

الموسومة بـ:

اتجاهات إقبال جمهور
الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية
قراءة جريدة الشروق
من إعداد الطالبة: قويدري صارة
أشراف الأستاذ: بورجالة سيمان

السنة الجامعية

2014/2013

التشكرات

الحمد لله وكفى و الصلاة و السلام على الحبيب
المصطفى و على اله وصحبه و من تبعهم بإحسان إلى
يوم الدين

و بعد :

لقد تم بعون الله تعالى و قدرته هذا العمل المتواضع الذي
بعد إنشاء الله تعالى سهم من سهام العلم و صورة من
صور التعاون على رفع راية العلم
و المعرفة و منه نتقدم بتشكراتنا إلى كل من ساهم من
بعيد أو قريب
و نخص بالذكر:

السيد الأستاذ المشرف بورحلة سليمان
السادة الأساتذة قسم العلوم الإنسانية تخصص
اتصال و صحافة مكتوبة
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى طاقم أفراد المكتبة الذي لم
ييخل علينا بالمساعدة
و أخيرا نتقدم بكامل الشكر و العرفان إلى كل من أسر
إلينا النصح
و المعروف من بداية المشوار إلى نهايته



الإهداء

أحمد هذا العمل إلى المولى عز و جل داعية الله
أن يجعله في صحيفة الأعمال الخالصة تم إلى التي
يعجز لساني مهما على عن شكران فضلها و قلبي
مهما سال عن تقدير عطائها إلى التي حملتني وهنا
على وهن في بطنها بضعة شهور إلى التي جعل الله
الجنة تحت قدميها ، إلى والدتي العزيزة زاد الله في
عزها ورعاها و شفاها إن شاء الله إلى الذي أحاطني
بوشاح العناية إلى والذي العزيز الذي ما بخل يوما
بجهده علينا في سبيل اكتمال مشوارنا إلى أخواتي
الكريمات : أمينة ، إيمان ، سميحة

إلى أخي محمد الأمين
إلى كل من أحبه

القلب في الله إلى كل من ترك بصمة
في حياتي و عذرا لكل من نسيه
قلبي و لكنه سيبقى حيا
في ذاكرتي و قلبي

قويدري صارة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
94	التعريف بمفردات العينة حسب متغير الجنس	جدول رقم 01
96	التعريف بمفردات العينة حسب متغير السن	جدول رقم 02
98	التعريف بمفردات العينة حسب المستوى التعليمي	جدول رقم 03
100	التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المهنية	جدول رقم 04
102	التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المدنية	جدول رقم 05
104	التعريف بمفردات العينة حسب قراءة جريدة الشروق اليومي	جدول رقم 06
106	أنواع المواضيع التي تقرأ في جريدة الشروق	جدول رقم 07
108	توزيع العينة حسب الاهتمامات المعتادة في قراءة الصحيفة	جدول رقم 08
110	توزيع عينة البحث حسب المواضيع أو الأخبار المطلع عليها في الجريدة و مناقشتها مع الغير	جدول رقم 09
112	توزيع عينة البحث حسب غرض المناقشة	جدول رقم 10
114	توزيع عينة البحث حسب أسباب تفضيل جريدة الشروق	جدول رقم 11
116	توزيع عينة البحث حسب بداية عادة قراءة الصحف	جدول رقم 12
118	توزيع عينة البحث حسب كيفية الحصول على صحيفة الشروق	جدول رقم 13
120	توزيع عينة البحث حسب الحصول على الصحيفة عند تعذر الشراء	جدول رقم 14
122	توزيع عينة البحث حسب المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة	جدول رقم 15
124	توزيع عينة البحث حسب أوقات قراءة الصحيفة	جدول رقم 16
126	توزيع عينة البحث حسب المدة الزمنية المقضاة في القراءة	جدول رقم 17
128	توزيع عينة البحث حسب عملية القراءة مرة ثانية	جدول رقم 18
130	توزيع عينة البحث حسب الاحتفاظ بالصحيفة بعد القراءة	جدول رقم 19
132	توزيع عينة البحث حسب دوافع القراءة الصحيفة	جدول رقم 20
134	توزيع عينة البحث حسب طريقة معالجة الأحداث	جدول رقم 21
136	توزيع عينة البحث حسب كيفية و شكل تقديم المعلومات	جدول رقم 22
138	توزيع عينة البحث حسب اللجوء إلى مصادر إعلامية أخرى من صحة المعلومات المنشورة في الجريدة	جدول رقم 23
140	توزيع عينة البحث حسب ذكر المصادر للإجابات التي تمت بنعم	جدول رقم 24
142	توزيع عينة البحث حسب المكانة التي تحظى بها الصحيفة	جدول رقم 25
144	توزيع عينة البحث حسب مفهوم القيم الإخبارية	جدول رقم 26
146	توزيع عينة البحث حسب أهم القيم الإخبارية	جدول رقم 27
149	متغير دوافع قراءة الجريدة بمدى طريقة معالجة الأحداث	جدول رقم 28
150	علاقة متغير عادات القراءة بمكانة الجريدة	جدول رقم 29
151	علاقة متغير السن بأهم القيم الخيرية	جدول رقم 30
153	علاقة متغير الجنس بأهم القيم الخيرية	جدول رقم 31

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
شكل رقم 01	التعريف بمفردات العينة حسب متغير الجنس	95
شكل رقم 02	التعريف بمفردات العينة حسب متغير السن	97
شكل رقم 03	التعريف بمفردات العينة حسب المستوى التعليمي	99
شكل رقم 04	التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المهنية	101
شكل رقم 05	التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المدنية	103
شكل رقم 06	التعريف بمفردات العينة حسب قراءة جريدة الشروق اليومي	105
شكل رقم 07	أنواع المواضيع التي تقرأ في جريدة الشروق	107
شكل رقم 08	توزيع العينة حسب الاهتمامات المعتادة في قراءة الصحيفة	109
شكل رقم 09	توزيع عينة البحث حسب المواضيع أو الأخبار المطلع عليها في الجريدة و مناقشتها مع الغير	111
شكل رقم 10	توزيع عينة البحث حسب غرض المناقشة	113
شكل رقم 11	توزيع عينة البحث حسب أسباب تفضيل جريدة الشروق	115
شكل رقم 12	توزيع عينة البحث حسب بداية عادة قراءة الصحف	117
شكل رقم 13	توزيع عينة البحث حسب كيفية الحصول على صحيفة الشروق	119
شكل رقم 14	توزيع عينة البحث حسب الحصول على الصحيفة عند تعذر الشراء	121
شكل رقم 15	توزيع عينة البحث حسب المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة	123
شكل رقم 16	توزيع عينة البحث حسب أوقات قراءة الصحيفة	125
شكل رقم 17	توزيع عينة البحث حسب المدة الزمنية المقضاة في القراءة	127
شكل رقم 18	توزيع عينة البحث حسب عملية القراءة مرة ثانية	129

131	توزيع عينة البحث حسب الاحتفاظ بالصحيفة بعد القراءة	شكل رقم 19
133	توزيع عينة البحث حسب دوافع القراءة الصحيفة	شكل رقم 20
135	توزيع عينة البحث حسب طريقة معالجة الأحداث	شكل رقم 21
137	توزيع عينة البحث حسب كيفية و شكل تقديم المعلومات	شكل رقم 22
139	توزيع عينة البحث حسب اللجوء إلى مصادر إعلامية أخرى من صحة المعلومات المنشورة في الجريدة	شكل رقم 23
141	توزيع عينة البحث حسب ذكر المصادر للإجابات التي تمت بنعم	شكل رقم 24
143	توزيع عينة البحث حسب المكانة التي تحظى بها الصحيفة	شكل رقم 25
145	توزيع عينة البحث حسب مفهوم القيم الإخبارية	شكل رقم 26
148	توزيع عينة البحث حسب أهم القيم الإخبارية	شكل رقم 27

الفهرس

تشكرات

إهداء

مقدمة

١

الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية..... 02
- 2- التساؤلات..... 03
- 3- أسباب اختيار الموضوع..... 03
- 4- المنهج المتبع و أدواته..... 04
- 5- أهداف وأهمية البحث..... 08
- 6- الدراسات السابقة..... 09
- 7- تحديد المفاهيم..... 13

الفصل الأول: الصحافة المكتوبة في الجزائر

- تمهيد.....
- 1- 1 النشأة و التطور..... 17
 - 2- 1 الصحافة الجزائرية قبل و بعد الاستقلال..... 18
 - 3- 1 الصحافة المستقلة والخاصة في الجزائر بعد التعددية..... 23
- خلاصة..... 34
- 39

الفصل الثاني: القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة

- تمهيد.....
- 1- 2 مفهوم القيم الإخبارية..... 41
 - 2- 2 عناصر و خصائص القيم الإخبارية..... 42
 - 3- 2 أهم القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة..... 46
- خلاصة..... 57

62

الفصل الثالث: الجمهور و الصحافة المكتوبة

- تمهيد..... 64

65

69

80

.....	3-1- مفهوم الجمهور
.....	3-2- خصائصه
.....	3-3- وسائل البحث في جمهور القراء
.....	خلاصة

الفصل التطبيقي

الدراسة الميدانية

.....	تمهيد
.....	1- النسق النظري
.....	2- البطاقة الفنية لجريدة الشروق
.....	3- عينة البحث
.....	4- دراسة الاستبيان
.....	5- نتائج الدراسة

خاتمة

.....	قائمة المصادر
.....	والمراجع
.....	قائمة
.....	الجدول
.....	
.....	قائمة
.....	الأشكال
.....	
.....	ملاحق
.....	

مقدمة:

تستمد الصحف كما هائلا من الأخبار اليومية المتدفقة من مختلف أنحاء العالم، حيث تقوم بنشر قدر كبير من الأخبار التي تتلقاها إلا أن الأحداث والمعلومات لكي تصير أخبارا قابلة للنشر تخضع لعدة معايير منها ما هو عالمي ومنها ما هو خاص بكل وسيلة إعلامية واهتمامات جمهورها .

وقد تختلف معايير انتقاء الأخبار من مجتمع إلى آخر حسب طبيعة النظام الإعلامي وحسب الاتجاهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة مع وجود قيم خبرية متشابهة تسود المجتمعات المتجانسة

ومنه للإعلام عدة معايير تحكم صياغة المادة الخبرية وفق تقنيات ترتبط أساسا بالمجتمع الذي توجه المادة الخبرية بصفة عامة والتي تعد من العوامل المؤثرة إلى حد كبير في تحديد قيم الأخبار في المجتمعات المختلفة وذلك بتنوع اتجاهات القائمين بالاتصال وقناعتهم، ورغبات الجمهور واحتياجاته والتي على أساسها يتم الانتقاء والاختيار والنشر .

فالانتقاء والاختيار ما يسمى بعملية إنتاج الأخبار وصياغتها تعد محور اختلاف وتضارب، وقد تعددت التعريفات حول الخبر حسب طبيعة المجتمع الذي توجه إليه المادة الإخبارية، فضلا عن عوامل أخرى تتحكم في المادة الإعلامية التي أصبحت تراهن عليها وسائل الإعلام اليوم .

فالقيم الإخبارية تعد المقياس الذي يعطي معنى الخبر، ومن ثم تحدد قيمته الخبرية، لذلك فإن تطبيق القواعد الخاصة بهذه القيم يمكن الصحفي من رصد الخبر، ومن ثم صياغته وفق معايير ومقاييس معينة تعطي بعدا علميا ومنطقيا للمادة الإعلامية، والتعرف على المعايير التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في الصحافة المكتوبة المهتمة بالأخبار وتحاليل الأحداث بالنظر إلى أن صحافة الورق لا تزال إلى اليوم سيدة الموقف .

وعليه تكمن أهمية البحث في مدى القدرة والتمكن على توظيف الطرق والأدوات المنهجية في دراسة موضوع أو ظاهرة تسترعي انتباه الباحث وتخلق لديه شعورا بضرورة دراستها والتعرف على مختلف جوانبها والإجابة على الأسئلة التي تستحوذ على تفكيره وكيانه، وهذا بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية .

وعليه فالتوفيق بين مختلف المعلومات المنهجية والنظرية والتطبيقية أمر لا بد منه، وفي دراستي هذه سأحاول أن أوازن بين الإطار المنهجي، النظري والتطبيقي، في بحثي المرسوم ب " اتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية – قراء جريدة الشروق نموذجا-"

وبالتالي فالدقة، والبحث الموضوعي المستمر، وعدم إغفال جانب مهم من الدراسة، والإلمام بكافة المعلومات حول الموضوع، والتسلسل المنطقي لعناصر الإطار المنهجي، والربط بينها وترتيبها أمر لا بد منه.

أما في الإطار النظري فقد حاولنا أن نوزع المعلومات حول الموضوع عبر أربعة فصول كل فصل يتكون من ثلاثة عناصر، منه ما هو شامل " الصحافة المكتوبة في الجزائر " في الفصل الأول الذي خصصنا فيه الحديث عن نشأة وتطور الصحافة المكتوبة، والصحافة الجزائرية قبل وبعد الاستقلال، ثم الصحافة المستقلة والخاصة في الجزائر بعد التسعينيات، وخصصت الفصل الثاني من القسم النظري للدراسة للقيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة بدءا من المفهوم، وانتقالا إلى العناصر والخصائص التي تتميز بها القيم الإخبارية، ثم عرضنا أهم القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة وذكر أهم سماتها التي تميزها عن غيرها من القيم في الصحافة المكتوبة .

أما في الفصل الثالث حاولنا فيه تحديد الجمهور والصحافة المكتوبة، وجمع معلومات متوازنة عالجا دراسته من خلال ثلاثة عناصر رئيسية فيه، وهي مفهومه وخصائصه مع ذكر وسائل البحث في جمهور القراء.

في الفصل التطبيقي عرضنا فيه الدراسة الميدانية لجريدة الشروق حيث حللنا فيه البيانات التي تحصلنا عليها بعد تفريغ استمارة الاستبيان في جداول تسمى الجداول البسيطة و الجداول المركبة لنختم الفصل التطبيقي للدراسة بعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها من إجابات المبحوثين .

1- الإشكالية:

كثيرا ما يتردد بيننا القول بأن الصحافة مرآة للرأي وأداة من أقوى الأدوات المعروفة للتعبير عن هذا الرأي، وآية ذلك أنه لا نستطيع أن نتصور أمة من الأمم في عصرنا الحاضر بدون صحافة. فهي إذن ضرورة من ضرورات المجتمع لا مفر منها بحال من الأحوال، وتعد العين الحارسة والساهرة على مصالح الأمة والجماهير.

والكلمة المقروءة هي أداة الصحافة في أداء مهمتها ووظيفتها، وبما بلغته من فن تحاول أن تكون لهذه الكلمة طلاوتها وتأثيرها في النفوس وتحريكها للمشاعر وأن تكون في أسلوب قريب من جميع الأفهام، والواقع أن الكلمة المقروءة ما زالت أقوى أداة الإعلام، وأكثرها تأثيرا وتستقر في فكر الجماهير وأذهانهم وتتفاعل مع وعيهم بما ينشره الإعلام بتقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الموضحة والأخبار الصادقة، والموضوعات الدقيقة والوقائع المحددة والأفكار المنطقية والآراء الراجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام

و يقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية وعلى المناقشة والحوار و الإقناع بأمانة وموضوعية وتأتي عملية انتقاء ونشر الأخبار في جميع الصحف طبقا لمعايير تم وضعها، وأطلق عليها القيم الإخبارية، ويتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية الأخبار وتفاصيل معينة للنشر معنى هذا أن القيم الإخبارية هي التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية والعامل الحاسم في تقويم الخبر، و جريدة الشروق التي هي في صدد دراستها دراسة ميدانية

و قمنا بطرح الإشكالية التالية :

كيف يصنف جمهور قراء جريدة الشروق القيم الخبرية ؟

2- التساؤلات:

- ما هي القيم الإخبارية؟
- ما طبيعة الأخبار المنشورة في جريدة الشروق وموضوعات هذه الأخبار؟
- كيف يتلقى جمهور الصحافة المكتوبة القيم الإخبارية في جريدة الشروق؟
- كيف يقيم الجمهور الجزائري القيم الإخبارية؟
- ما هو دور القيم الإخبارية في الصحافة الجزائرية؟

3-أسباب اختيار البحث:

تخفي وراء اختيار هذا الموضوع نتيجتان الأولى موضوعية والثانية ذاتية :

أ/الأسباب الموضوعية :

- التي تتعلق بقابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- معرفة اتجاهات تلقي جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية بالنسبة لجريدة الشروق كنموذج.
- وكذلك معرفة دور القيم الإخبارية التي تتحكم في عملية نشر فن الخبر الصحفي في جريدة الشروق ومدى تلقيها من قبل الجمهور.

ب/الأسباب الذاتية :

- ما دفعني لاختيار هذا الموضوع نظرا لأهميته بمجال تخصصي،و المصطلحات التي يتعامل معها.
- الرغبة في توسيع أكثر في مجال تلقي الجمهور للصحافة المكتوبة وقيمتها الإخبارية
- تتبع أسباب اختياري دراسة الجمهور وتلقيه للقيم الإخبارية في الصحافة وذلك لرغبتني إلى معرفة. سر بقاء الكلمة المطبوعة،و عدم تراجع أهميتها أمام المنافسة للإعلام .
- حداثة الموضوع إذ يشكل ربط متغيرات الدراسة بالشكل الذي هي عليه طرعا جديدا يستحق الدراسة والتعمق أكثر.

4- المنهج المتبع وأدواته:

أ - المنهج:

لكل موضوع بحث منهج خاص له يستعمله الباحث قصد القيام بتحليل دقيق لأية دراسة هو بصدد دراستها¹ وللوصول وتحقيق أهداف هذه الدراسة اتبعت في دراستي منهج من مناهج الدراسة العلمية وهو المنهج الوصفي المسحي الذي هو الطريقة يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي و الذي يؤثر في كافة الأنشطة الثقافية والسياسية والعلمية² وتسهم في تحليل ظواهره

والبحث الوصفي هو إجراء من أجل الحصول على الحقائق وبيانات مع تفسير لكيفية ارتباط هذه البيانات بمشكلة الدراسة،و البحث الوصفي يمتد أبعد من مجرد جمع البيانات فإذا لم تكن البيانات بمثابة الدليل الذي يحمل معنى لمشكلة البحث¹ و يستهدف الوصف أو المنهج الوصفي تحقيق عدد من الأهداف هي :

1- جمع المعلومات الوافية والدقيقة عن مجتمع أو مجموعة أو ظاهرة من الظواهر أو نشاط من الأنشطة

2- صياغة عدد من التعليمات أو النتائج التي يتمكن أن تكون أساسا يقوم عليه تصور نظري محدد للإصلاحات الاجتماعية وما يرتبط بها من أنشطة أخرى

3- الخروج بمجموعة من المقترحات والتوصيات العلمية التي يمكن نسترشد بها السياسات الاجتماعية وما يرتبط بها من أنشطة .

ويرتبط بالمنهج والدراسة الوصفية عدد من المناهج والدراسات الأخرى المتفرعة عنه في البحث العلمي أهمها المنهج المسحي

يمكننا أن نعرف المسح أو المنهج المسحي بأنه تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالمكتبات والمدارس والمستشفيات مثلا وأنشطتها المختلفة وكذلك عملياتها وإجراءاتها وموظفوها وخدماتها المختلفة . وذلك خلال فترة زمنية

¹ د. مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، عمان، 1999، ص126 .

الإطار المنهجي

معينة ومحددة وإن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي جمع المعلومات التي يمكن فيها بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها.¹

- أهدافه :

1- وصف ما يجري والحصول على حقائق ذات علاقات بشئ ما . مؤسسة أو إدارة أو مجتمع معين وكذلك الإعلان عن تلك الحقائق والمعلومات المجمعة.

2- تحاول الدراسات المسحية تحديد وتشخيص المجالات التي تشمل أو حدث فيها المشاكل

3- والتي تحتاج إلى إدخال التحسينات المطلوبة .

4- تستخدم الدراسات المسحية للتنبؤ بالمتغيرات المستقبلية فضلا عن إيضاحها للتحويلات والتغيرات الماضية .

• و بعبارة أخرى فإننا نستطيع تحديد أهداف وأغراض الدراسة المسحية بأنها تبرير الأوضاع والأنشطة الموجودة في مجتمع المسح المعني والوصول إلى خطط أفضل لذلك المجتمع بغية تحسين الأداء والأوضاع فيه.

• أما الأساليب الأساسية التي يستحسن استخدامها في جمع البيانات والمعلومات في الدراسة المسحية فهي الاستبيان والمقابلة والملاحظة.²

- و يمكن استخدام العينة في إستراتيجية المعاينة بكلف وزمن نقل في جمع البيانات ولكن لابد من التأكد من أن العينة المختارة ممثلة للمجتمع كله خاصة في الرغبة في تعميم.

¹ عامر قنديلجي : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، الطبعة الأولى، عمان، 1999، ص، 105 .

² المرجع نفسه ، ص ، ص، 106، 107 .

- النتائج التي يتم التوصل إليها ولا بد كذلك من ضمان نسبة استجابة جيدة من المستويين¹

ب - أدوات البحث:

الاستمارة: هي مجموعة من العبارات المكتوبة تعالج موضوعاً معيناً، وهي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد، عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب.²

كما يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها³ من معتقدات ورغبات للمستجيبين⁴ و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق.

أنواع أسئلة الاستمارة:

1 - الأسئلة المغلقة:

تكون الإجابة فيها على الأسئلة في العادة محددة بعدد من الخيارات، واختيار بديل من البدائل التي يتيحها الباحث للمشاركين مثل "نعم" أو "لا" أو "موافق" "غير موافق" ... الخ¹

¹ د. فايز جمعة صالح النجار، وآخرون: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 200، ص، 42

² د. فوزي غرايبة، د/ربحي الحسن وآخرون: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار وائل للنشر، الأردن، عمان، الطبعة الرابعة، 2008، ص71.

³ د. عمار بوحوش، د/محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1999، ص66

⁴ د. فوزي غرايبة، د/ربحي الحسن وآخرون، المرجع نفسه، ص71

و يمتاز هذا النوع بما يلي:

- سهولة تفريغ المعلومات منه
- لا يأخذ وقتاً طويلاً للإجابة على الأسئلة

2- الأسئلة المفتوحة:

يتميز هذا النوع بأنه يتيح الفرصة للمستجيب على الأسئلة الواردة في الاستبانة أن يعبر عن رأيه بدلاً من التقيد وحصر إجابته في عدد محدود من الخيارات أو البدائل.

ويتميز هذا النوع بما يلي :

- أنه ملائم للمواضيع المعقدة
- يعطي معلومات دقيقة
- سهل التحضير²

3- الأسئلة المغلقة- المفتوحة:

هذا النوع يجمع بين نوعي الأسئلة المغلقة والمفتوحة في آن واحد للاستفادة من

مزاياهما في توفير بيانات ذات أهمية للإجابة على الأسئلة البحثية.³

و يمتاز هذا النوع بأنه:

- أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات
- يعطي للمستجيب الفرصة لإبداء رأيه⁴

5- أهداف الدراسة :

- التعرف على القيم الإخبارية التي تعد بمثابة المعايير الخاصة بالحكم على مدى صلاحية الأخبار للنشر ومعايير انتقاء هذه المواد في الصحف .

- تهدف إلى مدى تحكمها فيما ينشر من أخبار ومدى احترامها للقيم الإخبارية في عملها وعلاقتهم مع المصادر والجمهور أيضاً.

¹ موفق الحمداني وآخرون: مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان- الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص238

² د.عمار بوحوش، د/محمد محمود الذنيبات، مرجع السابق، ص68

³ موفق الحمداني وآخرون، المرجع نفسه، ص239

⁴ د.عمار بوحوش، د/محمد محمود الذنيبات، المرجع نفسه، ص 69

- تهدف إلى معرفة معدلات قراءة الصحف من طرف الجمهور.
- تهدف إلى معرفة القراءة والمضامين المفضلة من خلال القيم التي تبرزها الصحيفة والقيم التي يريدها الجمهور.

- أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية دراسة هذا الموضوع حتى يكون المرآة التي نرى من خلالها عمل صحيفة الشروق والتي تعكس من خلالها كيفية تعاملها مع الأحداث المحيطة.
- كما تسعى أهمية الدراسة في الحاجة الماسة للوقوف على واقع القيم الإخبارية في الصحافة.
- وتسعى الدراسة إلى تقديم الإفادة للعاملين في الصحافة وذلك في رسم السياسة التحريرية وترتيب أولوياتهم وما لخصوه منها والتي هي بالأصل من نتاج عملهم وما طرحوه لجمهورهم.

6- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى:

- جاءت الدراسة من إعداد الطالب العزازمة إبراهيم حسين عبيد الله تحت عنوان " القيم الإخبارية في صحيفة الغد الأردنية اليومية دراسة تحليلية خلال فترة من 2009 - 2010 .

وتتناول الدراسة تحليل المواد الإخبارية في الصفحة الأولى من الصحيفة للبحث عن إجابة السؤال الرئيسي لهذه الرسالة وهو: ما القيم الإخبارية التي تحكم عملية نشر الأخبار في الصفحة الأولى من صحيفة الغد الأردنية ؟

و قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام عام 2012.

وكانت الجهة المشرفة لهذه الدراسة من طرف : حميدة سمسيم رئيسا، والدكتور عبد الرزاق الدليمي ممتحنا خارجيا، والدكتور كامل خورشيد مشرفا .

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة القيم الإخبارية ومعاييرها التي تحكم على مدى صلاحية الأخبار للنشر وتحديد ترتيب هذه القيم، وأي منها يتقدم على القيم الأخرى.

وقد اعتمد في دراسته على منهج المسح الإعلامي هذا المنهج الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وشملت النتائج فيما يلي :

تؤدي المادة الإخبارية دورا هاما في الحياة الاجتماعية للأفراد ويتضح تأثيرها في كونها تحمل مضامين ومعارف جديدة تمثل الأسس التي عليها يبني الأفراد أحكامها و تصوراتها وكما يقولون " الخبر قد يعبر والرأي لا يعبر " .

والقيم الإخبارية تختلف من ثقافة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر، ولا يوجد معيار عالي واحد يمكن بمقتضاه قياس هذه القيم الإخبارية .

وتوصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات التي تعني بالقيم الإخبارية في الصحافة الأردنية، للوصول إلى ترتيب منتظم للقيم، تسير على هذه الصحافة الأردنية تقدما

وإجراء بحوث مستقبلية لمعرفة الاختلافات الجوهرية في القيم الإخبارية بين الصحف الأردنية نفسها .

الدراسة الثانية:

- دراسة " فوزية عكاك " عام 2012 بعنوان " القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة " دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي – ديسمبر 2007 .

قدمت هذه الأطروحة لنيل شهادة الدكتورته في علوم الإعلام والاتصال، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن القيم الخبرية التي تتضمنها صحيفة الخبر ويومية الشروق .

الجهة المشرفة على هذه الدراسة تحت إشراف الأستاذ الدكتور : محمد لعقاب والأستاذ الدكتور عزة عجان رئيسا، والأعضاء كل من الأستاذ عبد الله بوجللال و الدكتور أحمد عظيمي، والدكتور علي قسايسية والدكتور عبد العالي رزاق .

ولتحليل الدراسة تأتي الإشكالية على النحو الآتي : ما هي مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، وما هي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها؟

وتمت الاستعانة بأهم التساؤلات حول الدراسة وذلك في :

- ما نوعية الأخبار الداخلية المنشورة في صحف الدراسة ؟
- وما هي طريقة عرض الأخبار الداخلية في صحف الدراسة ؟
- وما هي القيم الخبرية الأكثر تواجدا وانتشارا في الأخبار الداخلية المنشورة بصحف الدراسة ؟

وتكتسي هذه الدراسة أهميتها إلى تحقيق الأهداف التالية :

- حيث تعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها من حيث أنها تتعرض للقيم الخبرية المتبناة في الصحافة الجزائرية الخاصة الناطقة باللغة العربية من خلال جريدتي الخبر ويومية الشروق إذ لم يسبق تناول هذا الموضوع من قبل، وكذلك الحاجة الماسة إلى إجراء دراسات وبحوث لتحليل المضمون الإعلامي، والتعرف على تصور القائمين بالاتصال لدور الصحافة، وتصورهم لمهامهم وأدوارهم الإخبارية والصحفية
- و للأخلاقيات المهنية المتبعة في المعالجة الإخبارية .

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي وقد تم استخدام هذا المنهج على المستويين من حيث المضمون وبالنسبة للقائم بالاتصال . وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، يتمثل أبرزها حول تقديم منظومة القيم الخبرية المتبناة والمعتمدة في انتقاء الأخبار في صحف الدراسة، وتقديم منظور الإعلام بعدة معايير وتقنيات تحكم صياغة المادة الخبرية، وبالتالي إمكانية التحكم الدقيق في هذه التقنيات يرتبط أساسا بالمجتمع الذي توجه إليه المادة الخبرية .

❖ إن هذا العرض الذي حاولنا فيه الإيجاز قدر المستطاع للدراسات السابقة الذكر وذلك طبعاً أهميتها بالنسبة لي توضح مدى اقتراب الدراسة منها أو بعدها عنها كما تكشف لي نقاط التشابه والاختلاف بينها وبين دراستي.

وتمثل الدراسات مصدراً هاماً لما يلي من أبحاث كما أنها تعد الأسس العلمية للدراسة الحالية، وذلك من خلال الاستفادة من النتائج التي توصلنا إليها .

مكننا هذه الدراسات من التعرف على المنهج والأدوات العلمية لدراسة القيم الخبرية في مختلف الأنظمة الإعلامية، ومن ثم الاستفادة من الخطوات المنهجية للوصول إلى تقديم توصيف للقيم الخبرية في صحيفة الدراسة .

وأن الأخبار تصنف وفقاً للقيمة الإخبارية للمضمون، وفقاً للظروف التي تعمل في إطارها المؤسسة الإعلامية ومن خلال مراجعة الدراستين السابقتين المذكورتان تناولنا القيم الخبرية من خلال رصد مضامين الأخبار وتحليلها مع رصد بعض الضغوط التي تتحكم في أولويات هذه القيم خصوصاً ما يتعلق منها بقيم الاتصال بصفة عامة .

نجد أن الدراستين في طرحهما العام علاقة غير مباشرة بدراستي باحتوائها على نفس المنحنى، أو المعنى العام والذي يتمحور حول دور القيم الإخبارية في الصحيفة و نشرها للمواد الإخبارية التي لها دور هام في الحياة الاجتماعية للأفراد، مما يضيف عليها نوعاً من التشابه لدراستي وذلك بتناولي القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة ومدى تأثيرها وإقبالها على القراء .

ومدى مساهمة فلسفة الخبر الصحفي، و التغطية الخيرية بصفة عامة على دراسة القيم الإخبارية، حيث اعتمدت على معرفة التوزيع الرتبي للقيم الإخبارية في الصحافة وبينت أشكال ومصادر التغطية الإخبارية المختلفة والقيم الإخبارية التي تحكم تلك التغطية، على الكل فإن دراستي تركز على الجزء، والمتمثل في الكشف عن القيم الإخبارية المستخدمة في المعالجة الصحفية للمواضيع الإخبارية.

7- تحديد المفاهيم :

أ- تعريف الجمهور: لغة:تنوعت التعريفات التي تتناول مفهوم الجمهور، مفردة " mass " التي يقابلها في العربية كلمة (جمهرة وحشد) مستمدة من الكلمة الإغريقية (maza)، وتعني وجبة الشعير وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، وكذلك العدد الكبير من الأفراد، حشداً كان أو جمهرة .

اصطلاحاً:ويفيد مفهوم الجمهور في القاموس الإعلامي المجموعة الكبيرة من الناس، في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثرواتهم، والحشد ليس له تنظيم اجتماعي أو عادات وتقاليد وطقوس، فهو

تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية لكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري¹.

-الجمهور هو الذي يصنع الأنباء، وطبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه الخبر هي التي تزن ثقل هذا الخبر، وعلى ذلك يجب على المندوب أن يعرف الكثير عن طبيعة جمهوره، ويدرك ولا شك أن جمهوره يختلف من فرد إلى آخر ومن الضروري أن يدرك أن تطلعات الجمهور لا تطابق دائما تطلعات الصحفي، فما ينتظره القارئ ويترقبه قد لا ينتظره ويتطلع إليه المحرر أو المندوب²

التعريف الإجرائي :

- تعريف الجمهور : هو عبارة عن مجموعة كبيرة من الناس، في كافة مجالات الحياة، ومختلف الطبقات الاجتماعية بأنواعها، وهم أفراد يختلفون في ثقافتهم وثرواتهم ومراكزهم ومهنهم .

وهو تجمع من الأفراد متباعدين ومجهولي الهوية، ونجدهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري بصفة عامة .

ب-الصحافة المكتوبة : لغة: في قاموس (أكسفورد) تستخدم كلمة صحافة بمعنى برس : (press) وهو شيء مرتبط بالطباعة ونشر الأخبار و المعلومات، وهي تعني أيضا جورنال journal

ويقصد بها الصحيفة وجورنال لزم journalism بمعنى الصحافة، وجورنالست journalist بمعنى الصحفي، فكلمة الصحافة تشمل إذن الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه .

اصطلاحا: ويقول " الفيكونت فيليب دي طرازي " إن أول من استعمل كلمة الصحافة بمعناه الحالي كان الشيخ "نجيب حداد " منشئ جريدة " لسان العرب " بالإسكندرية سنة

¹ د/سعاد جبر سعيد : سيكولوجية الاتصال الجماهيري، جدار للكتاب العالمي، عالم الكتب الحديث، عمان-الأردن، 2008، ص21

² د/نبيل حداد: في الكتابة الصحفية، السمات-المهارات-الأشكال-القضايا، دار الكندي، الأردن-عمان، 2002، ص 171

(1894) ويعرف الصحافة بأنها الصحف، والصحف جمع صحيفة وهي قرطاس مكتوب، والصحافيين القوم الذين ينتسبون إليها ويعملون بها.¹

- التعريف الإجرائي:

- تعريف الصحافة المكتوبة : الصحافة هي عبارة عن أداة تساهم للتعبير عن حرية الأفراد من خلال ممارسته لحقه من خلال حريتهم في السياسية والمدنية، والتعبير عن أفكارهم وأرائهم.

وتشمل الصحافة مؤسسات قد تعمل على إنتاج المواد الإعلامية وتقديمها للجماهير وتقوم على الترفيه والتوعية والتوجيه، مما يجعلها قائمة على الاتصال بينها وبين مختلف شرائح المجتمع ومؤسساته.

ج- القيم الإخبارية : نعني بالقيم الإخبارية مجموعة العناصر المهنية التي في تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتداخل في عملية الإنتقاء أو رفض المحرر الصحفي للأحداث أو الوقائع المقبولة للنشر، ويمثل محاولة فهم طبيعة هذه القيم وتحديد ماهيتها أهمية كبرى للممارسين الإعلاميين لأن على ضوئها تتحدد اختياراتهم وأسلوب عملهم في عملية التغطية الإخبارية.²

وتعد القيم الإخبارية أسلوباً يحدد الصيغة المهنية التي في ضوئها يبني الخبر الصحفي ليكون ذا معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة، فالقيمة الإخبارية هي المرتكز الأساس في العملية الإعلامية وعصب الحياة للخبر.³

- التعريف الإجرائي:

- تعريف القيم الإخبارية: هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي يهم الجمهور، وذلك بالصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور.

¹ فؤاد شعبان وآخرون: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى 2012م، ص 42.

² د. عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي : سوسيولوجيا الخبر الصحفي - دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص، ص 39، 40

³ د. موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد - تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الناشر : جامعة بغداد، دار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، الطبعة الإلكترونية الأولى، 2011، ص 89

الإطار المنهجي

والتي بواسطتها يتم الكشف عن جوهر الحدث واستخدامه الاجتماعي وتحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم.

تمهيد:

تكتسي الصحافة أهمية كبرى في جميع المجالات، وقد ترتبط بوظيفتها في المجتمع باعتبارها رسالة تستهدف خدمة المجتمع. وبذلك خدمة الأفراد مما يربطها بطبيعة الواقع الاجتماعي .

هذا ما سأعرضه في هذا الفصل حيث إن الصحافة تعد بمثابة نمط اتصالي يتبع ويتأثر بطبيعة الأنظمة السياسية والاقتصادية والثقافية التي تصدر في المجتمع. و للمعرفة يقضي تناول المراحل التي مرت بها الصحافة المكتوبة في الجزائر، والتي مهدت لظهور عوامل ساهمت في قدرتها على التطور والبقاء إحدى إيجابياتها الحقيقية لأنها المرأة التي تنعكس عليها صورة الجماعة وآرائها وخواطرها .

1-الفصل الأول : الصحافة المكتوبة في الجزائر .

1-1- النشأة والتطور:

للصحافة أهمية كبرى تكمن في قدرتها على تكوين ثقافة الفرد وتشكيل فلسفته الحياتية وأسلوب تعامله مع محيطه الخارجي، وفي قدرتها على تنوير وإرشاد جماهيرها وصولاً إلى تحقيق الهدف الأسمى والمتمثل في إخراج جيل واع ومدرّك لما يحيط به من تحديات. فالصحافة المكتوبة تعني الصحف، والصحف هي كل ما يطبع على الورق¹ محور الصحافة المكتوبة هو الكلمة المطبوعة، فالصحافة المكتوبة تغني الصحف، والصحف هي كل ما يطبع على ورق فقد كانت الطباعة منذ اختراعها تشكل الأساس الذي يبني عليه طرح الصحافة واستمدت الصحافة وجودها منه، ولكن دائماً ما نحتاج إلى التعرف على البدايات التي شكلت نقطة الانطلاق لهذا العالم الواسع الذي أصبح يتطور اليوم بطريقة مذهلة والتعرف على النشأة الأولى للصحافة المكتوبة في العالم والعالم العربي، وارتباط هذه النشأة باختراع الطباعة وتطور الفن الطباعي، والدور الذي لعبته المطبعة في نشأة الصحافة وتطورها بعد أن كانت في بدايتها قائمة على النسخ وكتابة الأخبار وعواملها التي ساهمت في ازدهار الصحافة المكتوبة الذي كفل لها الوجود والاستمرار².

وكلمة الصحافة تستخدم في قاموس أكسفورد بمعنى press، وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات ونشر المواد المتصلة بها في مطبوعات. أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان³.

فتاريخ الطباعة مر بمراحل متعددة، تعد احد ابرز الابتكارات البشرية في كل العصور وكان إنتاج الكتب قبل ظهور الطباعة يتم عن طريق النسخ اليدوي، ومع أن العديد من هذه الكتب القديمة كانت تعتبر تحفا فنية عظيمة، إلا أن عملية النسخ اليدوي غالباً ما كانت عرضة لحدوث أخطاء، وكان عدد الكتب المتاحة محدود للغاية، ولم يكن يستطيع امتلاكها سوى القادرين وذوي النفوذ والوفرة المالية .

¹ محمد منير حجاب:مدخل إلى الصحافة،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،الطبعة الأولى،2010،صص،7، 15.

² تيسير أبو عرجة:دراسات في الصحافة والإعلام،مجدلاوي،عمان،الأردن،الطبعة الأولى،2000،صص،17.

³ محمد منير حجاب،المرجع نفسه،صص،13، 16.

وقد أحدثت الطباعة تغييرا مذهلا، حيث أصبح من الممكن إنتاج آلاف النسخ من الكتاب الواحد بقدر كبير من الدقة والسرعة. والنقطة المهمة في نشأة الطباعة في العالم الغربي هو أن الورق حل مكان المخطوطات "الرق" parchoment في العالم الإسلامي خلال القرن الثامن الميلادي نقلا عن الصينيين، ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح العرب للأندلس، ولم يفقد رجال الدين والقادة والعلماء وكتبة المخطوطات احتكارهم للقراءة والكتابة إلا بعد اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر¹.

وقد أدت الصعوبات التي رافقت الطباعة على الألواح الخشبية إلى قيام الصينيين باختراع الحروف المتفرقة من الطين الخزفي . إذ أن الحروف المتفرقة تصبح المحور الرئيسي الذي تعتمد عليه الطباعة، وقد اختلفت المصادر حول من يكون المخترع الأول لهذه الحروف المتفرقة، وإذا كان الصينيون هم من الذين اخترعوا الحروف المتفرقة من الطين الخزفي، فإن الكوريين قد توصلوا من ناحيتهم إلى اختراع الحروف المتفرقة من البرونز، وقد مهدت هذه الاختراعات الطريق أمام "جوتنبرغ" ليستفيد مما توصل اليه الصينيون والكوريون².

ويرجع الفضل إلى "يوحنا جوتنبرج" وكان ضائعا بمدينة "منيز" بألمانيا في التوصل إلى طريقة فريدة في الطبع، فبعد تجارب عديدة طور "جوتنبرغ" فكرة عمل ختم من الصلب لكل حرف بحيث يكون الحرف محفورا بدقة وبطريقة معينة، وبعد ذلك قام بطبع صورة هذا الحرف عن طريق الضغط على مربع من معدن أكثر ليونة مثل : النحاس الأصفر، وكان يقوم بوضع قالب من الصلصال حول الأثر الذي تركه الحرف المصنوع من الصلب على النحاس حتى يقوم بعد ذلك بصب الرصاص المنصهر فيه لعمل قالب الطباعة. وقد اتضح أن معدن الرصاص لين أكثر من اللازم. واكتشف "جوتنبرج" في النهاية طريقة لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل نوع من السبيكة التي حققت التي حققت نتائج ممتازة³.

¹ حسن عماد مكاي، د. ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة الطبعة السادسة، سنة 2006، ص 100.

² تيسير أبو عرجة، مرجع سابق، ص 18.

³ حسن مكاي، د. ليلي حسين السيد، المرجع سابق، ص 101.

و بين عامي 1436-1444 وهو التاريخ التقريبي لاختراع المطبعة في أوروبا التي تحتمل أن تكون من اختراع "جوهان جوتنبرغ" الذي ربما قد يكون استلهم فكرتها من معاصر العنب التي كانت منتشرة في وادي الراين الذي ينتمي إليه "غتنبرغ"، إذ تقوم كلتا الآلتين على فكرة القالب المتحرك¹.

وكان "جوتنبرغ" يشعر بالقلق لأنه لم يكن واثقا من اختراعه الذي استغرق عشرين عاما لإكماله، سوف يحظى بالانتشار على نطاق واسع، وكان متخوفا من أن يفضل القادرون الكتب المنسوخة يدويا، وأن ينظروا إلى اختراعه على أنه نوع من التقليد الرخيص. ومع مولد القرن السادس عشر، كانت المطابع تنتج آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق، وكان يتم نشر وتوزيع هذه الكتب بجميع اللغات الأوروبية، وهكذا أصبح من الممكن أن يقرأها أي شخص ملم بلغته الأصلية، وأدى انتشار هذه الكتب إلى زيادة الاهتمام بتعلم القراءة.

