

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة

و الحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة و الإعلام و الإتصال

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

- قسنطينة -

الرقم التسلسلي:/2010

رقم التسجيل: /

موضوع البحث

مقروئية الصحف العربية و الأجنبية بالجزائر

-دراسة ميدانية على أساتذة جامعة باجي مختار عنابة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

إشراف:

أ. الدكتور بوبكر عواطي

إعداد الطالبة :

بوعكاز فريدة

أعضاء اللجنة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د عبد الله بوجلال	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -	عضوا و رئيسا
أ.د بوبكر عواطي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -	مشرفا و مقرا
أ.د فضيل دليو	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -	عضوا
الدكتور:			عضوا

نوقشت يوم: 02\12\2010

السنة الجامعية: 1431/1430 هـ. 2009-2010 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير
القادر للعلوم الإسلامية

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين، نحمده و نستعينه و نستغفره و نصلي و نسلم على حبيبتنا محمد صلى

الله عليه و سلم .. و بعد :

أتقدم بالشكر الجزيل لجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، القلعة الحصينة بالعلم و

العلماء، و لكلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة و علي رأسها عميدها الفاضل

بوجلال عبد الله.

و الشكر العميق للأستاذ الدكتور محمد شطاح و الأستاذ الدكتور نصير بوعلي على كل ما

قدماه من توجيهات و نصائح قيمة كان لها أثر مهم في هذه الدراسة.

و أتقدم بالشكر إلى الدكتور بوبكر عواطي الذي كان لنا الأستاذ الناصح، كما أشكر الخبراء

و المحكمين، و لجنة المناقشة و أعضاء المجلس العلمي في إنجاز هذا البحث.

و كذلك أخص بالشكر إلى كل من كان لي عوناً من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث

الذي هديهم ثمرته و لا يفوتني أن أشكر والدي علي دعاءهما لي و الشكر العميق لزوجي و لا

نسسى الذين سهروا ليالي علي إنجازها و إخراجها.

و ختاماً نسأل الله التوفيق لنا و لهم و شكراً.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى :

إلى من سهرت الليالي و تمت لحظة نجاحي بشغف.

إلى من غمرتني بجانها منذ صرختي الأولى في هذا الوجود.

إلى من أتمنى و أدعو الله أن يسكنها فسيح جنانه و يرحمها.

إلى التي طالما تمننت أن تعيش لحظة نجاحي و توفقي.

إليك يا أمي العزيزة و إلى روحك الطاهرة.

إلى أبي مثلي الأعلى في هذا الوجود و الذي غمرني بعطفه.

إلى أخواتي زينب، زبيدة، فطيمة، سكينه، نوال.

إلى إخوتي كمال، صالح، نور الدين، عبد المجيد.

إلى زوجي العزيز هشام الذي كان دعما لي على اللوام.

إلى صديقاتي في الدرب و مشواري الدراسي.

إلى من سهرت الليالي على إخراجها أمينة.

إلى كل الصحفيين الذين يؤمنون بأن الإعلام رسالة مثلى.

إلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد و قدم مساعدته لي في إنجاز هذا العمل.

المقدمة

جامعة الأمير
عبد القادر للعلوم الإسلامية

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الإتصال إلى ثورة في مجال الإعلام، التي ساهمت في تغيير شكل الحياة على الأرض، فلقد تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة ألغيت فيها المسافات و الحدود الجغرافية.

و فتحت فيها الفضاءات لمختلف الرسائل الوافدة عبر الأقمار الصناعية و العديد من أشكال البث و الطباعة عن بعد. كما اشتدت المنافسة بين وسائل الإعلام، قصد الوصول إلى أكبر قدر من الجماهير (من المشاهدين و القراء و المستمعين). فقد اعتمدت كل وسيلة على مميزاتها التكنولوجية في محاولة استمالة الجماهير و التأثير فيها، و ظلت الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الإعلام محافظة على هذه المكانة من خلال التكيف مع التكنولوجيات الحديثة باستخدام الألوان و تكنولوجيات الطباعة الجديدة، و توظيف الأقمار الصناعية في مجال الطباعة عن بعد، و تطوير أساليب الإخراج و أدوات الاستمالة و جلب القراء.

