العمل العربية في تقرير نشر في شهر مارس 2005، أن الوضع الحالي للبطالة في الدول العربية ب "الأسوأ بين جميع مناطق العالم دون منازع" وأنه "في

طريقة لتجاوز الخطوط الحمراء"، ويجب على الاقتصـــاديات العربية ضـــخ نحو 70 مليار دولار، ورفع معدل نموها الاقتصادي من 3% إلى 7%، واستحداث ما لا يقل عن خمسة ملايين فرصة عمل سنويا"[1].

2- أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر

الجدول رقم 18يبين مستوى متابعة القراء لجريدة الخبر

مستويات متابعة جريدة الخبر		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	55أكثر	الابتدائي	ثانوي	ليس انس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
دائما	التكرار	02	16	13	4	1	00	03	14	00	01	0	17	0	0	1	18
	النسبة	2.1 %	5.5 %	8.9 %	9.1 %	10 %	%00	12 %	12 %	00 %	4.8 %	00 %	11.%1	00 %	00 %	25 %	%9
أحيانا	التكرار	54	58	78	28	6	02	12	62	18	15	16	85	2	6	3	112
	النسبة	55.%7	56.%3	53.%4	63.%6	60 %	66.7 %	48 %	53 %	60 %	71.%4	61.%5	55.%6	40 %	50 %	75 %	56 %
في احدا ث محدد ة	التكرار	41	29	55	12	3	1	10	41	12	5	10	51	3	6	0	70
	النسبة	42.%3	28.%2	37.%7	27.%3	30 %	33.3 %	40 %	35 %	40 %	23.%8	38.%5	33.%3	60 %	50 %	00 %	35 %
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	10 %0	100 %	10 %0	100 %	100 %	100 %	10 %0	10 %0	10 %0	100 %



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد الإناث إجابة دائما فقد تصـــدرها الذكور بنســـبة 5.5%، تليهم الإناث بنسبة 2.1%، أما إجابة أحيانا وحسب الظروف فقد تصدرها الذكور بنسبة 56.3 % ، تليهم الإناث بنسبة 55.7 %، أما إجابة في أحداث محددة فقد تصدرتها الإناث بنسبة 42.3%، يلهن الذكور بنسبة 28.2 %.

أما ما تعلق بمتغير السن، فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها أحيانا وحسب الظروف بنسبة 53.4 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 35 %، وأخيرا دائما بنسبة 8.9 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 40 إلى 55 سنة فقد تصدرتها أحيانا وحسب الظروف بنسبة 63.6 %، تليها في أحداث

[1] سمير العابد: **ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات**، مجلة الباحث، العدد 11، 2012، ص76.

محددة بنسبة 27.3 %، وأخيرا دائما بنسبة 9.1 %، والمرحلة العمرية الممتدة من 55 فما فوق فقد تصدرتها أحيانا وحسب الظروف بنسبة 60 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 30 %، وأخيرا دائما بنسبة 10 %.

أما ما يخص المستوى التعليمي، فنجد فيما يخص المستوى الابتدائي فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 66.7 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 33.3 %، والمستوى المتوسط فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 75 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 25 %، أما المستوى الثانوي فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 48 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 40 %، وأخيرا دائما بنسبة 12 %، ومستوى ليسانس فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 53% ، تليها في أحداث محددة بنسبة 35 %، وأخيرا دائما بنسبة 12%.

أما مستوى ماستر فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 60 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 40 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته أحيانا وحسب الظروف بنسبة 71.4 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 23.8 %، وأخيرا دائما بنسبة 4.8 %.

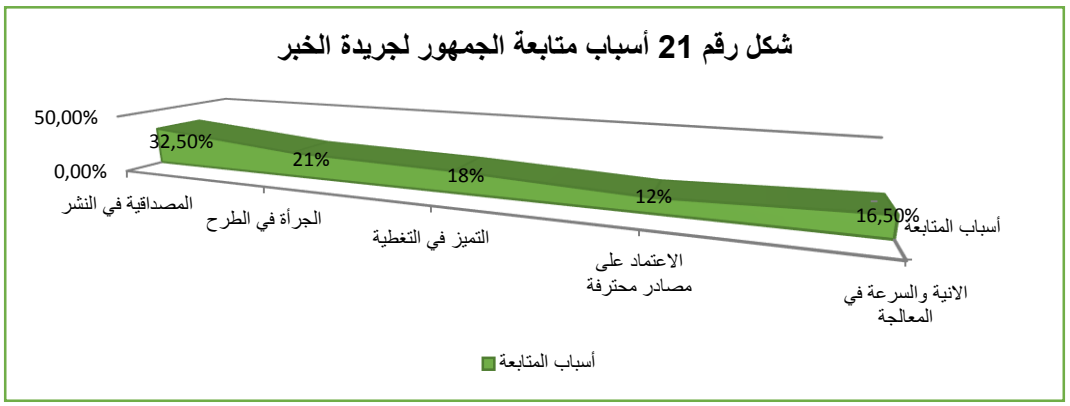
أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرها أحيان وحسب الظروف بنسبة 61.5 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 38.5 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرها أحيانا وحسب الأحداث بنسبة 55.6 %، تليها في أحداث محددة بنسبة 33.3 %، وأخيرا دائما بنسبة 11.1 %. .ومهنة تاجر(ة) فقد تصدرها في أحداث محددة بنسبة 60 %، تليها أحيانا وحسب الظروف بنسبة 40 %، أما ما يخص مهنة طالب(ة) فقد تصدرها كل من أحيانا وحسب الأحداث وفي أحداث محددة بنسبة 50 % لكل واحد منهما، ثم مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرتها أحيانا وحسب الظروف بنسبة 75 %، تليها دائما بنسبة 25 %.

ونلخص من خلال هذا الطرح أن جمهور عينة الدراسة يتابع صحيفة الدراسة بشكل متقطع وحسب الظروف وهذا راجع إلى انه متشبع بالأخبار والمعلومات من خلال وسائل الاعلام الأخرى وخاصة وسائل الاعلام الجديد بصفاتها التي تمتاز بها وهي السرعة وسهولة الاستخدام مما يتيح للمبحوثين التطرق للعديد من القضايا العامة ومناقشتها وإبداء آرائهم فيها بكل أريحية وحرية وهذا ما تشير إليه دراسة

وبالنسبة لصفات المبحوثين الذين اختاروا هذه الإجابة نجد أن معظمهم ذكور يتراوح أعمارهم ما بين 40 و55 سنة واغلبهم موظفون وذات مستوى جامعي، وهذا ما يفسر أن الموظفون لا يجدون متسع من الوقت لتصفح جريدة الخبر بشكل دائم، لأن مسار يومهم مضغوط نوعا ما، كما أن العمر مناسب للاهتمام بالصحيفة لأن معظم الشباب يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي على قراءة وتصفح الجريدة فصفات المبحوثين هي منطقية للإجابات التي أجابوها.

الجدول رقم 19 يبين أسباب متابعة القراء جريدة الخبر.

ما هي أسباب متابعتك لجريدة الخبر؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي							المهنة					المجموع
		انثى	ذكر	من 25- 40	من41 الى 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
المصداقية في النشر والاخبار	التكرار	34	31	46	15	04	01	00	09	41	07	07	07	52	00	05	01	65
	النسبة	35.1 %	30.1 %	%31.5	%34.1	%40	33.3 %	%00	%36	%35	%23.3	%33.3	%26.9	%34	%00	%41.7	%25	%32.5
الجرأة في تناول قضايا	التكرار	15	27	31	09	02	01	01	05	22	06	07	06	27	02	05	02	42
	النسبة	15.5 %	26.2 %	%21.2	%20.5	%20	33.% 3	%25	%20	%18.8	%20	33.3	%23.1	%17.6	%40	%41.7	%50	%21
التميز في طريقة التغطية	التكرار	19	17	24	10	02	01	01	06	23	03	02	03	32	00	01	00	36
	النسبة	19.6 %	16.5 %	%16.4	%22.7	%20	33.3 %	%25	%24	%19.7	%10	%9.5	%11.5	%20.9	%00	%08.3	%00	%18
الاعتماد على مصادر محترفة	التكرار	12	12	20	04	00	00	01	01	15	04	03	03	20	01	00	00	24
	النسبة	12.4 %%	11.7	%13.7	%9.1	%00	%00	%25	%04	%12.8	%13.3	%14.3	%11.5	%13.1	%20	%00	%00	%12
الانية والسرعة في المعالجة	التكرار	17	16	25	06	02	00	01	04	16	10	02	07	22	02	01	01	33
	النسبة	17.5 %	15.5 %	%17.1%	%13.6	%20	%00	%25	%16	%13.7	%33.3	%9.5	%26.9	%14.4	%40	%08.3	%25	%16.5
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200
	النسبة	100 %	100 %	100%	100%	100%	100 %	100 %	100 %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



نستنتج من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد الإناث تصدره مؤشر المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 35.1%، تليها التميز في طريقة التغطية بنسبة 19.6 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 17.5% ثم الجرأة في تناول قضايا بنسبة 15.5 %، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 12.4%.

أما الذكور فقد تصدرتها المصداقية في النشر والأخبار بنسبة 30.1%، تليها الجرأة في تناول قضايا بنسبة 26.2 %، ثم الميز في طريقة التغطية بنسبة 16.5 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 15.5% ، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 11.7%.

أما ما تعلق بمتغير السن فنجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته مصداقية في النشر والإخبار بنسبة 31.5% ، تليها الجرأة في تناول قضايا بنسبة 21.2 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 17.1% ، ثم التميز في طريقة التغطية بنسبة 16.4% ، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 13.7 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها المصداقية في النشر والإخبار بنسب 34.1 %، تليها التميز في طريقة التغطية بنسبة 22.7 %، ثم الجرأة في طريقة التغطية بنسبة 20.5 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 13.6%، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 9.1% ، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 40% ، تليها كل من الجرأة في تناول قضايا والتميز في طريقة التغطية والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 20 %.

أما يخص المستوى التعليمي نجد المستوى الابتدائي تصدره المصداقية في النشر والأخبار والجرأة في تناول قضايا والتميز في طريقة التغطية بنسبة 33.3%، أما المستوى المتوسط فقد تصدره الجرأة في تناول قضايا والتميز في طريقة التغطية والاعتماد على مصادر محترفة والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 25 %، أما المستوى الثانوي فقد تصدره المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 36% ، تليها التميز في طريقة التغطية بنسبة 24% ، ثم الجرأة في تناول قضايا بنسبة 20 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 16 %، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 4% ومستوى ليسانس فقد تصدره المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 35 %، تليها التميز في طريقة التغطية بنسبة 19.7%، ثم الجرأة في تناول قضايا بنسبة 18.8 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 13.7%، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 12.8%.

أما مستوى ماستر فقد تصدره الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 33 %، تليها المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 23.3 %، ثم الجرأة في تناول قضايا بنسبة 20 %، ثم الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 13.3 %، وأخيرا التميز في طريقة المعالجة بنسبة 10 %، ومستوى دراسات عليا فقد تصدره المصداقية في النشر والإخبار والجرأة في تناول قضايا بنسبة 33.3 %، تليهما الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 14.3 %، ثم كل من التميز في طريقة التغطية والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 9.5%.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدرها كل من المصداقية في النشر والإخبار والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 26.9 %، تليهما الجرأة في تناول قضايا بنسبة 23.1 %، ثم كل من التميز في طريقة التغطية والاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 11.5 %، أما وظيفة موظف(ة) فقد تصدرها المصداقية في النشر والإخبار بنسبة 34 %، تليها التميز في طريقة التغطية بنسبة 20.9 %، ثم الجرأة في تناول قضايا بنسبة 17.6 %، ثم الآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 14.4%، وأخيرا الاعتماد على مصادر محترفة بنسبة 13.1 %.

أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرها كل من المصداقية في النشر والإخبار والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 40 % ومهنة طالب(ة) فقد تصدرها كل من المصداقية في النشر والإخبار والجرأة في تناول قضايا بنسبة 41.7 %، تليهما كل من التميز في طريقة التغطية والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 8.3 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرها كل من المصداقية في النشر والإخبار والآنية والسرعة في المعالجة بنسبة 25 %.

تفسر هذه النتائج أن متابعي صحيفة الخبر ذات مستوى ثقافي نستطيع إن نقول عليه جيد، وسبب اختيار هذا راجع إلى أن المواطن الجزائري لديه خلفية إيجابية لجريدة الخبر اليومية بالمقارنة مع الصحف اليومية الأخرى وهذا ما استنتجته دراسة نجاة علمي حول ترتيب المبحوثين لصحف الأكثر مقروئية بالنسبة لهم فكانت جريدة الخبر في الترتيب الأول بنسبة 55%[1]، وذلك لتقديمها المعلومات والبيانات في مجالات مختلفة من وجهة نظره وتجاوزها للحدود الجغرافية، كما إن متطلبات الوصول إليها ومتابعتها لا تحتاج إلى تكلفة عالية وجهد كبير سواء بصفتها الورقية أو الالكترونية ، كما إنها تتميز بالجرأة في طرح القضايا العامة بمختلف الطرق والعديد من الأساليب وهذا ما اختاره المبحوثين في المرتبة الثانية.

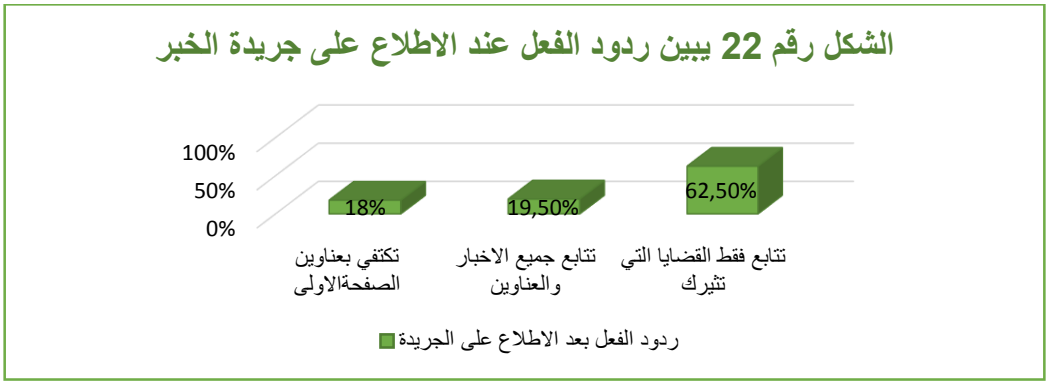
وتتفق مع هذه النتيجة دراسة [2]"**بن شيخ عيسى**" التي توصلت إلى أن القيم الإيجابية التي ترصدها جريدة الخبر في معالجتها للقضايا الخاصة بالسلطة قد قدرت نسبتها ب 36.1 % ومن ضمن هذه القيم المصداقية التي قدر تكرارها ب 18 تكرار، فالمصداقية عامل مهم جدا تلتزم به الصحيفة في معالجتها للأخبار، "حيث أن الاعلام يؤثر تأثيرا بالغا في سلوك الفرد والجماعة، ومن ثم يتوخى من الاعلام عامة ومن الإعلامي خاصة التحلي بالصدق والأمانة والصراحة.

[1]علمي نجاة: **مرجع سبق ذكره**، ص 376.

[2] بن شيخ عيسى: **صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية –يومية "الخبر" نموذجا–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، ص173.

الجدول رقم 20 بين ردة فعل القراء عند الاطلاع الأول على جريدة الخبر

عند اطلاعك الأول على جريدة الخبر هل؟		الجنس		السن				المستوى الدراسي							المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25- 40	41 الى 55	من 56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
تكتفي بعناوين الصفحة الاولى	التكرار	20	16	28	06	02	01	00	05	24	03	03	04	30	01	01	00	36
	النسبة	%20.6	%15.5	%19.2	%13.6	%20	%33.3	%00	%20	%20.5	%10	%14.3	%15.4	%19.6	%20	%8.3	%00	%18
تتابع جميع الاخبار والعناوين	التكرار	14	25	26	12	01	00	01	08	22	06	02	09	28	01	00	01	39
	النسبة	%14.4	%24.3	%17.8	%27.3	%10	%00	%25	%32	%18.8	%20	%9.5	%34.6	%18.3	%20	%00	%25	%19.5
تتابع فقط القضايا التي تثيرك	التكرار	63	62	92	26	07	02	03	12	71	21	16	13	95	03	11	03	125
	النسبة	%64.9	%60.2	%63	%59.1	%70	%66.7	%75	%48	%60.7	%70	%76.2	%50	%62.1	%60	%91.7	%75	%62.1
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	153
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس فنجد الإناث تصدرها تتابع فقط القضايا التي تثيرني بنسبة 64.9 %، تليها تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 20.6 %، وأخيار تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 14.4 %، أما الذكور فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرني بنسبة 60.2 %، تليها تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 24.3 %، ثم تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 15.5 %.

أما ما يخص متغير السن فنجد ما يلي المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 63 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 19.2 %، وأخيرا تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 17.8% ، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 59.1 %، يليه تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 27.3 %، وأخيرا تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 13.6 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرها تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 70 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 20 %، وأخيرا تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 10 %.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي، نجد ما يلي المستوى الابتدائي فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 66.7 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 33.3 %، أما المستوى المتوسط فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 75 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 33.3 %، أما المستوى الثانوي فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 48 %، يليه تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 32 %، وأخيرا تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 20 %، أما مستوى ليسانس فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 60.7 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 20.5 %، وأخيرا تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 18.8 %.

أما مستوى ماستر فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 70 %، يليه تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 20 %، وأخيرا تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 10 %، أما دراسات عليا فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 76.2 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 14.3% ، وأخيرا تتابع جميع الأخبار والعناوين بنسبة 9.5 %.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 50 %، يليه تتابع جميع الأخبار والقضايا بنسبة 34.6 %، وأخيرا تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 15.4 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 60 %، يليه كل من تكفي بعناوين الصفحة الأولى وتتابع جميع الأخبار والقضايا بنسبة 20 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 91.7 %، يليه تكتفي بعناوين الصفحة الأولى بنسبة 8.3 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدره تتابع فقط القضايا التي تثيرك بنسبة 75 %، يليه تتابع جميع الأخبار والقضايا بنسبة 25 %.

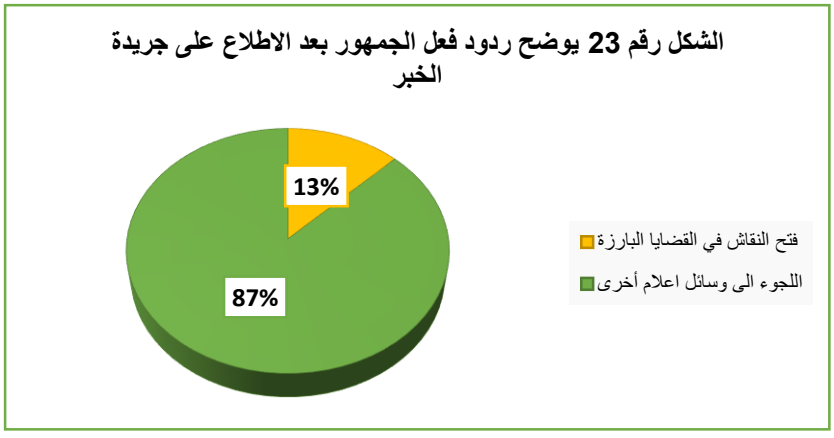
ومنه نلاحظ أن هناك تفاوت كبير في النسب بين الاختيارات وهذا ما يؤكد أن الجمهور الجزائري لديه اهتمامات و أولويات للقضايا التي يتابعها وتختلف هذه القضايا من فرد إلى آخر فمعظم من يتصفح الجريدة يسعى دائما إلى الاطلاع على ما هو جديد حول القضايا التي تثيره أما بنسبة الذي يكتفون بالاطلاع على الصفحة الأولى فقط هذا النوع من القراء ويتميز بعدم الصبر وانعدام الفضول لديه أو يحاول فقط أن يأخذ فكرة حول القضايا التي يتم طرحها أما بنسبة للنوع الثالث وهو عكس ما سبقه حين يتابع كل القضايا المطروحة بحذافيرها للإمام بالمعلومات بشكل تفصيلي.

نستنتج أيضا أن المبحوثين الذين يتابعون فقط القضايا التي تثيرهم لهم نفس الصفات وأغلبهم ذكور وأعمارهم تتراوح ما بين 41و55 والمستوى الدراسي ليسانس ولهم منصب عملي وهذا يبين أن كل فئة من

المبحوثين لها نفس الاتجاهات وتفضيلات والاهتمامات نحو القضايا المطروحة في صحيفة الدراسة، وهذا ما يطابق دراسة ذهبية سيدهم التي أكدت أن نتائج الباحثين وخبراء العلاقات العامة وغيرهم تشير إلى أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية حينما تجعل الرأي أو السلوك الذي تعرضه يبدو للجمهور على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، في حين تتراجع هذه الفاعلية إن حاولت الرسالة إثبات العكس[1]، فمعظم قراء الصحف غايتهم الأساسية في تصفح الجريدة هي إشباع رغباتهم حول القضايا التي تثير اهتمامهم وأيضا فكل فرد لديه أولويات واهتمامات وترتيب للقضايا العامة المطروحة.

الجدول 21 يبين تفضيلات القراء عن الاطلاع الأول على جريدة الخبر

بعد اطلاعك على جريدة الخبر هل تفضل؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي							المهنة					المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41 - 55	أكثر من56	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
فتح النقاش في القضايا البارزة	التكرار	45	47	64	23	05	02	02	15	56	10	07	16	68	02	05	01	92
	النسبة	%46.4	45.6%	43%8.	52.3%	%50	%66.7	%50	60%	47.9%	%33.3	%33.3	%61.5	%44.4	%40	%41.7	%25	%46
اللجوء الى وسائل اعلام اخرى	التكرار	52	56	82	21	05	01	02	10	61	20	14	10	85	03	07	03	108
	النسبة	53.6%	%54.4	56.2%	%47.7	%50	33.3%	%50	40%	52.1%	%66.7	%66.7	%38.5	%55.6	%60	%58.3	%75	%54
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	1%00	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	100%



[1] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص 194.

يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس فنجد الإناث فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 53.6 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 46.4 %، أما ما تعلق بالذكور فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 54.4 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 45.6%.

أما ما يخص متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها اللجوء إلى وسائل إعلامية أخرى بنسبة 56.2 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 43.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدره فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 52.3 %، يليه اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 47.7 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدره كل من فتح النقاش في القضايا البارزة واللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 50 % لكل واحد منهما.

أما ما يخص المستوى التعليمي، فنجد فيما يخص المستوى الابتدائي فقد تصدره فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 66.7 %، يليه اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 33.3% ، أما المستوى المتوسط فقد تصدره كل من فتح النقاش في القضايا البارزة واللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 50 % لكل واحد منهما، أما المستوى الثانوي فقد تصدره فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 60%، يليه اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 40 %، أما مستوى ليسانس فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 52.1 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 47.9%.

أما مستوى ماستر فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 66.7 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 33.3 %، ومستوى دراسات عليا فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 66.7 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 33.3 %.

أما ما تعلق بالمستوى المهني فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرها فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 61.5 %، يليه اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 38.5 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 55.6 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 44.4 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 60 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 40 %، ومهنة طالب(ة) فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 58.3 %، يليه فتح النقاش في القضايا البارزة بنسبة 41.7 %، أما مهنة متقاعد فقد تصدره اللجوء إلى وسائل إعلام أخرى بنسبة 75 %، يليه فتح النقاش في القضايا بنسبة 25 %.

يبين لنا الجدول أن معظم المبحوثين بعد اطلاعهم على جريدة الخبر يلجئون إلى وسائل إعلام أخرى وقد قدرت نسبتهم ب 54.4% أما الذين يباشرون في فتح النقاش في القضايا البارزة قدرت نسبتهم ب 46%.

ومن خلال هذه النتيجة نلاحظ أن جمهور صحيفة الخبر يفضل التحقق من المعلومات والمعطيات والإحاطة بها في جميع وسائل الإعلام الأخرى للتأكد منها وخاصة من أسباب المتابعة صحيفة الخبر من قبل المبحوثين كانت المصداقية فعند طرحها لقضية مثيرة للاهتمام يلجأ المبحوثين إلى وسائل الإعلام الأخرى والتعرف على وجهة نظرها حول القضية للمقارنة بين الطرفين والخروج بنتيجة معينة وهذه من صفات المجتمع الجزائري أنه لا يقنع من مصدر واحد إلى بعد المعلومة من عدة مصادر.

وعند النظر إلى مواصفات هؤلاء المبحوثين نجد أن أغلبهم ذكور في مرحلة الشباب، كما أن أغلبهم متحصلون على شهادة ليسانس، وهذا يوضح أن معظم أفراد العينة تفضل الاطلاع على وسائل الإعلام الأخرى لبلورة أفكارهما وبناء اتجاههما حول القضايا بشكل سليم، كما أن لوسائل الإعلام الجديد تأثير كبير خاصة على قراء الصحف وهذا ما توضحه "دراسة **عبد الملك الدناني** عند تسجيل 32% من المبحوثين وافقوا على أن الصحافة الالكترونية تشكل تهديدا حقيقيا لاستمرارية الصحف اليومية، فيما يرى 24% بأن الصحافة الالكترونية تشكل تهديدا حقيقيا إلى حد ما"[1]، وهذا ما يؤكد فكرة أن هناك تأثير كبير على الصحافة المكتوبة في عصر التكنولوجيا الرقمية. لموضوعية محاولا قدر المستطاع الابتعاد على الذاتية في تناوله لمختلف المواضيع والقضايا"[2].

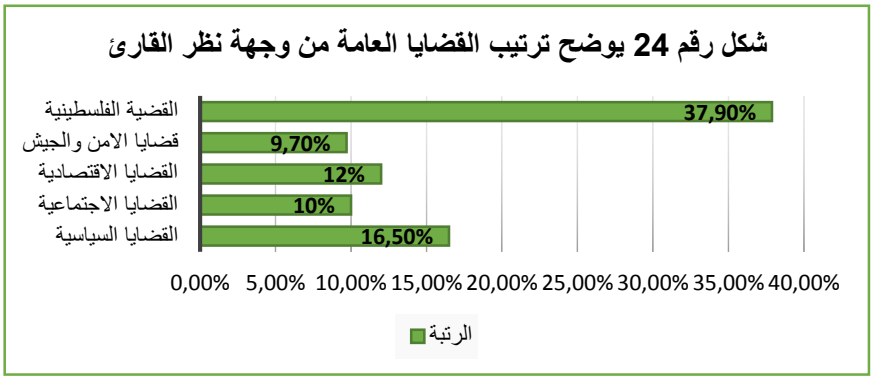
[1] عبد الملك الدناني: **مقروؤية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، دس، ص .190

[2] سمير زواوي: **مرجع سبق ذكره**، ص140.

3- أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر:

الجدول رقم 22 يبين ترتيب القراء للقضايا العامة التي تطرحها جريدة الخبر:

رتب أنواع القضايا التي تهتم بقراءتها في جريدة الخبر		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة					المجموع	الرتبة
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	فوق56	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد		
القضايا السياسية	التكرار	12	21	24	08	01	00	00	05	20	04	04	10	19	01	02	01	33	02
	النسبة	12.4	20.4	16.4	18.2	%10	%00	%00	%20	%17.1	13.3	%19	%38.5	%12.4	%20	16.7	%25	16.5	
القضايا الاجتماعية	التكرار	10	10	16	02	02	00	01	01	11	03	04	02	16	01	00	01	20	05
	النسبة	10.%3	%9.7	%11	%4.5	%20	%00	%25	%04	%9.4	%10	%19	%7.7	%10.5	%20	%00	%25	%10	
القضايا الاقتصادية	التكرار	14	10	21	03	00	00	00	04	11	07	02	04	18	01	01	00	24	03
	النسبة	14.4	%9.7	14.4 %	%6.8	%00	%00	%00	%16	%9.4	%23.3	%9.5	%15.4	%11.8	%20	%8.3	%00	%12	
القضايا الثقافية	التكرار	09	13	15	06	01	00	01	02	11	06	02	02	20	00	00	00	22	04
	النسبة	%9.3	12.6	10.3	13.6	%10	%00	%25	%08	%9.4	%20	%9.5	%7.7	%13.1	%00	%00	%00	%11	
قضايا الامن والجيش	التكرار	14	10	16	08	00	00	02	05	11	04	02	04	19	00	01	00	24	03
	النسبة	%14.4	%9.7	%11	18.2 %	%00	%00	%50	%20	%9.4	%13.3	%9.5	%15.4	%12.4	%00	%8.3	%00	%12	
القضية الفلسطينية	التكرار	38	39	54	17	06	03	00	08	53	06	07	04	61	02	08	02	77	01
	النسبة	39.2	%37.9	%37	38.6 %	%60	%10	%00	%32	%45.3	%20	%3.33	%15.4	%39.9	%40	66.7 %	%50	%38.5	
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200	–
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس، فنجد ما يلي فيما يخص الإناث فقد تصدرتها القضية الفلسطينية بنسبة 39.2 %، تليها القضايا الاقتصادية بنسبة 14.4 %، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة 10.3 % القضايا الثقافية بنسبة 9.3 %، وأخيرا قضايا الأمن والجيش بنسبة 4 %، أما ما يخص الذكور فقد تصدرتهم القضية الفلسطينية بنسبة 37.9%، تليها القضايا السياسية بنسبة 20.4 %، ثم القضايا الثقافية بنسبة 12.6% ثم القضايا الاجتماعية والقضايا الاقتصادية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 9.7 %.

فيما يخص متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها القضية الفلسطينية بنسبة 37%، تليها القضايا السياسية بنسبة 16.4 %، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة 14.4 %، ثم القضايا الاجتماعية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 11 %، وأخيرا القضايا الثقافية بنسبة 10.3%.

أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها القضية الفلسطينية بنسبة 38.6 %، تليها القضايا السياسية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 18.2%، ثم القضايا الثقافية بنسبة 13.6 %، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة 6.8 %، وأخيرا القضايا الاجتماعية بنسبة 4.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من56 فما فوق فقد تصدرتها القضية الفلسطينية بنسبة 60 %، تليها القضايا الاجتماعية بنسبة 20 %، وأخيرا القضايا الثقافية بنسبة 10 %

أما ما يخص المستوى التعليمي، فنجد فيما يخص المستوى الابتدائي فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة مئة بالمئة، أما المستوى المتوسط فقد تصدرته قضايا الأمن والجيش بنسبة 50%، يليه كل من القضايا الاجتماعية والقضايا الثقافية بنسبة 25 % لكل واحد منهما، والمستوى الثانوي فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 32% تليها القضايا السياسية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 20 %، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة 16 %، ثم القضايا الثقافية بنسبة 8 %، وأخيرا القضايا الاجتماعية بنسبة 4 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 45.3 %، تليها القضايا السياسية بنسبة 17.1 %، ثم كل من القضايا الاجتماعية والقضايا الثقافية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 9.4 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته القضايا الاجتماعية بنسبة 23.3 %، تليها القضية الفلسطينية القضايا الثقافية بنسبة 20 %، ثم القضايا السياسية قضايا الأمن والجيش بنسبة 13.3%، وأخيرا القضايا الاجتماعية بنسبة 10 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 33.3 %، تليها القضايا السياسية والقضايا الاجتماعية بنسبة 19 %، ثم القضايا الاقتصادية والقضايا الثقافية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 9.5 %.

أما متعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرتها القضايا السياسية بنسبة 38.5 % تليها القضايا الاقتصادية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 15.4 %، ثم القضايا الاجتماعية والقضايا الثقافية بنسبة 7.7 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 39.9 %، تليها القضايا الثقافية بنسبة 13.1 %، ثم كل من القضايا السياسية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 12.4 %، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة 11.8 %، وأخيرا القضايا الاجتماعية بنسبة 10.5%، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 40 %، تليها القضايا السياسية والقضايا الاجتماعية والقضايا الاقتصادية بنسبة 20 %، أما مهنة طالب(ة) فقد

تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 66.7%، تليها القضايا السياسية بنسبة 16.7%، ثم القضايا الاقتصادية وقضايا الأمن والجيش بنسبة 8.3%، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته القضية الفلسطينية بنسبة 50%، تليها القضايا السياسية والقضايا الاجتماعية بنسبة 25 % لكل واحد منهما.

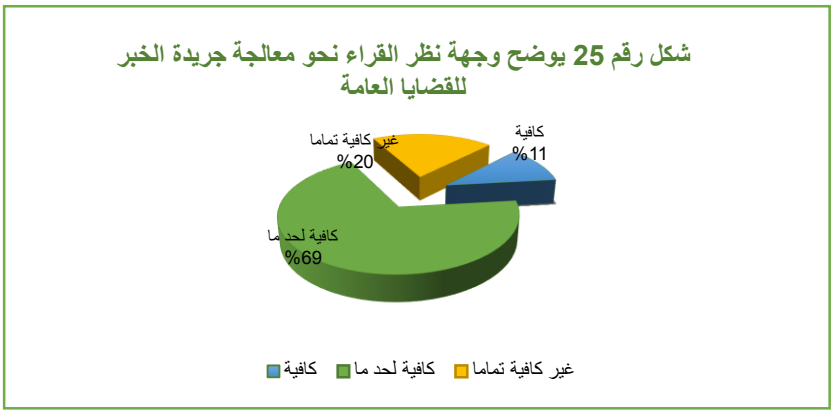
مما سبق نلاحظ من خلال قراءة نتائج الجدول أن القضية الأكثر أهمية والأكثر اهتمام بنسبة للمبحوثين هي القضية الفلسطينية ب 38,5% تليها القضايا السياسية بنسبة تقدر ب 16,5% ثم القضايا الاقتصادية بنسبة قدرة ب 12%والتي تعادله مع قضايا الأمن والجيش، واحتلت القضايا الثقافية المرتبة الرابعة بنسبة قدرت ب 11%وآخر مرتبة كانت من نصيب القضايا الاجتماعية بنسبة 10%.

ومن ميزات المبحوثين المسئولين عن هذا الترتيب عن هذا الترتيب نجد أن أغلبهم ويتراوح سنهم ما بين 25-40 سنة متحصلون على شهادة ليسانس وموظفين عموميين وتكرارهم 77من تكرار العينة الإجمالية، ومن الدراسات التي تؤكد مدى قوة علاقة الجزائر مع فلسطين نجد دراسة **أحمد شنتي** حيث تطرقت إلى أن "فلسطين تحتل مكانة مرموقة في وجدان الجزائريين، فهم في تحنان وشوق دائم لها منذ العصور التاريخية الكنعانية الفينيقية الأولى وربما أصدق دليل وتعبير ما قاله العلامة **البشير الإبراهيمي**: «لأنه عربي أولا، ومسلما ثانيا، وفلسطين بحكم العروبة والإسلام ثالثا "وقد ارتبط الجزائريون بفلسطين ارتباطا روحيا عميقا باعتبارها أن فلسطين أرض مقدسة ومباركة"[1] وهذا ما لا يزال في ذهن المجتمع الجزائري مغروسا منذ زمن طويل بقناعة كبيرة.

الجدول رقم 23 يبين مدى قدرة جريدة الخبر لسد احتياجات قرائها

هل ترى ان المواضيع المعالجة كافية لاحتياجات القارئ؟		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة					المجموع
		انثى	ذكر	25-40	40-55	55 فما فوق	الابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
كافية	التكرار	08	14	15	06	01	00	01	03	15	02	01	03	17	00	01	01	22
	النسبة	%8.2	13.6	10.3	13.6	%10	%00	%25	%12	%12.8	%6.7	%4.8	%11.5	%11.1	%00	%8.3	%25	%11
كافية لحد ما	التكرار	69	69	99	34	05	01	02	19	82	16	18	15	109	04	08	02	138
	النسبة	71.1	%67	67.8	77.3	%50	33.3	%50	%76	%70.1	%53.3	%85.7	%57.7	%71.2	%80	%66.7	%50	%69
غير كافية تماما	التكرار	20	20	32	04	04	02	01	03	20	12	02	08	27	01	03	01	40
	النسبة	20.6 %	19.4 %	21.9	%9.1	%40	66.7	%25	%12	%17.1	%40	%9.5	%30.8	%17.6	%20	%25	%25	%20
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200
	النسبة	100	100	100	100	%100	100	100	100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] أحمد شنتي: **الجزائر والقضية الفلسطينية...صفحات من الجهاد المشترك**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد13، 2015، ص115.



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس فنجد الإناث تصـــدرهن إجابة كافية لحد ما بنســـبة 71.1%، تليها غير كافية تماما بنسبة 20.6%، وأخيار كافية بنسبة 8.2%، أما الذكور فقد تصدرتهم إجابة كافية لحد ما بنسبة 67 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 19.4%، وأخيرا كافية بنسبة 13.6 %.

أما ما يخص متغير الســن، فنجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 ســنة تصــدرتها إجابة كافية لحد ما بنسبة 67.8 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 21.9 %، وخيار كافية بنسبة 10.3 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 40 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة كافية لحد ما بنسبة 77.3 %، تليها كافية بنسبة 13.6 %، وأخيار غير كافية تماما بنســبة 9.1 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصــدرتها إجابة كافية لحد ما بنســبة 50 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 40 %، وأخيرا كافية بنسبة 10 %.

فيما يخص متغير المستوى التعليمي، فنجد المستوى الابتدائي تصدرته إجابة غير كافية تماما بنسبة66.7 % تليها كافية لحد ما بنسبة 33.3 %، أما المستوى المتوسط فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 50 %، تليها كل من كافية وغير كافية تماما بنسبة 25 % لكل واحد منهما، أما المستوى الثانوي فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 76 %، تليها كل من كافية وغير كافية تماما بنسبة 12 % لكل واحد منهما، أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 70.1 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 17.1 %، وأخيرا كافية بنسبة 12.8% أما مســتوى ماســتر فقد تصــدرته إجابة كافية لحد ما بنســبة 53.3 %، تليها غير كافية تماما بنســبة 40% وأخيرا كافية بنسبة 6.7 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 85.7 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 9.6 %، وأخيرا كافية بنسبة 4.8 %.

في حين أن متغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصــدرته إجابة كافية لحد ما بنســبة 57.7 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 30.8 %، وأخيرا كافية بنسبة 11.5 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما

بنسبة 80 %، تليها غير كافية تماما بنسبة 20 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 80% تليها غير كافية تماما بنسبة 20%، أما مهنة طالب(ة) فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 66.7 % تليها غير كافية تماما بنسبة 25 %، وأخيرا كافية بنسبة 8.3 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة كافية لحد ما بنسبة 50 %، تليها كل من كافية وغير كافية تماما بنسبة 25 % لكل واحد منهما.

ومنه نلاحظ من خلال الجدول أن من خصائص المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال أنهم من فئة الشباب وذات مستوى ثقافي حيث يرون أن ما تقدمه صحيفة الخبر اليومية من قضايا عامة كافي لحد ما لتلبية حجاتهم وسد رغباتهم وإلمامهم بما يهمهم من معلومات وبيانات وأخبار وأحداث، وهذا راجع لكون الجريدة تركز على العناوين المثيرة التي تجذب انتباه القارئ وتفصيلها في معالجة الأخبار والأحداث حيث يحرث الصحافيون في الجريدة على استعمال كل عناصر كتابة الخبر فهي تتميز بالجدية والجرأة في طرح القضايا.

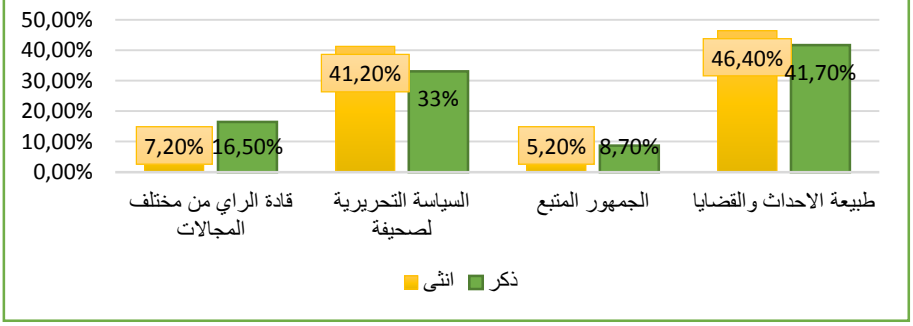
غير أن الذين يرون أن صحيفة الخبر لم تقدم مواضيعها بطريقة كافية كانت نسبتهم قليلة، ومن جهة أخرى فقد كان نسبة الأفراد الذين يرونها أنها كافية جدا لتلبية حاجاتهم كانت ضعيفة وهذا يدل على أن جماهير عينة الدراسة ليسوا مؤيدين لطريقة الطرح بشكل كبير وليسوا رافضين لها إنما يرونها أنها تلبي معظم حاجيتهم في التعريف عن القضايا والإلمام بها لكنها لم تغص أكثر في التفسير والتحليل بالحج والبراهين لزوايا عميقة أكثر وخاصة في القضايا السياسية، وهذا راجع إلى مدى صراع الصحافة المكتوبة مع الرقابة في الجزائر وتاريخ شاهد على ذلك، فقد "قطعت أشواطا عملاقة في مجال حرية الرأي والتعبير، وهي بهذا تمارس رسم صورة "الأنا" و"الآخر" وخلق المعاني والرموز يوميا،...لهذا كانت الصحافة الجزائرية–وربما جريدة "الخبر" أهمها جميعا– ترسم صورة للطبقة السياسية في الجزائر من خلال بعدين متناقضين من السلبية إلى الإيجابية صورة "الآنا" وإشراقها الدائم، ونمطية "الآخر" "الجحيم"، وهذا التحيز في رسم الصورة ينبع من خطة تحريرية متبعة"[1]

[1]بن شيخ عيسى: **مرجع سبق ذكره**، ص5-6.

لجدول رقم 24: يبين من يتحكم في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها جريدة الخبر من وجهة نظر القراء

برأيك من يتحكم في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها جريدة الخبر؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي						المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25- 40	41 الى 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
قادة الراي من مختلف المجالات	التكرار	07	17	18	5	01	00	01	06	13	02	02	04	15	02	02	01	24
	النسبة	%7.2	%16.5	12.3%	11.4%	%10	%00	%25	%24	%11.1	%6.7	%9.5	%15.4	%9.8	%40	%16.7	%25	%12
السياسة التحريرية للصحيفة	التكرار	40	34	60	13	01	00	02	11	35	13	13	08	57	02	06	01	74
	النسبة	%41.2	%33	41.1%	29.5%	%10	%00	%50	%44	%29.9	%43.3	%61.9	%30.8	%37.3	%40	%50	%25	%37
الجمهور المتابع لصحيفة	التكرار	05	09	10	3	01	01	00	04	09	00	00	00	12	00	01	01	14
	النسبة	%5.2	%8.7	6.8%	6.8%	%10	%33.3	%00	%16	%7.7	%00	%00	%00	%7.8	%00	%8.3	%25	%7.0
طبيعة الاحداث والقضايا	التكرار	45	43	58	23	07	02	01	04	60	15	06	14	69	01	03	01	88
	النسبة	%46.4	%41.7	39.7%	52.3%	%70	%66.7	%25	%16	%51.3	%50	%28.6	%53.8	%45.1	%20	%25	%25	%44
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200
	النسبة	%100	%100	100%	100%	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 26 يوضح من المتحكم في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها جريدة الخبر من وجهة نظر القراء



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس فنجد الإناث فقد تصدرتها طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 46.4 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 41.2 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 7.2 %، وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 5.2 %، أما الذكور فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 41.7 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 33 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 16.5 % وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 6.7 %.

أما ما يخص متغير السن فنجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 41.1 %، تليها طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 39.7 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 12.3%، وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 6.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 52.3 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 29.5 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 11.4 %، وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 6.8 %، أما المرحلة

العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 70%، تليها كل من قادة الرأي في مختلف المجالات والسياسة التحريرية للصحيفة والجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 10 %.

أما ما تعلق بالمستوى التعليمي فنجد في مستوى ابتدائي فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 66.7 %، تليها الجمهور المتابع للصحيفة بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 50 %، تليها قادة الرأي من مختلف المجالات وطبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 25 % لكل واحد منهما، ومستوى ثانوي فقد تصدرته السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 44 %، تليها قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 24 %، ثم كل من الجمهور المتبع لصحيفة وطبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 16 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 61.9 %، تليها طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 28.6 %، وأخيار قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 9.5 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 44 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 37 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 12 %، وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 7 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 53.8 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 30.8 %، وأخيرا قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 15.4%.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 53.8 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 30.8 %، وأخيرا قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 15.4 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 45.1 %، تليها السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 37.3 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 9.8 %، وأخيرا الجمهور المتابع لصحيفة بنسبة 7.8 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته كل من قادة الرأي من مختلف المجالات والسياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 40%، تليها طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 20 %، أما مهنة طالب(ة) فقد تصدرته السياسة التحريرية للصحيفة بنسبة 50 %، تليها طبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 25 %، ثم قادة الرأي من مختلف المجالات بنسبة 16.7 %، وأخيرا الجمهور المتبع لصحيفة بنسبة 8.3 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته كل من قادة الرأي من مختلف المجالات والسياسة التحريرية للصحيفة والجمهور المتابع لصحيفة وطبيعة الأحداث والقضايا بنسبة 25 %.

يرون معظم المبحوثين أن المتحكم الأول في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها صحيفة الخبر هي: طبيعة الأحداث والقضايا التي تعيشها البلاد فالوظيفة الأولى للصحافة هي نقل الأخبار والأحداث للقراء، اما في المرتبة

الثانية فقد اختار المبحوثين أن السياسة التحريرية للصحيفة هي المتحكم الوحيد في تحديد القضايا المطروحة، حيث أن لكل مؤسسة إعلامية سياسة تحريرية خاصة بها، وهذه السياسة هي واحدة من المتطلبات الأساسية لعملية التحرير الصحفي، ولكي يعمل الصحفي بشكل جيد فانه يحتاج لمعرفة السياسة التحريرية لصحيفة، وسمات الجمهور وأسلوب الصحيفة وإتاحة الحصول على المعلومات.

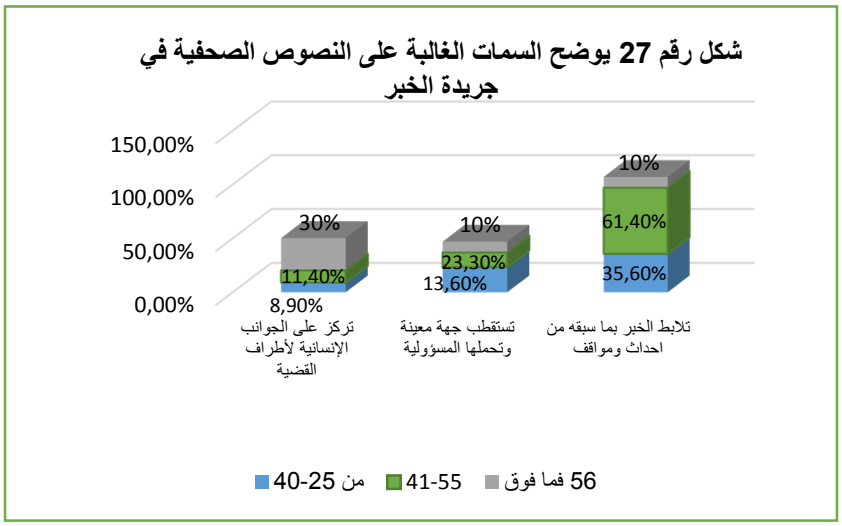
أما بنسبة لقادة الرأي فيرى المبحوثين أن هذا الاختيار مستبعد نوعا ما لأن قادة الرأي لها تأثير كبير على وسائل الإعلام لكن ليس لديها الحق في اختيار ما يجب أن يطرح في الصحيفة وهذا ما يفسر ترتيبها الثالث فكانت من نصيب الجمهور المتابع للصحيفة، حيث يرى المبحوثين أن الجماهير لا تتحكم فيما تطرحه الصحيفة من مختلف القضايا بل هو مجرد متابع للأحداث والأخبار واستمداده بالمعلومات التي يبحث عنها ليس إلا، كما أن الصحيفة يجب أن يتميز طرحها بالجدية والآنية لذلك طبيعة الأحداث لها التأثير الأساسي في ترتيب القضايا وتحديدها، في حين نرى من وجهة نظر مخالفة أن صحيفة الخبر إذا لم تطرح هذه القضايا البارزة والمستجدة تلقى لوم من طرف جماهيرها حول ذلك لأن الجمهور يهتم بكل ما هو جديد على الساحة في شتى الميادين والمجالات إذن صحيح أن طبيعة الأحداث لها تأثير فيما يطرح في الصحيفة كذلك الجمهور لديه دورا كبير في وضع هذه الأجندة.