وقد أظهرت الفكرة الأساسية للصحيفة في وقت مبكر بعض الشيء في إنجلترا وأمريكا، وقد تأسست صحافة المستعمرات الأمريكية قبل سنوات من قيام الولايات المتحدة كدولة جديدة، وعندما توفرت الوسائل الكفيلة بإصدار جريدة رخيصة الثمن للتوزيع على نطاق واسع، وعندما تم تطوير الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع، ظهرت الصحافة الجماهيرية التي عرفت باسم: "صحيفة البنس". إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنسا واحدا، وقد حدث ذلك في مدينة نيويورك، وقد حققت هذه الصحيفة الجماهيرية نجاحا كبيرا وخلال سنوات قليلة انتشرت في أجزاء عديدة من العالم².

وفي فرنسا تميزت الصحافة عند نشأتها الأولى بصفتها الرسمية، وكانت هناك ثلاث صحف ميزت هذه المرحلة وهي: "جازيت jazette" و"جورنال دي سافا journal des savants" و"ميركور mercure"³.

وفي الجزائر كانت أول دولة في المغرب العربي يعرف فن الطباعة إذ يذكر المؤرخون أن الجزائر عرفت فن الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة حين نزلت القوات

¹ عبيدة صبطي، وآخرون، تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة 2012 ص32.

² حسن مكاوي، دليلى حسين السيد: المرجع نفسه، ص، ص102، 103.

³ تيسير أبو عرجة، مرجع سابق، ص26.

الفرنسية إلى سواحلها حاملة المطابع، على غرار ما حدث أثناء الحملة الفرنسية على مصر 1798، ففي سنة 1830 بدأت المطابع الفرنسية في طبع منشورات تحوي أوامر وتعليمات موجهة إلى الجنود الفرنسيين، كما حوت هذه المنشورات أخبار العمليات الحربية التي بدأت عقب وصول القوات الفرنسية إلى السواحل الجزائرية¹.

وشهدت الصحافة عوامل ساعدت على ازدهارها ونهضتها، بالإضافة إلى تطور الفن الإبداعي الذي أدى إلى اتساع حجم الجمهور القارئ المتابع لها بعد أن كان مقصورا على فئات معينة تتعامل مع الأوراق، والرسائل الخبرية المنسوخة. وتطور الخدمات البريدية وتنظيمها مما ساعد على جمع الأخبار ونقلها وتبادلها، وكذلك الدور الذي قامت به وكالات الأنباء في توزيع الأخبار وتنويع مجالاتها وتسويقها للصحف التي لم تكن قادرة على استخدام أعداد كبيرة من المندوبين الذين ترسلهم لتغطية الأحداث الكبيرة، وتوسيع حقل الإعلام الذي تقوم به الصحف، وزيادة حب الاستطلاع لدى قرائها.

وقد أتاحت هذه العوامل والظروف للصحافة أن يكون لها تأثيرات كبيرة على المفاهيم السياسية والاجتماعية، وتبني طرائق التفكير وأساليب الحياة المتطورة التي شهدتها المجتمعات².

وفي نهاية القرن التاسع عشر، أصبح واضحا لرواد علم الاجتماع في ذلك الحين أن وسائل الإعلام المطبوعة (الكتب، الصحف، المجلات) تقوم بإحداث تغييرات جذرية في الظروف الإنسانية، وأن وسائل الإعلام المطبوعة كانت أكثر تأثيرا من حيث قدرتها على التعبير ونقل الأفكار والمشاعر على نطاق واسع، والتغلب على المسافة من خلال سرعتها في الوصول إلى القارئ وكذلك من خلال خاصية الانتشار والوصول إلى جميع الطبقات³.

¹ عبيدة صبطي، وآخرون، مرجع سابق ص40.

² تيسير أبو عرجة، المرجع نفسه، ص28، 29.

³ حسن مكاوي، د. ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص103.

1-2- الصحافة الجزائرية قبل وبعد الاستقلال:

1-2-أ- الصحافة المكتوبة قبل الاستقلال:

لقد كان للصحافة منذ ظهورها دور في تنمية الوعي لدى الجماهير وكذا المستوى الثقافي، كما شملت شتى المجالات الأخرى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، كما أنها تأثرت بجميع المحطات التاريخية وأثرت فيها تأثرا ملحوظا، وعبرت عن وجودها وأهميتها

البالغة في المجتمع، إذ تقوم الصحافة على عدة وظائف منها: إعلامية، إخبارية، تربوية، تثقيفية¹.

وقد ارتبط تاريخ الصحافة في الجزائر كغيره من بلدان العالم الثالث ارتباطا وثيقا بالظاهرة الاستعمارية، وباعتبار الصحافة أداة هامة للإعلام والتوجيه عملت الدول الاستعمارية على استخدامها كوسيلة لتزويد قوتها بالأخبار والمعلومات، وعرفت الجزائر هذا النوع من وسائل الإعلام مع نزول القوات الاستعمارية التي قامت بها فرنسا إلى مصر أولا ثم إلى الجزائر ثانية².

فتاريخ نشأة الصحافة بالجزائر يرتبط بمرحلة الاستعمار الفرنسي أي أنه يعود إلى سنة 1830 التي تزامنت والحملة العسكرية المستهدفة لبسط السيطرة وتحقيق التواجد الفرنسي على التراب الجزائري من خلال الاحتلال، فبالرغم من أن الحديث في هذا السياق يدور حول كلمتي: "احتلال" و"حملة عسكرية" إلا أن فرنسا الاستعمارية لم تقتصر في وضع قائمة من سيتوجهون إلى الجزائر لتحقيق هذه المساعي على أسماء الجنود والضباط والمهندسين العسكريين فقط بل اهتمت أيضا باستقطاب رجال الثقافة والإعلام ف: Belfordde Bergson وروسو الابن Rosso المتخصص في فن الطباعة الحجرية وAugust وBayard وBaillon de st martin وJean meale تعبر كلها عن أسماء لعلماء وتقنيين وفنيين ساهمت من جهة في أن يتعرف الجزائري على مجال الصحافة المكتوبة وأسست من جهة أخرى بما يسمى ب: "الصحافة الاستعمارية"³ ويقول زهير إحدادن معلقا على ذلك انه "عندما تجهز الجيش الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه من بين ما حمل، مطبعة وهيئة تحرير تشرف على إصدار جريدة هي صلة ربط داخل الجيش، وبالفعل بدأت هذه الجريدة تصدر في الجزائر وتحمل اسم: "ليستيفيت دي لسيدي فرج"⁴ إلا

¹ محمد منير حجاب، مرجع سابق: صص، 61، 54.

² زهير إحدادن: مدخل الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د طبعة 2002، ص 91.

³ الزبير سيف الإسلام: تاريخ الصحافة في الجزائر (الجزء الرابع)، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د طبعة 1991، ص 25.

⁴ زهير إحدادن: الصحافة المكتوبة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د طبعة، 1991، ص 25.

أن هذا النوع من الصحافة ممثلاً في جريدة "ليستيفيت دي بسيدي فرج" لم تعمر طويلاً وسرعان ما عوضت بصحف أخرى ذات الطابع الحكومي¹.

فصفحة l'estafette de sidi feradj لم تكن احترافية ولم تكن كذلك ذات طابع جماهيري² وكان هدفها من البداية محدوداً لا يتعدى محيط الجيش الفرنسي ولم تعمل كثيراً لتستبدل بجرائد أخرى استعمارية كجريدة "الأخبار" في سنة 1839 واستمرت حتى عام 1898³.

وإذا ما أردنا الحديث عن الصحافة الجزائرية ما بين 1830 إلى 1962 فانه من الممكن تقسيم الصحف التي صدرت في تلك الفترة ضمن ثلاث فئات وهي:

1. الصحافة الحكومية: La presse gouvernementale:

هي صحافة كانت تشرف عليها حكومة الاحتلال الفرنسي بشكل مباشر⁴ وقد تزامن ظهورها مع بدايات الاحتلال حيث كانت موجهة فقط إلى بعثات الجنود والمعمرين الفرنسيين الوافدة إلى الجزائر، إلا أن الإحساس بضرورة تعريف "الأهالي" الجزائريين بقرارات الحكومة الفرنسية ساعد في الانطلاق نحو توسيع دائرة قراء هذا النوع من الصحف لتشمل هذه الفئة، وقد تولى هذه المهمة فرنسيون إلى جانب الاستعانة بمتترجمين من "الأهالي" يقومون بنقل المقالات المكتوبة باللغة الفرنسية إلى العربية حتى يتمكن عامة "الأهالي" من الجزائريين من قراءتها. هذا ما ساهم في ميلاد الجريدة الرسمية: "المبشر" Le mobacher (Le messenger)⁵ والتي تعتبر أول صحيفة حكومية تصدر سنة 1847⁶.

وموازاة مع التقدم الذي أحدثه التعليم والتدريس برزت للعيان فئة جديدة من "الأهالي" تمثل جمهوراً قادراً على قراءة الصحف باللغة الفرنسية ما سمح بظهور صحف أخرى للاهتمام بهذه الفئة يتم تحريرها باللغة الفرنسية مثل صحيفة الأخبار (Les nouveaux)

¹ المرجع نفسه: ص 26.

² محمد اللمداني: الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل، منشورات الحبر متيجة. الجزائر، د طبعة 2005 ص 15.

³ عزي عبد الرحمن و آخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، د طبعة، 1992، ص 97.

⁴ محمد اللمداني، مرجع سابق ص 15.

⁵ IHADDADENNZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, Alger , Algérie-ENAL, 1983, PP13-14 .

⁶ محمد اللمداني، المرجع نفسه، ص 15.

¹ L'AKHBAR كانت الصحافة الحكومية تعمل تحت إشراف الوالي والإدارة الاستعمارية وما يميزها عن الأنواع التي سيأتي ذكرها هو تمتعها بالاستمرارية² ويقول زهير إحدادن - أستاذ بمعهد الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر - أن ما يميز الصحافة الحكومية هي الخصائص التالية:³

1- أنها رسمية وتطرح وجهة نظر الحكومة.

2- أنه يتم تحريرها من قبل فرنسيين بمساعدة الأهالي.

3- أنها تهتم أكثر بفئة الأهالي (تستهدف مواضيعها هذه الفئة).

ويشير الدكتور زهير إحدادن إلى أن الصحافة الحكومية ساهمت في تكوين محررين من "الأهالي" rédacteurs indigènes ساعدوا فيما بعد في تطوير نوع آخر من الصحافة الجزائرية عرف باسم: "الصحافة الأهلية" "la presse indigene"⁴

2- صحافة أحباب الأهالي : la presse indigénophile

إن سبب نشأة صحافة "أحباب الأهالي" يرجع إلى تخوف بعض الفرنسيين من الظلم الذي كان يتعرض له المسلمون جراء تطبيق قانون "الأهالي" وأنه لا يوافق مع دور الوريث الشرعي أو الوصي الذي تريد فرنسا أن تلعبه "Le rôle d'émancipatrice" لذا فقد لجأ أحباب الأهالي إلى تأسيس صحافة تمكن "الأهالي" من التعبير عن معارضتهم وانتقادهم⁵ وقد أصدروا صحيفتهم الأولى تحت اسم المنتخب عام 1882 من مدينة قسنطينة. ولكنها لم تستمر أكثر من عام حيث لاقت مضايقات كبيرة من الإدارة الاستعمارية. لكن هذا النوع من

¹ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, opcit, P14.

² محمد اللداني: المرجع نفسه، ص15.

³ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, opcit , page14 .

⁴ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID, même page .

⁵ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID, P14-15 .

الصحف انتشر فيها بعد حيث ظهرت صحيفة " الجزائر الجمهورية " عام 1937، التابعة للحزب الاشتراكي والذي تحول إلى الحزب الشيوعي الفرنسي وكانت هذه الصحف يومية ولها رواج كبير بسبب أنها تنقل جميع الأخبار وتنتقد الحكومة الاستعمارية.

وهناك أمثلة أخرى عن صحافة أحباب الأهالي مثل: صحيفة "الأخبار" - تحولت إلى صحافة أحباب الأهالي بعد إعادة تأسيسها في 30 نوفمبر 1902¹

- التي تأسست عام 1902 وجريدة الأهالي عام 1927، ولعب هذا النوع من الصحف دورا مهما في ترويج أفكار المشاركة، أي ضرورة مشاركة " الأهالي " أصحاب الأرض الأصليين في الحكم، وهو ما أثار حفيظة المعمرين والسلطات الاستعمارية ورغم ذلك فإن هذه الأفكار تطورت في المجتمع وأصبح الكثير من حملة هذه القنوات يقدمون مساعدات لثورة التحرير عندما اندلعت عام 1954، وأشهرهم الطيب شولي الذي ساهم بشكل أساسي في إصدار جريدة المجاهد².

3- الصحافة الأهلية: la presse indigène

هي الصحافة التي كان يقوم بها ويمارسها السكان الأصليون للجزائر ويشرفون عليها ماليا وإداريا. إن أول ظهور للصحافة الأهلية كان عام 1893 عندما تأسست جريدة "الحق" في عنابة وتلتها مجموعة من الصحف تحمل مختلف التوجهات الفكرية من اليسار إلى اليمين. وقد حظيت هذه الصحافة في أول الأمر برعاية من جانب السلطات الاستعمارية ثم دخلت مرحلة القمع والضغط من خلال المضايقات التي تعرضت لها من الجانب الاستعماري لتصل أخيرا إلى مرحلة النضج وتتلاشى عام 1956.

وقد تعددت العناوين الصادرة في تلك الفترة منها: الأقدام، الأمة، والمنتقد التي أصدرها الشيخ عبد الحميد بن باديس ثم جريدة الشهاب، وتبقى الأمة من بين أهم الإصدارات الصحفية على يد مؤسسها أبو اليقضان عام 1933 إضافة إلى تأسيس صحف أخرى مثل لاديفانس " الدفاع " سنة 1943 وهي صحيفة ناطقة باللغة الفرنسية أو صحيفة البصائر 1953 التي أسستها جمعية العلماء المسلمين.

¹ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID, Page 150.

² محمد اللمداني، مرجع سابق، ص ص 16، 17.

وفي عام 1956 قررت قيادة ثورة التحرير الوطني إصدار صحيفة في كل من المغرب وتونس وفرنسا سميت بصحيفة "المقاومة الجزائرية" بينما أنشأت في الجزائر صحيفة "المجاهد"¹ إن هذا التصنيف للصحافة الجزائرية أثناء الحقبة الاستعمارية لا ينفي وجود نوع آخر من الصحف يعرفها زهير إحدادن بالصحافة الوطنية "La presse nationaliste" والتي يمكن إدراجها ضمن الصحافة الأهلية إلا أن زهير إحدادن يرى بأن عام 1930 يمثل مولد الصحافة الوطنية التي تنبذ الاحتلال الفرنسي وتشيد بالاستقلال.

« La presse nationale a une signification précise elle existé en Algérie prés 1930. Sa revendication essentielle est l'affirmation de l'existence de la nation Algérienne distincte de la nation française et pouvant exister en dehors d'elle sous la forme d'un état libre et indépendant »²

"الصحافة الوطنية لديها المعنى الدقيق كان موجودا في الجزائر قرب 1930. صاحبة المطالبة الرئيسية هو التأكيد على وجود الأمة منفصلة من الجزائر والأمة الفرنسية يمكن أن توجد خارج بها كدولة حرة ومستقلة".

إن هذا المفهوم للصحافة الوطنية يجعلها تختلف كثيرا عن الصحافة الأهلية فقبل 1930 لم تقم أي صحيفة بالتعرف إلى "التواجد الفرنسي بالجزائر" أو إلى "طبيعة الجزائر الفرنسية" بحيث نجد أثرا لذلك في كتابات الأمير خالد والشيخ عبد الحميد بن باديس وعليه فإن النبوة الوطنية والاستقلالية أخذت في التصاعد بعد الفشل في تحقيق المطالب "الأهلية"³.

1-2 - ب- الصحافة المكتوبة الجزائرية بعد الاستقلال:

إن الجزائر كدولة كان لها شعورا قويا بمكانة وسائل الإعلام الجماهيري بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة نظرا للدور الفعال الذي تستطيع أن تقوم به هذه المؤسسة في تشييد وتنظيم المجتمع والدفع به نحو التوعية ودفع عجلة التنمية بالتأثير على الجماهير وتجنيدهم، لذلك عملت الجزائر على رسم الأهداف التي ترمي إلى تحقيقها وتغيير اتجاهاته من إعلام حربي إلى إعلام في خدمة التنمية.

¹ المرجع نفسه، ص 17.

² IHADDADEN ZAHIR: histoire de la presse indigène en Algérie, opcit, Page 18.

³ IHADDADEN ZAHIR : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID, Page 18-19.

وهنا بدأت عملية تحويل الإعلام والصحافة في الجزائر إعلام بناء وتشبيد المجتمع وانطلاقاً من هذه الإستراتيجية التي رسمتها الحكومة الجزائرية المستقلة عملت على فرض سيطرتها على القطاع الحساس وبالتالي قامت مباشرة بعد الاستقلال بتأميم ومصادرة هذا القطاع انطلاقاً من مصادرة الصحف التي كانت موجودة في الجزائر التي يقوم بتمويلها وإدارتها الأجانب حيث اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني سنة 1963 وأصدر قرار بتأميم هذه الصحف باستثناء "Algeria republican" التي كان يسيرها أشخاص يتمتعون بالجنسية الجزائرية¹.

فعندما استعادت الجزائر سيادتها الوطنية ورثت مجموعة من منشآت الطبع التي كانت تستعملها الصحافة الاستعمارية وكانت هذه المنشآت موازية في التطور لما كان موجوداً في العالم ولكل نوع الممارسة الصحفية التي كان الجزائريون بصدها قبل الثورة التحريرية والتي اعتمدت وسائل بسيطة وتجدر الإشارة هنا إلى أن الجزائريون لم يصدروا يومية واحدة وكانت كل الصحف التي أسسوها دورية، هذه المنشآت التي تمت وراثتها بقيت غير مشغلة مدة من الزمن بسبب هروب كل من المعمرين الفرنسيين إلى فرنسا بمن فيهم أولئك الذين كانوا يمارسون الصحافة، ومباشرة بعد الاستقلال كانت أول جريدة تعود إلى الصدور هي: "républic algerie" ذات الميول اليسارية، لأنها كانت تملك مطبعة مقر لها في قلب الجزائر العاصمة ومن بين الجرائد التي رأت النور بعد الاستقلال نذكر جرائد الشعب باللغة العربية "Le public" وهي عناوين يومية ثم جرائد "La républic" في وهران والنصر بالفرنسية في قسنطينة، وبحكم عدم تحكم الجزائر في تقنيات صناعة الصحافة استعانت السلطات الجزائرية بالتعاون مع دول شقيقة وصديقة مثل مصر²، وقد وفر أولئك المتعاونون خبرتهم وتجربتهم التي اعتمد عليها الجزائريون فيما بعد عندما تكلفت بإصدار صحفهم، ومن ناحية المضمون الذي حملته لا ينبغي أن نهمل أن الجزائر حققت انجازاً أبهر العالم فهو إحدى أكبر القوى الاستعمارية، ولم يكن أمام هذه الصحف إلا الاحتفال بهذا الانجاز الثوري الكبير فكانت مضامين ما تحمل هذه الصحف يتمشى مع

¹ الزبير سيف الإسلام: الإعلام والتنمية في الوطن العربي، المركز العربي للدراسات الإعلامية، ليبيا، 1981 ص43.
² عواطف عبد الرحمن: الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954-1962)، المؤسسة الوطنية للكتاب، د ب، د طبعة، دت، ص40.

السمعة التي اشتهرت بها الجزائر وجعلها نموذجا عالميا حديثا ولا نستطيع أن نحكم أن نوعية الكتابة الصحفية التي أصدرت آنذاك لان الظرف التاريخي الذي وجد فيه المثقفون الجزائريون أنفسهم بعد الاستقلال لم يكن من واجبه إلا التجميد وانجاز الشعب الجزائري¹. ويمكن تقسيم هذه المرحلة من التاريخ إلى أربع مراحل: من 1962 إلى 1965، من 1965 إلى 1979، من 1979 إلى 1989 لنصل أخيرا إلى المرحلة الممتدة من 1989 وصولا إلى يومنا هذا².

1-مرحلة 1962-1965:

عرفت هذه المرحلة رغبة حقيقية من طرف السلطة الجزائرية الناشئة في أن تصنع شخصيتها إلا أن العمل بمرسوم 1881 الذي وضعته سلطات الاحتلال وضع السلطة الجزائرية في موقف محرج، من خلال السماح بإصدار بعض الصحف الاستعمارية التي كانت تروج لأفكار تتناقض وأطروحات الدولة المستقلة لذا فإن هذه الأخيرة قررت إصدار صحف جزائرية تابعة للحكومة وتعبّر عن وجهة نظر الجزائريين الذين نالوا استقلالهم فكانت أول صحيفة تحمل اسم "الشعب" ناطقة باللغة الفرنسية في نسختها التي صدرت في 19 سبتمبر 1962، أما النسخة العربية لهذه الصحيفة فلم ترى النور إلا في 11 ديسمبر 1962 بعد مساعدة طلبتها الحكومة من مصر ولبنان وذلك بسبب عدم توفر المطابع الجزائرية على الحرف العربي ونقص الخبرة الجزائرية في مجال الصحافة العربية وفي شهر سبتمبر 1963 صدرت جريدة النصر من مدينة قسنطينة، لتؤسس في 14 أفريل من عام 1964 اليومية المسائية "الجزائر هذا المساء" وكانت تصدر باللغة الفرنسية. وقد بلغ حجم الطباعة لجميع الصحف 60 ألف نسخة يوميا لكن كان حجم المرتجعات كبيرا بسبب منافسة الصحافة الاستعمارية التي لم تستطع الدولة منعها من مزاولة نشاطها بحكم اتفاقيات إيفيان³

ويقول محمد رابح في كتاب "La presse algerienne journal d'un défi":

¹ المرجع نفسه: ص/60.

² محمد اللمداني، مرجع سابق، ص 18.

³ المرجع نفسه، ص، 20.

"Une partie de cette presse coloniale se maintiendra encore quelque temps après l'indépendance avec la dépeche quotidienne la dépeche de Constantine et l'Echo d'Oran pour disparaître définitivement en septembre 1963".¹

"جزء من هذه الصحافة الاستعمارية لا تزال تحافظ على بعض الوقت بعد الاستقلال مع صحيفة dépeche quotidienne la dépeche في قسنطينة و صدى وهران تختفي نهائيا في سبتمبر 1963".

وفعلا صدر قرار في 18 سبتمبر 1963 بتأميم العناوين الفرنسية الثلاث وهي "لاديبيش دا لالجيري"، "لاديبيش دو قسنطينتين" و"ليكو دوران" وكان التبرير الذي صدر فيه تأميم الصحف الثلاث يشير إلى أنها تذكر الحكومة والشعب الجزائريين بالعهد الاستعماري، وبناءا عليه أصبحت الصحافة المكتوبة وكافة وسائل الإعلام ملكا للدولة الجزائرية الفتية ما جعل الحكومة تتحكم في الرسالة الإعلامية التي كانت توجهها إلى الشعب.

2-المرحلة 1965-1979:

جاءت هذه الفترة مصاحبة للتحول الذي طرأ على مستوى المشهد السياسي الجزائري بعد الإطاحة بنظام الرئيس "أحمد بن بلة" على يد مجموعة من الضباط كان يتزعمهم "هوارى بومدين" وقد أثر هذا التحول في نظام الحكم على الساحة الإعلامية الجزائرية بقطاعيها المكتوب، والسمعي-البصري.

وفيما يخص مجال الصحافة المكتوبة فقد توقفت الصحف الخاصة بشكل نهائي مثل جريدتي: "ألجي ريبو بليكان" وجريدة "وبوبل" الناطقتين بالفرنسية، حيث تم تعويضهما بجريدة "المجاهد"² هذه الأخيرة التي يقول عنها زهير إحدادن أنها أصبحت تمثل لوحدها الصحافة المكتوبة في الجزائر نظرا لحجم سحبها الذي بلغ سنة 1970 مثلا مائة ألف وتسعمائة (100.900) نسخة في حين أن باقي الصحف اليومية كانت تسحب ثمانية وستون

¹ M'hamed Rebah, la presse Algérienne journal d'un défi BATNA, Algerie, chihab éditions 2002, page 10.

² محمد اللمداني، مرجع سابق، ص20.

ألف (68.000) نسخة فقط¹. إلا أن القفزة النوعية في سيطرة الدولة على الصحافة كانت في عام 1966 عندما صدر قرار يمنع شركة هاشيت الفرنسية من التوزيع في الجزائر، وأصبحت أي مطبوعة تحتاج إلى توزيع تتطلب الحصول على موافقة من الجهات المختصة وبذلك أصبح التوزيع تابعا للدولة بعد أن أسست الشركة الوطنية للنشر والتوزيع (سنيد) وأصبحت صاحبة الاحتكار².

وما ميز هذه المرحلة هو "إقامة نظام اشتراكي للإعلام" والفرق هنا يكمن في أن الصحافة في البلدان الرأسمالية تراقب أعمال الحكومة وتنفيذها وتعارضها أحيانا في حين أن الصحافة في البلدان الاشتراكية تقف دائما بجانب الحكومة تضخم أعمالها الايجابية وتخفي أعمالها السلبية وتستترها³.

3-مرحلة 1979 إلى 1988:

تبتدئ هذه المرحلة بحدث سياسي هام وهو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني وأهميته تكمن في كونه ينعقد بعد خمسة عشرة من انعقاد المؤتمر الثالث: وفي كونه يوافق لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام.

ويتعرض زهير إحدادن إلى نقطة مفادها أن هذه المرحلة من تاريخ الصحافة الجزائرية قد عرفت تطورا كبيرا من جانب توضيح الوضع القانوني للإعلام من خلال إصدار ثلاثة نصوص اعتبرها القاعدة الأساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر⁴:

-الموافقة على لائحة خاصة بالإعلام خلال المؤتمر الرابع لحزب جبهة

التحرير الوطني في جانفي 1979.

-إصدار قانون الإعلام 1982.

¹ زهير إحدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص130.

² محمد اللمداني، مرجع سابق، ص21.

³ زهير إحدادن، مرجع سابق، صص130-131.

⁴ المرجع نفسه، 136، 137.

-تخصيص دورة من اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني للسياسة الإعلامية مع الموافقة على تقرير شامل يحدد هذه السياسة. وتعتبر هذه النصوص خطوة نحو الانفتاح¹ حيث قامت من جهة الصحافة بتحديد حقوق وواجبات الصحفي مثل حقه في الاتصال بمصادر المعلومات والإطلاع عليها تحت رعاية السلطات وحماية الصحفيين أثناء تأديتهم لمهامهم، وتجنب الصحفي للكذب والغش والتزوير واحترامه لأخلاقيات المهنة بحيث لا يستغلها لتحقيق أغراض شخصية، وركزت من جانب المواطن اهتماما بحقه في الإعلام بإشعاره بكل ما يجري في البلاد سواء كان سلبيا أو ايجابيا².

لكن هذا الانفتاح أبقى على ملكية الصحف وكافة وسائل الإعلام في يد الدولة والحزب ولم يكن هناك أي مجال للقطاع الخاص إلا في الدوريات التي كان يحتاج إصدارها إلى موافقة خاصة من الجهات المختصة.

4-مرحلة 1988 إلى الوقت الراهن :

عرفت هذه المرحلة تحررا للصحافة المكتوبة من سيطرة الدولة وقد ساهم في ذلك إصدار قانون الإعلام 1990 وقبله دستور 1989 المؤكدين على حق المواطن في الإعلام وقد جاءت هذه التحولات عقب مظاهرات الخامس من أكتوبر 1988 والمواجهات التي دارت بين السلطة والشعب والتي انتهت بعد تدخل الجيش، وأدت إلى سقوط قتلى وجرحى ومعتقلين . حيث بدأ الإعداد بشكل جدي للتحويل الإعلامي والسياسي والاقتصادي مع انتهاء تلك الأحداث وإعلان الرئيس "الشاذلي بن جديد" على تغييرات جذرية. كانت البداية من دستور 1989، والذي منح الشعب الجزائري مساحة حرية وتعبير وتغيير في كل شيء، وعلى جميع الأصعدة، كما أن قانون الإعلام الذي صدر في الثالث من أفريل 1990 وضع نهاية لاحتكار وسيطرة الدولة على وسائل الإعلام³

¹ محمد اللمداني، المرجع نفسه، ص21.

² زهير إحدادن، مرجع سابق، ص138.

³ محمد اللمداني، مرجع سابق، ص، ص21، 27.

إلا أن النقلة النوعية جاءت مع "تعليمية حمروش" في 20 أكتوبر 1990 الخاصة "بصندوق ترقية الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية" حيث تتضمن هذه التعليمية في مادتها الثالثة تقديم إعانات لترقية الصحافة المكتوبة والمرئية. إن كل هذه التحولات الايجابية في مسار تطور قطاع الصحافة المكتوبة من خلال رفع احتكار الدولة لهذه الحوامل الإعلامية لم يمنع من إيجاد طريقة تبقي الصحف المكتوبة قيد سيطرتها مثل القرار الذي أصدره "بلعيد عبد السلام" في 19 أوت 1992 القاضي باحتكار السلطة للإشهار والذي يعتبر الممول الرئيسي لأي صحيفة¹.

1-3- الصحافة المستقلة والخاصة في الجزائر: (بعد 1990):

شهدت الصحافة الجزائرية صدورا كثيفا في سنوات التسعينات عندما فتح الباب أمام التعددية السياسية والحزبية وتنوعت هذه الصحف من حيث توقيت الصدور اليومي والأسبوعي ونصف الشهري والشهري، إضافة إلى عدد من المطبوعات والمجلات الفصلية التي تصنف تحت قائمة الصحافة المتخصصة.

وتصدر هذه الصحف بإحدى اللغتين العربية أو الفرنسية، ويوجد عدد قليل منها يجمع بين اللغتين معا داخل الصحيفة الواحدة.

ويلاحظ أنه رغم مرور نحو أربعة عقود على نيل الاستقلال إلا أن عددا كبيرا من الصحف الجزائرية مازال يصدر باللغة الفرنسية، الأمر الذي يدعو إلى التساؤل خاصة مع الجهود الكبيرة التي بذلتها الجزائر منذ الاستقلال على صعيد التعريب والتخفيف من الفرنسية اللغوية، كما يلاحظ من قراءة الواقع الراهن للصحافة الجزائرية عدم اقتصار صدور

¹ المرجع نفسه، ص28.

الصحافة على العاصمة وحدها بل يمتد ذلك إلى مختلف الولايات التي تشهد نوعا من الصحف يروق الجزائريين تسميتها بالصحافة الجهوية نسبة إلى الجهة في الوقت الذي تعرف فيه الصحافة الصادرة في العاصمة باسم الصحافة الوطنية¹.

أما من حيث الحجم الذي تصدر به الصحافة الجزائرية فيغلب عليها الحجم النصفى التابلويد وبسته عشر صفحة وهي لا تحفل كثيرا بالصور والعناوين الكبيرة كما تفتقر إلى الإخراج الصحفي الأنيق ويغلب عليها القتامة الإخراجية في كثير من الأحيان ونظرا لأهمية اللغة التي تصدر بها هذه الصحف، فإنها تعرف بنفسها على ضوء لغتها العربية أو الفرنسية فهي إما يومية عربية أو يومية فرنسية أو أسبوعية عربية أو أسبوعية فرنسية وهكذا.

ويجدر بالذكر أن الحالة المضطربة التي تعيشها الجزائر منذ بداية التسعينات التي شهدت التعددية السياسية وتوقف حكم الحزب الواحد، وهو حزب جبهة التحرير الوطني، وبدء المواجهات بين الحكم والجماعات الإسلامية المعارضة، هذه الحالة تؤثر سلبا على الصحافة الجزائرية من حيث عدم قدرتها على الانتظام في الصدور والاستمرار، خاصة بعد أن تعرض عدد كبير من الصحفيين والإعلاميين على اختلاف تخصصاتهم ومواقع عملهم إلى الاغتيال واضطراب عدد كبير آخر إلى مغادرة الجزائر إلى بعض الدول الأوروبية². رجوعا إلى بدايات ظهور أول صحف مكتوبة وذلك عام 1863 كما تم اختراع المطبعة الدوارة (الروكو) لطباعة الصحف وذلك بفضل الأمريكي "ويليام بالوك" واستخدامها للورق في الطباعة على شكل اسطوانات مما سهل الإنتاج الصناعي الجديد ليزيد من قوة الاتصال الثقافي عن طريق انتشار الصحافة المكتوبة³.

وقد شهدت الجزائر بعد الاستقلال نوعا من المجالات المتخصصة التي أصدرتها المنظمات الجماهيرية التابعة لحزب جبهة التحرير الوطني ومن أهمها مجلات (الفلاح والثورة) و(أول نوفمبر) و(الثورة والعمل). وهي نصف شهرية تصدر باللغة العربية عن الاتحاد العام للعمال الجزائريين، و(الوحدة) وهي اللسان المركزي للاتحاد الوطني للشبيبة الجزائرية، و(الجزائرية) السنوية تصدر عن الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات، و(الأمل)

¹ تيسير أبو عرجة: مرجع سابق، ص266.

² المرجع نفسه، ص267.

³ عبد الله محمد عبد الله، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، د طبعة، 2006، ص23.

التي صدرت في أكتوبر عام 1983 للشباب والرياضة إضافة إلى مجلة (الجيش) وهي عسكرية سياسية وثقافية تصدر عن الإدارة المركزية المحافظة السياسية للجيش الوطني الشعبي، ويصدر منها طبعة باللغة الفرنسية إلى جانب الطبعة العربية¹.

كما عرفت الجزائر المستقلة عددا من الصحف والمجلات الخاصة بقضايا الفكر الإسلامي، وقد توقف عدد منها عن الصدور، بينما واصل بعضها الآخر رحلته الإعلامية ومن هذه المجلات والصحف الدينية :

-الأصالة: وهي مجلة ثقافية تصدر كل شهرين عن وزارة الشؤون الدينية وكانت حين تأسيسها تصدر نصف شهرية، وقد صدر العدد الأول منها في مارس 1971.

-الرسالة: وهي مجلة شهرية تربوية إسلامية جامعة، صدر العدد الأول منها في مارس 1980، وقالت إنها اختارت اسم الرسالة آملة أن تبلغ رسالة الإسلام الخالدة وتؤدي الأمانة الملقاة على عاتقها.

-العصر: وهي صحيفة أسبوعية نصفية بحجم التابلويد تصدر عن المجلس الإسلامي الأعلى، وقد صدر العدد الأول منها في 16 أبريل 1981.

وشهدت الجزائر أيضا عددا من صحف الأطفال الصادرة باللغة العربية مثل صحيفتي : جريدتي وأمقيدش، إضافة إلى كتب الأطفال التي تصدر على شكل سلاسل عن المؤسسة الوطنية للكتاب التابعة للشركة الوطنية للنشر والتوزيع الرئيسية التي تتولى الإشراف على طباعة وتوزيع الكتب المحلية والأجنبية في الجزائر وهذه السلاسل هي : أحكي لكم، صور من الطبيعة، مكتبتي، شموع، وروضة الأطفال².

وفيما يلي تعريف بالصحف والمجلات الجزائرية التي تصدر في الوقت الحاضر على اختلاف أنواعها وتوجهاتها وتوقيت صدورها³.

¹ تيسير أبو عرجة، المرجع نفسه، ص264.

² المرجع نفسه، ص265، 266.

³ نوردين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الثانية، 2009، ص40.

***أولاً:** الصحف اليومية الصادرة باللغة العربية: يلاحظ أن عددا من الصحف التي شهدتها الجزائر في المرحلة السابقة على التعددية الحزبية القائمة قد استطاع مواصلة الصدور، ومن هذه الصحف التي تصدر يوميا في العاصمة الجزائرية، صحيفتا: الشعب والمساء، كما يتواصل صدور الصحف اليومية الجهوية: النصر في قسنطينة والجمهورية في وهران أما الصحف اليومية الجديدة التي صدرت في سنوات التسعينات وهي: الحياة العربية لمحررها "أحمد مستاري" والخبر ل"شريف رزقي" والسلام ل"محمد عياز" والحوار ل"عبد الحميد مهري".

***ثانياً:** الصحف اليومية الصادرة باللغة الفرنسية: لقد حافظت صحيفتا : المجاهد والآفاق اليوميتان الصادرتان في الجزائر العاصمة على استمرارية الصدور، بينما شهدت الحقبة الحاضرة عددا مهما من الصحف اليومية الصادرة باللغة الفرنسية التي يتركز معظمها في العاصمة وهي: الوطن لـ"عمر بلهوشات"، ولوملتان لـ"محمد بن شيكو"، ولوسوار دالجيري لـ"زبير سويسي" والمستقل لـ"نور الدين قيطون" وليبرتي لـ"أحمد فطاني" والرأي لـ"حفيظ شيبان" ولوكوتيديان دالجيري لـ"كمال بلقاسم"، كما يصدر في قسنطينة صحيفة الأصيل لـ"عزيز رحمان"، أما في وهران فتصدر صحيفة لانوفيل ريبوبليك لـ"عبدو بنابو"¹.

***ثالثاً:** الصحف الأسبوعية الصادرة باللغة العربية: إضافة إلى المجاهد الأسبوعية التي واصلت صدورها منذ مرحلة الثورة التحريرية إلى مرحلة ما بعد الاستقلال إلى الوقت الحاضر، فإن هناك عددا كبيرا من الصحف الأسبوعية تصدر في الجزائر حاليا سواء في الجزائر العاصمة أو في غيرها من المدن والولايات.

ومن هذه الصحف التي تصدر في العاصمة: النبأ لـ"فقايري" والشباك لـ"علي سلحاني" والشروق لـ"علي فضيل"، والعالم المعاصر لـ"سليم صالح" والإذاعة العربية لـ"الأمين بشيشي"، والمنتخب لـ"مجامعية ميلود"، والوجه الآخر لـ"عبد القادر عبود"،

¹ تيسير أبو عرجة: مرجع سابق، ص268.

والصحيفة لـ "عيسى عجينة"، والعالم السياسي لـ "سليم صالح"، واللقاء لـ "محمد زاوي"، والحدث لـ "محمد سلامي"، والمحقق السري لـ "فيصل بخوش".

***رابعاً: الصحف الأسبوعية الصادرة باللغة الفرنسية :** تعتبر مجلة الثورة الإفريقية وصحيفة الجيري أكتوالتيه من أقدم المطبوعات الأسبوعية الصادرة باللغة الفرنسية التي حافظت على استمرارية صدورها إلى الوقت الحاضر، إضافة إلى صحيفة الهدف الرياضية التي صدرت عام 1972 في قسنطينة، أما أهم الأسبوعيات الصادرة بالفرنسية حالياً في الجزائر العاصمة فهي منافسة لجمال قسوم، والجزيرة لـ "كريم بلقاسم"، والفريق لـ "الشيخ عبد الرحمن"، والحكيم لـ "العربي هبدي"، والحق لـ "عبد السلام راشدي"، والمنار لـ "أحمد العكروت"، وفوروم لـ "أكلي حموني" ولاغازيت لـ "شريف رزقي"، ولا ناسيون لـ "خير الدين عمبار"، ولونوفيل تال لـ "شمس الدين سايح"، وليبدوليبيري لـ "عبد الرحمن محمودي" وفي وهران تصدر صحيفة ديتكتيف لـ "أحمد بن نعيم".

يضاف إلى ذلك عدد من الصحف الأسبوعية المزدوجة اللغة التي تنتشر باللغتين العربية والفرنسية وأهمها: فنار، بومرداس الثورة والعمل، السباق. وهناك نصف شهرية صادرة بالعربية كذلك الصادرة بالفرنسية، ومجلات شهرية الصادرة بالعربية والصادرة بالفرنسية¹.

¹ المرجع نفسه، ص 269.

- خلاصة:

ما يمكننا قوله كخلاصة للفصل الأول أن ظهور الصحافة المكتوبة كان بأوروبا حيث عرفت عدة مراحل خلال نشأتها إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليوم، وخلال هذه المراحل كان لها انتشار واسع جعلها تؤثر وتتأثر فكلما تأثرت ومرت بعدة مراحل في شكلها ومضمونها ووظائفها فهي بدون شك لها تأثير على جمهورها والوظائف المختلفة التي تقدمها له سواء كانت معرفية أو ثقافية.

تمهيد:

إن الأخبار التي تصل إلى الصحيفة أو وسيلة الإعلام، لا يمكن نشرها وبثها كلها وهذا خاضع للمساحة في الصحافة المكتوبة، والزمن في الراديو والتلفزيون وإنما كل مؤسسة لها القدرة على الاختيار لعدد معين من الأخبار، ويتم اختيارها بطريقة عشوائية، فعملية الانتقاء تتم وفق لبقية الإخبارية الخط الافتتاحي الذي تقوم عليه المؤسسة الإعلامية، والقيم الإخبارية هي التي تحجج نشر الخير في الصفحة الأولى وباقي الأخبار في الصفحات الداخلية وأخرى تستغني عنها قبل التطرق إلى مفهوم القيمة الخبرية نستعرض باختصار مفهوم القيم

و يرتبط الحديث عن ماهية القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة، وعناصرها الإخبارية التي يقوم عليها الخبر الصحفي والتمييز بين الصفات الواجب توفرها فيه من معايير وعناصر العاملة على الحسم في تقييم الخبر والنظر حول القيم الإخبارية كعناصر للخبر، لا يصح إلا بها ولا ينشر دونما أن يخضع للمرور عليها، وعليه هذا ما يتم معالجته في هذا الفصل حيث يهتم بماهية هذه العناصر وآلية ترتيبها وأثرها .

2- القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة :

2-1 مفهوم القيم الإخبارية :

يرى "حيدر حميد الدهوي" المفهوم الفلسفي للقيمة : أن القيم يمكن أن نعرفها كما يلي: مجموعة النظم الأخلاقية السلوكية للإنسان في داخله الباطني وخارجه الظاهري تنبع من دينه وحضارة مجتمعه وثقافته الشخصية، مضافا إلى تربيته الخاصة وعقيدته، وقبل أيضا : هي أفكار اعتقادية متعلقة بفائدة كل شيء في المجتمع كما أنها تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط أو أنها حكم يصدره إنسان على شيء ما مهتدى بمجموعة المبادئ التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه في السلوك فالقيمة باتساع معانيها هي أي شيء كان خيرا أو شرا وتشمل منظومة القيم : قيما ثقافية، جمالية، اجتماعية، فنية، تشكيلية، تعبيرية قومية، وطنية .