و في غضون هذه التطورات، ظلت الطباعة الدولية للصحف تجوب مختلف البلدان، شأنها في ذلك شأن البث الوافد للتلفزيون أو الراديو. فهناك اليوم عدد كبير جدا من الصحف تصدر في العالم بملايين النسخ اليومية، و خاصة أمام الطلبات الملحة لمعرفة الأخبار و ما يقع في كل بقعة من بقاع العالم، و تنوع الزمن في صدور الجرائد، فهناك جرائد مسائية و تنوع المكان حيث لا تخلو مدينة في الغرب مثلا من جريدتها المحلية، صباحية أو مسائية، بل نجد في المدينة الواحدة عدة جرائد محلية يومية تتنافس على الأخبار و المعلومات، كما توجد جرائد جهوية و صحف وطنية و صحف دولية.

فاليوم تستطيع أن تعرف القوة التي وصلت إليها بعض صحف العالم، و التي تسحب يوميا للملايين من النسخ و يتم توزيعها على أنحاء العالم بطرق تقنية متطورة جدا. فيفضل التطور التكنولوجي أصبح بالإمكان قراءة صحيفة واشنطن بوست في اليوم نفسه لصدورها و آتت في بريطانيا. و هذا ناتج عن تقنيات الإرسال عبر الأقمار الصناعية، حيث ترسل الصحف إلى أي مطبعة في العالم لسحبها في اليوم نفسه لصدورها باستعمال تكنولوجيا متطورة في الإتصال، و قد تصل إلى آلاف النسخ في الدقيقة الواحدة. و هذا تطور كبير للإرسال مكنتنا اليوم أيضا من الحصول على هذه الصحف بالجزائر، و ظلت المنافسة قائمة بين الصحف الوطنية و الأجنبية و بين الصحف المكتوبة باللغة الوطنية و الصحف الناطقة باللغات الأجنبية من أجل الوصول إلى القارئ.

و من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذه الظاهرة، و مدى تأثيرها في جمهور القراء داخل المجتمع الجزائري، و عليه فإن دراستنا هذه تأتي ضمن هذا الإطار تحت عنوان "مقروئية الصحف العربية و الأجنبية في الجزائر".

و لقد اشتملت خطة البحث على أربعة فصول :

يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث الذي يتضمن التعريف بالإشكالية و المفاهيم المستخدمة في البحث، و أهداف الدراسة، و أخيراً منهج الدراسة و أدوات البحث الميداني كما تضمن عرضاً موجزاً للدراسات السابقة و المماثلة لهذه الدراسة.

أما الفصل الثاني فقد تضمن دراسة تمهيدية لاستخدامات الجمهور للصحافة و عادات القراءة و أنماطها لدى عينة الدراسة.

كما تضمن مستقبل المقروئية في ضوء المنافسة الشديدة و المحتملة بين وسائل الإعلام الجماهيرية و التي يتوقف اختيار الفرد لوسائل الإعلام على أسباب التفضيل و الاهتمام لوسيلة دون أخرى.

أما الفصل الثالث فقد اشتمل على دراسة تمهيدية لتطور الصحافة في العالم و الوطن العربي كما تم التعرض أيضاً إلى مستقبل المقروئية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة و التي أثارت هذه الأخيرة تساؤلات حول استمرار الصحف الورقية أو اختفائها في ظل المنافسة الشرسة للصحافة الإلكترونية التي فتحت الباب على مصريه لعبور الصحف الأجنبية الحدود و قد أدت إلى إزدواجية الصحف في البلد الواحد.

كما تضمن هذا الفصل أيضاً مدى إقبال القراء على الصحف العربية و الأجنبية في الجزائر ، و إحجام المواطن العربي عن القراءة و أسباب ذلك.