ونجد أن الدكتور يوسف تمار[1] قد طرح هذه العلاقة في مذكرته وفصلها، فرأى أن نظرية الأجندة تقوم على مجموعة من المتغيرات كالاستمرارية والتراكم والاتفاق، والتي من خلالها تستطيع الصحافة أن تشكل وتكون رأي عام وتستطيع أن تتحكم في أجندة الجمهور، ولكن هذه المتغيرات غير متاحة في المجتمع الجزائري بناء على النتائج التي توصل إليها، فمثلا التراكم التي تعتمد عليه نظرية الأجندة كمتغير في بناء جدول أعمال الرأي العام، فهذا المتغير لم يؤثر في الجمهور الجزائري من خلال قضية الأمن التي تم تكرارها 112 مرة خلال فترة حملة الانتخابات الرئاسية لعام 2004، إلا أنها لم تكن من بين أهم القضايا التي شغلت بال الجمهور، فصحيح أن طبيعة الأحداث تلزم الصحافة من وضع أجندة معينة، وكذلك الجمهور لديه تأثير قوي حول هذه الأجندة.

[1] يوسف تمار، **نظرية الأجندة دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص303.

الجدول رقم25 يبين السمات الغالبة على النصوص الصحفية في جريدة الخبر

ما هي السمات الغالبة على النصوص الصحيفة في جريدة الخبر؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي						المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25- 40	41 الى 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
تركز على الجوانب الانسانية لأطراف القضية	التكرار	10	11	13	05	03	00	01	05	11	03	01	05	14	00	02	00	21
	النسبة	10.3	%10.7	%8.9	11.4	%30	%00	%25	%20	%9.4	%10	%4.8	19.2	%9.2	%00	%16.7	%00	%10.7
تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية	التكرار	21	20	34	06	01	00	00	07	19	09	06	06	30	01	03	01	21
	النسبة	%21.6	%19.4	%23.3	%13.6	%10	%00	%00	%28	%16.2	%30	%28.6	%23.1	%19.6	%20	%25	%25	%20.4
تربط الخبر بما سبقه من احداث ومواقف	التكرار	33	47	52	27	01	02	03	10	46	11	08	05	70	02	02	01	80
	النسبة	%34	%45.6	%35.6	%61.4	%10	%66.7	%75	%40	%39.3	%36.7	%38.1	%19.2	%45.8	%40	%16.7	%25	%40
كلها	التكرار	33	25	47	06	05	01	00	03	41	07	06	10	39	02	05	02	58
	النسبة	%34	%24.3	%32.2	%13.6	%50	%33.3	%00	%12	%35	%23.3	%28.6	%38.5	%25.5	%40	%41.7	%50	%29
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	03	04	25	117	30	21	26	153	05	12	04	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	100	%100	%100	%100



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد الإناث تصدرهن تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف وكلها بنسبة 34 %، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 21.6 %، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 10.3 %، أما الذكور فقد تصدرهم تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 45.6 %، تليها كلها بنسبة 24.3 %، ثم تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 19.4%، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 10.7 %.

أما يخص متغير السن، فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 33.6 %، تليها كلها بنسبة 32.2 %، ثم تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 23.3 %، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 8.9 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 61.4%، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية وكلها بنسبة 13.6%، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 11.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها تركز على الجوانب الإنسانية

لأطراف القضية وكلها بنسبة 30 %، تليها كل من تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية وتربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 10 %.

أما ما يخص المستوى التعليمي، فنجد مستوى ابتدائي فقد تصدرته تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 66.7%، يليه كلها بنسبة 33.3%، أما المستوى المتوسط فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 75%، يليه تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 40%، يليه تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 28%، ثم تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 20 %، وأخيرا كلها بنسبة 12 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 39.3 %، تليها كلها بنسبة 35 %، ثم تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 16.2 %، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 9.4%، أما مستوى ماستر فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 36.7 %، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 30 %، ثم كلها بنسبة 25.3 %، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 10 %، أما ما يخص مستوى دارسات عليا فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 38.1 %، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية وكلها بنسبة28.6 % ، وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 4.8 %.

أما ما يخص متغير المهنة، فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدره كلها بنسبة 38.5 %، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 23.1 %، ثم كل من تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية وتربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 19.2 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدره تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف بنسبة 45.8%، تليها كلها بنسبة 25.5 %، ثم تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 19.6% وأخيرا تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية بنسبة 9.2%، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدره كل من تربط الخبر بما سبق من أحداث ومواقف وكلها بنسبة 40 %، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 20%.

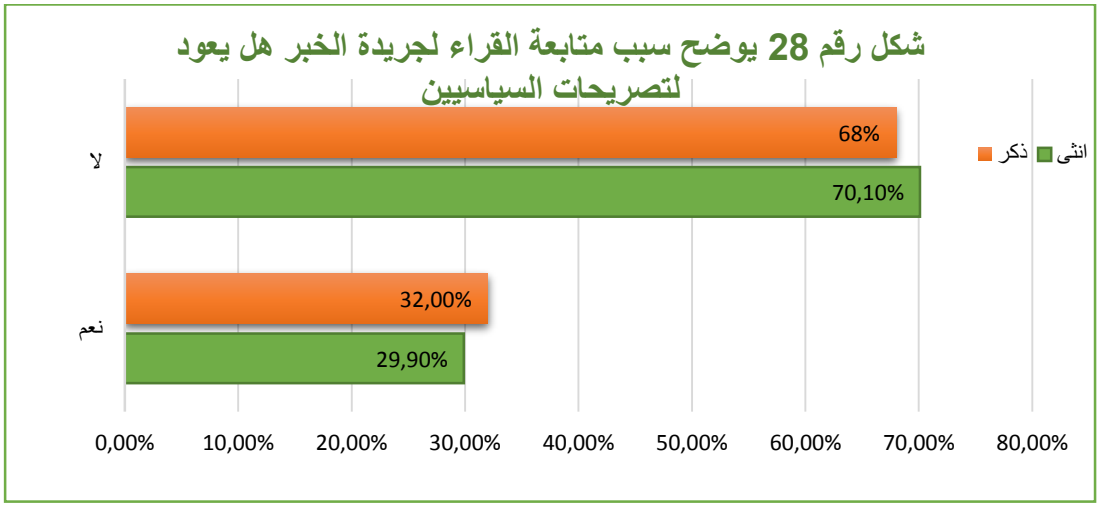
أما مهنة طالب(ة) فقد تصدره كلها بنسبة 41.7%، تليها تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية بنسبة 25% ثم كل من تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية وتربط الخبر بما سبق من أحداث وقضايا بنسبة 16.7% أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدره كلها بنسبة 50%، تليها كل من تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية وتربط الخبر بما سبق من أحداثوقضايابنسبة25 % لكل واحد منهما.

يبين الجدول أعلاه أن سمات المبحوثين الذين يحملون نفس الرأي هي نفسها ومتقاربة جدا فيما سبق من جداول ويرون أن السمات الغالبة على النصوص الصحفية في صحيفة الخبر هي الربط الأخبار بما سبقها من أحداث ومواقف وهذا راجع إلى سماتها الإقناعية للجمهور في محاولاتها لمواكبة الأحداث وتغطية جوانبها المختلفة بشكل يقدم للقارئ معلومات وحقائق وآراء تعمق وعيه حول القضايا العامة فمن المهم جدا للصحافة المعنوية مواكبة الأحداث وتسليط الأضواء حول المواضيع والمشاكل المطروحة بكثرة على الساحة الوطنية.

أما بالنسبة للميزة الثانية وهي أن صحيفة الخبر تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية في طرحها للقضايا وهذا ما أعطى ميزة الإثارة ولفت الانتباه حول ما تطرحه وليس التحريض واللوم، أما الميزة الأخيرة تتمثل في أن جريدة الخبر ترتكز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية وهي النسبة الضعيفة في الاختيارات التي طرحت للمبحوثين فصحيفة الخبر لا ترتكز فقط على الجوانب الإنسانية في طرحها للقضايا بل تشمل جميع جوانب القضية وتلم بها في مختلف زواياها.

الجدول رقم 26: يبين سبب متابعة القراء لجريدة الخبر

هل يعود سبب متابعتك للجريدة تصريحات بعض الشخصيات المعروفة؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي						المهنة					المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41 الى 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
نعم	التكرار	29	33	41	14	7	1	2	7	39	10	3	7	45	2	5	3	62
	النسبة	29.9 %	32.0	28.1	31.8%	70.0%	33.3	50.0	28.0	33.3	33.3	14.3	26.9	29.4%	40.0	41.7%	75.0	31.0
لا	التكرار	68	70	105	30	3	2	2	18	78	20	18	19	108	3	7	1	138
	النسبة	70.1 %	68.0	71.9	68.2%	30.0%	66.7%	50.0	72.0	66.7	66.7	85.7	73.1	70.6	60.0	58.3%	25.0	69.0%
المجموع	التكرار	97	103	41	14	7	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	100	100	100	100	%100	100	100	100	100	100	100	100	100	%100	100	%100



يتبين من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس تصدر الإناث لإجابة لا بنسبة 70.1 %، تليها إجابة نعم 29.9 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 68 %، تلهيا إجابة نعم بنسبة 32 %، أما ما يخص متغير السن، فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 71.9 %، تليها إجابة نعم بنسبة 28.1 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 69%، تليها إجابة نعم بنسبة 31.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 70%، تليها إجابة لا بنسبة 30 %.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 66.7 %، تليها إجابة نعم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته كل من إجابة نعم ولا بنسبة 50% لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 72 %، تليها إجابة نعم بنسبة 28 %، أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 66.7 %، تليها إجابة نعم بنسبة 33.3 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 66.7 %، تليها إجابة نعم بنسبة 33.3 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة 85.7 %، تليها إجابة نعم بنسبة 14.3 %.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 73.1 %، تليها إجابة نعم بنسبة 26.9 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 70.6 %، تلهيا إجابة نعم بنسبة 29.4 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 60 %، تليها إجابة نعم بنسبة 40 %، أما مهنة طالب(ة) فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 58.3 %، تليها إجابة نعم بنسبة 41.7 %، أما مهنة متقاعد فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 75 %، تلهيا إجابة لا بنسبة 25 %.

يتميز صفات المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال أن معظمهم ذكور في حدود 25 إلى 40 سنة متحصلين على شهادة ليسانس وموظفين، حيث أن سبب متابعتهم لصحيفة الخبر ليس من أجل التصريحات التي يطلقها بعض الشخصيات وخاصة الشخصيات السياسية بل من أجل اكتشاف المستجدات حول القضايا المثارة في تلك الفترة ومعرفة أخر الأخبار والمعلومات حولها، حيث أن "الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة وعلى أساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة قول الحق ولا عذر لها في عدم النشر بحجة عدم العلم

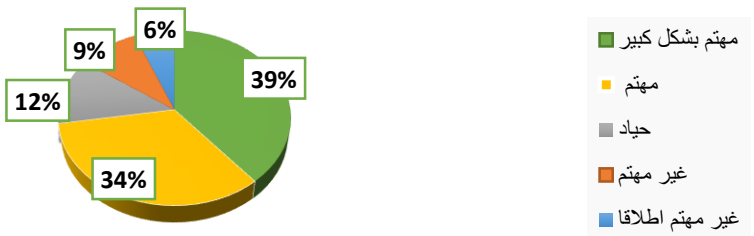
بالخبر أو تقصير في مراجعتها له"[1]، فصحيح أن الصحافة تركز على قضايا دون أخرى لكن ليس من الأكيد التأثير على القارئ.

4- اهتمامات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة من خلال جريدة الخبر

الجدول 27: يبين اهتمامات القراء بمواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق

مواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	34	40	47	19	8	1	2	11	47	7	6	8	56	2	5	3	74
	النسبة	35.1	38.8	32.2	43.2	80.0	33.3	50.0	44.0	40.2	23.3	28.6	30.8	36.6	40.0	41.7	75.0	37.0%
مهتم	التكرار	28	36	48	16	0	1	1	10	36	8	8	8	49	2	5	0	64
	النسبة	28.9	35.0	32.9	36.4	0.0%	33.3	25.0	40.0	30.8	26.7	38.1	30.8	32.0	40.0	41.7	0.0%	32.0%
حياد	التكرار	18	12	28	2	0	0	1	1	16	7	5	6	23	1	0	0	30
	النسبة	18.6	11.7	19.2	4.5%	0.0%	0.0	25.0	4.0%	13.7	23.3	23.8	23.1	15.0	20.0	0.0%	0.0%	15.0%
غير مهتم	التكرار	12	9	16	3	2	1	0	2	12	5	1	1	17	0	2	1	21
	النسبة	12.4	8.7%	11.0	6.8%	20.0	1	2	11	47	7	6	3.8%	11.1	0.0%	16.7	25.0	10.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	5	6	7	4	0	33.3	50.0	44.0	40.2	23.3	28.6	3	8	0	0	0	11
	النسبة	5.2%	5.8%	4.8	9.1%	0.0%	1	1	10	36	8	8	11.5	5.2%	0.0%	0.0%	0.0%	5.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	33.3	25.0	40.0	30.8	26.7	38.1	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

الشكل رقم 29 يوضح اهتمامات القراء نحو مواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق



تبرز نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

أظهرت نتائج متغير الجنس ما يلي:

- اهتمت نسبة 35.1% من الإناث بمواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات بشكل كبير، تليها نسبة 28.9 % منهن أبدين اهتمامهن بصفة عادية، أما 18.6 % كن محايدين، أما نسبة 12.4 % منهن غير مهتمات ونسبة

[1] سعد سلمان المشهداني: **الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الإتجاهات)**، دط، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2014، ص39.

5.2% غير مهتمات اطلاقا، في حين نجد نسبة 38.8 % من الذكور مهتمين جدا بمواضيع المسيرات السلمية تليها مباشرة نسبة 35 % منهم مهتمون بدون مبالغة، أما المحايدون فكانت نسبتهم 11.7%، ثم غير مهتمين بنسبة 8.7 %، وأخيرا غير المهتمون إطلاقا بنسبة 5.8 %.

أما ما يخص متغير السن، فنجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 32.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32.2 %، ثم حياد بنسبة 19.2 %، ثم غير مهتم بنسبة 11 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 43.2 %، تليها مهتم بنسبة 36.4 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 80 %، تليها غير مهتم بنسبة 20 %.

أما ما يخص المستوى التعليمي، فنجد المستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 33.3 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 1 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 50 %، تليها مهتم وحياد بنسبة 25 %، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 44 %، تليها مهتم بنسبة 40 %، ثم غير مهتم بنسبة 11 % وأخيرا حياد بنسبة 4 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته غير مهتم بنسبة 47%، تليها إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 40.2 %، ثم مهتم بنسبة 30.8%، وأخيرا حياد بنسبة 13.7 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 26.7 %، تلهيا مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 23.3 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 7 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.1 %، تليه مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 28.6 %، ثم حياد بنسبة 23.8 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 6 %.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 30.8 % تليهما حياد بنسبة 23.1 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8 %، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 36.6 %، تليها مهتم بنسبة 32 %، ثم حياد بنسبة 15 %، ثم غير مهتم بنسبة 11.1 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.2 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 40%، تليه حياد بنسبة 20 %، أما مهنة طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم

بشكل كبير ومهتم بنسبة 41.7 %، تليه غير مهتم بنسبة 16.7 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 75% ، تليه غير مهتم بنسبة 25 %.

يبين لنا الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يهتمون بشكل كبير جدا بمواضع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق وكما نرى معظمهم ذكور بنسبة 38,8% ويتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 40 سنه، وهذه الفئة تمثل فئة الشباب الذين يساهموا بشكل الذين ساهموا بشكل كبير في انطلاق الحراك واندلاعه وصيرورته بشكل كبير في انطلاق الفترة التي امتدت فيه، وأبى هؤلاء إلى أن يؤكدوا وبصوت واحد على وحدة الشعب الجزائري بكل عناصره ومناهضة الجهوية ، حيث علت حناجرهم بهتافات تفاعل معها الحاضرون عبر إيقاع واحد، وقد كانت محور هذه المظاهرات السلمية تأكيد فكرة أن قوة الجزائر تمكن في تنوعها بكل إبعادها وهذا ما يدل في أن درجة اهتمام جمهور عينة الدراسة بهذه القضية ذات اهتمام عالي وبشكل كبير .

ويعتبر بكيس أن احتجاجات 22 فيفري 2019 هي امتداد طبيعي لاحتجاجات 2011، وأن الشارع اكتسب خبرة في التعامل مع السلطة الحاكمة، كما تعد انتقالا من المطالب السوسيواقتصادية إلى المطالب السياسية التي تنادي برحيل النظام وبناء نظام ديمقراطي.[1]

وقد لعبت وسائل الإعلام دورا فعالا في بلورة هذا الحراك وتنظيمه خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي بدورها عملت على التوعية في طريقة التغيير التي اختارها حول رفضهم للنظام السابق وهذا ما يؤكد دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل اتجاه الفرد وتكوين رأي عام حول قضية معينة.

وتتفق مع هذه الدراسة دراسة .***wayne Scott Garcia***، والتي تطرقت إلى كيفية استخدام وسائل الاعلام الجديدة لانتخابات 2008 الأمريكية وإظهار خصائصها التفاعلية، واستخلصت في الأخير أن لهذه الوسائل تأثير قوي على الجمهور خاصة في القضايا السياسية، حيث يرى أن الصحافة التقليدية تتميز بالتغطية الإخبارية المباشرة، أما الصحافة الإعلامية الجديدة فهي اجتماعية أكثر وتفاعلية وتتسم بالمساواة في نقل الأخبار وطرح وجهات النظر[2].

[1]نور الدين بكيس: **بنية الحركة الاحتجاجية في الجزائر**، مداخلة في ندوة آفاق الحركة الاحتجاجية ومستقبل التحول الديمقراطي في الجزائري، الدوحة، 2019، دص.

[2]Wayne Scott Garcia, politics, **Journalism and Web 2.0 in the 2008 U.S. presidential Elections**, University of South Florida Scholar Commons, 2009, p43.

فقد عرفت الجزائر حركات احتجاجية عديدة كانت تتصـــدرها مجموعة من المطالب المرتبطة بظروف[1] كل فترة وهذا ما تطرقت إليه دراســـة ســـابقة ل والذي يرى فيها أن الحراك في الجزائر يؤكد انه لا يهدف إلى انتزاع المطالب الضـرورية (سـكن، عمل ..)، ورفض أشـكال التهميش (الحقرة) فحسـب، وإنما يهدف أيضـا إلى تجديد النخب وتطوير النظام وتحسـين أدائه، وممارسـة التغيير الهادف[2]، وهذا هو جوهر المطالب الشـعبية لحراك 2019، وهذا ما يؤكد أن هذه المطالب هي عبارة عن تراكمات عاشـها الشـعب الجزائري عقب سـنوات عديدة، وصـار الوقت الآن إلى الإفصاح عن آرائه واتجاهاته دون الخوف من أي سلطة.

الجدول رقم 28 يبين المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضع السياسي الراهن

المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضع السياسي الراهن		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	25	26	34	12	5	1	2	8	31	4	5	6	38	2	3	2	51
	النسبة	%25.8	%25.2	%23.3	%27.3	%50.0	%33.3	%50.0	%32.0	%26.5	%13.3	%23.8	%23.1	%24.8	%40.0	%25.0	%50.0	25.5%
مهتم	التكرار	42	35	58	17	2	0	1	8	49	11	8	11	61	1	3	1	77
	النسبة	%43.3	%34.0	%39.7	%38.6	%20.0	0.0%	%25.0	%32.0	%41.9	%36.7	%38.1	%42.3	%39.9	%20	%25	%25	38.5%
حياد	التكرار	19	15	26	7	1	1	1	5	18	5	4	4	26	1	3	0	34
	النسبة	%19.6	%14.6	%17.8	%15.9	%10	%33.3	%25	%20	%15.4	%16.7	%19	%15.4	%17	%20	%25	0.0%	17.0%
غير مهتم	التكرار	8	12	18	2	0	1	0	2	9	6	2	3	13	1	3	0	20
	النسبة	8.2%	%11.7	%12.3	4.5%	0.0%	%33.3	0.0%	8%	%7.7	%20	9.5%	%11.5	8.5%	%20	%25	0.0%	10.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	3	15	10	6	2	0	0	2	10	4	2	2	15	0	0	1	18
	النسبة	3.1%	14.6	6.8%	13.6	20.0	0.0%	0.0%	8.0%	8.5	13.3	9.5%	7.7	9.8%	0.0%	0.0%	25.0	9.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	100%	%100	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	%100

الشكل رقم 30 يوضح اهتمامات القراء بالمرحلة الانتقالية كحل امثل للوضع السياسي الراهن

[1] نماذج:

- **آلاف المتظاهرين في مدن وسط البلاد "لا بديل التغيير الجذري للنظام"**، الخبر اليومي، 05 أكتوبر 2019، العدد9355.
- **ناشطون في الحراك الطلابي يشرطون إجراءات التهدئة**، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.

[2] الطاهر سعود وعبد الحليم مهروباشة: **المدينة الجزائرية والحراك الاحتجاجي مقاربة سوسيولوجية**، مجلة دراسات عمران، العدد18، المجلد05، دب، 2016، ص 122.

أظهرت نتائج متغير السن مايلي:

اهتمت نسبة 43.3% من الاناث بمواضيع المرحلة الانتقالية، تليها بنسبة 25.8% المهتمات بشكل كبير، أما 19.6% كن محايدات، و الغير مهتمات بنسبة 8.2%، وأخيرا غير مهتمات إطلاقا بنسبة 3.1%، أما الذكور كان اهتمامهم بهذا الموضوع بنسبة 34%، تليها مهتمين بشكل كبير بنسبة 25.2 %، ثم المحايدون بنسبة 14.6 %، ثم غير المهتمون إطلاقا بنسبة 14.6 %، وأخيرا غير المهتمون بنسبة 11.7 %.

أما ما يخص متغير السن فنجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 39.7 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3 %، ثم حياد بنسبة 17.8 %، ثم غير مهتم بنسبة 12.3 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.6 %، تليها متهم بشكل كبير بنسبة 27.3 %، ثم حياد بنسبة 15.9 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 13.6%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها متهم بنسبة 20%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 20 %، وأخيرا حياد بنسبة10 %.

أما ما يخص المستوى التعليمي فنجد مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 %، تليها مهتم وحياد بنسبة 25 % لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 32 %، تليهما حياد بنسبة 20 %، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 8.5 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.5 %، ثم حياد بنسبة 15.4%، ثم غير مهتم بشكل كبير بنسبة 8.5 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 7.7 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.5 %، ثم غير مهتم بنسبة 20%، ثم حياد بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 13.3 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 38.1%، تليها مهتم بنسبة 23.8 %، ثم حياد بنسبة 19%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 9.5 %.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.1%، ثم حياد بنسبة 15.4%، ثم غير مهتم بنسبة 11.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 39.9%، تلهيا مهتم بشكل كبير بنسبة 24.8 %، ثم حياد بنسبة 17 % ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.8%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.5 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد

تصـدرته إجابة مهتم بشـكل كبير بنسـبة 40%، تليها مهتم وحياد وغير مهتم بنسـبة 20% لكل واحد منهم، أما مهنة طالب(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بشـكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم بنسـبة 25% لكل واحد منهم، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بشـكل كبير بنسـبة 50%، تليها كل من متهم وغير مهتم إطلاقا بنسـبة 25% لكل واحد منهما.

يتضـح من الجدول أعلاه أن موضـوع المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضـع السـياسـي الراهن نال قدر من الاهتمام من طرف المبحوثين حيث يعتبر موضـــوع راهن في تلك الفترة الانتقالية[1] التي تعتبر مرحلة تغيير من نظام قديم إلى نظام جديد يســـمى رئيســـها رئيس دولة ويتم فيها التحضـــير للانتخابات والتغيير الجذري لرموز النظام السابق، واعتبرها بعض المبحوثين أنها نقطة تحول وبداية التغيير لنظام أفضل وهناك من رآها على أنها مرحلة انتقالية برموز النظام الســابق وأحزابه، فهذه المرحلة هي نقطة نقاش كبيرة بالنســبة للشــعب وهذا ما اســتدعى لمناقشــتها وطرحها بشكل واسع في صحيفة الدراسة وكانت قضية ذات اهتمام كبير بين مؤيد ومعارض.

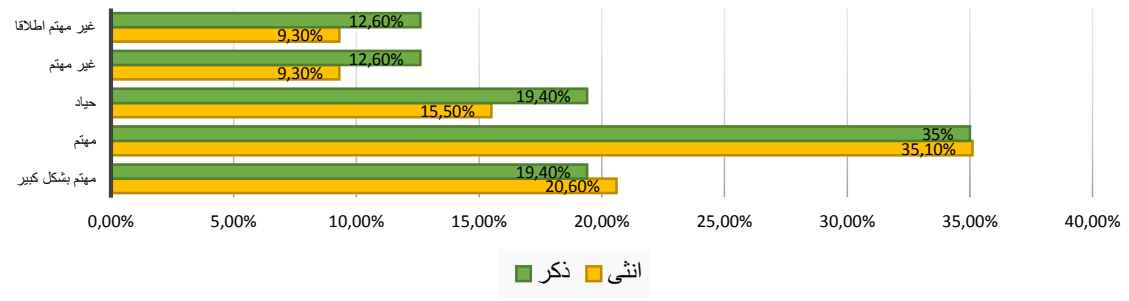
الجدول رقم 29 يبين اهتمامات القراء نحو تصريحات السياسيين حول القضايا السياسية الراهن

تصريحات السياسيين حول القضايا السياسية الراهنة		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	40.25	41. 55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	20	20	29	8	3	0	1	4	23	8	4	6	30	1	2	1	40
	النسبة	20.6%	19.4%	19.9%	18.2%	30.0%	0.0%	25.0%	16.0%	19.7%	26.7 %	19.0%	23.1%	19.6%	20.0%	16.7%	25.0%	20.0%
مهتم	التكرار	34	36	49	17	4	1	2	9	46	6	6	5	58	0	5	2	70
	النسبة	35.1%	35.0%	33.6%	38.6%	40.0%	33.3%	50.0%	36.0%	39.3%	20.0 %	28.6%	19.2%	37.9%	0.0%	41.7%	50.0%	35.0%
حياد	التكرار	15	20	24	10	1	1	1	5	17	6	5	8	24	3	0	0	35
	النسبة	15.5%	19.4%	16.4%	22.7%	10.0%	33.3%	25.0%	20.0%	14.5%	20.0 %	23.8%	30.8%	15.7%	60.0%	0.0%	0.0%	17.5%
غير مهتم	التكرار	19	14	26	6	1	1	0	5	17	6	4	4	26	0	3	0	33
	النسبة	19.6%	13.6%	17.8%	13.6%	10.0%	33.3%	0.0%	20.0%	14.5%	20.0 %	19.0%	15.4%	17.0%	0.0%	25.0%	0.0%	16.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	9	13	18	3	1	0	0	2	14	4	2	3	15	1	2	1	22
	النسبة	9.3%	12.6%	12.3%	6.8%	10.0%	0.0%	0.0%	8.0%	12.0%	13.3 %	9.5%	11.5%	9.8%	20.0%	16.7%	25.0%	11.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%10 0	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] نماذج :

- "**السلطة تدق ساعة الرحيل حكومة بدوي..**"، الخبر اليومي، 18 سبتمبر 2019، العدد9341
- **حكومة بدوي تخوض في ملفات دون مخطط عمل**، الخبر اليومي ، 26 سبتمبر 2019،العدد 9348

شكل رقم 31 يوضح اهتمامات القراء بتصريحات السياسين حول القضايا السياسية الراهنة



من خلال معطيات الجدول أعلاه نستنتج فيما يخص متغير الجنس نجد أن الإناث بالمهتمات بموضوع تصريحات السياسيين سجلت بنسبتهن ب 35.1%، تليها المهتمات بشكل كبير بنسبة 20.6 %، ثم الغير مهتمات بنسبة 19.6 %، ثم المحايدات بنسبة 15.5 %، وأخيرا غير المهتمات إطلاقا بنسبة 9.3 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 35 %، تليها كل من مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 19.4 %، ثم غير مهتم بنسبة 13.6 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.6 %.

أما ما يخص متغير السن، فنجد أن المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 33.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 19.9%، ثم غير مهتم بنسبة 17.8%، ثم حياد بنسبة 16.4% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.3%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.6 %، تليها حياد بنسبة 22.7 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 18.2 %، ثم غير مهتم بنسبة 13.6%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30 %، ثم كل من حياد وغير مهتم بنسبة 10%.

أما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد أن المستوى الابتدائي تصدرته إجابة مهتم وحياد وغير مهتم بنسبة 33.3 % لكل واحد منهم، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها كل من مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25 %، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36%، تليها كل من حياد وغير مهتم بنسبة 20 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 16%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8 %، أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 39.3 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 19.7%، ثم كل من حياد وغير مهتم بنسبة 14.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة متهم بشكل كبير بنسبة 26.7 %، تليها كل من مهتم وحياد وغير مهتم بنسبة 20 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 13.3

%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 28.6 %، تليها حياد بنسبة 23.8 %، ثم كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 19 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.5 %.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 30%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.1 %، ثم مهتم بنسبة 19.2%، ثم غير مهتم بنسبة 15.4 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5% أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 37.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 19.6%، ثم غير مهتم بنسبة 17%، ثم حياد بنسبة 15.7 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.8 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 60 %، تليها كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20 %، أما مهنة طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7%، تليها غير مهتم بنسبة 25 %، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 16.7 %، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 % لكل واحد منهما.

ويبين الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين لديهم اهتمام بتصريحات السياسية حول القضايا[1] الراهنة المطروحة في جريدة الخبر وهذا راجع إلى الظروف التي كانت تعيشها الجزائر في تلك الفترة ومتابعة وسائل الإعلام خاصة وجهات النظر للشخصيات السياسية المعروفة وتحليلاتهم للوضع السياسي وأهم الحلول بالنسبة لهم، في حين أن الذين كانوا غير مهتمين بهذه المواضيع قدرت نسبتهم ب 11% وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع النسب الأخرى وهذا مؤشر يبين لنا ترتيب جمهور عينة الدراسة لهذا النوع من المواضيع المطروحة في صحيفة الدراسة.

تعد صحيفة الخبر من وسائل الاعلام التي أعطت مساحة واسعة لمعالجة هذه القضية والقيام بحوارات مختلفة ومتنوعة من ناحية الأسئلة المطروحة للإلمام بكافة زوايا القضية، وذلك لبزوغ هدفها المنشود، وبالتالي فإن دور

[1] نماذج:

- **السفير الروسي يفند ما أورده الآفلان على لسانه "لم أدب بأي تصريحات يمكن أن تفهم بأنها تدخل في الشأن الجزائري"**، 02 سبتمبر 2019، العدد9327.
- **عبد العزيز رحابي للخبر "التمسك بحكومة الأخوين بوتفليقة استفزاز للجزائريين"**، 18 سبتمبر 2019، العدد 9341.
- **قال أن تعليمة بدوي "تسهيل" لانتقال صلاحيات الإدارة إلى السلطة شرفي يدعو شباب الحراك إلى تأطير مكاتب الاقتراع**، 05 أكتوبر 2019، العدد 9355.
- **عبد العزيز بلعيد من حايسي مسعود "الحراك حقق هدف الإطاحة بالذين خربوا المجتمع**، الخبر اليومي، 17 أكتوبر 2019، العدد 9362.

الصحفيين يتبع الأهداف التي تسعى إليها الوسيلة، ويحدد المعايير التي يلتزمون بها في عملهم واختياراتهم، ونشرهم للمواد الصحفية[1]

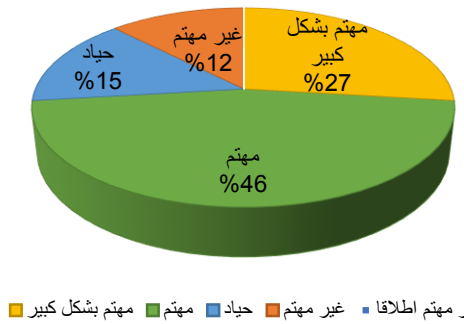
الجدول رقم 30يبين اهتمامات القارئ نحو قضايا ردود أفعال النخبة نحو الحراك في جريدة الخبر

ردود أفعال النخبة		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة							المجموع
المحامين والأساتذة والأطباء نحو الحراك السياسي		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	22	28	33	12	5	1	1	5	31	6	6	8	37	1	3	1	50
	النسبة	22.7%	27.2 %	22.6%	27.3%	50.0%	33.3 %	25.0 %	20.0%	26.5%	20.0 %	28.6%	30.8 %	24.2%	20.0%	25.0%	25.0%	25.0%
مهتم	التكرار	44	42	65	17	4	2	2	10	51	10	11	10	68	2	4	2	86
	النسبة	45.4%	40.8 %	44.5%	38.6%	40.0%	66.7 %	50.0 %	40.0%	43.6%	33.3 %	52.4%	38.5 %	44.4%	40.0%	33.3%	50.0%	43.0%
حياد	التكرار	15	12	21	6	0	0	0	4	14	8	1	6	19	0	2	0	27
	النسبة	15.5%	11.7 %	14.4%	13.6%	0.0%	0.0%	0.0%	16.0%	12.0%	26.7 %	4.8%	23.1 %	12.4%	0.0%	16.7%	0.0%	13.5%
غير مهتم	التكرار	12	11	19	4	0	0	1	4	13	2	3	1	17	2	3	0	23
	النسبة	12.4%	10.7 %	13.0%	9.1%	0.0%	0.0%	25.0 %	16.0%	11.1%	6.7%	14.3%	3.8%	11.1%	40.0%	25.0%	0.0%	11.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	4	10	8	5	1	0	0	2	8	4	0	1	12	0	0	1	14
	النسبة	4.1%	9.7%	5.5%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	8.0%	6.8%	13.3 %	0.0%	3.8%	7.8%	0.0%	0.0%	25.0%	7.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

أظهرت نتائج الجدول أعلاه فيما يخص متغير السن مايلي:

اهتمت نسبة 45.4 % من الاناث بمواضيع ردود فعل النخبة نحو الحراك، تليها المهتمات بشكل كبير بنسبة 22.7 %، ثم المحايدات بنسبة 15.5%، ثم غير مهتم بنسبة 12.4%، وأخيرا غير المهتمات إطلاقا بنسبة 4.1 %، أما الذكور فقد كان المهتمون بنسبة 40.8%، تليها المهتمون بشكل كبير بنسبة 27.2%، ثم المحايدون بنسبة11.7%، ثم غير المهتمين بنسبة 10.7%، وأخيرا غير المهتمين إطلاقا بنسبة 9.7 %.

شكل رقم 32 يوضح اهتمامات القراء بردود افعال النخبة نحو الحراك الشعبي



[1] فوزية عكاك: **دور القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية، كلية العلوم السياسية**، د د، دس، ص152.

أما ما تعلق بمتغير السـن فنجد أن المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سـنة فقد تصـدرتها إجابة مهتم بنسبة 44.5 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 22.6 %، ثم حياد بنسبة 14.4 %، ثم غير مهتم بنسبة 13% وأخيرا لا غير مهتم إطلاقا بنسـبة 5.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سـنة فقد تصـدرتها إجابة مهتم بنسـبة 38.6 %، تليها مهتم بشـكل كبير بنسـبة 27.3 %، ثم حياد بنسـبة 13.6%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 9.1%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصـدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها مهتم بنسبة 40%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المسـتوى التعليمي فنجد ما يخص مسـتوى ابتدائي فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 66.7 % تليها مهتم بشـكل كبير بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسـط فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير بنسـبة 20 %، ثم كل من حياد وغير مهتم بنسـبة 16%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسـبة 8 %، أما مسـتوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.5 %، ثم حياد بنسبة 12%، ثم غير مهتم بنسبة 11.1%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، أما مستوى ماستر فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 33.3 %، تليها حياد بنسـبة 26.7 %، ثم مهتم بشـكل كبير بنسـبة 20 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسـبة 13.3%، وأخيرا غير مهتم بنسـبة 6.7 %، أما مسـتوى دراسـات عليا فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسبة 52.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28.6 %، ثم غير مهتم بنسبة 14.3 %، وأخيرا حياد بنسبة 4.8%.

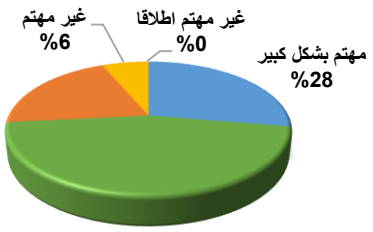
أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 38.5%، تليها متهم بشكل كبير بنسبة 30.8%، ثم حياد بنسبة 23.1%، ثم كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 3.8% أما مهنة موظف(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسبة 44.4 %، تليها مهتم بشـكل كبير بنسبة 24.2 %، ثم حياد بنسـبة 12.4%، ثم غير مهتم بنسـبة 11.1%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسـبة 7.8%، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم وغير مهتم بنسبة 40% لكل واحد منهما، تليهما مهتم بشكل كبير بنسبة 20 %، أما مهنة طالب(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 33.3%، تليها كل من مهتم بشـكل كبير وغير مهتم بنسـبة 25 % وأخيرا حياد بنسـبة 16.7%، أما مهنة متقاعد (ة) فقد تصـدرته إجابة متهم بنسـبة 50%، تليها كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن درجة اهتمام المبحوثين بردود أفعال النخبة نحو الحراك الشعبي [1] كانت عالية، وقد تباينت ردود أفعال من مؤيد ومعارض، فمن المعارض كانت تصريحات الأستاذ الجامعي "محمد لخضر معقال" بشأن مزاعم حول دور فرنسي وأطراف خارجية في تدبير الحراك واعتبرها أنها نظرية مؤامرة ومحاولا شيطانية[2]وهناك من أيد الحراك واعتبره نقطة تحول في النظام السياسي الجزائري، وهذا ما لاحظناه من خلال مشاركة للأطباء والمحامين والقضاء للحراك والتنديد بمطالبهم وهذا ما نقلته صحيفة الدراسة لقرائها.

الجدول رقم31 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد في الحاضر والمستقبل

تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد في الحاضر والمستقبل		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة							
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	من 56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	المجموع
مهتم بشكل كبير	التكرار	23	29	35	13	4	1	2	8	30	6	5	11	36	1	3	1	52
	النسبة	23.7 %	28.2 %	24.0 %	29.5 %	40.0%	33.3 %	50.0 %	32.0 %	25.6 %	20.0 %	23.8 %	42.3 %	23.5 %	20.0 %	25.0 %	25.0 %	26.0 %
مهتم	التكرار	43	43	63	19	4	0	2	10	53	13	8	10	68	1	5	2	86
	النسبة	44.3 %	41.7 %	43.2 %	43.2 %	40.0%	0.0%	50.0 %	40.0 %	45.3 %	43.3 %	38.1 %	38.5 %	44.4 %	20.0 %	41.7 %	50.0 %	43.0 %
حياد	التكرار	21	17	30	7	1	1	0	4	18	10	5	3	30	2	2	1	38
	النسبة	21.6 %	16.5 %	20.5 %	15.9 %	10.0%	33.3 %	0.0%	16.0 %	15.4 %	33.3 %	23.8 %	11.5 %	19.6 %	40.0 %	16.7 %	25.0 %	19.0 %
غير مهتم	التكرار	7	5	9	3	0	1	0	3	5	0	3	1	9	0	2	0	12
	النسبة	7.2%	4.9%	6.2%	6.8%	0.0%	33.3 %	0.0%	12.0 %	4.3%	0.0%	14.3 %	3.8%	5.9%	0.0%	16.7 %	0.0%	6.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	3	9	9	2	1	0	0	0	11	1	0	1	10	1	0	0	12
	النسبة	3.1%	8.7%	6.2%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%	3.3%	0.0%	3.8%	6.5%	20.0 %	0.0%	0.0%	6.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 33 يوضح نسبة اهتمامات القراء نحو موضوع تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد



[1]نماذج:

- **تنسيقة الأساتذة الجامعيين من أجل التغيير دعم مطلق للحراك**، الخبر اليومي، 20 فيفري 2020، العدد 9473.

[2]www.alquds.co.uk, 11/08/2020, 23.30 صحيفة الوطن العربي،

أظهرت نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

-فيما يخص متغير الجنس، نجد أن نسبة 44.3% من الإناث مهتمات بموضوع تأكيد تواجد الجيش، تليها نسبة% 23.7 ثم حياد بنسبة 21.6% المهتمات بشكل كبير لهذه المواضيع، ثم غير مهتمات بنسبة 7.2%، وأخيرا غير مهتمات إطلاقا بنسبة 3.1 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28.2 %، ثم حياد بنسبة 16.5 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.9%.

أما متغير السن فنجد أن المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.2%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 24%، ثم حياد بنسبة 20%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.2%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.2% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.5%، ثم حياد بنسبة 15.9%، ثم غير مهتم بنسبة 6.8 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما وفق فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 40%، تليهما كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد أن مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 50% لكل واحد منهما، ومستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32 %، ثم حياد بنسبة 16%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 12%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25.6 % ثم حياد بنسبة 15.4 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.3%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.3%، تليها حياد بنسبة 33.3%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 20% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.1 %، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 23.8 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 14.3%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 42.3% تليها مهتم بنسبة 38.5 %، ثم حياد بنسبة 11.5%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 3.8%، أما مهنة موظف(ة) فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 44.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.5 %، ثم حياد بنسبة 19.6%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.5 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 5.9 %، أما مهنة تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها كل من متهم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما مهنة

طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25%، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم بنسبة 16.7%، أما مهنة متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن للمبحوثين اهتمام كبير بقضية تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد[1] في الحاضر والمستقبل ،حيث تمثيل هذه القضية من أبرز القضايا التي كانت مطروحة في تلك الفترة في وسائل الإعلام ،من خلال خطابات رئيس الأركان "القايد الصالح "والذي كان يركز فيها على أن الجيش سيبقى دائما ماسكا بزمام الأمور ولن يتخلى على مهامه أبدا، حيث استخدم في جل خطاباته استمالات التخويف "التي تعمل على وضع حقائق يليها تهديد بخطر قد يصيب الفرد، وهذا المضمون من الخطابات يجعل الفرد يشعر بالتوتر العاطفي، وبينما يعاني من هذا التوتر العاطفي سوف يتعرض الفرد لعبارات تجنبه الخطر، وتوصيه بالقيام بعمل معين أو اعتناق رأي معين"[2]، وخاصة بعد مطالبة الحراك بتطبيق مادتي 07 و08 فكما أشارت إليه الباحثة عائشة في دراستها" أن الشخصية القانونية للدولة لا تنشأ إلا بتوفر ثلاثة أركان من بينها الشعب الذي يعتبر الركن الأساسي والعنصر الفاعل بالدولة، وباعتباره أول ركن فهو وفقا للمادة (7) مصدر كل سلطة، كما يعتبر المالك الحقيقي والوحيد للسيادة الوطنية[3]، ولذلك كان مطلب تفعيل المادة (07) و(08) من أبرز المطالب لدى الحراك الشعبي في الجزائر.

كما نالت هذه القضية اهتمام جريدة "الشروق" التي تطرقت إلى أن الشارع الجزائري كان مطلبه الرئيسي نحو هذه القضية "أن الدولة مدنية وليست عسكرية"، وخاصة بعد خطابات رئيس الأركان "القايد صالح" التي اعتبرها الشعب الجزائري تعدي على الدولة مطالبين برحيل كافة رموز النظام السابق.[4]

---

[1] نماذج :

- **الجزائر تطمئن حلفاءها فيما وراء الحدود الجنوبية الجيش يبعث رسائل قوية من مناورة "هقار 2020"**، الخبر اليومي، 20 فيفيري 2020، العدد9473.
- **قايد صالح يصرح لا طموحات سياسية لدى قيادة الجيش**، الخبر اليومي، 9 ديسمبر 2019، العدد 9411.
- **قايد صالح يبرز "كل محاولات المساس بأمن الجزائر واستقرارها فشلت**.."، 23 نوفمبر 2019، الخبر اليومي، العدد 9397.

[2] أمنة حمراني: **الأساليب الإقناعية في الإعلانات الاجتماعية والدينية عبر الفضائيات –ثورة معنوية نتاج ثورة في عالم السلوكيات والقيم الإيجابي**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد العاشر، دس، ص162.

[3] عائشة دويدي: **الحراك الشعبي في الجزائر بين الطرح والمعالجة (احتجاجات 2019)**، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 11، العدد01، 2020، ص 841.

[4] Shorouknews.com, 17-07-2020,20 :00

ولكن كان الهدف من تلك الخطابات إقناع الشـــعب بمدى قوة الجيش ومكانته في البلاد، وكذلك يعتبر المؤســـسـة الوحيدة القادرة على حل الأزمة التي تعيشــها الجزائر في تلك الفترة والقوى الجبارة لأي تهديد خارجي، كما أن قطاع واسع داخل المؤسسة العسكرية كان نوعا ما مستاء من الطريقة التي كانت تدار بها الدول الجزائرية وهذا حسب رأي الأستاذ "فريد بن يحي "حسب جريدة الشروق، حيث يرى أن الحراك فرصة بالنسبة لهم للثورة على النظام القائم، وهذا ما كان يبحث عنه الشعب الجزائري ويحاول معرفته هو نوايا الجيش نحو موقفه الحقيقي في تلك الفترة التي كان يعيشها.

كما نالت القضـية اهتمام وسـائل الاعلام الأخرى من بينهم "الجزيرة" التي صـرحت بأن القايد صـالح رجل المفاجآت الذي أخرجه الحراك للواجهة، وقد استطاع أن يظفر بلقب "الرجل غير المتوقع" فكان في كل مرة يسلك مسـلك المفاجأة[1]، في حين أن القنوات الجزائرية قد اهملت هذه المواضـيع ولم تعطي أي إهتمام لها، وقد صـرحت الإعلامية ليلى بوزيدي في تدوينه لها عبر الفايسـبوك :"تجاهل مسـيرات الشـعب من طرف القنوات المحلي خاصـة وعامة خطأ فادح ،سيناريو العشرية السوداء يعيد نفسه ،قنوات أجنبية ساهمت في نشر الفتنة وزعزعت استقرار الجزائر ،حينها وجدت اليوم الساحة حلا "[2]

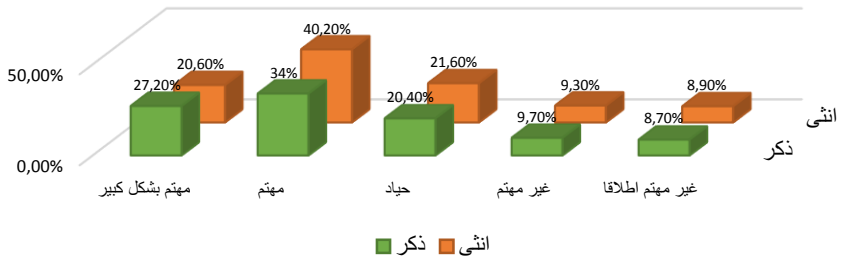
الجدول رقم 32 يبين اهتمامات القراء بموضوع ترتيب انتخابات ديسمبر 2019.