وتنظر الفلسفة إلى القيم على أنها : خالدة أزلية والإنسان يدرك هذه القيم من خلال تعامله مع الأشياء التي تحملها من خلال خبرات انفعالية، عاطفية، وكنتيجة لذلك بتشكل ضمير الإنسان حيث يحدد له الصواب والخطأ، وأن الخبرة الحياتية لا تصلح للتمييز بين القيم الحسنة والسيئة بل على الإنسان أن يتجاوز الحياة اليومية حتى يصل إلى الحقيقة¹ والقيم حسب المعجم الإعلامي هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو غير جيد أو خطأ أو صحيح أو مرغوب أو غير مرغوب²

وهذا يجب أن نعرف أن مفهوم القيمة (value) من المفاهيم التي يشوبها نوع من الغموض والخلط في استخدامها وهذا نتيجة لأنها حظيت باهتمام كثير من الباحثين في تخصصات مختلفة ولهذا اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد لها ومرد ذلك الاختلاف يعزي إلى المنطلقات النظرية لكل علم وهذا ما ذهب إليه علماء الدين وعلماء النفس، وعلماء الاجتماع، وعلماء الاقتصاد، وعلماء الرياضيات وعلماء اللغة وغيرهم، فكل منهم مفهومه الخاص الذي يتفق مع تخصصه، وتأسيسا على ما سبق يمكن تعريف القيم بأنها :

¹ حيدر حميد الدهوي : العولمة والقيم رسالة في الطريق إلى ما بعد العولمة وقيمتها ، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة ، الطبعة الأولى د ب، د ت، ص ص، 26، 28.

² جمال محمد الفار : المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، المشرق الثقافي ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى 2006 ص 262.

عبارة عن المعتقدات التي يحملها الفرد نحو الأشياء والمعاني وأوجه النشاط المختلفة، و التي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، و تحدد له السلوك المقبول والمرفوض والصواب والخطأ، و تتصف بالثبات النفسي¹

ومنى "كشيك" تفضل أكثر مفهوم القيم حيث تقول: "القيم في الفكر المثالي : تقوم على أساس اعتقادي في وجود عالمين إحداهما مادي والآخر معنوي وهي مطلقة كاملة (الخبر، الحق، الجمال) وبالتالي فهي قيم أزلية غير قابلة للتغيير والزوال يدرك الفرد هذه القيم من خلال تعامله مع الأشياء .

أم القيم لدى الفلاسفة الواقعيين : فهي حقيقة موجودة في عالمنا المادي وليست خيالا أو تصورا وأن كل شيء له قيمة، وأن الإنسان يستطيع أن يكتشف القيم باستخدام الأسلوب العلمي والتطورات العلمية أي عن طريق الفعل فالقيم عندهم مطلقة ولكن يمكن الحصول عليها وتقديرها .

أما القيم عند البراغماتيين : تتمثل في أنهم يؤمنون بعجم وجود قيم أخلاقية مطلقة فالإنسان يقوم باستنباط القيم من واقع خبرته بنفسه ويستخدم ذكاؤه وتفكيره في ذلك حين يختار بين ما هو خير وبين ما هو شر، فالقيم عندهم ذاتية لأنهم يرون ضرورة إن تعتمد على الأحكام التي تصدرها على شيء ما²

من الواضح أن القيم الإخبارية هي ليست ثابتة في مفاهيمها بل متغيرة ومتجددة نظرا لارتباطها بالتطورات المختلفة في الجانب المهني الإعلامي وما يشهده الاتصال من تطورات تكنولوجية سريعة من جهة والتطورات المتعددة التي شهدتها الحياة البشرية من جهة ثانية .

وتعرف القيم الإخبارية بأنها المعيار الذي يمارس بموجبه المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها .

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي: فن التحرير الإعلامي المعاصر، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2010، ص 69

² منى كشيك: القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، سوريا، 2003، د طبعة، ص 59.

وهي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي وهي الصفات التركيبية مرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور، والتي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و الفهم والمعرفة.

وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها مجموعة المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون في اختيارهم الخبر، وهناك من يرى أنها المبادئ التي تكون لدى الإعلاميين الحس الانتقائي للأخبار، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاد مادة الأخبار، بل إنه يتعلم ويفهم، عن طريق ممارسة المهنة والمبادئ التي يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاد مادة الأخبار بل إنه يتعلم ويفهم عن طريق ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير على وفقها النظام الإخباري.¹

ويرى " عبد العالي رزاقى " أن القيم الخبرية الإعلامية هي خصائص أو صفات أو عناصر، أو مقاييس، أو أسس أو مبادئ، أو مواصفات أو معايير أو مفاهيم وسمات أو تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار.

وهذه القيم تتغير لأنها مرتبطة بالعصر ويرى البعض أن جوهر الخبر يوضع على أساس عام للقيم الإخبارية وبفضل تطبيق القواعد الخاصة بالقيم الإخبارية يستطيع الصحفي أن يرصد الخبر بموجبه بمجرد وقوعه عليه، وهناك من يسمي هذه القيم بـ " أركان الخبر وعناصره " .²

إذن القيم الخبرية تعرف على أنها مجموعة من المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم.³

¹ موسى جواد الموسوي، وآخرون، مرجع سابق، ص 89، 91.

² عبد العالي رزاقى : الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2004، ص 108 .

³ عبد الرزاق الدليمي ، مرجع سابق ، ص 69 .

2-2- عناصر وخصائص القيم الإخبارية :

للقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي يقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور وهذه العناصر تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام كما أن القيم الإخبارية هي من أعوص معاني البنيات في المجتمع المعاصر ذلك لما تحمله من معان إيديولوجية وذهنية، أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية

والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام ... إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة، نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنتقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تتبع من طبيعتها .

إن القيم الإخبارية هي من أكثر معاني البنيات إشكالية في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله من أبعاد إيديولوجية وذهنية، وفقا لطبيعة الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم ومن هنا فإن دلالة القيم الإخبارية تعكس البنية المعقدة للخبر إسنادا إلى أبعاد القيمة المتعددة، نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية .

ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنتقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تتبع من طبيعتها، ولكل وسيلة إعلامية أهدافها التي تراعي القيم الإيديولوجية التي تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى بتحكم الإيديولوجيات المختلفة، وتأسيسا على هذا الفهم فإن القيم الإخبارية عبارة عن بنية قيمية وإيديولوجية وذهنية وليست مجرد عبارة ترصد أحداث وقعت أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر ومن هنا نفهم أن الأحداث لا بد أن تتضمن قيمة إيديولوجية كي تصبح في مستوى الأخبار الممكن إذاعتها أو نشرها هذه

الإيديولوجية يمكن أن تجسد فكر المؤسسة الإعلامية أو السلطة السياسية أو المالكين أو الممولين للمؤسسة الإعلامية¹.

وبالتالي فالقيم الإعلامية –الإخبارية مجموعة العناصر أو المعايير التي يتم على أساسها إعداد الأخبار في أي وسيلة إعلامية (تلفزيون، راديو، جريدة) .

و"فاروق أبو زيد " يرى أن القيم الإعلامية الإخبارية هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر وهي خصائص يمكن حصرها من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها

¹ عبد الرزاق الدليمي ، المرجع نفسه ، ص ص 69 ، 70 .

الصحف، والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون ولا يوجد اتفاق عام حول عدد وماهية هذه القيم الإخبارية¹

أما عن أنواع القيم الإعلامية، "عبد العالي رزاقى" يعرضها كالتالي: "أفضل تصنيف لهذه القيم الإخبارية هو ذلك التصنيف الذي قدمه أدهم وهو يتمثل في حصر عملية اختبار الأخبار الصالحة للنشر في أربعة معايير وهي:

1-المعايير الزمنية: تولد الأخبار لتموت، ولكن فترة الموت تختلف من الصحافة المكتوبة إلى السمعى البصري إلى وسائل الإعلام الإلكتروني، ففي الصحافة اليومية الصباحية يعيش الخبر 12 ساعة ويعبر عنه بـ "أمس" في حين أن خبر الصحافة المسائية، لا يختلف عن الخبر في السمعى البصري، ويعبر عنه بـ "اليوم" والتلفزيون يكون مرهونا بنشر الخبر أو إذاعته ولهذا نبدأ الخبر من العنوان ثم نستكمل بقية العناصر، ومن يحوز بالسبق في إرسال الخبر، يصبح مرجعا لجميع الوكالات ووسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى.

وإذا ما تأخرنا في نشر أو إذاعة الخبر فعلينا وضع الإجابة عن السؤال "متى" في آخر الخبر أو استخدام مصطلحات زمنية تمكنا من تبرير تأخرنا كأن نقول (صباحا) أو (مساء) أو (اليوم) بالنسبة للإذاعة والتلفزيون مع تجاهل ساعة وقوعه.

لكن بعض الأخبار تمتلك الديمومة أو ما يسمى بالأثر الزمني المستمر، ويظهر ذلك في أخبار الحروب، الانقلابات، الخلافات، المحاكمات.

وإننا نعبر عن الزمن بـ (الوقتي، الآنية، الفورية، الجدة، الحداثة) وعرض الأخبار الموجزة له تأثير على المشاهدين، ومهمته أن يجعل المتلقي يرى الحدث وكثيرا ما تستخدم المفردات التالية: آخر خبر، آخر لحظة، آخر ساعة، للدلالة على أهمية الزمن، فالأخبار بضاعة سريعة التلف.

2-المعايير المهنية: إن بعض العناصر في القيم الإعلامية تكاد تكون مشتركة بين مختلف وسائل الإعلام، وأولها هي الخدمة العمومية لوسائل الإعلام وهناك من يرى أن أهم قيمة

¹ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دار الشروق جدة للنشر والتوزيع والطباعة، السعودية، الطبعة الثانية، 1984، ص 87.

مشتركة بين وسائل الإعلام هي سياستها المختلفة وهي التي تحدد موقع الخدمة العمومية ومكانتها في نشر الأخبار¹

فسياسة المؤسسة الإعلامية هي الخط السياسي الذي يضعه مالك المؤسسة الإعلامية ويلتزم به ويتم الاتفاق حوله بين صحفي هذه المؤسسة وفق المصالح الشخصية والقناعات الفردية .

ويتم التعهد على تنفيذ هذه السياسات من قبل الصحفيين العاملين بهذه الوسيلة الإعلامية .

فالسياسة التحريرية معيار مهم في تحديد مدى صلاحية المادة الإخبارية للنشر فإذا توافرت كل القيم الإخبارية في خبر ما ولكنه لم يتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة فإنه بالتأكيد يكون غير قابل للنشر .

ويمكن تعريف السياسة التحريرية للجريدة بأنها مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي وتكون في الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة إلى أخرى ومن موقف لآخر ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها، وتكون عملية صنع السياسة التحريرية للجريدة مسؤولية هيئتها التحريرية، حيث تقوم هيئة التحرير في اجتماع عام بتحديد الخطوط العامة لهذه السياسة التحريرية، ولا يمكن إجراء أي تغييرات في السياسة التحريرية إلا من خلال اجتماع آخر يشترك فيه جميع أعضاء هيئة التحرير وفي العادة يتم تقرير سياسة تحرير الجريدة عند تأسيسها وتحديد طابعها الصحفي ثم يتم الحفاظ على هذه السياسة أو تغييرها بمرور الوقت نتيجة لتغيير الظروف الاجتماعية والحياة السياسية التي تعد الجريدة جزءاً منها .²

ويواصل " عبد العالي رزاقى " في القيم الإخبارية وتصنيفاتها : " يضيف البعض إلى العناصر التي تشمل المعايير المهنية عناصر أخرى مثل : التشويق، الغرابة الإثارة،

¹ عبد العالي رزاقى :مرجع سابق ، ص 109 ، 114 .

² محمد سلمان حتو : الأخبار الإعلامية وتحريرها منهاج كتابة، دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن،عمان الطبعة الأولى 2012 م ، ص ص197 ، 318 .

وتختلف النظرة إليها من مؤسسة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر لكنها مرتبطة بالمهنة الإعلامية وعلينا مراعاتها في اختيار الأخبار .

3- المعايير الإنسانية : تختلف هذه المعايير من دول إلى أخرى، فالشهرة مرتبطة بالشخص وإنجازاته، بالإضافة إلى أن العنصر الدرامي يبقى مهما في صناعة الأخبار فالمفارقات العجيبة تثير رغبة القراء والمشاهدين دون أن ننسى عنصر الصراع والذي يظهر من خلال الدقة في نقل المعلومات، والدقة مقرونة بالوضوح والواقعية ويبقى الحياد هو تقديم المعلومة صحيحة¹.

وعليه فالأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني هي أكثر الأخبار تأثيرا على عواطف القراء فذلك هو العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية لدى المتلقي سواء بالعطف أو الشفقة أو الخوف وغير ذلك .

بالإضافة إلى أن الإثارة يقصد بها في الخبر، الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية جديدة في لفت انتباه المتلقي ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة وهو ما يحدث في بعض الحوادث التي تتعلق بالجرائم أو الجنس والفضائح وغير ذلك من الجوانب المثيرة في حياة بعض الناس.

و قيمة الغرابة والطرافة : تشير إلى ذلك الجانب غير المألوف في مضمون الخبر أي ذلك الجانب الذي يقدم عكس ما اعتاد عليه الناس، وتتمثل مستويات الخبر المشوق فيما يلي :

- هو أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقا يجذب المتلقي والإطلاع عليه حتى النهاية.
- خبر مشوق في حد ذاته ولكنه يدفع القارئ، المشاهد في نفس الوقت لمتابعته في الأيام التالية للوقوف على تطورات وأبعاده .

ويضيف " فاروق أبو زيد " قيما إعلامية تتمثل في :

الضخامة أو العدد والحجم : الخبر الضخم هو ذلك الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من أفراد الجمهور، وضخامة الخبر تزداد بازدياد عدد من يهتم به من الجمهور، إن مقياس الضخامة في الخبر يرجع إلى عدد من يهتم به الناس من ناحية، ثم درجة ارتباطه بمكان هام أو موقع خطير من ناحية ثانية .

¹ عبد العالي رزاقى ، مرجع سابق ، ص ص 115 ، 118 .

التوقع أو النتائج : إن جانباً كبيراً من أهمية الخبر هو في مدى ما يثيره لدى المتلقي من توقع لما ينتج عنه أو ما يثيره من احتمالات وإيحاءات لدى الجمهور أو ما يطرحه في ذهن المتلقي من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر على المجتمع .

الأهمية : ناتجة عن إتحاد مجموعة من القيم الأخرى فاتحاد قيمة الشهرة مع قيمة الضخامة قد يؤدي إلى قيمة جديدة وهي الأهمية، ولعل أهم ما يميز هذه القيمة أن يحمل مضمونه معنى جاداً .

السياسة الإعلامية :

أكثر الذين كتبوا عن القيم الإعلامية للخبر يعتبرون أن سياسة الوسيلة الإعلامية قيمة إعلامية، وذلك على أساس أنه قد يوجد خبر يتضمن جميع القيم الإخبارية ولكن لا ينشر في وسيلة إعلامية لأنه يتعارض مع سياستها الإعلامية ¹

إن أول ما يجب أن نعرفه عن تناولنا لقيم الخبر الصحفي هو التمييز بين المفاهيم المتقاربة في هذا المجال وهي القيم الخبرية، ومعايير نشر الخبر والصفات الواجب توفرها في الخبر، القيمة الإخبارية هي العناصر التي يجب توفرها كلها أو بعضها في الخبر لكي يمكن اعتباره خبراً، وهي لا تعد الأساس الوحيد لاختيار الأخبار الصالحة للنشر، وإن القيمة الخبرية ليست هدفاً في حد ذاتها بقدر كونها أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار .

أما معايير النشر فهي الأسس التي يعتمدها الصحفيون عند اختيارهم لهذا الخبر الصالح للنشر وهي التي يسأل الصحفي نفسه عنها عندما يحصل على مادة الخبر هل يصلح للنشر أو هل قيمها تؤهلها من الوصول إلى صفحات الجريدة وهذه القيم متعارف عليها لدى الصحفيين المحترفين في كل مجتمع من المجتمعات أو في كل وسائل الإعلام وهي معايير غير مكتوبة ومطبقة بشكل نسبي بين الصحف و وسائل الإعلام المختلفة . ²

وللقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور، وهذه العناصر تختلف بين الباحثين في مجال الإعلام. ³

¹ فاروق أبو زيد ، مرجع سابق ، ص ص ، 115 ، 118 .

² محمد سلمان حتو ، مرجع سابق ، ص ص 45 ، 46 .

³ عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق ، ص 69 .

تتمثل عناصر القيم الخبرية المتفق عليها فيما يلي :

1- الجدة أو الحالية (الحادثة) : إن عنصر الأنية أساسي للغاية في الأخبار، فهي تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الأنية في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي (قارئ، مستمع، مشاهد).

يعد الاهتمام بقيمة الحالية من العناصر الأساسية في اختيار نوعيات القصص الإخبارية المختلفة وخاصة القصص الإخبارية التي تدور حول موضوعات سياسية .¹
إن قضية الجدة أو الحالية تثير سؤالا مهما يتعلق بالتنازع الذي يقع أحيانا بين أخلاقيات المهنة ومتطلبات نجاحها، إذ كثيرا ما نجد الصحفي نفسه إزاء خبر لم يتأكد وقوعه بعد، أو بكلمة أخرى لم يتح للصحفي نفسه أن يتأكد من وقوعه .²

ويعني ذلك أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا وهو ما يتصل بعنصر الزمن والحالية والأنية أو بمعنى آخر أن يكون الخبر طازجا متشابها مع الأحداث الجارية فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف بمجرد مرور ساعات قليلة على وقوعه .³ ويقصد بها أيضا أن يكون الخبر جديدا، أي أن يكون الخبر معاصرا للأحداث ومواكبا لها لحظة بلحظة، فالخبر بمجرد حدوثه يفقد حالتيه وبالتالي يفقد قيمته إذا سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته، فالخبر هو ميقات اللحظة التي نعيشها الآن .⁴

2- القرب : ينظر إلى هذه القيمة من زاويتين، الأولى وتتمثل في القرب الجغرافي أما الثانية فتتعلق بالقرب النفسي أو العاطفي أو السيكولوجي .

تعني الأولى القرب المكاني للخبر من الصحيفة والقارئ، سواء تعلق الحدث بأفراد أو تناول أحداث أو مؤسسات وهيئات، أما الزاوية الثانية لهذه القيمة المتعلقة بالقرب بالمعنى النفسي أو العاطفي، فيقصد بها التشابه أو التقارب السيكولوجي للخبر وللصحيفة مع القارئ، وذلك بفعل عوامل نفسية أو دينية أو عقائدية أو إيديولوجية أو تاريخية... الخ، فكلما عبرت

¹ نهى عواطف عدلي العبد : الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص 27 .

² نبيل حداد : مرجع سابق، ص 169 .

³ إبراهيم عبد الله المسلمي : مدخل إلى الصحافة ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، دط ، 1999 ، ص 336 .

⁴ رفعت عارف الضبع : الخبر ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2011 ، ص 116 .

الأخبار عن أحداث وقعت في مكان قريب من القارئ أو المستمع أو المشاهد زاد اهتمامه بها.¹

وعلى الرغم من أن القرب لا يضارع عناصر أخرى كالحالية مثلا في تقديم القيمة الإخبارية لحادث ما، فإنه أي القرب يعني أمرين في غاية الأهمية بالنسبة لأي جريدة: أولهما: أن من بين الحوادث التي لها أهمية شبه متقاربة، فإن الخبر الأقرب بالنسبة إلى قراء الجريدة هو الخبر الأكثر جدارة إخبارية.

وثانيهما: أن هناك بعض الأحداث المثيرة، ذات القيمة الإخبارية، فقط في مجتمعها وليس شرطا أن تمتد هذه الأهمية خارج هذا المجتمع.²

فالخبر لا بد أن يكون قريب من حيث الزمان والمكان فالقارئ لديه دوائر اهتمام جغرافية تبدأ من مكان إقامته (القرية، الشارع)، وتتسع لتشمل المدينة ثم المحافظة على الدول المجاورة، فهو يهتم في المقام الأول بما يقع من أحداث داخل الحي ويولي ذلك في الأهمية ما يقع في المدينة ثم في المحافظة.³

فكلما كان الخبر يمس هذه الجوانب (جغرافيا)، (عاطفيا، إيديولوجيا)، ومن مشاعر واتجاهات الجمهور كان هذا الخبر يحظى بدرجة وقيمة خبرية عالية.⁴

3- الصراع: هناك قاعدة في قاعات التحرير الصحفي تقول بأن الصراع يثير الاهتمام أكثر من الهدوء، من الغرائز أن يتصارع الأفراد من أجل المال أو السلطة وتتصارع الدول على الموارد والنفوذ وكل هذه العوامل تجذب القراء لما فيها من إثارة وانتظار الفائز والمنهزم والنتيجة.

وتتعدد صور الصراع في الحياة اليومية للناس ومنها ما يأخذ طابع درامي مأساوي كأخبار الحروب والثورات والانقلابات وكذلك الصراع الذي لا يتخذ طابع العنف عادة كالصراع والانتخابات السياسية والنقابية التي تشكل لونا من ألوان الصراع في الحياة الإنسانية.⁵

¹ عبد الله زلطة: فن الخبر الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الثانية، 2004، ص 87.

² نبيل حداد: مرجع سابق، ص 171، 172.

³ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص 128.

⁴ عبد النبي خزل: فن الأخبار في الإذاعات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دبن، الطبعة الثانية، 2011، ص 198.

⁵ محمد سلمان حتو، مرجع سابق، ص 47.

ومن الأخبار التي تتضمن قيمة الصراع، صراع البشر أو المرض، أو صراع ضد الطبيعة.. الخ، وكذلك المنافسة بين المرشحين لأحد مقاعد البرلمان، أو المنافسة على تحقيق بطولة رياضية، أو الحصول على كأس أو مكافأة.. الخ.¹

وقد أبدت وسائل الإعلام اهتماما كبيرا بالأخبار التي تحمل أو تتضمن هذه القيمة، إذ أن الخبر الصحفي لا بد أن يشبع لدى القارئ رغبته في تتبع هذا الجانب الدرامي من الحياة، فالصراع يشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان.²

والخبر الصحفي الذي يحتوي على الصراع هو الأكثر انتشارا وسيطرة، والمقصود بالصراع هنا هو ذلك الشيء الذي يضيف إلى الخبر عنصر الدراما.³

وتتفاوت رؤية النظام السياسي في كل مجتمع لقيمة الصراع، فوسائل الإعلام العربية تولي أهمية كبيرة لقيمة الصراع حيث تهتم بتغطية أحداث الصراع الحروب، الخلافات المظاهرات والإضرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخبرية يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءا من الحقيقة لكنه غير ذلك لأن هناك أهداف إيديولوجية رأسمالية غربية، من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية.⁴

4 - قيمة الشهرة أو الصفوة أو النخبة : تهتم وسائل الإعلام في الدول الغربية ودول العالم الثالث بهذه التي تعتبرها من القيم الإخبارية الهامة، فكلما ازدادت شهرة الشخص الذي ستناوله الخبر، زادت أهمية الخبر وازدادت فرصته للنشر، بل في احتلال مكان بارز على صفحات الجريدة.⁵

وتركز الأخبار على عناصر الشهرة وتكون شهرة الشخصية هي المحك الرئيسي مثل الوزراء، ولاعبى الكرة، والشخصيات المرموقة وهي تأتي في درجة متقدمة من الأخبار.⁶

¹ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1994، ص 10 .

² إبراهيم عبد الله المسلمي: مرجع سابق، ص 337 .

³ محمد سلمان حتو، المرجع نفسه، ص 47 .

⁴ سليمان صالح: صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الثانية، 1998، ص 87.

⁵ إبراهيم عبد الله المسلمي: مرجع سابق، ص 339 .

⁶ هيثم الهيثي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دط 2010، ص 67 .

فالأسماء الكبيرة والهامة تصنع الأخبار الناجحة، فكلما كان الخبر يدور حول شخصية مشهورة زادت أهميته وأصبح قابلاً للنشر، وفي هذا الشأن يقول العلماء والباحثون في مجال الصحافة " أن الأسماء تصنع الأخبار، والأسماء المشهورة تصنع الأخبار الهامة، والشهرة لا تكون للأشخاص فقط، ولكن قد تكون شهرة مكان معين أو أثر من الآثار أو كتب لأحد الكتاب¹.

يشوق الناس لقراءة كل ما يتصل بالمشهورين، وهذا ميل إنساني تستغله كثير من الصحف بحذق ومهارة.²

5 - الاهتمامات الإنسانية: يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة من العناصر التي تضيف على الموضوع أو الخبر بعداً عاطفياً وإنسانياً وأن يكون لها تأثيرها، كما يعبر في بعض الكتب عن هذا العنصر بالتأثير وذلك بسبب تأثيره في حياة الناس بشكل أو بآخر.³ يخاطب هذا العنصر عواطف الإنسان، ويدغدغ مشاعره، ويثير في نفسه الشفقة والحنان ويجعله متعاطفاً مع الحالة الإنسانية التي يعرضها متأثراً بها ومتفاعلاً معها، ومنحازاً إليها.⁴ فالعنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير ويحرك العواطف الإنسانية عند القارئ سواء بالحب أو العطف، أو الشفقة أو الكره، أو الخوف، وغير ذلك من العواطف الإنسانية.⁵

6 - التوقيت : إن توقيت عنصر وقوع الحدث قد يضيف أهمية مضاعفة عليه أو قد يقلل من أهمية مضاعفة عليه أو قد يقلل من أهمية الخبر إذا تزامن مع حدث أكثر منه أهمية. فكل خبر توقيت مناسب له، والخبير الصحفي هو الذي يعرف متى يختار الوقت المناسب للخبر الذي بين يديه دون أن يفقده عنصر المفاجأة والتشويق.

7 - التشويق : الخبر المشوق هو الخبر الذي يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره وهو أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقاً يجذب القارئ إلى الإطلاع عليه وقراءته حتى النهاية.¹

¹ رفعت عارف ضبع، مرجع سابق، ص 125، 126.

² نبيل حداد، مرجع سابق، ص 175.

³ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2001، ص 50.

⁴ عبد الله بدران: الخبر في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي، دمشق، الطبعة الأولى، 2002، ص 219.

⁵ رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص 126.

8 - التداول : وهذا العنصر يمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية ويجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة ولكن مع الاستمرارية في تداول هذا الموضوع يصبح حدثاً هاماً بالنسبة للجمهور ²

9 - الإثارة : تهدف وسائل الإعلام من خلال الاهتمام بهذه القيمة الخبرية إلى تغطية الأحداث المتعلقة بالجوانب المثيرة في حياة بعض الناس، والإثارة تعني أن يكون الخبر جذاباً يشد انتباه القراء لما بداخله من إثارة تخاطب بعض غرائز القراء الدفينة، وهذا ما يحدث في بعض الوقائع التي تتعلق بجرائم والجنس، والفضائح وغير ذلك من الجوانب المثيرة في حياة بعض الناس . ³

ويقصد بعنصر الإثارة في الخبر الإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة إلى لفت انتباه القارئ كجرائم التي تتعلق بالجنس، أو ما تنتقله الصحف عن كل الأفعال المنافية للأخلاق. ⁴

10- المنافسة : تعتبر ركيزة أساسية من ركائز الحياة الإنسانية، والمنافسة تختلف عن الصراع لأنها تسعى إلى البروز والتفوق وتأكيد رغبة الإنسان في تحقيق النجاح والانتصار، وتتمثل المنافسة في أخبار المباريات الرياضية المختلفة وكذلك أخبار الامتحانات، والمسابقات وقصص النجاح المختلفة بين أقران المهنة الواحدة. ⁵ ومن ألوان الدراما في الحياة الإنسانية أيضاً هناك المنافسة وهو الأمر الذي يتحقق في الأخبار وغيرها من المنافسة التي تجذب اهتمام القارئ بالخبر.

عناصر الخبر (مقاييس تقييم الخبر) هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر والتي أمكن حصرها تاريخياً من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف.

¹ سلمان محمد حتو ، مرجع سابق ، ص 51

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق ، ص 73 .

³ رفعت عارف الضبع ، مرجع سابق ، ص 129 .

⁴ سلمان محمد حتو ، مرجع سابق ، ص 52 .

⁵ رفعت عارف الضبع ، المرجع نفسه ، ص 123 .

والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون، أي أنه لا يوجد اتفاق محدد على تسمينها بشكل قطعي فهي في تطور مستمر، وتختلف باختلاف التوجهات السياسية والاجتماعية والمعتقدات.¹

2-3- أهم القيم الإخبارية في الصحافة المكتوبة :

لم يعد الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام، بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها المختصة، أن هذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها إلى الجمهور . ويشير مصطلح صناعة الأخبار news industry إلى حجم التغطية الإخبارية الهائل وإلى تصنيع الأحداث وتوزيعها عبر الوسائل الإخبارية المقروءة والمسموعة والمرئية بعد إخضاع الأخبار التي يبرقها المراسلون إلى عملية تكرير يخرج الخبر منها على شكل مادة خبرية مصنعة تحمل بصمات تلك الوسيلة الإخبارية . وتعد الأخبار بموجب ذلك (إنتاج مصنع)، إذ هي النهاية أو الحصيصة لعملية إنتاج ضخمة كالتى تمر بها سلع المصانع وتقوم صناعة الأخبار على ثلاث عمليات أساسية في ثلوث متجانس العناصر هي :

1 - جمع الأخبار news gathering: وهي المرحلة الأولى في صناعة الأخبار التي تبدأ بعملية جمع المعلومات والحقائق والتفاصيل التي تفيد المراسل في إعداد الصيغة النهائية للخبر .

¹ سلمان محمد حتو ، المرجع نفسه ، ص ص52، 46.

2 - تصنيع الأخبار (صياغة الأخبار) news processing : وهي المرحلة الثانية في صناعة الأخبار، ويشبه أحد الكتاب عملية إعداد الخبر حتى ساعة دخوله المؤسسة الإعلامية بالقلم

وذلك لأن بين اختيار المراسل لموضوعه وبين وصول الخبر في شكله النهائي اختبارات عديدة أخرى متوالية وهذه العملية يمكن تشبيهها على صورة القمع .

3 - توزيع الأخبار news distribution : وهي المرحلة الأخيرة في صناعة الخبر أو الأخبار بعد أن يختار الصحفي جوهر المعلومات الأساسية ليصوغها في قالب إخباري مناسب معتمدا الدقة والشفافية والإيجاز والبيان ليصل بالخبر جاهزا بصبغته النهائية إلى المؤسسة الإعلامية التي بدورها يقوم بنشره وتوزيعه .¹

ومن الناحية العملية فهناك عناصر أساسية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس يعطي خبرا وهي :

1 - أن يكون الخبر حقيقيا أي وقع فعلا : يجب أن يكون، ويجب تحري مصداقية الخبر، أي مصداقية مصدر الخبر قبل النشر، لأن على هذه المصداقية تتوقف العلاقة مع القراء، وبهذا يجب أن تكون المعلومات والوقائع والأسماء والأمكنة، والتواريخ والأشخاص أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن، وأن أي خلل إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساسا وينسق الثقة لدى الشخص المتلقي بالجهة التي أوردت الخبر.²

وهناك حالات يجوز فيها عدم قول كل الحقيقة لاعتبارات إنسانية أو أخلاقية أو وطنية

2 - أن يكون مثيرا أو يهم أكبر عدد ممكن من الناس : وهذا يعني أن الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية بل أنه يهتم بالملاحم المشوقة بخصوص الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية بل أنه يهتم بالملاحم المشوقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها ... ولكي تهتم الأخبار أكبر عدد ممكن من الناس يفترض أن تعبر بالدرجة الأولى عن مصالحهم أو أفكارهم أو عواطفهم، وعليه يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة صلبة قاطعة لكي تكسب اهتمام الناس .

¹ موسى جواد الموسوي، و آخرون: مرجع سابق، ص 86، 87.

² سلمان محمد حتو، مرجع سابق، ص 47.

3 - أن تكون لغته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء: إن هذه الميزة ضرورية للأخبار بما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم، وعلى العموم فإن الصحفيين يكتبون بلغة يفهمها خريج الدراسة المتوسطة كمعدل.

4 - الجدة أو الحداثة: الجدة عنصر أساسي في الأخبار تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، فهي عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي، قارئ، مستمع مشاهد.

ويتم استخدام القيم الخبرية في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة " حراس البوابات " كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر.¹

فكرة حراسة البوابة تقوم على أن المادة الصحفية تمر حتى تصل إلى الجمهور من نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها هذه المادة حتى تظهر في الصحيفة ما إذا كانت هذه المادة ستظل كما هي أم بعد إدخال بعض التغييرات عليها²

الدقة والصحة أو الصدق والموضوعية، من أهم صفات الخبر، وإن كان البعض يدرجها على أنها من عناصره، وسوف نتحدث عن كل صفة من هذه الصفات بالتفصيل .

1- الدقة : وهي تعني أن ينقل المحرر بأمانة ذاكرة تفاصيله بدقة دونما حذف يخل بسياق الواقعة أو الحادثة، وأيضا دونما مبالغة حتى لا يعطيها معنى أو تأثيرا مخالفا للحقيقة .
و خير للصحفي أن يختلف عن نشر خبر غير دقيق من أن ينشر خبرا يعاني من خلل أو تشويه المبالغة.

2 - الصدق أو الصحة: وهي صفة مرتبطة بالصفة السابقة، فلا بد أن يتصف الخبر بالصدق والصحة أي أن يقوم على وقائع صحيحة غير مصطنعة، لأن مثل هذا الخبر يجعل الصحيفة عرضة للتكذيب وفقد المصداقية وثقة القارئ، فبعض المندوبين قد يلجأ إلى فبركة واصطناع وقائع أو أحداث من خياله، مثل ذلك الصحفي الذي قدم خبرا عن وجود قنبلة في حي العتبة

¹ المرجع نفسه ، ص ص 47 ، 48 .

² المرجع نفسه، ص 321 .

وتحرك قوات الأمن والإطفاء إلى هناك لإنقاذ الحي من كارثة مروعة، دون أن يحدث شيء
فما كان رئيس التحرير الذي تأكد من عدم صحة الخبر إلا أن أصدر قراراً بفصله.¹
فالأخبار غير الصادقة ذات تأثير ضار وخطير ليس على القارئ وحده وإنما على الجريدة
أيضاً وعلى المحرر نفسه، وهناك الكثير من القضايا التي ترفع على دور الصحف نتيجة
عدم تحري الصدق.

3 - الموضوعية: ويقصد بها أن تختفي ذاتية المحرر وأهواء الصحيفة عند كتابة الخبر، فلا
بد أن يأتي الخبر مجرداً يذكر الحقائق دون تشويه أو تحريف أو تلوين — وهذا من حق
القارئ على الجريدة التي يمكن أن تكتب رأيها في الخبر، بجدارة أو تحتها.²
والموضوعية عملياً هي الالتزام بالموضوع أي التعاطي معه دون تحوير أو تعديل
مقصود أو غير مقصود، وإعلامياً هي نقل الواقعة كما هي بكل أبعادها وتفاصيلها فالواقعة
موضوع وهذا الموضوع موجود قائم بذاته فلا يحق لنا التحوير أو الانعطاف به في هذه
الجهة أو تلك.

ويقصد بالموضوعية في العمل الإخباري التجرد والبعد عن الميل والهوى في انتقاء
وعرض القصص الإخبارية، وإعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقة بلا إهدار أو
تشويه وذلك انطلاقاً من مسلمة مؤداها أن الخبر هو ملك للقارئ، بينما الرأي هو ملك
لصاحبه يصوغه كيف يشاء، فإذا أقحم الرأي في الخبر أهدرت الحقيقة وانتفت الموضوعية .
فهناك إشارات وتعاليم ينبغي على الصحفي الالتزام بها في عمله وهي على النحو التالي:

- الامتناع عن نشر أي وقائع مشكوك فيها .
- تجنب الأمور المثارة لمصلحة معينة .
- وضع الحدث في إطاره وحجمه الصحيح .
- عدم إضافة معلومات غير صحيحة أو تعتمد إهمال بعض الحقائق.
- عدم التطوع بتبرير قرار أو إبراز إيجابيات أو سلبيات.

¹ إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى ، 1998، ص ص 18، 19.

² المرجع نفسه ، ص 19 .

- الامتناع عن نشر الخبر إذا كان يتصل بمسائل شخصية أو أخلاقية، واللغة التي يتم بها كتابة المواد الإخبارية في الصحف لها تأثير أيضا على الموضوعية فالصحيفة التي تحمل لغتها مسؤولية ما تشعر به من نقص في مواردها التحريرية هي صحيفة عاجزة وهي المسؤولة الأولى عن هذا النقص .¹

غير أن نوعية منظومة القيم الإخبارية التي يتبناها الصحفيون تعتبر عاملا أساسيا في تحديد مدى إسهام الصحافة في التنمية، فقد تتفق هذه المنظومة مع احتياجات المجتمع وأهدافه، وقد لا تتفق والمعادل الموضوعي هو مدى تلبيتها لاحتياجات المجتمع

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن أهمية تحليل القيم الإخبارية ترجع وفق لمفاهيم المستوى الروتيني للعمل الصحفي، لمعرفة تأثيرها على المحتوى الإخباري وعلى نوعية الحقائق التي تنقلها، والواقع الذي تصوره وسائل الإعلام²

4 - سياسة الصحيفة : من المفروض أن سياسة الصحيفة ليست عنصرا من عناصر الخبر وإنما هي شرط من شروط نشره أو صفة من صفاته بمعنى أن امتناع جريدة ما عن نشر خبر معين لتعارضه مع سياستها لا ينفي عن الخبر صفته كخبر ولا يمنع الصحف الأخرى من نشره .³

والثابت أن سياسة الصحيفة يتم وضعها قبل صدورها، وبالتحديد عند تأسيسها حيث يتم تحديد الخط الفكري والسياسي الذي تقوم عليه الصحيفة، ثم يتم الحفاظ على هذه السياسة لسنوات طويلة حيث تتم عملية انتقاء الأخبار والموضوعات وفق الرؤية التي تتضمن سياسة الصحيفة .⁴

فالصدق والموضوعية هي علاقة الصحفي بجمهور القراء، هي علاقة الخبير بأمر تتعلق بمهنة الصحافة من لا دراية له بتلك المهنة، حيث يستطيع الصحفي من خلال خبرته وعلمه وبفنون مهنته بتوصيل الأخبار والمعلومات إلى القارئ، ومن أهم المبادئ والعناصر هي التي يجب أن يراعيها الصحفي صدق المعلومات، فإذا أغفلت الصحافة النشر أو قصرت

¹ محمد سلمان حتو، مرجع سابق، ص ص 288، 289 .

² عبد الجواد سعيد ربيع : فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005 ص 63 .

³ محمد سلمان حتو، المرجع نفسه، ص 61 .

⁴ المرجع نفسه، ص 304 .

فيه أخلت بالرسالة الملقاة على عاتقها، لأن حق الصحافة في النشر يقابله حق الأفراد في معرفة الحقائق كاملة دون تزيف .

ولكي يتحقق حق الأفراد في المعرفة والإعلام يجب أن يقتصر الصحفي في نشر الخبر سواء أكان موجزا أو بصورة تفصيلية على حجمه الحقيقي دون تشويه أو تبديل على طريق استخدام عبارات قد توحى بذلك ¹.

خلاصة :

مارس الصحفيون طويلا عملية اختيار مواضيعهم الإخبارية بنوع من الحدس المهني كان يقودهم لانتقاد أحداث تستحق التغطية وإهمال أحداث أخرى. وعندما اهتم الدارسون بفهم كيفية إنجاز هذا الاختيار انتبهوا إلى وجود مجموعة من الخصائص الكامنة في الحدث ترشحه أكثر من غيره للنشر وتمت تسميتها قيما إخبارية، وأصبحت بابا معتمدا في كتب الصحافة عند التعريف بالخبر، وهكذا تحولت الممارسة إلى معرفة نظرية .

¹ حمدي حموده : حق الصحفي في الحصول على المعلومات ومدى تأثيره على حق الجماهير في المعرفة والإعلام دراسة كل من مصر ، فرنسا ، إنجلترا ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2010 ، ص ص 36 ، 37 .

تمهيد:

مع اتساع حجم الجمهور بفعل تعدد وتنوع وسائل الإعلام وتوفرها لعدد غير محدود من الناس، وكذا تنوع احتياجات هذا الجمهور واهتماماته، تلجأ الدراسات إلى المعلومات الإحصائية لتحديد الجمهور وحجمه ووصفه وصفا دقيقا وتجزئته إلى فئات فرعية تتشابه أو تتقارب في اهتماماته أو احتياجاته .

ونتناول في هذا الفصل مفهوم الجمهور مع ذكر أهم المراحل التي مرت على تشكيله مع الاهتمام بمبادئ خصائصه وتشكيل أصناف جمهور وسائل الإعلام.

3- الفصل الثالث :الجمهور والصحافة المكتوبة .

3-1- مفهوم الجمهور :

حسب المعجم الإعلامي هو مفهوم اجتماعي يختلف بين مجتمع وآخر حسب طبيعة وظروف كل مجتمع وهم مجموعة من الناس يجمعهم موطن معين ومصالح واحدة وقيادة واحدة وظروف بيئية واحدة، ويمكن توجيههم والسيطرة عليهم وإسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه.

أو هو الشعب الذي يحيا على أرض دولة معينة أو على جزء من هذه الدولة والشعوب التي تحيا في الدول المختلفة، ويكون الشعب الذي يعيش على أرض دولة من مجموعة من الأفراد، يختلف عددهم من دولة إلى أخرى، ولكن يلزم أن يتواجد بينهم نوع من الانسجام تحقيقا للترابط والوحدة بين أفراد هذا الشعب الذي يرتبط أفراداه عادة بروابط مشتركة قوامها الرغبة في العيش معا لتكوين أمة واحدة، وهذه الروابط متعددة مادية وروحية، منها روابط الجنس والدين والعادات والمصالح والذكريات والآمال المشتركة.¹

والجمهور عنصر أساسي وجوهري في العملية الاتصالية، فكلمة جمهور تشير إلى المستقبلين أو المتلقين للنصوص الإعلامية وفق شروط ملائمة، كما يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ترتبط ظهورها وتطورها بانتشار واستعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة²

كذلك يعرف على أنه عدد من الأشخاص، عادة ما يتعرضون لوسيلة إعلامية ما : سينما، جريدة، محطة إذاعية، قناة تلفزيونية، برنامج معين .³

¹ محمد جمال الفار: مرجع سابق ، ص 130 .
² علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995 - 2006)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2007، ص 48 .