أما الفصل الرابع فقد شمل على عرض نتائج الدراسة الميدانية و عرض البيانات و تحليلها ثم تفسيرها و الخروج بنتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية.
- 2- تساؤلات الدراسة.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- مفاهيم الدراسة.
- 5- منهج الدراسة.
- 6- أدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث و عينته.
- 8- الإطار الزمني و المكاني للدراسة.
- 9- الدراسات السابقة.

1- الإشكالية.

شهد العالم تطورا هائلا في التكنولوجيا منذ النصف الأول من القرن العشرين، عرف بثورة انفجار المعلومات و تدفقها بصورة لم يألفها الجنس البشري و هذه الثورة الاتصالية تترجم انتشار المعرفة و المعلومات و التسارع في نشرها، و لقد خلقت وسائل الإعلام لدى الأفراد احتياجات جديدة لتدارك ما يجري حولهم من الأحداث. و مما لا شك فيه أن الصحيفة تعد من بين أهم الوسائل الإعلامية التي تتميز بكونها قوة لصناعة الرأي العام و كذا التأثير عليه، و ذلك لتمتعها بالقدرة على التحليل و التفسير في العديد من الموضوعات و قد صنفها "مارشال ماك لوهان" ضمن وسائل الإعلام الساخنة، لما لها من قدرة على توفير مشاركة القارئ بجميع جوانبه و كونها امتداد لإحدى حواسنا دون الأخرى. ذلك أن الصحيفة هي من أكثر وسائل الإعلام مناسبة للقضايا الساخنة و الموضوعات المثيرة.¹

فضلا عن كونها وسيلة أساسية في إحداث التغيير الحضاري و الاجتماعي و عنصرها هاما في تطوير المجتمع و كذا باعتبارها صناعة و مهنة و هواية في نفس الوقت، و تسعى هذه الأخيرة لإشباع الحاجات المختلفة للأفراد. و تأتي في مقدمة هذه الأهداف: الأخبار لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، و لا يستطيع أن يعيش في عزلة عن أقرانه من البشر. فإذا لم يكن قادرا على الاتصال بهم جميعا فليس أقل من معرفة أخبارهم و أحوالهم ليدرك أبعاد العالم الذي يعيش فيه، و الذي يؤثر في مصيره بالضرورة.

كما أن الفرد يقبل أو يرفض المضامين الإعلامية لما له من قدرة على الاختيار و التقدر و اتخاذ القرار بناء على اتجاهاته نحو الوسيلة من جانب و ما يمكن أن يكتسبه من التعرض لها من جانب آخر، إضافة إلى كونه أحد العوامل الأساسية في ديناميكية تأثير وسائل الإعلام و استشارة الحاجات و الدوافع و التحريض على الاستجابة بتلبية الرسائل الإعلامية لحاجات الفرد و رغبته. ذلك أن أي فرد لديه مجموعة من الدوافع و الحاجات و عند هذه المرحلة يتحقق لديه الرضا عن وسائل الإعلام و مفرداتها و محتواها، عندما تحقق إشباعا لهذه الدوافع و الحاجات تدعم استخدامها لهذه الوسائل و سلوكه المؤيد لها، و العكس صحيح.

1- برهان شاوي : مدخل إلى الإتصال الجماهيري، دار الكندي، الأردن، 2003، ص 200.

و نظرا لأن القراء يمكنهم إنتقاء مصادر معلوماهم الخاصة من مصادر متعددة و ما دامت الصحافة الجزائرية لا تلي الكثير من رغباتهم، فإن ذلك يدفعهم إلى الإلتفات إلى الصحافة العربية و الأجنبية أين يجدون متنفسا لهم و تحول اهتمامهم نحو هذه الصحف و التي تلي حسيهم معظم رغبات القراء المتنوعة.

و أصبحت هذه الأخيرة تراحم الصحف الوطنية الأكثر شهرة بالساحة الإعلامية و دفعت بالقارئ للإقبال عليها لتنوع محتوياتها التي تلي أذواقهم المختلفة و البحث عن أقلام بارزة و أكثر تحليلا و تفسيرا للأحداث عبر العالم.