موضـــوع ترتيب انتخابات ديسمبر 2019		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	20	28	31	13	4	1	2	9	25	8	3	6	36	1	4	1	48
	النسبة	20.6%	27.2%	21.2%	29.5%	40.0%	33.3%	50.0%	36.0%	21.4%	26.7%	14.3%	23.1%	23.5%	20.0%	33.3%	25.0%	24.0%
مهتم	التكرار	39	35	52	20	2	1	1	12	46	7	7	5	61	0	6	2	74
	النسبة	40.2%	34.0%	35.6%	45.5%	20.0%	33.3%	25.0%	48.0%	39.3%	23.3%	33.3%	19.2%	39.9%	0.0%	50.0%	50.0%	37.0%
حياد	التكرار	21	21	36	5	1	0	0	4	21	11	6	9	30	2	1	0	42
	النسبة	21.6%	20.4%	24.7%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	16.0%	17.9%	36.7%	28.6%	34.6%	19.6%	40.0%	8.3%	0.0%	21.0%
غير مهتم	التكرار	9	10	13	4	2	1	1	0	12	2	3	4	14	1	0	0	19
	النسبة	9.3%	9.7%	8.9%	9.1%	20.0%	33.3%	25.0%	0.0%	10.3%	6.7%	14.3%	15.4%	9.2%	20.0%	0.0%	0.0%	9.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	8	9	14	2	1	0	0	0	13	2	2	2	12	1	1	1	17
	النسبة	8.2%	8.7%	9.6%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	6.7%	9.5%	7.7%	7.8%	20.0%	8.3%	25.0%	8.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] **Aljazeera.net/news**, 11-06-2020, 01 :28.

[2] **www. Ultrasawt.com** ,11/08/2020, 23.00

شكل رقم 34 يوضح نسبة اهتمامات القراء بموضوع انتخابات ديسمبر 2019



فيما يخص متغير الجنس، فنجد فيما يخص الإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40.2%، تليها حياد بنسبة 21.6 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 20.6 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.3 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.2 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 27.2 %، ثم حياد بنسبة 20.4 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.7 % وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.6%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 35.6%، تليها حياد بنسبة 24.7%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 21.2 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.6%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.9 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 45.5 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.5 %، ثم حياد بنسبة 11.4 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.1%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.5 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وغير مهتم بنسبة 20 %، وأخيرا حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10 %.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 %، تليها مهتم وغير مهتم بنسبة 25%، ومستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 48 %، تتليها مهتم بشكل كبير بنسبة 36 %، وأخيرا حياد بنسبة 16 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 39.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 21.4% ثم حياد بنسبة 17.9%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.1%، وأخيرا غير مهتم 10.3%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 36.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.7%، ثم مهتم بنسبة 23.3% وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 33.3% تليها حياد بنسبة 28.6 %، ثم مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 14.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.5%.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 34.6 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.1 %، ثم مهتم بنسبة 19.2 %، ثم غير مهتم بنسبة 15.4 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7 %، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 39.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.5 %، ثم حياد بنسبة 19.6% ، ثم غير مهتم بنسبة 9.2 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.8 %، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3 %، وأخيرا حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 25 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن قضية انتخابات ديسمبر 2019[1] قد نالت قدرا عالي من اهتمام المبحوثين وهذا يرجع إلى عدم تقبل إجراء هذه الانتخابات من بعض المبحوثين وخاصة وأن المترشحين الخمسة كانوا وجوها معروفة ضمن النظام السابق، وحسب وجهة نظرهم يرون أن العصابة لا تزال تتحكم في البلاد وأن مطالب الحراك لم تأخذ بعين الاعتبار، في حين يرى البعض الجزائر دخلت في أزمة اقتصادية وسياسية وأن المؤسسات الحكومية والخاصة أصبحت مهددة بالإفلاس، كما أنها أصبحت مهددة أجنبيا ويستلزم على مناضلي الحراك تفهم قمة الأزمة وإعطاء فرصة لإجراء انتخابات والمسالمة في بناء جزائر جديدة ،ونلاحظ أن الحراك الشعبي قد انقسم في هذه المرحلة إلى مؤيد ومعارض للانتخابات.

وكما جاء في تقرير المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، أن خطوة الانتخابات كانت الحل المثل لخروج الجزائر من أزمتها، لذلك بدأ خطاب السلطة القائل بان الوضع الدقيق الذي تعرفه البلاد داخليا وخارجيا لا يحتمل إلغاء الانتخابات للمرة الثالثة منذ استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة[2].

---

[1] نماذج :

- **رؤية تقنية للانتخابات الرئاسية المقبلة**، الخبر اليومي، 10 سبتمبر 2019، العدد 9334.
- **رئيس السلطة المستقلة للانتخابات محمد شرفي "الإستحقاق المقبل سيساهم في حل أزمة البلاد"**، الخبر اليومي، 13 أكتوبر 2019، العدد 9362.
- **أستاذ العلوم السياسية سفيان صخري للخبر "انتخابات 12 ديسمبر تشكل مخرجا للسلطة وليس للدولة**، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، العدد9390.
- ب**حجة حساسية الجزائريين للتدخل الأجنبي رئاسيات بلا ملاحظين دوليين لأول مرة**، الخبر اليومي، 1 ديسمبر 2019، العدد 9004.

[2] المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: **الجزائر 2019 من الحراك إلى الانتخابات**، سلسلة تقارير، قطر 2020، ص 24.

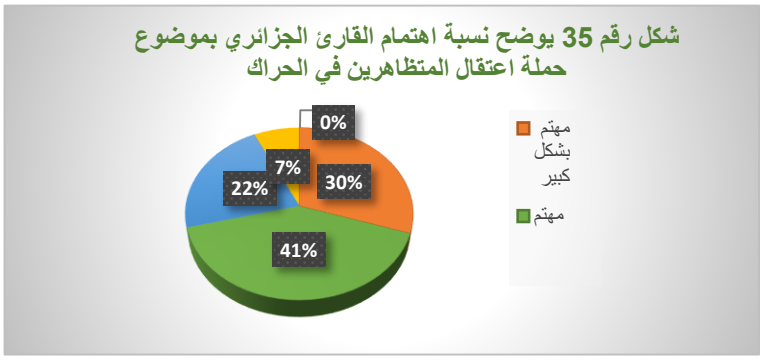
أما صحيفة الدراسة فقد استخدمت الاستمالات المنطقية من خلال طرحها لهذه القضية وطبيعة الأوضاع التي كانت تعيشها الجزائر وذلك من خلال "مخاطبة العقل وتوضيح الحقائق" الخاصة بها وما التوقعات حول الجزائر الجديدة.[1]

الجدول رقم 33 يبين اهتمامات القارئ الجزائري بموضوع حملة اعتقالات المتظاهرين في الحراك

حملة اعتقالات المتظاهرين في الحراك		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	21	34	37	14	4	1	2	9	34	6	3	5	43	2	4	1	55
	النسبة	21.6 %	33.0 %	25.3 %	31.8 %	40.0 %	33.3 %	50.0 %	36.0 %	29.1 %	20.0 %	14.3 %	19.2 %	28.1 %	40.0 %	33.3 %	25.0 %	27.5%
مهتم	التكرار	44	31	59	14	2	2	2	8	49	5	9	11	57	1	5	1	75
	النسبة	45.4 %	30.1 %	40.4 %	31.8 %	20.0 %	66.7 %	50.0 %	32.0 %	41.9 %	16.7 %	42.9 %	42.3 %	37.3 %	20.0 %	41.7 %	25.0 %	37.5%
حياد	التكرار	18	22	29	9	2	0	0	5	18	12	5	5	30	2	2	1	40
	النسبة	18.6 %	21.4 %	19.9 %	20.5 %	20.0 %	0.0%	0.0%	20.0 %	15.4 %	40.0 %	23.8 %	19.2 %	19.6 %	40.0 %	16.7 %	25.0 %	20.0%
غير مهتم	التكرار	7	6	9	4	0	0	0	1	8	3	1	3	10	0	0	0	13
	النسبة	7.2%	5.8%	6.2 %	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	6.8%	10.0 %	4.8%	11.5 %	6.5%	0.0%	0.0%	0.0%	6.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	7	10	12	3	2	0	0	2	8	4	3	2	13	0	1	1	17
	النسبة	7.2%	9.7%	8.2 %	6.8%	20.0 %	0.0%	0.0%	8.0%	6.8%	13.3 %	14.3 %	7.7%	8.5%	0.0%	8.3%	25.0 %	8.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

من خلال الجدول نستخلص فيما يصخ متغير الجنس نجد أن الإناث فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 45.4 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 21.6 %، ثم حياد بنسبة 18.6 %، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.2%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 33 %، تليها مهتم بنسبة 30.1 %، ثم حياد بنسبة 21.4 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.7 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 5.8 %.

شكل رقم 35 يوضح نسبة اهتمام القارئ الجزائري بموضوع حملة اعتقال المتظاهرين في الحراك



[1] آمنة حمراني: **مرجع سبق ذكره**، ص162.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40.4 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25.3%، ثم حياد بنسبة 19.9 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.2%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 6.2 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 31.8%، تليهما حياد بنسبة 20.5 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.1% ، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40 %، تليها مهتم وحياد بنسبة 20 %.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي، فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 50%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 36%، تليها مهتم بنسبة 32 %، ثم حياد بنسبة 20%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.1% ثم حياد بنسبة 15.4%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 20 %، ثم مهتم بنسبة 16.7 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 13.3 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 10 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة متهم بنسبة 42.9 %، تليها حياد بنسبة 23.8 %، ثم مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 14.3 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.8 %.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.3 %، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 19.2 %، ثم غير مهتم بنسبة 11.5 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7 %، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 40 %، تليهما مهتم بنسبة 20 %، أما تاجر (ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 40 %، تليها مهتم بنسبة 20 %، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3 %، ثم حياد بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3 %، أما متقاعد فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 % لكل واحد منهم.

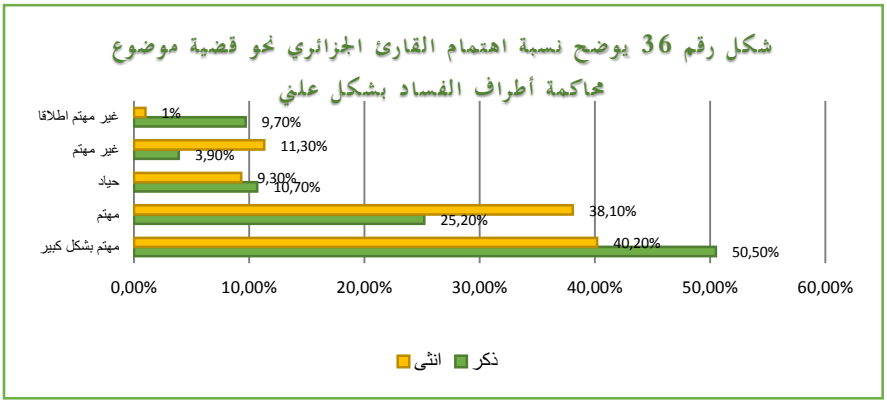
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية اعتقال المناضلين والمتظاهرين[1] في الحراك كانت عالية مقارنة مع النسب الأخرى، وهذا راجع إلى أن مدى أهمية هذه القضية بالنسبة للمبحوثين واكتشاف مستجداتها، حيث أن حملة الاعتقالات بدأت منذ إعلان موعد الانتخابات وهذا الخبر أدى إلى انتفاضة المعارضين لهما مما ركزت الدولة على تشديد الأمة واعتقال النشطاء في الحراك الشعبي التي تسيره للحد من تفاقم المعارضة وتهدئة أوضاع القضية، التي أخذت اهتمام من طرف صحيفة الدراسة وجمهورها.

الجدول رقم 34 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع محاكمة أطراف الفساد بشكل علني

محاكمة أطراف الفساد بشكل علني		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	39	52	63	21	7	1	3	11	51	15	10	10	70	2	8	1	91
	النسبة	40.2%	50.5%	43.2%	47.7%	70.0%	33.3%	75.0%	44.0%	43.6%	50.0%	47.6%	38.5%	45.8%	40.0%	66.7%	25.0%	45.5%
مهتم	التكرار	37	26	51	11	1	0	0	7	40	9	7	8	52	0	2	1	63
	النسبة	38.1%	25.2%	34.9%	25.0%	10.0%	0.0%	0.0%	28.0%	34.2%	30.0%	33.3%	30.8%	34.0%	0.0%	16.7%	25.0%	31.5%
حياد	التكرار	9	11	15	4	1	0	1	4	11	3	1	5	11	2	1	1	20
	النسبة	9.3%	10.7%	10.3%	9.1%	10.0%	0.0%	25.0%	16.0%	9.4%	10.0%	4.8%	19.2%	7.2%	40.0%	8.3%	25.0%	10.0%
غير مهتم	التكرار	11	4	11	4	0	1	0	2	7	2	3	0	14	0	1	0	15
	النسبة	11.3%	3.9%	7.5%	9.1%	0.0%	33.3%	0.0%	8.0%	6.0%	6.7%	14.3%	0.0%	9.2%	0.0%	8.3%	0.0%	7.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	1	10	6	4	1	1	0	1	8	1	0	3	6	1	0	1	11
	النسبة	1.0%	9.7%	4.1%	9.1%	10.0%	33.3%	0.0%	4.0%	6.8%	3.3%	0.0%	11.5%	3.9%	20.0%	0.0%	25.0%	5.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1]النماذج:

- **التوقيفات ترفع الاحتقان في الجمعة 40 بالجزائر العاصمة "حملة اعتقالية وليس انتخابية"**، الخبر اليومي، 23 نوفمبر 2019، العدد 9397.
- **محاكمات معتقلي الحراك تتواصل الحبس المؤقت لأربع نشطاء والرقابة القضائية لإثنين آخرين**، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.



فيما يخص متغير الجنس، نجد أن الإناث فقد تصـدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40.2 %، تليها مهتم بنسبة 38.1 %، ثم غير مهتم بنســـبة 11.3 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.7 %، وأخيرا حياد بنســـبة 9.3 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50.5 %، تليها مهتم بنسبة 25.2 %، ثم حياد بنسبة 10.7 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.7 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.9 %.

أما متغير الســـن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 ســـنة فقد تصـــدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 43.2 %، تليها مهتم بنسبة 34.9 %، ثم حياد بنسبة 10.3 %، ثم غير مهتم بنسبة 7.5 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.1 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصـدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 47.7 %، تليها مهتم بنسبة 25 %، ثم كل من حياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 9.1 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصـدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 70 %، تليها مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10 %.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد: فيما يخص المستوى الابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 75 %، تليها حياد بنسبة 25 %، أما مستوى ثانوي فقد تصـدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 44 %، تليها مهتم بنسبة 28 %، ثم حياد بنسبة 16 %، ثم غير مهتم بنسبة 8 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 43.6 %، تليها مهتم بنسبة 34.2% ، ثم حياد بنسبة 9.4 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 6 %، أما مستوى ماستر فقد تصـدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 %، تليها مهتم بنسبة 30 %، ثم حياد بنسبة 10 %، ثم غير مهتم بنسبة 6.7 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 47.6 %، تليها مهتم بنسبة 33.3 %، ثم غير مهتم بنسبة 14.3%، وأخيرا حياد بنسبة 4.8 %.

أما متغير المهنة فنجد ما فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 38.5 % تليها مهتم بنسبة 30.8 %، ثم حياد بنسبة 19.2 % وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5 %، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 45.8 %، تليها مهتم بنسبة 34 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.2 %، ثم حياد بنسبة 7.2 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.9 %، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 40 % تليهما غير مهتم إطلاقا بنسبة 20 %، أما طالب(ة) فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7 %، تليها مهتم بنسبة 16.7 %، ثم حياد وغير مهتم بنسبة 8.3 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 45.5 %، تليها مهتم بنسبة 31.5 %، ثم حياد بنسبة 10 %، ثم غير مهتم بنسبة 7.5 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.3 %.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن قضية محاكمة أطراف الفساد [1] بشكل علني قد حظيت بقدر عالي من اهتمام المبحوثين حيث كانت من أهم مطالب الحراك الشعبي هي فضح ومحاسبة من لهم يد في نشر الفساد ونهب أموال الشعب، "فالفساد السياسي كان له تأثير كبير في الدولة فهو أساس والنواة لبقية أنواع الفساد الأخرى، حيث سادت في ظل الوضع المتدهور الذي يعيشه المجتمع قيم النهب والاحتيال والنفاق والخداع وكذلك الرشوة والمحسوبية"[2]، لكن تاريخ المحاكمة لهذه القضايا شهد العديد من الجدل في مختلف شرائح الشارع الجزائري ،حيث أنهم يرون أن القضاء يصر على إجراء هذه المحاكمة في فترة قصيرة قبل إجراء الانتخابات بصدد إخماد غضب الشارع الرافض لهذه الانتخابات خاصة، بعد مطالبة هيئة الدفاع المكونة من عشرات المحامين بتأجيلها نظرا لعدم توفر شروط إجرائها في ظروف عادية وسرعة برمجتها إلا أن رأي المحكمة تمثل في الرفض واكتفت بتأجيلها ليومين وقد أثارت هذه القضية وسائل الإعلام وخاصة الصحافة المكتوبة وجماهيرها .

فقضايا الفساد من وجهة نظر المبحوثين هي أهم إنجازات الحراك الشعبي لكن كيفية التعامل السلطة وبرمجتها لهذه المحاكمات هي التي فتحت باب النقاش في وسط الشارع الجزائري، ومن خلال هذه الآراء أثبت الشعب أن لديه خبرة في هذه السياسات من خلال الاحتجاجات التي عاشها سابقا منذ احتجاجات العمال في

[1] نماذج :

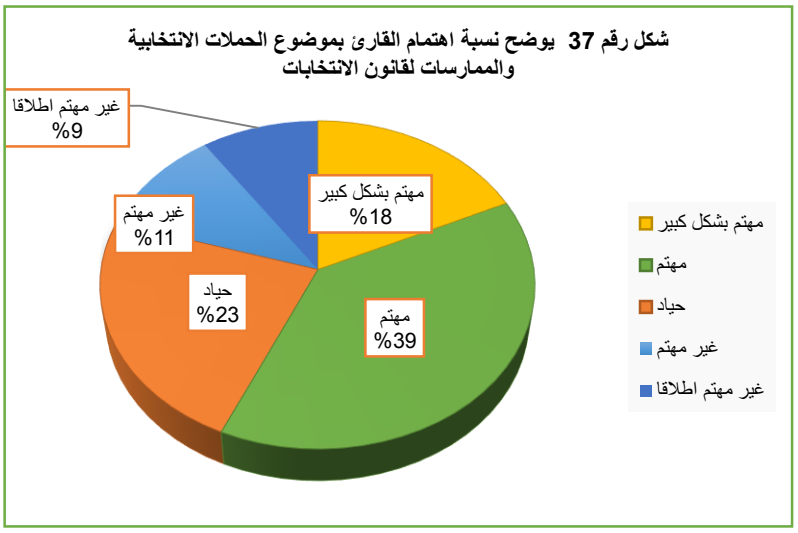
- **إنهاء مهام المير ونائبة بسعيدة لمتابعتهما في قضايا الفساد**، االخبر اليومي، 26 سبتمبر ، العدد9348.
- **وضع المصالح الأمنية والإدارية تحت سلطة قادة القطاعات العملياتية لحفظ النظام العام تعزيز صلاحيات الضبطية العسكرية لمكافحة جرائم الفساد**،الخبر اليومي، 21 أكتوبر 2019، العدد 9369.

[2] عائشة الدويدي: **مرجع سبق ذكره**، ص841.

عهدة الرئيس السـابق الهواري بومدين، ومنه نسـتنتج أن رفض الجمهور لهذه القضـية راجع إلى الأيديولوجية التي تستخدمها السلطة في الحد من شدة الحراك وكبته.

الجدول رقم 35يبين اهتمامات القراء بموضوع الحملات الانتخابية والممارسات لقانون الانتخابات

الحملات الانتخابية والممارسات لقانون الانتخابات		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	14	22	21	11	4	0	1	3	25	7	0	4	28	0	3	1	36
	النسبة	14.4%	21.4%	14.4%	25.0%	40.0%	0.0%	25.0%	12.0%	21.4%	23.3%	0.0%	15.4%	18.3%	0.0%	25.0%	25.0%	18.0%
مهتم	التكرار	44	33	59	15	3	2	0	9	49	8	9	9	60	1	5	2	77
	النسبة	45.4%	32.0%	40.4%	34.1%	30.0%	66.7%	0.0%	36.0%	41.9%	26.7%	42.9%	34.6%	39.2%	20.0%	41.7%	50.0%	38.5%
حياد	التكرار	22	24	36	9	1	0	1	7	20	12	6	9	33	2	2	0	46
	النسبة	22.7%	23.3%	24.7%	20.5%	10.0%	0.0%	25.0%	28.0%	17.1%	40.0%	28.6%	34.6%	21.6%	40.0%	16.7%	0.0%	23.0%
غير مهتم	التكرار	11	11	15	6	1	1	2	5	9	1	4	1	19	1	1	0	22
	النسبة	11.3%	10.7%	10.3%	13.6%	10.0%	33.3%	50.0%	20.0%	7.7%	3.3%	19.0%	3.8%	12.4%	20.0%	8.3%	0.0%	11.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	6	13	15	3	1	0	0	1	14	2	2	3	13	1	1	1	19
	النسبة	6.2%	12.6%	10.3%	6.8%	10.0%	0.0%	0.0%	4.0%	12.0%	6.7%	9.5%	11.5%	8.5%	20.0%	8.3%	25.0%	9.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100



نستنتج من خلال الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس نجـد أن الإناث قـد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 45.4 %، تليها حياد بنسبة 22.7 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 14.4 %، ثم غير مهتم بنسبة 11.3 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.2% ، أما الذكور فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 32 %، تليها حياد بنسـبة 23.3 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 21.4% ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.6%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 10.7%.

أما متغير السـن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سـنة فقد تصـدرتها إجابة مهتم بنسبة 40.4 %، تليها حياد بنسبة 24.7 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 14.4 %، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم

إطلاقا بنسبة 10.3 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 34.1% بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25%، ثم حياد بنسبة 20.5 %، ثم غير مهتم بنسبة 13.6%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40 %، تليها مهتم بنسبة 30 %، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد أن مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7 %، تليها غير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 50 %، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25 %، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36 %، تليها حياد بنسبة 28%، ثم غير مهتم بنسبة 20 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.9%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 21.4 %، ثم حياد بنسبة 17.1%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 7.7%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها مهتم بنسبة 26.7%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.3 %، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.9 %، تليها حياد بنسبة 28.6 %، ثم غير مهتم بنسبة 19%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة9.5%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم وحياد بنسبة 34.6%، تليهما مهتم بشكل كبير بنسبة 15.4%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 39.2 %، تليها حياد بنسبة 21.6%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 18.3%، ثم غير مهتم بنسبة 12.4%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.5%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25 %، ثم حياد بنسبة 16.5% ، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

يتضح من الجدول أعلاه أن للمبحوثين اهتمام كبير نحو قضية الحملات الانتخابية[1] والممارسات لقانون الانتخابات وكان معظمهم إناث وتتراوح أعمارهم من 25 إلى 40 سنة وهذا راجع إلى أن المبحوثين أرادوا أن

[1] نماذج:

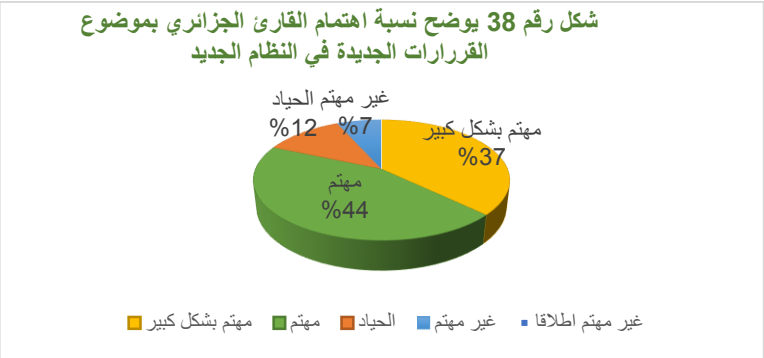
- **بن فليس ينصب مديرية حملته الانتخابية، الخبر اليومي**، 29 أكتوبر 2019، الخبر اليومي، 29 أكتوبر 2019، العدد 9376.

يكتشفوا برامج المترشحين ونواياهم عند احتلالهم منصب الرئاسيات وهل مطالب الشعب كانت ضمن هذه البرامج ،كما شكلت الحملة الانتخابية للسباق الرئاسي في الجزائر وصنعا غير مألوفا لدى الشعب الجزائري الذي اعتاد طيلة الحملة الانتخابية كانت هناك أحزاب داعمة للرئيس المترشح ،حتى المؤسسة العسكرية كانت داعمة له وبالتالي كان معظم الجزائريين يعلمون أنه الفائز قبل إعلان النتائج الرسمية وبنسب مرتفعة ، أما شكل السباق الرئاسي الراهن في تلك الفترة كان وضعا جديدا يظهر من خلال المنظومة التشريعية التي تنظمه والتي أبعدت الوزارة الداخلية وديمقراطيتها المحلية عن تنظيم والتي تنظيم الانتخابات كذلك المؤسسة العسكرية قررت مرافقة المسار السلمي للانتخابات الرئاسية دون التوجه نحو مساندة مترشح على حساب المترشحين الآخرين، وهذا الوضع أدخل الشعب الجزائري في تفكير وتحليل بين بعدين هو أن هذه الانتخابات تعتبر انتخابات نزيهة مقاطعة للممارسات السابقة أم أنها استمرارية لها بوجه آخر فقط ،وهذه النقطة التي أشعلت نقاش كبير في الشارع الجزائري وأعطت لهذه القضية أهمية كبيرة مقارنة مع القضايا الأخرى في وسائل الإعلام .

الجدول رقم 36 يبين اهتمامات القارئ الجزائري نحو موضوع القرارات الجديدة في النظام الجديد

القرارات الجديدة في النظام الجديد		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	29	43	47	19	6	1	2	9	41	14	5	8	57	1	5	1	72
	النسبة	29.9%	41.7%	32.2%	43.2%	60.0%	33.3%	50.0%	36.0%	35.0%	46.7%	23.8%	30.8%	37.3%	20.0%	41.7%	25.0%	36.0%
مهتم	التكرار	51	35	65	19	2	2	1	8	52	11	12	10	69	1	4	2	86
	النسبة	52.6%	34.0%	44.5%	43.2%	20.0%	66.7%	25.0%	32.0%	44.4%	36.7%	57.1%	38.5%	45.1%	20.0%	33.3%	50.0%	43.0%
حياد	التكرار	10	13	19	4	0	0	1	5	10	3	4	5	14	2	2	0	23
	النسبة	10.3%	12.6%	13.0%	9.1%	0.0%	0.0%	25.0%	20.0%	8.5%	10.0%	19.0%	19.2%	9.2%	40.0%	16.7%	0.0%	11.5%
غير مهتم	التكرار	6	7	12	0	1	0	0	3	9	1	0	1	10	1	1	0	13
	النسبة	6.2%	6.8%	8.2%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	12.0%	7.7%	3.3%	0.0%	3.8%	6.5%	20.0%	8.3%	0.0%	6.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	1	5	3	2	1	0	0	0	5	1	0	2	3	0	0	1	6
	النسبة	1.0%	4.9%	2.1%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	3.3%	0.0%	7.7%	2.0%	0.0%	0.0%	25.0%	3.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

- **مقاربات بين الانتخابات الرئاسية في ظل التعددية منذ 1995 الى 2019**، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.



أظهرت الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس أن نسبة 52.6 % من الاناث قد ألقت إهتمام بشكل كبير بموضوع القرارات الجديدة لنظام الجديد، تليها نسبة 29.9% من المهتمات بصفة عادية، ثم المحايدات بنسبة 10.3%، والغير مهتمات بنسبة 6.2%، وأخيرا الغير مهتمات إطلاقا بنسبة1 %، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.7%، تليها مهتم بنسبة 34 %، ثم حياد بنسبة 12.6%، ثم غير مهتم بنسبة 6.8 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.9%.

أما متغير السن، فنجد أن المرحلة العمرية الممتدة متن 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 44.5%، تليها مهتم بنسبة 32.2%، ثم حياد بنسبة 13 %، ثم غير مهتم بنسبة 8.2 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.1 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 43.2 %، تليهما حياد بنسبة 9.1%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60%، تليها مهتم بنسبة 20%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم أطلاقا بنسبة 10%.

أما ما تعلق بمتغير المستوى التعليمي فنجد أن المستوى الابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50% تليها مهتم وحياد بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 36%، تليها مهتم بنسبة 32%، ثم حياد بنسبة 20%، ثم غير مهتم بنسبة 12%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 44.4 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 35 %، ثم حياد بنسبة 8.5%، ثم غير مهتم بنسبة 7.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.3 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 46.7%، تليها مهتم بنسبة 36.7%، ثم حياد بنسبة 10%. ثم كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 57.1% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.8%، وأخيرا حياد بنسبة 19%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصـــدرته إجابة مهتم بنســـبة 38.5 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.8%، ثم حياد بنسبة 19.2%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.1%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.3%، ثم حياد بنسبة 9.2%، ثم غير مهتم بنسبة 6.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشـكل كبير بنسـبة 41.7%، تليها مهتم بنسـبة 33.3%، ثم حياد بنسـبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم بنسـبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين التي اهتمت بقضية القرارات الجديدة[1] في النظام الجديد كانت هي الأعلى وتصدرت المراتب الأولى وهذا راجع إلى مدى تطلع الشارع الجزائري للتغيرات التي سوف تحدث بعد قرابة إحدى عشـــر من الحراك وجملة المطالب التي دعا إليها، حيث ركز فئة النخبة من المجتمع الجزائري حول قرار تعديل الدســتور كونه أهم قرار اتخذه الرئيس عبد المجيد تبون، كون الجزائر بحاجة في هذه الفترة إلى دســتور جديد أكثر من حاجتها إلى تعديل جزئي.

كما قام الرئيس عبد المجيد تبون بعض المحاولات لكســب ثقة الشــارع الجزائري حيث كانت خطوته الأولى فتح حوار مع الحراك الشعبي وتأكيد فكرة أنه جاء لخدمة الشعب كما قام في حملته الانتخابية بإدلاء تصريح يقول فيه أنه لديه القدرة على اسـترجاع الأموال المنهوبة والنهوض باقتصـاد البلاد، كما أعلن عن لقاءات مع الصـحافة تكون شـهرية أو كل شـهر ونصـف، وتكون دون حواجز بهدف تنوير الرأي العام، كما وعد بحكومة جديدة ذات كفاءات وإدماج الشـباب في الحياة السـياسـية وكذلك مراجعة الدسـتور مراجعة واسـعة وإعادة صـياغته في إطار قانوني ،وابتدأ بالإفراج عن مناضـلي الحراك كأول خطوة ،وهذا ما أثار صـحيفة الدراسـة لطرح هذه المواضـيع التي يحاول فيها الرئيس امتصـاص غضـب الشـارع الجزائري واسـتخدامه لمختلف الاسـتمالات العاطفية التي تعتمد على مخاطبة عواطف الجمهور المستهدف مع التركيز على النتائج الايجابية[2].

[1] نماذج:

- **الرئيس تبون يجري حركة جزئية في سلك الولاة**، الخبر اليومي، 27 جانفي 2020، العدد 9452.
- **في اطار المشاورات حول تعديل الدستور تبون يستقبل جاب الله وبلعيد**، الخبر اليومي، 12 فيفري 2020، العدد 9466.

[2] آمنة حمراني: **مرجع سبق ذكره**، ص162

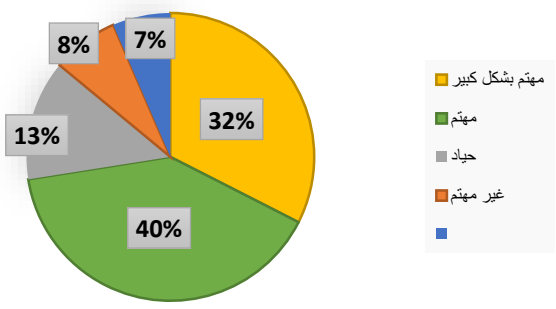
كما ركز على نقطة تسييس فئة الشباب التي كانت من المطالب البارزة في الحراك إعطاء فرصة لشباب في المشاركة السياسية التي "تعكس رغبات المواطنين في السياسة العامة، وإسهامهم في توجيه دفة الحكم في بلادهم وتقرير مصيرها، وتحقيق رغباتهم عند صنع القرار السياسي، تحقيقا لديمقراطية المشاركة، التي تعني أن يكون القرار السياسي نتاج مشاركة جماهيرية حقيقية، وليس تعبيرا عن إرادة القلة المسيطرة سياسيا فقط"[1].

الجدول رقم 37 اهتمامات الجمهور نحو موقف قايد صالح من رئاسيات 2019 في جريدة الخبر

موقف قايد صالح من رئاسيات2019		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	26	39	36	23	6	2	1	10	40	7	5	8	53	0	3	1	65
	النسبة	26.8%	37.9%	24.7%	52.3%	60.0%	66.7%	25.0%	40.0%	34.2%	23.3%	23.8%	30.8%	34.6%	0.0%	25.0%	25.0%	32.5%
مهتم	التكرار	44	36	65	14	1	0	2	11	45	14	8	10	63	1	5	1	80
	النسبة	45.4%	35.0%	44.5%	31.8%	10.0%	0.0%	50.0%	44.0%	38.5%	46.7%	38.1%	38.5%	41.2%	20.0%	41.7%	25.0%	40.0%
حياد	التكرار	16	11	24	2	1	0	1	2	11	5	8	3	17	3	3	1	27
	النسبة	16.5%	10.7%	16.4%	4.5%	10.0%	0.0%	25.0%	8.0%	9.4%	16.7%	38.1%	11.5%	11.1%	60.0%	25.0%	25.0%	13.5%
غير مهتم	التكرار	7	8	11	2	2	1	0	1	10	3	0	2	11	0	1	1	15
	النسبة	7.2%	7.8%	7.5%	4.5%	20.0%	33.3%	0.0%	4.0%	8.5%	10.0%	0.0%	7.7%	7.2%	0.0%	8.3%	25.0%	7.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	4	9	10	3	0	0	0	1	11	1	0	3	9	1	0	0	13
	النسبة	4.1%	8.7%	6.8%	6.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	9.4%	3.3%	0.0%	11.5%	5.9%	20.0%	0.0%	0.0%	6.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

من خلال الجدول أعلاه نستنتج فيما يخص متغير الجنس نجد الإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.4 %، تلهيا مهتم بشكل كبير بنسبة 26.8 %، ثم حياد بنسبة 16.5 %، ثم غير مهتم بنسبة 7.2%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 37.9%، تليها مهتم بنسبة

شكل 39 يوضح اهتمامت القراء نحو قضية موقف قايد صالح من رئاسيات 2019



[1] بن عيسى قواسم: **استخدام البرلمانيين لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقق الحكم الراشد**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2013، ص206.

35%، ثم حياد بنسبة 10.7%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 7.8%.

أما متغير السـن، فيما يخص متغير السـن فنجد ما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سـنة فد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 44.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 24.7%، ثم حياد بنسبة 16.4%، ثم غير مهتم بنسبة 7.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 % أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 52.3%، تليها مهتم بنسبة 3.8%، ثم غير مهتم بشكل كبير بنسبة 6.8 %، وأخيرا حياد وغير مهتم بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60%، تليها غير مهتم بنسبة 20%، وأخيرا مهتم وحياد بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فننجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7%، تليها غير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 44%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 40 %، ثم حياد بنسبة 8%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 34.2%، ثم حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 9.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.5%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.7%، تلهيا مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3 %، ثم حياد بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 10%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم وحياد بنسبة 38.1%، تليهما مهتم بشكل كبير بنسبة 23.8 %.

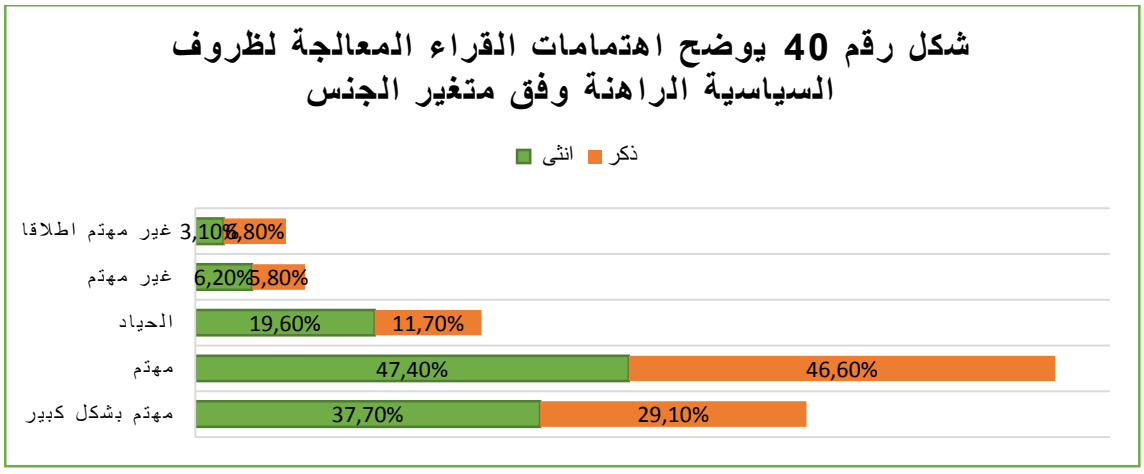
يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين لديهم اهتمام حول قضية موقف القايد الصالح من رئاسيات 2019[1] عالية ومعظمهم إناث يتراوح أعمارهم بين 25-40 سنة ،وقد تمثل موقف القايد الصالح من انتخابات وتفادي فخ الفراغ الدستوري وما يترتب عنه من مخاطر انزلاقات غير محمودة العواقب، كما اعتبر أن إجراء الانتخابات الرئاسية يضع حدا لمن يحاول إطالة هذه الأزمة التي تمر بها الجزائر كما رأى أن الرحيل الجماعي لكافة إطارات الدولة بحجة أنهم رموز النظام السابق ما هو إلا مخططات مريبة وخبيثة يراد منها تجربة مؤسسات.

[1] نماذج:

- **قائد الأركان قايد صالح من الناحية العسكرية الثالثة "الانتخابات ستفتح طريق الديمقراطية التي غيبتها العصابة"**، الخبر اليومي، 26 سبتمبر 2019، العدد 9348.

جدول رقم38 يوضح اهتمامات القراء بمواضيع الظروف السياسية الراهنة في جريدة الخبر اليومية

ظروف السياسية الراهنة في ظل النظام الجديد		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة					المجموع
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	من 56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	23	30	35	14	4	0	2	7	36	7	1	5	44	1	2	1	53
	النسبة	23.7 %	29.1%	24.0%	31.8%	40.0%	0.0%	50.0%	28.0%	30.8%	23.3%	4.8%	19.2%	28.8%	20.0%	16.7%	25.0 %	26.5 %
مهتم	التكرار	46	48	68	22	4	3	1	12	53	10	15	10	77	0	6	1	94
	النسبة	47.4 %	46.6%	46.6%	50.0%	40.0 %	100.0%	25.0%	48.0%	45.3%	33.3%	71.4%	38.5%	50.3%	0.0%	50.0%	25.0 %	47.0 %
حياد	التكرار	19	12	27	3	1	0	0	1	18	8	4	6	19	1	4	1	31
	النسبة	19.6 %	11.7%	18.5%	6.8%	10.0 %	0.0%	0.0%	4.0%	15.4%	26.7%	19.0%	23.1%	12.4%	20.0%	33.3%	25.0 %	15.5 %
غير مهتم	التكرار	6	6	9	2	1	0	1	3	4	3	1	1	8	2	0	1	12
	النسبة	6.2%	5.8%	6.2%	4.5%	10.0 %	0.0%	25.0%	12.0%	3.4%	10.0%	4.8%	3.8%	5.2%	40.0%	0.0%	25.0 %	6.0 %
غير مهتم اطلاقا	التكرار	3	7	7	3	0	0	0	2	6	2	0	4	5	1	0	0	10
	النسبة	3.1%	6.8%	4.8%	6.8%	0.0 %	0.0%	0.0%	8.0%	5.1%	6.7%	0.0%	15.4%	3.3%	20.0%	0.0%	0.0 %	5.0 %
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	% 100



نستنتج من خلال معطيات الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد فيما يخص الإناث فقد اهتمت بموضوع الظروف السياسية الراهنة بنسبة 47.4 بالمئة. تليها المهتمات بشكل كبير بنسبة 23.7 بالمئة، ثم المحايدات بنسبة 19.6 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 6.2 بالمئة، وأخيرا الغير مهتمات إطلاقا بنسبة 3.1 بالمئة، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.6 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.1 بالمئة، ثم حياد بنسبة 11.7 بالمئة، ثم غير مهتم اطلاقا بنسبة 6.8 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 5.8 بالمئة.

أما ما تعلق بمتغير السن نجد فيما يخص المرحلة ة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 46.6 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 24 بالمئة، ثم حياد بنسبة 18.5 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 6.2 بالمئة، وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 4.8 بالمئة، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 50 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.8 بالمئة، ثم كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.5 بالمئة، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 40 بالمئة لكل واحد منهما، تليهما حياد وغير مهتم بنسبة 10 بالمئة لكل واحد منهما.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد ما فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة مئة بالمئة، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 بالمئة تليها مهتم وغير مهتم بنسبة 25 بالمئة لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 48 بالمئة تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 12 بالمئة، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8 بالمئة، وأخيرا حياد بنسبة 4 بالمئة.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.3 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 390.8 بالمئة، ثم حياد بنسبة 15.4 بالمئة، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.1 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.4 بالمئة، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 33.3 بالمئة، تليها حياد بنسبة 26.7 بالمئة، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 10 بالمئة، وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 6.7 بالمئة، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 71.4 بالمئة، تليها حياد بنسبة 19 بالمئة، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 4.8 بالمئة.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.4 بالمئة، تليها حياد بنسبة 23.1 بالمئة، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 19.2 بالمئة، ثم غير مهتم اطلاقا بنسبة 15.4 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8 بالمئة، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50.3 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28.8 بالمئة، ثم حياد بنسبة 12.4 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 5.2 بالمئة، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3 بالمئة، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 40 بالمئة، تليها كل من مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20 بالمئة لكل واحد منهم، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 بالمئة، تليها حياد بنسبة 33.3 بالمئة، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 16.7 بالمئة، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم بنسبة 25 بالمئة لكل واحد منهم.

تضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين لديهم اهتمام بظروف السياسية الراهنة في ظل النظام الجديد عالية مقارنة مع النسب الأخرى وهذا راجع إلى أن القارئ الجزائري يترقب في وضعية النظام الجديد والمستجدات التي تم تغيرها مقارنة مع النظام السابق وقد قام الرئيس عبد المجيد تبون خلال الشهر الأول من الحكم بخطوات مثيرة تمثلت في تعهداته التي يرى فيها أنها تهدف إلى إحداث تغيير سياسي عميق يصب في المطالب والعناوين الكبيرة للحراك الشعبي وخاصة فيما يتعلق بتغيير طبيعة وتركيبة النظام السياسي وفتح المجال الإعلامي وتقليص صلاحية الرئيس واستقلالية العدالة وكذلك فصل المال على العمل ،وقد كسب بعض المؤيدون في الحراك من خلال هذه القرارات على حسب وجهة النظر المبحوثين.

كما اعتمد الرئيس على وسائل الاعلام باختلاف أنواعها لإيصال هذه القضايا للشعب الجزائري وحرصه على وضوح خطاباته وتبسيطها للوصول إلى عقل جميع فئات المجتمع، وقد أوضحت دراسة الكسيس تان ***Alexis S.Tan***، 1983 "أن استخدام التلفزيون والصحافة يؤدي إلى تدعيم الاتجاهات السياسية، التي تظهر بوضوح في المعرفة السياسية والمشاركة السياسية والدعوة لتأييد النظام السياسي...، كما أشارت النتائج أيضا إلى أن المشاركة السياسية قد ظهرت في كل المجموعات ذات التعليم العالي والمنخفض، ووجدت علاقة ذات دلالة بين الصحف ومستوى الفعالية السياسية"[1].

فقد عمل الرئيس عبد المجيد تبون على احتضان الشارع الجزائري من خلال مختلف وسائل الاعلام لكسب الرأي العام لصالحه، حيث يعتبر هذا الأخير "أحد المراكز المهمة في الحقل السياسي والإعلامي، بحيث أن وسائل الاعلام تعتمد عليه بصورة متزايدة كمصدر رئيسي لصياغة القضايا السياسية، الاقتصادية والمعرفية"[2]، وهذا ما سجلته في دراستنا حول تصدر هذه القضايا للصفحات الأولى.

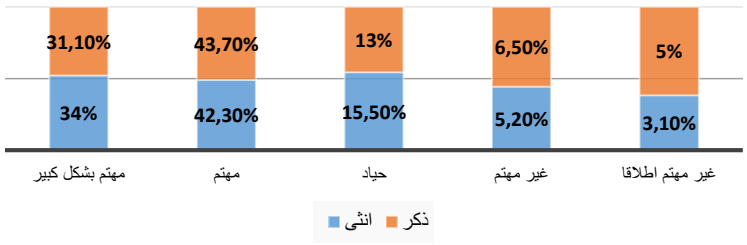
[1] سعد بن سعدون : **الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي – دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة السعودية، 2006، ص25.

[2] فضلون أمال: **استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام– دراسة تحليلية**–، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة، دس، ص206.

الجدول رقم 39 يبين اهتمامات الجمهور نحو قضية قانون المالية الجديدة في صحيفة الخبر

قانون المالية الجديد		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	33	32	45	14	6	2	2	7	37	11	6	5	53	1	5	1
	النسبة	34.0%	31.1%	30.8%	31.8%	60.0%	66.7%	50.0%	28.0%	31.6%	36.7%	28.6%	19.2%	34.6%	20.0%	41.7%	25.0%
مهتم	التكرار	41	45	63	21	2	0	0	9	54	12	11	10	69	1	5	1
	النسبة	42.3%	43.7%	43.2%	47.7%	20.0%	0.0%	0.0%	36.0%	46.2%	40.0%	52.4%	38.5%	45.1%	20.0%	41.7%	25.0%
حياد	التكرار	15	11	23	2	1	0	2	4	14	4	2	8	15	2	0	1
	النسبة	15.5%	10.7%	15.8%	4.5%	10.0%	0.0%	50.0%	16.0%	12.0%	13.3%	9.5%	30.8%	9.8%	40.0%	0.0%	25.0%
غير مهتم	التكرار	5	8	10	3	0	1	0	2	6	2	2	1	9	1	2	0
	النسبة	5.2%	7.8%	6.8%	6.8%	0.0%	33.3%	0.0%	8.0%	5.1%	6.7%	9.5%	3.8%	5.9%	20.0%	16.7%	0.0%
غير مهتم اطلقا	التكرار	3	7	5	4	1	0	0	3	6	1	0	2	7	0	0	1
	النسبة	3.1%	6.8%	3.4%	9.1%	10.0	0.0%	0.0%	12.0	5.1%	3.3%	0.0%	7.7%	4.6%	0.0%	0.0%	25.0
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

شكل رقم 42يوضح اهتمامات القراء بقضية قانون المالية الجديد



أظهرت نتائج الجدول أعلاه فيما يتعلق بمتغير الجنس أن نسبة 42.3% من الاناث مهتمات بقضية قانون المالية، تليها نسبة 34% مهتمات بصفة عادية، ثم المحايدات بنسبة 15.5% ثم الغير مهتمات بنسبة 5.2%، وأخيرا الغير مهتمات إطلاقا بنسبة 3.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.1%، ثم حياد بنسبة 10.7%، ثم غير مهتم بنسبة 7.8%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%.

أما ما تعلق بمتغير السن نجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 43.2 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.8%، ثم حياد بنسبة 15.8%، ثم غير مهتم بنسبة 6.8%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 47.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.8%،ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.1%، ثم غير مهتم بنسبة 6.8%، وأخيرا حياد بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60%، تليها مهتم بنسبة 20 %، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10% لكل واحد منهما.

أما ما يخص متغير المستوى فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7%، تليها غير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 50% لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28 %، ثم حياد بنسبة 16%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.2%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.6%، ثم حياد بنسبة 12%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 5.1%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 36.7 %، ثم حياد بنسبة 13.3%، ثم غير مهتم بنسبة 6.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3% ، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 52.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28.6%، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم بنسبة 9.5%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يصخ بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.5%، تليها حياد بنسبة 30.8% ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 19.2%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.1%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 34.6% ، ثم حياد بنسبة 9.8%، ثم غير مهتم بنسبة 5.9 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.6 %، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 20 % أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 41.7%، تليها غير مهتم بنسبة 16.7% ، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25% لكل واحد منهم.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن قانون المالية[1] قد نال اهتمام لا بأس به من طرف المبحوثين، وهذا راجع إلى الارتباط الوثيق بين الجانب السياسي والجانب الاقتصادي لدولة وقد صادت مجلس الوزراء الجزائري على مشروع القانون الجديد للمحروقات في ظل تراجع إنتاج البلاد النفطي وقد كشف وزير الطاقة "محمد عرقاب" في وسائل الإعلام أنه تم الحديث مع الشركات الكبرى المصنفة في المراتب الخمسة الأولى في العالم بشأن الخلل الموجود في القانون وطغى الرفض القانوني على شعارات الحراك في الجمعة 34 من الحراك لكن موقف قائد الأركان كان عكس ذلك فقد أيد هذا القانون ورأى أنه إضافة حقيقية من شأنها إنعاش الاقتصاد الجزائري.