³ Francis belle : dictionnaire des médias, Larousse , dardas , paris , 1998 . p : 15 .

وفي تعريف آخر، نجد أن الجمهور هو مجموعة من الأفراد يفوق عددهم الجماعة الحشد الجمهور الخاص، وهو أكثر انتشارا وأعضاؤه عامة لا يتعارفون فيما بينهم.¹

- وقد تنوعت التعريفات التي تتناول مفهوم الجمهور، وأدرجت على النحو الآتي:
- مفردة (mass) التي يقابلها في العربية كلمة (جمهرة وحشد) مستمدة من الكلمة الإغريقية (maza) وتعني وجبة الشعير، وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد وكذلك العدد الكبير من الأفراد، حشدا كان أو جمهرة.
 - ارتبط استخدام مفهوم الجماهير تاريخيا بالثورة الفرنسية، وهي تعبير يوحي بالخوف والاحتقار الذي يقابله بالعربية الغوغاء والرعاع .
 - ويفيد مفهوم الجمهور، في القاموس الإعلامي، المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثرواتهم والحشد ليس له تنظيم اجتماعي أو عادات أو تقاليد وطقوس فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، لكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري، وأذا ما حدث تنظيم للسلوك الفردي في شكل حركة اجتماعية، أو سياسية، فإن ذلك السلوك لا يصبح جماهيرها ولكنه يصبح ذا طبيعة اجتماعية، له كيان وبرنامج ثقافة وتقاليد وقواعد موضوعة وإحساس بين أفراد الجماعة، أي شعور " نحن ".
 - وهو مجموعة الأفراد التي تمثل فرصة أو تهديدا للمنظمة في وقت ما. وبمعنى آخر قد يكون جمهورا للمنظمة أو جمهورا خارجيا أو المعارضة أو المتشددين أو دولة معينة أو الصحافة المحلية أو الدولية وقد يكون استراتيجيا الآن وقد يمثل جمهورا استراتيجيا فيما بعد . وهناك من يعرفه بأنه الجماعة البشرية التي يمكن أن تمنح النظام السياسي فرصة لتحقيق أهدافها أو تمثل تهديدا مباشرا، وبالتالي فهي إما تعارض النظام السياسي بشكل علني أو مستتر، أو أنها تستطيع دعم وتأييد برامج النظام السياسي، فهي إما تنظم إلى مسيرة النظام السياسي أو تحييد هذا التهديد .²

¹ Judith lazar : sociologie de la communication de masse , Armand colin , paris , 1991 , p : 75.

² سعاد جبر سعيد: مرجع سابق، ص 21 .

في تعريفه يذهب الكثير إلى إعطاء مفهوم الجمهور ذلك البعد الكمي الذي لا يتجاوز اعتباره مجرد مجموع أفراد يقرؤون الجريدة، ومجموع أفراد يستمعون لبث إذاعي ومجموع أفراد يشاهدون بثاً تلفزيونياً ومجموع أفراد يبحرون في الأنترنت إلا أن المختصين في دراسة الاتصال الجماهيري ينتقدون هذه النظرة الكمية التي تلتصق بمفهوم جمهور وسائل الإعلام ويرون أنها لا تعكس الواقع وتتجاهل مختلف سياقاته وخصائصه الفردية والجماعية . وقد مر مفهوم جمهور وسائل الإعلام بمراحل عديدة تاريخياً وكل مرحلة أضافت إليه خصائص جديدة إلى أن وصل إلى ما نسميه في دراساتنا الجمهور المتفاعل، فقد بدا مفهوم الجمهور قبل ظهور وسائل الإعلام ليعنى به جمهور المسرحيات وجمهور دور العبادة، وبظهور وسائل الإعلام ظهرت مصطلحات جمهور القراء وجمهور العام والجماهير وجمهور المستمعين وجمهور المشاهدين وجمهور السوق وجمهور الناخبين.¹

وترادف كلمة جمهور البنية اللغوية (audience) في معجم مصطلحات العلم الاجتماعية جمهور المشاهدين، وهم حشد من الأفراد يتركز اهتمامهم على مؤثر خارجي كجمهور مشاهدي السينما والتلفزيون، وصفة هذا الحشد الأساسية هي أن الاتصال يكون في اتجاه واحد، أي من المؤثر إلى أفراد الحشد، وليس هناك في الغالب استجابة في الاتجاه المضاد إلا في حالات الخطابة والتمثيل .

والجمهور تطلق على الجمهور المتنوع المختلف الاهتمامات والثقافات الموجودة في أماكن كثيرة وليس الجمهور بمعنى (audience) وهو الجمهور المتشابه الاهتمامات والثقافات، ويعد جمهور وسائل الإعلام من النوع الذي يطلق عليه كلمة (masses) لأنهم ذوو الثقافات والاهتمامات والأنواع المختلفة في أماكن كثيرة.

وحيث إن الجمهور هو اصطلاح فتي يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة، وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية، فتؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تعاقدًا

¹ علي قسايسية : دراسات جمهور وسائل الإعلام، الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر والتوزيع ج1، 2002

متبادلا بين الطرفين، كما إن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس وأحيانا يكون العالم بأسره .

وفي المفهوم العام يدل الجمهور على أي رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة أو قاعدة ثقافية مشتركة ووسائل مختلفة من الاتصالات، وهناك من يعرف الجمهور بأنه مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم، وتوجيههم وإسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب .¹

ومفهومه بصفة عامة، تكوّن مع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري، وهي الوسائل الحديثة التي يمكن بواسطتها توجيه رسائل إلى الجماهير، ويمكن بواسطتها توصيل الأفكار والآراء والمعلومات لهم في كل مكان يوجدون فيه ومن هنا يستخدمها القائم بالاتصال أو المرسل ليوجه رسائله إلى جمهورها. وهذه الوسائل قد تكون مطبوعة مثل الصحف والكتب والنشرات والصور والرسوم، أو موسوعة مثل الراديو، أو موسوعة مرئية مثل التلفزيون والسينما وتقوم الوسائل بوظائف الإعلام والتعليم والتوجيه والإرشاد والتثقيف والترويج والإعلان .²

ويقصد به ارتباط عدد من أفراد المجتمع بوسيلة إعلامية أو أكثر، مثل جمهور قراء الصحف أو جمهور الإذاعة أو جمهور الانترنت أو جمهور المسرح ... الخ، وعادة ما يشترك أفراد هذا الجمهور في بعض السمات مثل المستوى الثقافي والجنس والعمر والاهتمام.. الخ ويمكن الفرد في المجتمع المعاصر أن يكون عضوا في أكثر من جمهور كأن يكون عضوا في جمهور التلفزيون وعضوا في جمهور السينما ... وهكذا.³

3-2- خصائص الجمهور:

اختلف الباحثون في تصنيف جمهور وسائل الإعلام لتعدد وتباين مفاهيمه .

¹ محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،د طبعة، 2004، ص 204 .
² كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية (إنجليزي - عربي)، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، 1989 ص 358
³ وحيد تاحي: مرجع سابق، ص147

- **الجمهور العام :** هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر، يتشكل حول قضية مشتركة في الحياة العامة، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو كظاهرة اجتماعية ترتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

- **الجمهور الخاص :** هو الجمهور الذي يجمع أفراداه بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم بهذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما، ويصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك بين هذا الجمهور الذي تتخذة تدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها.¹

- **جمهور بسيط :** يقصد به ذلك الجمهور الذي يتشكل بسرعة وينفعل بسرعة ويهدأ سريعا وليس لديه مستوى ثابت، مثل جمهور الكرة وجمهور الأطفال .

- **جمهور جاهل:** يقصد به الجمهور الذي لا يقرأ ولا يكتب أو لديه إمكانية محدودة للقراءة والكتابة ويتمسك ببعض العادات والتقاليد قد تكون سلبية.

- **جمهور ذواق :** هو الجمهور الذواق المرفه الحس المتجاوب والذي يحترم الآخرين بغرز الصحيح من علامة، وغالبية أفراداه من المتعلمين والقادرين على الاستيعاب والجدل، وعادة ما تكون لديهم اهتمامات مشتركة مثل جمهور الموسيقى و الفنون التشكيلية، وهذا الجمهور يختار بدقة ما يأكل ويلبس ويشرب، وكمثال على ذلك أن الجمهور الفرنسي جمهورا مثقفا بينما الجمهور الإيطالي جمهور متعلم .

- **جمهور رافض عنيد:** وهو الجمهور الذي يرفض كل شيء ويتمسك بموقفه، وهو ليس بالضرورة أن يكون ذكيا وذو معرفة، وعادة ما يكون مشبع بأفكاره مضادة.

¹ كامل خورشيد مراد :الاتصال الجماهيري و الإعلام،دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان،الطبعة الأولى، ص319 .

- **جمهور غامض :** وهو ذلك الجمهور الذي لا يكشف عن شيء، فهو يتظاهر عن شيء بينما في داخله شيء آخر، وهذا الجمهور يمكن اكتشافه من خلال العودة إلى النفس البشرية حيث أن الإنسان عندما ينفعل سيظهر ما في داخله وبذلك يمكن تشخيص حالته والعمل على معالجته وهذا الجمهور غالبا ما يكون هادئ إلا أن وراء هذا الهدوء بركان جارف.

- **جمهور مثقف :** هو الجمهور الذي يمتلك قدر مناسب من المعرفة والعلم والإدراك والوعي يحلل ويفسر الأشياء، ويرفض كل ما يتناقض مع وعيه وإدراكه، ولذلك فإن من يتحدث إليهم تأخذه الرهبة ما لم يكن قد استعد لمثل هذا اللقاء، والثقافة هنا لا نقصد بها الشهادة الدراسية ولا الشهادة تعني الثقافة بل ما نقصده هو الإلمام بكل جوانب الحياة.¹

- وتتعدد أنماط الجماهير، بحسب دراسات الباحثين في مجال سيكولوجية الاتصال الجماهيري في أطر العلاقات العامة ويمكن تحديد تلك الأنماط بالآتي :

- **الجمهور الإستراتيجي stratigic public :** هو الجمهور الذي يمثل فرصة أو تهديدا للمنظمة في وقت ما، وبمعنى آخر قد يكون جمهور للمنظمة أو جمهور خارجي أو المعارضة أو المشددين أو دولة معينة أو الصحافة المحلية أو الدولية وقد يكون استراتيجيا الآن وقد يمثل جمهورا استراتيجيا فيما بعد .

- **الجمهور الدائم (الثابت) :** الجماهير التي تمنح النظام السياسي فرصة وهي الشعوب المنطوية تحت النظام السياسي عندما يمارس معها الإعلام الدور المفترض فإنها تنتمي في هذه الجماهير زيادة الولاء للنظام السياسي، وبالتالي ينعكس ذلك على تصرفاتهم مع الجماهير الخارجية فيخلق ذلك نوعا من الانضمام إلى التأييد أو الحياد وهذا مثلا ليس إلا، ويمكن تسميته بالجمهور الدائم أو الثابت لأنه لا يتغير إلا في حالات نادرة مثل حالات الانقلاب السياسي والثورات الشعبية وظروف الاحتلال العسكري.

- **الجمهور المعارض:** جماهير تمثل تهديدا للنظام السياسي بشكل أو بآخر وينعكس ذلك على النظام من خلال معارضة سياسة النظام أو بعض قراراته أو إشاعة بعض الأفكار المعادية أو المعارضة الكلية، ومن هنا يجب مراعاة الآتي:

¹ محمد جمال الفار: مرجع سابق، ص ص 130، 132 .

- من منطلق المقولة المشهورة (اعرف جمهورك) فإن الباحث يعتقد أنه ليس المهم أن نتحدث بل المهم أن تجد من يستمع إليك .

- احرص على نوعية الجمهور وأسلوب الرسالة ووسيلة النقل ومكان وزمان إرسالها.

- **الجمهور المتغير:** ويمكن تسميته بالجمهور المتغير فالجمهور الإستراتيجي الخارجي اليوم ليس بالضرورة أن يكون هو المستهدف في الغد على سبيل المثال بمعنى لكل مقام مقال ولكل زمن جمهور، وحسب مقتضى الحال. وهذه الجماهير يمكن تقسيمها إلى فئات أو درجات بحسب الأهمية وحسب الظرف الذي تشغله و مساحة التهديد الذي تحدثه، ومساحات إيصال الرسالة المستهدفة من خلال الإستراتيجية المستهدفة له .

لذلك لابد من وضع إستراتيجية جماهيرية التوجيه، يتم تبنيها في الظروف العادية وبالأخص ظروف الأزمات لغاية تحقيق ضمانات كافية للإصلاح المنشود، وتحقيق أهداف الرسالة الإعلامية المبتغاة من تسخير مكونات الاتصال لها.¹

ويتناول الباحثون خصائص الجمهور في علوم الإعلام والاتصال، كما يهتم المتخصصون في هذه العلوم بمحاولة التعرف على طبيعة الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الاتصال في تفعيل العلاقات بينهما وبين جمهورها خصوصا إذا كان الجمهور بمفهومه العام يمثل عنصرا أساسيا في نجاح الوظائف التي تقوم بها العملية الاتصالية البشرية الهادفة لبعض التناسق والاستقرار الاجتماعي الإنساني .

ومن خصائص الاتصال الجماهيري يعتمد على التكنولوجيا أو وسائل النقل سواء كانت ميكانيكية أم إلكترونية مثل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرة ويعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض معرفة شخصية فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الاتصال الأخرى فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية.²

¹سعاد جبر سعيد:مرجع سابق، ص 22، 23 .

² المرجع نفسه، ص 23 .

وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد في هذه العلاقة المتبادلة بين الإعلام وغيره من المجالات الأخرى والتي أسفرت عن قيام تخصصات علمية تحمل مسميات عديدة يبرز خصوصية هذه العلاقة مثل علم الاجتماع، الإعلام، علم النفس، الاتصال دراسات الجمهور ... وغيرها، لا يزال هناك تأخر في مجال المعرفة الدقيقة لمجموع الأفراد الذين يستعملون وسيلة معينة وبطريقة معينة، في وسط اجتماعي محدد في الزمان والمكان وفي مجال التصنيع للارتباط الوثيق بين نشاط التصنيع الإنساني واستعمال الإشهار والدعاية في وسائل الإعلام للوصول إلى الأفراد الذين يفتنون ما تم تصنيعه.¹

إذا سلمنا في البداية أن عملية القراءة هي فعل إنساني فردي بدرجة أكبر، واجتماعي إلى حد ما فإن عملية القراءة الناتجة من فعل الشراء المباشر للصحيفة من الكشك يستهلك علاقات اجتماعية أقل ويوصف فردياً نوعاً ما، مقارنة مع أفعال مثل الإعارة من شخص ما، أو قراءة مضمون الصحيفة في مكان عام، فهذه الأفعال الأخيرة تستوجب علاقات اجتماعية (المكتبة).

وبالرغم من أن بعض الباحثين يستخدمون مصطلحي فعل وسلوك بمعنى واحد، ألا أن اصطلاح السلوك أعم من الفعل، لأنه يشتمل على كل ما يمارسه الفرد ويفكر فيه ويشعر به، بغض النظر عن القصد والمعنى الذي ينطوي عليه السلوك، بالنسبة إلى الفرد.² ومما سبق، يمكن تحديد خصائص ومميزات جمهور قراء الصحف المكتوبة بصفة خاصة والتي تشترك فيها بقية وسائل الإعلام الأخرى بصفة عامة، حيث يمكن الاستفادة من تصنيف هذه المميزات في الاقتراب من فهم سلوك الفرد في الجماعة حيث يستعمل مضمون الشكل المطبوع في الإعلام وغيره من أنواع الصحف الأخرى.

أ. السمات والخصائص الديمغرافية : أولاً : كما يحددها الأستاذ علي قسايسية في بحثه عن "المقتربات النظرية والتطبيقية لأبحاث الجمهور في الجزائر " والتي تحمل أهمية في جانبها

¹ وحيد تاحي : مرجع سابق، ص 147، 148 .

² المرجع نفسه، ص 148 .

الكمي بالنسبة إلى مؤسسات سبر الرأي لصالح نشاطات التسويق التجاري والسياسي، والتي تحوي على ما يلي :

1 - السمات الأولية: وهي الخصائص غير القابلة للتغيير، أي الثابتة، وتنسب إلى الفرد بميلاده مثل تاريخ ومكان الميلاد، الجنس، الانتماء العرقي، والسلالات.

2- السمات المكتسبة والقابلة للتغيير أي المتغيرة: مثل اللغة والدين والسن ومستوى التعليم مكان الإقامة والوظيفة، الدخل والحالة المدنية.

ثانيا : حول ما يقدمه الأستاذ محمد عبد الحميد في كتابه بحوث الصحافة عن أهم السمات أو الخصائص التي تخضع للبحث والدراسة في علاقتها بالقراءة وعدم القراءة في مايلي : ¹

1- السمات العامة أو السكانية : وتشمل فئات النوع، فئات العمر، فئات المستوى التعليمي فئات الدخل أو الحالة الاقتصادية أو الطبقة الاجتماعية، فئات السلالة أو الجنس، فئات الإقامة فئات الحالة الزوجية عدد الأولاد في الأسرة والتوزيعات العمرية لهم، والفئات الدينية .

2 - السمات أو الخصائص الاجتماعية والفردية: وتشمل مفاهيم العزلة والانتماء الاجتماعي جماعات الانتماء الاختيارية، مستويات أو درجات الانتماء إلى هذه الجماعات أو التمسك بها والمعايير الاجتماعية أو الأطر الثقافية السائدة في المجتمعات التي ينتمي إليها الفرد الحراك الاجتماعي أو التغيير في حياة الفرد، أو الاهتمامات الفكرية والسياسية ومستوياتها. ² وظهور وسائل الإعلام الجماهيرية هذه المرحلة بدورها قسمت إلى أربع مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية وإدخال تعديلات شكلية على خصائص ويتجلى ذلك في ما يلي :

¹محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص227 .

²وحيد تاحي : مرجع سابق، ص 150 .

- المرحلة الأولى : تعتبر هذه المرحلة في التاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية والتي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل لما إذ عرفت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد الألماني " جوتنبرغ " ذلك الذي أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف لاحقا وتوزيعها على نطاق واسع مما كان عليه الحال سابقا، وقد أوجد هذا التطور النوعي تقسيما اجتماعيا واقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء والفقراء والحضر والبدو، وساعد التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا الجمهور العام ك فكرة أو رأي يربط بين عدد محدود من الناس موجودون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم ومستوى تربيتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية.

2 - المرحلة الثانية : إن التطور التاريخي الثاني الذي كان له التأثير البالغ في تشكيل جمهور وسائل الإعلام هو الإفرازات الاجتماعية والثورة الصناعية، التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما ساهم في تنمية وتسويق الصحافة خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي تمت حول المدن الصناعية الكبرى المكونة والصلات الاجتماعية إلى المدن والمجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية وتقاليد وأعراف اجتماعية مشتركة .

في هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلزم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية .¹

3 - المرحلة الثالثة : إن العامل الثالث الذي ساهم مساهمة كبيرة في الصياغة الحالية للجمهور ورسم معالمه الحديثة هو ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة في العشرينيات من القرن الماضي والتلفزيون من نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان، حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة وبينهم وبين المراسل أو القائم بالاتصال .

¹ تسعيت قدوار : أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2011، ص 47 .

من جهة وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى فظهر شكلان جديداً من أشكال الجمهور هما المستمعون والمشاهدون الذين لم تعد الأمية والحواجر الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة للصحافة المكتوبة.

4 - المرحلة الرابعة : يمثل العنصر التاريخي الذي أثر في مفهوم الجمهور في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحريتها أحد أهم مظاهرها فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها، كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية، فلم يجد الجمهور فقط مجرد قراء للصحف ومستمعي الإذاعات ومشاهدي التلفزيون ولكنه في نس الوقت يتضمن ناخبين ومستهلكين للسلع والخدمات .

حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة مباشرة بالجمهور مثل جمهور الناخبين mass loctorat وجمهور السوق mass market إن هذه المراحل الأربعة التي ذكرها لا تعني أن تطور مفهوم الجمهور قد توقف عند هذا الحد وإنما لا تزال هناك تطورات في هذا المفهوم مع تطور التكنولوجيات الاتصال حيث بدأت تظهر بعض المصطلحات التي ترتبط بتقنية الأنترنت مثل جمهور الواب audience web والجمهور على الخط أو الخارج الخط audience offline audience ou online وغيرها من المصطلحات .¹

ومن نظريات تكوين جمهور وسائل الإعلام، نلاحظ من تتبع تاريخ دراسات الجمهور أن هذه الدراسات بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية القرن الماضي خاصة بعد الحرب العالمية الأولى بانتشار الراديو والسينما إلى جانب الصحافة المكتوبة مقابل هذا لم تأخذ دراسات الرأي العام أهميتها في أوروبا إلا مع نهاية الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، ففي فرنسا مثلاً لم تزدهر هذه الدراسات إلا بعد إدخال الإعلان التجاري في الإذاعة والتلفزة الفرنسية عام 1968 وبدأ ذلك بالنسبة للصحافة المكتوبة (جرائد ومجلات) في نهاية الخمسينيات متأخرة بذلك عن الولايات المتحدة

¹ كامل خورشيد :مرجع سابق، ص318، 319 .

الأمريكية وبريطانيا، أما العالم العربي فإن أولى الدراسات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام واختياراتها وميولاتها قد أقيمت بمبادرات من بعض الشركات المهتمة بجمهورها في هذه المنطقة الإستراتيجية¹.

ولقد أسفرت الدراسات والأبحاث التي تمت في مجال دراسات الجمهور إلى تأسيس مجموعة من النظريات التي تتكامل فيما بينها لإعطاء نموذج وصفي للجمهور يهدف على تصنيفه إلى فئات اجتماعية وبالتالي يسهل تحديد خصائصه.

1- نظرية الحدث التاريخي :

تعتبر هذه النظرية أول محاولة لفهم كيفية تكون جمهور وسائل الإعلام من الزاوية التاريخية فعلى الرغم من سعتها وغموضها فهي تتضمن عاملين أساسيين لازال يقومان بدورهما في فهم الجوانب المختلفة التي تتدخل بشكل مباشر في تكوين جمهور وسائل الإعلام² وهما كالتالي :

● العامل الأول : يتعلق بتاريخ وسيلة الإعلام نفسها، حيث أن هذه الوسائل تطورت تاريخيا بالتدرج في توجهها لجماعات اجتماعية معينة قبل أن تتوسع لجماعات أخرى، فالجريدة مثلا وجهت في بدايتها إلى قراء ذكور مدنيين

(حضر يقيمون في المدن) ينتمون إلى طبقة اجتماعية متوسطة، يشتغلون في الحقل السياسي أو عالم الأعمال ولازالت الصحافة النوعية تتطور في هذا الاتجاه، بعد أن توسعت الصحافة الشعبية إلى الطبقات الجماهيرية نتيجة لتطبيق مبدأ الإنتاج الجماهيري على الصناعة الصحافية، كما أن التلفزة وريثة الفيلم والراديو، وجدت كوسيلة منزلية للترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ نتوجه في الغالب إلى شرائح اجتماعية يفترض أنها تمكث في البيت مثل النساء والأطفال دون سن التمدرس والعجزة والمرضى والعاطلين عن العمل .

● العامل الثاني : ويخص نجاحات بعض وسائل الإعلام في تكوين وتطوير هوية أو شخصية إعلامية متميزة تتجه لفرع معين من الجمهور، مثل هيئة الإذاعة والتلفزيون البريطانية والجريدة الفرنسية le monde و " هيرالد تريبون " الأمريكية.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان :سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2005، ص 199 .
² نصيرة عقبي : جمهور التلفزيون ونظريات الاستعمال والإشباع، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003، ص 51 .

فهذه النظرية تعني بتفسير نوعية جمهور الوسيلة الإعلامية من خلال تحليل مضمون العرض الذي تقدمه، وهو مرتبط بمجرى الزمن حيث يلعب التاريخ دورا هاما في تكوين حجم ونوعية جمهور الوسيلة الإعلامية تدريجيا مع تكوين تلك الشخصية الإعلامية المتميزة.¹

2 - نظرية الفروقات الفردية :

ترتكز هذه النظرية على مقولة " إعطاء الجمهور ما يريد، وهي تندرج أيضا ضمن نظريات العروض التي تقدمها وسائل الإعلام وجوهر هذه النظرية أن تكوين جمهور وسيلة إعلامية هو نتيجة أفعال واختيارات عدد واسع من الأفراد ويتوقف كل فعل واختيار على اختلاف الأنواق والمصالح والاهتمامات واختلاف القدرات العقلية للأفراد، ويجب أن يحصل الجمهور على ما يريد في ظل شروط المنافسة الاقتصادية والتعددية السياسية والثقافية وفقا لقوانين العرض والطلب، وترى هذه النظرية البراغمية أن مختلف أنواع المحتوى المقدم على أساس الدراسة والتجريب من شأنه أن ينبئ بتوقعات معقولة حول حجم وتكوين الجمهور²

كان طبعا ذلك تحولا من رؤية الجمهور على أنه عنصر سلبي غير فعال في العملية الاتصالية إلى عنصر فعال ونشط فيها، حيث أن الدراسات الحديثة أصبحت تنظر إلى المتلقي في إطار علاقته بوسائل الإعلام كمتلقي نشيط يمتلك القدرة على الاختيار والنقد واتخاذ القرار بناء على اتجاهاته نحو الوسيلة من جهة و ما يمكن أن يكتسبه من العرض لها من جهة أخرى ويعني دراسة الدوافع المحركة للاتصال لإشباع حاجيات معينة.³

3 - نظرية تسيير آليات السوق :

تعتمد هذه النظرية على تفسير تكوين الجمهور على ما يعرض في وسائل الإعلام وتتناول بشكل خاص تأثيرات الإعلان على مؤسسات الإعلام. و الفكرة الأساسية هنا هي

¹ علي قسايسية : مرجع سابق، ص 97 .

² المرجع نفسه، ص 98 .

³ محمد الجوهري وآخرون : اجتماع الإعلام والاتصال، المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992، ص 81 .

أن وسائل الإعلام التجارية تعمل على اختيار أسواق محددة من المستهلكين لموادها الإعلامية (ونعني هنا الجمهور) بطريقة غير مباشرة وذلك لكون المواد الإعلامية وسيلة نقل الإعلان التجاري . ولهذا فإن معرفة حجم الجمهور ونوعيته يعد أمراً في منتهى الأهمية في نجاح أو فشل السلع أو الخدمات المعلن عنها .

وفي دراسات قام بها باحثون أمثال هيرش وجوردن " hirsch and gordan " ودراسة أخرى لكوران " curran " سنة 1986، تم الكشف عن كيفية تأثير عملية استخدام السوق على تركيبة الجمهور صحف بريطانية .¹

4 - النظرية الوظيفية :

تتمحور هذه النظرية في حوافز الاستعمال لإشباع الرغبات وحل المشاكل النفسية والاجتماعية، وحسب هذه النظرية فإن الجمهور يبحث عما يشبع حاجاته في وسائل الإعلام وعما يساعده في إيجاد الحلول لمشكلاته النفسية والاجتماعية وإشباع حاجاته المختلفة .

5 - النظرية الثقافية الاجتماعية : تهتم هذه النظرية بالبيئة الثقافية والاجتماعية التي يوجد فيها الجمهور فهي تركز في هذا السياق على ظروف المكان والزمان في تفسير تكوين الجمهور وتعتبر أن عملية التعرض للمضامين الإعلامية هي جزء من عملية ثقافية واجتماعية شاملة تخضع لضوابط ثقافية واجتماعية معينة وبالتالي فالجمهور يهتم بالمضامين الإعلامية التي تتماشى مع اتجاهاته ومواقفه الثقافية والاجتماعية وبذلك ينشأ لديه سلوك ينظم تعرضه للرسائل الإعلامية من خلال ما يفضل ويختار وما يرفض من برامج إعلامية .²

¹ نصيرة عقبي : مرجع سابق، ص 51 .

² عمر بوسعدة:الجمهور الجزائري والقنوات والفرنسية الاستقبال والمشاهدة ودورها في تحقيق الإشباع، أطروحة دكتوراة غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص 68 .

3-3 - وسائل البحث في جمهور القراء :

تظهر أهمية القراءة في تكيف الفرد مع نفسه أولاً، ثم مع أفراد المجتمع وثقافته ثانياً فالفرد لا يستطيع أن يعرف ما يدور حوله من معرفة إلا إذا تمكن من الإطلاع والمعرفة، فاستقطاب المعلومات من الخارج تصبح حاجة فردية ملحة لا تأتي ولا تشبع إلا عن طريق الإطلاع كما يجري في الخارج بقراءة الأفكار، والمعاني المجسدة لثقافة المجتمع، وهذه الأشياء لا توجد خارج فصل التعلم والقراءة وعلى هذا الأساس فإن أهمية الاهتمام بمعرفة طرفي الاتصال الرسالة المتضمنة في الوسيلة الإعلامية من جهة والمتلقي من جهة ثانية¹. ويشير مفهوم القراءة حيث ترادف البنية اللغوية العربية " قراءة " البنية في اللغة الفرنسية " lecture"، والقراءة كما انتهى إلى ذلك كثير من الباحثين هي عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد والارتباط بالنشاط العقلي والفيزيولوجي للإنسان إضافة إلى حاسة البصر وأداة النطق والحالة النفسية، وتتضمن عمليات الإدراك البصري للرموز المكتوبة وحلها وفهم معانيها والربط بين هذه المعاني والخبرة الشخصية بما يساعد الإنسان على الفهم والتدقيق فيما يقرأوا الحكم عليه والربط بين جنبات المادة المقروءة والاستنتاج

¹ سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، 2006، ص15.

والنفاعل والتواصل والانفعال، وهو أسلوب من أساليب النشاط الفكري في حل المشكلات يبدأ بإحساس الإنسان بمشكلة ما، ثم يأخذ القراءة لحل هذه المشكلة، ويقوم أثناء ذلك بجمع الاستجابات التي يتطلبها حل المشكلة من تفكير وانفعال.¹

وإذا كانت القراءة فعلا مرتبطا بالإنسان، ويقوم أساسا على تلقي النصوص مهما كانت طبيعتها أدبية أو علمية، أو صحافية (أخبار، مقالات تحليلية، صور فوتوغرافية، رسومات كاريكاتورية) فهناك مفاهيم مرتبطة ارتباطا وثيقا بها حيث إن قراءة الصحف عملية اتصالية يقوم من خلالها الكاتب بتوصيل أفكاره عن طريق الرموز المكتوبة أو المصورة، ويتم تفسيرها وفهمها في ضوء خبرات القارئ حيث تتأثر قراءة النص الصحافي بالعديد من العوامل التي تجعل الفرد يدرك، أو لا يدرك الرموز اللغوية التي يستهدفها القارئ بالاتصال (الكاتب) فهي عملية اتصالية على الطرف الآخر من عملية الاتصال الجماهيري وسلوك اتصالي للقارئ نحو الصحف ومفرداتها.²

ومصطلح المقروئية يشير إلى مدى استيعاب المستقبل للرسالة، وهو بذلك يأخذ معناه عند الطرف الثاني من الرسالة الإعلامية في ما يعرف بالمستقبل، في المقابل وعندما نستبدل على هذا المصطلح في قاموس المبرق لعلوم الإعلام والاتصال فإنه يأخذ معناه بالنسبة إلى الوسيلة في حد ذاتها، في ما يعرف بالشكل المطبوع في الإعلام كما يلي : مفهوم المقروئية "lisibilité" ويتعلق بجلب اهتمام القراء بالجريدة، وذلك بمراعاة جوانب تقنية وتتجلى في اختيار الحروف المطبعية المناسبة، تحديد الأعمدة بالشكل اللائق، طريقة كتابة العناوين والإخراج الجيد والجوانب التحريرية والتي تتمثل في ترتيب الأخبار والمادة الإعلامية، نوعية الأسلوب واختيار الكلمات الملائمة في كتابة العناوين.³

والجمهور هو الذي يصنع الأنباء، وطبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه الخبر هي التي تزن ثقل هذا الخبر، وعلى ذلك يجب على المندوب أن يعرف الكثير عن طبيعة جمهوره، والمندوب يدرك ولاشك أن جمهوره يختلف من فرد إلى آخر ومن الضروري أن يدرك

¹ محمد منير حجاب : مرجع سابق، ص 417 .

² مرجع سابق، ص 417 .

³ وحيد تاحي : مرجع سابق، ص ص، 45، 46 .

أن تطلعات الجمهور لا تطابق دائما تطلعات الصحفي فما ينتظره القارئ ويترقبه قد لا ينتظره ويتطلع إليه المحرر أو المندوب .

والمحرر الناجح هو من يستطيع أن يجسر الفجوة، إن وجدت بينه وبين الجمهور من هنا تأتي أهمية دراسة طبيعة القراء بالأسس العلمية المعاصرة دون التعويل على الأنماط التقليدية للعلاقة بين المحررين وقرائهم .

إن الجمهور – كما ذكرنا – يختلف من مدينة إلى مدينة ومن هنا تختلف الصحف في نظرتها إلى الجمهور، إن صحيفة المجتمع المحلي في مدينة ما تخاطب قراءها بطريقة تختلف عن طرق مثيلاتها، وبتوجه يختلف عن توجه جريدة مجتمع أوسع على مستوى مدينة كبرى كذلك الأمر في ما يتعلق بنوعية الجمهور المخاطب إذا كان المنشور فئويا، أي يتكون من فئة اجتماعية مثلا، فإن الجمهور يخاطب بطريقة تختلف عن التي تخاطب أطفالا سواء من حيث اللغة أو من حيث الإخراج والمنشور المخصص للعمال والفلاحين غير ذلك الذي يخاطب المثقفين وهكذا يتضح أن معرفة جمهور الخبر ومعرفة ماذا يريد هذا الجمهور حقا هي المحك الأول لاختيار الخبر، وبهذا تأتي المنفعة الشخصية، بالنسبة إلى القراء عنصرًا تاليا، ومع أن كثيرا من الذين تناولوا الموضوع عدوا. المنفعة الشخصية محكا قائما في ذاته في تقويم المادة الإخبارية وانتقائها فإنها كما هو واضح تتعلق بصورة مباشرة بالجمهور وطبيعته ولو أنها ناحية فرعية منه ومن هنا يمكن القول أن القارئ الذي له علاقة مباشرة بمضمون الخبر يهتم بهذا الخبر بأكبر من اهتمامه بخبر لا علاقة مباشرة له به وذلك مهما كان حجم هذا الخبر.¹

ويمكن تحديد علاقة جمهور الصحيفة الفعلية بالسياسة التحريرية من خلال مستويين أو جانبين وذلك في تحديد الجمهور الفعلي الذي يقرأ الصحيفة بالفعل والجمهور المستهدف الذي تخطط الصحيفة للوصول إليه ليصبح جمهورا فعليا ومعرفة سماته وخصائصه الجنسية والعمرية والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته والجانب

¹ نبيل حداد: مرجع سابق، 2011، ص 167 .

الثاني يتعلق بما يريده الجمهور وما يحتاج إليه وهل تسعى السياسة التحريرية إلى الاكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل.¹ وعليه فمطالب الجمهور من الصحافة لا يستطيع أحد أن يحدد ما يطلبه الجمهور من الصحافة إلا الجمهور نفسه تحقيقاً لمبدأ الديمقراطية الثقافية، وإذا كانت وسائل الإعلام – بصفة عامة – تتنافس فيما تقدمه للجمهور من مواد التسلية والإعلانات فإن عليها مسؤولية أخرى تتعلق بتعليمه وإعطائه وجبة فكرية وثقافية أفضل.

وأن يقدم وسيلة الإعلام الحقائق بدقة دون كذب أو خداع وهنا تظهر مسؤولية المخبر أو المراسل الصحفي باعتباره الحلقة الأولى في عملية الاتصال إذ يجب عليه أن يعتمد بالدرجة الأولى على الملاحظة لا على الإشاعة، ويجب أن يتدرب على الأسئلة التي يجب أن يسألها والأشياء التي يجب ملاحظتها والمسائل والبنود التي يعطي عنها الأخبار، كما يجب أن يفرق بين الحقائق والآراء بقدر الإمكان²

كما تلعب الأخبار أهمية كبرى في الحياة الاجتماعية للأفراد، فهي الأساس الذي تبنى عليه أحكامهم وتصوراتهم حول العالم الذي يعيشون فيه وفي ضوءها يجري تصريف حياتهم اليومية والأخبار هي أساس المعارف، وكما أشرنا فإن المعرفة قوة.³

¹ وحيد تاحي : مرجع سابق، ص 322 .

² أحمد بدر: الاتصال بالجمهور بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 41.

³ عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: مرجع سابق، ص 32 .

خلاصة :

دراسة الجمهور تقتضي أن هناك بيئة يتواجد فيها الجمهور فهناك قسم الإعلام كما وأن لوسائل الإعلام جمهور، أي كل له جمهوره وذلك حسب ميولاته .

بمعنى أن هناك جماهير مختلفة ومتعددة، يمكن أن ينشأ عن طريق ثقافة، أو من خلال أرباب العمل وذلك حسب التصنيف الاجتماعي أي الانتماء وظروفه بالتعليم وقد يكون متعلق بالتوزيع الاجتماعي.

ويتم وضع هذه التصنيفات للجمهور من خلال القيام بالدراسة السسيولوجية للأفراد والتفاعل فيما بينهم فالتغطية الأساسية هي سسيولوجية الجمهور وانتمائه وكيفية تفاعله، والتفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، والعلاقة بين القارئ والمشاهد ومجتمعه حيث أن هذه الوسائل هي جزء من الحياة.

تمهيد:

يتعرض الفصل الرابع والأخير الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية، حيث سيسمح هذا الفصل بالتعرف على نسبة الانتشار الذي تحققه جريدة " الشروق اليومي " في أوساط فئات الجمهور المختلفة .

ومنه التعرف على خصائص جمهور قراء الجريدة بالإضافة إلى التعرف على مدى مقروئيتها في المنطقة وعبر مختلف جهاتها .

1- النسق النظري:

تعد نظرية حارس البوابة من النظريات المهمة في علم الإعلام، وتتخلص فلسفة هذه النظرية بأن هناك أمكنة تتوقف فيها الرسالة الإعلامية، وتمر عبر عدة أبواب قبل عرضها للجمهور.

تتعرض المادة الإخبارية خلالها إلى إعادة توجيهه، بما يخدم ويتوافق مع النظام الذي تحتكم له الصحيفة .

وتعرف نظرية حارس البوابة بأنها " طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات "1.

ويرى " كيرت ليوين " أن المادة الإعلامية تمر بمراحل أو نقاط في كل حلقة بطول السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما .

ومفهوم " حراسة البوابة " يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف .

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق ، ص 176 .

وقد أشار " ليوين " إلى أن فهم وظيفة " البوابة " يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.¹

أما العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية، يمكن تقسيمها إلى أربعة عوامل أساسية هي :

- 1 - معايير المجتمع وقيمه وتقاليده .
- 2 - معايير ذاتية تشمل : - عوامل التنشئة الاجتماعية .
- التعليم .
- الإتجاهات .
- الميول .
- الانتماءات .
- الجماعات المرجعية .
- 3 - معايير مهنية تشمل : - سياسة الوسيلة الإعلامية .
- مصادر الأخبار المتاحة .
- علاقات العمل وضغوطه .
- 4 - معايير الجمهور.²

بطاقة فنية حول جريدة الشروق اليومي :

تعريفها القانوني :

¹ جيهان أحمد رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976، ص ص 294، 300 .

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد : مرجع سابق، ص ص 177، 178 .

تأسست الجريدة بموجب المرسوم الحكومي الخاص بتحرير الإعلام المكتوب الصادر في العشرين من شهر مارس سنة 2000 م، والصحافة بمقتضى قانون الإعلام في الثالث من شهر أفريل سنة 1990، ينص على أن تكون مؤسسة صحفية جزائرية خاصة .

مصدر التمويل :

حصلت الجريدة منذ بداية نشأتها على ميزانية تشغيلية كالرواتب والقاتورات (أي تسديد نفقاتها)، من خلال اعتمادها على التمويل الذاتي عن طريق الإعلانات والمبيعات، وكذا المداخل عبر الاشتراكات والإشهار، مع الرسائل النصية للمسابقات الدورية .

تاريخ الإصدار:

يوم الخميس الثاني من شهر نوفمبر سنة 2000 م .

الخط الافتتاحي : خط وطني عروبي إسلامي بلمسة إسلامية وبعد إسلامي .

شعار الجريدة : " رأينا صواب يحتمل الخطأ، ورأيكم خطأ يحتل الصواب " وهي دلالة تراثية لأنها مقتبسة من الإمام الشافعي، وتدل على انتمائها للعرب المسلمين وقبولها بالرأي الآخر¹.

أماكن توزيع الجريدة : تغطي كافة القطر الوطني تقريبا، ونشير إلى أنها توزع أيضا خارج الوطن .

عدد العاملين بالجريدة : 50 صحفي، 120 مراسل، 15 من القائمين على الموقع الإلكتروني بالإضافة إلى مجموعة من الإداريين والتقنيين .

مقر الجريدة : دار الصحافة، 2 شارع فريد زيوش، القبة، الجزائر العاصمة .

الموقع الإلكتروني : www.echoroukonline.com

نشأة جريدة الشروق اليومي :

تعد جريدة الشروق اليومي جريدة يومية تصدر عن دار الشروق للنشر والإعلام أما في بدايتها فكان صدورها عن مؤسسة الشروق التي تأسست في 11 ماي 1991 م .

¹ <http://9alam.com/community/threads/btaq-fni-yn-grid-alshruq.18938/>.
23/04/2014, am17^h:17

كان أول ظهور للجريدة على شكل أسبوعية تحت عنوان الشروق العربي، في ماي 1993م، بعدها ظهرت الشروق الحضاري ثم أسبوعية الشروق الرياضي ولكنها كانت صغيرة في عمرها فسرعان ما كانت فترة قصيرة بعد ظهورها، وفي سنة 1995 م تم اعتماد إصدار يومية الشروق اليومي وهي نتيجة طاقم الشروق العربي بسبب بعض الخلافات .

حدد تاريخ إصدار أول عدد للجريدة يوم الخميس الثاني من شهر نوفمبر سنة 2000 م الذي جاء تزامنا مع الاحتفال السادس والأربعون من اندلاع الثورة التحريرية المجيدة وفي الوقت الحالي تطبع الجريدة في خمسة مطابع (مطبعتان بالعاصمة، وواحدة في كل من قسنطينة وهران، وأخرى بورقلة)، ويبلغ عدد مكاتبها ثلاث مكاتب : مكتب الوسط، مكتب الشرق، ومكتب الغرب الجزائري .