و بمرور الوقت تزايد إهتمام القارئ بالمستجدات، مما جعله يتجه إلى البحث عن الوسائل الإعلامية الأكثر تعبيرا عن طموحات و حاجات و رغبات القارئ، فنجد من يختار منها أجنبية و عربية، لتصفح الأخبار الدولية و لسد الفجوة بين الصحف الوطنية و مجريات الأحداث في عالمه المعاصر و ذلك عن طريق التفسير و الشرح و التحليل.

خاصة في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته وسائل الإعلام الجماهيرية، التي باتت ثورة حقيقية في مجال المعلومات و الأفكار التي غيرت شكل الحياة على الأرض، و حولت العالم إلى قرية صغيرة تعيش تحت سماء مفتوحة لكل الغزوات الإعلامية و التغيرات الثقافية و الفكرية.

و بالموازاة مع سرعة هذا التطور زادت المنافسة بين وسائل الإعلام الجماهيرية و اعتمدت كل وسيلة على ميزات التكنولوجيا و التنظيمية في استمالة الجماهير و التأثير فيها، و مع التقدم التكنولوجي، باتت الصحف في متناول الجميع عبر مختلف بلدان العالم و هذا الإنفتاح على العالم الخارجي جعل القارئ يتجه نحو إختيار الصحيفة المناسبة التي تعبر عن طموحاته و تلي حاجياته و رغباته فمنه من يتجه نحو الصحف الوطنية و منهم من يلجأ إلى قراءة الصحف العربية و الأجنبية.

كل هذا دفعنا للاهتمام بمقروئية الصحف العربية و الأجنبية بالجزائر من قبل جمهور الأساتذة الجامعيين.

و التساؤل الرئيسي الذي يعبر عن هذه الإشكالية هو :

ما هي دوافع و عادات و أنماط و آثار قراءة الصحف العربية و الأجنبية لدى أساتذة جامعة باجي مختار -عنابة- ؟.

2- تساؤلات البحث :

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الفرعية الآتية :

- 1- ما هي عادات و أنماط قراءة أفراد العينة الصحف العربية و الأجنبية ؟.
- 2- ما هي دوافع قراءة أفراد العينة الصحف العربية و الأجنبية ؟.
- 3- ما هي الصحف العربية و الأجنبية المفضلة لدى أفراد العينة ؟.
- 4- ما هي أسباب تفضيل قراءة الصحف العربية و الأجنبية لدى أفراد العينة ؟.
- 5- هل تعمل الصحف العربية و الأجنبية على تلبية حاجات القراء ؟.

3- أهداف الدراسة :

تمثل أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- 1- معرفة عادات و أنماط قراءة أفراد العينة الصحف العربية و الأجنبية.
- 2- معرفة دوافع قراءة أفراد العينة الصحف العربية و الأجنبية.
- 3- معرفة الصحف العربية و الأجنبية المفضلة لدى أفراد العينة.
- 4- معرفة أسباب تفضيل أفراد العينة الصحف العربية و الأجنبية.
- 5- الكشف عن الأثر الذي تخلفه قراءة الصحف العربية و الأجنبية على أساتذة جامعة باجي مختار -عنابة-.

4- تحديد المفاهيم :

1- الصحف : و هي من الوسائل المطبوعة Print Media التي تعرف بأنها عبارة عن مساحات من الورق المطبوع لنقل الرسائل من القائم بالاتصال أو المرسل إلى أعداد كبيرة و متشرة من الأفراد و تتميز الصحف بكل الخصائص التي تميز الوسائل للطبوعة. من حيث أنها مساحات من الورق تطبع آلياً، و في أعداد كبيرة بغرض التوزيع بالإضافة إلى شروط الدورية و الانتظام في الصدور التي تنص عليها معظم القوانين المنظمة للمطبوعات في دول العالم، و تعتبر

الجريدة News Paper أقرب التعريفات إلى تعريف الصحف الدورية بل يكاد يتطابق معها باستثناء تحديد دورية الإصدار بأسبوع فأقل.¹

و الصحيفة في قاموس أو كسفورد تستخدم كلمة صحافة بمعنى Press و هي شيء مرتبط بالطبع والطباعة و نشر الأخبار و المعلومات و هي تعني أيضا Journal و يقصد بها الصحيفة.² و يقصد بالصحيفة في القاموس المحيط للفيروزبادي، يقصد بالصحيفة الكتاب و جمعها صحائف.