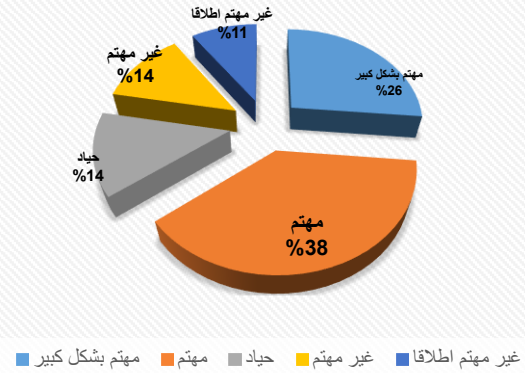
[1] نموذج:

- **"كمشة" من النواب لمناقشة قانون "غذاء الجزائريين"** ، الخبر اليومي، 6 نوفمبر 2019، العدد 9383.

الجدول رقم 40 يبين اهتمامات الجمهور بقضية البرامج السكنية "عدل" ومعدل سيرورتها في جريدة الخبر

البرامج السكنية "عدل "التيسير بيطء شديد		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة				
		انثى	ذكر	من 25-40 سنة	من 41-55 سنة	من 56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	22	31	35	14	4	0	1	7	35	7	3	4	45	1	2	1
	النسبة	22.7%	30.1%	24.0%	31.8%	40.0%	0.0%	25.0%	28.0%	29.9%	23.3%	14.3%	15.4%	29.4%	20.0%	16.7%	25.0%
مهتم	التكرار	45	31	59	15	2	2	1	7	48	5	13	6	65	1	3	1
	النسبة	46.4%	30.1%	40.4%	34.1%	20.0%	66.7%	25.0%	28.0%	41.0%	16.7%	61.9%	23.1%	42.5%	20.0%	25.0%	25.0%
حياد	التكرار	13	14	23	2	2	0	0	3	13	10	1	11	12	1	2	1
	النسبة	13.4%	13.6%	15.8%	4.5%	20.0%	0.0%	0.0%	12.0%	11.1%	33.3%	4.8%	42.3%	7.8%	20.0%	16.7%	25.0%
غير مهتم	التكرار	11	14	18	6	1	1	1	5	10	4	4	2	18	1	4	0
	النسبة	11.3%	13.6%	12.3%	13.6%	10.0%	33.3%	25.0%	20.0%	8.5%	13.3%	19.0%	7.7%	11.8%	20.0%	33.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	6	13	11	7	1	0	1	3	11	4	0	3	13	1	1	1
	النسبة	6.2%	12.6%	7.5%	15.9%	10.0%	0.0%	25.0%	12.0%	9.4%	13.3%	0.0%	11.5%	8.5%	20.0%	8.3%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 42 يوضح اهتمامات القراء نحو قضية البرامج السكنية عدل



أظهرت نتائج الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس أن نسبة 46.4 % من الإناث مهتمات بشكل كبير بموضوع البرامج السكنية عدل، تليها نسبة المهتمات التي قدرت ب 22.7 %، ثم المحايدات بنسبة 13.4%، والغير مهتمات بنسبة 11.3%، أما الغير مهتمات إطلاقا بنسبة 6.2%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 30.1%، تليها حياد وغير مهتم بنسبة 13.6 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.6%.

أما ما يخص متغير السن نجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 40.4 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 24%، ثم حياد بنسبة 15.8 %، ثم غير مهتم بنسبة 12.3%، وأخير غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 34.1%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.8 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 15.9%، ثم غير مهتم بنسبة

13.6%، وأخيرا حياد بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وحياد بنسبة 20%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي نجد أن مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7%، تليها غير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 28%، تليها غير مهتم بنسبة 20%، ثم حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 12 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.9%، ثم حياد بنسبة 11.1%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.4 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.5 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 33.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3%، ثم مهتم بنسبة 16.7% وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 13.3%، أما مستوى دارسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 61.9%، تليها غير مهتم بنسبة 19%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 14.3%، وأخيرا حياد بنسبة 4.8%.

أما متغير المهنة فنجد أن فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 42.3%، تليها مهتم بنسبة 23.1%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 15.4%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 7.7 %، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.4% ثم غير مهتم بنسبة 11.8%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.5%، وأخيرا حياد بنسبة 7.8%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 33.3%، تليها مهتم بنسبة 25%، ثم مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 16.7% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25% لكل واحد منهم.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين المهتمين بقضية البرامج السكنية "عدل"[1] التي تسير ببطء شديد عالية مقارنة مع النسب الأخرى وهذا راجع إلى أن فئة كبيرة من المجتمع الجزائري وخاصة الشباب

[1] نماذج :

- **المكتتبون ب10800 وحدة سكنية ل"عدل" يحتجون "نلافض المواقع النائية وخارج ولاية الجزائر"**، الخبر اليومي، 18 سبتمبر 2019، العدد 9341.
- الشروع في تسليم مفاتيح حصة جديدة ل"عدل"، الخبر اليومي، 5 أكتوبر 2019، العدد 9355.

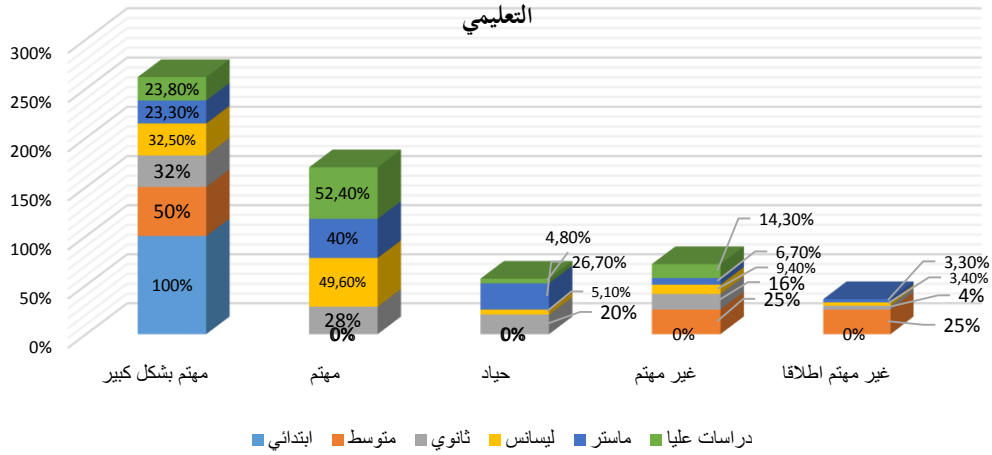
تحتاج إلى سكن لبداية حياتهم وهذا ما يدل على أن معظم المبحوثين المهتمين يتراوح أعمارهم بين 25 إلى 40 سنة حيث يعتبر قطاع السكن في الجزائر من الأوليات الكبرى ،والتي تستدعي الاهتمام والعناية من سياستها الاقتصادية والاجتماعية وخاصة في ظل تزايد النمو الديموغرافي التي تلازمت معه زيارة الطلب على الوحدات السكنية ولذلك لجأت الدولة إلى هذه البرامج السكنية لسد هذه القوة لكنها طبعة صيرورتها بطيئة جدا مما أدى إلى استياء المستفيدين والمطالبة باحتواء وتطويق الأزمة السكنية وتكيفها مع متطلبات اقتصاد السوق.

الجدول رقم 41 يبين اهتمامات المبحوثين بمعالجة قضية عجز المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية في جريدة الخبر

عجز في المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية		الجنس		السن			المستوى التعليمي					المهنة						المجموع
		انثى	ذكر	من 25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	31	32	43	14	6	3	2	8	38	7	5	5	51	1	5	1	63
	النسبة	32.0 %	31.1 %	29.5 %	31.8 %	60.0 %	100.0 %	50.0 %	32.0 %	32.5 %	23.3%	23.8%	19.2%	33.3%	20.0 %	41.7%	25.0%	31.5%
مهتم	التكرار	45	43	65	22	1	0	0	7	58	12	11	13	70	1	3	1	88
	النسبة	46.4 %	41.7 %	44.5 %	50.0 %	10.0 %	0.0%	0.0%	28.0 %	49.6 %	40.0%	52.4%	50.0%	45.8%	20.0 %	25.0%	25.0%	44%
حياد	التكرار	9	11	18	1	1	0	0	5	6	8	1	4	13	0	2	1	20
	النسبة	9.3%	10.7 %	12.3 %	2.3%	10.0 %	0.0%	0.0%	20.0 %	5.1%	26.7%	4.8%	15.4%	8.5%	0.0%	16.7%	25.0%	10%
غير مهتم	التكرار	10	11	16	4	1	0	1	4	11	2	3	2	15	2	2	0	21
	النسبة	10.3 %	10.7 %	11.0 %	9.1%	10.0 %	0.0%	25.0 %	16.0 %	9.4%	6.7%	14.3%	7.7%	9.8%	40.0 %	16.7%	0.0%	10.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	2	6	4	3	1	0	1	1	4	1	1	2	4	1	0	1	8
	النسبة	2.1%	5.8%	2.7%	6.8%	10.0	0.0%	25.0	4.0%	3.4%	3.3%	4.8%	7.7%	2.6%	20.0	0.0%	25.0	4%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%10 0	%10 0	%10 0	%10 0	%10 0	%100	%10 0	%10 0	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	100%

- بعدما تجاوزت نسبة انجاز سكناتهم 70 بالمئة فتح موقع الوكالة لمكتتبي "عدل2" بالعاصمة إذا الجمعة، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، 9390.

شكل رقم 43 يوضح اهتمامات القراء نحو قضية عجز المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية وفق متغير المستوى التعليمي



من خلال الجدول أعلاه نستنتج فيما يخص متغير الجنس نجد ما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32 %، ثم غير مهتم بنسبة 10.3 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.7%، وأخيرا حياد بنسبة 9.3%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.1%، ثم حياد وغير مهتم بنسبة 10.5% ، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 44.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.5%، ثم حياد بنسبة 12.3%، ثم غير مهتم بنسبة 11% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.7%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.8 %، ثم غير مهتم بنسبة 9.1%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8% وأخيرا حياد بنسبة 2.3 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60 %، تليها مهتم وحياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10% لكل واحد منهم.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 100%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 %، تليها غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25% لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 32%، تليها مهتم بنسبة 28%، ثم حياد بنسبة 20 %، ثم غير مهتم بنسبة 16% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 49.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32.5%، ثم غير مهتم بنسبة 9.4%، ثم حياد بنسبة 5.1 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها حياد بنسبة 26.7 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 23.3%، ثم غير مهتم بنسبة 6.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 52.4% ، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.8%، ثم غير مهتم بنسبة 14.3%، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4.8%.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد فيما يصخ بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 19.2 %، ثم حياد بنسبة 15.4%، وأخير كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7% أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.8 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3% ثم غير مهتم بنسبة 9.8%، ثم حياد بنسبة 8.5 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.6%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20% لكل واحد منهم، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.7%، تليها مهتم بنسبة 25%، وأخيرا حياد وغير مهتم بنسبة 16.7%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

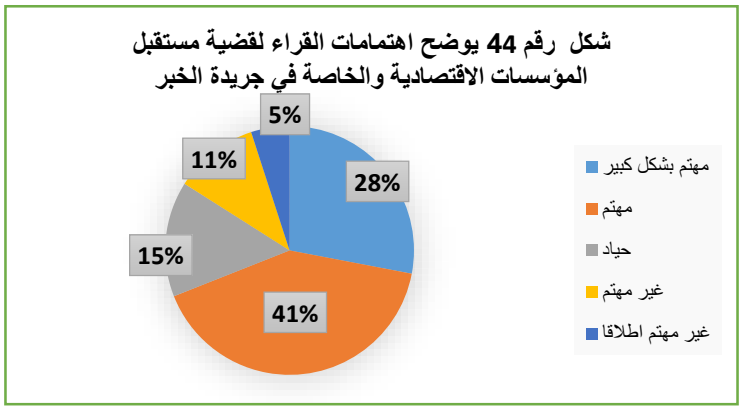
يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين لديهم اهتمام نحو القضية عجز المالية وننجذب الخزينة[1] كانت عالية وهذا راجع إلى اهتمام المبحوثين بالوضع الاقتصادي من جهة ورفع الضرائب على التعب الجزائري من جهة أخرى ،فقد دخلت الجزائر في هذه الفترة في حالة عجز من خلال عدم توازن الإنفاق العمومي لها مع الإيرادات العامة ،وهذا بعد اكتشاف جرائم السرقة والذهب أموال الدولة من قبل رموز الفساد لنظام السابق ،فأصبحت الدولة تحاول إيجاد سريعة وذات فعالية كبيرة لسد هذا العجز وقد حظيت هذه القضية بنقاش عميق من قبل الخبراء والمختصين في مختلف أنواع وسائل الإعلام وخاصة الوسائل السمعية والبصرية ،كما أن الصحافة المكتوبة لم تغفل عن هذه القضية وطرحتها بالعديد من الأساليب.

[1] نماذج:

- **الجزائريون سيدفعون 1200 مليار ابتداء من جانفي**، الخبر اليومي، 23 نوفمبر 2019، العدد 9397.
- **خلل في الخزينة العمومية يحرم عمال الوظيفة العمومية من راتب جانفي**، الخبر اليومي، 19 جانفي 2020، العدد 9445.

الجدول رقم 42 يبين اهتمامات المبحوثين نحو معالجة قضية مستقبل المؤسسات الاقتصادية والخاصة في جريدة الخبر

مستقبل المؤسسات اقتصادية العمومية والخاصة		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	23	33	39	12	5	1	2	5	35	9	4	4	46	2	3	1
	النسبة	23.7%	32.0%	26.7%	27.3%	50.0%	33.3%	50.0%	20.0%	29.9%	30.0%	19.0%	15.4%	30.1%	40.0%	25.0%	25.0%
مهتم	التكرار	48	34	62	18	2	2	1	10	51	8	10	11	65	1	4	1
	النسبة	49.5%	33.0%	42.5%	40.9%	20.0%	66.7%	25.0%	40.0%	43.6%	26.7%	47.6%	42.3%	42.5%	20.0%	33.3%	25.0%
حياد	التكرار	14	16	23	6	1	0	0	3	15	9	3	7	18	0	4	1
	النسبة	14.4%	15.5%	15.8%	13.6%	10.0%	0.0%	0.0%	12.0%	12.8%	30.0%	14.3%	26.9%	11.8%	0.0%	33.3%	25.0%
غير مهتم	التكرار	11	11	16	5	1	0	0	5	11	2	4	2	18	1	1	0
	النسبة	11.3%	10.7%	11.0%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	20.0%	9.4%	6.7%	19.0%	7.7%	11.8%	20.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	1	9	6	3	1	0	1	2	5	2	0	2	6	1	0	1
	النسبة	1.0%	8.7	4.1%	6.8%	10.0%	0.0%	25.0%	8.0%	4.3%	6.7%	0.0%	7.7%	3.9%	20.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100



فيما يخص متغير الجنس نجد أن الإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 49.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.7%، ثم حياد بنسبة 14.4%، ثم غير مهتم بنسبة 11.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 33%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32%، ثم حياد بنسبة 15.5%، ثم غير مهتم بنسبة 10.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.7%.

أما ما تعلق بمتغير السن نجد المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 42.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.7%، ثم حياد بنسبة 15.8%، ثم غير مهتم بنسبة 11%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.1%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40.9%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 27.3%، ثم حياد بنسبة 13.6%، ثم غير مهتم بنسبة 11.4%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها مهتم بنسبة 20%، ثم حياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10% لكل واحد منهم.

أما المستوى التعليمي فنجد أن المستوى الابتدائي قد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25% لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 20%، ثم حياد بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.6 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة29.9% ثم حياد بنسبة 12.8%، ثم غير مهتم بنسبة 9.4%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.3%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 30%، تليها مهتم بنسبة 26.7%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 47.6% تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 19 % وأخيرا حياد بنسبة 14.3%.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.3%، تليها حياد بنسبة 26.9% ، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 15.4%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.1%، ثم كل من حياد وغير مهتم بنسبة 11.8%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.9%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم وحياد بنسبة 33.3%، تليهما مهتم بشكل كبير بنسبة 25%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم بنسبة 25%.

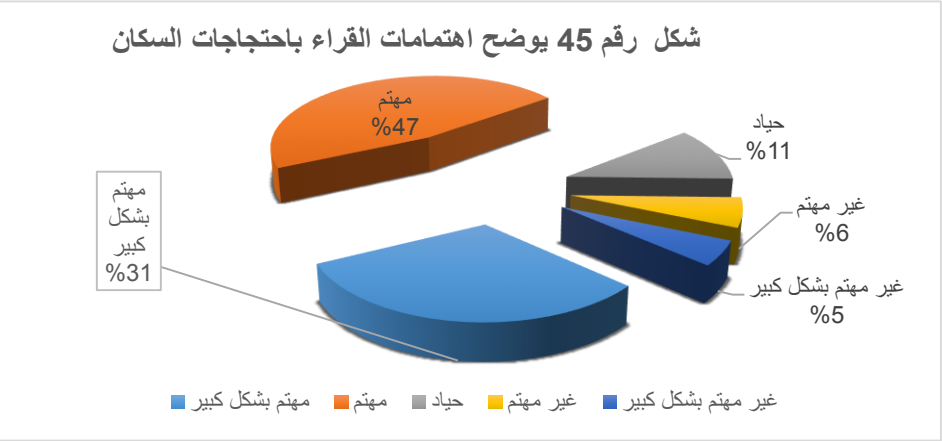
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين لديهم اهتمام حول قضية مستقبل المؤسسات[1]ت خصوصا بعد تخوف الكثير من الخبراء الاقتصاديين في الجزائر من تأثر الاقتصاد المحلي بسبب الأزمة السياسية التي مرت بها البلاد وضبابية المشهد السياسي وانعكاسه على الجهة الاجتماعية دون أن تتضح في ذلك الوقت تفاصيل المرحلة القادمة وموعد انتهاء الأزمة مما ينذر بحصول أزمة اقتصادية، كما ربط الخبراء أن مستقبل الاقتصاد الجزائري مرهون بحل المشاكل السياسية في أقرب الآجال ،وهذا ما جعل المبحوثين مهتمون بشكل كبير لهذه القضية وقد أعطت صحيفة الدراسة لهذه القضية قدرها وهذا ما لاحظناه من خلال تحليلنا.

[1] نماذج:

- **بين الضغوط لتمويل مؤسسات عمومية مفلسة ومستحقات غيرمضمونة الدفع "البنوك في ورطة"**، الخبر اليومي، 4فيفيري 2020، العدد 9459.
- **سوق السيارات يصاب بشلل**، الخبر اليومي ، 11 أكتوبر 2019، العدد 9362.
- **المؤسسات الاقتصادية الوطنية تدق ناقوس الخطر**، الخبر اليومي، 02 جانفي 2020، العدد 9431.

الجدول رقم 43 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية احتجاجات سكان المناطق الريفية واستغنائهم للماء والكهرباء في جريدة الخبر

احتياجات سكان المناطق الريفية واستغنائهم للماء والكهرباء		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة					
		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	24	39	44	13	6	2	1	11	39	6	4	7	49	1	5	1
	النسبة	24.7%	37.9%	30.1%	29.5%	60.0%	66.7%	25.0%	44.0%	33.3%	20.0%	19.0%	26.9%	32.0%	20.0%	41.7%	25.0%
مهتم	التكرار	53	40	66	25	2	1	2	10	55	12	13	13	74	2	3	1
	النسبة	54.6%	38.8%	45.2%	56.8%	20.0%	33.3%	50.0%	40.0%	47.0%	40.0%	61.9%	50.0%	48.4%	40.0%	25.0%	25.0%
حياد	التكرار	12	10	19	2	1	0	0	1	12	8	1	4	14	1	2	1
	النسبة	12.4%	9.7%	13.0%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	4.0%	10.3%	26.7%	4.8%	15.4%	9.2%	20.0%	16.7%	25.0%
غير مهتم	التكرار	5	7	12	0	0	0	1	1	5	2	3	0	10	1	1	0
	النسبة	5.2%	6.8%	8.2%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	4.0%	4.3%	6.7%	14.3%	0.0%	6.5%	20.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	3	7	5	4	1	0	0	2	6	2	0	2	6	0	1	1
	النسبة	3.1%	6.8%	3.4%	9.1%	10.0%	0.0%	0.0%	8.0%	5.1%	6.7%	0.0%	7.7%	3.9%	0.0%	8.3%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100



فيما يخص متغير الجنس نجد ما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 54.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 24.7%، ثم حياد بنسبة 12.4% ثم غير مهتم بنسبة 5.2%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.8 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.9%، ثم حياد بنسبة 9.7%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%.

أما متغير السن نجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 45.2% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.1 %، ثم حياد بنسبة 13 %، ثم غير مهتم بنسبة 8.2 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4 %.

أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 56.8%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.5%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.1%، وأخيرا حياد بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60 % تليها مهتم بنسبة 20%، وأخيرا حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7%، تليها مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 44%، تليها مهتم بنسبة 40 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 8%، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 47%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3 % ثم حياد بنسبة 10.3 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.7 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.3%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40 %، تليها حياد بنسبة 26.7%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 20%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 61.9%، تليها مهتم بنسبة 61.9 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 19 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 14.3%، وأخيرا حياد بنسبة 4.8%.

أما ما يخص متغير المهنة نجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 %، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.9 %، وأخيرا حياد بنسبة 15.4%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 48.4% ، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32%، ثم حياد بنسبة 9.2%، ثم غير مهتم بنسبة 6.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.9%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم بنسبة 20% لكل واحد منهم، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.7% تليها مهتم بنسبة 25%، ثم حياد بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين المهتمين باحتياجات سكان المناطق الريفية[1] كانت عالية وهذا يدل على أن معظم المبحوثين يرون من واجب السلطات دعم أي مواطن جزائري حقوقه اللازمة للعيش من مسكن وماء وكهرباء، وهذا حقه الشرعي كمواطن جزائري في أي مكان داخل بقاع البلاد ويرى المبحوثين، أن من العيب أن تعيش في عصر التكنولوجيا والتطور والازدهار، ونجد بعض المواطنين يعانون من هذه المشاكل رغم الخيرات المعروفة بها الجزائر فهذه الفئة من المجتمع الجزائري تلجأ إلى الجمعيات الخيرية لإيصال صورتها للسلطات المعنية من خلال مختلف وسائل الإعلام وخاصة السمعية البصرية كذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة ذات تأثير كبير داخل المجتمع الجزائري من خلال طرحها للقضايا التي هي حديث الساعة ومناقشتها بكل حرية وبتالي يستطيع المستخدم تشكيل اتجاه نحو هذه القضية.

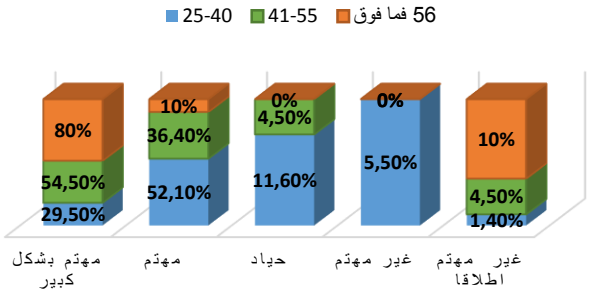
الجدول رقم 44 يبين اهتمامات القراء نحو قضية اختطاف الأطفال في جريدة الخبر

ظاهرة اختطاف الأطفال		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	من 56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	36	39	43	24	8	3	3	13	44	8	4	8	58	2	5	2
	النسبة	37.1%	37.9%	29.5%	54.5%	80.0%	100.0%	75.0%	52.0%	37.6%	26.7%	19.0%	30.8%	37.9%	40.0%	41.7%	50.0%
مهتم	التكرار	45	48	76	16	1	0	0	10	57	15	11	13	74	2	3	1
	النسبة	46.4%	46.6%	52.1%	36.4%	10.0%	0.0%	0.0%	40.0%	48.7%	50.0%	52.4%	50.0%	48.4%	40.0%	25.0%	25.0%
حياد	التكرار	10	9	17	2	0	0	1	1	9	4	4	3	12	1	3	0
	النسبة	10.3%	8.7%	11.6%	4.5%	0.0%	0.0%	25.0%	4.0%	7.7%	13.3%	19.0%	11.5%	7.8%	20.0%	25.0%	0.0%
غير مهتم	التكرار	6	2	8	0	0	0	0	0	3	3	2	1	6	0	1	0
	النسبة	6.2%	1.9%	5.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	10.0%	9.5%	3.8%	3.9%	0.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	0	5	2	2	1	0	0	1	4	0	0	1	3	0	0	1
	النسبة	0.0%	4.9%	1.4%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	4.0%	3.4%	0.0%	0.0%	3.8%	2.0%	0.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] نماذج:

- **سكان حي 80 مسكن بتيلزة في القل يشكون خطر المياه القذرة**، الخبر اليومي، 19 جانفي 2020، العدد 9445.
- **قانطو حي "سيدي لعمر" يواصلون الاحتجاج** ، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، العدد 9390.

شكل رقم 46 يوضح اهتمامات القراء بقضية اختطاف الاطفال



فيما يخص متغير الجنس نجد فيما يخص الإناث فقد تصـــدرته إجابة مهتم بنسبة 46.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.1%، ثم حياد بنسبة 10.3%، ثم غير مهتم بنســـبة 6.2%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.9 %، ثم حياد بنسبة 8.7%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.9%، وأخيرا غير متهم بنسبة 1.9%.

فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 52.1%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.5%، ثم حياد بنسبة 11.6%، ثم غير مهتم بنسبة 5.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 1.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 54.5%، تليها مهتم بنسبة 36.4%، ثم كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 89%، تليها مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 100%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 75%، تليها حياد بنسبة 25 %، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 52%، تليها مهتم بنسبة 40%، ثم حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 48.7% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.6%، ثم حياد بنسبة 7.7%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 2.6%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.7%، ثم حياد بنسبة 13.3%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 10%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة بنسبة 52.4%، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 19%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 9.5%.

أما متغير المهنة فنجد ما يلي:

فيما يخص بطال(ة) فقد تصـدرته إجابة مهتم بنسـبة 50%، تليها مهتم بشـكل كبير بنسـبة 30.8%، ثم حياد بنســبة 11.5%، وأخيرا كل من غير متهم وغير مهتم إطلاقا بنســبة 3.8 %، أما موظف(ة) فقد تصــدرته إجابة مهتم بنسبة 48.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 37.9%، ثم حياد بنسبة 7.8%، ثم غير مهتم بنسبة

3.9%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة متهم بشكل كبير ومهتم بنسبة 40%، تليها حياد بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.7%، تليها مهتم وحياد بنسبة 25%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها مهتم وغير متهم إطلاقا بنسبة 25%.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين لديهم اهتمام واسع لقضية اختطاف الأطفال في الجزائر حيث يرى المبحوثين أن هذه الظاهرة من الجرائم الدخيلة على المجتمع الجزائري، وتؤرقه وتهدد كيانه مما أدى إلى انتشار موجة من الخوف وتفشي ظاهرة حضور الأولياء من حدوث سوء لأبنائهم، وفي سبيل الحد من هذه الجريمة التي انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة والتصدي لها، أصدر الوزير الأول تعليمة تتضمن إنذار وطني تم الإبلاغ فيها عن حالة اختطاف أو فقدان أطفال في إحدى ولايات الوطن.

ولكن رغم الجهود المبذولة للحد منها، تبقى جهود تفتقر للجدية في الممارسة الواقعية وبذلك تكون غير فعلية، لاسيما فيما يخص تنفيذ عقوبة الإعدام التي اقرها المشرع الجزائري في قانون العقوبات كعقوبة مشددة لارتكاب جريمة اختطاف الأطفال"[1]، كذلك عملت صحيفة الخبر على طرح هذه القضايا بهدف توعية الأولياء وتحذيرهم من هذه الظاهرة التي أصبحت حديث الساعة.

وقد توصلت دراسة نقاز سيد أحمد: إلى إن هناك ارتفاع لضحايا الإجرام داخل المجتمع على جميع المستويات ومنها الاعتداء على القصر في أعراضهم من خلال الاغتصاب وممارسة الدعارة بعد اختطافهم حيث يثير الأفلام السينمائية في الأحداث المراهقين الدوافع الجنسية التي لا تستطيع أن تجد تنفسا لها ضمن النظام الاجتماعي القائم"[2]، وعليه فإن هذه الظاهرة تفاقمت بشكل كبير في المجتمع الجزائري وأصبحت موضوع مريب بنسبة للأولياء، كما ساهمت الصحافة في "عملية توعية المواطنين عن طريق وضع حقائق الأمور أمامهم لتساعدهم على تكوين أرائهم"[3] تجاه هذه القضية وأخذ الحيطة والحذر

[1] اقلولي اولد رابح صافية: **جريمة اختطاف الأطفال وآلية مكافحتها في التشريع الجزائري**، المجلة النقدية، دس، ص43.

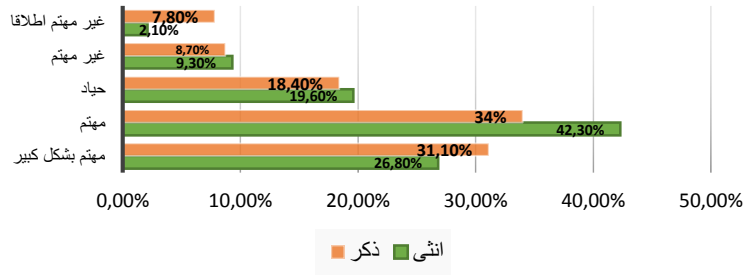
[2] قاز سيد أحمد: **الجريمة من خلال الصحافة المكتوبة داخل المجتمع الجزائري –يومية الخبر كنموذج للتحليل عن طريق ست أعداد متتالية**، جامعة بليدة، دس، ص120.

[3] رفيق سكري: **دراسة في الراي العام والاعلام والدعاية**، مكتبة مؤمن قريش، لبنان، 1991، ص7.

الجدول رقم 45 يبين اهتمامات المبحوثين نحو قضية ظاهرة الهجرة غير الشرعية في جريدة الخبر

ظاهرة الهجرة غير الشرعية		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		أنثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	26	32	36	15	7	1	3	7	35	8	4	8	42	1	5	2
	النسبة	26.8%	31.1%	24.7%	34.1%	70.0%	33.3%	75.0%	28.0%	29.9%	26.7%	19.0%	30.8%	27.5%	20.0%	41.7%	50.0%
مهتم	التكرار	41	35	59	16	1	2	0	8	53	7	6	12	58	2	4	0
	النسبة	42.3%	34.0%	40.4%	36.4%	10.0%	66.7%	0.0%	32.0%	45.3%	23.3%	28.6%	46.2%	37.9%	40.0%	33.3%	0.0%
حياد	التكرار	19	19	32	5	1	0	0	5	19	7	7	4	31	0	2	1
	النسبة	19.6%	18.4%	21.9%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	20.0%	16.2%	23.3%	33.3%	15.4%	20.3%	0.0%	16.7%	25.0%
غير مهتم	التكرار	9	9	13	5	0	0	0	4	5	6	3	1	15	1	1	0
	النسبة	9.3%	8.7%	8.9%	11.4%	0.0%	0.0%	0.0%	16.0%	4.3%	20.0%	14.3%	3.8%	9.8%	20.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	2	8	6	3	1	0	1	1	5	2	1	1	7	1	0	1
	النسبة	2.1%	7.8%	4.1%	6.8%	10.0%	0.0%	25.0%	4.0%	4.3%	6.7%	4.8%	3.8%	4.6%	20.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 47 يوضح اهتمامات القراء بموضوع الهجرة غير الشرعية



أظهرت النتائج الموضحة أعلاه فيما تعلق بمتغير الجنس ان نسبة الإناث المهتمات بموضوع الهجرة غير الشرعية 42.3%، تليها المهتمات بشكل كبير بنسبة 26.8%، ثم المحايدات بنسبة 19 % ثم غير مهتم بنسبة 9.3%، وأخيرا غير المهتمات إطلاقا بنسبة 2.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 34%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.1%، ثم حياد بنسبة 18.4%، ثم غير مهتم بنسبة 8.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.8%.

فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 40.4%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 34.1%، ثم حياد وغير مهتم بنسبة 11.4%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8% أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 70%، تليها مهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 75%، تليها غير مهتم إطلاقا بنسبة

25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 32% تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28%، ثم حياد بنسبة 20%، ثم غير مهتم بنسبة 16%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 45.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 29.9% ثم حياد بنسبة 16.2%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4.3 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 29.7%، تليها مهتم وحياد بنسبة 23.3%، ثم غير مهتم بنسبة 20%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 33.3%، تليها مهتم بنسبة 28.6%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 19%، ثم غير مهتم بنسبة 14.3% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.3%.

فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 46.2%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.8%، ثم حياد بنسبة 15.4%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 37.9%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 27.5 %، ثم حياد بنسبة 20.3%، ثم غير مهتم بنسبة 9.8% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.6%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.7%، تليها مهتم بنسبة 33.3 %، ثم حياد بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.3 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين لديهم اهتمام واسع حول ظاهرة الهجرة[1] خاصة في السنوات الأخيرة من قبل الشباب الجزائري حيث لأنه لاحظنا أن الهجرة لم تعد محصورة حول فئة الشباب الذكور فقط بل تعدت إلى الإناث والعائلات بأطفال صغار فنجد أن عائلة متكونة من أب وأم و أولاد اختاروا الهجرة الغير شرعية بحثا عن حياة أفضل خارج الوطن "فعلى الرغم من أن ظاهرة الهجرة غير الشرعية ظاهرة قديمة إلا أنها في عصرنا هذا ومع الزيادة المفرطة لعدد السكان وتردي الظروف الاقتصادية وثورة الاتصالات التي ساهمت في تسهيل حركة انتقال الأفراد بين الدول ،فقد أصبحت الهجرة انتهاكا للقوانين على العكس ما كانت عليه في العصور القديمة " وقد تباينت آراء المبحوثين من مؤيد إلى معارض لهذه الظاهرة يرى أن شباب الجزائر من الأفضل

[1] نماذج:

- **إنحار 36 حراق من سكيكدة، الخبر اليومي**، 29 أكتوبر 2019، العدد 9376.
- **أطفال ومراهقون فرائس المافيا "الحرقة"**، الخبر اليومي، 5 أكتوبر 2019، العدد 9355.
- **توقيف حراق قاصر بميناء ارزيو**، الخبر اليومي، 19 جانفي 2020، العدد 9445.

له خدمة وطنه وبلده واثبات شخصية فيها أما المؤيد يرى أن الشباب الجزائري مظلوم في بلده ومضطهد في أبسط حقوقه مثل السكن والعمل وأحسن حل لمشاكله هي الهجرة غير الشرعية .

كما أدت بروز ظاهرتي البطالة والفقر والهجرة غير الشرعية إلى حالة من الاحتقان الشعبي والتي أشعل فتيلها غياب الحكومة الرشيدة والديمقراطية وأدت إلى نقمة الشباب على الأنظمة الحاكمة التي لا يعنيها سوى السلطة، فالأوضاع الداخلية السائدة كانت شرارة التي أشعلت الحركات الاحتجاجية[1]، وهذا ما لاحظناه في دراستنا فمع زيادة تأزم الوضع داخل الجزائر في تلك الفترة زادت عمليات السفر الغير شرعي بالقوارب المميتة والتي مست جميع فئات المجتمع.

كما لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا فعالا في تنامي هذه الظاهرة خاصة عند فئة الشباب الذي أصبح حالم بالهجرة، يمارس صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية وبالأخص فيسبوك، من خلال تدوينته التي تحمل طابع إعلامي ذو مضمون متنوع، من نقل أخبار المهاجرين غير الشرعيين وتغطية لواقعهم اليومي إلى توثيق لرحلاتهم السرية ونشر لإعلانات الهجرة غير الشرعية[2]، ومن هنا يتبين لنا مدى تأثير هذه الشبكات على الشباب وغرسها لمختلف الأفكار والآراء والمبادئ في أذهان الشباب الذي لا يمد بصلة لأساسيات هويته.

الجدول رقم 46 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع القتل والنهب في جريدة الخبر

مواضيع القتل والنهب		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليس انس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	31	31	39	16	7	1	3	7	39	10	2	9	47	1	3	2
	النسبة	32.0%	30.1%	26.7%	36.4%	70.0%	33.3%	75.0%	28.0%	33.3%	33.3%	9.5%	34.6%	30.7%	20.0%	25.0%	50.0%
مهتم	التكرار	39	35	57	16	1	1	0	14	43	7	9	10	56	2	6	0
	النسبة	40.2%	34.0%	39.0%	36.4%	10.0%	33.3%	0.0%	56.0%	36.8%	23.3%	42.9%	38.5%	36.6%	40.0%	50.0%	0.0%
حياد	التكرار	14	18	30	2	0	0	1	3	15	7	6	5	22	2	3	0
	النسبة	14.4%	17.5%	20.5%	4.5%	0.0%	0.0%	25.0%	12.0%	12.8%	23.3%	28.6%	19.2%	14.4%	40.0%	25.0%	0.0%
غير مهتم	التكرار	11	10	15	5	1	1	0	0	11	6	3	1	19	0	0	1
	النسبة	11.3%	9.7%	10.3%	11.4%	10.0%	33.3%	0.0%	0.0%	9.4%	20.0%	14.3%	3.8%	12.4%	0.0%	0.0%	25.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	2	9	5	5	1	0	0	1	9	0	1	1	9	0	0	1
	النسبة	2.1%	8.7%	3.4%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	4.0%	7.7%	0.0%	4.8%	3.8%	5.9%	0.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] عائشة دويدي: **مرجع سبق ذكره**، ص07.

[2] مبارك زودة، **دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تنامي ظاهرة الهجرة غير الشرعية لدى الشباب الجزائري**، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 10، عدد 4، 2018، ص959

شكل رقم 48 يوضح اهتمامات القراء نحو موضوع القتل والذهب

فيما يخص متغير الجنس نجد ما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40.2%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32%، ثم حياد بنسبة 14.4%، ثم غير مهتم بنسبة 11.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 34%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.1%، ثم حياد بنسبة 17.5%، ثم غير مهتم بنسبة 9.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8.7%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 39%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.7%، ثم حياد بنسبة 20.5%، ثم غير مهتم بنسبة 10.3% ، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 36.4%، تليهما غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 11.4%، وأخيرا حياد بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 70 %، تليها مهتم وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص المستوى الابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 33.3%، أما المستوى المتوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 75%، تليها حياد بنسبة 25%، أما المستوى الثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 56%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 28%، ثم حياد بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36.8%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3% ثم حياد بنسبة 12.8%، ثم غير مهتم بنسبة 7.7%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3%، تليها مهتم نسبة 23.3%، ثم حياد نسبة 20%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 20%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.9%، تليها حياد بنسبة 28.6%، ثم غير مهتم بنسبة 14.3%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 9.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.8%.

أما ما يخص متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 34.6%، ثم حياد بنسبة 19.2%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 36.6%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.7%، ثم حياد بنسبة 14.4%، ثم غير مهتم بنسبة 12.4%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.9%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم وحياد بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 20%، أما طالب (ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

نلاحظ من خلال أعلاه أن نسبة كبيرة من المبحوثين لديها اهتمام حول قضية القتل والنهب[1] التي أصبحت شائعة في مجتمعنا الجزائري لأتفه الأسباب ،فقد عانت الجزائر من هذه الجرائم في ظل السنوات الماضية وهي ليست وليدة الأمس والتي لا تزال أثارها تسكن نفوس الجزائريين وللحد من هذه الظاهرة من وجهة النظر يتوجب على جميع الجهات التأهب والوقوف جنبا لجنب ضدها فعلى الإعلام توعية الناس وتحسيسهم بخطر هذه الظاهرة من خلال الحملات التوعية ،وزيادة الأمة في الشوارع وتزويده بكاميرات المراقبة بالإضافة إلى عقاب المجرمون لأقصى العقوبات لجعله عبرة لمن يفكر في انتهاك هذه الأفعال .

وقد توصلت دراسة نقاز سيد أحمد إلى ارتفاع نسبة جريمة القتل في المجتمع الجزائري وبرزوا ضحايا نتاج تعرض الأفراد للاعتداءات المتكررة وأيضا انتشار السب والشتم والضرب وهذا ناتج عن شعور الفرد بضرورة إخراج طاقة داخلية كامنة من المفروض إخراجها وغدا تعذر على الفرد إخراجها في عمل منتج سعى لإخراجها في سلوك عنيف يعبر عن حالة إجرامية"[2].

[1] نماذج:

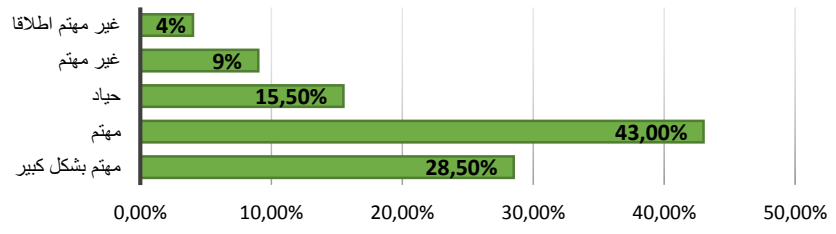
- **وفاة شاب تلقى عدة طعنات خنجر**، الخبر اليومي، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.
- **القبض على طاعن زوجته الحامل وقتل جنينها**، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.
- **قتيل في حادث انحراف وانقلاب سيارة**، الخبر اليومي، 4 فيفري ، العدد 9459.

[2] نقاز سيد أحمد: **مرجع سبق ذكره**، ص 117.

الجدول رقم 47 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع احتجاجات العمال في جريدة الخبر

احتجاجات العمال		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة					
		انثى	ذكر	40-25	55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	26	31	37	14	6	1	2	8	38	6	2	6	46	1	2	2
	النسبة	26.8	30.1	25.3	31.8	60.0	33.3	50.0	32.0	32.5	20.0	9.5%	23.1	30.1	20.0	16.7	50.0
مهتم	التكرار	41	45	64	20	2	1	0	12	50	12	11	13	66	1	6	0
	النسبة	42.3	43.7	43.8	45.5	20.0	33.3	0.0%	48.0	42.7	40.0	52.4	50.0	43.1	20.0	50.0	0.0%
حياد	التكرار	18	13	26	4	1	0	1	3	16	5	6	2	23	2	3	1
	النسبة	18.6	12.6	17.8	9.1%	10.0	0.0%	25.0	12.0	13.7	16.7	28.6	7.7%	15.0	40.0	25.0	25.0
غير مهتم	التكرار	11	7	15	3	0	1	0	1	9	5	2	3	14	0	1	0
	النسبة	11.3	6.8	10.3	6.8%	0.0%	33.3	0.0%	4.0%	7.7%	16.7	9.5%	11.5	9.2%	0.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	1	7	4	3	1	0	1	1	4	2	0	2	4	1	0	1
	النسبة	1.0%	6.8	2.7%	6.8%	10.0	0.0%	25.0	4.0%	3.4%	6.7%	0.0%	7.7%	2.6%	20.0	0.0%	25.0
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

شكل رقم 49 يوضح اهتمامات القراء نحو قضية احتجاجات العمال



فيما يخص متغير الجنس نجد ما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 26.8% ثم حياد بنسبة 18.6 %، ثم غير مهتم بنسبة 11.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.1%، ثم حياد بنسبة 12.6%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 43.8%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25.3%، ثم حياد بنسبة 17.8%، ثم غير مهتم بنسبة 10.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.7%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 45.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 31.8%، ثم حياد بنسبة 9.1%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60%، تليها مهتم بنسبة 20%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها حياد

وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 48%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32%، ثم حياد بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.7%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 32.5% ثم حياد بنسبة 13.7%، ثم غير مهتم بنسبة 7.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.4 %، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 20%، ثم كل من حياد وغير مهتم بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 52.4%، تليها حياد بنسبة 28.6%، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 9.5%.

أما ما تعلق بمتغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 23.1%، ثم غير مهتم بنسبة 11.5%، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7% أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 43.1%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 30.1% ثم حياد بنسبة 15%، ثم غير مهتم بنسبة 9.2% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.6%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 40%، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20% أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها حياد بنسبة 25%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 16.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 8.3%، أما متقاعد فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

نرى من خلال الجدول أعلاه أن قضية احتياجات العمال[1] قد نالت قدر عالي من اهتمام المبحوثين وهذا بسبب أن معظم المبحوثين موظفون فقد كانت احتياجات العمال من إحدى مطالب الحراك الشعبي وتمثله أبرزها بتوحيد الأجور وكانت التظاهرات في مقر المركزية النقابية كما تمثلت أبرز شعاراتها تنحي ورحيل الأمين العام للاتحاد العام للعاملين "عبد المجيد سيحي السعيد" كما ساهمت أصوات العمال في الحراك الشعبي بجميع مطالبه ومحاسبة كل ظالم في النظام السابق.

[1] نماذج :

- **العمال أمهلوا الإدارة 15 يوما قبل شن الإضراب العام "مركب عتاد الفلاحي بسيدي بلعباس على الصفيح الساخن"**: الخبر اليومي، 19 جانفي 2020، العدد 9445.
- **إضراب ألاف العمال دعما للحراك الشعبي**، الخبر اليومي، 29 أكتوبر 2019، العدد 9376.
- **فيما يتواصل إضراب عمال مؤسسة ميناء ارزيو مخاوف من بقاء ناقلة غاز في الميناء الصناعي**، الخبر اليومي، 6نوفمبر 2019، العدد 9383.
- **مفتشو العمل يلتقون بوزير العمل حول أرضية مطالب متراكمة**، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، العدد 9390.

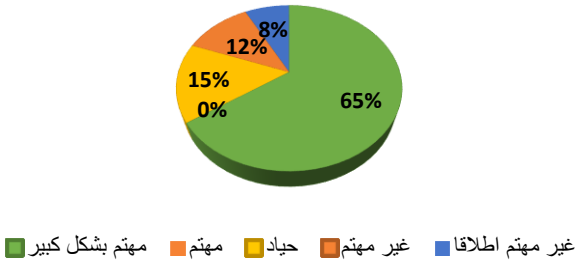
ونلاحظ من خلال نتائج المتوصل إليها أن الحراك الشعبي قد شمل كل فئات المجتمع الجزائري من شباب وكهول وشيوخ من نساء وأطفال من عاملين وطلبه ومتقاعدين جميعهم خرجوا بصوت واحد، وأكثر فئة التي رسمت نقطة البداية لهذا الحراك هو الشباب، ويراه عتريسي على أنه هو "الذي بادر إلى الاحتجاج جيل متعلم ومثقف يتقن أكثر من لغة ويعرف التواصل مع العالم جيل الحداثة و وتكنولوجيا، جيل الذي لم يعش الثورة التحريرية....لكنه نجح في استخدام تقنية التواصل الالكتروني بنقل التجارب والخبرات الغربية والدولية في التظاهر والاحتجاج"[1].