أقسام الجريدة :

القسم الوطني : يعمل بطريقة تعتمد على عنصرين أساسيين : الأول يتمثل في التغطيات اليومية من ندوات صحفية ونشاطات للهيئات السياسية، أما الثاني فيمثل في الملفات السياسية التي تغوص في مختلف المشاكل التي لها صبغة وطنية وسياسية وتتزامن مع الأحداث على الساحة الوطنية .

القسم المحلي : يركز نشاط صحافيي هذا القسم، على الاهتمام بالمشاكل المحلية للسكان في مختلف الولايات.

القسم الاقتصادي : يهتم بالشؤون الاقتصادية الوطنية بالدرجة الأولى، ويجلب الإشهار ويربط علاقات مع المؤسسات الاقتصادية .

قسم مجتمع : يهتم برصد ودراسة مختلف الظواهر الاجتماعية والحوادث والقضايا المطروحة على العدالة .

القسم الرياضي : يهتم بالأخبار والتغطيات الرياضية الوطنية والدولية، ويستضيف كل مرة شخصيات رياضية معروفة .

القسم الثقافي : والذي يعني بالشؤون الثقافية والفنية الإبداعية داخل الوطن وخارجه

القسم الدولي : يهتم بالشؤون الدولية، ويجري حوارات مع شخصيات دولية، وله مراسلون في باريس وجنيف وفلسطين .

قسم المراسلين : قسم بالغ الأهمية والحساسية، يعمل على الكشف عن الملفات الكبرى (الجرائم، الظواهر).¹

عينة البحث:

تعد العينة أحد أركان مجتمع البحث العلمي، فهي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، فعلى الباحث البدء بالتفكير في اختيار العينة المناسبة لبحثه منذ أن يبدأ في

¹ : <http://www.info-algerie.com/ar/شروط-الدراسة-الميدانية.html>.
23/04/2014, am17^h:17

تحديد مشكلة البحث لأن طبيعة البحث ومنهجه والأداة المستخدمة في جمع البيانات جميعها تؤثر وتتأثر بالعينة المختارة .

وإن الحكم على الكل عن طريق الجزء من أهم خصائص البحث العلمي .¹
نجد أن العينة هي مجموعة محددة عددياً من المجتمع المحدد للدراسة، أي القيام بتحديد مجموعة صغيرة من المجتمع البحثي الأكبر للقيام بدراسته، ثم تعميم الاستنتاجات على المجتمع البحثي الكلي، ويتوقف التعميم على مدى تمثيلية العينة لمجتمع البحث، أي أن الموصفات الكمية والكيفية تكون متقاربة من تلك للمجتمع البحثي²
ومنه فقد تم اختيار عينة من مجتمع الدراسة إذ هو جميع الأفراد والأشخاص أو الأشياء التي تكون موضع البحث، وتشمل هذه العينة مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية والمهنية .

وبالنسبة إلى موضوع البحث، فالعينة تتمثل في جمهور القراء للشكل المطبوع وهو الصحافة المكتوبة . في المقابل . يتمثل مجتمع العينة بالنسبة إلى قراء جريدة الشروق بصفة خاصة، وبمعنى آخر فعينة البحث هي قصدية أو عمدية فيما يتعلق بقراء جريدة الشروق عن باقي قراء مختلف العناوين الصحافية الأخرى، والسبب في اختيارها، وذلك لما تنفرد له الصحيفة من مميزات تجعلها مكاناً خصباً لعناصر القيم الإخبارية، وقد تم اللجوء إلى هذا النوع من العينات لأنه تتوفر فيه البيانات اللازمة للدراسة، لذلك فالعينة القصدية يقوم الباحث من خلالها اختيار عدد من الحالات أو الأفراد على أساس أنهم يقتنون غرضاً أو بعض أغراض الدراسة التي سيقوم بها وبطبيعة الحال يجب أن يتمتع هؤلاء الأفراد بدرجة مقبولة من الموضوعية في أقوالهم وأدائهم والثقة فيهم .³

¹ وحيد تاحي: مرجع سابق، ص 35 .

² عبد القادر عبد العالي: محاضرات في منهجية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم السياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2009-2010، ص، 58.

³ جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي : مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص، 93 .

أي يتم اختيار العينة بطريقة تحكمية أو مقصودة، باختيار وتعيين أفراد معينين أو وحدات محددة وتتم عادة في المجتمع البحثي الصغير، حيث لا تخل هذه الطريقة بتمثيلية العينة، أو يكون الهدف من الدراسة استطلاع واستكشاف.¹

وبالنسبة إلى عينة الدراسة تحددت في مجموع القراء المهتمين لشراء وقراءة جريدة الشروق وبهذه الصيغة تحددت عينة الدراسة بالنسبة إلى مجموع الأفراد البشرية ممن يقرؤون الصحافة موضوع البحث .

تحليل وتفسير بيانات الاستبيان :

المحور الأول : السمات الديمغرافية .

الجدول رقم 01 : يوضح الجدول التعريف بمفردات العينة حسب متغير الجنس :

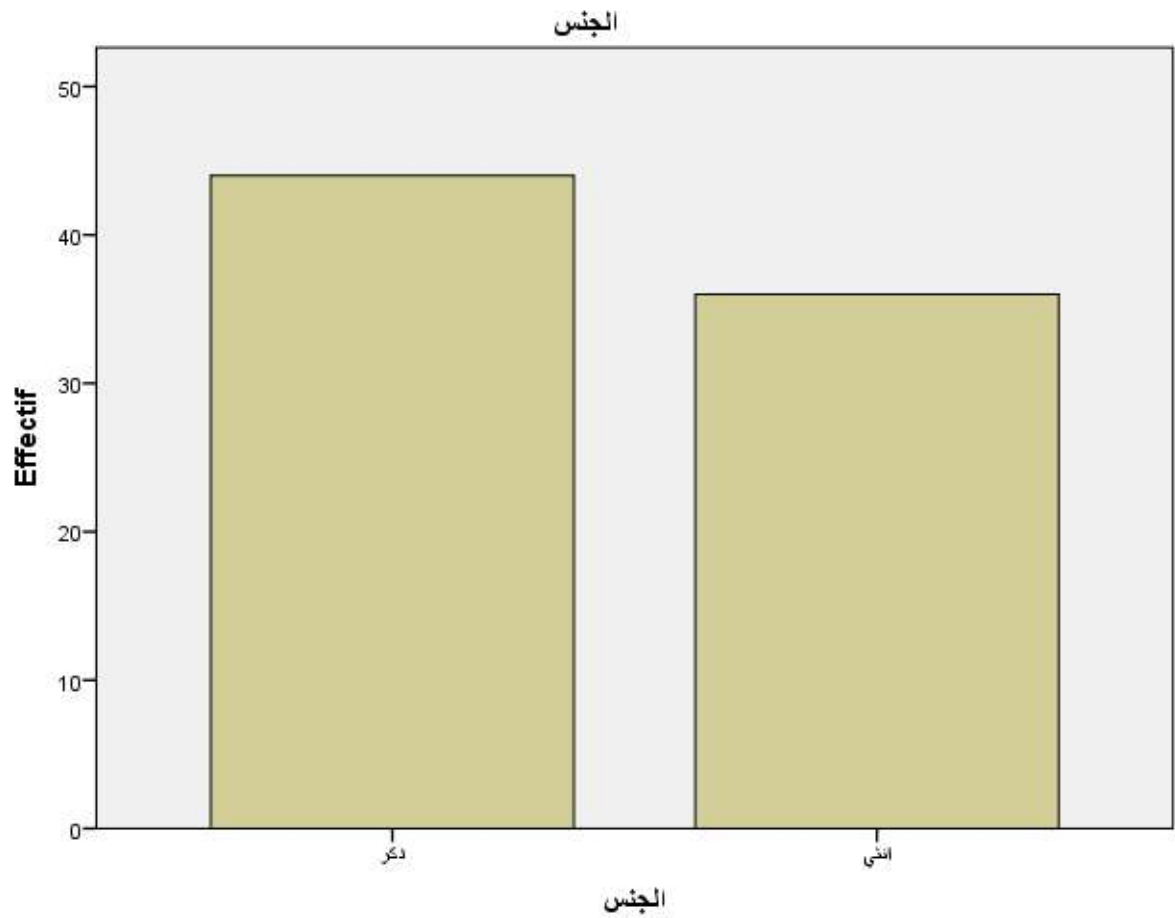
¹عبد القادر عبد العالي، مرجع سابق، ص، 59 .

النسبة المئوية	العدد	التوزيع الجنس
55%	44	ذكر
45%	36	أنثى
100%	80	المجموع

نظرا لتباين استجابة الأفراد حسب جنسهم لقراءة الرسائل الإعلامية تبعا لاختلاف مصالح وحاجيات كل من الجنسين.

حيث يبين الجدول ميول جنس الذكور بنسبة متقدمة نوعا ما مقدرة ب 55% مقارنة بجنس الإناث التي قدرت بنسبة 45%

فظهر الفارق عند الذكور بنسبة 10% تعرضا لقراءة الجريدة أكثر منه عند الإناث .
وعليه يمكن أن نلاحظ بوضوح الفرق الشاسع جدا بين الجنسين في تفاعلهم مع محتويات صحيفة الشروق اليومية، وقد يرجع هذا إلى ما نلاحظه من فضول لدى جنس الذكور إلى التطلع على الأخبار اليومية، وهذا لملائمة محتوى الموضوعات المنشورة لرغباتهم وميولاتهم . وتوفر لديهم الوقت الكافي للقراءة أكثر من الإناث المنشغلات بعدة واجبات .



effectif* : أفراد العينة

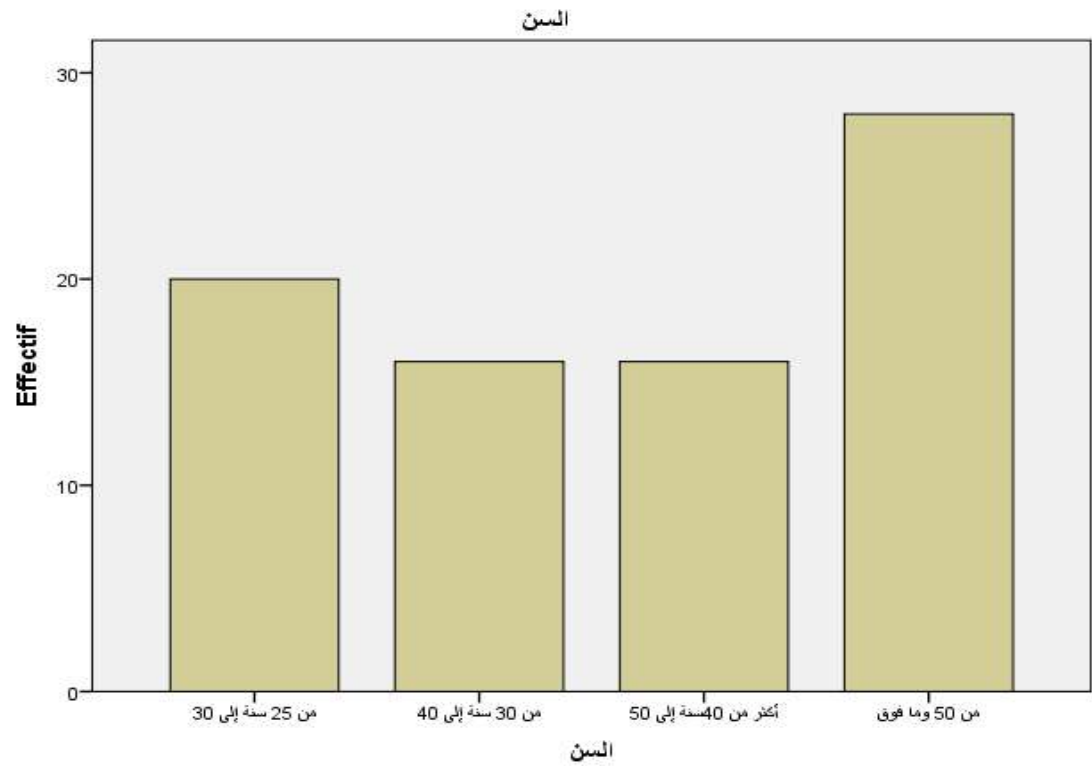
الجدول رقم 02. يوضح الجدول التعريف بمفردات العينة حسب متغير السن :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
		السن
%25	20	من 25 إلى 30

من 30 إلى 40	16	% 20
من 40 إلى 50	16	%20
من 50 وما فوق	28	%35
المجموع	80	%100

الفارق النسبي الذي يختلف خلاف جلي ظاهر لفئة الأكثر من 50 سنة هم أكثرهم ميولا ورغبة في قراءة الجريدة هذا ما نسبته العدد 28 من حجم العينة ونسبة 35 % مقارنة بفئة سن من 25 سنة إلى 30 سنة بعدد 20 من حجم العينة ونسبة 25% في حين تعادل العدد في كل من سن 30 إلى 40 ومن 40 إلى 50 سنة التي تحددت ب 16 مفرد لكل منهما تقابلها نسبة 20%

فئة الكهول تتمتع أكثر من غيرها بكونها ذات استعدادات عقلية متميزة اتجاه الصحافة المكتوبة التي تتيح إمكانيات معرفة كل ما هو جديد وكل ما يهم هذه الفئة . وعليه نلاحظ أنها أكثر الفئات التي تتزايد لديها مستوى قراءة الصحف كلما تقدمت في العمر وهذا راجع إلى نباهت عقولهم في تلقي المادة الإعلامية المنشورة، فهم يشكلون محور رئيسي لفهم جل الاتجاهات المطروحة، حيث أظهرت التجارب أن لديهم حظ وافر من الدراية التي قد تتساوى مع الكثير مما يكتب، ولهم القدرة على احترام الفكرة حتى ولو لم يؤمن بها كعقل واعي .



*effectif : أفراد العينة

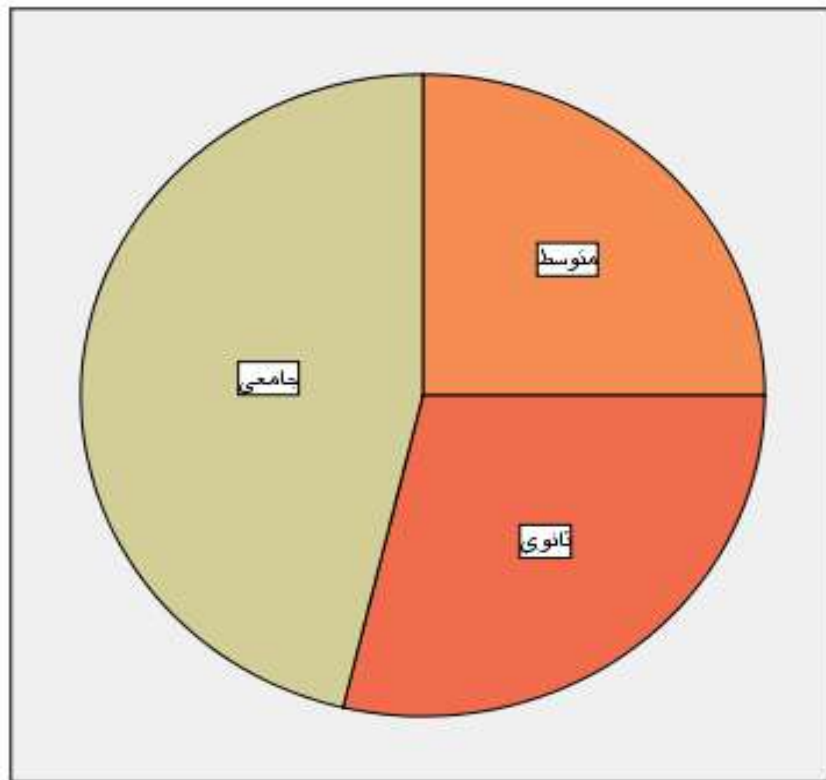
الجدول رقم 03 : يوضح الجدول التعريف بمفردات العينة حسب المستوى التعليمي :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع المستوى التعليمي
25%	20	متوسط
30 %	24	ثانوي
45 %	36	جامعي
100 %	80	المجموع

من مجموع 80 مثقف من اختلاف الأطوار تبين جاليا من خلال الإحصاء المبين أعلاه في الجدول أن الفئة الأكثر اهتماما بقراءة جريدة الشروق اليومي فئة الجامعيين بالعدد المقدر ب 36 تقابله نسبة 45% مقارنة بالطور الثانوي وإن كان تباعد ملحوظ مقدر ب 15 % كفارق بينهما، على الرغم من أن الطورين بينهما تقارب ثقافي واجتماعي واحد . كونهم مهتمين أكثر من غيرهم من أفراد فئات المجتمع بالرسائل الإعلامية المكتوبة .

وفئة الطور المتبقي غير مهتمة كسابقتها بقراءة الأخبار الإعلامية غير الناشرة بالمواضيع المهمة بالفئة المهمة .

نلاحظ إقبال الأفراد ذو المستوى الجامعي بشكل منتظم ودائم واهتمامهم بالأخبار والتقارير والمقالات والتحليلات المنشورة في جريدة الشروق اليومية، ويعود هذا الاهتمام إلى طبيعة هذه الأنماط الصحفية التي تقوم على تقديم كل ما هو جديد من معلومات وأفكار وآراء تهمهم في حياتهم اليومية .



الدائرة النسبية توضح نسب أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

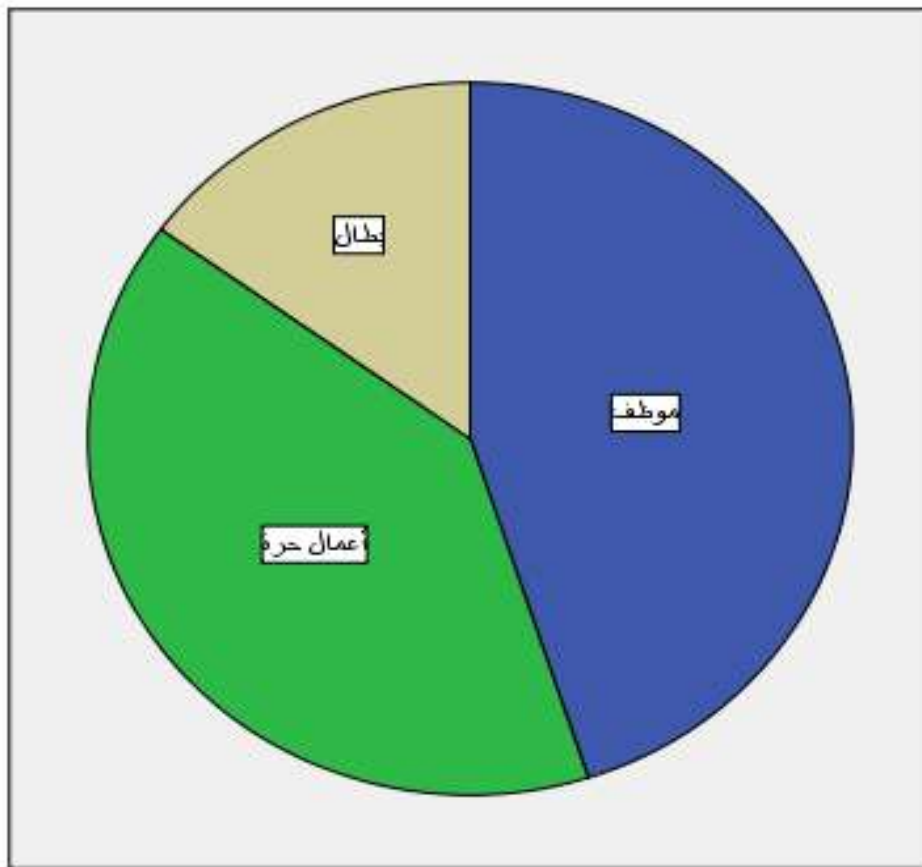
الجدول رقم 04. يوضح الجدول التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المهنية :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
----------------	-------	---------

الحالة المهنية		
موظف	36	45%
أعمال حرة	32	40%
بطل	12	15%
المجموع	80	100%

أما بالنسبة للجدول الرابع يظهر مقدما فئة الموظفين عن الفئات الأخرى أكثر رغبة في مطالعة الجريدة، وهذا بنسبة 45% وهذا ما يبين أن الموظفين لديهم اهتمام أكثر في حين يليهم فئة الأعمال الحرة ب 40% ثم في الأخير البطالين ب 15 % ويعود سببه للمستوى التعليمي الذي يسمح له بالتمتع في المضامين، كما يدخل عامل الوقت لهذه الفئة خاصة في الفترات الصباحية على سبيل المثال .

ويقبل الموظفين بالخصوص إلى قراءة جريدة الشروق للإطلاع على الأخبار الجديدة التي تتضمن اهتماماتهم خصوصا الأخبار الآنية مثل الأخبار التي تمس الطابع العمومي، وفئة البطالين تسعى من أجل اكتساب معارف والتتبع بأخبار جديـدة في مختلف الميادين والتعرف على إجراءات وقوانين جديدة .



الدائرة النسبية توضح نسب أفراد العينة حسب الحالة المهنية

الجدول رقم 05 . يوضح الجدول التعريف بمفردات العينة حسب الحالة المدنية :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
		الحالة المدنية

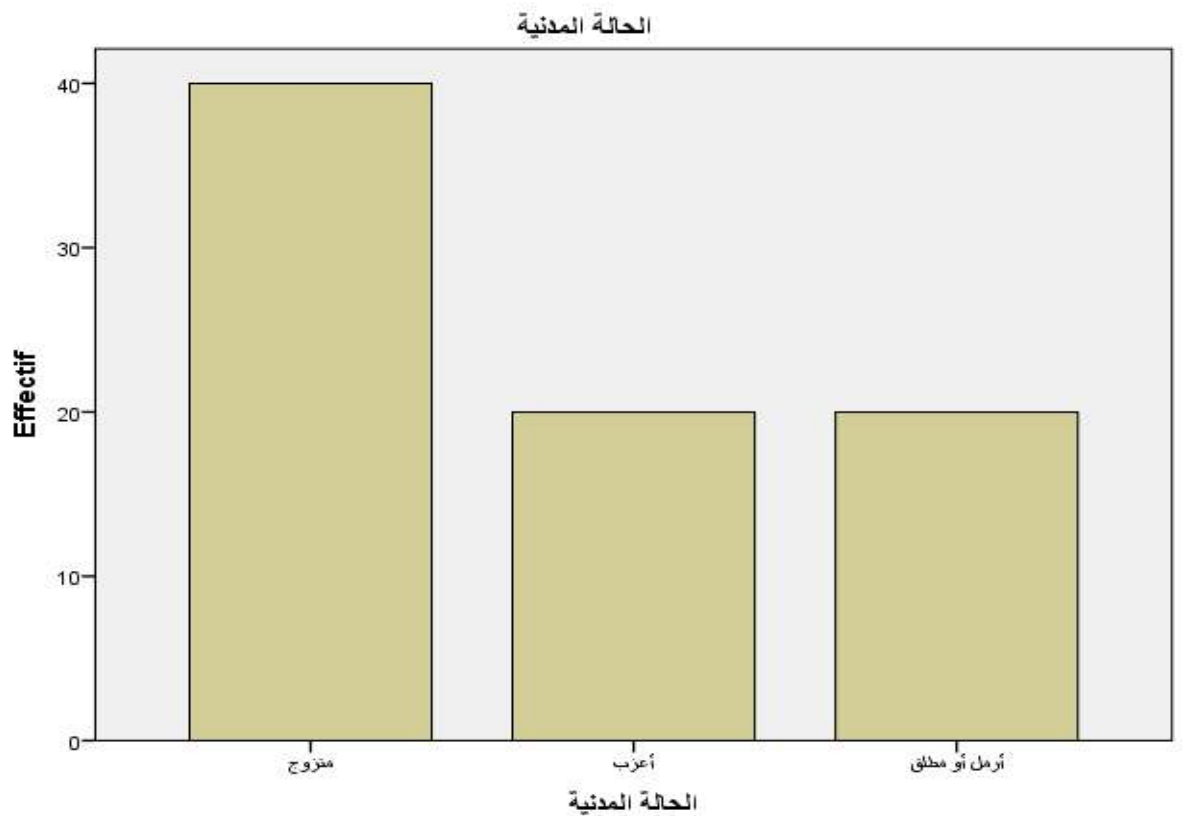
متزوج	40	%50
أعزب	20	%25
أرمل أو مطلق	20	%25
المجموع	80	%100

نهدف من خلال توظيف متغير الحالة المدنية أن فئة المتزوجين كانت لها الغالبية الساحقة الكبرى بنسبة 50% في حين تساوت الحالتان كل من الأعزب والأرمل أو المطلق بنسبة 25 % فارقا ملموس .

من خلال توظيف الحالة المدنية نلاحظ أن هناك تقارب بين النسب ما يلاحظ أن مقروئية جريدة الشروق لا تتأثر بدرجة كبيرة بالحالة العائلية للقراء أما انعدام نسبة المقروئية هذا راجع إلى طريقة توزيع العينة

ومن الملاحظ أن فئة المتزوجين ترغب في الإطلاع على الجريدة أكثر من غيرها طموحا منهم في كسب معارف ومعلومات جديدة.

في حين نلاحظ أن الفئة التي ذكرناها سالفًا من فئة الموظفين هي نفس فئة الموظفين كأننا نقول الموظفين أغلبهم فئة متزوجة لأن غالبيتهم يتمتعون بنفس الاهتمامات بمواضيع الجريدة لتزويد من ثقافتهم ووعيهم وتساعدهم في الإسترخاء والقضاء على أوقات الفراغ .



effectif* : أفراد العينة

المحور الثاني : اهتمامات الأفراد في القراءة .

الجدول رقم 06: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب قراء جريدة الشروق اليومي :

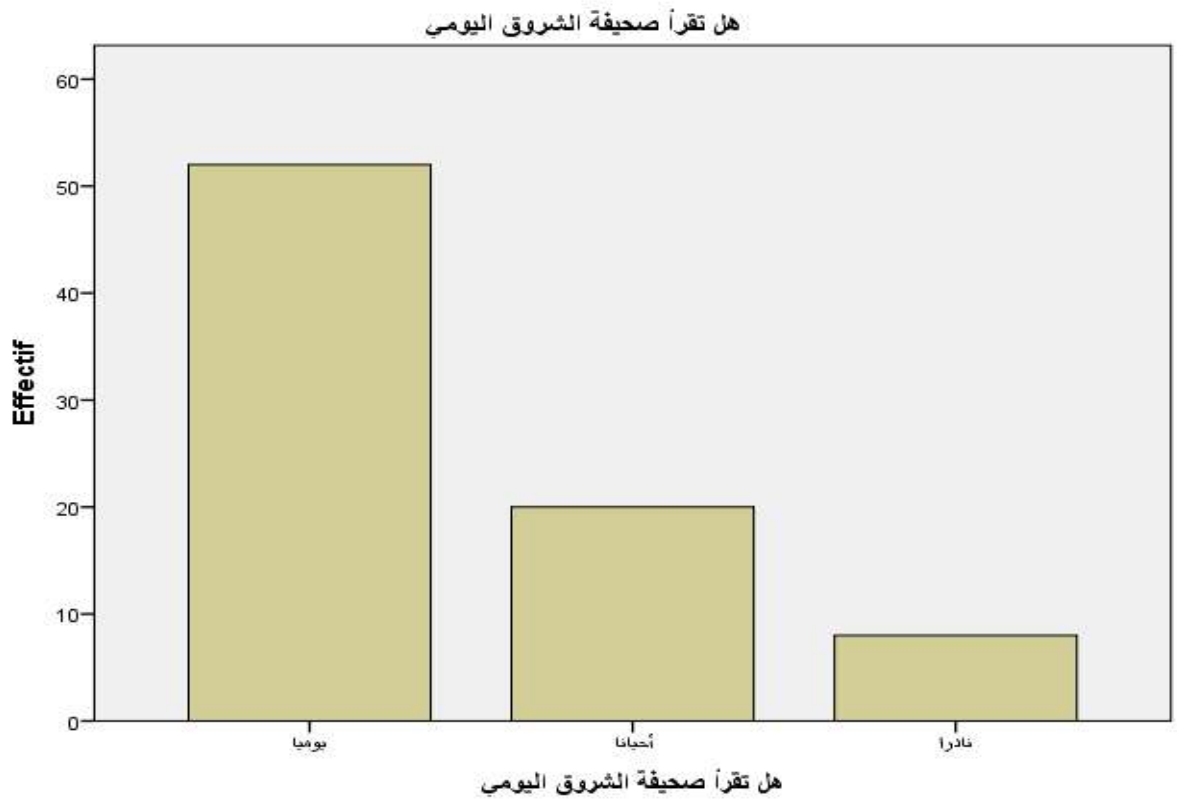
النسبة المئوية	العدد	التوزيع
65%	52	قراء جريدة الشروق يومية
25%	20	أحيانا

نادرا	08	%10
إطلاقا	00	%00
المجموع	80	%100

في دراستنا نولي اهتمامات الأفراد في القراءة لجريدة الشروق اليومي كهادف للكشف عن عملية القراءة للمبحوثين، ومعرفة مدى قراءة أفراد العينة للجريدة .
من خلال الجدول الآتي يتوضح أن أعلى نسبة تمثلت في الإجابة على "يومية" والتي قدرت ب 65 % في مقابل 25% والتي تمثلت في الإجابة على "أحيانا"، في حين مثلت الإجابة "نادرا" نسبة 10% ولم يسجل أي نسبة للإجابة على مفردة "إطلاقا"

نستنتج من خلال هذا أن أغلب المبحوثين يطلعون على الصحافة المكتوبة بصفة يومية ويعود ذلك إلى أن أغلبهم يرتبطون بتصفح الجرائد بصفة دائمة للحصول على المعلومات والأخبار عن الأحداث المختلفة فبالنالي فهم يلجؤون لقراءة الشروق اليومي يوميا ودوما .

ومن هنا نشير إلى قوة وطبيعة المتلقي للمادة الإعلامية المنشورة في الصحف من قراء ومتابعين، و من جانب آخر والمتعلق بنباهتهم بما تكتبه الصحيفة.



effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 07: يوضح الجدول أنواع المواضيع التي تقرأ في جريدة الشروق :

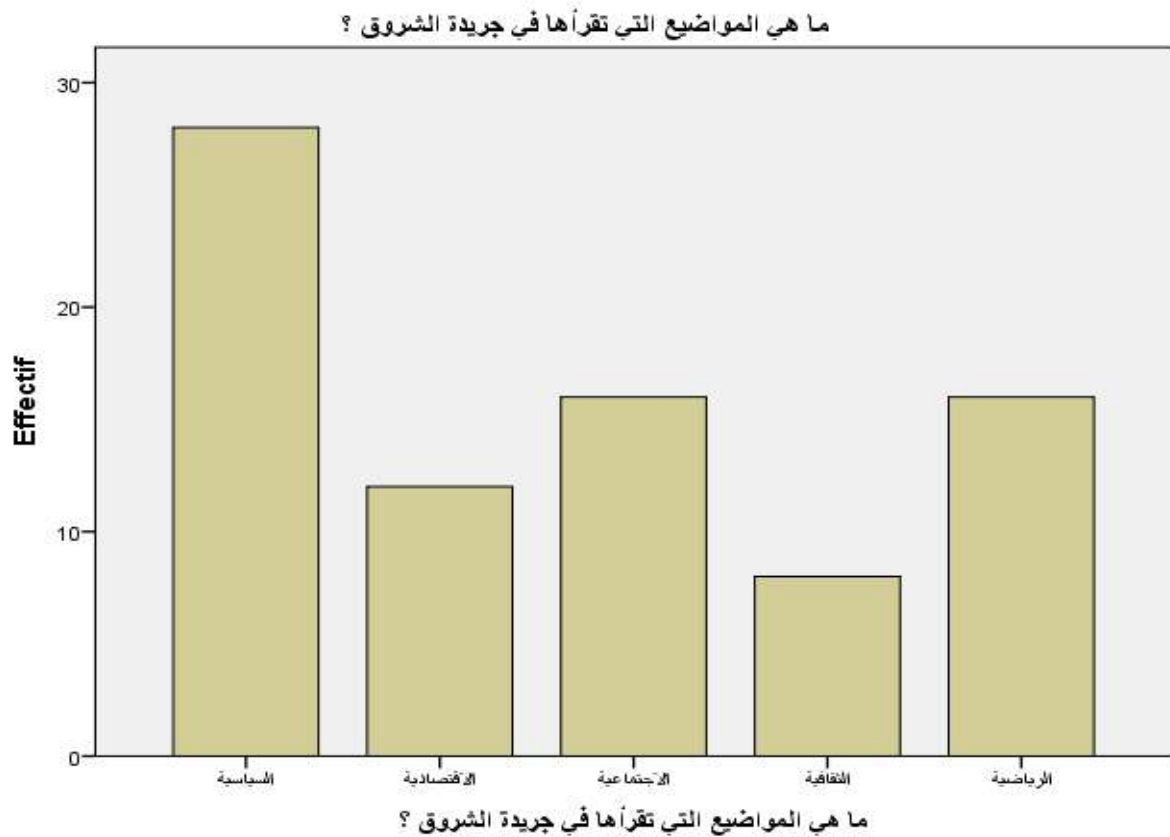
النسبة المئوية	التكرار	التوزيع المواضيع
35%	28	السياسية
15%	12	الاقتصادية
20%	16	الاجتماعية
10%	08	الثقافية

الرياضية	16	20%
المجموع	80	100%

يظهر لنا الجدول أن المواضيع السياسية هي المحتلة المرتبة الأولى بنسبة 35% الاهتمام هذا راجع إلى حبهم للإطلاع والوصول إلى المعرفة بما يدور في الساحة السياسية وتليها في المرتبة الثانية المواضيع الاجتماعية والرياضية بنسبة متعادلة ب 20% نشير إلى المواضيع الاجتماعية ترجع بصفة واسعة إلى المواضيع التي تمس الحياة اليومية بمختلف الفئات الاجتماعية ونفس الشيء بالنسبة للمواضيع الرياضية والمهتمين بتطلعات مواضيعها ثم الاقتصادية في المرتبة الثالثة ب 15% وتنخفض في المقابل بالمرتبة الرابعة إلى 10% فيما يخص المواضيع الثقافية.

وعليه فإن قراء المواضيع الصحفية يشكلون محور رئيسي لفهم الاتجاهات السياسية والاجتماعية والفكرية بل وحتى العاطفية، أما اهتمام القراء بمطالعة المواضيع الاجتماعية

يرجع ذلك أيضا إلى حالات الانكماش الاقتصادي وازدياد نسبة البطالة وتفشي الفقر بين صفوف العاطلين عن العمل .



effectif* : أفراد العينة

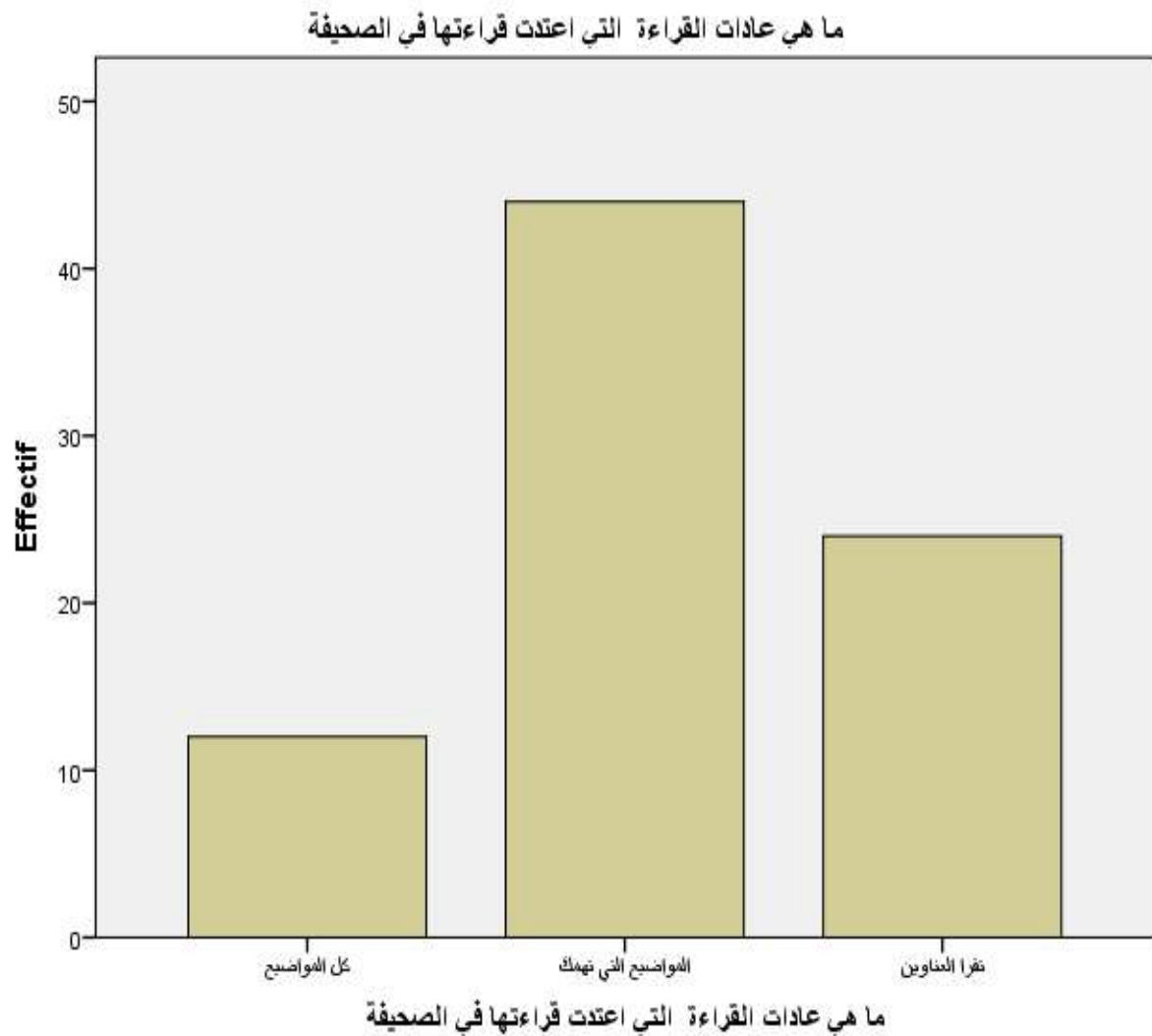
الجدول رقم 08 : يوضح الجدول توزيع العينة حسب الاهتمامات المعتادة في قراءة الصحيفة :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
15%	12	اهتمامات عادات القراءة
55%	44	كل المواضيع
		المواضيع التي تهكم

تقرأ العناوين	24	30%
المجموع	80	100%

يبين الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين يطالعون المواضيع التي تهمهم بنسبة 55% بمقابل 30% من المبحوثين الذين يطالعون العناوين أما الذين يقرؤون كل المواضيع المنشورة في الجريدة قدرت نسبة ذلك بـ 15% ويعود هذا إلى عادات القراءة عند كل متصفح لأن الصحف ما زالت تمثل أهم الوسائل التي يلجئ إليها الفرد في المجتمع للحصول على ما يريد من أخبار ومعلومات بما تنشره جريدة الشروق اليومي من محتويات .

فمعظم القراء يفضلون متابعة قضايا مختلفة المجالات، وأنهم لا يستكملون قراءة الأخبار ويكتفون منها بالعناوين وجزء من الخبر دون باقي تفاصيله .



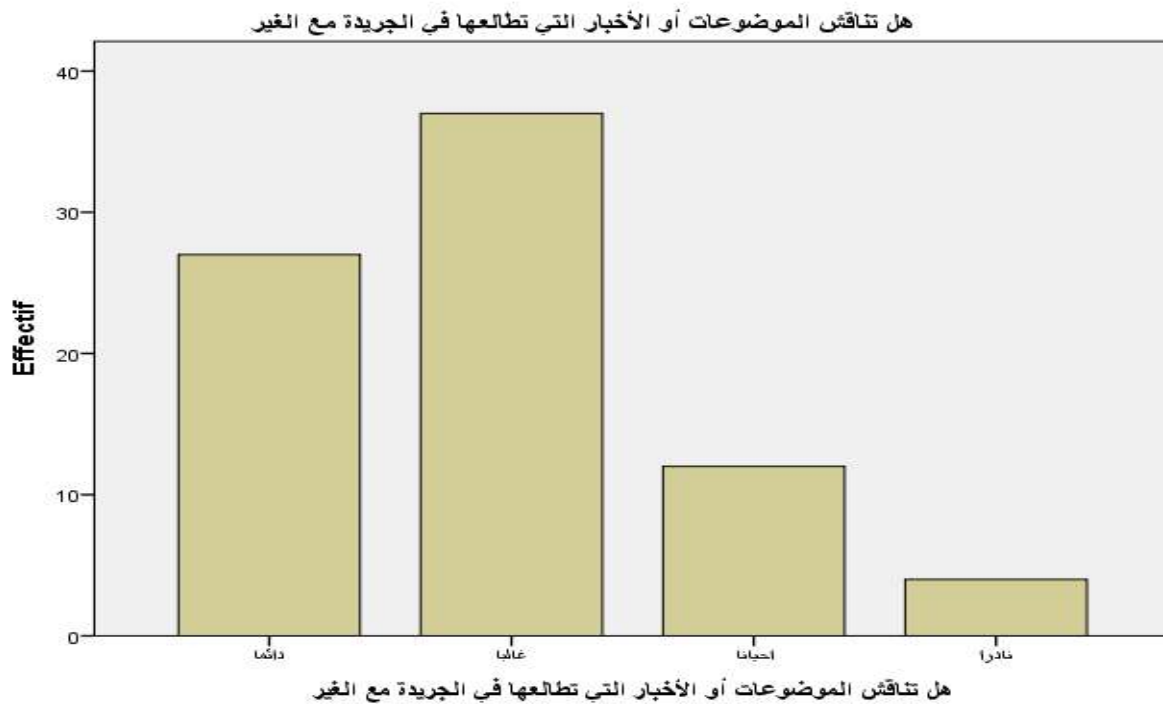
effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 09: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب المواضيع أو الأخبار المطلاع عليها في الجريدة ومناقشتها مع الغير :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع الموضوعات المناقشة مع الغير
35%	28	دائماً
45%	36	غالبا
15%	12	أحيانا
05%	04	نادرا
100%	80	المجموع

الهدف من هذا السؤال تكملة السؤال الذي قبله لمعرفة حديث المبحوثين عن المواضيع المنشورة بالجريدة مع الغير والجدول يبين أن العينة أفرادها لا يلجؤون إلى مناقشة موضوعات المنشورة في الجريدة إلا غالبا وهذا بنسبة 45% ومن أفراد العينة نجد منهم دائما ما يناقشون المعلومات التي اطلعوا عليها وهذا بنسبة 35% أما أقل نسبة وردت في الإجابة بأنهم يناقشونها أحيانا بنسبة 15% وتليها نادرا بنسبة 05% .