و في المصباح المنير لأحمد بن علي المقرئ الفيومي، تعني الصحيفة قطعة جلد أو قرطاس كتب فيه. و الصحيفة في المعجم الوسيط تعني أضمامة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة و جمعها صحف و صحائف و الصحفي من يأخذ العلم من الصحيفة لا عن أستاذ.³ و التعريف الذي تأخذ به قواميس المطبوعات، يقصد بكلمة جريدة كل مطبوع يصدر باسم واحد بصفة دورية في مواعيد منتظمة أو غير منتظمة.

أما قانون الإعلام الجزائري يعرف الصحف في مادته العاشرة :

"تعد بمثابة نشرة دورية كل الصحف و المجلات بكل أنواعها و التي تصدر على فترات منتظمة و تصنف النشرات الدورية إلى صنفين الصحف الإخبارية العامة و النشرات الدورية المتخصصة". و يقول أحد أساتذة الصحافة : "الصحيفة هي مطبوع دوري ينشر الأخبار السياسية و الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية و يشرحها و يعلق عليها".

و يقول آخر : "الصحافة هي توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات و الأفكار و الخبرة الناضجة العميقة و المناسبة إلى مشاعر القراء خلال صحف دورية"⁴.

و يقصد بمصطلح الصحافة العربية و الأجنبية حسب ما جاء في دراستنا، أنه من خلال إطلاعنا في المراجع و البحوث و الدراسات التي تناولت موضوع الصحافة لم نعثر على تعريف دقيق و شامل لموضوع أو مصطلح الصحافة العربية و الأجنبية إلا أن أغلبها يجمع على أن الصحافة

1- محمود علم الدين : الإخراج الصحفي، العربي للنشر و التوزيع القاهرة، 1989، ص 7-13.

2- فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص 4.

3- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب القاهرة، الطبعة الثانية 1993، ص 38.

4- محمود أدهم : التعريف بالصحافة المدرسية، دراسات في الإعلام التربوي، المكتبات الكبرى القاهرة، 1992، ص 23.

العربية و الأجنبية هي الصحف التي توزع خارج إقليم الدولة أو الوطن الذي نشأت فيه، فمعايير تحديد هذا المصطلح يبدو أنها متعددة و تشمل الرقعة الجغرافية و اللغة و حتى في بعدها الإيديولوجي و المرجعي.

2- القراءة :

يرى بعض الخبراء صعوبة تعريف القراءة تعريفا مانعا جامعا، حيث أنها تشمل مجالا واسعا من أوجه النشاط المختلفة، التي قد لا تصل إلى اتفاق حول حدودها الحقيقية، إكتفاء بوصفها من خلال المشافهة، أو بالنموذج الأول Prototype بدلا من رسم حدود جامدة لها.¹ و يرى الباحثون و التربويون المعاصرون أن مفهوم القراءة حاليا. قد تطور على ما كان عليه قديما. فالأبحاث التي أجريت على القراءة في العصر الأول من القرن العشرين، كانت تتناول النواحي الفسيولوجية، مثل حركة العين و أعضاء النطق و ما إليها .. على أساس أن القراءة مجرد استجابات فسيولوجية لما هو مكتوب. ثم جاء النصف الثاني من القرن العشرين، و بدأت الأبحاث العلمية تتناول القراءة و انتقل بفضلها مفهوم القراءة من دائرة الإدراك البصري للرموز إلى ترجمة هذه الرموز إلى مدلولاتها من الأفكار. و ذلك لكون القراءة عملية فكرية معقدة تستند على مهارات آلية وأسبعية، و على هذا فالقراءة كما انتهى إلى ذلك كثير من الباحثين هي : " عملية فكرية، عقلية شديدة التعقيد إرتباطها بالنشاط العقلي و الفسيولوجي للإنسان إضافة إلى حاسة البصر و أداة النطق، و الحالة النفسية." ²