الجدول رقم 48 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع مناصب العمل الجديدة لعام 2020

فتح مناصب عمل جديدة لعام 2020		الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة					
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	43	42	59	19	7	0	1	12	54	11	7	12	61	2	8	2
	النسبة	44.3%	40.8%	40.4%	43.2%	70.0%	0.0%	25.0%	48.0%	46.2%	36.7%	33.3%	46.2%	39.9%	40.0%	66.7%	50.0%
مهتم	التكرار	39	31	52	17	1	2	2	9	40	8	9	8	58	1	3	0
	النسبة	40.2%	30.1%	35.6%	38.6%	10.0%	66.7%	50.0%	36.0%	34.2%	26.7%	42.9%	30.8%	37.9%	20.0%	25.0%	0.0%
حياد	التكرار	8	12	17	2	1	0	0	2	8	6	4	2	16	0	1	1
	النسبة	8.2%	11.7%	11.6%	4.5%	10.0%	0.0%	0.0%	8.0%	6.8%	20.0%	19.0%	7.7%	10.5%	0.0%	8.3%	25.0%
غير مهتم	التكرار	5	10	12	3	0	1	0	1	9	4	0	2	12	1	0	0
	النسبة	5.2%	9.7%	8.2%	6.8%	0.0%	33.3%	0.0%	4.0%	7.7%	13.3%	0.0%	7.7%	7.8%	20.0%	0.0%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	2	8	6	3	1	0	1	1	6	1	1	2	6	1	0	1
	النسبة	2.1%	7.8%	4.1%	6.8%	10.0%	0.0%	25.0%	4.0%	5.1%	3.3%	4.8%	7.7%	3.9%	20.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

يتضح لنا من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد فيما يتعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 44.3%، تليها مهتم بنسبة 40.2%، ثم حياد بنسبة 8.2%، ثم غير مهتم بنسبة 5.2%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 2.1%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير

شكل رقم 50يوضح اهتمامات القراء نحو موضوع فتح مناصب عمل جديدة في 2020



[1] عائشة دويدي: **مرجع سبق ذكره**، ص 840

بنسبة 40.8%، تليها مهتم بنسبة 30.1%، ثم حياد بنسبة 11.7%، ثم غير مهتم بنسبة 7.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 7.8%.

أما ما تعلق بمتغير السن نجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40.4%، تليها مهتم بنسبة 35.6%، ثم حياد بنسبة 11.6 %، ثم غير مهتم بنسبة 8.2%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.1%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 43.2%، تليها مهتم بنسبة 35.6%، كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 6.8%، وأخيرا حياد بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 70%، تليها مهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما ما تعلق بمتغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7%، تليها غير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 48%، تليها مهتم بنسبة 36%، ثم حياد بنسبة 8 %، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 4%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 46.2%، تليها مهتم بنسبة 34.2% ثم غير مهتم بنسبة 7.7%، ثم حياد بنسبة 6.8%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 5.1%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 36.7%، تليها مهتم بنسبة 26.7%، ثم حياد بنسبة 20%، ثم غير مهتم بنسبة 13.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.3%، أما دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.9%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 33.3%، ثم حياد بنسبة 19% وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.8%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يتعلق ببطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 46.2%، تليها مهتم بنسبة 30.8%، ثم حياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، أما موظف(ة) فقد تصدرته مهتم بشكل كبير بنسبة 39.9%، تليها مهتم بنسبة 37.9%، ثم حياد بنسبة 10.5%، ثم غير مهتم بنسبة 7.8%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 3.9%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7%، تليها مهتم بنسبة 25%، وأخيرا حياد بنسبة 8.3%، أما متقاعد فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها حياد وغير مهتم بشكل كبير بنسبة 25%.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن لدى المبحوثين اهتمام كبير بشكل كبير حول موضوع فتح مناصب عمل جديدة في عام 2020[1] حيث تناولت مختلف وسائل الإعلام لخبر تصريح المدير العام للإدماج والتشغيل بوزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي "محمد شرف الدين بوضياف" أنه سيتم فتح 33 ألف منصب عمل خلال سنة 2020 وتكون الأولوية للمستفيدين من جهاز المساعدة على الإدماج وذوي الأقدمية، وقد أنسى هذا الخبر للفت انتباه المبحوثين وتأييده بدرجة كبيرة من أملين في تحقيقه ولا يبقى حبر على ورق فقط.

وتعد الجزائر من أكبر البلدان التي تعاني من البطالة وهذا راجع حسب رأي الخبراء إلى التباين في التوزيع الجغرافي للسكان مما يؤدي إلى تزايد نسبة البطالة في مناطق التي تحتوي على تجمعات سكانية ، كذلك وجود كفاءات معينة ذات خبرات معينة ومهارات مطلوبة ،واللجوء إلى سياسة العقد في العمل مما يؤدي إلى عدم توفر عمل بشكل دائم ،أما أسباب البطالة من وجهة النظر المبحوثين هي المحسوبة حيث أن مدراء المؤسسات يفتحون مناصب بأعداد قليلة وينصبون فيها أشخاص ذات صلة قرابة أو مصلحة بين المدراء وأشخاص أخرى ،وهذه النقطة فتحت جدالا كبيرا في الشارع الجزائري وكانت من أهم المطالب للحراك الشعبي الذي دفع فيه أحد شباب الجزائر إلى حرق شهاداته الجامعية.

الجدول رقم 49 يبين اهتمامات القراء بموضوع مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية في جريدة الخبر

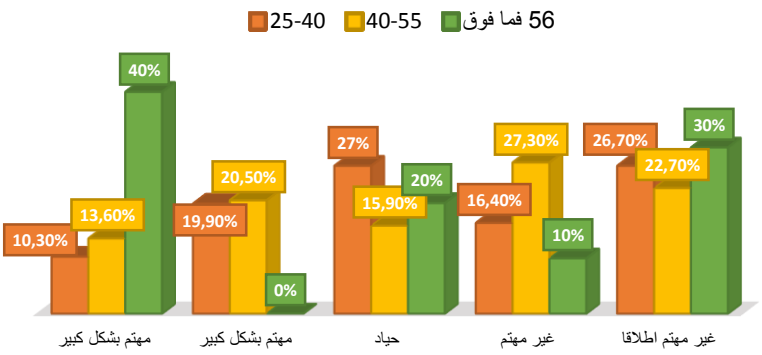
	الجنس		السن			المستوى التعليمي							المهنة						
مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية	انثى	ذكر	40-25		55-41	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	9	16	15	6	4	2	1	3	17	2	0	4	18	2	0	1
	النسبة	9.3%	15.5%	10.3%	13.6%	40.0%	66.7%	25.0%	12.0%	14.5%	6.7%	0.0%	15.4%	11.8%	40.0%	0.0%	25.0%
مهتم	التكرار	20	18	29	9	0	0	0	3	27	6	2	3	30	0	5	0
	النسبة	20.6%	17.5%	19.9%	20.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.0%	23.1%	20.0%	9.5%	11.5%	19.6%	0.0%	41.7%	0.0%
حياد	التكرار	21	27	39	7	2	0	0	6	29	7	6	8	36	0	2	2
	النسبة	21.6%	26.2%	26.7%	15.9%	20.0%	0.0%	0.0%	24.0%	24.8%	23.3%	28.6%	30.8%	23.5%	0.0%	16.7%	50.0%
غير مهتم	التكرار	23	14	24	12	1	1	1	8	17	4	6	4	30	0	3	0
	النسبة	23.7%	13.6%	16.4%	27.3%	10.0%	33.3%	25.0%	32.0%	14.5%	13.3%	28.6%	15.4%	19.6%	0.0%	25.0%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	24	28	39	10	3	0	2	5	27	11	7	7	39	3	2	1
	النسبة	24.7%	27.2%	26.7%	22.7%	30.0%	0.0%	50.0%	20.0%	23.1%	36.7%	33.3%	26.9%	25.5%	60.0%	16.7%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] نماذج:

- **بداية العد التنازلي لامتحان الرتب المستحدثة في التربية**، الخبر اليومي، 17 ديسمبر 2019، العدد 9418.
- **توظيف أزيد من 4 ألاف طالب شغل**، الخبر اليومي، 14 نوفمبر 2019، العدد 9390.

يتضح لنا من خلال الجدول فيما يخص متغير الجنس نجد فيما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 24.7%، تليها غير مهتم بنسبة 23.7%، ثم حياد بنسبة 21.6%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 9.3%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 27.2 %، تليها حياد بنسبة 26.2% ثم مهتم بنسبة 17.5%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 15.5%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 13.6%.

شكل رقم 51 يوضح اهتمامات القراء بموضوع مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية



أما ما يخص متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة غير مهتم إطلاقا وحياد بنسبة 26.7%، تليها مهتم بنسبة 19.9%، ثم غير مهتم بنسبة 16.4%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 10.3 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة غير مهتم بنسبة 27.3%، تليها غير مهتم إطلاقا بنسبة 22.7 %، ثم مهتم بنسبة 20.5 %، ثم حياد بنسبة 15.9%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 13.6%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها غير مهتم إطلاقا بنسبة 30%، ثم حياد بنسبة 20 %، وأخيرا غير مهتم بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي نجد فيما تعلق بمستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7%، تليها غير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 50% تليها غير مهتم ومتهم بشكل كبير بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 32%، تليها حياد بنسبة 24% ، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، وأخيرا مهتم ومهتم بشكل كبير بنسبة 12%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 24.8%، تليها متهم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 23.1%، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 14.5%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 36.7%، تليها حياد بنسبة 23.3%، ثم مهتم بنسبة 20%، ثم غير مهتم بنسبة 13.3%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 33.3%، تليها غير مهتم وحياد بنسبة 28.6%، وأخيرا مهتم بنسبة 9.5 %.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 30.8%، تليها غير مهتم إطلاقا بنسبة 26.9%، ثم كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 15.4%، وأخيرا مهتم بنسبة 11.5%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 25.5%، تليها حياد بنسبة 23.5%، ثم مهتم وغير مهتم بنسبة 19.6%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 11.8%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 60%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، أما طالب ر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7%، تليها غير مهتم بنسبة 25 %، وأخيرا كل من حياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 16.7%، أما متقاعد (ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة عالية من المبحوثين غير مهتمين بمواضيع مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية[1] وهذا راجع إلى أن المجتمع الجزائري ليس لديه أهمية كبيرة اتجاه هذه القضايا خاصة في هذه الفترة، فالمتحكم في اهتماماته هو الوضع السياسي والاقتصادي للبلاد وظروف الاجتماعية التي يعيشها إلا أن هذا لا يمنع من تناول وسائل الإعلام الجزائرية لهذا النوع من القضايا، " وقد حصر الدكتور محمد السيد في كتابه (الصحافة بين التاريخ والدب) وظائف الإعلام في الإخبار والتثقيف فالوظيفة الإخبارية تعتمد على الخبر كعمود فقري لأي خدمة إعلامية أين تسعى وسائل الاعلام جاهدة للبحث عن الأخبار والتقاطها...أما وظيفة التثقيف وهي من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الاعلام لما تشمل عليه من تعليم وتهذيب وحماية التراث ونشره وتوسيع توفيق آفاق الفرد وإكسابه مهارات وقدرات في كافة مراحل عمره"[2] .

[1] نماذج:

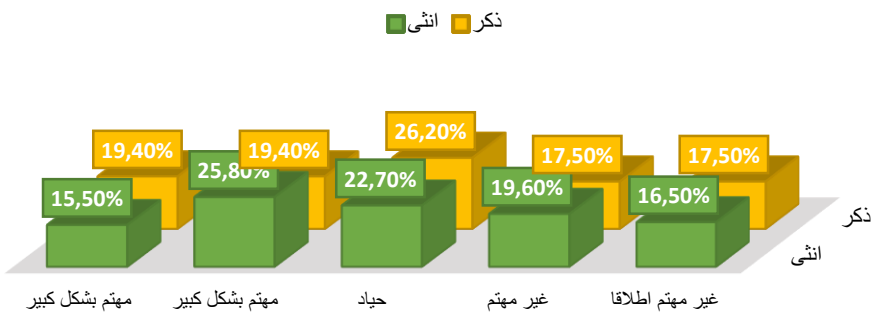
- **افتتاح الطبعة 11 للمهرجان الثقافي، الخبر اليومي** ، 21 أكتوبر 2019، العدد 9369.
- **اختتام ملتقى خنشلة الادبي الأول، الخبر اليومي**، 2 جانفي 2020، العدد 9431.

[2] سامية عواج: **الدور الثقافي للصحافة –نموذج مقترح لركن ثقافي ناجح–**، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد19، 2014، ص226.

الجدول رقم 50 يبين اهتمامات القراء بتصريحات الأساتذة والفنانين في الملتقيات الدولية

تصريحات الأساتذة والفنانين في الملتقيات الدولية		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة						
		انثى	ذكر	من 25 -40	من 41- 55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	15	20	26	6	3	1	1	3	22	5	3	2	29	2	1	1
	النسبة	15.5%	19.4%	17.8%	13.6%	30.0%	33.3%	25.0%	12.0%	18.8%	16.7%	14.3%	7.7%	19.0%	40.0%	8.3%	25.0%
مهتم	التكرار	25	20	36	8	1	1	1	3	30	4	6	5	36	1	3	0
	النسبة	25.8%	19.4%	24.7%	18.2%	10.0%	33.3%	25.0%	12.0%	25.6%	13.3%	28.6%	19.2%	23.5%	20.0%	25.0%	0.0%
حياد	التكرار	22	27	38	10	1	0	0	6	28	8	7	14	30	0	4	1
	النسبة	22.7%	26.2%	26.0%	22.7%	10.0%	0.0%	0.0%	24.0%	23.9%	26.7%	33.3%	53.8%	19.6%	0.0%	33.3%	25.0%
غير مهتم	التكرار	19	18	22	13	2	1	1	11	14	7	3	1	32	1	2	1
	النسبة	19.6%	17.5%	15.1%	29.5%	20.0%	33.3%	25.0%	44.0%	12.0%	23.3%	14.3%	3.8%	20.9%	20.0%	16.7%	25.0%
غير مهتم إطلاقا	التكرار	16	18	24	7	3	0	1	2	23	6	2	4	26	1	2	1
	النسبة	16.5%	17.5%	16.4%	15.9%	30.0%	0.0%	25.0%	8.0%	19.7%	20.0%	9.5%	15.4%	17.0%	20.0%	16.7%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 52 يوضح اهتمامات القراء بموضوع تصريحات الأساتذة والفنانين



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس نجد فيما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 25.8% تليها حياد بنسبة 22.7%، ثم غير مهتم بنسبة 19.6%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 16.5%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 15.5%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 26.2%، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 19.4%، وأخيرا غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 17.5%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 26%، تليها مهتم بنسبة 24.7% ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 17.8%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 16.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 15.1%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة غير مهتم بنسبة 29.5%، تليها حياد بنسبة 22.7 %، ثم مهتم بنسبة 18.2 %، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة

15.9%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 13.6%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 30%، تليهما غير مهتم بنسبة 20%، وأخيرا كل من مهتم وحياد بنسبة 10%.

أما ما يخص متغير المستوى التعليمي نجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 44%، تليها حياد بنسبة 24%، ثم مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 25.6%، تليها حياد بنسبة 23.9%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 19.7%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 18.8%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 12%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 26.7%، تليها غير مهتم بنسبة 23.3%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 20 %، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 16.7%، وأخيرا مهتم بنسبة 13.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 33.3%، تليها مهتم بنسبة 28.6%، ثم مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 14.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 9.5%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 53.8%، تليها مهتم بنسبة 19.2%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 15.4%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 7.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 3.8%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 23.5 %، تليها غير مهتم بنسبة 20.9%، ثم حياد بنسبة 19.6%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 19%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 17%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 33.3%، تليها مهتم بنسبة 25%، ثم كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 16.7%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وحياد وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25 %.

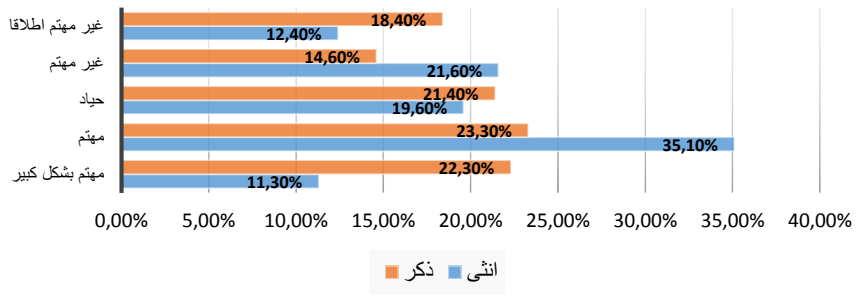
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين كان لديهم اتجاه محايد حول قضية تصريحات الأساتذة والفنانين[1] في الملتقيات الدولية وهذا ما يؤكد أن القارئ الجزائري لا يميل إلى القضايا الثقافية بشكل كبير بل هي آخر أولوياته خاصة ما يخص الملتقيات الدولية فيجدها شيء مضجر لا يستفيد منه بشكل كبير.

[1] نماذج:

الجدول رقم 51 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع تكريم الشعراء الجزائريين في جريدة الخبر

تكريم الكتاب والشعراء الجزائريين		الجنس		السن			المستوى التعليمي					المهنة						
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	11	23	19	10	5	1	1	4	24	2	2	5	25	2	1	1
	النسبة	11.3%	22.3%	13.0%	22.7%	50.0%	33.3%	25.0%	16.0%	20.5%	6.7%	9.5%	19.2%	16.3%	40.0%	8.3%	25.0%
مهتم	التكرار	34	24	48	9	1	1	0	4	39	7	7	10	42	0	5	1
	النسبة	35.1%	23.3%	32.9%	20.5%	10.0%	33.3%	0.0%	16.0%	33.3%	23.3%	33.3%	38.5%	27.5%	0.0%	41.7%	25.0%
حياد	التكرار	19	22	35	5	1	0	0	6	22	7	6	5	31	1	3	1
	النسبة	19.6%	21.4%	24.0%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	24.0%	18.8%	23.3%	28.6%	19.2%	20.3%	20.0%	25.0%	25.0%
غير مهتم	التكرار	21	15	21	13	2	1	1	8	16	6	4	3	32	0	1	0
	النسبة	21.6%	14.6%	14.4%	29.5%	20.0%	33.3%	25.0%	32.0%	13.7%	20.0%	19.0%	11.5%	20.9%	0.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	12	19	23	7	1	0	2	3	16	8	2	3	23	2	2	1
	النسبة	12.4%	18.4%	15.8%	15.9%	10.0%	0.0%	50.0%	12.0%	13.7%	26.7%	9.5%	11.5%	15.0%	40.0%	16.7%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 53 يوضح اهتمامات القراء نحو موضوع تكريمات الشعراء والكتاب



فيما يخص متغير الجنس نجد مما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 35.1%، تليها غير مهتم بنسبة 21.6 %، ثم حياد بنسبة 19.6%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.4% وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 11.3%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 23.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 22.3%، ثم حياد بنسبة 21.4%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 18.4%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 14.6%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 32.9%، تليها حياد بنسبة 24%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 15.8%، ثم غير مهتم بنسبة 14.4%،

- **الباحث فرانسوا دوس في ضيافة المعهد الفرنسي "ما ينقصنا هو مشروع مجتمع**، **الخبر اليومي**، 9 ديسمبر 2019، العدد 9411.
- **بغداد في خيالي تجاوز الكثير من الطابوهات وعرض موضوعا مسكوتا عنه**، الخبر اليومي، 1ديسمبر 2019، العدد 9404.

وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 13%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة غير مهتم بنسبة 29.5%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 22.7%، ثم مهتم بنسبة 20.5%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 15.9%، وأخيرا حياد بنسبة 11.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50%، تليها غير مهتم بنسبة 20%، وأخيرا كل من مهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي نجد فيما تعلق بمستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وغير مهتم بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجالة غير مهتم إطلاقا بنسبة 50% ، تليها غير مهتم ومهتم بشكل كبير بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 32%، تليها حياد بنسبة 24%، ثم كل من مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 16%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 33.3%، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 20.5%، ثم حياد بنسبة 18.8%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 13.7%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة غير مهتم إطلاقا بنسبة 26.7%، تليها كل من مهتم وحياد بنسبة 23.3%، ثم غير مهتم بنسبة 20%، وأخيرا مهتم بشكل كبير بنسبة 6.7%، أما دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 33.3%، تليها حياد بنسبة 28.6%، ثم غير مهتم بنسبة 19%، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 9.5%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص مهنة بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.5%، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 19.2%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 11.5%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 27.5%، تليها غير مهتم بنسبة 20.9%، ثم حياد بنسبة 20.3%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 16.3 %، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 15%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 40%، وأخيرا حياد بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 41.7%، تليها حياد بنسبة 25%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 16.7%، وأخيرا مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم وحياد وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

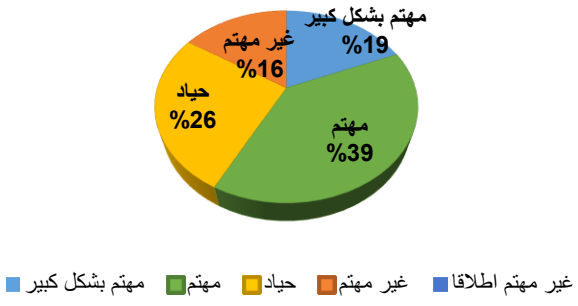
يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين كان لديهم موقف الحياد نحو مواضيع تكريم الكتاب والشعراء الجزائريين[1] رغم أن أغلبهم متحصلون على شهادة ليسانس ولديهم مستوى من الثقافة نوعا ما، إلا أن هناك عزوف بشكل واضح وجلي حول المواضيع الثقافية التي تطرحها صحيفة الدراسة وهذا ما يؤكد أن نسبة المثقفين بمعنى الكلمة ضئيلة جدا في المجتمع الجزائري.

الجدول رقم 52 يبين اهتمامات القراء نحو موضوع المنتوج الجزائري الجديد في جريدة الخبر

المنتج الثقافي الجزائري الجديد		الجنس		السن			المستوى التعليمي						المهنة					
		انثى	ذكر	25-40	41-55	56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
مهتم بشكل كبير	التكرار	11	22	20	9	4	0	2	5	17	7	2	4	25	2	1	1
	النسبة	11.3%	21.4%	13.7%	20.5%	40.0%	0.0%	50.0%	20.0%	14.5%	23.3%	9.5%	15.4%	16.3%	40.0%	8.3%	25.0%
مهتم	التكرار	43	26	55	12	2	2	0	3	47	8	9	10	54	1	4	0
	النسبة	44.3%	25.2%	37.7%	27.3%	20.0%	66.7%	0.0%	12.0%	40.2%	26.7%	42.9%	38.5%	35.3%	20.0%	33.3%	0.0%
حياد	التكرار	20	27	37	8	2	0	0	7	26	7	7	8	31	1	5	2
	النسبة	20.6%	26.2%	25.3%	18.2%	20.0%	0.0%	0.0%	28.0%	22.2%	23.3%	33.3%	30.8%	20.3%	20.0%	41.7%	50.0%
غير مهتم	التكرار	13	15	17	10	1	1	2	8	11	4	2	2	24	1	1	0
	النسبة	13.4%	14.6%	11.6%	22.7%	10.0%	33.3%	50.0%	32.0%	9.4%	13.3%	9.5%	7.7%	15.7%	20.0%	8.3%	0.0%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	10	13	17	5	1	0	0	2	16	4	1	2	19	0	1	1
	النسبة	10.3%	12.6%	11.6%	11.4%	10.0%	0.0%	0.0%	8.0%	13.7%	13.3%	4.8%	7.7%	12.4%	0.0%	8.3%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

يتبين من لنا الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس نبدأ بالإناث فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 44.3%، تليها حياد بنسبة 20.6%، ثم غير مهتم بنسبة 13.4%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 11.3%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 10.3%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 26.2%، تليها مهتم بنسبة

شكل رقم 54 يوضح اهتمامات القراء بموضوع المنتوج الثقافي الجزائري



[1] نماذج:

- **مسرح عنابة يكرم مالك حداد بعمل جديد العرض الشرفي لمسرحية "رصيف النوار مايجاوبش"**، الخبر اليومي، 20 فيفري 2020، العدد 9473.

25.2%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 21.4%، ثم غير مهتم بنسبة 14.6%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 12.6%.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 37.7%، تليها حياد بنسبة 25.3% ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 13.7%، ثم غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 11.6%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بنسبة 27.3%، تليها غير مهتم بنسبة 22.7%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 20.5%، ثم حياد بنسبة 18.2%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 11.4%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وحياد بنسبة 20%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 10%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 66.7% تليها غير مهتم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم وغير مهتم بنسبة 50% لكل واحد منهما، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة غير مهتم بنسبة 32%، تليها حياد بنسبة 28%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 20%، ثم مهتم بنسبة 12%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 8%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 40.2%، تليها حياد بنسبة 22.2%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 14.5%، ثم غير مهتم إطلاقا بنسبة 13.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 9.4%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 26.7%، تليها كل من مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 23.3%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 13.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 42.9%، تليها حياد بنسبة 33.3%، ثم كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم بنسبة 9.5%، وأخيرا غير مهتم إطلاقا بنسبة 4.8%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 38.5%، تليها حياد بنسبة 30.8% ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 15.4%، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 7.7%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 35.3%، تليها حياد بنسبة 20.3%، ثم مهتم بشكل كبير بنسبة 16.3%، ثم غير مهتم بنسبة 15.7%، وأخيرا غير مهتم بنسبة 12.4%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 40%، تليها مهتم وحياد وغير مهتم بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة حياد بنسبة 41.7%، تليها مهتم بنسبة 33.3%، وأخيرا كل من مهتم بشكل كبير وغير مهتم وغير مهتم إطلاقا بنسبة 8.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة غير حياد بنسبة 50%، تليها مهتم بشكل كبير وغير مهتم إطلاقا بنسبة 25%.

نرى أن معظم المبحوثين لديهم اتجاه محايد حول المنتج الثقافي الجزائري الجديد[1] ولكن نسبة الحياد كانت متقاربة جدا مع نسبة الاهتمام، وهذا يدل على أن هناك فئة من المجتمع تتابع الإنتاج الثقافي الجديد من روايات وكتب ومجالات ومسرحيات التي تعالج مختلف القضايا من وجهة نظر ثقافية، لإيصال الفكرة للمشاهد وتوعيته نحو مختلف هذه المواضيع ،وهذه النتيجة تجعله يتراجع نوعا ما عن فكرة عدم اهتمام المجتمع الجزائري بالمجال الثقافي في البلاد، كما علمت صحيفة الدراسة على تناول هذه القضايا وتخصيص صفحات خاصة بالثقافة لتعالج فيها هذه المواضيع بمختلف الأساليب.

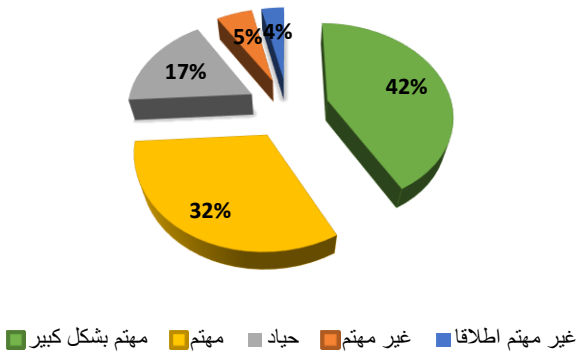
الجدول رقم 53 يبين اهتمامات القراء بالقضية الفلسطينية في جريدة الخبر

القضية الفلسطينية		الجنس			السن			المستوى التعليمي							المهنة							المجموع
		انثى	ذكر	من 25-40	من 41-55	من 56 فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	
مهتم بشكل كبير	التكرار	38	46	61	17	6	2	2	13	49	13	5	14	63	3	3	1	84
	النسبة	39.2%	44.7%	41.8%	38.6%	60.0%	66.7%	50.0%	52.0%	41.9%	43.3%	23.8%	53.8%	41.2%	60.0%	25.0%	25.0%	42.0%
مهتم	التكرار	35	29	45	17	2	0	1	8	43	7	5	5	53	0	4	2	64
	النسبة	36.1%	28.2%	30.8%	38.6%	20.0%	0.0%	25.0%	32.0%	36.8%	23.3%	23.8%	19.2%	34.6%	0.0%	33.3%	50.0%	32.0%
حياد	التكرار	18	16	26	7	1	0	1	3	15	5	10	3	25	1	4	1	34
	النسبة	18.6%	15.5%	17.8%	15.9%	10.0%	0.0%	25.0%	12.0%	12.8%	16.7%	47.6%	11.5%	16.3%	20.0%	33.3%	25.0%	17.0%
غير مهتم	التكرار	6	5	9	1	1	1	0	1	5	3	1	4	7	0	0	0	11
	النسبة	6.2%	4.9%	6.2%	2.3%	10.0%	33.3%	0.0%	4.0%	4.3%	10.0%	4.8%	15.4%	4.6%	0.0%	0.0%	0.0%	5.5%
غير مهتم اطلاقا	التكرار	0	7	5	2	0	0	0	0	5	2	0	0	5	1	1	0	7
	النسبة	0.0%	6.8%	3.4%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	6.7%	0.0%	0.0%	3.3%	20.0%	8.3%	0.0%	3.5%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] نماذج:

- **سجلت أولى شهادات عن أحداث تاريخية مهمة في حرب التحرير**، الخبر اليومي ، 11 جانفي 2020، العدد 9438.
- **بعد تجربة شوقي بوزيد ورواية "سيدة المقام" لواسيني العرج،المسرحي مولاي ملياني يستعد لوضع رواية "نساء كازانوفا " على الركح**، الخبر اليومي، 2سبتمبر 2019، العدد 9373.
- **العرض الشرفي هز كراسي مسرح قسنطينة مسرحية المؤلف الكتاب والمفكرين**، الخبر اليومي ، 21 أكتوبر 2019، العدد9369.

شكل رقم 55 يوضح اهتمامات القراء بالقضية الفلسطينية



يتضح لنا من خلال الجدول السابق فيما يخص متغير الجنس فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 39.2 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 36.1 بالمئة، ثم حياد بنسبة 18.6 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 6.2 بالمئة، أما الذكور فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 44.7 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 28.2 بالمئة ثم حياد بنسبة 15.5 بالمئة، ثم غير مهتم اطلاقا بنسبة 6.8 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.9 بالمئة.

أما متغير السن فنجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.8 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 30.8 بالمئة ثم حياد بنسبة 17.4 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 6.2 بالمئة، وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 3.4 بالمئة، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 الى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 38.6 بالمئة، تليها حياد بنسبة 15.9 بالمئة، ثم غير مهتم اطلاقا بنسبة 4.5 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 2.3 بالمئة، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 20 بالمئة، وأخيرا حياد وغير مهتم بنسبة 10 بالمئة.

أما متغير المستوى التعليمي نجد مما تعلق بمستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 66.7 بالمئة، تليها غير مهتم بنسبة 33.3 بالمئة، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 50 بالمئة، تليها مهتم وحياد بنسبة 25 بالمئة، اما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 52 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 32 بالمئة، ثم حياد بنسبة 12 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4 بالمئة.

أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.9 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 36.8 بالمئة، ثم حياد بنسبة 12.8 بالمئة، وأخيرا كل من غير مهتم وغير مهتم اطلاقا بنسبة 4.3 بالمئة، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 43.3 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 23.3 بالمئة، ثم حياد بنسبة 16.7 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 10 بالمئة، وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 6.7 بالمئة، أما مستوى دراسات عليا فقد

تصدرته إجابة حياد بنسبة 47.6 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير ومهتم بنسبة 23.8 بالمئة، وأخيرا غير مهتم بنسبة 4.8 بالمئة.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 53.8 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 19.2 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 15.4 بالمئة وأخيرا حياد بنسبة 11.5 بالمئة، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 41.2 بالمئة، تليها مهتم بنسبة 34.6 بالمئة، ثم حياد بنسبة 16.3 بالمئة، ثم غير مهتم بنسبة 4.6 بالمئة وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 3.3 بالمئة، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بشكل كبير بنسبة 60 بالمئة، تليها حياد وغير مهتم بنسبة 20 بالمئة، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم وحياد بنسبة 33.3 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير بنسبة 25 بالمئة، وأخيرا غير مهتم اطلاقا بنسبة 8.3 بالمئة، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة مهتم بنسبة 50 بالمئة، تليها مهتم بشكل كبير وحياد بنسبة 25 بالمئة.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين لديهم اهتمام بشكل كبير جدا بالقضية الفلسطينية[1] وهذا راجع إلى مدى معزة فلسطين عند الشعب الجزائري حيث ارتبط الجزائريون بفلسطين ارتباطا روحيا باعتبارها أرض مقدسة ومباركة ومذكورة في القرآن الكريم ،ولهذا لا يميز الجزائريون بين فلسطين ومكة المكرمة ويعتبرون أن كل فلسطيني هو جزائري كما ظهر علم فلسطين في جل مناسبات الجزائر وكذلك في الحراك الشعبي وهذا ما يؤكد مدى قوة العلاقة بينهما ،وقد حظيت هذه القضية بالتأييد من وسائل الإعلام وجماهيرها حيث أن وسائل الإعلام الجزائرية قد أعطت أهمية كبيرة وتابعت كل المستجدات التي تخصها.

وكما ذكر "أحمد شنتي" في دراسته "الجزائر والقضية الفلسطينية...صفحات من الجهاد المشترك"، أن اهتمام الجزائر بالقضية الفلسطينية كان منذ أيامها الأولى والجزائر لا زالت تقبع تحت نير الاحتلال الفرنسي تناضل وتصارع من أجل البقاء والانعتاق،...في هذه الظروف ربما كان ما يعيشه الجزائريون حائلا دون التفكير فيما يقع في فلسطين، لكن الجزائريين ربطوا مصيرهم بمصير إخوانهم في فلسطين[2]، وهذا ما يفسر درجة الاهتمام العالية للجمهور إزاء هذه القضية.

[1] نموذج:

- **من المقر أن يعلن عنها ترامب رسميا غدا صفقة القرن تقترح دولية فلسطينية بلا سيادة ولا جيش**، الخبر اليومي، 27 جانفي 2020، العدد 9452.

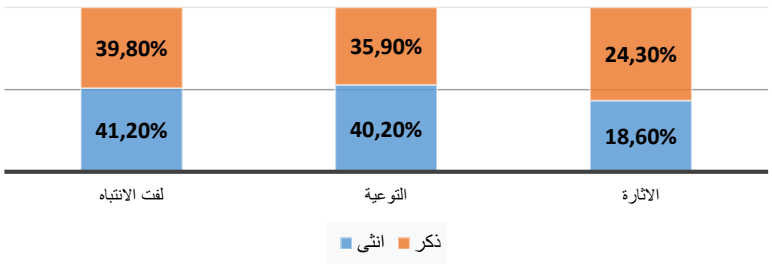
[2] أحمد شنتي: **مرجع سبق ذكره**، ص116.

5- انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين

الجدول رقم 54 يبين سبب معالجة جريدة الخبر لبعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من وجهة نظر القراء

ان نشر بعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من صحيفة الخبر هدفه:		الجنس		السن			المستوى الدراسي							المهنة							
		انثى	ذكر	25-40	41 إلى 55	56ف فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	المجموع
لفت الانتباه	التكرار	40	41	65	13	3	1	3	9	50	10	8	9	65	0	7	0	81
	النسبة	41.2 %	39.8 %	44.5 %	29.5 %	30.0 %	33.3 %	75.0 %	36.0 %	42.7 %	33.3 %	38.1 %	34.6 %	42.5 %	0.0%	58.3 %	0.0%	40.5 %
التوعية	التكرار	39	37	51	23	2	2	0	10	48	12	4	14	57	1	3	1	76
	النسبة	40.2 %	35.9 %	34.9 %	52.3 %	20.0 %	66.7 %	0.0%	40.0 %	41.0 %	40.0 %	19.0 %	53.8 %	37.3 %	20.0 %	25.0 %	25.0 %	38.0 %
الاثارة	التكرار	18	25	30	8	5	0	1	6	19	8	9	3	31	4	2	3	43
	النسبة	18.6 %	24.3 %	20.5 %	18.2 %	50.0 %	0.0%	25.0 %	24.0 %	16.2 %	26.7 %	42.9 %	11.5 %	20.3 %	80.0 %	16.7 %	75.0 %	21.5 %
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 56 يوضح سبب معالجة جريدة الخبر لقضايا معينة في زوايا واضحة ومساحة كبيرة



فيما يخص متغير الجنس نجد فيما يخص الإناث فقد تصدرته لفت الانتباه بنسبة 41.2%، يليه التوعية بنسبة 40.2%، وأخيرا الإثارة بنسبة 18.6%، أما الذكور فقد تصدرته لفت الانتباه بنسبة 39.8%، يليه التوعية بنسبة 35.9%، وأخيرا الإثارة بنسبة 24.3%.

أما متغير السن فنجد ما تعلق بالمرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها لفت الانتباه بنسبة 44.5%، يليه التوعية بنسبة 34.9%، وأخيرا الإثارة بنسبة 20.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها التوعية بنسبة 52.3 %، يليه لفت الانتباه بنسبة 29.5%، وأخيرا الإثارة بنسبة 18.2%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرها الإثارة بنسبة 50%، يليه لفت الانتباه بنسبة 30%، وأخيرا التوعية بنسبة 20%.

أما متغير المستوى التعليمي نجد ما تعلق بمستوى ابتدائي فقد تصدره التوعية بنسبة 66.7%، يليه لفت الانتباه بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدره لفت الانتباه بنسبة 75% يليه الإثارة بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدره التوعية بنسبة 40%، يليه لفت الانتباه بنسبة 36% وأخيرا الإثارة بنسبة 24%، أما مستوى ليسانس فق تصدره لفت الانتباه بنسبة 42.7%، يليه التوعية بنسبة 41%، وأخيرا الإثارة بنسبة 16.2% أما مستوى ماستر فقد تصدره التوعية بنسبة 40% ، يليه لفت الانتباه بنسبة 33.3%، وأخيرا الإثارة بنسبة 26.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدره الإثارة بنسبة 42.9%، يليه لفت الانتباه بنسبة 38.1%، وأخيرا التوعية بنسبة 19%.

أما متغير المهنة فنجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدره التوعية بنسبة 53.8%، يليه لفت الانتباه بنسبة 34.6%، وأخيرا الإثارة بنسبة 11.5%، أما موظف(ة) فقد تصدره لفت الانتباه بنسبة 42.5%، يليه التوعية بنسبة 37.3%، وأخيرا الإثارة بنسبة 20.3%، أما تاجر(ة) فقد تصدره الإثارة بنسبة 80%، يليه التوعية بنسبة 20%، أما طالب(ة) فقد تصدره لفت الانتباه بنسبة 58.3%، يليه التوعية بنسبة 25% وأخيرا الإثارة بنسبة 16.7%، أما متقاعد(ة) فقد تصدره الإثارة بنسبة 75%، يليه التوعية بنسبة 25%.

يتميز خصائص المبحوثين في الجدول أعلاه أن معظمهم ذكور يتراوح سنهم ما بين 25- 40 سنة متحصلين على شهادة ليسانس وأغلبهم موظفون ويرون أن نشر بعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من صحيفة الخبر يعود إلى محاولة الصحيفة للفت انتباه[1] الجماهير حولها وإبرازها أكثر وهي من القضايا المهمة من وجهة نظر الصحيفة، فلفت الانتباه يحمل تفسيرين متناقضين في معالجة الإعلامية لهذه القضايا، التفسير الأول يدور حول استخدام الصحيفة لهذا الأسلوب بغرض أداء وظيفتها في استقطاب الجماهير وترتيب اهتماماتهم، والتفسير الثاني يدل على أن الصحيفة تلجا للفت الانتباه، والتفسير الثاني يكون عند العامة كمادة دسمة مطلوبة لجماهير تشبعها الصحافة الصفراء فكل قارئ لديه وجهة نظر معينة حول غاية الصحيفة فيما تطرحه من قضايا عامة ،أما الذين يرون أن سبب نشر القضايا في زوايا معينة من أجل التوعية كانت نسبتهم قريبة جدا من السبب الأول 38%.

[1] نماذج:

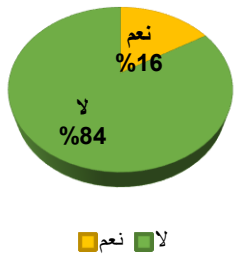
- **الحكومة تغازل الأجانب ببترزل الجزائريين !**، ، الخبر اليومي، 5 أكتوبر 2019، العدد 9355.
- **منتحلو شخصية برتبة خبير !** ،الخبر اليومي، 21 أكتوبر 2019، العدد 9369.

وهذا يؤكد أن معظم قراء الصحيفة ترى أن أهداف نشرها لهذه القضايا يعود لأغراض شريفة بدرجة كبيرة، أما السبب الأخير وهو الإثارة فقط تذيل الترتيب لأن صحيفة الخبر لا تلجأ كثيرا إلى هذا الأسلوب لجذب قراءها.

الجدول رقم55 يبين رأي القراء حول معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة

أسلوب معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة متكامل ومتناسق مع الأحداث التي نمر به		الجنس		السن			المستوى الدراسي						المهنة						
		أنثى	ذكر	25-40	41 إلى 55	من 56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
نعم	التكرار	66	59	86	33	6	1	1	13	77	17	16	16	97	2	8	2
	النسبة	68.0 %	57.3 %	58.9 %	75.0 %	60.0 %	33.3 %	25.0 %	52.0 %	65.8%	56.7 %	76.2%	61.5 %	63.4 %	40.0 %	66.7 %	50.0 %
لا	التكرار	31	44	60	11	4	2	3	12	40	13	5	10	56	3	4	2
	النسبة	32.0 %	42.7 %	41.1 %	25.0 %	40.0 %	66.7 %	75.0 %	48.0 %	34.2%	43.3 %	23.8%	38.5 %	36.6 %	60.0 %	33.3 %	50.0 %
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

شكل رقم 57 يوضح رأي القراء حول معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة



فيما يخص متغير الجنس نجد فيما تعلق بالإناث فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 68 %، تليها إجابة لا بنسبة 32%، أما الذكور فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 57.3%، تليها إجابة لا بنسبة 42.3 %.

أما متغير السن نجد فيما تعلق بالمرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرتها إجابة نعم بنسبة 58.9%، تليها إجابة لا بنسبة 41.1%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرتها إجابة نعم بنسبة 75%، تليها إجابة لا بنسبة 25%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرتها إجابة نعم بنسبة 60%، تليها إجابة لا بنسبة 40%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 66.7% تليها إجابة نعم بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 75%، تليها إجابة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 52%، تليها إجابة بنسبة 48%، أما مستوى ليسانس فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 65.8%، تليها إجابة لا بنسبة 34.2%، أما مستوى ماستر فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 56.7%، تليها إجابة لا بنسبة 34.2%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 76.2%، تليها إجابة لا بنسبة 23.8%.

أما متغير المهنة فنجد فيما تعلق ببطال(ة) فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 61.5%، تليها إجابة لا بنسبة 38.5%، أما موظف(ة) فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 63.4%، تليها إجابة بنسبة 36.6%، أما تاجر(ة) فقد تصدرته إجابة لا بنسبة 60%، تليها إجابة بنسبة 40%، أما طالب(ة) فقد تصدرته إجابة نعم بنسبة 66.7%، تليها إجابة لا بنسبة 33.3%، أما متقاعد(ة) فقد تصدرته إجابة نعم ولا بنسبة 50% لكل واحد منهما.

نلاحظ أن معظم المبحوثين يرون أن أسلوب معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة متكامل ومتناسق مع الأحداث التي نمر بها وهذا دليل على أن جمهور عينة الدراسة مقتنع تماما فيما تطرحه صحيفة الدراسة من قضايا عامة،ما يؤكد أن الأساليب الإقناعية في جريدة الخبر اهتمت بتباين الأفراد في اتجاهاتهم وأفكارهم ومصالحهم وعملت على السيطرة على سلوك القارئ من خلال معرفة دوافعه حول القراءة ،"حيث تتنوع أساليب الإقناع تبعا لمقتضيات الموقف والأهداف المرسل وكذلك خصائص الوسيلة الإعلامية المستخدمة"[1]،فالصحافة المكتوبة تلعب دورا هاما في المجتمع ولم تتراجع مكانتها منذ القدم وسجلت على مر السنين دورا هاما وفعالا ساعدت فيه على تنوير عقول الجماهير وتزويدهم بالمعلومات والبيانات رغم العراقيل والعقبات التي تلقتها .

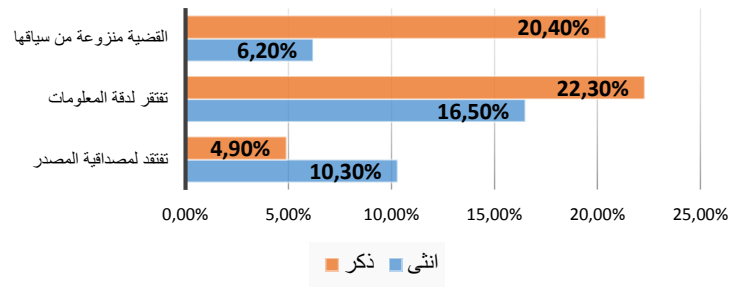
الجدول رقم 56 يبين سبب عدم استخدام جريدة الخبر لأسلوب متناسق ومتكامل في معالجتها للقضايا العامة من وجهة نظر القراء

في حالة الإجابة بلا: لأنها		الجنس		السن			المستوى الدراسي						المهنة						
		انثى	ذكر	25-40	41 إلى 55	56ف فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد
تفتقد لمصداقية المصدر	التكرار	10	5	12	2	1	1	0	2	11	1	0	2	12	0	1	0
	النسبة	10.3%	4.9%	8.2%	4.5%	10.0%	33.3%	0.0%	8.0%	9.4%	3.3%	0.0%	7.7%	7.8%	0.0%	8.3%	0.0%
تفتقر لدقة المعلومات	التكرار	16	23	31	6	2	0	3	8	17	7	4	5	28	2	3	1
	النسبة	16.5%	22.3%	21.2%	13.6%	20.0%	0.0%	75.0%	32.0%	14.5%	23.3%	19.0%	19.2%	18.3%	40.0%	25.0%	25.0%
القضية منزوعة من سياقها	التكرار	6	21	22	4	1	1	1	4	14	5	2	4	21	1	0	1
	النسبة	6.2%	20.4%	15.1%	9.1%	10.0%	33.3%	25.0%	16.0%	12.0%	16.7%	9.5%	15.4%	13.7%	20.0%	0.0%	25.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

[1] ذهبية سيدهم: **مرجع سبق ذكره**، ص 9.

يتضح لنا في الجدول أعلاه فيما يخص متغير الجنس نجد ما تعلق بالإناث فقد تصدرته تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 16.5%، تليها تفتقد لمصداقية المصدر بنسبة 10.3 %، وأخيرا القضية منزوعة من سياقها بنسبة 6.2%، أما الذكور فقد تصدرته تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 22.3% تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 20.4 %، وأخيرا تفتقد لمصداقية المصدر بنسبة 4.9%.

شكل رقم58 يوضح سبب عدم استخدام جريدة الخبر لاسلوب متناسق ومتكامل من وجهة نظر القراء



أما متغير السن نجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 21.2 %، تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 15.1%، وأخيرا تفتقد لمصداقية المصدر بنسبة 8.2%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 13.6% تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 9.1%، وأخيرا تفتقد لمصداقية المصدر بنسبة 4.5%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرها تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 20%، تليها تفتقد لمصداقية المصدر والقضية منزوعة من سياقها بنسبة 10%.

أما متغير السن نجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدره تفتقد لمصداقية المصدر والقضية منزوعة من سياقها بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 75%، يليه القضية منزوعة من سياقها بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 32% تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 16%، وأخيرا تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 8%.

أما مستوى ليسانس فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 14.5%، تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 12%، وأخيرا تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 9.4%، أما مستوى ماستر فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 23.3 %، تليها القضية منزوعة من سياقها بنسبة 16.7%، وأخيرا تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 3.3%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 19%، يليه القضية منزوعة من سياقها بنسبة 9.5%.