ونلاحظ أن المناقشة التي تدور بين أفراد المجتمع المتلقين لموضوعات وأخبار الجريدة اليومية غالبا ما يتشاطرون الحديث لمناقشة مضامين الأخبار المختلفة في جل المجالات وهذا ما يعزز مدى أهمية القارئ بالنسبة للصحيفة بحيث تكون قبلة للمعلنين والسياسيين والاقتصاديين،و نجد تفاقم في حدة الحوار بين القراء دائمي المناقشة وذلك لمحاولة الحصول على الفهم والاستفسار أكثر حول الموضوع المطلع عليه .



effectif* : أفراد العينة

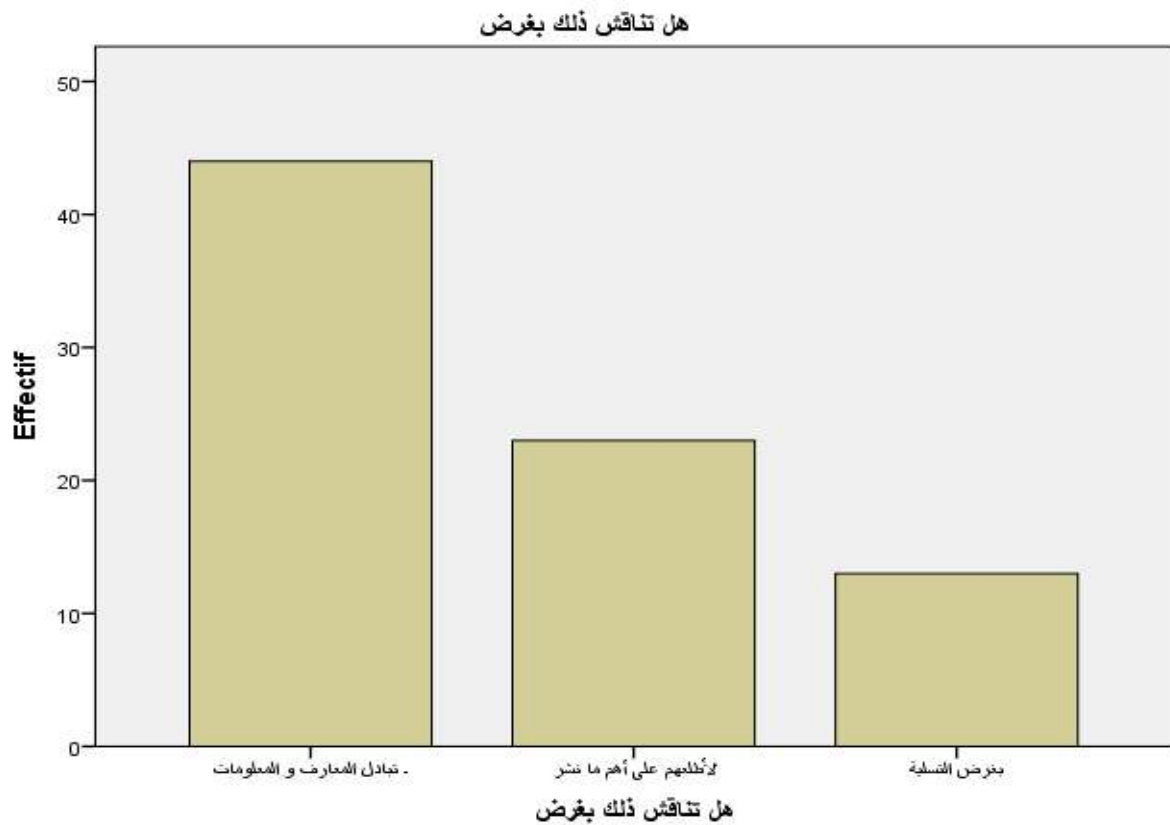
الجدول رقم 10: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب غرض المناقشة :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
%55	44	غرض المناقشة تبادل المعارف والمعلومات
%30	24	لأطلعهم على أهم ما نشر
%15	12	بغرض التسلية

المجموع	80	%100
---------	----	------

إن إدراجنا لهذا السؤال المكمل لما سبقه للوصول إلى سبب تحدث المبحوثين مع الغير حول المواضيع المنشورة بالجريدة فالنسب تشير إلى أن 55% بينوا أن سبب مناقشتهم عن ما طالعوه في الجريدة مع الغير هو تبادل المعارف والمعلومات ،و تليها نسبة 30% من أفراد العينة الذين يناقشونها بغرض إطلاعهم على أهم ما نشر ،أما لإطلاع الغير على ذلك بغرض التسلية كانت أصغر نسبة وهي 15% .

المناقشة لها دور كبير في معرفة الآراء المختلفة بين الأفراد وتضاربها في صنع القرار. فالصحف مازالت تمثل العمود الفقري لمصادر معلومات الأفراد في المجتمع التي تتداول مناقشتها من قبل أشخاص ولا تقتصر قراءتها على شخص واحد في أغلب الأحيان ليتمكنوا من متابعة الأحداث الداخلية والخارجية، وتطلعهم على آراء الكتاب وتحليلاتهم على القضايا والأحداث .



effectif* : أفراد العينة

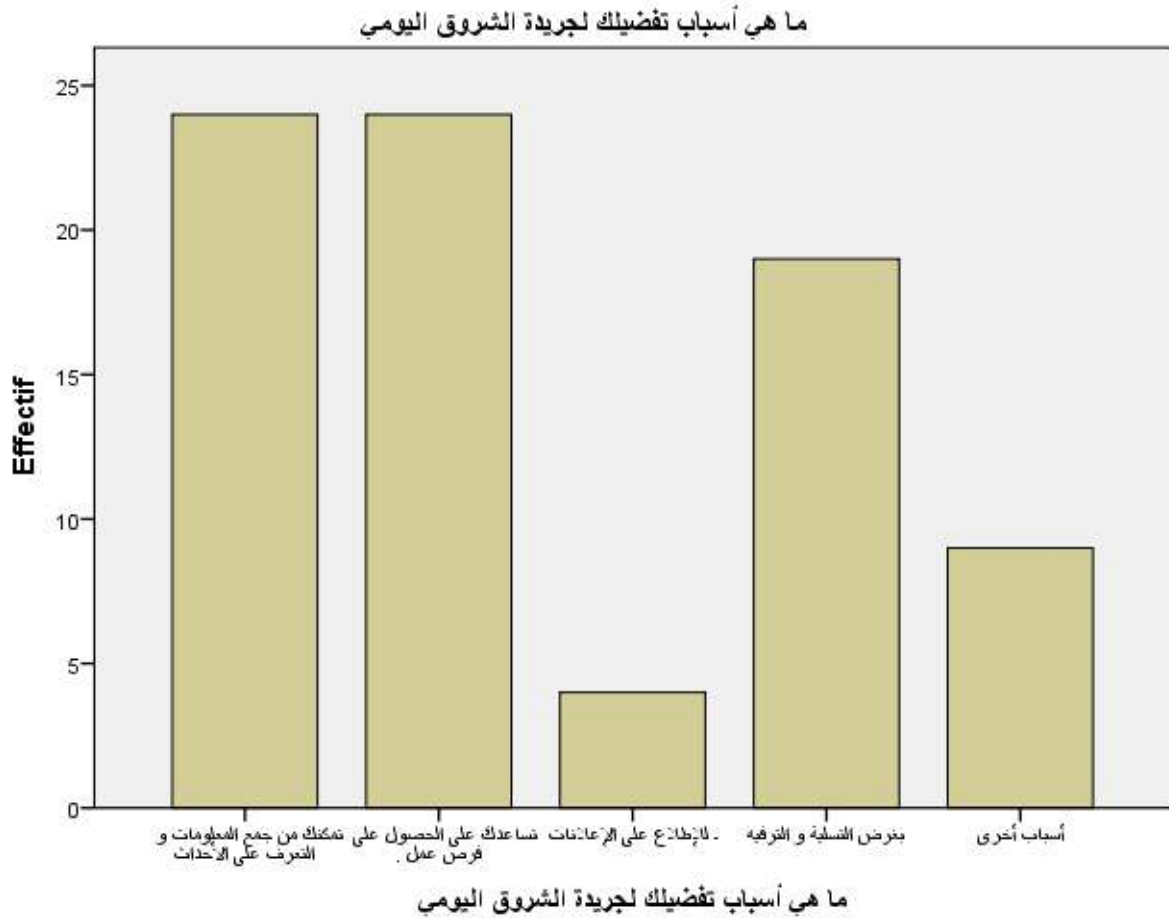
الجدول رقم 11: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب أسباب تفضيل جريدة الشروق:

النسبة المئوية	العدد	التوزيع الأسباب
----------------	-------	--------------------

تمكنتك من جمع المعلومات والتعرف على الأحداث	24	30%
تساعدك على الحصول على فرص العمل	24	30%
للإطلاع على الإعلانات	04	05%
بغرض التسلية والترفيه	16	20%
أسباب أخرى	12	15%
المجموع	80	100%

حسب بيانات الجدول فمن أسباب التفضيل يفضلون قراءة جريدة الشروق كونها تمكنهم من جمع المعلومات والتعرف على الأحداث بنسبة معادلة بالذين يفضلون القراءة لمساعدتهم على الحصول على فرص عمل بنسبة قدرت ب 30% فهو، أما السبب الثاني للتفضيل بغرض التسلية والترفيه بنسبة 20% فمنهم من لا يثقون بالجريدة، ثم تليها إختيارهم أسباب أخرى لتفضيلهم قراءة جريدة الشروق بنسبة 15% حجة أنها أصبحت كعادة لديهم للقضاء على الفراغ وغيرها من الأسباب، كما صرح أيضا 05% من المبحوثين أنها تساعدكم في الإطلاع على الإعلانات

وقد تتراجع أسباب تفضيل الجريدة، و ذلك بتراجع قدرتها على ترتيب أولويات القراء وتشكيل وجهات نظرهم نحو القضايا المختلفة، و عادة ما ترجع الدراسات ذلك إلى العزوف عن قراءة الصحف إلى تجاهلها في أغلب الأحيان لدورها المتعلق بشرح القضايا وتبسيطها وتوقفها عند تقديم المعلومة فقط.



*effectif : أفراد العينة

المحور الثالث :

عادات وأنماط القراءة :

الجدول رقم 12: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب بداية عادة قراءة الصحف:

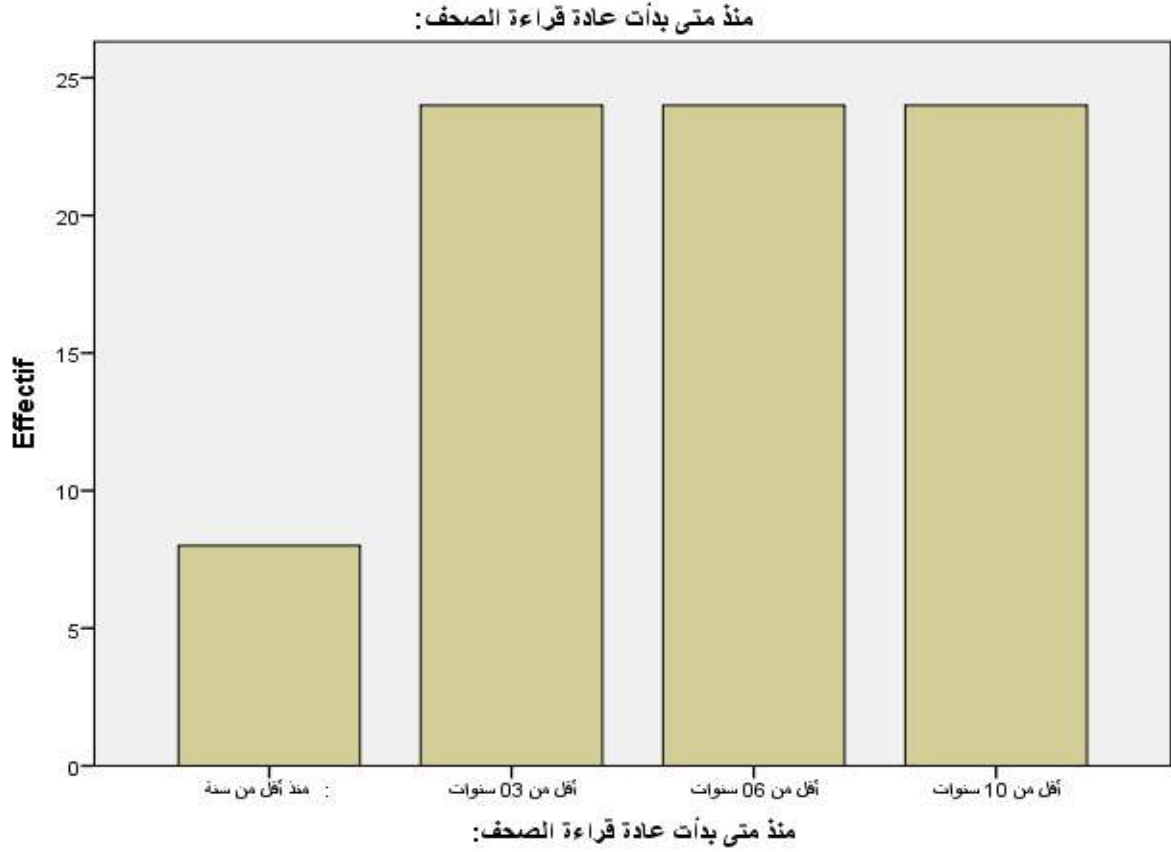
النسبة المئوية	العدد	التوزيع الفترة أو المدة الزمنية منذ أقل من سنة
10%	08	
25%	20	أقل من 03 سنوات

أقل من 06 سنوات	24	30%
أكثر من 10 سنوات	28	35%
المجموع	80	100%

تعتبر عادات القراءة من المؤشرات التي تتيح فرص تواصل القراء أو المبحوثين بجريدة الشروق اليومي، وتسمح لنا بالكشف عن معرفة ارتباطهم بها وهذا ما تظهره نسبة 35% من أفراد العينة يتميزون بعادة القراءة منذ أقل من 10 سنوات، أما 30% منهم بدأوا عادة القراءة أقل من 06 سنوات، أما المبحوثين الذين يتميزون بعادة القراءة أقل من 03 سنوات بنسبة 25%، أما من سنة بنسبة 10% و هذا ما تعكسه النسب بدرجات متفاوتة بين أفراد العينة .

تحرص كل صحيفة على تسهيل عملية القراءة على قرائها ليحصلوا على أكبر حجم ممكن من المعلومات في أقل وقت. وتتم هذه العملية عن طريق تنظيم المادة المعروضة في أبواب محددة مثل الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية والأخبار الاجتماعية والأخبار الرياضية إلخ... ويتم وضع هذه الأبواب في أماكن قارة يألف القراء مكانها وإخراجها.

كما يتم تقسيم المادة وتوزيعها في كل ركن أو باب حسب الأهمية، فتعطى الصدارة للخبر الأكثر أهمية، وتتضح هذه الأهمية عبر حجم خط العنوان والمساحة المخصص له، وتليه الأخبار الأخرى حسب أهميتها.

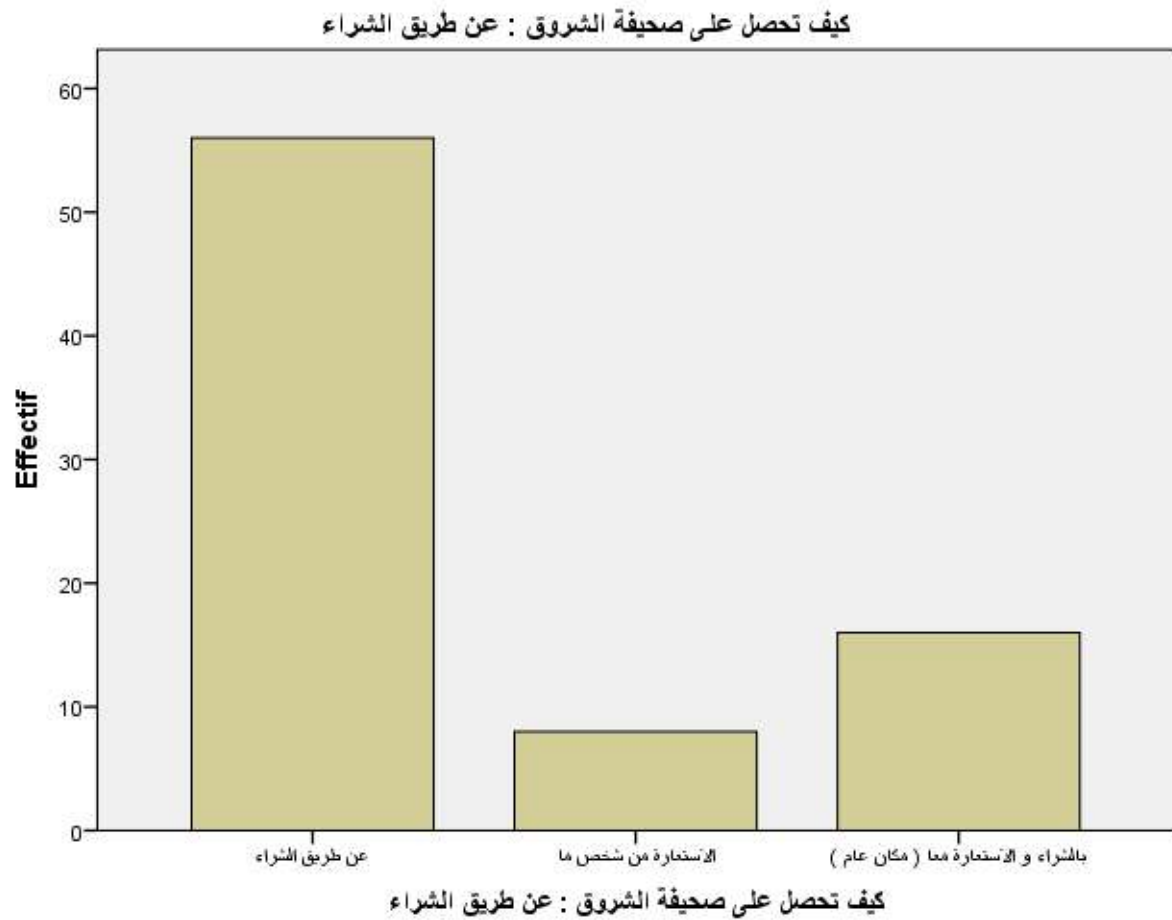


*effectif : أفراد العينة

الجدول رقم 13: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب كيفية الحصول على صحيفة الشروق:

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
70%	56	كيفية الحصول عن طريق الشراء
10%	08	الإستعارة من شخص ما
20%	16	بالشراء والإستعارة معا (مكان عام)
100%	80	المجموع

من مجموع 80 مبحوث نجد أن 56 من الأفراد يحصلون على الجريدة من خلال شرائها بنسبة 70% و 16 منهم يحصلون عليها بالشراء والاستعارة معا قدرت نسبة هذا ب 20% أما من يستعيرونها من شخص ما فهم 08 أفراد بنسبة 10% يتبين أن أغلبية الأفراد يتجهون إلى الشراء للحصول على جريدة الشروق اليومي على أساس أن ثمن الجريدة مناسب وهوفي متناول الجميع هذا ما يحفز رغبتهم في الحصول عليها والاستعارة تكون حسب الحاجة والظروف.



effectif* : أفراد العينة

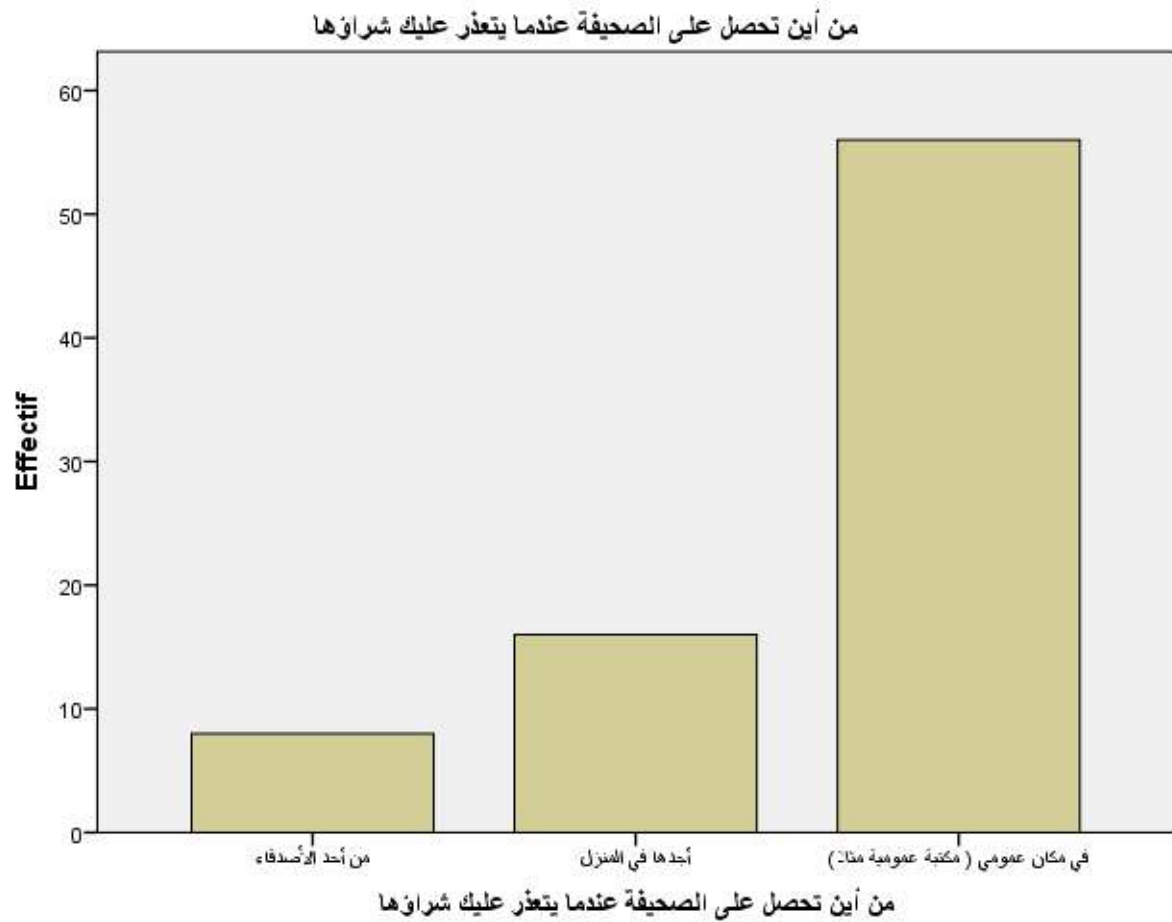
الجدول رقم 14: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب الحصول على الصحيفة عند تعذر الشراء:

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
----------------	-------	---------

الحصول		
من أحد الأصدقاء	08	%10
أجدها في المنزل	16	%20
في مكان عمومي (مكتبة عمومية مثلاً)	56	%70
المجموع	80	%100

يبين الجدول رأي أفراد العينة المدروسة في كيفية الحصول على الصحيفة عندما يتعذر شراؤها. إذ صرح 56 فرداً أن الحصول عليها يلجؤون إلى أماكن عمومية وهذا بنسبة 70% وأجمع أفراد العينة أن هناك من يجدونها في المنزل يتمثلون في 16 فرداً ما يعادل 20% نسبة مئوية، أما الذين يحصلون عليها من قبل أحد الأصدقاء أجمع حول ذلك 08 أفراد بنسبة 10%.

ويرجع عدد من القراء عزوفهم عن قراءة الصحف بسبب الفجوة بين مستوى عرض المادة وبين ثقافة المواطن العادي مما يصعب عليهم الحصول عليها .



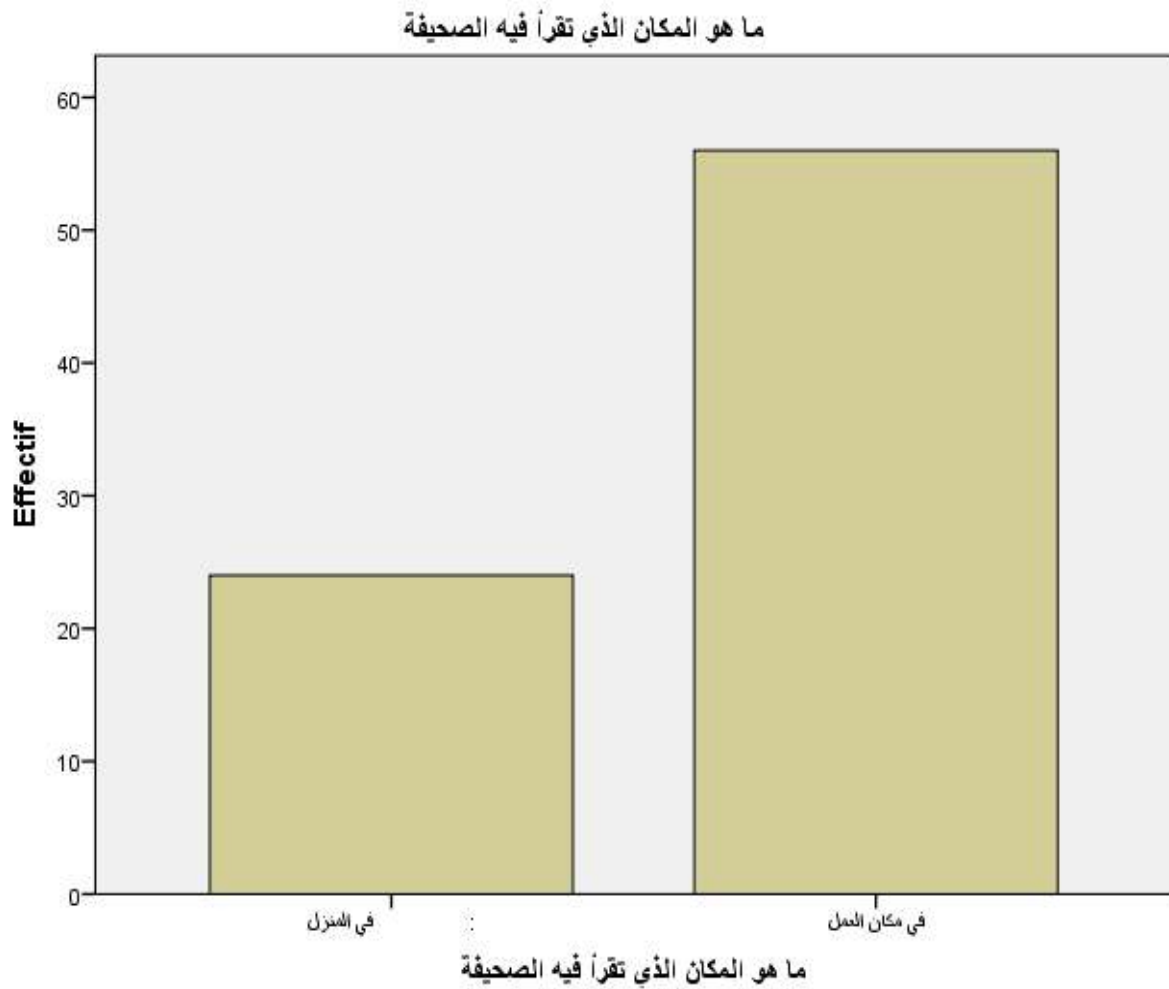
effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 15: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة :

التوزيع	العدد	النسبة المئوية
مكان القراءة في المنزل	24	30%
في مكان العمل	56	70%
المجموع	80	100%

أقر 56 مبحوث أن المكان الذي يقرؤون فيه صحيفة الشروق اليومي في العمل بنسبة 70% أما الذين أدلوا عن مكانهم في المنزل يتم قرائتهم للصحيفة فكان 24 مبحوث وهذا بنسبة 30%

يظهر من خلال البيانات المدونة في الجدول أن معظم المبحوثين يلجؤون إلى قراءة صحيفة الشروق اليومي أثناء أوقات فراغ العمل وممارسة نشاطاته عكس قراء الصحيفة أثناء تواجدهم في المنزل لإنعدام أوقات الفراغ والراحة من أجل القراءة.



effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 16:

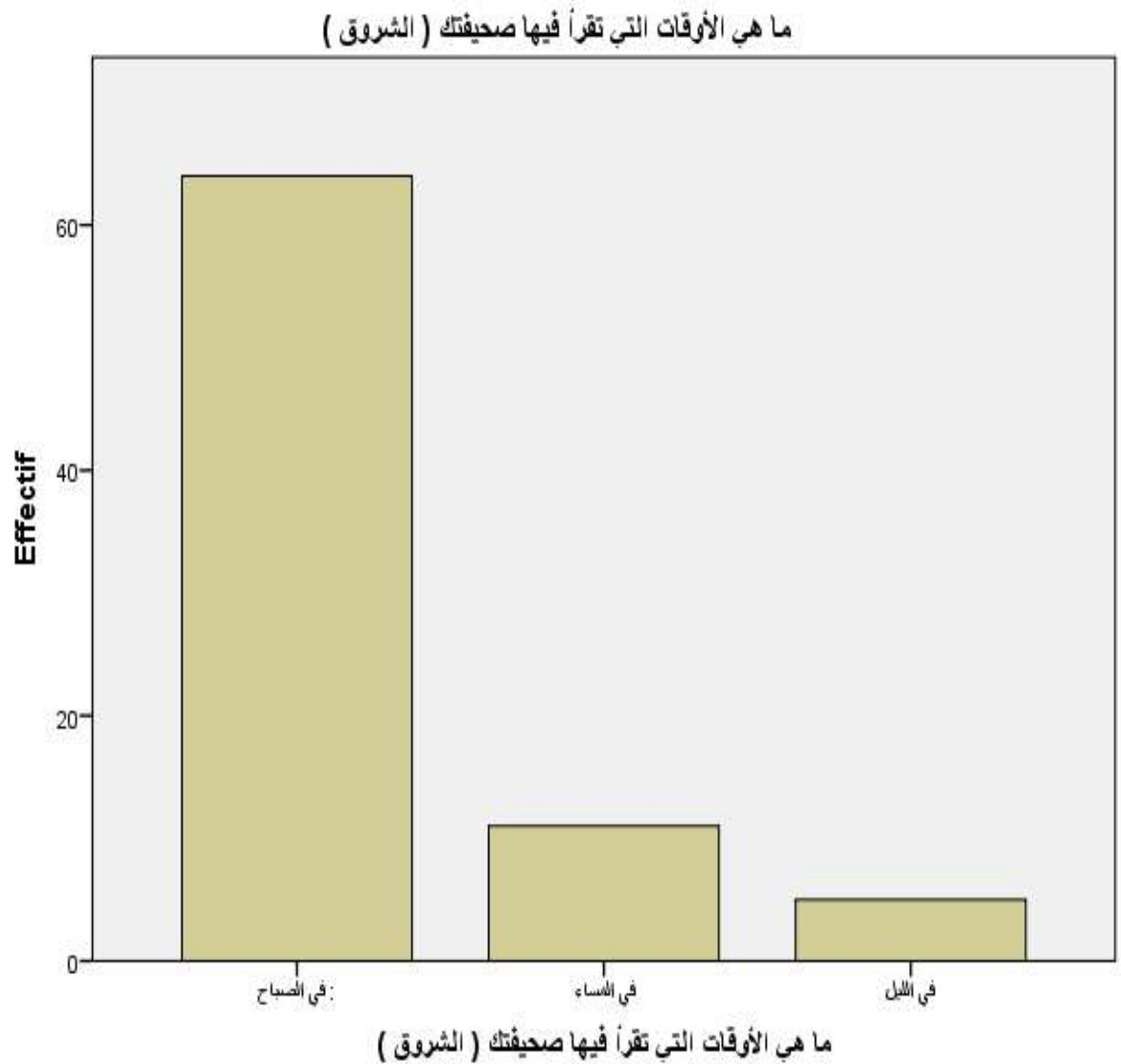
توزيع عينة البحث حسب أوقات قراءة الصحيفة :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع أوقات القراءة
----------------	-------	--------------------------

في الصباح	64	80%
في المساء	12	15%
في الليل	04	05%
المجموع	80	100%

يتناول الجدول عادة قرائية أخرى تتمثل في الوقت التي تتم فيه قراءة الصحيفة ومنه فإن 64 من أفراد العينة يفضلون القراءة في الفترة الصباحية وهذا بنسبة 80% . بعدها تترتب الفترة المسائية في المرتبة الثانية بعدد 12 مفردة تمثلها نسبة 15%، أما أثناء الليل فقليلا ما يلجأ إلى قراءة الجريدة نظرا لاعتبار هذه الفترة فترة الراحة من تعب طول اليوم من أعباء النهار والعمل، لذا تحصلنا على 5% فقط يخصصون هذا الوقت للقراءة .

ما يتبين من هذا أن الأفراد المبحوثين يقرؤون صحيفة الشروق اليومي متى سمحت لهم الفرصة من أوقات مختلفة من اليوم .



effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 17: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب المدة الزمنية المقضاة في القراءة

التوزيع	العدد	النسبة المئوية
أقل من نصف ساعة	16	20%
أقل من ساعة	28	35%
أقل من ساعتين	16	20%
أقل من ثلاث ساعات	04	05%
حسب الحاجة	20	25%
المجموع	80	100%

المدة الزمنية تعتبر مدة الحجم الزمني الذي يعد أحد المؤشرات الأساسية التي تعكس مدى تعلق وارتباط المبحوثين بالصحيفة وما يبينه الوقت المخصص للقراءة مدى تفضيل العينة لقراءة جريدة الشروق اليومي، و هو ما يظهر لنا في نسبة 35% من أفراد العينة يقضون في قرائتها أقل من ساعتين و 20% منهم يتمون قرائتها في أقل من نصف ساعة تعادلا في النسبة مع الذين يقرؤونها في أقل من 03 ساعات ونسبة 25% من أفراد العينة يفضلون القراءة ومدتها الزمنية حسب الحاجة لذلك .

وهذا ما ينعكس حسب أهمية المواضيع المتناولة والمراد اختيار قراءتها وانتقاء المواضيع التي تهمهم دون المواضيع الأخرى.

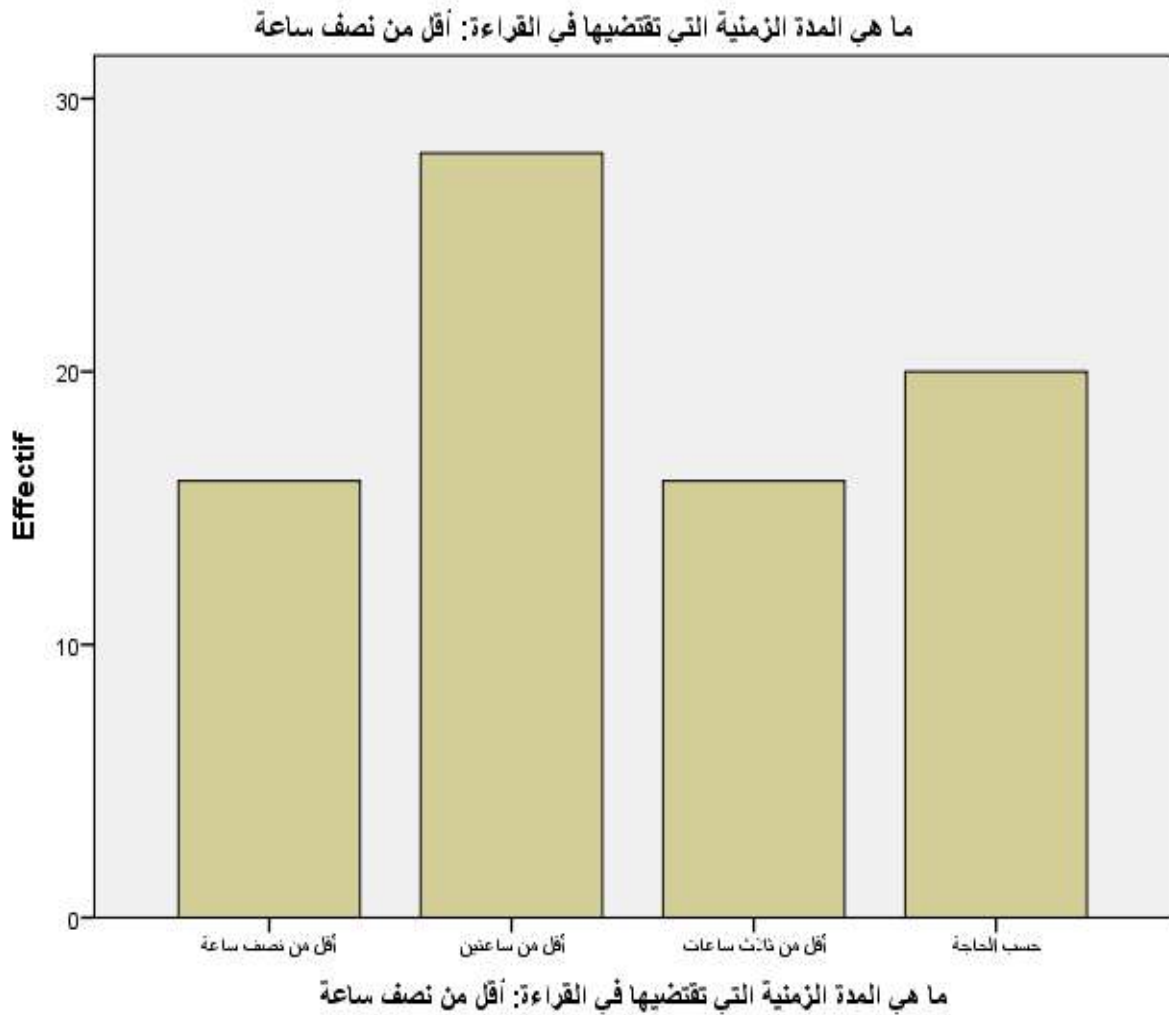
ويتبين هذا أن القارئ يستمتع بالقراءة في جريدة الشروق فهو يستغرق مدة زمنية في القراءة رغم تباعد المدة واختلافها .

وقد تحلم كل صحيفة لأن يكون لها قراء أوفياء، إلا أن هذه الأمنية لا تتحقق دائما، حيث يحصل أن يتم تداخل بين جمهور أكثر من دورية.

ويخصص القراء وقتا محدودا لقراءة الصحيفة. وتختلف المدة الزمنية اللازمة لقراءة الصحيفة حسب نوعية القراء وحجم المادة المنشورة ونوعها وطريقة عرضها. فهناك بعض الصحف تحتوي على عشرات الصفحات بالإضافة إلى ملاحق متخصصة. وهناك يوميات

قد يتطلب قراءة كل محتوياتها ما يقرب من 10 ساعات أو أكثر في اليوم. وتتطلب قراءة مجمل مواد بعض المجلات ما يزيد عن 15 ساعة.

وتختلف المدة التي يخصصها القراء للصحيفة من مجتمع إلى آخر.

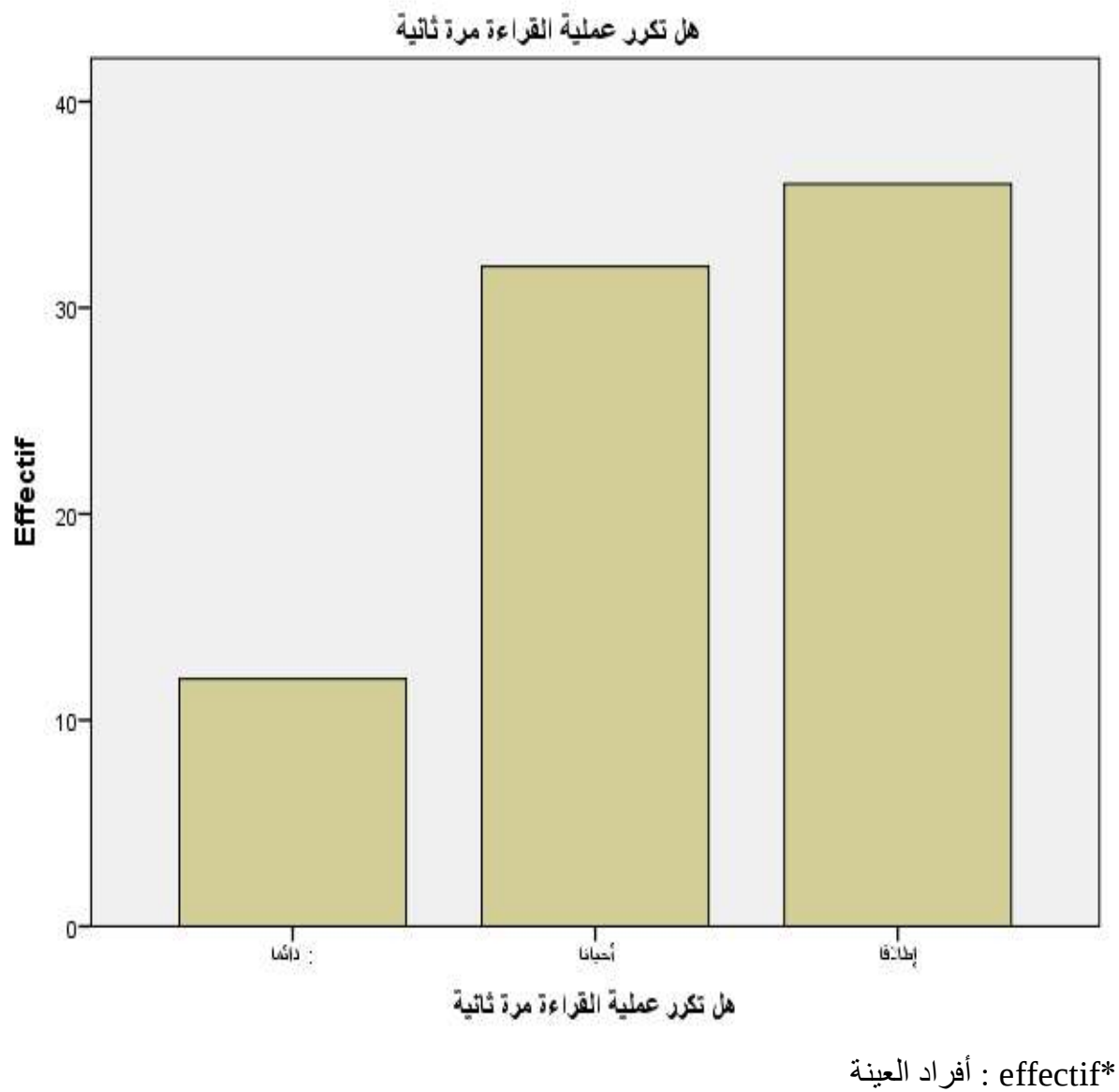


*effectif : أفراد العينة

الجدول رقم 18: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب تكرار عملية القراءة مرة ثانية:

النسبة المئوية	العدد	التوزيع تكرار عملية القراءة
15%	12	دائماً
40%	32	أحياناً
45%	36	إطلاقاً
100%	80	المجموع

نستقي من الجدول أعلاه أن المبحوثين بالنسبة لعملية تكرار القراءة مرة ثانية إذ يرى 36 شخص من أفراد العينة لا تكون عملية تكرار القراءة إطلاقاً وهذا ب 45% كأعلى نسبة ممن كانوا على تكرار القراءة في عدد 32 مبحوث من عدد العينة والذين مثلوا 40% و 15% من يتداولون عملية تكرار القراءة بشكل دائم تمثلوا في 12 فرداً من أفراد العينة لانجذابهم أكثر في المواضيع التي تهمهم دون المواضيع الأخرى حول ذلك .