و قراءة الصحف شأنها شأن أنماط القراءة التي تنسب إلى الوسيلة أو الأداة أو القناة التي يتوسل لها الكاتب توصيل أفكاره من خلال الرموز اللغوية التي تقدمها هذه الأدوات أو الوسائل أو القنوات. و تعتبر قراءة الصحف عملية على الطرف الآخر من عملية الاتصال الجماهيري أو الإعلام سلوكا اتصاليا للقارئ نحو الصحف و مفرداتها و محتوياتها.³

فهي و إن كانت قناة اتصالية « One Communication Chanel » يستقبل من خلالها الرسالة باللغة المشتركة لكنها لا تقف عند حدود عملية الاستقبال للغة المكتوبة بحيث أنها

تمثل عملية نفسية لغوية Psycholinguistic يقوم خلالها القارئ كمستخدم للغة

1- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، عالم الكتب القاهرة، الطبعة الثانية، 1997 ، ص 120.

2- محمد منير حجاب : مهارات الإتصال للإعلاميين و التربويين و الدعاة، دار الفجر للنشر و التوزيع مصر 1999، ص

3- محمد عبد الحميد : مرجع سابق، ص 213 - 214.

بإعادة تركيب الرسالة بقدر الإمكان - التي قام الكاتب بتوفرها على شكل مطبوع و كذلك في عملية الاتصال اللغوي تعتبر القراءة أكثر من مجرد استقبال للرموز اللغوية، فهي عملية يقوم بها الطرف الآخر من الاتصال تتأثر بالعديد من العوامل، التي تجتهد الفرد في النهاية يدرك الرموز اللغوية بنفس المعاني التي يستهدفها المرسل أو القائم بالاتصال و تمثل أيضا سلوكا اتصاليا يخضع لكل ما تخضع له أنماط السلوك الإنساني، من قيود و ضوابط أو مؤثرات ترتبط بالبنية الاجتماعية و النفسية للفرد في إطار علاقته بهذه القيود أو روابط أو المؤثرات.

3- الجمهور

ينظر المختصون في الإعلام و الاتصال إلى الجمهور : "على أنه مجموعة من الأفراد المنعزلين عن بعضهم البعض يتعرضون إلى وسائل الإعلام، مثل جمهور القراء و غيرهم و هناك عناصر مهمة تؤخذ عند دراسة الجمهور، مثل حجم أو ضخامة عدده و التباين في سمات أفراده و الانتماء و التفاعل الاجتماعي و الدور الإيجابي و النشط في العملية الإعلامية و ليس جمهورا سلبيا و أيضا جمهورا يوفر مفهوم الحركية بين العناصر المختلفة للعملية الإعلامية"¹.

و الجمهور في المفهوم العام يدل على أية رابطة فضفاضة تجمع بينهم مصالح مشتركة و وسائل مختلفة من الاتصال، و هناك من يعرف الجمهور على أنه مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم و توجيههم و إسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه.

و في تعريف آخر الجمهور كالتقطيع تجمع ساحة واحدة أو مزرعة واحدة، ليس له رأي واحد أو إجماع على رأي و هو يتحرك طبق لما يوجهه الموجهون، بحيث يصبح مسلوب الإرادة متى وجد أعدادا كبيرة من الناس في مكان واحد، و يجب على المتعاملين معه أن يدركوا ذلك عند الاتصال به و هذا الاتصال في يقصد به خبراء العلاقات العامة من الناس، تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة.

متبادلا بين الطرفين كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس و أحيانا يكون هذا المحيط مدينة أو إقليم و أحيانا يكون العالم بأسره.²

1- محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب القاهرة، 1993، ص 33.

2- محمد حجاب، سحر محمد وهي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر و التوزيع 2003، ص 87-88.