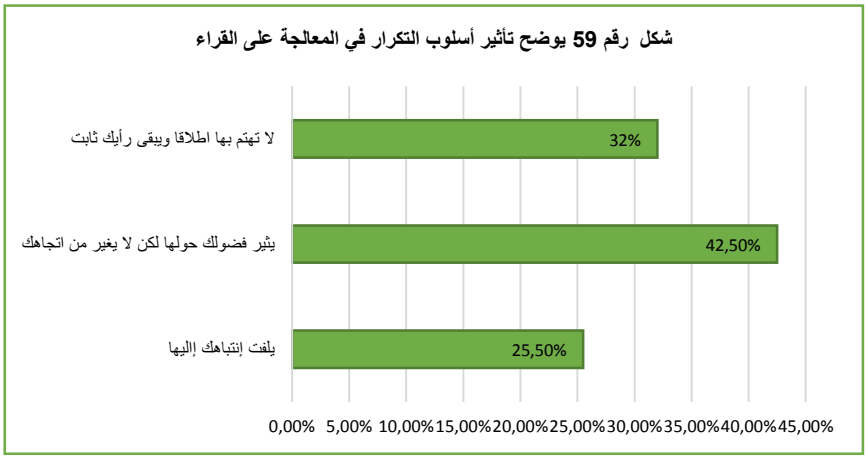
أما متغير المهنة فنجد فيما تعلق ببطال(ة) فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 19.2%، يليه القضية منزوعة من سياقها بنسبة 15.4% ، وأخيرا تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 7.7%، أما موظف(ة) فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 18.3%، يليه القضية منزوعة من سياقها بنسبة 13.7% وأخيرا تفتقر لدقة المعلومات بنسبة

7.8 %، أما تاجر(ة) فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 40%، يليه القضية منزوعة من سياقها بنسبة 20 %، أما طالب(ة) فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات بنسبة 25 %، يليه تفتقر لدقة المصدر بنسبة 8.3 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدره تفتقر لدقة المعلومات والقضية منزوعة من سياقها بنسبة 25%.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين يرون أسلوب معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة غير متكامل وغير متناسق مع الأحداث التي نمر بها راجعا إلى افتقارها لدقة المعلومات، وهي تتحدث عن النسبة الأقل التي لم تفلح جريدة الخبر في إقناعها وتلبية حاجاتها وهناك من يرى أنها تفتقد للمصداقية المصدر وهي نسبة ضعيفة جدا، كما يوجد من يرى أن القضية منزوعة من سياستها وهي النسبة الأضعف.

الجدول رقم 57 يبين تأثير أسلوب التكرار في معالجة القضايا العامة على القراء

هل تكرار القضية في اعداد مختلفة من الجريدة؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي							المهنة							
		انثى	ذكر	40-25	41 - 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	المجموع
يلفت انتباهك اليها	التكرار	26	25	35	14	2	1	0	8	29	6	7	8	38	0	3	2	51
	النسبة	26.8	24.3	24.0	31.8	20.0	33.3	0	32.0	24.8	20.0	33.3	30.8	24.8	0.0	25.0	50.0	25.5
يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك	التكرار	40	45	64	19	2	1	3	13	51	11	6	13	65	3	3	1	85
	النسبة	41.2	43.7	43.8	43.2%	20.0%	33.3%	75.0%	52.0%	43.6%	36.7%	28.6%	50.0%	42.5%	60.0	25.0	25.0	42.5
لا تهتم بها اطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت	التكرار	31	33	47	11	6	1	1	4	37	13	8	5	50	2	6	1	64
	النسبة	32.0	32.0	32.2%	25.0%	60.0%	33.3%	25.0%	16.0%	31.6%	43.3%	38.1%	19.2%	32.7%	40.0	50.0	25.0	32.0
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	100	100	100	100



فيما يخص متغير الجنس نجد فيما تعلق بالإناث فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن لا يغير من تجاهك بنسبة 41.2 %، تليها بلغت انتباهك بها بنسبة 26.8 %، وأخيرا لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 32 %، أما الذكور فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك بنسبة 43.7 % تليها بلغت انتباهك بها بنسبة 24.3 % وأخيرا لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 32 %.

أما متغير السن فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك بنسبة 43.6 %، تليها لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 32.2 %، وأخيرا بلغت انتباهك بها بنسبة 24 %، اما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدرها يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك بنسبة 43.2 %، تليها بلغت انتباهك بنسبة 31.8 %، وأخيرا لا يتهم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 25 %، أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدرها لا يهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 60 %، يليه كل من يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك وبلغت انتباهك بها بنسبة 20 %.

أما متغير المستوى التعليمي نجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدره فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك وبلغت انتباهك بها ولا يهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 33.3 %، أما مستوى متوسط فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك بنسبة 75%، يليه لا يهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 25%، أما مستوى ثانوي فقد تصدره لا يهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 52 %، يليه بلغت انتباهك بها بنسبة 32 %، وأخيرا لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 16 %.

أما مستوى ليسانس فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 43.6 %، يليه لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 31.6 %، وأخيرا يليه بلغت انتباهك بها بنسبة 24.8 %، أما مستوى ماستر فقد تصدره لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 43.3 %، ثم يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 36.7%، وأخيرا بلغت انتباهك بها بنسبة 20%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدره لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 38.1 %، تليها بلغت انتباهك بها بنسبة 33.3 %، وسجل عبارة يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 28.6 %.

أما متغير المهنة نجد فيما يخص بطال(ة) فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 50 %، يليه بلغت انتباهك بنسبة 30.8%، وأخيرا لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 19.2 % أما موظف(ة) فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 42.5 %، يليه لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 32.7 %، وأخيرا بلغت انتباهك بنسبة 24.8 %، أما تاجر(ة) فقد تصدره يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 60%، يليه لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة 40%، أما طالب(ة) فقد تصدره لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت بنسبة50% يليه يثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك وبلغت انتباهك بنسبة 25 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدره بلغت

انتباهك بنسبة50 %، يليه كل من لا تهتم بها إطلاقا ويبقى رأيك فيها ثابت ويثير فضولك حولها لكن من لا يغير من اتجاهك بنسبة 25 %.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين عند تكرار القضـــية في أعداد مختلفة من جريدة الخبر يثير فضـولهم حولها لكن لا يغير من اتجاههم حيث أن جمهورهم عينة الدراسـة لديه خلفية حول القضـايا المطروحة ومن خلالها يشكل اتجاهه الخاص بها فهناك قضايا يؤيدها وأخرى يرفضها ولا يتقبلها ،وهنا يؤكد نتائج الدراسة أن جريدة الخبر قد تفلح في ترتيب اهتمام القارئ نحو القضـايا المطروحة لكن من المستحيل أن تغير اتجاهها نحوها، في حين أن الذين يرون أن أســـلوب التكرار لا يؤثر فيهولا يهتم به إطلاقا جاءت في المرتبة الثانية وتؤكد هذه النتيجة أن الفئة الثانية من جمهور عينة الدراســـة لم تســـتطع جريدة الخبر جذب انتباهه حول القضـــايا المكررة لأنه ملتزم بجدول أعماله واهتماماته نحو المواضيع التي تثيره ،أما بالنسبة للفئة الثالثة فهي أقل نسبة والتي تستطيع جريدة الخبر تغيير أولياتها و اهتماماتها وتســيرها نحو ترتيب معين للقضــايا والمواضــيع المطروحة باســتخدام مختلف الأســاليب التحريرية.

وتتفق مع هذه الدراســة دراســة بن عيســى التي ترى أن التركيز والتكرار يؤديان إلى تراكم الرســائل الإعلامية لدى الجمهور بأســاليب مختلفة تســهم في محاصــرته وفي تدعيم فهم الرســالة وتثبيتها لدى الجمهور، كما يتيح التكرار للرسالة الواحدة على مرات عديدة من فرصة إطلاع الجمهور عليها وفهمها[1].

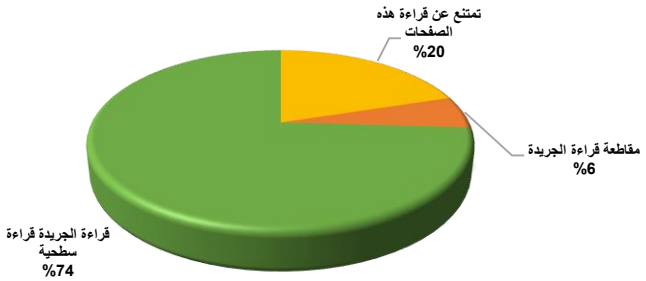
الجدول رقم 58 يبين كيفية رفض القراء لطريقة المعالجة لبعض القضايا في جريدة الخبر

كيف تعبر عن رفضـــك لطريقة المعالجة لبعض القضـــايا من طرف جريدة الخبر؟		الجنس		السن			المستوى الدراسي							المهنة							
		انثى	ذكر	25-40	41- 55	56فما فوق	ابتدائي	متوسط	ثانوي	ليسانس	ماستر	دراسات عليا	بطال	موظف	تاجر	طالب	متقاعد	المجموع
تمتنع عن قراء هذه الصفحات	التكرار	37	39	55	19	2	1	1	8	44	11	11	8	63	0	3	2	76
	النسبه	38.1	37.9	37.7	43.2%	20.0	33.3	25.0	32.0	37.6	36.7	52.4	30.8	41.2	0.0%	25.0	50.0	38.0%
مقاطعة قراءة الجريدة	التكرار	9	13	18	2	2	0	0	3	15	2	2	3	19	0	0	0	22
	النسبة	9.3%	12.6	12.3	4.5%	20.0	0.0%	0.0%	12.0	12.8	6.7%	9.5%	11.5	12.4	0.0%	0.0%	0.0%	11.0%
قراءة الجريدة قراءة سطحية	التكرار	51	51	73	23	6	2	3	14	58	17	8	15	71	5	9	2	102
	النسبة	52.6	49.5	50.0	52.3%	60.0	66.7	75.0	56.0	49.6	56.7	38.1	57.7	46.4	100.0	75.0	50.0	51.0%
المجموع	التكرار	97	103	146	44	10	3	4	25	117	30	21	26	153	5	12	4	200
	النسبة	100	100	100	%100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	%100	100	100	%100

[1] بن عيسى الشيخ، **مرجع سبق ذكره**، ص61.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا فيما يخص متغير الجنس نجد الإناث فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 52.6%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 38.1 % وأخيرا مقاطعة قراءة الجريدة بنسبة 9.3 %، أما الذكور فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 49.5%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 37.9 %، وأخيرا مقاطعة قراءة الجريدة بنسبة 12.6 %.

شكل رقم 60 يوضح كيفية رفض القراء لطريقة المعالجة لبعض القضايا في جريدة الخبر



أما متغير السن نجد فيما يخص المرحلة العمرية الممتدة من 25 إلى 40 سنة فقد تصدرها قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 50 %، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 37.7%، وأخيرا مقاطعة قراءة الجريدة بنسبة 12.3%، أما المرحلة العمرية الممتدة من 41 إلى 55 سنة فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 52.3% ، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 43.2%، وأخيرا مقاطعة قراءة الجريدة بنسبة4.5% أما المرحلة العمرية الممتدة من 56 فما فوق فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 60% يليه تمتنع عن قراء الجريدة ومقاطعة قراءة الجريدة بنسبة 20%.

أما متغير المستوى التعليمي فنجد فيما يخص مستوى ابتدائي فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 66.7 %، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 33.3%، أما مستوى متوسط فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 75%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 25%.

أما مستوى ثانوي فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 56%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 32%، وأخيرا مقاطعة قراءة الجريدة بنسبة 12%، أما مستوى ليسانس فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 49.6% يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 37.6%، وأخيرا مقاطعة الجريدة بنسبة 12.8% أما مستوى ماستر فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 56.7%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 36.7%، وأخيرا مقاطعة الجريدة بنسبة 6.7%، أما مستوى دراسات عليا فقد تصدره تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 52.4%، يليه قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 38.1%، وأخيرا مقاطعة الجريدة بنسبة 9.5 %.

أما متغير المهنة فنجد أن فيما يخص بطال(ة) فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 57.7 %، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 30.8%، وأخيرا مقاطعة الجريدة بنسبة 11.5%، أما موظف(ة) فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 45.4%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة 41.2% وأخيرا مقاطعة الجريدة بنسبة 12.4%، أما تاجر(ة) فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة مئة بالمئة، أما طالب(ة) فقد تصدره قراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 75%، يليه تمتنع عن قراء هذه الصفحات بنسبة25 %، أما متقاعد(ة) فقد تصدره تمتنع عن قراء هذه الصفحات وقراءة الجريدة قراءة سطحية بنسبة 50%.

يبين الجدول أعلاه ردة فعل المبحوثين عند رفضهم إلى قراءة الجريدة لطريقة المراجعة لبعض القضايا التي تطرحها الجريدة، حيث يذهب معظمهم إلى قراءة سطحية غير مهتم بتفاصيل القضايا المطروحة وهناك من يمتنع عن قراءة هذه الصفحات وتجاوزها بطريقة غير مباليا تماما، وهناك من يقاطع الجريدة نهائيا وهذا النوع من الاستياء يمكن أن يصل إلى الجريدة عند انخفاض نسبة مبيعاتها بالتالي ينجح القارئ في إيصال استيائه للجريدة ويجعلها تستفيق بالأمر وتحيط به وتعالجه.

في حين دراسة "**سمير زواوي**" توصلت إلى أن معظم المبحوثين يرون أن طريقة معالجة الأحداث من طرف صحيفة الخبر هي معالجة عميقة بنسبة 71%، وقد يعود ذلك إلى إهتمام الصحفيون بتقديم الأحداث والأخبار بكامل عناصرها المعروفة[1]، وهذا ما يتناقض مع النتيجة التي توصلنا اليها فجمهور صحيفة الخبر في العديد من الدراسات كانت آرائهم إيجابية حول ما تطرحه الصحيفة، وهذا راجع إلى أن مبدأ عملها يعتمد على طرح القضايا التي تهم الجمهور في 24 ساعة الخيرة ما يضفي لطرحها نوع من الإثارة ولفت الانتباه.

[1] سمير زواوي: **مرجع سبق ذكره** ص238.

ثالثا: المقارنة بين أولويات صحيفة "الخبر" وأولويات جمهورها نحو:

1- القضايا السياسية

2- القضايا الاقتصادية

3- القضايا الاجتماعية

4- القضايا الثقافية

5- قضايا الأمن والجيش

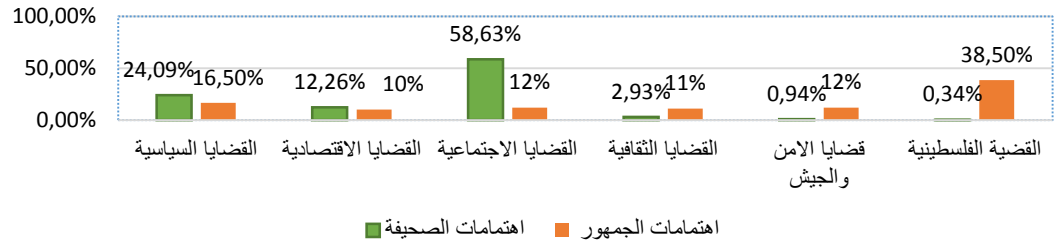
6- القضية الفلسطينية

- المقارنة بين الأجندتين:

الجدول رقم 59 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا العامة

القضايا العامة	اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور		الرتبة
	التكرار	النسبة		التكرار	النسبة	
القضايا السياسية	279	%24.09	02	33	%16.5	02
القضايا الاقتصادية	142	%12.26	03	20	%10.0	04
القضايا الاجتماعية	679	%58.63	01	24	%12.0	03
القضايا الثقافية	43	%2.93	04	22	%11.0	05
قضايا الجيش والامن	11	%0.94	05	24	%12.0	03
القضية الفلسطينية	04	%0.34	06	77	%38.5	01
المجموع	1158	%100	-	200	%100	-

شكل رقم61 يوضح أولويات صحيفة الخبر وجمهورها نحو القضايا السياسية



يتضح لنا من خلال الجدول التالي أن القضايا الاجتماعية قد تصدرت أولويات صحيفة الخبر بنسبة 58.63%، في حين أن ترتيب الجمهور لهذه القضايا كانت في المرتبة الثالثة مع قضايا الجيش والأمن ب 24 تكرار فقط من 200 مفردة أي بنسبة 12%، في حين أن المرتبة الثانية في أجندة صحيفة الخبر كانت من نصيب القضايا السياسية بنسبة 24.09%، والتي كانت لها نفس الترتيب في أجندة الجمهور بنسبة 16.5%.

أما المرتبة الثالثة كانت من نصيب القضايا الاقتصادية بالنسبة لأجندة الصحيفة بنسبة 12.26%، في حين أن هذه القضايا نالت المرتبة الأخيرة في أجندة الجمهور بنسبة 10%، أما المرتبة الرابعة في أجندة الجمهور حظيت

بها القضـايا الثقافية بنسـبة 2.93%، والتي كانت لها نفس الترتيب في أجندة الجمهور 11%، أما المرتبة الخامسـة كانت من نصيب قضـايا الجيش والأمن في أجندة الصـحيفة بنسبة 0.94%، والمرتبة الأخيرة للقضـية الفلسـطينية بنسبة 0.34%.

نلاحظ من خلال هذه الرؤية أن هناك تباين في أجندة صـحيفة الخبر وجمهورها نحو القضـايا العامة كما يوجد نقاط توافق والمتمثلة في:

- **أوجه الاتفاق:**

- نجد أن الأجندتين قد اتفقا في ترتيب قضية واحدة بين القضايا العامة الستة وهي "**القضايا السياسية** "، وهذا راجع الى طبيعة الظروف التي كانت تعيشـــها الجزائر في تلك الفترة واقتراب موعد الانتخابات الذي كان حدث خاص في التاريخ السـياسـي الجزائري، باعتباره بداية تغيير نحو الأفضـل مقارنة مع الأنظمة السياسية السابقة، وهذا ما كانت تطرحه القضـايا السياسية في محتواها الإعلامي في صـحيفة الدراسـة، بالإضافة إلى أن الجانب السياسي كان دائما ذات إهتمام خاص من قبل القراء منذ الأزل.

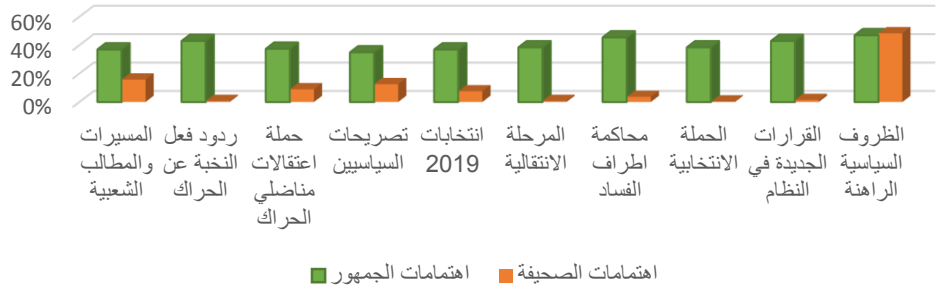
- **أوجه الاختلاف:**

- نرى أن نقاط الاختلاف قد تعددت بين الأجندتين، فنجد أن "**قضية الفلسطينية**" كانت من الأولويات المهمة لدى الجمهور التي تصـــدرت المرتبة الأولى في حيت انها تذيلت اهتمام الصـــحيفة وكانت آخر اهتماماتها في ترتيب القضـــايا المطروحة، أما "**القضـــايا الاجتماعية**" فقد احتلت المرتبة الثالثة لدى اجندة الجمهور، أما بالنسبة لصحيفة الدراسة كانت من القضايا المهمة جدا حيث تصدرت القائمة وقد ركزت عليها بشكل كبير وهذا راجع الى أن صحيفة الدراسة ترى أن من مهام الصحافة طرح انشغالات المواطن الجزائري ومحاولة إيصـــال صـــوته للجهات المعنية كما سـبق وذكرنا، لكن عند تركيزها على هذه القضـــايا بشـكل كبير في هذه الفترة له سـبب آخر من وجهة نظر الباحثة، والمتمثل في امتصـاص غضـب الجماهير نحو النظام ومحاولة تغيير اهتماماته نحو كيفية حل مشاكله الاجتماعية.
- أما بالنسبة "**للقضايا الجيش والامن**" فقد تباين أيضا الترتيب فيها بين الاجندتين حيث ان الجمهور كان مهتم بها أكثر من صـحيفة الدراسـة حيث شـغلت المرتبة الثالثة لدى الجمهور في حين انها كانت في المرتبة الخامســة في اجندة صــحيفة الدراســة أي المرتبة قبل الأخيرة وهذا ما يزيد اثبات ان تباين بين الاجندتين واضح وجلي حيث ان نقاط الاختلاف أكثر بكثير من نقاط الاتفاق والتشابه.
- اما بالنسبة "**للقضـايا الاقتصـادية والثقافية**" كان هناك تقارب في الترتيب لا نستطيع ان نقول انه توافق لكنه تقارب في الاهتمامات بين الاجندتين.

الجدول رقم 60 يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا السياسية

القضايا السياسية السياسية		اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور حسب الدراسة الميدانية		الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الحراك الشعبي		التكرار	النسبة		التكرار	النسبة			
	المسيرات السلمية والمطالب الشعبية	44	15.77%	02	74	%37	06	2.15	1.190
	ردود فعل النخبة عن الحراك	02	%0.71	09	86	%43	03	2.32	1.173
	حملة اعتقالات المناضلين في الحراك	25	%8.96	04	75	%37.5	05	2.31	1.187
الوضع السياسي	تصريحات السياسيين	35	%12.54	03	70	%35	07	2.63	1.276
	انتخابات 2019	21	%7.52	05	74	%37	06	2.41	1.195
	المرحلة الانتقالية	02	%0.71	09	77	%38.5		2.38	1.222
	محاكمة أطراف الفساد	10	%3.58	07	91	%45.5	02	1.96	1.164
	الحملة الانتخابية	01	%0.35	10	77	%38.5	04	2.55	1.184
	القرارات الجديدة في النظام الجديد	04	%1.43	08	86	%43	03	1.97	1.004
	الظروف السياسية الراهنة	135	%48.38	01	94	%47	01	2.16	1.043

الشكل رقم 62 يوضح اهتمامات صحيفة الخبر وجمهورها نحو القضايا السياسية



يتضح لنا من خلال الجدول أن القضايا السياسية التي تمتعت بالمراتب الأولى ودرجة اهتمام أعلى من طرف صحيفة الخبر هي المواضيع التي تعالج الظروف السياسية الراهنة وقدرت نسبتها ب 48.38% وتليها المواضيع الخاصة بتصريحات السياسيين بنسبة 12.54%، أما من ناحية أجندة الجمهور فقد تصدرت القائمة المواضيع التي تعالج الظروف السياسية، مثل أجندة الصحيفة وقدرت نسبتها ب47% ، ثم قضية محاكمة أطراف

الفساد بنسبة 45.5%، تليها موضوع القرارات الجديدة في النظام الجديد، وموضوع ردود فعل النخبة وقد حظيت هذه المواضيع بنفس النسبة 43%.

أما القضايا التي نالت المراتب الوسطى في أجندة الصحيفة نجد موضوع حملة اعتقالات المناضلين بنسبة 8.96%، ومواضيع المطالب الشعبية بنسبة 6.97%، والمسيرات السلمية بنسبة 6.09 %، وموضوع محاكمة أطراف الفساد بنسبة 3.58%، في حين أن أجندة الجماهير تمثلت في موضوع الحملات الانتخابية وموضوع المرحلة الانتقالية بنسبة 38.5%، يليها موضوع المسيرات السلمية وموضوع انتخابات ديسمبر 2019 بنفس النسبة قدرت ب37%.

أما المراتب الأخيرة في أجندة الصحيفة كانت من نصيب موضوع رد فعل النخبة نحو الحراك وموضوع المرحلة الانتقالية بنفس النسبة قدرت ب 0.71%، وموضوع القرارات الجديدة بنسبة 1.43، وموضوع الحملة الانتخابية بنسبة 0.35 %، خاصة بعد اقتراب موعد الانتخابات وبداية نظام جديد في الجزائر، في حيث أن المواضيع التي تذيلت القائمة في أجندة الجماهير نجد موضوع تصريحات السياسيين بنسبة 35%.

ونستنتج من خلال هذه النسب أن هناك نقاط مشتركة ونقاط متباينة بين أجندة صحيفة الخبر وأجندة الجمهور ومن بين هذه النقاط نجد:

- **نقاط الاتفاق:**

- اتفقت الأجندتين في "قضية الظروف السياسية الراهنة" والتي تصدرت الترتيب في كلتا الاجندتين وهذا راجع لتوالي الاحداث السياسية في تلك الفترة وارتباطها وتسلسلها مع بعضها البعض بالإضافة الى احتياج النظام لوسائل الاعلام في تمرير رسالته لشعبه وإيجاد فرصة لإقناعه نحو التغيير الذي سيحدث بعد انتخابات 2019.

- **نقاط الاختلاف:**

- اختلفت الاجندتين في ترتيب بعض القضايا السياسية والمتمثلة في قضية محاكمة الفساد التي كانت في المرتبة الثانية لدى الجمهور في حين انها شغلت المرتبة السابعة في اجندة صحيفة الدراسة، أي من بين القضايا الأخيرة وهذا ما اعتبره الجماهير على أنه لا وجود لتغيير مادام هناك تماطل في معاقبة من كان السبب في نشر الفساد.
- كذلك "**قضية ردود فعل النخبة نحو الحراك**" و"**قضية القرارات الجديدة في النظام الجديد**" فقد احتلتا المرتبة الثالثة لدى الجماهير ونجد ان القضيتين لديهما نفس الجوهر، حيث انه من بين اهم مطالب الحراك

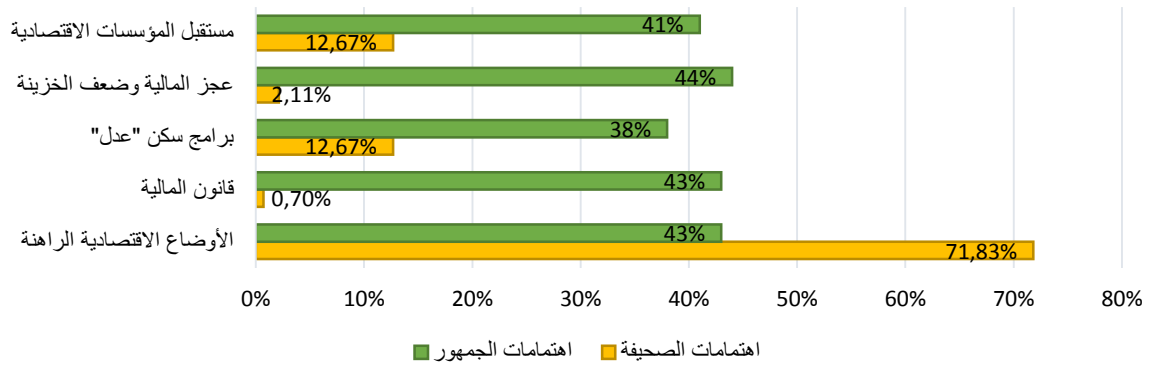
دخول النخبة في تسـيير الحكم، ومن اهم القرارات التي صـدرت من قبل النظام الجديد في تلك الفترة تسيس فئة الشباب المتحصلين على شهادات، فقد لفتت هذه القضايا انتباه الجماهير واهتماماتهم، أما بالنسبة لصحيفة الدراسة فقد احتلت القضيتين المراتب الأخيرة وهذا ما يدل على عدم اهتمامها وتركيز عليها.

- أما "**قضية المرحلة الانتقالية**" فقد احتلت المرتبة التاسعة لدى صحيفة الدراسة في حين انها احتلت المرتبة الرابعة لدى الجماهير فهي تعتبر من أهم القضايا السياسية التي وجب على صحيفة الخبر التشبع بها.
- نجد ان قضية "**المسيرات السلمية**" قد نالت المرتبة الثانية في اجندة الصحيفة في حين انها شغلت المرتبة السادسة بالنسبة للجمهور وهذا ما يسجل لدينا تباين واضح بين الاجندتين، أما "**قضية تصريحات السياسيين**" التي نجدها احتلت المرتبة الثالثة لدى الصحيفة والمرتبة السابعة لدى الجمهور، وهذه القضايا لها أهمية كبيرة في القضايا السياسية الا أن الجمهور يرى انه غير مهتم بما تطرحه وسائل الاعلام فيما يخص مسيراته السلمية او تصريحات السياسيين الذين يعتبرهم نفس الشخصيات دائمة الظهور لتحليل وتفسير الوضع الراهن.
- أما بالنسبة للقضايا المتقاربة في النسب نجد "**قضية حملة اعتقالات مناضلي**" التي كانت ترتيبها الخامس لدى الجمهور والرابع لدى الصحيفة و"**قضية الانتخابات**" التي كان ترتيبها السادس لدى الجمهور والخامس لدى الصحيفة، فهذا الترتيب كان متقارب بشكل كبير وهذا ما يدل على ان اهتمامات الاجندتين في هذه القضايا تكاد تكون متوافقة.

الجدول رقم (61) يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاقتصادية

القضايا الاقتصادية	اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور حسب الدراسة الميدانية		الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة		التكرار	النسبة			
الأوضاع الاقتصادية الراهنة	102	%71.83	01	86	%43	02	2.24	1.12
قانون المالية	01	%0.70	04	86	%43	02	2.08	1.078
برامج السكن "عدل"	18	%12.67	02	76	%38	04	2.40	1.26
عجز المالية ووضع الخزينة الجزائرية	03	%2.11	03	88	%44	01	2.11	1.089
مستقبل المؤسسات الاقتصادية	18	%12.67	02	82	%41	03	2.24	1.12

شكل رقم 63 يوضح اولويات صحيفة الخبر وجمهورها نحو القضايا الاقتصادية



يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن المواضيع التي احتلت المراتب الأولى في اجندة صحيفة الخبر هي موضوع الأوضاع السياسية الراهنة بنسبة 71.83%، وموضوع برامج السكن "عدل" وموضوع مستقبل المؤسسات الاقتصادية بنفس النسبة قدرت ب 12.67%، في حين أن القضايا التي احتلت المراتب الأولى في أجندة الجمهور هي موضوع عجز المالية ب 44%، وموضوع الأوضاع الاقتصادية وموضوع قانون المالية بنفس النسبة قدرت ب 43%.

أما المواضيع التي احتلت المراتب الوسطى في أجندة الصحيفة نجد موضوع عجز المالية ووضع الخزينة الجزائرية بنسبة 2.11%، وموضوع قانون المالية بنسبة 0.70%، أما أجندة الجمهور فقد احتل مضوع مستقبل المؤسسات الاقتصادية المرتبة الوسطى بنسبة 44% .

وتتمثل أوجه الاتفاق واوجه الاختلاف بين الاجندتين نحو القضايا الاقتصادية فيما يلي:

- **أوجه الاتفاق:**

- نرى أن الأجندتين لم تتوافق بشكل مطابق في ترتيبها للقضايا الاقتصادية الا أن هناك تقارب كبير في ترتيبها **"لقضية الأوضاع الاقتصادية الراهنة"** التي شغلت المرتبة الأولى لدى الصحيفة والمرتبة الثانية لدى الجمهور، وكذلك **"قضية مستقبل المؤسسات الاقتصادية"** التي احتلت المرتبة الثانية في اجندة الصحيفة والثالثة في اجندة جمهورها، ونرى أن كلتا القضيتين لهما أثر على حياة الفرد بالإضافة الى ارتباطهما الوثيق بالظروف السياسية والاجتماعية التي كانت تعيشها الجزائر في تلك الفترة خاصة انها كانت مهددة في الدخول في ازمة كبيرة في جميع المجالات.

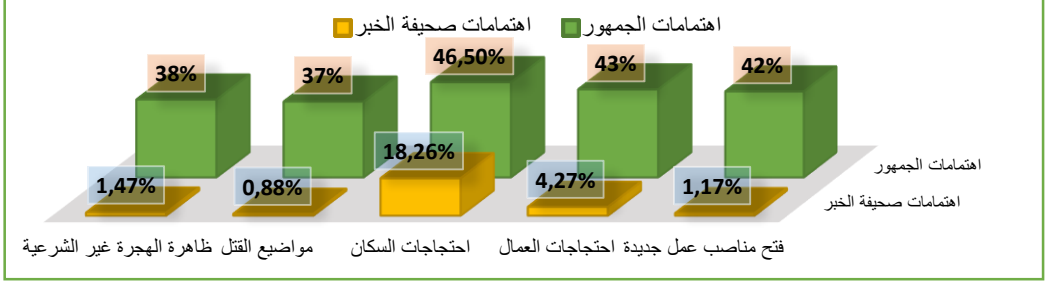
- **أوجه الاختلاف:**

- اختلفت الاجندتين في ترتيب "**قضية قانون المالية**" التي احتلت المرتبة الثانية لدى الجمهور، في حين انها احتلت المرتبة الرابعة في اجندة الصحيفة، كذلك "**قضية برامج سكن عدل**" التي اهتمت بها الصحيفة بشكل كبير أما بالنسبة لأجندة الجمهور فقد احتلت المرتبة الثامنة فهي لم تكن من أولوياته الا هذا لا يمنع من مدى أهميتها في حياة الفرد، فكما هو معروف أن العديد من المواطنون يعانون من مشكلة السكن.
- كذلك "**قضية عجز الخزينة الجزائرية**" التي احتلت المرتبة الأولى في اهتمامات الجمهور وهذا راجع الى ان هذه القضية لديها مخلفات على الفرد الجزائري حيث فرضت الدولة الزيادة في نسبة الضرائب لسد احتياجات الدولة وعدم الدخول في ازمة اقتصادية مما يؤثر على المخول الفردي للفرد، أما بالنسبة للصحيفة فقد احتلت هذه القضية المرتبة الثالثة وهنا نرى ان هناك تباين واضح بين اهتمامات الاجندتين فيما يخص القضايا الاقتصادية.

الجدول رقم (62) يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الاجتماعية

القضايا الاجتماعية		اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور حسب الدراسة الميدانية		الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		التكرار	النسبة		التكرار	النسبة			
ظاهرة الهجرة غير الشرعية		10	%1.47	03	76	%38	04	2.23	1.115
مواضيع القتل		06	%0.88	05	74	%37	05	2.22	1.158
الاحتجاجات الاجتماعية	احتجاجات السكان	124	%18.26	01	93	%46.5	01	2.06	1.05
	احتجاجات العمال	29	%4.27	02	86	%43	02	2.17	1.077
فتح مناصب عمل جديدة في 2020		08	%1.17	04	85	%42	03	1.97	1.131

شكل رقم 64 يوضح اولويات صحيفة الخبر وجمهورها نحو القضايا الاجتماعية



يتضـــح من خلال الجدول أعلاه يبين لنا أن المواضـــيع الاجتماعية التي احتلت المراتب الأولى في أجندة صحيفة الخبر تمثلت في موضوع احتجاجات السكان بنسبة 18.26%، وقد تصدر هذا الموضوع أجندة الجمهور كذلك بنسبة 46.5%، يليه موضوع احتجاجات العمال بنسبة 43%، ثم موضوع فتح مناصب عمل جديدة بنسبة 42%.

في حين أن المواضيع التي احتلت المراتب الوسطى في أجندة صحيفة الخبر نجد موضوع احتجاجات العمال بنسبة 4.27%، وموضوع فتح مناصب عمل جديدة بنسبة 1.17%، وموضوع ظاهرة الهجرة غير الشرعية بنسبة 1.47، كما احتل هذا الموضوع المراتب الوسطى في اجندة الجمهور وقدرت نسبته ب 38 %، كما أوضحت في الدراسة الميدانية، وكذلك القتل والنهب بنسبة 37% .

- **أوجه الاتفاق:**

- اتفقت الاجندتين في ترتيب "**قضـــية احتجاجات الســـكان**" حيث احتلت المرتبة الأولى وقضـــية "**احتجاجات العمال**" التي احتلت المرتبة الثانية وهذا ما يدل على ان صـــحيفة الدراســـة اخذت بعين الاعتبار اهتمامات وتفضيلات وانشغالات الجمهور.

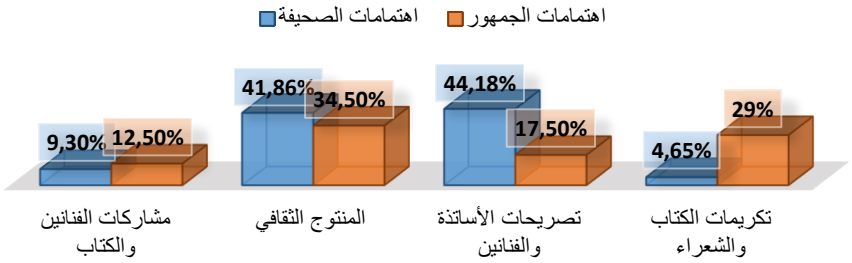
- **أوجه الاختلاف:**

- اختلفت الاجندتين فيما يخص القضـايا الاجتماعية، حيث شـغلت "**قضـية ظاهرة الهجرة غير الشـرعية**" المرتبة الثالثة لدى الصـحيفة والرابعة لدى جمهورها، وكذلك قضـية "**فتح مناصـب جديدة للعمل**" احتلت المرتبة الرابعة لدى الصـحيفة والثالثة لدى جمهورها، وهذا التباين لا يعتبر اختلاف كبير بين الاجندتين لان هناك تقارب كبير بين الترتيبين لهذا نرى بان أولويات صـــحيفة الخبر متوافقة بشـــكل كبير مع أولويات جمهورها فيما يخص القضايا الاجتماعية.

الجدول رقم (63) يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها للقضايا الثقافية

القضايا الثقافية	اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور حسب الدراسة الميدانية		الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة		التكرار	النسبة			
مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية	04	%9.30	03	25	%12.5	04	3.26	1.361
المنتوج الثقافي الجزائري الجديد	18	%41.86	02	69	%34.5	01	2.96	1.232
تصريحات الأساتذة والفنانين	19	%44.18	01	35	%17.5	03	2.95	1.340
تكريمات الكتاب والشعراء	02	%4.65	04	58	%29	02	2.86	1.326

الشكل رقم 65 أولويات صحيفة الخبر وجمهورها نحو القضايا الثقافية



تصدر موضوع المنتوج الثقافي كلا الاجندتين بنسب لا باس بها قدرت نسبته في أجندة الصحيفة ب 41.86%، وفي اجندة الجمهور ب 34.5 %، حسب ما توصلت اليه الدراسة الميدانية، كما حضي موضوع تصريحات الفنانين والأساتذة بدرجة اهتمام عالية من طرف صحيفة الدراسة قدرت نسبته ب 44.18 %، في حين أنه لم يحظى باهتمام عالي من قبل الجمهور وقدرت نسبته ب 17.5%.

كما حظي موضوع تكريمات الكتاب والشعراء بدرجة من اهتمام الجمهور وقدرت نسبته ب 29%، في حين ان هذا الموضوع لم تهتم به صحيفة الدراسة بشكل كبير تذيل قائمة المواضيع الثقافية وقدرت نسبته ب 4.65%، أما موضوع مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية فلم يعتبر من المواضيع المثيرة والمهمة في الأجندتين وقدرت نسبته الاهتمام به ب 9.30% في أجندة الصحيفة، و12.5 %في أجندة الجمهور.

ونلاحظ من خلال ما سبق ان المواضيع الثقافية ليس لها قدرا من الاهتمام بالمقارنة مع القضايا العامة الأخرى في صحيفة الخبر رغم تخصيص صفحات لها، إلا أن نسبة معالجة هذه القضايا ضئيلة نوعا ما، كما أن الجمهور ليس له اهتمام كبير بها خاصة في تلك الفترة التي كان يعيشها وهذا ما يبرر **تباين** في الأجندتين.

حيث لا توجد أوجه تشابه أو توافق أو تطابق بين أولويات الجمهور والصحيفة نحو القضايا الثقافية، هناك اختلاف متقارب في ترتيب **"قضية المنتوج الثقافي الجزائري"** حيث احتلت المرتبة الأولى بالنسبة للجمهور والثانية بالنسبة لصحيفة، و**"قضية مشاركة الفنانين في المنابر الثقافية"** التي احتلت المرتبة الثالثة لدى الصحيفة والرابعة لدى جمهورها.

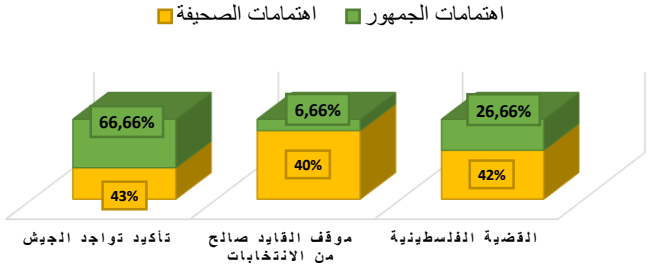
- **أوجه الاختلاف:**

– نجد ان **"قضية تصريحات الأساتذة"** قد احتلت المرتبة الأولى لدى الصحيفة في حين انها احتلت المرتبة الثالثة لدى جمهورها و**"قضية تكريمات للكتاب"** التي احتلت المرتبة الرابعة لدى الصحيفة والثانية لدى الجمهور، ونرى ان هناك اختلاف وتباين اخر بين الاجندتين في القضايا الثقافية الى جانب القضايا السياسية.

الجدول رقم (64) يوضح ترتيب كل من جريدة الخبر وجمهورها لقضايا الامن الجيش

قضايا الأمن والجيش والقضية الفلسطينية	اهتمامات صحيفة الخبر		الرتبة	اهتمامات الجمهور حسب الدراسة الميدانية		الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة		التكرار	النسبة			
تأكيد تواجد الجيش	10	%66.66	01	86	%43	01	2.23	1.087
موقف القايد صالح من الانتخابات	01	%6.66	03	80	%40	03	2.15	1.152
القضية الفلسطينية	04	%26.66	02	84	%42	02	1.96	1.062

شكل رقم 66 يوضح اولويات صحيفة الخبر وجمهورها نحو قضايا الامن والجيش والقضية الفلسطينية



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن المواضيع الخاصة بالأمن والجيش والقضية الفلسطينية التي تصدرت أجندة صحيفة الخبر هي موضوع تأكيد تواجد الجيش بنسبة قدرت 66.66%، وموضوع القضية الفلسطينية بنسبة قدرت ب 26.66%، في حين أن أجندة الجمهور قد تصدرت موضوع تأكيد تواجد الجيش بنسبة 43%، وتساوت هذه النسبة مع موضوع واقع تفعيل مادة 102 ومادتي 07 و08، ويليهما موضوع القضية الفلسطينية، وموضوع موقف القايد صالح من الانتخابات، اللذان حظيا بنفس درجة الاهتمام من طرف الأجندتين وهذا ما هو موضح أعلاه.

أما المرتبة الأخيرة في أجندة الصحيفة فقد كانت من نصيب موضوع رأي القايد بالنظام الجديد وموضوع واقع تفعيل مادة 102 ومادتي 07و08، وموضوع موقف الجيش من الحراك والشعارات الرافضة له وقد نالت هذه المواضيع نسبة معدومة من طرف صحيفة الخبر في تلك الفترة، في حين أن هذه القضايا قد تباينت نسبتها في أجندة الجمهور من 36% الى 31%.

ونرى أن أجندة صحيفة الخبر وجمهورها قد **اتفقا** إلى حد ما في هذا النوع من القضايا مقارنة مع القضايا السابقة وهذا راجع الى الدور الفعال التي قامت به المؤسسة العسكرية في تلك الفترة، حيث كانت هي المتحكم الأول في الأوضاع السياسية والاجتماعية، وهي السلطة الوحيدة التي تحاول معالجة الازمة التي كانت تعاني منها الجزائر في تلك الفترة، كما أنها هي التي حاولت فتح الحوار مع الحراك الشعبي للوصول الى الحل الأمثل فقد تصدرت أخبارها جل وسائل الاعلام، وهذا ما دفع إلى زيادة الاهتمام من طرف الأجندتين كذلك من أجل إيصال وتثبيت فكرة أن الجيش دائما صامدا وهو القوة التي لا تهزم في البلاد.

من خلال ما سبق نستنتج أن كل من أجندة صحيفة الخبر وجمهورها، **يؤثرا ويتأثرا** ببعضهما البعض في تحديد وترتيب القضايا العامة، حيث أنهما في معظم الأحيان يتفقان في صدارة المواضيع المختلفة ويكون الاختلاف في الرتب الوسطى لقائمة القضايا، كما أن طبيعة الأحداث والمواقف التي تعيشها البلاد تتحكم بشكل كبير في ترتيب أولويات وسائل الاعلام وجماهيرها وهذا ما توصلنا اليه في هذه الدراسة حيث أن الظروف التي كانت تعيشها الجزائر قد أثرت في نوعية القضايا التي ركزت عليها صحيفة الخبر وكذلك في طريقة طرحها لها، كما أثر اتجاه المؤسسة العسكرية نحو هدف هذا الطرح، هذا ما يعزز فكرة أن أجندة الصحافة المكتوبة تتأثر بكثير من العوامل من بينها طبيعة القضية وتوقيتها والظروف التي تحيط بها إضافة إلى قادة الرأي المؤثرة في تكوين اهتمامات الجمهور.

رابعا: النتائج العامة للدراسة:

- **النتائج العامة لدراسة التحليلية**
- **النتائج العامة لدراسة الميدانية**
- **النتائج العامة للمقارنة بين أجندة صحيفة الخبر أولويات جمهورها**

نتطرق في هذه النقطة الى التعرف على اهتمامات وأولويات صحيفة "الخبر" نحو القضايا العامة التي طرحت في الفترة الممتدة ما بين 01 سبتمبر إلى 28 فيفري 2019م، وكيفية معالجتها لهذه القضايا واتجاهها نحوها وتتمثل أهم النتائج المتحصل عليها فيما يلي:

1- النتائج العامة لدراسة التحليلية:

- توصلت الدراسة إلى أن تمركز القضايا العامة في صحيفة "**الخبر**" كان في الصفحات الداخلية بنسبة 77.11%، حيث أن توزيع القضايا لم يكن بطريقة اعتباطية بل ترأست القضايا السياسية الصفحات الأولى ثم القضايا الاجتماعية أما القضايا الاقتصادية فقد خصصت لها صفحات تعالج فيها مختلف القضايا المطروحة والبارزة في هذه الفترة، وفي الأخير تأتي القضايا الثقافية التي حظيت بأقل نسبة من ناحية الطرح مقارنة مع المواضيع السابقة.
- ركزت صحيفة الدراسة على القضايا الاجتماعية بصورة واسعة وحرصت على معالجة جميع اهتمامات الشعب الجزائري وقضاياه، كما طرحت انشغالاتهم ومطالبهم فهي تعتبر الوسيط بين صحيفة الدراسة وجمهورها، كما أنها لم تهمل القضايا السياسية وركزت عليها كثاني مؤثر في القضايا العامة بعد القضايا الاجتماعية، ففي الغالب نجد ان القارئ يهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية بشكل كبير، فعندما يطرا تغييرا على النظام السياسي في البلاد سرعان ما تظهر نتائجه على الوضع الاجتماعي، وهذا ما توصلنا إليه في حراك 2019.
- نلاحظ ان صحيفة "**الخبر**" قد قدمت مساحة واسعة للقضايا الاجتماعية فرغم تخصيصها صفحات كاملة للقضايا الاقتصادية والثقافية إلا أنها عالجت القضايا الاجتماعية في جميع صفحات الجريدة ومن ضمنهم الصفحة الأخيرة، فصحيفة الخبر عملت على الإشارة إلى كافة القضايا التي تلفت انتباه الجمهور بجميع فئاته ومستوياته.
- من أهم المواضيع السياسية التي طرحتها الصحيفة في أجندتها هي الأوضاع السياسية الراهنة، والتي تطرقت فيها إلى قرارات الهيئات السياسة نحو الشأن السياسي، وكيفية تعاطي النظام مع الحراك، وايديولوجية الدولة نحو الظروف التي تعيشها الجزائر، كما أنها تابعت هذه القضايا بكل مستجداتها، ومن جهة أخرى اهتمت برأي الشعب نحو المرحلة الانتقالية وأهم تصريحات الشخصيات السياسية وتحليلهم لهذا الوضع، وتمسكت بمعالجتها لقضايا الحراك الشعبي حتى بعد انتخابات 2019، والمطالب التي يحملها

لكن ليس بنسبة كبيرة مقارنة مع بداياته، عكس القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة التي لم أي اهتمامات لهذه القضايا وخاصة بعد الانتخابات حيث تغيرت اجندتها بالكامل نحو القضايا السياسية.