الجدول رقم 19: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب الاحتفاظ بالصحيفة بعد القراءة:

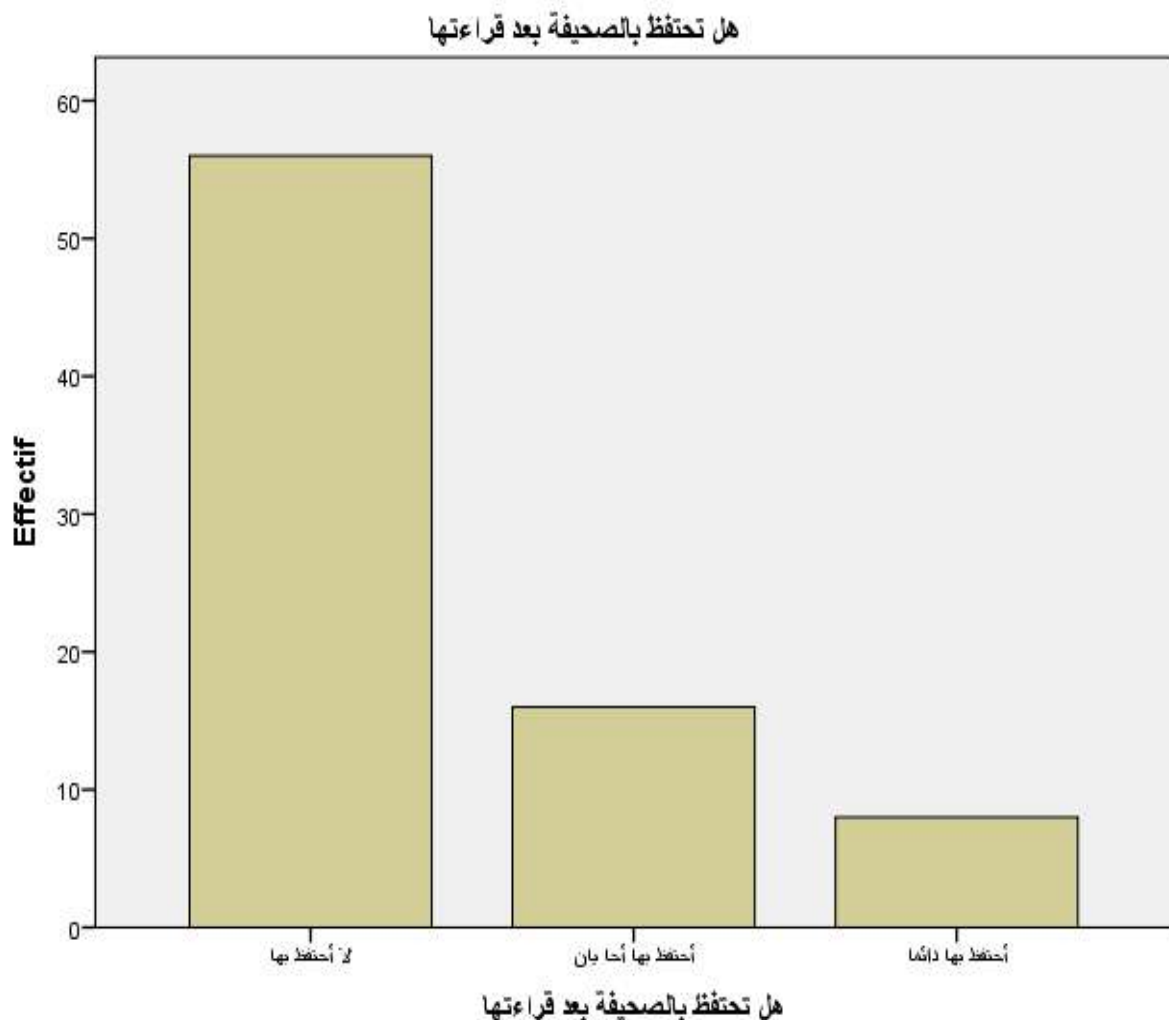
النسبة المئوية	العدد	التوزيع الاحتفاظ بعد القراءة لا أحتفظ بها
70%	56	أحتفظ بها أحيانا
20%	16	أحتفظ بها دائما
10%	08	المجموع
100%	80	

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين لا يهتمون بالاحتفاظ بالجريدة وهذا بعدد 56 مبحوث وهم الذين يمثلون 70% من العينة الإجمالية في حين عبر 16 فردا أحيانا ما يحتفظون بالجريدة فذلك ما تميز في نسبة 20% وفي المقابل نجد أن عدد المحافظين عليها دائما 08 أفراد من مجموع العينة بنسبة 10% وهي النسبة الأقل بين باقي النسب وهذا ما نلاحظه في التأثير البالغ الذي تمارسه انتشار واتساع الرسائل الإعلامية لجريدة الشروق اليومي اتجاه قرائها.

نحن نعيش في عصر السرعة والتقدم التقني فالكفاءة الشخصية فيه تعتمد على حد بعيد، على القراءة عامة باعتبارها أداة معرفية ونشاط ذهني لكشف المكتوب واستنتاجه وتحليله وتفكيك رموزه بالبحث والتأويل والقراءة فهي وسيلة لتزويد الناس بالثقافة والعلوم وهي الحاجة الضرورية.

على أن القراءة التقليدية في ظل هذه التحولات لا تسد رمق القارئ الباحث عن المعرفة، ولم تبقى له مجال للاحتفاظ بها، إذا أراد مواكبة عصر المعلومات. كل هذا يستدعي استخدام تقنيات جديدة والتعود والتدريب عليها للارتقاء بسرعة القراءة تدريجيا مع زيادة في الاستيعاب تتناسب مع سرعة القراءة، وبما أن عملية التصفح السريع لا غنى عنها في خضم

هذا التدفق المعلوماتي الكبير كان نظرتة حول كيفية قراءة المواد ذات الأساليب المختلفة على نحو فعال.



*effectif : أفراد العينة

المحور الرابع :

دوافع القراءة :

الجدول رقم 20: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب دوافع قراءة الصحيفة :

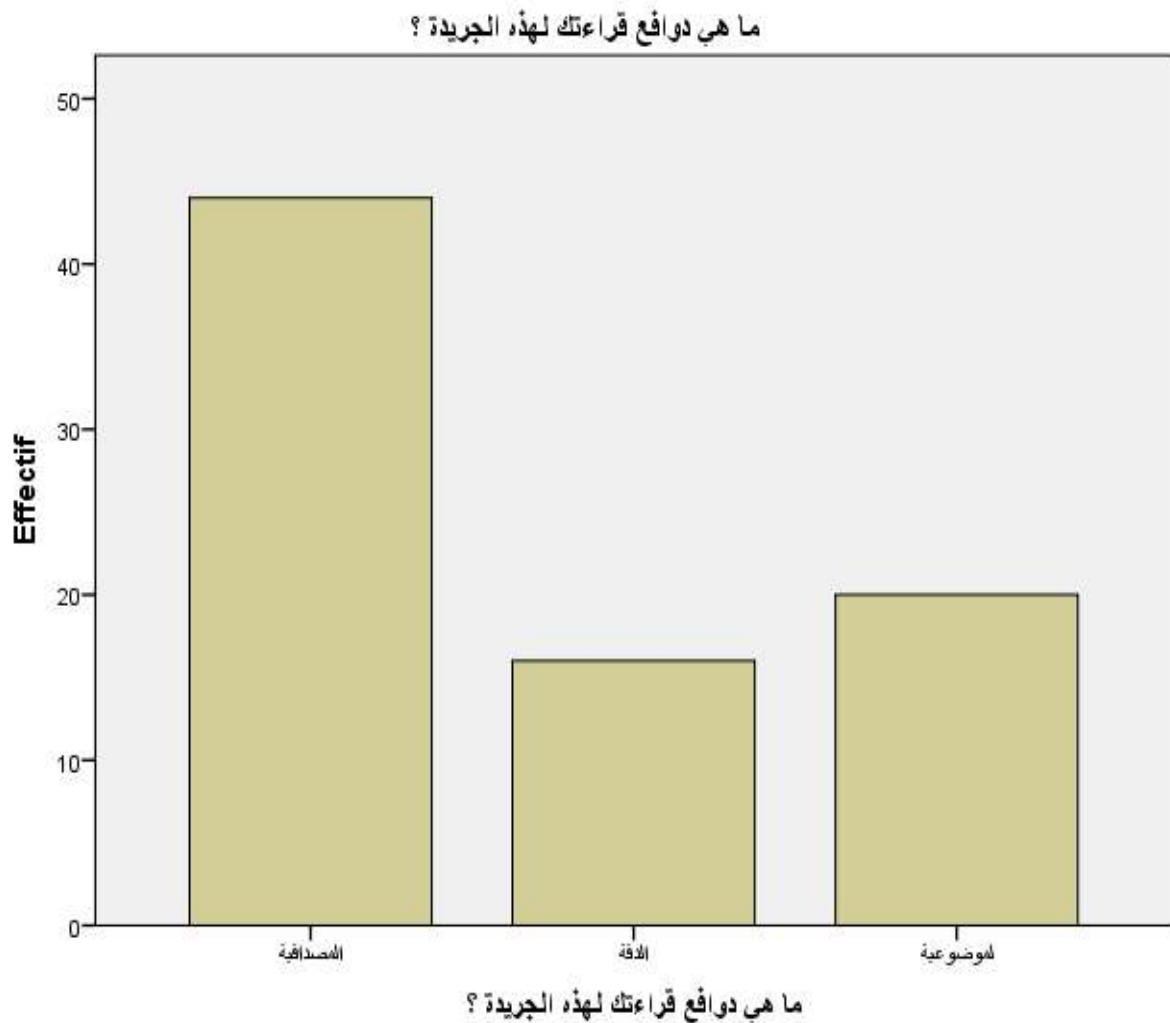
النسبة المئوية	العدد	التوزيع
----------------	-------	---------

دوافع القراءة		
المصداقية	44	55%
الدقة	16	20%
الموضوعية	20	25%
المجموع	80	100%

يظهر لنا من خلال هذا الجدول أن المبحوثين المقدرين بنسبة 55% دافع قرائتهم لجريدة الشروق اليومي هي المصداقية، يأتي الذين لهم دافع التفاعل من القراءة بموضوعية بنسبة 25 %، ويأتي دافع الدقة بنسبة 20% على أهم محاور اهتمامات مختلف القراء من حيث ما تحمله الجريدة من محتوى إعلامي .

لأن نقل الخبر إلى الجماهير يكون بكل موضوعية ودقة وأمانة، فهذا كله يزيد من مصداقية الصحيفة وتصدق الخبر من طرف القراء وبالتالي إضفاء طابع المصداقية على الصحيفة دون غيرها لا تقل أهمية لدى الجمهور من العناصر الأخرى، لأن هذا ما يتمثل في الممارسة الإعلامية للصحيفة .

وكل هذه العناصر ترسخ مصداقية الصحيفة لدى الجمهور مما يزيد من اكتسابها لأعداد كبيرة من متابعيها والمعتدين عليها في استقاء أخبارهم .



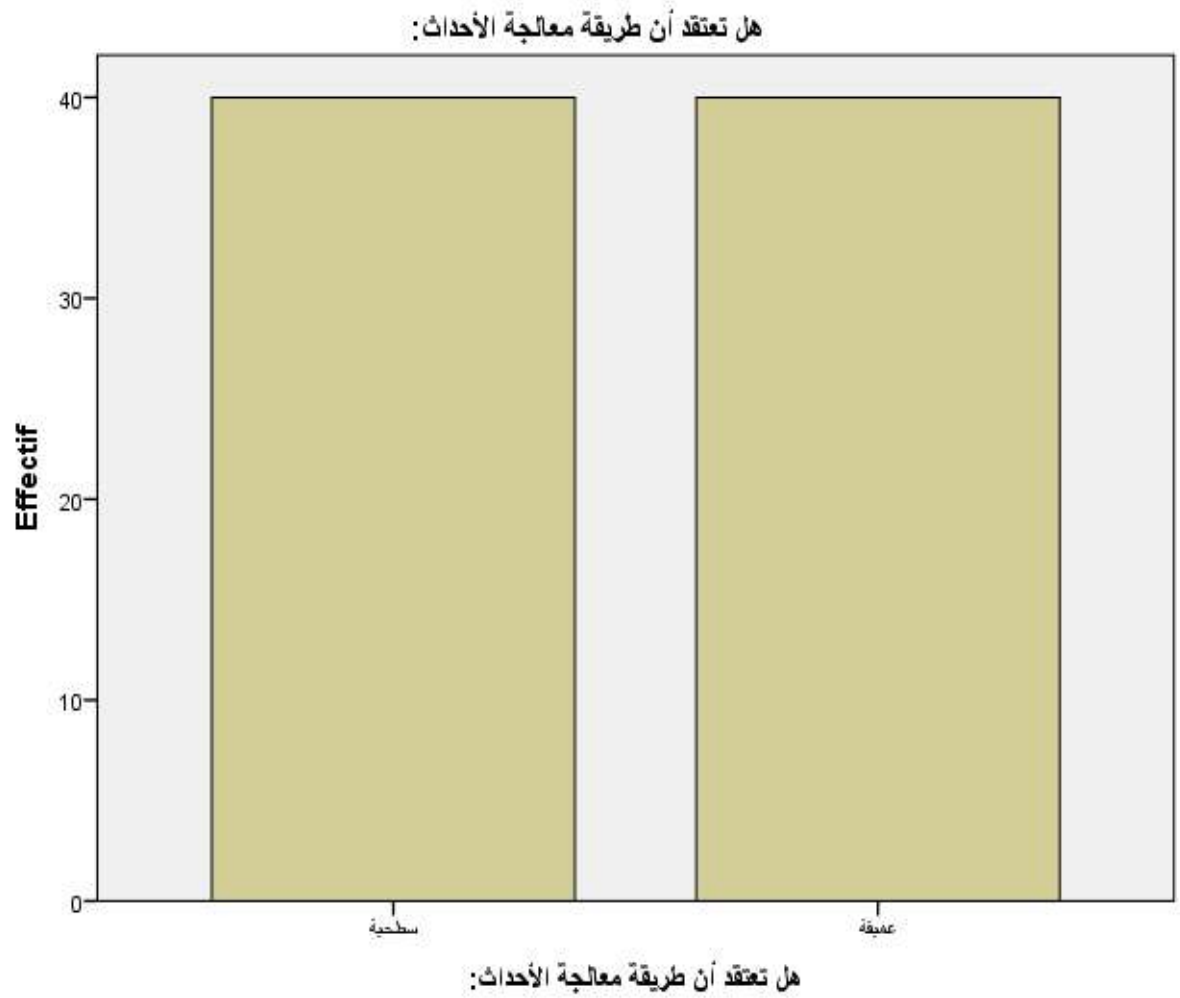
*effectif : أفراد العينة

الجدول رقم 21: يوضح الجدول توزيع عينة البحث طريقة معالجة الأحداث :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
%50	%40	معالجة الأحداث سطحية
%50	%40	عميقة

المجموع	80	%100
---------	----	------

نرى من خلال الأرقام المسجلة في الجدول أن هناك تساوي بين عدد أفراد العينة يرون أن طريقة معالجة الأحداث في الجريدة تتم بطريقة متساوية ما بين سطحية وعميقة وهذا بنسبة 50% وقد يعود ذلك إلى ارتواء القراء بتفاصيل أكثر وخاصة عن المواضيع التي تهمهم وتمس انشغالاتهم وكذلك معالجات سطحية لمختلف القضايا مثل قضايا الفساد والقضاء فيها، وهذا ما يعكس اهتمامات سطحية دون إعطاء الأسباب والتشخيص فيها، ولأنها تعالج الأحداث بالتطرق إلى أسباب حدوثه وكيفية التوصل إلى النتائج الإيجابية لمعالجته وحله، ولأنها تغطي جميع الأحداث بصفة عامة وأصبح لها دافع مالي وتجاري فقط.



effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 22: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب كيفية وشكل تقديم المعلومات :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
		تقديم المعلومات

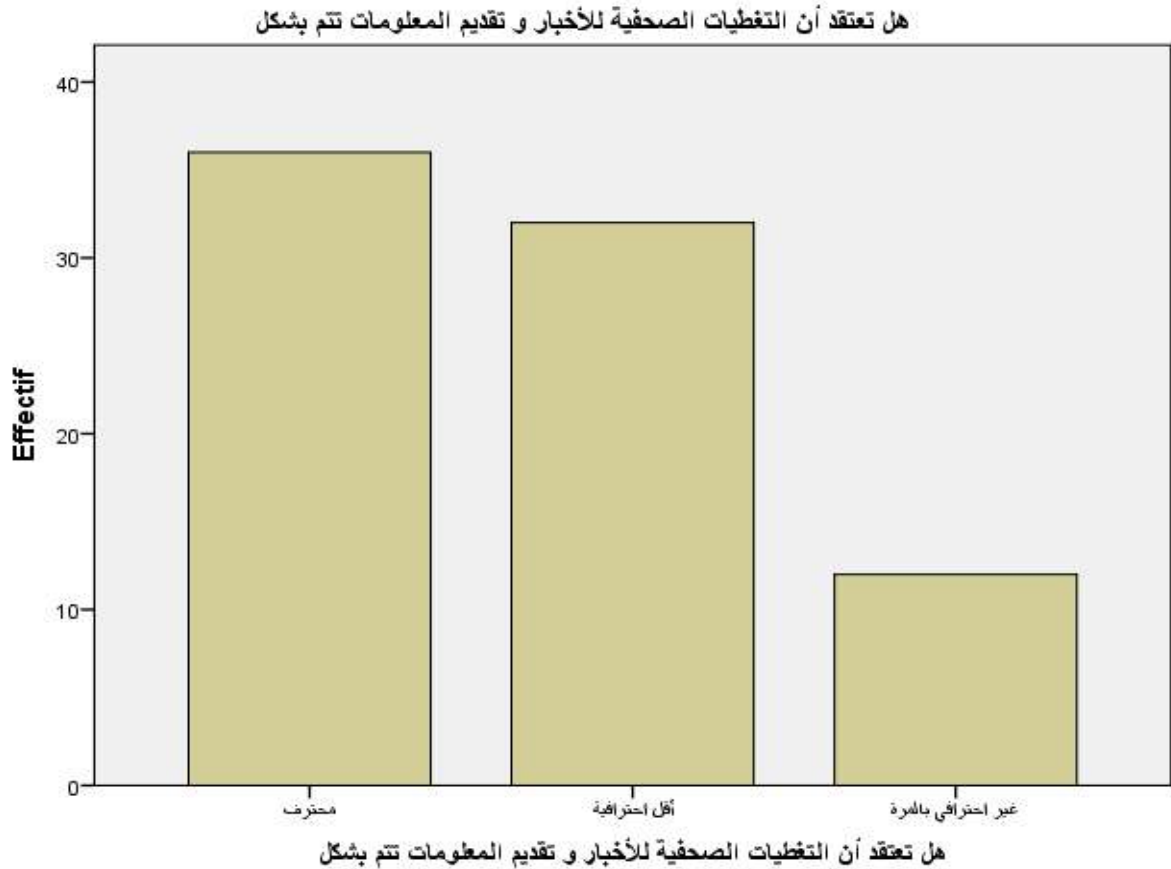
محترف	36	45%
أقل احترافية	32	40%
غير احترافي بالمرّة	12	15%
المجموع	80	100%

نظرا لتباين نظرة أفراد العينة لشكل التغطيات وتقديم المعلومات بالجريدة أن أكبر عدد 36 فردا كانت نظرتهم أن التغطيات بشكل محترف وهذا بتميز ثقتهم بكل ما ينشر في الجريدة وهذا راجع إلى رأيهم في احترافها بتفوق عدد سحبها، وقد شمل هذا الرأي 45% من إجمالي العينة .

أما فيما يخص النظرة إلى التغطيات أقل احترافية فقد شهد 32 من أفراد العينة وهذا من خلال الأخبار المنشورة في الجريدة معظمها فاقدة للمصادر الموثوقة حول ذلك وقد تكون أكثر الأخبار التي يكذبها القراء وتمثل هذا الرأي ب 40%، أما 12 مبحوثين وهم يمثلون 15% يرون أن التغطيات وتقديم المعلومات تتم بطريقة غير احترافية بالمرّة أصبح التساؤل عن ما إذا كان يصح إطلاق صفة صحيفة محلية التي تصدر من دون نشر أهم الأخبار المتواجدة في المناطق المحلية بجديّة .

حيث يلجأ الصحفيون لمواكبة الأحداث التي تكون في طور نشأتها ومتابعة المستجدات لمواضيع محددة تحت تغطية بفعالية أكثر من حيث صنع الأخبار .
فالتغطية التي تتم بشكل محترف هي التي تبدأ بمحاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي يتفوق بها الخبر بصحته، حتى تجعل الخبر مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر .

فباختلاف التغطية هي التي تحول الحدث إلى خبر يستحق النشر أو العكس، لأن الخبر الصحفي هو شكل من الأشكال الصحفية للأحداث اليومية بهدف إطلاع الجمهور على آخر المستجدات من أجل الحصول على بيانات وتفاصيل حول حدث معين .



effectif* : أفراد العينة

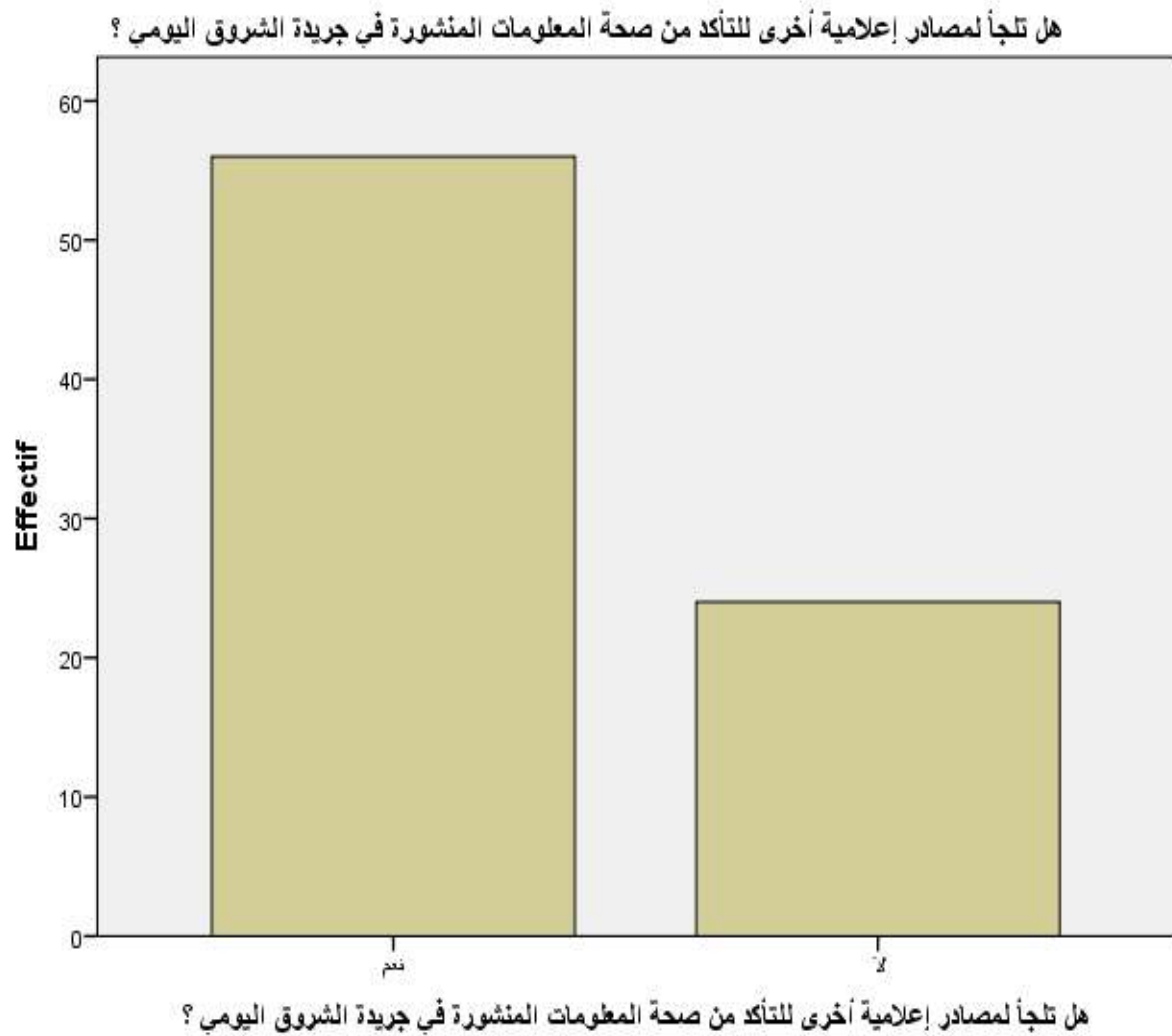
الجدول رقم 23: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب اللجوء إلى مصادر إعلامية أخرى للتأكد من صحة المعلومات المنشورة في الجريدة :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع اللجوء إلى مصادر أخرى
----------------	-------	----------------------------------

نعم	56	70%
لا	24	30%
المجموع	80	100%

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 56 من أفراد العينة يلجؤون إلى مصادر إعلامية أخرى للتأكد من صحة المعلومات المنشورة وذلك لانعدام ثقة أفراد العينة بما ينشر في الجريدة من معلومات وهذا بنسبة 70% فيما يكتفي 24 مبحوث بما ينشر بالجريدة من معلومات وهذا بنسبة 30%

نقول هنا أن كل من يلجأ إلى مصادر إعلامية أخرى قد تكون رغبته التأكد من صحة الخبر المنشور ويريد أيضا تزوده بمعلومات وافرة أكثر حول الموضوع المعالج لإشباع فضوله أو بغية اكتساب أخبار جديدة ومتنوعة .



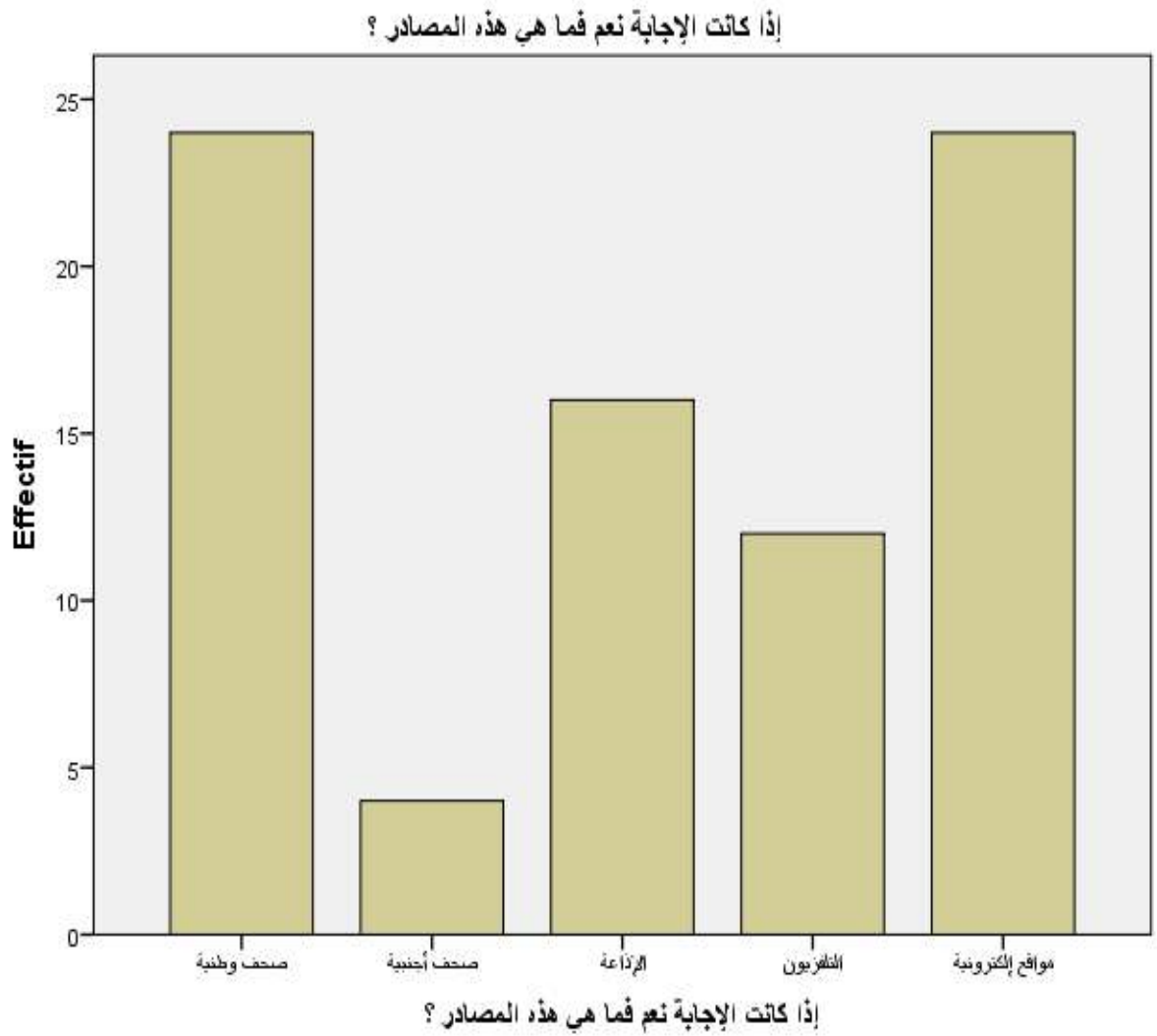
effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 24: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب ذكر المصادر للإجابات التي تمت بنعم :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع المصادر
30%	24	صحف وطنية
05%	04	صحف أجنبية
20%	16	الإذاعة
15%	12	التلفزيون
30%	24	مواقع الكترونية
100%	80	المجموع

نلاحظ هنا أن أفراد العينة يلجؤون إلى المواقع الإلكترونية وإلى الصحف الوطنية بنسبة 30% بدرجة متساوية أولى، أما الإذاعة فتحتل المرتبة الثانية بنسبة 20% وتليها كل من القنوات التلفزيونية بنسبة 15% أما الصحف الأجنبية هي آخر ما يلجأ له أفراد العينة بنسبة 5%

يمكن القول هنا أن المواقع الإلكترونية احتضنت جميع مصادر الإعلام من المحلية إلى الكونية هذا ما يجعل المبحوثين يرجعون بنسب كبيرة من أجل التأكد من صحة المعلومات .



effectif* : أفراد العينة

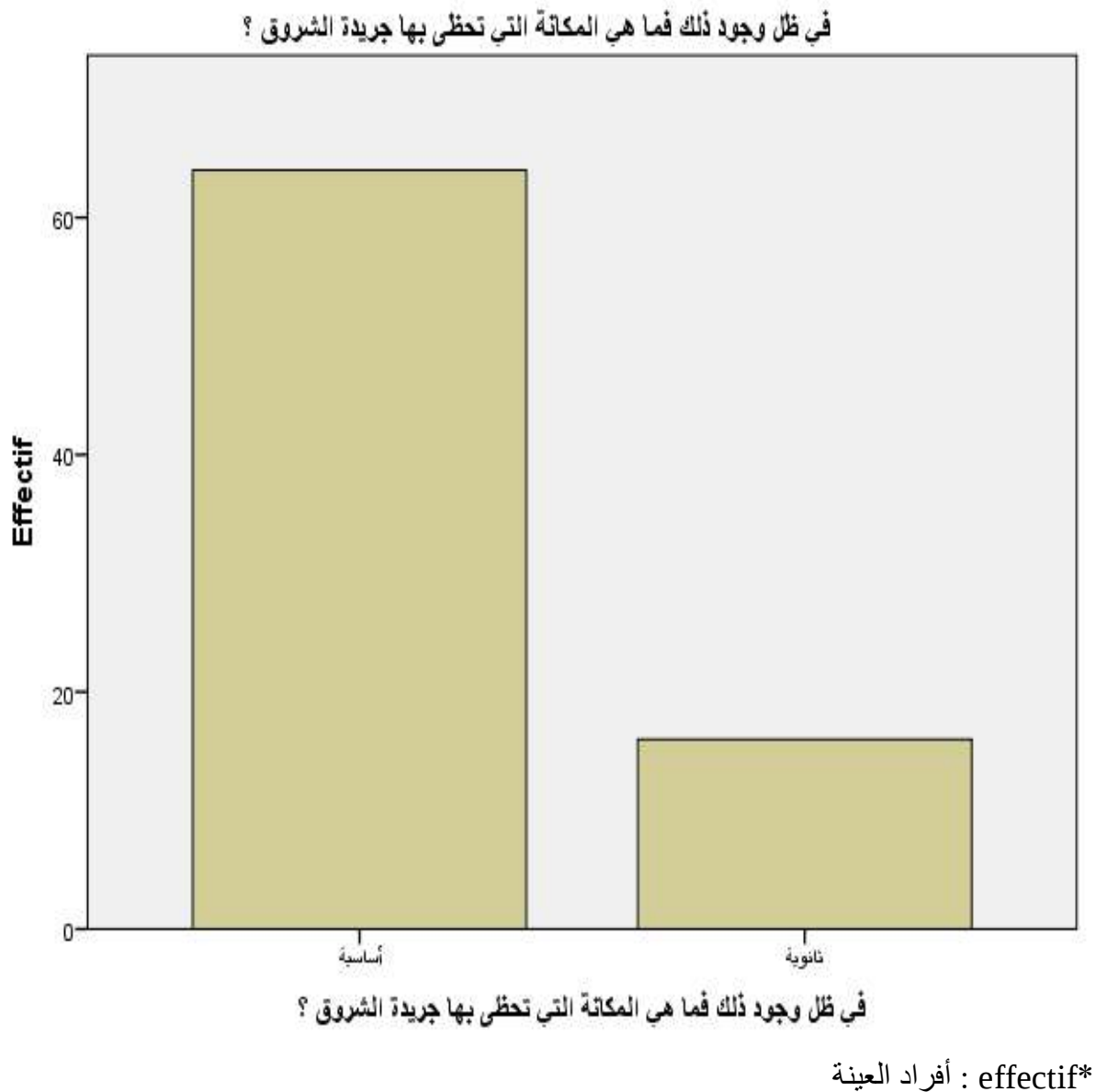
الجدول رقم 25: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب المكانة التي تحظى بها الصحيفة:

التوزيع	العدد	النسبة المئوية
مكانة الصحيفة		
أساسية	64	80%
ثانوية	16	20%
المجموع	80	100%

الجدول يبين ثبوت استجابة الأفراد في ما سبق توضيحه في الجدول السابق في ظل وجود ذلك فمكانة جريدة الشروق التي تحظى بها بالنسبة لقراءها نلاحظ وجود اختلاف في الآراء المبحوثة إذ يرى 80% من أفراد العينة أن الجريدة أساسية لديهم و20% من أفراد العينة يرون أن مكانة الجريدة ثانوية .

وهذا ما يبين نوع من التضارب بين آراء جمهور القراء حول مكانة الجريدة وهو ما يجعل صعوبة الحكم عليها .

فالمكانة التي تحظى بها الصحيفة هي أكثرها تأثيرا وحضورا والسبب في ذلك هو الإتقان في العمل والدقة وحسن متابعة الأخبار الساخنة في تغطيتها .

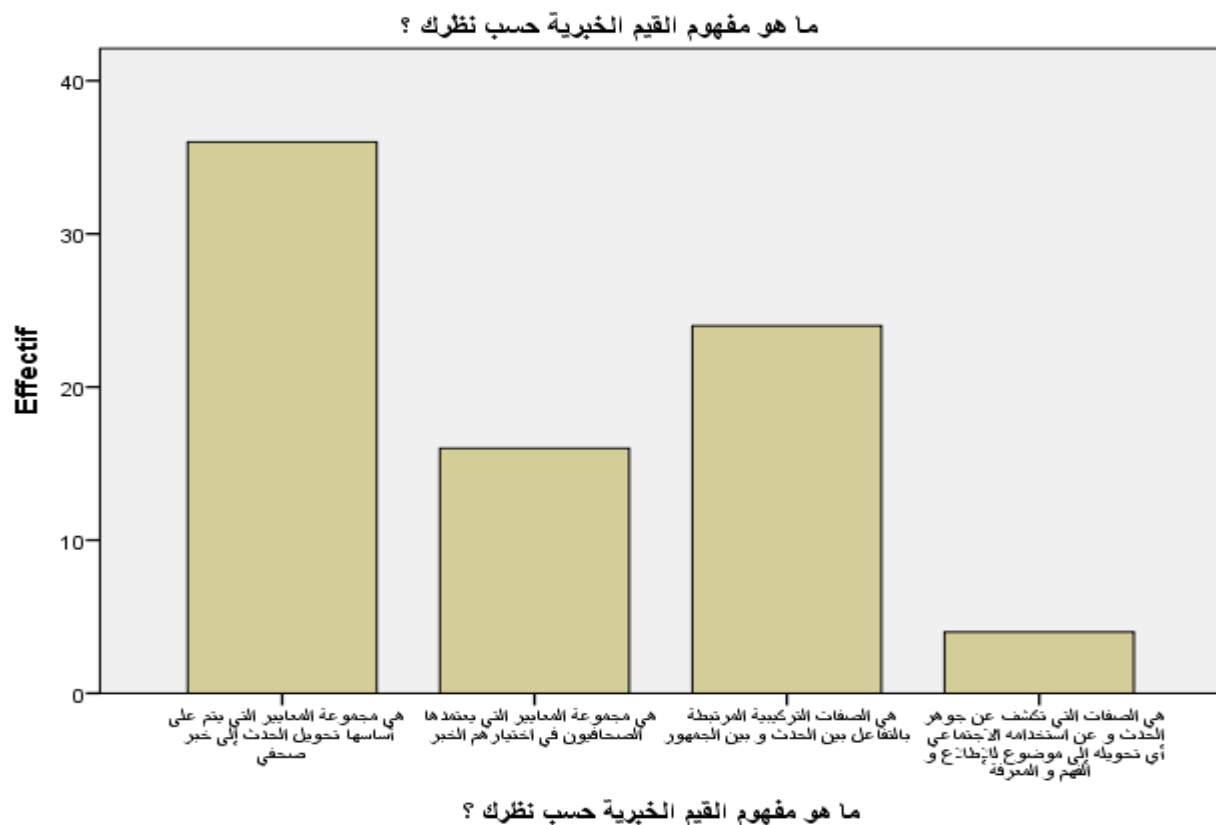


الجدول رقم 26 : يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب مفهوم القيم الإخبارية :

التوزيع / التعريف	العدد	النسبة المئوية
هي مجموعة المعايير التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي	36	45%
هي مجموعة المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون في اختيارهم الخبر	16	20%
هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور	24	30%
هي الصفات التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والفهم والمعرفة	04	05%
المجموع	80	100%

أردنا من وراء إدراج هذا السؤال إلى التعرف حول صدق ومعرفة المبحوثين حول مفهوم القيم الإخبارية حسب نظرهم، لأن القيم الإخبارية هي الأسس أو المبادئ أو مواصفات أو معايير تحدد موقع الخبر في مكانته في نشرات الأخبار¹ أجاب 45% من المبحوثين حول التعريف الأول الذي يبين أن القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير التي تتم على أساسها تحويل الحدث، ونسبة 30% حول التعريف الثالث الذي يبين أنها صفات تركيبية مرتبطة بالتفاعل بين الحدث، أما 20% للتعريف الثاني بينوا أنها مجموعة المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون في اختيارهم الخبر وأخيرا نسبة 5% لمفهومها أنها الصفات التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والفهم والمعرفة. ويتعلق هذا بعناصر القيم الإخبارية التي تقدمها الصحف تلقى استجابة عند جمهور القراء.

¹ عبد العالي رزاقى : ص 108 .



effectif* : أفراد العينة

الجدول رقم 27: يوضح الجدول توزيع عينة البحث حسب أهم القيم الإخبارية :

النسبة المئوية	العدد	التوزيع
15%	12	أهم القيم الخبرية الجددة أو الحداثّة
5%	04	القرب (جغرافي، النفسي، العاطفي)

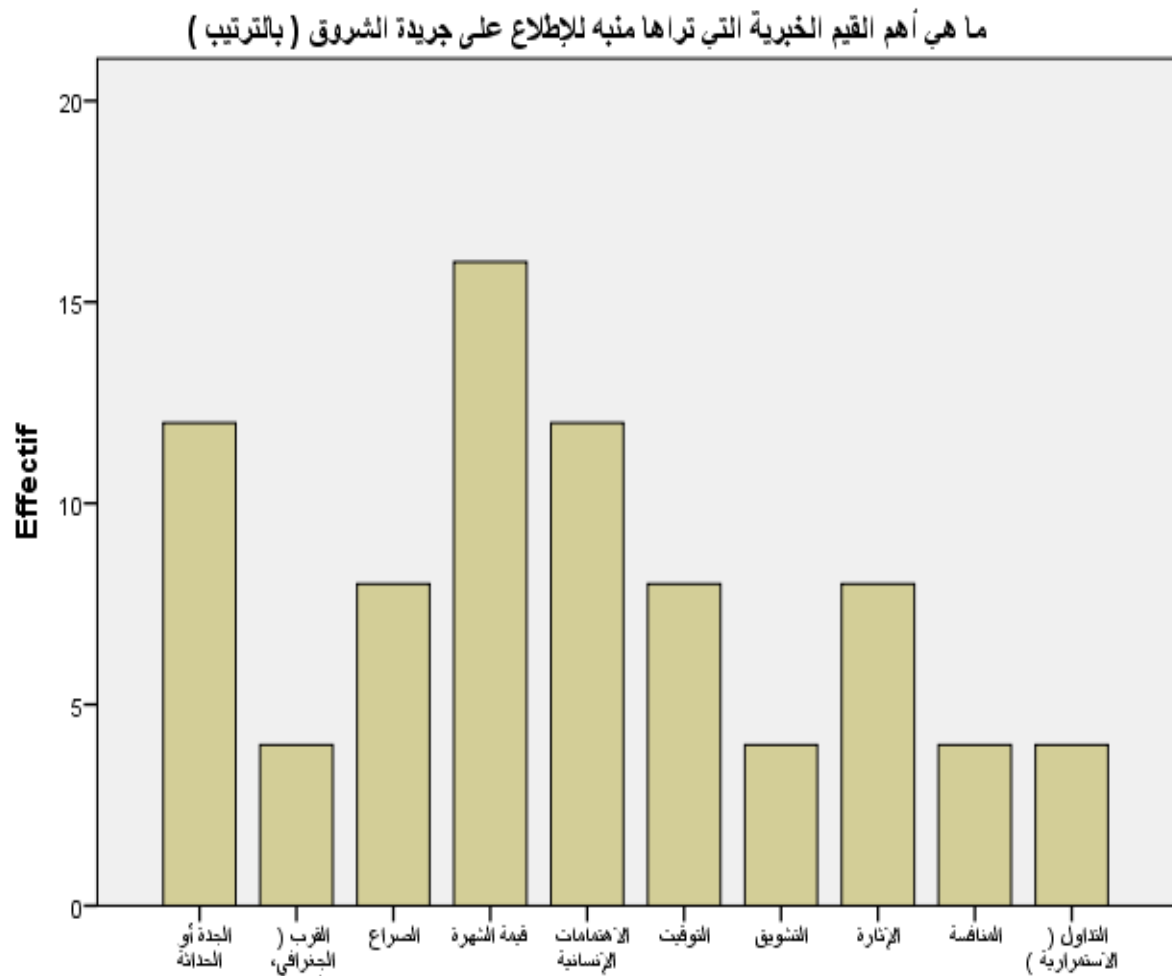
الصراع	08	%10
قيمة الشهرة	16	%20
الاهتمامات الإنسانية	12	%15
التوقيت	08	%10
التشويق	04	%05
الإثارة	08	%10
المنافسة	04	%05
التداول (الاستمرارية)	04	%05
المجموع	80	%100

يبلغ عدد المبحوثين الذين ينوعون في المعلومات حول أهم العناصر التي تتميز بها القيم الإخبارية التي تعد بمثابة هامة للإطلاع على جريدة الشروق ومنه فنسبة قيمة الشهرة احتلت المرتبة الأولى حسب المبحوثين بنسبة 20% وتساوت النسبة ب 15% في كل من الجدة أو الحداثة والاهتمامات الإنسانية باعتبارهما من العناصر الأساسية في اختيار نوعيات القصص الإخبارية المختلفة في الجريدة خاصة القصص الإخبارية التي تدور حول موضوعات سياسية¹ أما عناصر الصراع والتوقيت والإثارة تساوت هي الأخرى في النسبة قدرت ب 10% في حين نجد نسبة 5% يرون كل من عنصر القرب والتشويق والمنافسة

¹ فاروق أبو زيد : مرجع سابق، ص/105 .