- نلاحظ أن صحيفة "**الخبر**" قد ركزت في طرحها للقضايا الاقتصادية على الأوضاع الاقتصادية الراهنة التي عالجت فيها استلزام رقمنة القطاع التجاري واستخدام البطاقة الالكترونية في البريد، كما اهتمت بسكنات "عدل" وميزانيتها وكيفية تعامل الدولة نحو هذه البرامج في تسريع وتيرة تقدمها في عمليات البناء وتسليمها للمستفيدين، وقد لاحظت الباحثة أن معظم هذه القضايا قد كانت تحمل في طياتها اتجاه إيجابي لتهدئة الأوضاع في تلك الفترة، خاصة وان معظم مطالب الشعب الجزائري كانت تتحدث عن معاناة المعيشة وعدم توفير مرافق الحياة الجيدة.
- اهتمت صحيفة "**الخبر**" بالقضايا الاجتماعية الراهنة في البلاد بشكل واسع وشامل وخاصة الأوضاع الاجتماعية في البلاد، كما ركزت على احتجاجات السكان ومطالبهم لنظر فيها ومعالجتها من طرف الجهات المختصة، وطرحت ظاهرة الهجرة غير الشرعية ومدى تأثيرها في المجتمع الجزائري من خلال تزايدها الملحوظ خاصة في السنوات الأخيرة.
- كما اهتمت صحيفة الدراسة بالركن الثقافي في القضايا المطروحة، وقامت بدور الوسيط الذي ينقل كل ما هو جديد حول المواضيع الثقافية من منتوج ثقافي جديد وتصريحات الأساتذة تكريمات الكتاب والشعراء، فهي تعتبر من أبرز الوسائل التثقيفية.
- نلاحظ أن صحيفة "**الخبر**" اهتمت بالقضايا الخاصة بالأمن والجيش الجزائري بحكم ارتباطها الوثيق بالجانب السياسي خاصة في هذه الفترة، كما أنها لعبت دور كبير في تعزيز فكرة تأكيد تواجد الجيش وسلطته على البلاد ومكانته الرفيعة فيه، حيث قام رئيس الأركان القايد صالح بتولي مسار الأحداث بعد استقالة الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، وعمل على تهدئة الأوضاع والتحكم فيها والإشراف على تنظيم الانتخابات بعد المرحلة الانتقالية لبناء الجزائر الجديدة.
- من أهم المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة "**الخبر**" في طرحها للقضايا العامة المراسلون والصحفيون الملزمون بتقديم كل ما هو جديد حول القضايا الراهنة، كم أنها اعتمدت على خبراء ومختصون أساتذة في العلوم السياسية ووزراء سابقين في تحليلهم ومناقشتهم للوضع السياسي الراهن ومكانة الجزائر في تلك الفترة.

- اعتمدت صحيفة "**الخبر**" على هدف الاخبار باعتباره الوظيفة الأساسية والرئيسية للصحافة المكتوبة وبعدها لفت الانتباه خاصة للقضايا المثيرة في تلك الفترة.
- نلاحظ أن الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر يتمثل في المواطنون، حيث اهتمت بطرح القضايا المهمة في أجندته خاصة في فترة الدراسة، محاولة في طرحها قيادته نحو تقبل فكرة الانتخابات.
- استخدمت صحيفة "**الخبر**" أسلوب عرض الحقائق والمعلومات من خلال طرح القضايا وتحليلها وتفسيرها بكل مستجداتها، كما أنها قدمت الحجج والبراهين في طرحها باستخدام أسلوب تحديد الأسباب ونتائجها كما وضحت الدراسة.
- تمثل اتجاه صحيفة الدراسة نحو القضايا العامة التي طرحتها بالتأييد بنسبة 41.01%، حيث اعتمدت على مختلف الأساليب الإقناعية لإيصال أفكارها واتجاهاتها للقارئ الجزائري واقناعه بها.

2- النتائج العامة لدراسة الميدانية:

كما سعت الدراسة إلى التعرف على أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة المطروحة في جريدة الخبر، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- سجلت الدراسة الميدانية ان معظم المبحوثين كانوا ذكورا بنسبة 51.5%، وهذا راجع الى تركيبة المجتمع الجزائري وثقافته نحو الأدوار الحياتية بين المرأة والرجل، كما تعبر نسبة 70% على الفئة العمرية الغالبة في الدراسة وقد حظيت بها الفئة الأولى من 20-40 سنة، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فمعظم المبحوثين متحصلين على شهادة ليسانس جامعي ولديهم مناصب عمل، وهذا ما يدل على أن هناك نظرة حول ما تطرحه صحيفة الدراسة من مواضيع وقضايا.
- نرى أن نسبة متابعة جمهور الدراسة للقضايا المطروحة بصفة متقطعة كانت الأعلى، وهذا راجع إلى أن ظروفه اليومية لا تسمح له باقتناء الصحيفة يوميا كما أن لديه مصادر أخرى يتشبع منها بالأخبار والمعلومات التي تهمه، كالتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت المنافس الأول لصحافة المكتوبة.
- نكتشف من خلال هذه الدراسة إلى أن أكثر الأسباب التي تدفع القارئ لمتابعة صحيفة "**الخبر**" هي المصداقية خاصة أن هذا هو شعار التي تحمله الصحيفة منذ سنوات، كما أن المبحوثين يحملون خلفية

إيجابية لجريدة الخبر، وهذا راجع لنضالها المستمر نحو حق الجمهور في الحصول على المعلومة، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات.

- توصلت الدراسة إلى أن ردة فعل الجمهور عند الاطلاع الأول على الصحيفة هي متابعة القضايا التي تهمه وتثيره فقط بنسبة 62.5%، وهذا راجع إلى أن من خصائص جمهور صحيفة الخبر أنه جمهور مستثار أي منقاد، وبمعنى آخر يمكن لصحيفة "**الخبر**" أن تثير انتباهه وترتب أولوياته واهتماماته بالقضايا المطروحة.
- بينت الدراسة أن معظم المبحوثين بعد اطلاعهم على جريدة "**الخبر**" يلجؤون إلى وسائل إعلام أخرى لتحري حول القضايا التي أثارتهم ولفتت انتباههم، وهذا ما يؤكد النتيجة السابقة ويعززها.
- كما كشفت الدراسة على أن أكثر قضية تهم القارئ الجزائري هي القضية الفلسطينية، وبعدها تأتي القضايا السياسية، ويفسر هذا السلوك مدى ارتباط الشعب الجزائري بالقضية الفلسطينية رغم مختلف القضايا المطروحة في تلك الفترة.
- وتوصلت الدراسة على أن نسبة القراء الذين يرون أن ما تقدمه صحيفة "**الخبر**" كافي لحد ما لإشباع رغابتهم 69%، وهذا يدل على أن جمهور الصحيفة راضي لحد ما على ما تقدمه من مواضيع وأخبار وأحداث.
- يرى معظم المبحوثين أن المتحكم الأول والأخير في ترتيب القضايا المطروحة في صحيفة "**الخبر**" هي طبيعة الأحداث والقضايا التي تعيشها البلاد، وهذا ما يدل على أن جمهور الصحيفة يستبعدون وجود قادة رأي تسير ما يجب أن يطرح، وتلخص وجهة نظرهم ان صحيفة "**الخبر**" تعالج القضايا المطروحة والمثيرة للجدل والمستجدة في المجتمع الجزائري بكل مصداقية وتميز.
- تبين من خلال الدراسة أن السيمة الغالبة في المعالجة الإعلامية لصحيفة "**الخبر**" نحو القضايا العامة هي ميزة ارتباط الأخبار بما سبقتها من أحداث ومواقف، وهذا راجع إلى استخدام صحيفة "**الخبر**" أسلوب الترابط وتناسق مما جعل القارئ يهتم بما سوف يطرح حول القضايا المثارة، وبالتالي اكتسبت صحيفة الدراسة رضى القارئ نحو المعالجة والحفاظ على جمهورها في نفس الوقت.
- نفى معظم المبحوثين أن سبب متابعتهم لصحيفة الدراسة راجع إلى تصريحات الشخصيات السياسية ووجهات نظرهم، وهذا ما يدل على ان جمهور الصحيفة وفي للقضايا المطروحة ومستجداتها، إضافة إلى أن ثقة الجمهور نحو هذه الشخصيات كانت معدومة.

- اتضح من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة المبحوثين المهتمين بقضية المسيرات السلمية الشعبية ومستجداتها كانت عالية، وهذا ما يدل على أن الشعب الجزائري بكل فئاته قد ساهموا في الحفاظ على الصورة السلمية للحراك الشعبي.
- في حين أن موضوع المرحلة الانتقالية رغم رفضه من طرف الشعب الجزائري إلا أنه قد نال نسبة من الاهتمام لا باس بها قدرت ب38.5%، وهذا راجع على مدى أهمية هذه المرحلة في النظام السياسي للجزائر.
- كما أن اهتمام المبحوثين بتصريحات السياسيين حول الوضع السياسي الراهن وما تعيشه الجزائر جراء الحراك الشعبي كان عالي جدا، وهذا راجع إلى محاولة الجمهور لمعرفة آراء النخبة السياسية حول ما تمر به الجزائر.
- يتبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة اهتمام القراء بورود فعل النخبة والفئة المتعلمة في المجتمع الجزائري نحو الحراك الشعبي كانت عالية قدرت ب43%، وهذا راجع إلى أن تطلع القارئ الجزائري لمختلف الآراء والاتجاهات والقراءات التي ناقشها هؤلاء الأساتذة والحلول التي طرحوها.
- اتضح من خلال الدراسة الميدانية أن إهتمام المبحوثين بقضية تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد قد نالت قدر عالي وقدرت نسبتها ب43%، وهذا راجع إلى إصرار الجيش على عدم المساس بمكانته الى إصرار الجيش على عدم المساس بمكانته في الدولة، وذلك من خلال خطابات رئيس الأركان قايد صالح نحو هذا الشأن وتأكيده بأن المؤسسة العسكرية لا تخضع لمطالب الحراك الشعبي بل عملها الأساسي هو الحفاظ على أمن البلاد وبلوغ المرحلة الانتقالية بأحسن حال دون اللجوء إلى القمع.
- توصلت الدراسة الميدانية إلى أن نسبة إهتمام القراء بقضية انتخابات ديسمبر 2019 كانت عالية قدرت ب37%، وهذا ما يدل على عدم تقبل هذه القضية في الشارع الجزائري خصوصا أن المترشحون هم وجوه معروفة في النظام السابق.
- كما تبين من خلال الدراسة أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية اعتقالات مناضلي الحراك الشعبي قدرت ب37.5%، وقد نالت هذه القضية ضجة كبيرة داخل صفوف الحراك الشعبي والمطالبة بإطلاق صراحهم، أما من وجهة نظر السلطة فهي الحل الأنسب لتخويف من يتجرأ على اللجوء إلى طرق غير سليمة للحد من انتخابات ديسمبر 2019 وإعطاء فرصة لرئيس الجديد.

- كما اتضح أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية محاكمة أفراد الفساد كانت عالية قدرت ب45.5%، وهذا راجع إلى السعي للتعرف حول تفاصيل الجرائم التي هؤلاء الأفراد كيفية تعامل القضاء معهم، إضافة إلى يجدها البعض أنها إثبات على أن النظام السياسي في الجزائر قد تغير للأفضل وهذه عينة من هذا التغيير.
- كما توصلت الدراسة إلى أن نسبة اهتمام القراء بقضية الحملات الانتخابية قدرت ب38.5%، حيث اختلفت الحملات الانتخابية عن سابقها عند اجراء هذه الانتخابات في الكثير من النقاط، مما أدى بروز اتجاهين حولها، هناك من يرى أنها انتخابات نزيهة مقاطعة للممارسات السابقة وأغلبهم كبار في السن، والاتجاه الثاني يرى أنها استمرارية للنظام السابق بوجه آخر وكان أغلبهم شباب.
- وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية القرارات الجديدة في النظام الجديد كانت عالية جذا وقدرت ب43%، وهذا ما يعزز النتيجة السابقة حول تطلع الشعب الجزائري لهذه التغيرات.
- كما توصلت الدراسة إلى أن نسبة اهتمام القراء بقضية إطلاق سراح مناضلي الحراك كانت عالية قدرت ب37.5%، وهذا ما يدل على تشبث الشعب الجزائري بمطالبه والدفاع عنها رغم بداية نظام سياسي جديد إلا أنه بقي متمسك بمطالبه خاصة أنه يرى بأن هؤلاء المناضلين أبرياء خرجوا لإبداء أصواتهم بصورة سلمية.
- وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة القراء المهتمين بالظروف السياسية الراهنة التي تعيشها البلاد قبل وبعد الانتخابات عالية قدرت ب46.6% ، حيث أن تغير الوضع السياسي مرتبط ارتباطا شديد بالمواضيع الاجتماعية، فأي تغيير على نظام السياسي يؤثر بطريقة غير مباشرة في الوضع الاجتماعي للبلاد.
- يتبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن درجة اهتمام المبحوثين بقضية تهريب العملة الجزائرية خارج البلاد كانت عالية، وهذا راجع إلى ربط هذه القضية بقضايا الفساد التي انفجرت في الأونة الأخيرة مما أعطاها نوعا من الاهتمام الزائد.
- توضح لنا الدراسة الميدانية أن نسبة اهتمام القراء بقضية قانون المالية قدرت ب43%، وهي نسبة لا بأس بها مقارنة مع نسب القضايا الأخرى، وهذا راجع إلى مدى ترابط المجال السياسي بالمجال الاقتصادي في البلاد خصوصا بعد تراجع انتاج البلاد النفطي.
- كما تبين من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة اهتمام القراء بقضية البرامج السكنية "عدل" قدرت ب38%، وهي نسبة عالية نظرا لمدى انتظار المستفيدين من هذه السكنات وحالاتهم الاجتماعية التي يعانون فيها.

- اتضح لنا من خلال الدراسة الميدانية أن نسبة اهتمام القراء بقضية عجز الخزينة عالية وهذا راجع إلى إهتمام الشعب الجزائري بالوضع الاقتصادي خاصة بعد دخول الجزائر في أزمة من خلال عدم توازن معدل الإنفاق بمعدل الإيرادات وذلك راجع إلى مخلفات النظام السابق الذي ساد فيه الفساد.
- كما توصلت الدراسة إلى أن إهتمام المبحوثين بقضية مستقبل المؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة كان عالي، لأن معظم المبحوثين عاملين في مؤسسات، والمعروف على هذه المؤسسات مدى ترابطها ببعضها البعض.
- تبين من خلال هذه الدراسة أن نسبة إهتمام القراء بقضية احتياجات سكان المناطق الريفية النائية كانت عالية، وهذا راجع إلى أن معظم القراء يرون أنه من واجب السلطة توفير مرافق الحياة لكل مواطن جزائري، خصوصا اننا نعيش في عصر التكنولوجيا فمن المحرج أن يكون هذا النوع من القضايا في وقتنا هذا والخيرات التي تتمتع بها الجزائر.
- توصلت الدراسة الميدانية إلى أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية اختطاف الأطفال قدرت ب46.5%، وتعتبر هذه الجرائم من أبشع الجرائم الدخيلة في المجتمع الجزائري التي أصبحت تؤرقه وتهدد كيانه، مما أدى إلى انتشار موجة من الخوف وسط الشارع الجزائري.
- كما تبين من هذه الدراسة أن نسبة إهتمام المبحوثين بقضية الهجرة غير الشرعية عالية جدا قدرت ب34%، وهذا راجع الى تفاقم هذه الظاهرة في لآونة الأخيرة حيث شملت مختلف فئات المجتمع حتى النساء والأطفال والشيوخ.
- وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة اهتمام قراء صحيفة "**الخبر**" بقضية القتل والنهب قدرت ب37% وهي أيضا من القضايا التي لقت متابعة كبيرة من طرف القراء.
- كما اتضح من خلال الدراسة أن نسبة اهتمام المبحوثين بقضية احتجاجات العمال قدرت ب43%، وهي نسبة عالية حيث كانت هذه القضية من المطالب البارزة في الحراك الشعبي ومن ضمنها توحيد أجور العمال، فقد نالت قدرا عاليا من الاهتمام بنسبة لصحيفة "**الخبر**" وجمهورها.
- وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة اهتمام المبحوثين بموضوع فتح مناصب عمل جديدة في عام 2020 قدرت ب40.8%، وهذا ما يدل على ترحيب الجمهور الجزائري وخاصة فئة الشباب لهذه القضية متأملين في تحقيقه ولا يبقى حبرا على ورق.

- كما تبين من خلال هذه الدراسة أن نسبة اهتمام قراء صحيفة "**الخبر**" بقضية مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية ضئيلة جدا، وهذا راجع إلى أن المجتمع الجزائري ليس لديه اهتمام بهذا النوع من القضايا الخاصة في هذه الفترة التي كانت تعيشها الجزائر.
- كما وضحت أن اتجاه المبحوثين حول قضية تصريحات الأساتذة والفنانين كان حيادي وهذا ما يؤكد أن صحيفة الدراسة لم تستطع لفت انتباه القارئ نحو هذا النوع من القضايا.
- وتبين من خلال هذه الدراسة أن اتجاه القراء نحو قضية تكريمات الكتاب والشعراء وقضية المنتوج الثقافي الجديد كان حيادي أيضا، وهذا ما يؤكد عزوف المبحوثين نحو القضايا الثقافية التي تطرحها صحيفة "**الخبر**".
- كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن اهتمام المبحوثين بالقضية الفلسطينية كان عالي جدا، وهذا ما يدل على مدى تمسك الشعب الجزائري بهذه القضية والدفاع عنها وانسابها للقضايا الجزائري.
- ويرى معظم المبحوثين أن سبب نشر صحيفة "**الخبر**" بعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من الصفحة يعود إلى لفت الانتباه حول القضايا واثارة الجمهور بها وتعتبر من أهم المواضيع في أجندة الصحيفة.
- كما اتضح لنا من خلال نتائج هذه الدراسة أن معظم المبحوثين يرون ان أسلوب معالجة صحيفة "**الخبر**" للقضايا العامة أسلوب متكامل ومتناسق مع الأحداث التي نمر بها وهذا ما يدل على أن صحيفة "**الخبر**" قد استطاعت السيطرة على معظم قرائها ولفت انتباههم واقناعهم من خلال طريقة معالجتها لمختلف القضايا وتلبية حاجاتهم واشباعها.
- وتوصلت هذه الدراسة أيضا إلى أن نسبة المبحوثين الذين يرون عكس ذلك قدرت ب42.5%، وهي النسبة الأقل التي لم تستطع صحيفة "**الخبر**" كسب ودهم والسيطرة على اتجاههم.
- وضحت هذه الدراسة أن أغلب المبحوثين عند تكرار قضية معينة في أعداد مختلفة من الصحيفة يثير فضولهم حولها لكن لا تغير من اتجاهاتهم وهذا يدل على انه من الممكن ان تغير صحيفة الدراسة اهتمامات القارئ لكن لا يمكنها ان تغير اتجاهه، فعند وضع الأجندة يستطيع أن يرتبها حسب اهتمامه بهذه القضية وليس حسب اتجاهه نحوها كمعارض أو مؤيد.

3- النتائج العامة لعلاقة أجندة صحيفة الخبر بأجندة الجمهور:

يمكن أن نناقش النتائج التي تحصلنا عليها في دراستنا هذه على مستوى تحليل المضمون لصحيفة "**الخبر**" وعلى مستوى الدراسة الميدانية لجمهورها، للكشف عن المؤثرات المسؤولة عن وضع الأجندة من خلال متغيرين أساسيين لعبا دورا مهما في ترتيب وتحديد القضايا المطروحة في جريدة "**الخبر**" في الفترة الممتدة ما بين 01 سبتمبر 2019 إلى 29 فيفري 2020 من وجهة نظر الباحثة:

نوع القضية: يتحكم نوع القضية بشكل كبير في وضع الأجندة بالنسبة لصحيفة "**الخبر**" وجمهورها على حد سواء، حيث توصلنا إلى أن هناك ثلاثة أنواع من القضايا العامة تتصدر اهتمامات كل من الصحيفة وجمهورها، وتتمثل هذه القضايا في القضايا السياسية والقضايا الاجتماعية والقضية الفلسطينية، فالقضايا السياسية بطبعها هي المحرك الأساسي لمختلف وسائل الإعلام والتي تتمثل في فتح باب النقاش بين الآراء المتباينة ورؤى المختلفة، بحيث أن القضايا الاجتماعية لها أهمية كبيرة في كلتا الأجندتين التي تحاول فيها الصحيفة أن تناقش الأوضاع الاجتماعية التي يعيشها جمهورها ومحاولة إيصال اهتماماته ومطالبه لسلطات الحاكمة.

فأجندة الصحيفة كانت مهتمة بشكل كبير بالقضايا الاجتماعية في هذه الفترة وهذا راجع إلى محاولتها لإرضاء جماهيرها من خلال مناقشة أبرز القضايا التي بعاني منها ولفت الانتباه حولها، ومن جهة أخرى محاولة تهدئة الوضع خصوصا مع اقتراب انتخابات ديسمبر 2019، فصحيفة "**الخبر**" كان هدفها واضح وجلي من خلال هذه الدراسة في طرحها للقضايا السياسية باتجاه إيجابي حول استقبال هذا الحدث، وايصال فكرة بناء الجزائر جديدة وإعطاء فرصة لنظام الجديد، أما بالنسبة لجمهور الصحيفة فهناك عدة عوامل تحكمت في أجندته في هذه الفترة ومن أهمها الاتصال الشخصي الذي كان له تأثير واضح حول اتجاهات الجمهور وآرائه نحو ما تقدمه صحيفة "**الخبر**" من قضايا، كذلك اعتماده على وسائل إعلام أخرى وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، التي كان لها تأثير كبير نحو اهتماماته وأولوياته.

ومن خلال هذا المتغير نستنتج أن الأجندتين اتفقا في نوع واحد من القضايا المطروحة وهي القضايا السياسية التي كانت من أبرز القضايا المسيرة في فترة الدراسة، أما القضايا الأخرى فقد سجلت الدراسة أن هناك تباين واضح بينهما وهذا راجع إلى الظروف التي كانت تعيشها الجزائر في تلك الفترة.

توقيت القضـــية: لعب توقيت طرح القضـــية دورا كبيرا في تحديد الأجندة ، حيث أن صـــحيفة "**الخبر**" لا تســـتطيع التحكم في الأحداث والأخبار وإنما هي متحكمة في توقيت ابراز قضـــية معينة ونوع الأســـاليب التي تســـتخدمها لجذب القارئ نحوها، وبالتالي فإن توقيت اختيار اثارة القضـــية عامل مهم خاصـــة في الظروف الغير اعتيادية كفترة الانتخابات التي كانت تعيشـــها الجزائر، فهذا الاختيار له تأثير بالغ على الجمهور لذلك اتضـــح لنا من خلال دراســـتنا أن اهتمامات الجمهور بالقضـــايا الاجتماعية والثقافية والاقتصـــادية لم يكن بارزا مقارنة مع القضـايا السـياسـية، فحسـن اختيار التوقيت لعرض أي قضـية يعد من أهم المتغيرات المسـؤولة والمؤثرة في أجندة الجمهور المســـتهدف، في حين أن عامل كثافة التغطية لصـــحيفة نحو قضـــايا معينة لم ينل اهتمام كبير من طرف الجمهور الجزائري، وهذا ما توصـلت إليه الدراسـة ومن أبرز الأمثلة على ذلك أن صـحيفة "**الخبر**" قد ركزت على المواضـيع الاجتماعية في هذه الفترة بشـكل كبير وهذا راجع لسـياسـتها القائمة على أن الصـحافة المكتوبة من واجباتها مناقشة المواضيع المتعلقة بالجمهور وهذا حق من حقوقه، لكنها لم تفلح في جذب انتباهه وتركيزه نحوها.

وبالتالي فإن التأثير على اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بسلوكه نحو القضايا البارزة يحتاج إلى أن تتولى صحيفة الدراســـة مزيدا من الاهتمام، ويجب أن يتم تناول مختلف ابعاد القضـــية من جميع جوانبها، فالتباين الموجود بين أجندة صـحيفة "**الخبر**" اجندة جمهورها يرجع إلى المتغيرات المؤثرة في وضـع الأجندة خاصـة الاتصـال الشـخصـي، ووسـائل الاعلام الأخرى، فالعلاقة بينهما ليسـت ميكانيكية ومباشـرة وفورية، فيمكننا اعتبار أن أجندة صـحيفة "**الخبر**" ليس إلا متغير من المتغيرات المؤثرة في تحديد أولويات الجمهور وتشـــكيل اتجاهاته واهتماماته نحو القضـــايا العامة المطروحة والعكس صحيح بالنسبة للصحيفة حيث أنهما يتوافقان في قضايا ويختلفان في أخرى فطبيعة التأثير راجعة لطبيعة الأحداث والظروف السائدة في تلك الفترة.

الخاتمة

يعد موضوع أولويات الصحافة الوطنية المكتوبة وجمهورها نحو القضايا العامة موضوع في غاية الأهمية والحساسية، حيث أثار اهتمام العديد من البحوث والدراسات الإعلامية نحو طبيعة العلاقة بين أجندة الصحافة المكتوبة وجمهورها ومدى التوافق بينهما. وقد انطلقت هذه الدراسة من نظرية ترتيب الأولويات حيث تعتبر إحدى النظريات التي اهتمت بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا التي تهم المجتمع. ويفترض أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، انما يختار القائمون بالاتصال بعض الموضوعات وفقا لطبيعتها ومحتواها ومدى أهميتها في تلك الفترة. وقد توصلت هذه الدراسات إلى أن هناك علاقة تأثير وتأثر بينهما من خلال مجموعة من العوامل المؤثرة التي تتحكم في مراحل وضع الأجندتين بشكل كبير.

حيث أن التغطية الصحيفة للقضايا بدرجات مختلفة من التركيز يؤدي بدوره مع مرور الوقت إلى إدراك الجمهور للقضايا ذاتها وفق مستويات مختلفة من الأهمية، وبمرور الوقت تصبح أجندة وسائل الإعلام متفقة بكيفية ما مع أجندة جمهورها وفي هذه الحالة تكون أجندة الصحيفة هي المؤثرة من خلال اختيار توقيت طرح القضية وكيفية معالجتها، وبالتالي تشكل رأي عام نحوها.

في حين أن الجمهور يستطيع أن يفرض أجندته في العديد من الحالات، من خلال رفضه لما يطرح من محتوى إعلامي واعتماده على وسائل إعلام أخرى ليستقي منها معلوماته، وهذا ما يؤدي إلى لجوء الصحافة المكتوبة إلى البحث عن تفضيلاتها واهتماماتها للفت انتباهها، وبالتالي يصبح المسؤول حول اختيارات الصحيفة للقضايا التي تطرحها، وهذا ما توصلت إليه دراستنا حول طبيعة هذه العلاقة، حيث توافقت أجندة الخبر اليومي مع جمهورها في بعض القضايا واختلفت في أخرى، كما أن التأثير كان متبادل بينهما، كما أن العوامل التي كانت مسؤولة حول وضع هذه الأجندة هي توقيت طرح القضايا الذي كان مرتبطا بحدث سياسي المتمثل في الانتخابات، وطبيعة القضايا المطروحة وكيفية معالجتها، بالإضافة إلى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الأخرى خاصة الالكترونية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

- **الموسوعات:**

1- محمد حمدان: **الموسوعة الصحفية العربية للثقافة والتربية للعلوم**، الجزء الرابع، تونس، 2006.

- **الكتب:**

2- إبراهيم حمادة بسيوني: **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، دط، عالم الكتب، القاهرة، 2008.

3- أحمد إبراهيم أحمد: **الإدارة المدرسية**، دط، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 2003.

4- أحمد بدر: **الراي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، دط، مكتبة غريب، القاهرة، 1977.

5- أحمد زكرياء: **نظريات الإعلام**، دط، المكتبة المصرية للنشر، 2009.

6- أديب محمد حضور: **دور الاعلام التربوي في مكافحة المخدرات –دراسة ميدانية–**، دط، دمشق، 1995.

7- أرمان وميشال ماتلار: **تاريخ نظريات الاتصال**، ترجمة نصر الدين لعياض وصادق رابح، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.

8- أية رور وليام ترجمة موسى الكيلاني: **الصحافة العربية الاعلام الاخباري وعجلة السياسة في الوطن العربي**، دط، مركز الكتاب الأردني، 1989، الأردن.

9- بسيوني إبراهيم حمادة: **دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والراي العام**، دط، عالم الكتب، القاهرة، 2008.

10- بسيوني إبراهيم حمادة: **دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي**، دط، مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.

11- جان غيتون، ترجمة أكرم ديري: **الفكر والحرب**، دط، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1980.

12- جيهان أحمد رشتي: **الأسس العلمية لنظريات الاعلام**، دط، دار الفكر، القاهرة، 1978.

13- حاتم الكعبي: **السلوك الجمعي**، دط، مطبعة الديوانية الحديثة، العراق، 1973.

14- حاتم محمد: **الراي العام وتأثره بالإعلام والدعاية**، دط، مكتبة سان، بيروت، 1973.

15- حامد أحمد رمضان: **الإدارة الاستراتيجية**، ط1، دار النهضة العربية، 1993.

16- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: **نظريات الاتصال**، دط، مركز بحوث الراي العام، القاهرة، 2007.

17- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.

18- حمدي مصطفى المعاز: **وظائف الإدارة**، دط، دار النهضة العربية، القاهرة، 1984.

19- خطاب محمد عبد المنعم: **عمليات اتخاذ القرار**، دط، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1998.

20- د. الشافعي أبو راس، **التنظيمات السياسية الشعبية**، دط، القاهرة، عالم الكتب 1974.

21- دينيس ماكويل، **الاعلام وتأثيراته**، دط، ترجمة عثمان عربي، دار الشبل، الرياض، 1992.

22- رضا هاني، عمار رامز: **الراي العام والاعلام والدعاية**، دط، مجد المؤسسة الجامعية لدراسات لنشر والتوزيع، بيروت، 2013.

23- رفيق سكري: **دراسة في الراي العام والاعلام والدعاية**، دط، مكتبة مؤمن قريش، لبنان، 1991.

24- سعد سلمان المشهداني: **الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الإتجاهات)**، دط، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2014.

25- سعيد إسماعيل صيني: **قواعد أساسية في البحث العلمي**، دط، د د ، المدينة المنورة، 1414.

26- سمير محمد حسين: **الاعلام والاتصال بالجماهير والراي العام**، دط، عالم الكتب، القاهرة، 1984.

27- سهير جاد، تقديم عبد العزيز شرف: **وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي**، دط، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 2003.

28- سهير حداد: **وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي**، دط، الهيئة العامة المصرية للكتاب، 2003.

29- سويم العزي: **السلوك السياسي في المجتمع العربي**، دط، دار الالفة، القاهرة، 1992.

30- شدوان علي شيبة: **الإعلان المدخل والنظرية**، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

31- صـادق الأسـود: **الراي العام، ظاهرة اجتماعية وقوة سـياسـية**، دط، دار الكتب لنشـر والتوزيع، العراق، 1991.

32- صادق الأسود: **علم الاجتماع السياسي أسسه وأبعاده**، دط، جامعة بغداد، العراق، 1990.

33- صالح خليل أبو أصبع: **الاتصال الجماهيري**، دط، دار الشروق للنشر، الأردن، 1999.

34- صبحي عسيلة: **الراي العام**، دط، نهضة مصر لطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007.

35- طعمية رشدي: **تحليل المحتوى في العلوم الإنسـانية: مفهومه، أسـسـه، استخداماته**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.

36- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: **الرأي العام والفضـــائيات دراســـة في ترتيب الأولويات**، دط، دار الفكر العربي لنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

37- عامر مصـباح: **الاقناع الاجتماعي، خلفية النظرية وآلياته العملية**، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

38- عمار بحوش: منهجية **البحث العلمي**، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2000.

39- غازي فيصل: **التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث**، دط، دار الحكمة، بغداد، 1993.

40- فاروق أبو زيد: مدخل **الى علم الصحافة**، دط، عالم الكتب، 1986، القاهرة.

41- فضـيل دليو: **مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسـانية والاجتماعية**، دط، دار هومة لنشـر والتوزيع، الجزائر، 2014.

42- فوزية عكاك: **دور القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية، كلية العلوم السياسية**، د د، دس.

43- كامل خورشيد: **مدخل الى الراي العام**، دط، دار الميسرة، عمان، 2013.

44- كمال درويش وآخرون: **الإدارة الرياضة الأسس والتطبيقات**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

45- كيرت دبليو، مورتينسين: **ذكاء الإقناع**، مكتبة جرير، السعودية، ط1، 2011.

46- مجاهد جمال: **الراي العام وقياســـه (الأســـس النظرية والمنهجية)**، دط، دار المعرفة الجامعية، الازاريطه، 2010.

47- محمد الحسن إحسان: **الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي**، دط، دار الطليعة لنشر والتوزيع، بيروت، 1996.

48- محمد سعيد إبراهيم: **الاعلام التنموي والتعددية الحزبية**، ج1، دط، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

49- محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2004.

50- محمد عبد الحميد: **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، دط، دار العالم للكتب، القاهرة، 1998.

51- محمد عبد القادر أحمد: **دور الاعلام في التنمية**، دط، دار الرشيد للنشر، بغداد، 1982.

52- محمد علم الدين: **اساسيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون**، دط، مكتبة العربي لنشر والتوزيع، 2009، القاهرة.

53- محمد عيسى عبد الله، موسى إبراهيم: **العلاقات الاقتصادية الدولية**، ط1، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، لبنان، 1998..

54- محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية، المجلد** 04، دط، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003.

55- محمود إبراقن، **قاموس موسوعي للإعلام والاتصال (فرنسي–عربي)**، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004.

56- محي الدين عبد الحليم: **الراي العام في الإسلام**، ط2، دار الفكر العربي، مصر، 1990.

57- مختار عبد القادر حاتم: **الراي العام وتأثيره الاعلام والدعاية**، دط، مكتبة لبنان، بيروت، 1983.

58- مصطفى يوسف كافي: **الراي العام ونظريات الاتصال**، دط، دار حامد لنشر والتوزيع، 2015.

59- ملفين ل–ديفلير، ساندور ابول روكيش: **وسائل الاعلام ونظريات التأثير**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.

60- منذر صالح جاسم الزبيدي: **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، دط، دار حامد لنشر والتوزيع، عمان، 2013.

61- منى محمد الهادي: **استراتيجيات صنع القرارات**، دط، دار النهضة، القاهرة، 1999.

62- نصير بوعلي وآخرون: **قراءات في النظرية الحتمية القيمية في الاعلام**، دط، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009.

63- هاني رضا، رامز محمد عمار: **الرأي العام والإعلام والدعاية**، دط، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان.

64- هيثم هادي الهيثي: **الرأي العام بين التحليل والتأثير**، دط، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014.

- **الرسائل الأكاديمية:**

65- إسماعيل صبري مقلد: **العلاقات السياسية الدولية دراسة نظرية الأصول والنظريات**، جامعة الكويت، 1981.

66- بن شيخ عيسى: **صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية –يومية "الخبر" نموذجا–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2006.

67- بن عيسى قواسم: **استخدام البرلمانيين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقق الحكم الراشد**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2013.

68- بن عيسى يمينة: **الصحافة الفنية الجزائرية–دراسة سوسيولوجية لثلاثة جرائد "مشوار الأسبوع–بانوراما–الشروق العربي"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2003.

69- بومعيزة السعيد: **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الإعلام جامعة الجزائر، 2005.

70- حافظ علي حافظ أبو عياش: **دور الصحافة المحلية المطبوعة في التحول الديمقراطي في الضفة الغربية جريدة القدس نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، 2008.

71- حياة علمي: **المعالجة الإعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية وميدانية**، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2019.

72- دينارامس محفوظ بيت زايد: **دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم العلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

73- ذهبية سيدهم: **الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لمضامين الصحية في جريدة – الخبر–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع، جامعة منتوري قسنطينة،2005.

74- ذوقان عبيدات وآخرون، **دلالة الصورة الفنية، دراسة تحليلية سميولوجية لمنمنمات محمد راسم،** مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2005، ص 48.

75- رحاب سليمان: **الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية مفهوم التنمية المتواصلة في مصر–دراسة مضمون والقائم بالاتصال والجمهور،** مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة القاهرة، مصر، 1998.

76- رقية بوسنان: **الفضائيات الإخبارية العربية والجمهور الجزائري دراسة في ترتيب الأولويات:** مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2013.

77- زهير بوسيالة: **الصحافة المكتوبة الديمقراطية في الجزائر " دراسة مسحية على عينة من قراء الصحف في الجزائر العاصمة في الفترة ما بين 15 مارس الى 05 أفريل،** مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2005.

78- زواوي الحاج سعد: **اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة–دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية ورقلة،** مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.

79- سعد بن سعدون: **الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي – دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي،** مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة السعودية، 2006.

80- عادل بن عبد القادر الكينيدي: **العوامل المؤثرة في ترتيب القضايا النسائية في الصحف السعودية،** مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، 1432.

81- عبد الله بن محمد الرفاعي: **العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو ثقافة الحوار في الإسلام،** جامعة الامام محمد بن سعود، دس.

82- عبد الله رابح سرير: **عملية صنع القرار تطبيقاته في الإدارة العامة بالجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، الجزائر، 2006.

83- عبد الله سليمان أبو رمان: **المعالجة الإعلامية للشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط،2011.

84- عدلات عبد المعطي الشيخ: **دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية "دراسة تحليلية وميدانية"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قسم صحافة وإعلام، جامعة غزة، 2015.

85- على قسايسية: **المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه دولة علوم الاعلام والاتصال، 2006.

86- فرحات مهدي: **دور الصحافة المكتوبة في تكوين الراي العام في الجزائر –جريدة الشروق اليومي نموذجا–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010.

87- فضلون أمال: **استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام–دراسة تحليلية–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة، دس.

88- فلاح سلامة حسن الصفدي: **استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة–دراسة ميدانية في محافظات غزة–**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.

89- قاز سيد أحمد: **الجريمة من خلال الصحافة المكتوبة داخل المجتمع الجزائري –يومية الخبر كنموذج للتحليل عن طريق ست أعداد متتالية**، جامعة بليدة، دس.

90- قزادري حياة: **الثقافة السياسية في الصحف اليومية وانعكاساتها على عملية التنمية السياسية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية مقارنة لعينة من صحيفتي الخبر والشعب في الفترة الممتدة من 1989 إلى 2009**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في غلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2015.

91- كمال قبيل: **فن تحرير الصحفي في الصحافة الحزبية، دراسة مقارنة للصحف الحزبية المصرية في الفترة 1977، 1987**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير الاعلام والدولة، ط1، بيروت.

92- لامية صابر: **الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة سطيف، 2009.

93- ليلى بولكعيبات، **صورة السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، دراسة مقارنة بين يوميتي الخبر والشروق**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير بقسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2009.

94- محمد برقان: **الخطاب الحجاجي في النص الصحفي**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009.

95- محمد فوزي شهاب الدين: **دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني**، معهد البحرين لتنمية السياسية.

96- نسرين محمد عبده حسونة: **نظريات الإعلام والاتصال: نظرية وضع الأجندة، نظرية الإطار الإعلامي**، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.

97- نوال وسار: **المعالجة الإعلامية للجريمة غير المنظمة في الصحافة المكتوبة الجزائرية الخاصة دراسة وصفية تحليلية لصحيفة "الخبر" اليومية الفترة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2010م**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.

98- يصرف حاج: **تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي –برنامج المصالح الوطنية كنموذج–** ، مذكره لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2007.

99- يوسف تمار: **نظرية agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال**، جامعة الجزائر، 2004.

- **المقالات:**

100- أحمد شنتي: **الجزائر والقضية الفلسطينية...صفحات من الجهاد المشترك**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد13، 2015.

101- اقلولي اولد رابح صافية: **جريمة اختطاف الأطفال وآلية مكافحتها في التشريع الجزائري**، المجلة النقدية، دس.

102- أمنة حمراني: **الأساليب الإقناعية في الإعلانات الاجتماعية والدينية عبر الفضائيات –ثورة معنوية نتاج ثورة في عالم السلوكيات والقيم الإيجابي**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد العاشر، دس.

103- بتول عبد العزيز رشدي وفاتن علي مراد: **المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية "دراسة تحليلية لجريدة المدى أنموذجا"**، مجلة كلية الآداب، العدد 99، 2011.

104- بن تامي رضا، قادة بن عبد الله نوال: **نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية –قراءة في دور نظرية التفاعلية الرمزية–**، مجلة منيرفا، مجلد04، العدد01، 2017.

105- بن عدة حاج محمد، عمارة كحلي: **أهمية المنتج الثقافي في تدعيم الصناعية الثقافية**، مجلة جماليات، العدد 04، 2017.

106- زهير بن دعاس، **قراءة في تطور الموازي وأساليب تمويله في الجزائر**، مجلة الآفاق العلمية، المجلد 11، العدد 02، 2019.

107- سامي محمود وآخرون: **أوبا والهجرة غير المنظمة في مصر بين المسؤولية والواجب**، مركز الأرض لحقوق الانسان، سلسلة حقوق اقتصادية واجتماعية، القاهرة، 2009.

108- سامية عواج: **الدور الثقافي للصحافة نموذج مقترح لركن ثقافي ناجح**، مجلة الاجتماعية، العدد 227، 2014.

109- سعد كاظم حسن: **آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية دراسة مسحية لآراء الجمهور في الصحف العراقية اليومية، للمدة 2007/02/1 لغاية 2007/4/30**، مجلة الباحث العلمي، العدد 6-7، 2009

110- سمير العابد: **ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع والطموحات**، مجلة الباحث، العدد 11، 2012.

111- صالح بن بوزة: **وسائل الاعلام في الجزائر من الثورة الى الاستقلال**، مجلة الثقافة، وزارة الثقافة، العدد 108، ماي-جوان 1995.

112- طارق ثابت: **قادة الراي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الاعلام الجديدة (شبكة الانترنت انموذجا)**، مجلة العميد، عدد خاص، وهران، 2013.

113- الطاهر سعود وعبد الحليم مهروباشة: **المدينة الجزائرية والحراك الاحتجاجي مقاربة سوسيولوجية**، مجلة دراسات عمران، العدد18، المجلد05، دب، 2016.

114- عائشة دويدي: **الحراك الشعبي في الجزائر بين الطرح والمعالجة (احتجاجات 2019)**، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 11، العدد01، 2020.

115- عبد الحليم موسى: **الأساليب الاقناعية في صحافة داعش الالكترونية –دراسة تحليلية لمجلة دابق الالكترونية في الفترة من يوليو 2014 الى يوليو 2017م**، المجلة الدولية لعلوم الاتصال، المجلد1، العدد 4.

116- عبد الكريم قلاتي: **إشكالية الصحافة المستقلة وحرية التعبير في الجزائر**، المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، العدد 09، ديسمبر 2017.

117- عبد الملك الدناني: **مقروؤية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، دس.

118- فراس حسين علوان: **دور القيادة الموقفية في مراحل إدارة الازمة (دراسة تحليلية لآراء عينة من متخذي القرارات في جامعة تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد–12، العدد 34، 2016.

119- فضيل دليو وآخرون: **الاتصال السياسي في الجزائر**، مخبر علم الاجتماع والتنمية، قسنطينة، 2010.

120- فوزية قاسي، عربي بومدين: **العلاقة بين الجيش والسلطة السياسية في الجزائر: بين حكم الواقع وتحديات نزع الطابع العسكري**، مجلة سياسات عربية، العدد 19، 2016.

121- قسمية منوبية، بركات نوال: **تناول الصحافة المكتوبة لظاهرة الفساد، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، العدد الأول، الوادي، 2013.

122- كهينة بركون: **دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخامس، 2016.

123- مبارك زودة، **دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تنامي ظاهرة الهجرة غير الشرعية لدى الشباب الجزائري**، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 10، عدد 4، 2018.

124- مجدي محمود شهاب وسوزي عدلي ناشد: **أسس العلاقات الاقتصادية الدولية**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006.

125- مجمد البشير بن طبة: **تحليل المحتوى في بحوث الاتصال – مقاربات في الإشكاليات والصعوبات–**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية –جامعة الشهيد حمة لخضر–، العدد 13ديسمبر 2015، الوادي.

126- محمد عبد الحميد: **المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الاعلام**، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، 1988.

127- المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات: **الجزائر 2019 من الحراك إلى الانتخابات**، سلسلة تقارير، قطر 2020.

128- هويدا عدلي، **قادة الراي، المفهوم والمنهج**، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد التاسع والعشرون، العدد الثاني، القاهرة، 1992.

- **المداخلات:**

129- أسامة محمد أبو نحل: **مستقبل القضية الفلسطينية في ظل المتغيرات الفلسطينية والعربية الراهنة**، ورقة مقدمة الى مؤتمر (فلسطين الى أين؟)، جامعة الأزهر، غزة، 2017.

130- كريم محمد حمزة: **تحليل مضمون الخطاب الاتصالي سوسيولوجيا فهم الآخر**، جامعة بغداد كلية الآداب، العراق.

131- محمد عدلان بن جيلان: **معالم محاضرات في مقياس تحليل مضمون السمعي –البصري**، جامعة وهران 1 كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، الجزائر، 2020.

132- ندية عبد النبي محمد القاضي: **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر " دراسة تحليلية وميدانية"**، بحث علمي مقدم إلى مؤتمر دولي الخامس عشر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مصر.

133- نور الدين بكيس: **بنية الحركة الاحتجاجية في الجزائر**، مداخلة في ندوة آفاق الحركة الاحتجاجية ومستقبل التحول الديمقراطي في الجزائري، الدوحة، 2019.

- **المواقع والمدونات الالكترونية:**

134- العيساوي نجم: العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال، مدونة **https://najmaleessawi.blogspot.com/**، 2019، 23/08/2020، 02:30.

135- على شمدين، مفهوم قادة الراي ودورهم، موقع الاتحاد، 2018/10/26، 16.18.

136- **www.wikibidia.org**, 06/10/2019, 23 :41.

137- **www.mawdoo3.com** ,07/10/2019 ,19 :03

138- **http://www.aljazeera.net,in** 08/10/2019, 18 :27

139- **Aljazeera.net/news**, 11-06-2020, 01 :28

140- **Shorouknews.com**, 17-07-2020,20 :00

141- **www. Ultrasawt.com** ,11/08/2020, 23.00

142- **www.alquds.co.uk**, 11/08/2020, 23.30 صحيفة الوطن العربي،

- **المراجع الأجنبية:**

143- Abbott Lawrence Lowell : la nature de l'opinion publique, extrait public opinion and Popular couvrement, traduite de l'anglais par Sandrine Lefranc, 2001, paris, p 42-43

144- Amani Channel, **Gatekeeping and Citizen Journalism: A Qualitative Examination of Participatory Newsgathering**, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts, University of South Florida, 2010.

145- Jeanpeythieu, **le financement de la construction de logement**, édition sirey, paris, France, 1991.

146- Jeau François Bouthillette : un étude des conceptions de l'opinion publique chez les chroniqueurs politiques et éditorialistes québécois, université de Montréal, 2009,p8.

147- Jessica Lynne Hughes, **analyzing policy issues in presidential speeches and the media**: **an agenda-setting study**, a thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master of Arts Degree in Journalism and Media Studies, University of Nevada, Las Vegas, 2009.

148- Loïc Blondeaux : les théories contemporaines de l'opinion publique : un retour aux classiques, université paris, centre de recherche politique de la sorbonne (crps), 2001, p13-14.

149- Nicole Napolitano, **Selling National Security**: **journalism**, **Political Actors**, **and The Marketing Of Counterterrorism policy**, A dissertation submitted to the graduate Faculty in Criminal justice in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy, University of New York, 2016.

150- Paul D. Wurster, **news media and presidential agendas in atwitter and how they relate to public priorities**, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, University of Oregon, 2014.

151- Ryan F, the wired world: **A primer on electronic eraser ch**, **Wikipedia**, **social networking sites**, **and web journalism**, In

Partial Fulfillment of Requirements For the Degree of Master of Arts, University of Nebraska,2010.

152- Wayne Scott Garcia, **politics**, **Journalism and Web 2.0 in the 2008 U.S. presidential Elections**, University of South Florida Scholar Commons, 2009.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة–

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية تخصص علوم الاعلام والاتصال

استمارة الاستبيان

بين أيديكم استمارة الاستبيان المعدة في إطار اعداد المذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص اعلام واتصال، بعنوان "الصحافة الوطنية المكتوبة وأولويات الجمهور نحو القضايا العامة" –دراسة تحليلية ميدانية –نرجو من سيادتكم إبداءٍ رأيكم والاجابة على الأسئلة الموجودة بها.