هي كلها خصائص يتميز بها الخبر التي أمكن حصرها من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحيفة.

فقد قدمت الدراسة في مجال القيم الإخبارية عددا كبيرا من هذه القيم من حيث كونها حاملة لمجموع الخصائص والصفات للأحداث التي تغطيها، ومن حيث دلالتها الإخبارية والإعلامية .



ما هي أهم القيم الخيرية التي تراها منبه للإطلاع على جريدة الشروق (بالترتيب)

effectif* : أفراد العينة

عرض تحليل بيانات الدراسة من خلال الجداول المركبة :

الجدول رقم 28: يوضح الجدول علاقة متغير دوافع قراءة الجريدة بمدى طريقة معالجة الأحداث:

المجموع		الموضوعية		الدقة		المصدقية		دوافع القراءة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	معالجة الأحداث
50%	40	12.5%	10	10%	08	27.5%	22	سطحية
50%	40	12.5%	10	10%	08	27.5%	22	عميقة
100%	80	25%	20	20%	16	55%	44	المجموع

بعد الإطلاع على هذا الجدول يتبين لنا أن النسب متساوية بين حالات المتغيرات حول طريقة معالجة الأحداث في الأخبار الصحفية وبين الدافع .

فإلصحف تعد أحد الوسائل التي يقاس بها تطور المجتمع، وذلك بما تحمله الصحيفة من معايير هذا القياس الذي يشكل قضية المقروئية وتفضيلات القراء من دوافع القراءة، وعلاقته بالصحيفة واعتمادهم على تقويم الرسالة الصحفية ومدى إشباعها لحاجاتهم .

وعلى هذا الأساس تنوعت الدراسات في هذا الحقل المعرفي والمتسم بالمرونة والقابلية في إنتاج الأحداث وفق معايير ومقاييس محددة، وخلفية وتفكير وايدولوجية المؤسسة لأن هذا يعد سيرورة تأثير تحكمها ظواهر أخرى تجعلهم يميلون إلى مقارنة بنيوية للأحداث وفق مركبات التي تبدأ من عملية تشكيل البضاعة الإعلامية في بداية أمرها إلى زمن إخراجها في قالب في متناول المتلقين لذلك تتجلى لنا أهمية القائم بالاتصال وتأثيره على الحدث الاتصالي، وكذا خصائصه التي تجعلنا نصدقه وفق دوافع مختلفة .

الجدول رقم 29: يوضح الجدول علاقة متغير عادات القراءة بمكانة الجريدة :

عادات القراءة		كل المواضيع		المواضيع التي تهتمك		تقرأ العناوين		المجموع	
مكانة الجريدة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
أساسية	12	15%	28	35%	24	30%	64	80%	
ثانوية	00	00	16	20%	00	00	16	20%	
المجموع	12	15%	44	55%	24	30%	80	100%	

يوضح الجدول رقم 29 العلاقة القائمة بين عادات القراءة ومكانة الجريدة ومدى توافقها مع أهم عناصرها التي تعد بمثابة منبه للإطلاع على جريدة الشروق اليومي وبين دوافع قراءة الجريدة ومعرفة طريقة معالجة الأحداث .

نستنتج من هذا أن جمهور الجريدة سباقون لقرائتها وهذا ما يظهر من النسب المتفوقة مما يعكس مكانة وأهمية الجريدة بالنسبة لهم، وإقبالهم لها لإدراك أهمية المعايير التي تحدد مقدار أهمية الوسيلة الإعلامية للقصة الخبرية وبالتنوع الكبير بين الثقافات المختلفة تختلف نظرة الأفراد حول طرق معالجة الأحداث حيث تعطي للجماهير الأخبار التي يريدونها ويجدونها مثيرة للإهتمام وبالتالي انفتاح الجمهور على الملاحظة والمشاركة الإعلامية أكثر.

وهذا ما أجبر الصحيفة أن تعتمد على القيم الإخبارية وتطبيق معاييرها لجذب الجماهير والحفاظ عليهم مما يؤدي ذلك إلى نمو المؤسسة الإعلامية، وبالتفاعلية إلى التغيير السريع للتمييز بين منتج الأخبار والجمهور ليؤدي ذلك تحديد عميق لمعنى الأخبار في الدور الذي تقوم به صناعة الأخبار .

الجدول رقم 30: يوضح الجدول علاقة متغير السن بأهم القيم الخبرية:

متغير السن	من 25 إلى 30 سنة	من 30 إلى 40 سنة	من 40 إلى 50 سنة	50 سنة وما فوق	المجموع
------------	------------------	------------------	------------------	----------------	---------

أهم القيم الخبرية	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	العدد	النسبة
الجدة أو الحادثة	04	%05	02	%2.5	04	%05	02	12	%15
القرب (الجغرافي النفسي، العاطفي)	02	%2.5	02	%2.5	00	00	00	04	%05
الصراع	04	%05	00	00	02	%2.5	02	08	%10
قيمة الشهرة	04	%05	02	%2.5	04	%05	06	16	%20
الاهتمامات الإنسانية	00	00	04	%05	04	%05	04	12	%15
التوقيت	00	00	00	00	02	%2.5	06	08	%10
التشويق	04	%05	00	00	00	00	00	04	%05
الإثارة	08	%10	00	00	00	00	00	08	%10
المنافسة	02	%2.5	00	00	02	%2.5	00	04	%05
التداول (الاستمرارية)	00	00	04	%05	00	00	00	04	%05
المجموع	04	%35	14	%17.5	18	%22.5	20	80	%100

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم 30 الذي يوضح علاقة متغير السن بأهم القيم الخبرية ، يعود هذا التباين في النسب حسب اهتمامات القراء حول ما تنقله الصحيفة من ما هو هام من الأحداث و الوقائع أكثر مما هو مثير و شخصي و بطريقة موضوعية لتكون الصحيفة مسؤولة تجاه مجتمعاتها ، و هناك فرق واضح بين اهتمامات أفراد العينة حسب فارق السن ، و يمكن أن نلاحظ التأثير البالغ الذي يمارسه انتشار واتساع مقروئية الشروق اليومي ، إذ يرون القراء بأن العدد المعتبر من النسخ التي توزع هي الدليل على مصداقية الجريدة .

فالأخبار تمثل جانبا مهما في الإعلام التي تبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث و تطوراتها ، و هذا ما يجعلهم يفضلون قراءتها كونها تمكنهم من جمع المعلومات و التعرف على الأحداث باعتبار هذا الدافع الرئيسي لقراءتها خاصة و أن الجريدة تعد غزيرة المادة .

و تتجلى العناصر الخبرية في طريقة عرض الأخبار و ابرازها و تنوعها في تقديم ذات أهمية وجدارة و هذا ما يسمى بالقيمة الخبرية ، فقد نجد الاختلاف في هذا و الاستحقاق لنشرها إلى الجماهير تختلف وجهات النظر حول الأحداث حسب القيم الخبرية الخاصة بكل حدث لتكون تلك النظرة لها عوامل عديدة ومؤثرات في فهم أهم عناصر القيم الخبرية .

الجدول رقم 31: يوضح الجدول علاقة متغير الجنس بأهم القيم الخبرية:

متغير الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
أهم القيم الخبرية		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
		08	%10	04	%05	12	%15
الجددة أو الحداثة		02	%2.5	02	%2.5	04	%05
القرب (الجغرافي النفسي، العاطفي)		04	%05	04	%05	08	%10
الصراع		04	%05	12	%15	16	%20
قيمة الشهرة		08	%10	04	%05	12	%15
الاهتمامات الإنسانية		04	%05	04	%05	08	%10
التوقيت		04	%05	00	00	04	%05
التشويق		04	%05	04	%05	08	%10
الإثارة		04	%05	04	%05	08	%10

المنافسة	02	%2.5	02	%2.5	04	%05
التداول (الاستمرارية)	04	%05	00	00	04	%05
	44	%55	36	%45	80	%100

تدل بيانات الجدول علاقة متغير الجنس بأهم القيم الخبرية، فتبين لنا من خلال تفريغ البيانات أن الجانب النسوي قد يكون بعيدا نوعا ما عن الجريدة لكونها قد تكون معلقة في الأكشاك قريبة من الرجال الذين يتجولون الشوارع، وتكون على مقربة منهم أو يتذكرون مطالعة الجريدة لرؤيتها فورا للإطلاع على الحدث اليومي أو الخبر الجديد والآني وهذا توضيحا لأهم عنصر من القيم الخبرية، هذا لأن فترة العشرية السوداء ولدت أحداث ومتغيرات كثيرة طرأت من خلال علاقات متغير الجنس بأهم القيم الخبرية على الصحافة المكتوبة، وتبين أن كل من الأجناس البشرية لها اهتمام أكثر من الآخر في السرعة إلى كسب الاختيار والأخبار الجديدة و معرفة ماضيها و أسبابها قبل الآخر.

نتائج الدراسة

- 1 - توصلنا من خلال دراستنا الميدانية حول اتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية قراء جريدة الشروق نموذجا، من عينة جمهور الجريدة .
- 2 - أن أغلب قراء جريدة الشروق اليومي حسب درجات حدود العينة المدروسة من موظفين وأصحاب الأعمال الحرة وبطالين .
- 3 - أغلبية قراء جريدة الشروق من الكهول الذي تتراوح أعمارهم الأكثر من 50 سنة وهذا حسب التقسيم الوارد في عينة الدراسة .

*اهتمامات الأفراد في القراءة :

- 4 - يتميز جمهور جريدة الشروق اليومي بالانتظام على قراءتها يوميا خاصة عند فئة الذكور وهذا بنسبة 55%، وبالنسبة للموظفين هم أكثر مواظبة على قراءة الجريدة وبعدها البطالين ثم أصحاب الأعمال الحرة، ونفس الشيء لدى الفئة العمرية ما فوق 50 سنة التي تطالع الجريدة يوميا .

5 - من المواضيع التي تقرأ حسب أهميتها في الصحيفة فإن كلا الجنسين يفضلان مواضيع عن الأخرى بتعدد واختلاف المجالات المتناولة في الصحيفة، فكلا الجنسين يفضل المواضيع السياسية لإدراك الإطلاع والوصول إلى المعرفة بما يدور في الساحة السياسية، ثم الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية والرياضية في المقام الثاني بعد السياسية، والمواضيع الاقتصادية .

ينعكس هذا أن الفئة العمرية أكبر سناً في عينة الدراسة تتمتع بقدرات عقلية ودرجة استيعاب أعلى من الفئات الأخرى، وهذا ما يؤهلها لفهم في هذه المجالات الجادة كالسياسة وغيرها .

6 - يلجأ أفراد العينة بالدرجة الأولى للمواضيع التي فيها اهتماماتهم، وفي المقام الثاني تأتي عادة قراءة العناوين باعتبارها عادة فضولية لديهم لأجل الإطلاع أو عدمه أما البقية فقط من أجل جمع معلومات كثيرة وإثراء الرصيد المعرفي .

7 - تعتبر مناقشة المواضيع والأخبار المنشورة بجريدة الشروق عادة بالنسبة لأفراد العينة المدروسة .

8 - تتعدى الأسباب الداعية لمناقشة ما يقرأه جمهور جريدة الشروق اليومي إذ نجد أن تبادل المعارف والمعلومات هو الغرض الأساسي للمناقشة أما الإطلاع على أهم ما نشر تمثل غاية هادفة من أجل النقاش .

*عادات وأنماط القراءة :

9 - إن كيفية الحصول على صحيفة الشروق من قبل المبحوثين عن طريق الشراء بنسبة عالية مقارنة مع الاقتراحات المقدمة .

10 - تعتبر الفترة الصباحية الوقت الأنسب للمطالعة قليلاً ما نجد من أفراد العينة منهم من يفضل الإطلاع على الجريدة في المساء، وهذا راجع إلى طبيعة ما تتناوله الصحف اليومية من أخبار .

11 - تعد السرعة في تصفح الجريدة الذين يطالعون في أقل من ساعتين وهي ما يمكن أن نطلق عليه تسمية القراءة الممتعة التي تتوافق ونمط القراءة المفهومة .

12 - اختلاف عادات القراءة بين المبحوثين لجريدة الشروق اليومي وذلك حسب اقتناعهم بها من حيث معالجتها للمواضيع وتقديمها في شكل مضامين إعلامية مساهمة بذلك خدمة التفاعل في اكتساب عادة ثابتة والتأثر بمحتوى الصحيفة .

*دوافع القراءة :

13 - يرى المبحوثين أن جريدة الشروق تعالج الأحداث بطريقة سطحية وعميقة بنسب متساوية حول ذلك، وهو ما بين القدرة على التحليل والمقارنة بصفتهم المتلقين للأخبار التي تهمهم بأكثر تفاصيل وهذا ما يعكس اهتماماتهم .

14 - ينجذب أفراد العينة إلى المواضيع الصحفية بصفة عامة، يميز كل صحيفة دافع قرائتها بعناصر ينبغي الإشارة إلى أهميتها حول ذلك لتعزيز الصحيفة بمصداقية الأخبار باعتبارها حجج وبراهين تعطي شرعية للحدث .

15 - يثق أفراد العينة بما تقدمه جريدة الشروق من معلومات وبالدقة تعتبر من أهم العوامل التي تدفعهم على قراءتها .

16 - الدقة والموضوعية هي من صفات الخبر بأمانة ذكر التفاصيل الواقعة أو الحادثة بدقة دونما حذف يخل بسياقها .

17 - الالتزام بالمواضيع المتناولة في جريدة الشروق والتعاطي معها دون تحوير أو تعديل مقصود أو غير مقصود .

18 - يلجأ أفراد العينة بدرجة متساوية للمواقع الإلكترونية وبعدها في الترتيب في الصحف الوطنية تم تليها الإذاعة لسهولة استعمالها لدى المبحوثين، ثم التلفزيون للتأكد مما نشر بجريدة الشروق اليومي وهذا بنسب متفاوتة تبعا للمتغيرات الواردة للدراسة، أما الصحف الأجنبية فقل ما يعتمد عليها .

19 - تمثل عناصر القيم الإخبارية المستوى الارتقائي للخبر واهتماماته للجمهور في مجال الإعلام وذلك بما تحمله من تمايز له أثر في إيجاد دلالات الخبر وبنيته التي تنتقل إلى الجمهور وتفاعله من الرسائل الإعلامية المنشورة بالجريدة وفهم مغزاها وفق ترتيب راجع لأهم عناصر هذه القيم .

- 20- يتم تحديد القيمة الإخبارية التي يعطيها الجمهور للقصة وتأثيرها أو فائدتها حسب درجة التغيير التي تحتويها وأهمية التغيير على الأمن المادي والاجتماعي للفرد أو الجماعة.
- 21 – أن أغلب المبحوثين يقبلون على قراءة الصحف بشكل دائم ومنتظم وأن النسخة الواحدة من الصحيفة يتم تداولها من قبل عدة أشخاص ولا تقتصر قراءتها على شخص واحد في أغلب الأحيان .
- 22- يقصد عادة بالقيم الإخبارية الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور كما تفهم على أنها ذاك المجال القيمي المرتبط بمدى تقييم الأخبار وفهمها والتفاعل معها ويتحقق هذا الفهم والتفاعل مع الأخبار من خلال بنيتها حين تصنف من خلال نوع الحدث وطبيعة المؤسسة الإعلامية والمجتمع الذي تعمل فيه تلك المؤسسة .

خاتمة

من خلال تتبعنا للدراسة اندرجت ضمن دراسات وسائل الإعلام بصفة عامة. وقد خصصنا كموضوع إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية واتخاذ جريدة الشروق كمثال عن الجرائد اليومية الوطنية بغرض رصد مدى إقبال قرائها ومعرفة الأسباب التي تدفعهم لاختيارها ، وذلك من خلال التعرف على مدى تلبية الصحيفة لحاجاتهم الإعلامية مما يسهم في إقبالهم للقيم الإخبارية والمتمثلة في رسائل إخبارية ذات قيمة مهمة لدى الجماهير، والتي لا تتعارض مع القيم الأخلاقية والاجتماعية شريطة أن تكون أخبار جديدة موجهة إلى جمهورها الذي تهتمه تلك المعلومات.

وتختلف في درجة قيمتها من عالية إلى عالية جدا، ومتوسطة، ومنخفضة القيمة. كما أن القيمة تختلف لدى الجمهور من فرد إلى آخر حسب تأثير تلك الأحداث واهتمام الأفراد بها.

وهذا ما يميز الصحيفة بالتنوع الكثير ومنه أصبح لزاما على المؤسسات الإعلامية تتبع سياسة تنوع الأخبار لكسب عدد أكبر من الجمهور ويكون ذلك بتقديم الأخبار ذات الأهمية أو الجدارة لنشرها أو عرضها وهذا ما يسمى بالقيم الإخبارية.

وقد خرجنا بهذا البحث بنتائج مهمة يمكن أن تساهم في تأسيس خلفية عن جمهور الصحافة المكتوبة وإقبالهم للقيم الإخبارية. وقد أظهرت الدراسة بأن جمهور الصحافة المكتوبة يقبلون عليها إقبال دائم من (قبل القراء) على قراءة صحيفة الشروق اليومي بطريقة غير منتظمة، وهذا ما استنتج من عادات القراءة وكيفية الحصول على الجريدة ومن خلال الشراء المباشر وغيرها. وكذلك في المدة المستغرقة في الاطلاع عليها حيث تختلف باختلاف متغيرات الدراسة إذ لا يمكن الحكم عليها بالشباب .

ومن خلال اهتمامات القراء تبين لنا أن اختيار القراء لها تبعا لمحتواها الإعلامي لأنها تلبي اهتماماته القرائية من مواضيع سياسية واقتصادية واجتماعية وغيرها من المجالات الأخرى المتعددة والتي تعتبر أكثر المجالات تفضيلا من قبل الجماهير الذي يجد

ففيها سهولة في عملية القراءة وتناولها لأهم الأحداث والوقائع. إضافة إلى وظيفتها الإعلامية التي تقدمها في جانب التسلية لوظيفة أساسية لها .

ثم أن تقييم جمهور الصحافة المكتوبة ومدى إقبالهم للقيم الإخبارية يفرض عليها زيادة وتحسين الخدمات بهدف زيادة القيمة الفعلية لها. وبالتالي استقطاب المزيد من القراء بإرضاء جمهورها .

وفي الأخير يمكن القول أن الصحافة المكتوبة لا يمكن الاستغناء عنها، لأن ما هو شائع وما أثبتته التاريخ هو ظهورها وسيلة إعلامية تلعب دور كبير كونها وسيلة فعالة في التأثير والتي تسعى لتلبية احتياجات واهتمامات الجماهير.

قائمة المراجع

أ. باللغة العربية:

- 01/ أبو عرجة تيسير : دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي، عمان – الأردن، الطبعة الأولى، 2000.
- 02/ أبو زيد فاروق : فن الخبر الصحفي، دار الشروق، جدة للنشر والتوزيع والطباعة، السعودية الطبعة الثانية، 1984.
- 03/ احداث زهير : الصحافة المكتوبة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 04/ احداث زهير : مدخل الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة 2002.
- 05/ ابراهيم اسماعيل : فن التحرير الصحفي بين النظرية والتعليق، دار للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 1998.
- 06/ الدليمي محمد عبد الرزاق : فن التحرير الإعلامي المعاصر، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
- 07/ الدهوي حيدر حميد : العولمة والقيم رسالة في الطريق إلى ما بعد العولمة وقيمها، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، الطبعة الأولى، دت .
- 08/ الزبير سيف الإسلام : تاريخ الصحافة في الجزائر (الجزء الرابع)، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر، 1985.
- 09/ الضبع رفعت عارف : الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011.

10/المسلمي ابراهيم عبد الله: مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، دط، 1999.

11/ الموسوي موسى جواد وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، جامعة بغداد، الطبعة الإلكترونية الأولى، 2011.

12/ الهيثي هيثم: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان – الاردن، دط، 2010.

13/ بدران عبد الله: الخبر في منهج الإعلام الإسلامي دار الكتبي، دمشق- سوريا، الطبعة الأولى 2002

14/ بدر أحمد : الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

15/ بوحوش عمار: الذنيبات محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1999.

16/ تاحي وحيد : جمهور صحافة الإثارة في الجزائر- السمات العامة وعادات القراءة، منتدى المعارف، بيروت، الطبعة الأولى 2011.

17/ تمار يوسف : تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج للدراسات والنشر و التوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.

18/ جبر سعيد سعاد : سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديثة، جدار للكتاب العالمي عمان-الأردن، الطبعة الأولى، 2008.

19/ جمعة فايز، و آخرون : أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي ،دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

20/ جواد عبد الستار: فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2001

- 21/ حتو محمد سلمان: مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، الطبعة الأولى، 2012.
- 22/ حجاب محمد منير: مدخل إلى الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010.
- 23/ حداد نبيل: في الكتابة الصحفية السمات-الأشكال-القضايا-المهارات-الدليل، دار جرير للنشر والتوزيع عمان-الأردن، الطبعة الثانية، 2011.
- 24/ حمدي حمود: حق الصحفي في الحصول على المعلومات ومدى تأثيره على حق الجماهير في المعرفة والإعلام، دراسة في كل من مصر-فرنسا-انجلترا، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010.
- 25/ حسين محمد سمير: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة الطبعة الثانية، 2006.
- 26/ خزل عبد النبي: فن الأخبار في الإذاعات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دب ن، الطبعة الثانية 2011.
- 27 / خورشيد مراد كامل: الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 1989.
- 28/رزاقى عبد العالي : الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
- 29/رشتي جيهان أحمد : الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976.
- 30/ زلطة عبد الله: فن الخبر الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، دار الفكر العربي، القاهرة الطبعة الثانية، 2004.

31/ سعيد ربيع عبد الجواد: فن الخبر الصحفي، دار النشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005.

32/ شعبان فؤاد و آخرون : تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجياته الحديثة ، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2012.

33/ صالح سليمان: صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى 1989.

31/ صبطي عبيدة، وآخرون : تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية الجزائر، الطبعة، 2012.

32/ عبد الله محمد عبد الله : سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.

33/ عبد النبي عبد الفتاح إبراهيم : سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، دت.

34/ عزي عبد الرحمن وآخرون : عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، د ب، 1992.

35/ عطوي عزت جودت : أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

36/ عواطف عدلي العبد نهى : الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي القاهرة، الطبعة الأولى، 2007.

37/ غرايبة فوزي : الحسن ريحي و آخرون : أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار وائل للنشر، الأردن – عمان، الطبعة الرابعة، 2008.

38/ قنديجلي عامر: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، الطبعة الأولى، عمان، 1999.

- 39/ كشيّك منى : القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، سوريا، دط، 2003.
- 40/ مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، عمان، 1999.
- 41/ معوض محمد : الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1994.
- 42/ موفق حمدان و آخرون : مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان – الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- 43/ مكايي حسن عماد، حسين السيد دليلى : الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة السادسة، 2006.
- 44/ نور الدين تواتي : الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2009.

ب. الكتب باللغة الأجنبية:

- 1- Ihaddadenzahir: histoire de la presse indigène en Algérie, Alger, Algérie-enal198
- 2-Ihaddadenzahir : histoire de la presse indigène en Algérie, opcit
- 3- Ihaddadenzahir : histoire de la presse indigène en Algérie, IBID
- 4- M'hamedrebah : la presse Algérienne journal d'un défi BATNA Algérie, chihab éditions 2002
- 5- Francis belle : dictionnaire des médias, la rousse, bardas, paris, 1998
- 6- Judith lazan : sociologie de la communication de masse, armond colin, paris, 1991

ج. القواميس والمعاجم:

1/الفار جمال محمد:المعجم الإعلامي، دار أسامة، دار المشرق الثقافي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن الطبعة الأولى، 2006.

2/ حجاب محمد منير : المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2004.

3/شبلي كرم : معجم المصطلحات الإعلامية (إنجليزي - عربي)، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الثانية، 1989.

د. الأطروحات والرسائل:

1/ خليفة عمر:مقرونية الصحف اليومية الوطنية لدى الشباب دراسة مسحية لعينة من قراء "الشروق اليومي" شباب مدينة سعيدة نموذجا، رسالة ماستر، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر-سعيدة-، 2013

2/نصيرة عقبي : جمهور التلفزيون ونظريات الاستعمال والإشباع، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003.

3/عمر بوسعدة : الجمهور الجزائري والقنوات والفرنسية الاستقبال والمشاهدة ودورها في تحقيق الإشباع، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.

4/عبد العالي عبد القادر:محاضرات في منهجية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم السياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2009-2010.

5/قسايسية علي : المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي : دراسة تغذية لأبحاث الجمهور في الجزائر(1995-2006)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.

6/ قدوار تسعيدة، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2011.

7/ نصيرة عقبي : جمهور التلفزيون ونظريات الاستعمال والإشباع، رسالة ماجستير،
كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003.

هـ. الدراسات و المحاضرات:

1/ عواطف عبد الرحمن : الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية (1954-1962)، المؤسسة الوطنية للكتاب.

2/ الزبير سيف الإسلام : الإعلام والتنمية في الوطن العربي، المركز العربي للدراسات الإعلامية، ليبيا، 1981.

و. مواقع الانترنت:

1. <http://www.info-algerie.com/ar/جريدة-الشروق.html>
2. <http://9alam.com/community/threads/btaq-fni-yn-grid-alshruq.18938/>.

ملحق رقم 01

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية الآداب و اللغات الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية - تخصص اتصال و صحافة مكتوبة

جامعة مولاي الطاهر - سعيدة -

استمارة حول :

إتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية - قراء جريدة الشروق نموذجا -

نضع بين أيدي القراء المحترمين استمارة تحتوي على أسئلة حول قراء " الشروق اليومي " في إطار إعداد رسالة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال .
و المعلومات المقدمة من طرفكم ستكون لأغراض علمية بحتة فلا ينبغي ذكر الإسم و العنوان .

و لكم منا كل الشكر و الاحترام .

ملاحظة: ضع علامة × أو ✓ في الخانة المناسبة.

• المحور الأول : البيانات الشخصية.

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: من 25 سنة إلى 30 ☐

من 30 سنة إلى 40 ☐

أكثر من 40 سنة إلى 50 ☐

من 50 وما فوق ☐

3 - المستوى التعليمي:

متوسط ☐

ثانوي ☐

جامعي ☐

4 - الحالة المهنية: موظف ☐

أعمال حرة ☐

بطل ☐

5 - الحالة المدنية: متزوج ☐ أعزب ☐ أرمل أو مطلق ☐

• المحور الثاني : اهتمامات الأفراد في القراءة .

6 - هل تقرأ صحيفة الشروق اليومي ؟

يومية ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ إطلاقا ☐

7- ما هي المواضيع التي تقرأها في جريدة الشروق ؟ (رتب حسب الأهمية من 1 إلى 5) .

السياسية ☐ الاقتصادية ☐ الاجتماعية ☐
الثقافية ☐ الرياضية ☐

8 - ما هي عادات القراءة التي اعتدت قراءتها في الصحيفة ؟

كل المواضيع ☐
المواضيع التي تهتمك ☐
تقرأ العناوين ☐

9- هل تناقش الموضوعات أو الأخبار التي تطالعها في الجريدة مع الغير ؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

10- هل تناقش ذلك بغرض :

- تبادل المعارف و المعلومات ☐ لأطلعهم على أهم ما نشر ☐ بغرض التسلية ☐

11 - ما هي أسباب تفضيلك لجريدة الشروق اليومي ؟

- تمكنك من جمع المعلومات و التعرف على الأحداث . ☐
- تساعدك على الحصول على فرص عمل . ☐
- للإطلاع على الإعلانات . ☐
- بغرض التسلية و الترفيه . ☐

- أسباب أخرى

.....

• المحور الثالث : عادات و أنماط القراءة .

12- منذ متى بدأت عادة قراءة الصحف: منذ أقل من سنة ☐

☐ أقل من 03 سنوات

☐ أقل من 06 سنوات

☐ أقل من 10 سنوات

13 - كيف تحصل على صحيفة الشروق : عن طريق الشراء ☐

☐ الاستعارة من شخص ما

☐ بالشراء و الاستعارة معا (مكان عام)

14- من أين تحصل على الصحيفة عندما يتعذر عليك شراؤها :

☐ من أحد الأصدقاء ☐ أجدّها في المنزل

☐ في مكان عمومي (مكتبة عمومية مثلاً)

15 - ما هو المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة : ☐ في المنزل

☐ في مكان العمل

في مكان آخر أذكره

16 - ما هي الأوقات التي تقرأ فيها صحيفتك (الشروق) : في الصباح ☐

☐ في المساء

☐ في الليل

17 - ما هي المدة الزمنية التي تقتضيها في القراءة: أقل من نصف ساعة ☐

☐ أقل من ساعة

☐ أقل من ساعتين

☐ أقل من ثلاث ساعات

☐ حسب الحاجة

18- هل تكرر عملية القراءة مرة ثانية : دائما ☐ أحيانا ☐ إطلاقا ☐

19 - هل تحتفظ بالصحيفة بعد قراءتها : لا أحتفظ بها ☐

☐ أحتفظ بها أحيانا

☐ أحتفظ بها دائما

• المحور الرابع : دوافع القراءة .

20 - ما هي دوافع قراءتك لهذه الجريدة ؟

☐ المصادقية

☐ الدقة

☐ الموضوعية

21- هل تعتقد أن طريقة معالجة الأحداث:

☐ عميقة ☐ سطحية

لماذا
.....

22- هل تعتقد أن التغطيات الصحفية للأخبار و تقديم المعلومات تتم بشكل :

☐ محترف

☐ أقل احترافية

☐ غير احترافي بالمرّة

إذا كانت إجابتك غير احترافي بالمرّة علل لماذا
.....

23- هل تلجأ لمصادر إعلامية أخرى للتأكد من صحة المعلومات المنشورة في

جريدة الشروق اليومي ؟

☐ نعم ☐ لا

24- إذا كانت الإجابة نعم فما هي هذه المصادر ؟

- ☐ صحف وطنية ☐ صحف أجنبية ☐ الإذاعة ☐ التلفزيون ☐ مواقع إلكترونية

25 - في ظل وجود ذلك فما هي المكانة التي تحظى بها جريدة الشروق ؟

- ☐ أساسية ☐ ثانوية

26- ما هو مفهوم القيم الخبرية حسب نظرك ؟

- ☐ - هي مجموعة المعايير التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي
☐ - هي مجموعة المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون في اختيارهم الخبر
☐ - هي الصفات التركيبية المرتبطة بالفاعل بين الحدث و بين الجمهور
- هي الصفات التي تكشف عن جوهر الحدث و عن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و الفهم و المعرفة ☐

27- ما هي أهم القيم الخبرية التي تراها منبه للإطلاع على جريدة الشروق (بالترتيب) :

- ☐ - الجدة أو الحداثة
☐ - القرب (الجغرافي، النفسي، العاطفي)
☐ - الصراع
☐ - قيمة الشهرة
☐ - الاهتمامات الإنسانية
☐ - التوقيت
☐ - التشويق
☐ - الإثارة
☐ - المنافسة
☐ - التداول (الاستمرارية)

essai33.sav [Ensemble_de données1] - IBM SPSS Statistics Editeur de données

Fichier Edition Affichage Données Transformer Analyse Marketing direct Graphes Utilitaires Fenêtre Aide

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Etiquette	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	س1	Chaîne	4	0	الجنس	{1, ذكر}...	Aucun	8	Droite	Ordinales	Entrée
2	س2	Numérique	8	2	السن	{1, 00, من 25}...	Aucun	8	Droite	Nominales	Entrée
3	س3	Numérique	8	2	المستوى التعليمي	{1, 00, متوسط}...	Aucun	8	Droite	Nominales	Entrée
4	س4	Numérique	8	2	الحالة المهنية	{1, 00, موظف}...	Aucun	8	Droite	Nominales	Entrée
5	س5	Numérique	8	2	الحالة المدنية	{1, 00, متزوج}...	Aucun	8	Droite	Nominales	Entrée
6	س6	Numérique	8	2	هل تقرأ صحيفة الشروق اليومية	{1, 00, يومي}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
7	س7	Numérique	8	2	ما هي المواضيع التي تقرأها في جريدة ...	{1, 00, ...}	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
8	س8	Numérique	8	2	عادات القراءة التي اعتدت قراءتها في ...	{1, 00, كل}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
9	س9	Numérique	8	2	هل تناقش الموضوعات أو الأخبار التي ...	{1, 00, دائما}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
10	س10	Numérique	8	2	هل تناقش ذلك بغرض ...	{1, 00, تبادل}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
11	س11	Numérique	8	2	أسباب تضيقك لجريدة الشروق اليومية...	{1, 00, يمكنك من}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
12	س12	Numérique	8	2	منذ متى بدأت عادة قراءة الصحف:	{1, 00, منذ}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
13	س13	Numérique	8	2	كيف تحصل على صحيفة الشروق : عن ...	{1, 00, عن}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
14	س14	Numérique	8	2	أين تحصل على الصحيفة عندما يتحضر ...	{1, 00, من أحد}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
15	س15	Numérique	8	2	ما هو المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة	{1, 00, :}	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
16	س16	Numérique	8	2	ما هي الأوقات التي تقرأ فيها صحيفتك (...	{1, 00, : في}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
17	س17	Numérique	8	2	المدة الزمنية التي تنضيتها في القراءة: ...	{1, 00, أقل من}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
18	س18	Numérique	8	2	هل تكرر عملية القراءة مرة ثانية	{1, 00, : دائما}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
19	س19	Numérique	8	2	هل تحتفظ بالصحيفة بعد قراءتها	{1, 00, لا أحتفظ}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
20	س20	Numérique	8	2	ما هي نوافع قراءتك لهذه الجريدة ؟	{1, 00, ...}	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
21	س21	Numérique	8	2	هل تعتد أن طريقة معالجة الأحداث:	{1, 00, سطحية}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
22	س22	Numérique	8	2	هل تعتد أن التغطيات الصحفية للأخبار و ...	{1, 00, ...}	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
23	س23	Numérique	8	2	هل تلجأ لمصادر إعلامية أخرى للتأكد من ...	{1, 00, نعم}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
24	س24	Numérique	8	2	كانت الإجابة نعم فما هي هذه المصادر ؟ ...	{1, 00, صحف}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
25	س25	Numérique	8	2	هل وجدت ذلك فما هي المكائت التي تحظى ...	{1, 00, أساسية}...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée

Affichage des données Affichage des variables

Télé... X

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt

*Résultats1.spv ... essai33.sav [Ens... guerroudj

Windows - Lecteur non prêt

16:22

ملحق رقم 01

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية الآداب و اللغات الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية - تخصص اتصال و صحافة مكتوبة

جامعة مولاي الطاهر - سعيدة -

استمارة حول :

إتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية - قراء جريدة الشروق نموذجا -

نضع بين أيدي القراء المحترمين استمارة تحتوي على أسئلة حول قراء " الشروق اليومي " في إطار إعداد رسالة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال .
و المعلومات المقدمة من طرفكم ستكون لأغراض علمية بحتة فلا ينبغي ذكر الإسم و العنوان .

و لكم منا كل الشكر و الاحترام .

ملاحظة: ضع علامة × أو ✓ في الخانة المناسبة.

• المحور الأول : البيانات الشخصية.

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: من 25 سنة إلى 30 ☐

من 30 سنة إلى 40 ☐

أكثر من 40 سنة إلى 50 ☐

من 50 وما فوق ☐

3 - المستوى التعليمي:

متوسط ☐

ثانوي ☐

جامعي ☐

4 - الحالة المهنية: موظف ☐

أعمال حرة ☐

بطل ☐

5 - الحالة المدنية: متزوج ☐ أعزب ☐ أرمل أو مطلق ☐

• المحور الثاني : اهتمامات الأفراد في القراءة .

6 - هل تقرأ صحيفة الشروق اليومي ؟

يومية ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ إطلاقا ☐

7- ما هي المواضيع التي تقرأها في جريدة الشروق ؟ (رتب حسب الأهمية من 1 إلى 5) .

السياسية ☐ الاقتصادية ☐ الاجتماعية ☐
الثقافية ☐ الرياضية ☐

8 - ما هي عادات القراءة التي اعتدت قراءتها في الصحيفة ؟

كل المواضيع ☐
المواضيع التي تهتمك ☐
تقرأ العناوين ☐

9- هل تناقش الموضوعات أو الأخبار التي تطالعها في الجريدة مع الغير ؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

10- هل تناقش ذلك بغرض :

- تبادل المعارف و المعلومات ☐ لأطلعهم على أهم ما نشر ☐ بغرض التسلية ☐

11 - ما هي أسباب تفضيلك لجريدة الشروق اليومي ؟

- تمكنك من جمع المعلومات و التعرف على الأحداث . ☐
- تساعدك على الحصول على فرص عمل . ☐
- للإطلاع على الإعلانات . ☐
- بغرض التسلية و الترفيه . ☐

- أسباب أخرى

.....

• المحور الثالث : عادات و أنماط القراءة .

12- منذ متى بدأت عادة قراءة الصحف: منذ أقل من سنة ☐

☐ أقل من 03 سنوات

☐ أقل من 06 سنوات

☐ أقل من 10 سنوات

13 - كيف تحصل على صحيفة الشروق : عن طريق الشراء ☐

☐ الاستعارة من شخص ما

☐ بالشراء و الاستعارة معا (مكان عام)

14- من أين تحصل على الصحيفة عندما يتعذر عليك شراؤها :

☐ من أحد الأصدقاء ☐ أجدها في المنزل

☐ في مكان عمومي (مكتبة عمومية مثلا)

15 - ما هو المكان الذي تقرأ فيه الصحيفة : ☐ في المنزل

☐ في مكان العمل

في مكان آخر أذكره

16 - ما هي الأوقات التي تقرأ فيها صحيفتك (الشروق) : في الصباح ☐

☐ في المساء

☐ في الليل

17 - ما هي المدة الزمنية التي تقتضيها في القراءة: أقل من نصف ساعة ☐

☐ أقل من ساعة

☐ أقل من ساعتين

☐ أقل من ثلاث ساعات

☐ حسب الحاجة

18- هل تكرر عملية القراءة مرة ثانية : دائما ☐ أحيانا ☐ إطلاقا ☐

19 - هل تحتفظ بالصحيفة بعد قراءتها : لا أحتفظ بها ☐

☐ أحتفظ بها أحيانا

☐ أحتفظ بها دائما

• المحور الرابع : دوافع القراءة .

20 - ما هي دوافع قراءتك لهذه الجريدة ؟

☐ المصداقية

☐ الدقة

☐ الموضوعية

21- هل تعتقد أن طريقة معالجة الأحداث:

☐ عميقة ☐ سطحية

لماذا
.....

22- هل تعتقد أن التغطيات الصحفية للأخبار و تقديم المعلومات تتم بشكل :

☐ محترف

☐ أقل احترافية

☐ غير احترافي بالمرّة

إذا كانت إجابتك غير احترافي بالمرّة علّل لماذا
.....

23- هل تلجأ لمصادر إعلامية أخرى للتأكد من صحة المعلومات المنشورة في

جريدة الشروق اليومي ؟

☐ نعم ☐ لا

24- إذا كانت الإجابة نعم فما هي هذه المصادر ؟

- ☐ صحف وطنية ☐ صحف أجنبية ☐ الإذاعة ☐ التلفزيون ☐ مواقع إلكترونية

25 - في ظل وجود ذلك فما هي المكانة التي تحظى بها جريدة الشروق ؟

- ☐ أساسية ☐ ثانوية

26- ما هو مفهوم القيم الخبرية حسب نظرك ؟

- ☐ - هي مجموعة المعايير التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي
☐ - هي مجموعة المعايير التي يعتمد عليها الصحفيون في اختيارهم الخبر
☐ - هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث و بين الجمهور
- هي الصفات التي تكشف عن جوهر الحدث و عن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع و الفهم و المعرفة ☐

27- ما هي أهم القيم الخبرية التي تراها منبه للإطلاع على جريدة الشروق (بالترتيب) :

- ☐ - الجدة أو الحداثة
☐ - القرب (الجغرافي، النفسي، العاطفي)
☐ - الصراع
☐ - قيمة الشهرة
☐ - الاهتمامات الإنسانية
☐ - التوقيت
☐ - التشويق
☐ - الإثارة
☐ - المنافسة
☐ - التداول (الاستمرارية)