الباحثة: البار وفاء **اشراف الأستاذة الدكتورة: جفال سامية**

السنة الجامعية: 2019-2020

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: انثى ☐ ذكر ☐

السن: 25-40 ☐ 41-55 ☐ 5 فما فوق ☐

المستوى التعليمي: .....

المهنة: .....

المحور الثاني: أنماط وعادات قراءة الجمهور الجزائري لجريدة الخبر

1- ما هو مستوى متابعتك لجريدة الخبر؟

- دائما ☐
- أحيانا وحسب الظروف ☐
- في احداث معينة ☐

2- ماهي أسباب متابعتك لجريدة الخبر؟

- المصداقية في نشر الاخبار والاحداث ☐
- الجرأة في تناول قضايا مختلفة ☐
- التميز في طريقة التغطية ☐
- الاعتماد على مصادر محترفة ومتنوعة ☐
- الانية والسرعة في المعالجة ☐

3- عند اطلاعك الأول على جريدة الخبر هل؟

- تكتفي بعناوين الصفحة الأولى ☐
- تتابع جميع الاخبار والعناوين التي تطرحها الجريدة ☐
- تتابع فقط بعض القضايا التي تثير اهتماماتك ☐

4- بعد اطلاعك على جريدة الخبر هل تفضل؟

- فتح النقاش في القضايا البارزة مع الأهل والأصدقاء ☐
- اللجوء الى وسائل إعلام أخرى ☐

المحور الثالث: أولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة في جريدة الخبر

5- رتب أنواع القضايا التي تهتم بقراءتها في جريدة الخبر من وجهة نظرك من 1-6 حسب الاهمية:

- القضايا السياسية ☐
- القضايا الاجتماعية ☐
- القضايا الاقتصادية ☐
- القضايا الثقافية ☐
- قضايا الجيش والامن ☐
- القضية الفلسطينية ☐

6- هل ترى أن الاخبار والمعلومات والمواضيع الواردة والمعالجة من طرف جريدة الخبر كافية لاحتياجات القارئ؟

- كافية ☐
- كافية لحد ما ☐
- غير كافية تماما ☐

7- برأيك من يتحكم في تحديد وترتيب القضايا التي تركز عليها جريدة الخبر؟

- قادة الراي من مختلف المجالات ☐
- السياسة التحريرية للصحيفة ☐
- الجمهور المتابع لجريدة الخبر ☐
- طبيعة الاحداث والقضايا ☐

8- ماهي السمات الغالبة على النصوص الصحفية في جريدة الخبر بخصوص نشرها للقضايا العامة؟

- تركز على الجوانب الإنسانية لأطراف القضية ☐
- تستقطب جهة معينة وتحملها المسؤولية لقضية ما ☐
- تربط الخبر بما سبقه من أحداث ومواقف ☐
- كلها ☐

9- هل يعود سبب متابعتك للقضايا المطروحة في جريدة الخبر الى تصريحات بعض الشخصيات المعروفة؟

- نعم ☐
- لا ☐

المحور الرابع: اهتمامات الجمهور الجزائري نحو القضايا العامة من خلال جريدة الخبر

10- حدد درجة اهتماماتك حول المواضيع التالية:

الرقم	المواضيع		درجة	الاهتمام		
		مهتم بشكل كبير	مهتم	حياد	غير مهتم	غير مهتم اطلاقا
01	مواضيع المسيرات السلمية والاحتجاجات ضد النظام السابق					
02	المرحلة الانتقالية كحل أمثل للوضع السياسي الراهن					
03	تصريحات السياسيين حول القضايا السياسية الراهنة					
04	ردود فعل النخبة من محاميين وأساتذة وأطباء نحو الحراك السياسي					
05	تأكيد تواجد الجيش وحكمه للبلاد في الحاضر والمستقبل					
06	موضوع ترتيب انتخابات ديسمبر 2019					
07	حملة اعتقالات المتظاهرين في الحراك					
08	محاكمة أطراف الفساد بشكل علني					
09	الحملات الانتخابية والممارسات لقانون الانتخابات					
10	القرارات الجديدة في النظام الجديد					
11	موقف قايد صالح من رئاسيات 2019					
12	ظروف السياسية الراهنة في ظل النظام الجديد					
13	قانون المالية الجديد					
14	البرامج السكنية "عدل" التي تسير ببطء شديد					
15	عجز في المالية وتذبذب الخزينة الجزائرية					
16	مستقبل المؤسسات الاقتصادية والخاصة					
17	احتياجات سكان المناطق الريفية واستغاثتهم للماء والكهرباء					

18	ظاهرة اختطاف الأطفال					
19	ظاهرة الهجرة غير الشرعية					
20	مواضيع القتل والنهب					
21	احتجاجات العمال					
22	فتح مناصب عمل جديدة لعام 2020					
23	مشاركات الفنانين في المنابر الثقافية					
24	تصريحات الأساتذة والفنانين في الملتقيات الدولية					
25	تكريمات الكتاب وشعراء الجزائريين					
26	المنتوج الثقافي الجزائري الجديد					
27	القضية الفلسطينية					

المحور الرابع: انعكاسات تغطية جريدة الخبر للقضايا العامة على الجمهور من وجهة نظر المبحوثين

11- هل ترى ان نشر بعض القضايا في زوايا واضحة ومساحة كبيرة من صحيفة الخبر هدفه:

- لفت الانتباه ☐
- التوعية ☐
- الاثارة ☐

12- هل ترى أن أسلوب معالجة جريدة الخبر للقضايا العامة متكامل ومتناسق مع الاحداث التي نمر بها البلاد؟

- نعم ☐
- لا ☐

- في حالة الإجابة بلا: لأنها:

- تفتقد لمصداقية المصدر ☐
- تفتقر لدقة المعلومات ☐
- القضية منزوعة من سياقها ☐

13- هل تكرار القضية في اعداد مختلفة من جريدة الخبر؟

- يلفت انتباهك اليها ويجعلك مهتم بها ☐
- يثير فضولك حولها لكن لا يغير من اتجاهك نحوها ☐
- لا تهتم بها اطلاقا ويبقى رأيك حولها ثابت ☐

14- كيف تعبر عن رفضك لطريقة معالجة من طرف جريدة الخبر لبعض القضايا؟

- تمتنع عن قراءة هذه القضايا ☐
- مقاطعة قراءة الجريدة ☐
- قراءة الجريدة قراءة سطحية دون الاقتناع بمضامينها ☐

جامعة محمد خيضر _بسكرة_ كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: العلوم الإنسانية

الموضوع:

الصحافة الوطنية المكتوبة واولويات الجمهور نحو القضايا العامة

دراسة تحليلية وميدانية –جريدة الخبر انموذجا–

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إعلام واتصال.

بين أيديكم استمارة التحليل المضمون المعدة في إطار التحضير لأطروحة دكتوراه LMD تخصص إعلام واتصال، أرجو من سيادتكم إبداء ملاحظاتهم وتصويب الأخطاء الموجودة وبذلك إثراءها وتصويبها.

من إعداد الطالبة:

– البار وفاء

تحت اشراف الاستاذة الدكتورة:

–جفال سامية

السنة الجامعية: 2019-2020

دليل التعريفات الإجرائية:

هذا الدليل موضوعي أعد في إطار انجاز أطروحة دكتوراه الموسومة ب «**الصحافة الوطنية المكتوبة وأولويات الجمهور نحو القضايا العامة دراسة تحليلية وميدانية – جريدة الخبر انموذجا–**" وهي دراسة تهتم بأولويات القضايا العامة لصحيفة الخبر ومدى توافقها مع أولويات الجمهور ولمعرفة ذلك اعتمدنا على أداة تحليل المضمون كأداة بحثية رئيسية لتحليل التغطية الإعلامية لجريدة الخبر نحو القضايا العامة وتحديد أجندتها.

جاءت هذه الاستمارة لتقديم مجموع الفئات التحليلية التي سنعتمدها في تحليلنا وكذلك التعريفات الإجرائية لها، مع الإشارة إلى أنه قد تم الاعتماد على فئة المواضيع، فئة المصدر، فئة جغرافية الخبر أو القضية، فئة الفاعلين، فئة الجمهور المستهدف، وغيرها من الفئات، وقد اعتمدنا على في وحدات التحليل على وحدة الموضوع.

أرجو من السادة الأساتذة والدكاترة المحترمين:

- قراءة التعريفات الإجرائية المقترحة لدراسة والتي سندرج معها ملخص الإشكالية، وأهداف، أهمية الدراسة.
- وضع علامة **Z** أمام التعريفات التي ترون أنها مقبولة.
- إذا وجدتم ان أي تعريف لأي عنصر من عناصر الدليل غير مقبول فرجاء وضع علامة **0** أمام التعريف.
- في حالة وجود أي تعريف بحاجة الى تعديل ارجو وضع علامة **X**
- كما نرجو منكم التكرم بأي إضافات او اقتراحات ترون انها ضروري في أي نقطة من النقاط التي تحتويها الاستمارة.

انطلقت إشكالية هذه الدراسة من منبعين تمثلا في المحتوى الإعلامي الذي تقدمه الصحافة المكتوبة نحو القضايا العامة، والسلوك الإعلامي النابع عن زحمة المعلومات وتنوع مصادرها للقارئ الجزائري، فهاتان النقطتان قد حضيا باهتمام بعض الكتابات التي تكاد أن تكون منعدمة، وتكمن أهمية الدراسة هذه العلاقة في التعرف على نوعية التأثير الذي تمارسه الصحافة المكتوبة على جمهورها هذا من جهة ومن جهة أخرى البحث فيما يفعله جمهور الصحافة بها في إطار دراستنا البحثية سنحاول الوقوف على هذه العلاقة من خلال الإشكالية:

فيما تتمثل طبيعة العلاقة بين أولويات صحيفة الخبر اليومية وجمهورها نحو القضايا العامة؟

- **الاسئلة الفرعية:**

1- الأسئلة الفرعية الخاصة بالدراسة التحليلية:

1-1 أسئلة كيف قيل؟

- فيما يتمثل موقع القضايا العامة في صحيفة الخبر؟
- ما هي عدد المرات التي تكررت فيها القضايا العامة في جريدة الخبر؟
- ما هي المساحة التي شغلتها القضايا العامة من مساحة الاجمالية لجريدة الخبر؟

1-2 أسئلة ماذا قيل؟

- ما هي أهم الموضوعات التي طرحتها الصحافة الوطنية بشأن القضايا العامة؟
- ماهي أهم المصادر الصحفية المعتمدة من طرف جريدة الخبر؟
- ما هي الأهداف التي تسعى لها جريدة الخبر من خلال معالجتها لمختلف القضايا العامة؟
- من هو الجمهور المستهدف لصحيفة الخبر من خلال معالجتها للقضايا العامة؟
- فيما تتمثل الأساليب التي اتبعتها صحيفة الخبر في تقديمها للقضايا العامة؟
- ما نوع اتجاه معالجة مختلف القضايا في صحيفة الخبر؟

1- الاسئلة الفرعية الخاصة بالدراسة الميدانية:

- فيما تتمثل عادات وانماط قراء جريدة الخبر؟
- فيما تتمثل أولويات الجمهور الجزائري اتجاه القضايا العامة؟
- فيما تتمثل انعكاسات الجماهير الجزائرية اتجاه القضايا العامة المطروحة في جريدة الخبر من وجهة نظر المبحوثين؟

- **العينة والمدة الزمنية: نعتمد في دراستنا على العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب الدورة المتكررة أو ما يعرف بالأسبوع الصناعي في اختيار المادة التي ستخضع لتحليل القضايا العامة في صحيفة الخبر الوطنية، أما فيما يخص المدة الزمنية فقد حددت بين شهر سبتمبر 2019 وشهر فيفري 2020 وهذا تزامنا مع الانتخابات الرئاسية التي أجريت في 12 ديسمبر 2019، وما حدث في الجزائر من قبل الشعب الرافض للنظام السابق خصوصا عند الإعلان عن موعد الانتخابات.**

اما بالنسبة للعينة الميدانية فهي العينة قصدية، الموجهة الى كافة فئات المجتمع بصفة عامة بشرط ان تكون من قراء جريدة الخبر وقد حددت عددها 200 مفردة.

- **التعاريف الاجرائية:**

يقصد بالتعاريف الإجرائية تحويل المفهوم او الفكرة الى مفهوم اجرائي أو واقعي يمكن عده وقياسه بشكل عملي أثناء عملية تحليل مضمون الصحيفة.

- **القضايا العامة:** وتعني في هذه الدراسة مختلف المواضيع المطروحة والمعالجة من طرف جريدة الخبر والتي تنقسم الى قضايا سياسية وقضايا اقتصادية والاجتماعية والثقافية.

أولا فئات الشكل: وهي تلك الفئات التي تصف الشكل الذي ورد فيه المضمون، وتجيب عن سؤال كيف قيل؟

1- **فئة موقع القضية:** وهي فئة تهتم بموقع الموضوع محل التحليل، فالموقع له دلاله مقصودة في التحليل.

- **الصفحة الأولى:** وجود الموضوع محل التحليل في الصفحة الأولى باعتبارها أول جزء يقرأ يعني إعطائه أهمية كبيرة واسبقية.
- **الصفحات الداخلية:** وجود الموضوع محل الدراسة في الصفحات الداخلية باعتبارها صفحات لا تتمتع بأسبقية القراءة من قبل القراء، يعني الموضوع لا يحظى بالأهمية الكبيرة.
- **الصفحة الأخيرة:** وجود الموضوع محل التحليل في الصفحة الأخيرة باعتبارها من الأجزاء التي تقرأ في الأول أيضا يعني إعطاء هذا الموضوع أهمية واسبقية.

2- **فئة التكرار:** ويقصد بهذه الفئة هي عدد المرات التي تكررت فيه القضية في جريدة الخبر والتي تبرز مدى أهميتها مقارنة بالقضايا الأخرى.

3- **فئة المساحة التي شغلتها القضايا:** وهي الفئة التي تسعى الى الوصول للمساحة التي شغلتها القضايا من المساحة الاجمالية للجريدة، حيث تقدر مساحة الصفحة الواحدة 141 سم أما المساحة الاجمالية فقدرت ب 3384 سم.

- **ثانيا فئات المضمون:** وهي الفئة التي تهتم بمضامين جريدة الخبر والتي تسعى للإجابة عن تساؤل ماذا قيل؟

1- فئة الموضوعات: ويقصد بها مجمل المواضيع البارزة في المحتوى المدروس والتي تضم أربعة تقسيمات، تتمثل في القضايا السياسية والقضايا الاقتصادية والقضايا الاجتماعية والقضايا الثقافية، ولكل تقسيم في هذه الفئة يحتوي على مجموعة من تتمثل في:

- **القضايا السياسية:** وهي مجموعة من المواضيع التي تهتم جريدة الخبر معالجتها في فترة معينة، والتي تسعى الى تقديم المعلومات والمعارف حول الأوضاع السياسية التي تعيشها الجزائر، وهذه القضايا تشمل مجموعة من المفاهيم تتمثل في:

أ- **الحراك السياسي الشعبي:** وهو عبارة عن احتجاجات ومظاهرات جاءت لتعبر عن مطالب الشعب الجزائري نحو النظام الحاكم، ومن اهم مطالبها هو تغيير النظام وقد انطلقت منذ فيفري 2018 وهي متواصلة الى يومنا هذا وتضم المفاهيم التالية:

- **المسيرات السلمية:** وهي مجموعة من الاحتجاجات الشعبية التي جمعت بين مختلف فئات المجتمع الجزائري وتميزت بالسلم دون اللجوء الى القوة والفوضى.
- **ردود فعل النخبة تجاه الحراك:** وهي اتجاهات الفئة المثقفة في المجتمع الجزائري نحو الحراك الشعبي.
- **حملة اعتقال المناضلين في الحراك:** وهي رد فعل السلطة عند اقتراب الانتخابات للحد من قوة المعارضة والتأكد من سيرورتها بشكل عادي وفي ظروف هادئة.

ب- **الوضع السياسي الراهن:** وهو الظروف السياسية التي تعيشها الجزائر بعد انطلاق الحراك السياسي وما نتجه عنه من تغييرات على الساحة السياسية وتضم:

- **تصريحات السياسيين:** وهي مجموعة الآراء التي قدمها السياسيين حول الظروف السياسية التي تعيشها الجزائر والحلول المقترحة التي يمكن ان نتبناها.
- **انتخابات 2019:** وهي الانتخابات التي أجريت يوم 12 ديسمبر 2019 في الجزائر لاختيار رئيس جديد يحكم نظام جديد.
- **المرحلة الانتقالية:** وهي المرحلة التي يتم فيها تغيير النظام القديم بنظام جديد ويسمى رئيسها برئيس دولة ويتم فيها التحضير الى انتخابات جديدة وتغيير جذري لنظام.

- **محاكمة أطراف الفساد بشكل علني:** وهي الجلسات القضائية التي قامت بها الدولة ضد رموز الفساد في النظام السابق والتي اذيعت في التلفاز وامام الشعب باسره.
- **الحملة الانتخابية وممارستها لقانون الانتخابات:** وهي الحملات التي شرع في تحضيرها المترشحون لرئاسيات والتي مارس فيها العديد من الأساليب لجذب الشعب إليهم.
- **القرارات الجديدة في النظام الجديد من قبل الرئيس تبون:** وهي مجموعة القرارات التي قام بها الرئيس تبون في العديد من الميادين لإثبات احقيته في منصب الرئيس.
- **ظروف السياسية الراهنة في النظام الجديد:** وهي الظروف التي تعيشها الجزائر بعد انتخابات الرئاسية من وجهة نظر جريدة الخبر.

- **القضايا الاقتصادية:** وهي مختلف المواضيع الاقتصادية التي تطرحها جريدة الخبر في فترة معينة والتي تسعى الى تزويد القارئ بمعلومات أكثر عن الوضع الاقتصادي في الجزائر، وهي تشمل مجموعة من المفاهيم تتمثل في:

- **قانون المالية:** وهو القانون المكمل لمشروع المالية 2018 والذي يتضمن تعديلات مختلفة لتسير المالية والايرادات والاستثمارات المالية الداخلية.
- **برامج السكنية "عدل":** وأطلقت هذه الصيغة من السكن المدعم المتمثل في البيع بالإيجار سنة 2001 من قبل السلطات العمومية من اجل تمكين المواطنين ذوي الدخل المحدود من اقتناء سكن، لكن هناك من قدم الملفات منذ عام 2001 ولم يتحصل على سكن الى يومنا هذا وذلك نتيجة لتذبذب وتيرة العمل في بناء هذه الشقق.
- **عجز في المالية ووضع الخزينة الجزائرية في تذبذب:** وهو وضع المالي للجزائر وضعف الخزينة في دفع الأجور للعمال مما أدى الى دخول الجزائر في ازمة.
- **مستقبل المؤسسات الاقتصادية في موقف صعب:** وهو نتيجة لتذبذب الوضع المالي في البلاد أدى الى تضرر المؤسسات الاقتصادية بشكل كبير.

- **القضايا الاجتماعية:** وهي مجموعة من المواضيع الاجتماعية التي تطرقت اليها جريدة الخبر والتي تعبر عن الأوضاع التي يعيشها الشعب الجزائري وتضم مجموعة من المفاهيم تتمثل في:

- **الأوضاع الاجتماعية الراهنة:** وهي الأحوال التي تسود المجتمع الجزائري وتضم العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة فيه، وتعبر عن نمط معيشتهم وحياتهم وتعليمهم.
- **ظاهرة اختطاف الأطفال:** وهي عملية سرقة الأطفال وانتزاع حريتهم من اجل اهداف متعددة معظمها يكون حول الحصول على مبالغ مالية وهي من الجرائم الدخيلة على المجتمع الجزائري.
- **ظاهرة الهجرة غير الشرعية:** وهي انتقال شخص او مجموعة من الناس خارج البلاد بطرق سرية وغير قانونية وهذه الظاهرة شهدت ارتفاع كبير جدا في الجزائر خاصة في الآونة الأخيرة.
- **مواضيع القتل:** وهي عبارة عن فعل اجرامي تم ارتكابه لأسباب ودوافع مختلفة من قبل شخص على شخص اخر بطرق متعددة
- **الاحتجاجات الاجتماعية:** وهي احتجاجات السكان عن مرافق الحياة من سكن تتوفر فيه الكهرباء والغاز وعمل ومواصلات وغيرها وهي تضم المفاهيم التالية:

أ- **احتجاجات سكان الريف:** وهي مظاهرات اجتماعية من قبل سكان الريف للمطالبة بالإصلاحات المطلوبة في مقر سكنهم.

ب- **احتجاجات العمال:** وهي مطالب العمال المتمثلة في دفع اجورهم وترقياتهم ومنهم من طرد من عمله ويريد استرجاعه.

- **فتح مناصب عمل جديدة في 2020:** وهي المناصب التي فتحت في مجموعة من المجالات والتي ستفتح في مجالات أخرى.
- **القضايا الثقافية:** وهي مجموعة من القضايا التي تهدف الى تنوير عقل القارئ في شتى المواضيع وتزويده بالمعارف والمعلومات.
- **مشاركات الفنانين والكتاب في المنابر الثقافية:** وهي المشاركات الجزائرية في المنابر الثقافية والتي تزيد من انتشار التراث الثقافي الجزائري في العالم.
- **المنتوج الثقافي الجزائري الجديد:** وهي كل الروايات الكتب الثقافية التي تم اصدرها حديثا.
- **تصريحات الفنانين والأساتذة:** وهي اراء الفنانين اتجاه مواضيع ثقافية تخص البلاد.

- **تكريمات الكتاب والشعراء:** وهي الإجازات المقدمة من طرف الدولة للكتاب والشعراء.
- **قضايا الجيش الوطني والامن:** وهي مجموعة من المواضيع التي تتعلق بالمؤسسة العسكرية وردود فعلها حول الأوضاع التي عاشتها الجزائر منذ انطلاق الحراك الشعبي، وهي تضم مجموعة من المفاهيم تتمثل في:
- **تأكيد تواجد الجيش حاضرا ومستقبلا:** وهي رد فعل المؤسسة العسكرية والقايد صالح حول الشعارات الرافضة له من قبل الشعب الجزائري.
- **موقف القايد صالح من انتخابات 2019:** وهي رد فعل رئيس الأركان وموقفه اتجاه الانتخابات من خلال التصريحات التي قام بها.
- **القضية الفلسطينية:** وهي الوضع الراهن في فلسطين.

2- فئة المصادر الصحفية: وهي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة في مضامينها التي تعالجها.

- **مراسل:** وهو مندوب من طرف الجريدة وهو المسؤول على الالمام بالمعلومات وتحري عنها.
- **مواطن:** من المجتمع الجزائري قد يكون لديه احتجاج او معلومات تفيد الجريدة حول قضية معينة.
- **مسؤولين حكوميين:** من نخبة المجتمع تكون لديهم آراء حول القضايا المطروحة
- **خبراء ومتخصصون:** يتمثلون في افراد متخصصين في مجالات معينة.

3- فئة الأهداف: ويقصد بها البحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون الوصول اليها وتنقسم هذه الفئة الى المؤشرات التالية:

- **التوعية:** وهنا تهدف التغطية الإعلامية الى إرشاد ونصح القارئ الجزائري توعيته حول قضية معينة
- **الاثارة:** وهنا تنتهج التغطية الإعلامية الى مجموعة من الطرق اما من خلال العناوين او الألوان والرموز بشكل مبالغ فيه.
- **لفت الانتباه:** وهنا باستخدام اللغة العامية في العناوين العريضة للفت انتباه القارئ.
- **الإخبار:** وهنا تهدف التغطية الإعلامية الى اخبار بزوايا القضية دون تحليل وتفسير أسبابها ونتائجها.

4- فئة الجمهور المستهدف: وهي الفئة التي تسعى الصحيفة الى تزويدها بالمعلومات والمعارف والاخبار ولفت انتباهها.

- **العمال:** وتضم هذه الفئة الأشخاص الملزمون بمناصب عمل حكومية.
- **المواطنون:** وتضم هذه الفئة مختلف الشعب الجزائري.
- **النخبة:** وهي الفئة المثقفة في المجتمع الجزائري والتي تضم محامون، سياسيون، أساتذة ...

5- فئة أساليب التغطية الإعلامية: وهي الفئة التي تعتمد على مجموعة من الأساليب لإقناع القارئ بالمحتوى المطروح وتوجيهه لرأي معين وتضم:

- **أسلوب عرض المعلومات:** وهو الأسلوب الذي يعتمد على سرد المعلومات دون اللجوء الى التفسير والتحليل.
- **أسلوب تحديد الأسباب وتحليلها:** وهو الأسلوب الذي يعتمد على التركيز على الأسباب وتفسيرها وتحليلها.
- **أسلوب عرض النتائج والاثار:** يعتمد على عرض النتائج واثارها
- **أسلوب وضع الحلول:** يعتمد على البحث عن الحلول.

6- فئة الاتجاه: ويقصد بها موقف الصحيفة من القضايا المطروحة.

- **اتجاه محايد:** وهو الاتجاه الحيادي لمختلف القضايا
- **اتجاه معارض:** وهو الاتجاه الغير موافق وبشدة عن قضية معينة.
- **اتجاه مؤيد:** وهو الاتجاه الموافق عن قضية معينة.

استمارة تحليل المضمون:

أولا : فئات الشكل						
تسلسل الأخبار	فئة موقع القضية			فئة التكرار	فئة المساحة	
	الصفحة الاولى	الصفحات الداخلية	الصفحة الاخيرة			
01						
02						
03						
04						
05						
06						
07						
08						
09						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						

ثانيا: فئات المضمون										
تسلسل الأخبار	القضايا السياسية									
	الحراك السياسي			الوضع السياسي الراهن						
	المسيرات والمطالب الشعبية	ردود فعل النخبة	حملة اعتقالات المناضلين	تصريحات السياسيين	انتخابات 2019	المرحلة الانتقالية	محاكمة أطراف الفساد	الحملة الانتخابية	القرارات الجديدة	الظروف السياسية الراهنة
01										
02										
03										
04										
05										
06										
07										
08										
09										
10										

11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
تسلسل الاخبار	القضايا الاقتصادية					القضايا الاجتماعية				
	الأوضاع الاقتصادية الراهنة	قانون المالية	برامج سكن "عدل"	عجز المالية الجزائرية	مستقبل المؤسسات الاقتصادية	الأوضاع الاجتماعية الراهنة	الدخول الاجتماعي	مواضيع القتل	احتجاجات	
									السكان	**العمال**
01										
02										
03										
04										
05										
06										
07										
08										
09										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
	اجتماعية		القضايا الثقافية							
	الهجرة الغير شرعية	فتح مناصب عمل	مشاركات الفنانين في المنابر	المنتوج الثقافي الجزائري	تصريحات الأساتذة والفنانين	تكريمات الكتاب والشعراء	أسلوب عرض الحقائق	أسلوب تحديد الاسباب	أسلوب عرض النتائج	**أسلوب وضع الحلول**
01										
02										
03										

04										
05										
06										
07										
08										
09										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										

تسلسل الاخبار	فئة اهداف التغطية				فئة الجمهور المستهدف		
	لفت الانتباه	التوعية	الاثارة	الاخبار	المواطن	النخبة	**العمال**
01							
02							
03							
04							
05							
06							
07							
08							
09							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							

تسلسل الاخبار	فئة المصادر			فئة الاتجاه		
	مراسل	مسؤولين حكوميين	خبراء متخصصون	موافق	محايد	**معارض**
01						
02						
03						
04						
05						
06						
07						
08						
09						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						

بعض النماذج من عينة الدراسة:

الوطن

الأمن يوقف 341 شخص والقضاء يدين 30 آخر بأحكام جنائية

65 شبكة "فيسبوكية" مختصة في تنظيم "الحرقة"

شرعت الفروع الأمنية التابعة للمصالح المختصة عبر 30 ولاية، مؤخرا، في إطار مخطط التصدي للشبكات الإلكترونية المروجة والداعمة لعمليات الاجتياز وتهريب البشر من الأراضي الجزائرية نحو أوروبا وذول العبور، 65 صفحة "فيسبوكية" وعائية يديرها أكثر من 30 شخصا وقيها أوقفت المصالح المختصة 341 شخص "منظم"، أحيلوا على القضاء وأدينوا بأحكام جنائية.

أحمد حمداني

بن صالح يقترح "تفعيلا وهميا" للمادة 7

النظام يريد حلاً سياسيا على المقاس !

مظاهرات عارمة تعود بها إلى أجواء الاستقلال

محاكمة "أسطورية" لنظام بوتفليقة ورموزه بالعاصمة

الملتظاهرون بصوت واحد: "الجزائر ليست سوريا يا أويحيى"

لم يُخلف العاصمون، أمس، في شوارع العاصمة وساحاتها، موعدهم مع التاريخ، فخرجوا بمئات الآلاف تعبيرا عن الغضب العارق الذي يعتمر صدورهم من العهدة خامسة، ولكن بطريقة احتفالية نادرة. وبدا أن الجزائريين، شيبا وشبابا، قد تحرروا تماما من كل القيود، صانعين مشاهد استثنائية، تعود بالذاكرة إلى أيام الاستقلال الوطني.

محمد سيدمو / مصطفى بسطامي

بمحيط ساحة أول ماي، كانت الحركة غير عادية في منتصف النهار، إذ ترى في وجوه المارة جيئة وذهابا، علامات الإصرار والقلق الذي يسبق حدثا يبدو في أهميتهم مصيريا لتتحرر الجزائر وتعود حقا إلى أبنائها، كما هي الشعارات التي كانت تحضر من بعض الشباب المتزوين هنا وهناك في أزقة المنطقة وحواريها، قبل النداء إلى صلاة الجمعة، كانت التعزيزات الأمنية في أوجها، أصحاب الشعبات الزرقاء ملتزمون المكوث في انتظار أي مواجهة، وباقي عناصر الشرطة بالزي المدني يرخون كل سفيرة وكبيرة، وأذانهم معلقة إلى هواتفهم للتواصل مع مسؤوليهم، القلق كان عارما عند عناصر الشرطة، ذلك أن المعلومات التي وصلتهم، وفق ما يقول مصدر أمني، تفيد بأن العاصمة ستعرف أكثر من مليون متظاهر، وهو لا سبيل بشري لا يمكن لأي قوة مواجهته.

بعد الفراغ من الصلاة في مسجد "الهدى" وباقي مساجد المنطقة، تدفق المتظاهرون إلى الساحة لكنهم وجدوا أمامهم التعبات الزرقاء الذين طوقوا المنطقة وأقاموا خطوطا عازلة لكل الطرقات المؤدية إليها، غير أن صمود الشرطة لم يُعمر طويلا، بعد أن شعشعت عليهم الجموع التي بدأت تحتشد لتشكل قوة لا يمكن مقاومتها، لم تمر إلا لحظات حتى أزاحت الشرطة نفسها عن الطريق، وتركت المتظاهرين يتواصلون مع أفرانهم على الطرف الآخر، وانطلق الكل في مسيرة غير مسبوقة، في شارع حسيبة بن بوعلي، رددت فيها شعارات "الجزائر ليست سوريا يا أويحيى"، في رد على الوزير الأول الذي حذر، تحت قبة البرلمان من أن تلقى الجزائر مصير هذا البلد، كان كم الغضب ضد أويحيى غير مسبوق، وانطلق البعض في هتافات تحمل سبابا له، كانت تقطعها من حين لآخر الشعارات التي استطرح بها هذا الحراك، وأبرزها "مكاش الخامسة يا بوتفليقة"، "هذا الشعب لا يريد بوتفليقة والسعيد"، في إشارة إلى شقيق الرئيس، ومستشاره الذي وصفه المعارضة بـ"الوصي غير الدستوري".

مقري، وعلي العسكري ومحمد حاج جيلاني، ولويزة حنون، وغير ذلك من الأسماء السياسية البارزة.

باب الواد الشهداء..

لم يختلف المشهد كثيرا في الضاحية الشمالية من العاصمة، حيث خرج المصلون بعد انتهاء أول خطبة جمعة في مسجد ساحة الشهداء واتجهوا نحو مدخل باب عمر، غير أن مصالح الأمن منعتهم من التقدم نحو الأعلى عبر إقامة سد من الأجوان والكاسحات، الأمر الذي سمح لباقي مصلي بلديات باب الوادي وبولوغين وحتى القرايس حميدو من الالتحاق بهم، وبعد قرابة ربع ساعة تمكنت جموع المحتجين من تجاوز السد الأمني، قبل أن يقابلهم سد آخر في ساحة بور سعيد، حيث أن مصالح الأمن اعتمدت مقاربة تقضي بوضع سد كل كيلومتر تقريبا، لتفرقة المحتجين من جهة وتعطيل تقدمهم، وهو ما تكرر في شارع علي بو منجل، حيث أطلقت مصالح الأمن القنابل المسيلة للدموع على المحتجين، خاصة بعدما تكاثر عددهم، فيما راح سكان العمارات المطلة على الشارع يلقون بقارورات الخل والماء وحتى العسير على المشاركين في المسيرة.

ولم يتوقف المحتجون، سواء خلال المسيرة أو حتى عند توقفهم عند السدود الأمنية، من الغناء وترديد عبارات وشعارات وحتى أناشيد وطنية، ومن بين الشعارات المرفوعة، تلك السياسية من مثل: "لا عهدة خامسة"، "الجزائر جمهورية وليست مملكة"، "الجزائر حرة ديمقراطية"، "الجزائر ليست سوريا يا أويحيى"، وحتى شعارات ذات طابع اجتماعي من مثل: "الحراقة رانى برحمهم"، كما رددوا النشيد الوطني.

وتمكنت الجموع من تجاوز السد الأمني في مدخل شارع العربي بن مهيدي، قبل أن تلتحق بالمحتجين القادمين من الضاحية الشرقية، وخاصة من ساحة أول ماي، وبلديات بلوزداد وبئر مراد رايس وحتى حسين داي، ونظرا لإقفال شارع الدكتور سعدان المؤدي إلى قصر الحكومة، سار المواطنون في المسيرة التي كانت

السكان يثورون لتغيير واقعهم التنموي ولا شيء تغير

خرج سكان قرية سيدي ڤيبات ببلدية مراد في تيبازة، إلى الشارع مجددا، لرفع انشغالاتهم التنموية ملحين على ضرورة التعجيل في معالجة الوضع المزري الذي ترسم معالمه الوجه المتخلف في جوانب عدة يتقدمها السكان، حالة الطريق الرئيسي والأزقة ورفع القمامة.

ب. سليم

● كان سكان قرية سيدي ڤيبات، الأسبوع الماضي، على موعد جديد مع الشارع، حيث سدوا الطريق على الملأ بسلة، عاملا آخر لمحيط السكان نتيجة الحصار المفروض عليهم من الأوحال شتاء والغبار صيفا، فيما انزلقت حوالب الطريق بعد أن تآكلت بفعل أن الطريق شهد أشغال ترميم في أعقاب تعبيد شبكة الصرف الصحي منذ 3 سنوات.

النفايات.. آليات لا تتذكر القرية سوى مرة في الأسبوع

تسجل مصالح النظافة ببلدية مراد عجزا متواصلا في التكفل بملف النفايات بهذه القرية، المغارقة يقول أبناء القرية إنها وليدة تحالف بين العجز والإهمال من جانب المنتخبين، ويتمثل غياب التهيئة الداخلية للأزقة وانعدام كلي للإنارة، عاملا آخر لمحيط السكان نتيجة الحصار المفروض عليهم من الأوحال شتاء والغبار صيفا، فيما انزلقت حوالب الطريق بعد أن تآكلت بفعل أن الطريق شهد أشغال ترميم في أعقاب تعبيد شبكة الصرف الصحي منذ 3 سنوات.

عائلات تنام وتصحو على مشكل السكن والعقار أزمة تخنق الأنفس

وأضيفت بطريقة، يقولون إنها مغشوشة، كما تسبب اجتياح أعمدة الأشجار والأحراش لغابة البلاعنية للطريق في شلهما، حيث يدفع السكان مشية ذلك مضطرين للسير بالقاوب، يحث هذا في غياب كلي لكنارة العمومية، كما أنها كان التحسين الحضري حيث تعرق الأحياء في البداية كما هو حال 16+24 مسكنا ريفيا المنجزة والتي تنتظر تهيئتها والإنارة العمومية.

كما جدد السكان المتضررون رفع مطلب إعادة النظر في مخاطر الكوابل الكهربائية العابرة فوق المنازل وتحديد، خاصة التلاميذ المتواجدة التي خصصت لنقل تلاميذ المتوسط والثانوي المتدربين بحوطو، ولم تعد تداولات السكان بضرورة الإسراع في إصلاح الوضع آنذاتا سابقة.

الخبر 14

اقتصاد

"اللوبيات" سخرتها لاستيراد حجارة صينية ودلاء فارغة وآلات "بيريمي"

أكثر من 138 مليار دولار لتجهيز مصانع ومؤسسات عاجزة

صرفت الحكومات المتعاقبة خلال فترة حكم الرئيس المنتهية ولايته، عبد العزيز بوتفليقة، مبالغ معتبرة، في إطار ميزانيات التجهيز المخصصة في قوانين المالية المختلفة، كان آخرها تلك المنفقة خلال العهدة الرابعة الممتدة من سنة 2014 إلى 2019، والتي تجاوزت قيمتها 16.502 مليار دينار، أي ما يعادل 138.8 مليار دولار.

سمية بوسفي

● أكد المشرفون على إنفاقها أنها ستوجه للنهوض بالصناعة الوطنية والإنتاج المحلي، إلا أن شيئا لم يتغير في الواقع، لتبقى مدا خيل قطاع الصناعة لا تمثل سوى 5 بالمائة من إجمالي الناتج المحلي الخام، فيما لا تزال الجزائر تستورد 70 بالمائة من احتياجات سكانها من الخارج، بفاتورة ثقيلة عجزت الوصفات الحكومية المختلفة عن تقليصها تحت عتبة الـ 40 مليار دولار.

وعلى عكس النتائج المخيبة المسجلة في قطاع الصناعة، أبدعت "كوبيات الاستيراد" في العهدات الأربع لعبد العزيز بوتفليقة، في استحداث طرق وحيل قانونية تستند على تشريعات وقوانين رسمية، مكنتهم من تهريب الملايير من العملة الصعبة الجزائرية، بما يتجاوز 50 مليون أورو تقوم الجمارك بإحصائها سنويا، فيما تفلت الملايير الأخرى المحوّلة بطريقة غير شرعية من رقابة الدولة، في ظل استمرار اعتماد القرض السندي الذي يسمح بتحويل الأموال إلى الخارج قبل دخول السلع والبضائع المستوردة إلى الموانئ الوطنية، أين يتم التخلي عنها من طرف أصحابها لانعدام قيمتها التجارية، وانتقل مهربو العملة الصعبة خلال السنوات الأخيرة من حكم الرئيس بوتفليقة، إلى اعتماد أساليب جديدة للتحايل، تتعلق بتضخيم قيم فواتير الاستيراد، كان ذلك ما أقره لأول مرة وزير التجارة الأسبق، المرحوم بختي بلعايب، حيث كشف عن قيمة العملة الصعبة المهربة إلى الخارج التي قال إنها تجاوزت 20 مليار دولار، متهما بذلك مسؤولين من وزارته وبنك الجزائر بالتواطؤ مع مستوردين مهربين للعملة الصعبة، الموقف الذي ثم دعمه من طرف وزير التجارة الأسبق، محمد بن مرادي، بتأكيده من خلال تصريح أدلى به تحت قبة البرلمان، يعترف فيه بوجود تضخيم في الفواتير عند الاستيراد دون أن يقدم أرقاما بشأنها، مبررا ذلك باستحالة تقديرها في ظل غياب الإحصائيات.

لم تشفع الإجراءات الردعية التي اتخذتها حكومة الوزير الأول السابق، أحمد أويحيى للتصدي لعمليات التحويلات غير الشرعية للعملة الصعبة، لا سيما في ظل شح الموارد المالية نتيجة انهيار أسعار النفط، لتتفاقم ظاهرة تهريب العملة الصعبة في الجزائر وتصبح غطاء قانونيا للعديد من عمليات الاستيراد والتصدير، وترتبط بذلك الأموال المهربة من العملة الصعبة إلى الخارج، مقابل استيراد الحاويات الفارغة أو الحاملة لسلع وبضائع دون أي قيمة تجارية، مثل حجارة شنغهاي الصينية والدلاء الفارغة، ليتم التخلي

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أولويات جريدة الخبر اليومية نحو القضايا العامة ومدى توافقها مع أولويات الجمهور، وقد انطلقت هذه الإشـــكالية نحو البحث في الدور الكبير الذي لعبته جريدة الخبر اليومي في هذه الفترة الخاصـــة التي عرفتها الجزائر عامي 2019و2020 من حراك شـــعبي ســـياســـي واجتماعي افرز العديد من التغيرات والتحولات على مختلف الأصـعدة والذي أثر بدوره على المشـهد الإعلامي ولاتصـالي في الجزائر. وجاء اختيار جريدة الخبر في دراسـتنا نظرا للعديد من الاعتبارات المهنية كونها تمثل المؤسـسـة المسـتقلة في ملكيتها وبذلك فهي بعيدة عن مختلف الضـــغوط التي تمارس عليها والتي قد تؤثر بدورها على طبيعة وشـــكل التناول مختلف القضـــايا الاجتماعية والسياسية التي تهم الفرد الجزائري في هذه المرحلة الخاصة.

ولقد انطلقت دراستنا من التسـاؤل الرئيسي المتمثل في: **فيما تتمثل طبيعة العلاقة بين أولويات صـحيفة الخبر اليومية وجمهورها نحو القضايا العامة؟**

كما اعتمدت الدراسة وانطلاقا على ما هو متعارف عليه في دراسات ترتيب الأولويات على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداتين استمارة تحليل المضمون الخاصة بالمضامين الإعلامية المطروحة في جريدة الخبر خلال فترة الدراسة من سبتمبر 2019 الى فيفري 2020 والمتمثلة في 23 عدد، واستمارة الاستبيان للجانب الميداني التي وزعت ورقيا على 200 فرد خلال فترة العينة التحليلية.

وقد لخصت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

- يتحكم نوع القضية بشكل كبير في وضع الأجندة بالنسبة لصحيفة "**الخبر**" وجمهورها على حد سواء، حيث توصلنا إلى أن هناك ثلاثة أنواع من القضايا العامة تتصدر اهتمامات كل من الصحيفة وجمهورها.

- ان اجندة الصحيفة كانت مهتمة بشكل كبير بالقضايا الاجتماعية في هذه الفترة وهذا راجع إلى محاولتها لإرضاء جماهيرها من خلال مناقشة أبرز القضايا التي بعاني منها ولفت الانتباه حولها، ومن جهة أخرى محاولة تهدئة الوضع خصوصا مع اقتراب انتخابات ديسمبر 2019، فصحيفة "**الخبر**" كان هدفها واضح وجلي من خلال هذه الدراسة في طرحها للقضايا السياسية باتجاه إيجابي حول استقبال هذا الحدث، وايصال فكرة بناء الجزائر جديدة وإعطاء فرصة لنظام الجديد، أما بالنسبة لجمهور الصحيفة فهناك عدة عوامل تحكمت في أجندته في هذه الفترة ومن أهمها الاتصال الشخصي الذي كان له تأثير واضح حول اتجاهات الجمهور وآرائه نحو ما تقدمه صحيفة "**الخبر**" من قضايا، كذلك اعتماده على وسائل إعلام أخرى وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، التي كان لها تأثير كبير نحو اهتماماته وأولوياته.
- اتفقا الاجندتين في نوع واحد من القضايا المطروحة وهي القضايا السياسية التي كانت من أبرز القضايا المسيرة في فترة الدراسة، أما القضايا الأخرى فقد سجلت الدراسة أن هناك تباين واضح بينهما وهذا راجع إلى الظروف التي كانت تعيشها الجزائر في تلك الفترة.
- لعب توقيت طرح القضية دورا كبيرا في تحديد الأجندة ، حيث أن صحيفة "**الخبر**" لا تستطيع التحكم في الأحداث والأخبار وإنما هي متحكمة في توقيت ابراز قضية معينة ونوع الأساليب التي تستخدمها لجذب القارئ نحوها، وبالتالي فإن توقيت اختيار اثارة القضية عامل مهم خاصة في الظروف الغير اعتيادية كفترة الانتخابات التي كانت تعيشها الجزائر، فهذا الاختيار له تأثير بالغ على الجمهور لذلك اتضح لنا من خلال دراستنا أن اهتمامات الجمهور بالقضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لم يكن بارزا مقارنة مع القضايا السياسية، فحسن اختيار التوقيت لعرض أي قضية يعد من أهم المتغيرات المسؤولة والمؤثرة في أجندة الجمهور المستهدف
- **إن** التأثير على اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بسلوكه نحو القضايا البارزة يحتاج إلى أن تتولى صحيفة الدراسة مزيدا من الاهتمام، ويجب أن يتم تناول مختلف ابعاد القضية من جميع جوانبها، فالتباين الموجود بين أجندة صحيفة "**الخبر**" اجندة جمهورها يرجع إلى المتغيرات المؤثرة في وضع الأجندة خاصة الاتصال الشخصي، ووسائل الاعلام الأخرى، فالعلاقة بينهما ليست ميكانيكية ومباشرة وفورية، فيمكننا اعتبار أن أجندة صحيفة

"**الخبر**" ليس إلا متغير من المتغيرات المؤثرة في تحديد أولويات الجمهور وتشكيل اتجاهاته واهتماماته نحو القضايا العامة المطروحة والعكس صحيح.

- Abstract:

This study aims to identify the agenda of El-Khabar daily newspaper when it comes public issues and its compatibility with the public agenda. Our research problem stems from the major role played by the newspaper during the unique period of 2019 and 2020 in Algeria; a period of a socio-political popular movement (El-Hirak) that led to several changes and shifts on various levels including media and communication. For the purpose of this study, El-Khabar newspaper was selected due to several professional considerations; it represents an independently-owned entity which grants it a level of immunity towards external pressures that could jeopardize its coverage of the socio-political issues that are of interest to Algerians during such a unique period.

The premise of this study stems from the following main question: What is the nature of the relationship between El-Khabar's agenda and the public agenda concerning public issues?

This work is based on the principles of Agenda-setting theory and relies on a descriptive analytical approach. It deploys two research tools that are namely a content analysis form and a questionnaire. The former deals with content published between September 2019 and February 2020, which matches our study period and consists of 23 issues. The questionnaire pertains mostly to the practical part of the study and consists of paper copies

distributed among 200 individuals during the period of the analytical sample.

The study reached several results, the most important of which are as follows:

- The nature of the issue exercises a great deal of control over agenda-setting for El-Khabar and its readers alike. We noted three main types of public issues that are at the top of both the interests of the newspaper and the readers.

- The paper's agenda was very much focused on social issues during this period; the reason was to please the audience by discussing and highlighting their most significant problems. Nevertheless, the paper attempted to contain and calm the situation as the December 2019 elections drew closer. El-Khabar's objective was clear and well-defined when viewed through the lens of how it addressed Hirak-related political issues in a positive light. In the sense that, it tried to convey the idea of a New Algeria and giving a chance to a new regime. As for the public agenda, several factors influenced it, the essential of which being interpersonal communication. The latter had a palpable influence on the audience's opinions and inclinations regarding the issues presented by El-Khabar. In addition, other media outlets—especially social media—had a tremendous sway over the audience's interests and priorities.

- Both agendas were in complete agreement only when it comes to political issues. These issues had the lion's share of interest during this study's period. Other issues, however, were in stark contrast to the previous ones due to the country's state of affairs at that time.

- The timing of the issue played a major role in setting the agenda; El-Khabar newspaper cannot exert control over events and news, but can, however, control the timing during which they can shed light on a particular issue, as well as the methods used to attract readers. Based on that we can say that timing is a crucial factor, especially during exceptional circumstances like the elections that were taking place. Timing had a major impact on the audience; the reason why our study indicated that their interests in social, cultural, and economic issues was diminished in comparison to political issues. Good timing is, therefore, one of the most crucial and influential variables when it comes to swaying the public agenda.

- Influencing public agenda in the context of audience reactions to prominent issues requires from the sampled newspaper to be more heedful and to handle issues from many perspectives and points of view. The disparity between El-Khabar's agenda and its audience's agenda stems from the variables influencing agenda-setting, particularly interpersonal communication and other media outlets. The relationship between the two is not mechanical, nor straightforward or immediate. We can view El-Khabar's agenda as only a variable amidst many other variables that determine public agenda and shape its direction and interest towards public issues and the opposite is also true.