و لسنوات طويلة تأثرت الاتجاهات البحثية في دراسة جمهور وسائل الإعلام بالمفهوم الذي ساد خلال القرن التاسع عشر عن طبيعة الجمهور كمصطلح في علم الاجتماع وقتئذ و سلوكه، و قد نظر علماء الاجتماع إلى الأفراد في المجتمعات الجديدة التي أفرزتها الثورة الصناعية على أنهم و هذه الجماعة تقع في محيط نشاط المنشأة و التنظيم تؤثر عليه و تتأثر به، أي أن هناك تفاعلا حشد منعزل Mass و شتات من المهاجرين الذين انطلقوا من الريف الذي تسوده الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية إلى المدن و المجتمعات الجديدة التي اتسمت بتباين أفرادها، و غياب الأصول الثقافية التي كانت تجمع بين الأفراد في روابط و صلات اجتماعية.

و ينظر إلى الأفراد الذين يتألف منهم جمهور وسائل الإعلام على أنهم هدف واسع غير محدد المعالم، فتحوله الوسائل إلى وحدات صغيرة تقتصر إلى عنصر الفردية و كثيرا ما يعطي القادة السياسيون و الاجتماعيون و المسئولون عن الإعلام انطبعا بأهم مخاطبون جمهورا متجانسا لا يميزون فيه بين الفئات الاجتماعية و المهنية بل يتجاهلون فروق السن.¹

إن الجمهور يعني أكثر من مجرد فاصل جمع عددا من الأفراد أنه يعني جماعة ما تدين لوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة و ذكريات و تقاليد محددة و ظروف حياة بينها و هذا الجمهور لا بد أن يكون قادرا على القراءة، يقرأ الأحرف و يفهم الكلمات و لذلك يقال عادة أن الكسب و الصحف تتوجه بإعلامها إلى المثقفين، هذه حقيقة إلى حد ما لكن أحيانا يكفي كما يقال فك خط كي يستطيع شخص ما قراءة جريدة و جمهور الإعلام المكتوب مهتم بهذا الإعلام و لديه استعداد يومي للذهاب لشراء صحيفة أو مجلة أو كتاب.²

5- منهج البحث

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب المسح من خلال دراسة عينة من جمهور القراء و هو أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة و تلك التي تستهدف وصف قراء الصحف و سلوكهم الاتصالي نحو الصحف و بصفة خاصة. ذلك أن الأسلوب يستهدف تحليل الظاهرة و تفسيرها في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنتظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها.

1- شون ماكرايد : أصوات متعددة و عالم واحد، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981، ص 408.

2- محمد عمر الطنوبي : المجتمع في الإعلام و الإعلام الزراعي، منشأة المعارف الإسكندرية 1995، ص 207.

و يناسب هذا الأسلوب لبحوث الصحافة، لأنه يستخدم في دراسة الظواهر و المشكلات البحثية في وضعها الراهن مثل قراءة الصحف.¹

و يعرف المسح في اللغة العربية أنه يفيد تمير اليد على الشيء السائل أو للتطبخ لإذهايمه و هو يعني إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب أو غير ذلك من المواد حتى نبرزه على حقيق لغيرنا.

إن المسح في البحث العلمي يفيد التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية و ما يسودها من علاقات داخلية و خارجية.

كما يعرف بأنه دراسة استطلاعية تقوم بما بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع و بأنه محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع بشكل أساسي، و إن كان يهدف إلى الحصول على معلومات يمكن الاستفادة بها في المستقبل.²

و يتمثل هذا الأسلوب في جمع بيانات و معلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد، و يطبق هذا الأسلوب في الكثير من الدراسات من أجل :

- وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل مفصل و دقيق.
- مقارنة الظاهرة موضوع البحث لمستويات و معايير، يتم اختيارها للتعرف الدقيق على خصائص الظاهرة المدروسة.

و يطلق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، و قد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة و في أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على النتائج الدقيقة و بنسب أخطاء قليلة. و بالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع و أهم الوسائل و الأدوات المستخدمة عادة الاستبيان و المقابلات الشخصية، الزيارات و أحيانا يتم الرجوع إلى الكتب و الدوريات...³

1- احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الأعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2003 ص 220-221.

2- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، مرجع سابق 1997، ص. 99.

3- محمد السرياقوسي و علي عبد الله المعطي محمد : أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح الكويت، الطبعة الأولى، 1988، ص 414.

و عموما و وفق مجموعة من التعريفات، و يمكن القول بأن المسح هو الطريقة العملية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية و غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك.

و يستفاد هذا الأسلوب من أدوات المسح في الدراسات الميدانية الإعلامية بمقياس اتجاهات الجمهور و سلوكياتهم نحو مختلف الموضوعات و ذلك قصد وضع برامج جديدة لوسائل الإعلام أو تعديل بعض البرامج الأخرى. و تجري دراسة الجمهور في هذا السياق بقصد استكشاف و معرفة اهتماماته تجاه البرامج الإعلامية و ميولاته اتجاه المضامين.

كما يعتبر أسلوب المسح علما منظما للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمع البحث لفترة زمنية كافية لدراسة تفيدنا في التعرف على الخصائص الأساسية التي يتميز بها جمهور القراء، حتى تتمكن الوسيلة من تقديم نوع المادة الإعلامية التي تناسب مع نوعيات هذا الجمهور أو تحاول إجراء بعض التعديلات في سياستها الإعلامية بهدف إحداث التغيير في خصائص جمهورها نتيجة تفسير السياسة التحريرية لديها. كما يستفيد المعلنون فائدة كبيرة نظرا لأن توفر هذه البيانات لديهم تتيح لهم فرصة انتقاء نوع الرسائل الإعلانية التي تصل إلى جمهور المستهلكين المرتقبين. كما يعد المنهج أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد و سلوكهم و إدراكهم و مشاعرهم و اتجاهاتهم، فإنه يعتبر أيضا الشكل الرئيسي و المعاري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة و منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، ما يوفر جانبا كبيرا من الوقت و النفقات و الجهد المبذول من خلال خطوات منهجية و موضوعية. و بالتالي فقد اخترنا أسلوب المسح لما له من أهمية في بحوث الإعلام و الاتصال إضافة إلى كونه يتناسب مع موضوع دراستنا.

6- أدوات جمع البيانات : يؤدي التحديد الواضح لمشكلة البحث و نوعه إلى تحليل نوع البيانات المطلوبة و المصادر التي يمكن استقاء البيانات و المعلومات منها، و لما كان البحث العلمي يستهدف أساسا الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة أو إختبار مدى صحة الفروض المحددة مسبقا و المتعلقة بجوانب مشكلة البحث. فإن ذلك لن يتيسر إلا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع البحث بقدر الإمكان، ثم

معالجة هذه الحقائق و المعلومات بأسلوب علمي للخروج بالتائج المنطقية المحددة للمشكلة التي يتصدى الباحث لدراستها.¹

و إن الشائع حول أدوات البحث العلمي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر، و بالرغم من الأدوات، فمثلا نجد الباحث "زيان عمر" يحرص عندها في العينة و المقابلة الشخصية و الاستفتاء و المقاييس و الاختبارات في حين حثها الباحث "دوقان عبيدات" و "عبد الرحمن علس" و "كايد عبد الحق" في العينة، و الاستبيان و المقابلة و الملاحظة و أسلوب تحليل المحتوى و الاختبارات، أما الباحث "موريس إنجر" فحدد أدوات البحث العلمي كما يلي :

الملاحظة، و المقابلة، و الاستبيان، و التجربة، و تحليل المضمون و التحليل الإحصائي.²

و يتضح مما تقدم أن أدوات البحث العلمي تختلف من باحث لآخر، حيث نسجل أن أصحاب التعريفين الأولين يلحقان العينة، التي تستخدم في اختيار مفردات مجتمع البحث و ليس في جمع المعلومات ضمن أدوات البحث إلى جانب إبعادهما لأداة التجربة التي هي اليوم أساسية في جمع المعلومات و البيانات الوسيلة الأساسية للحصول على المعلومات التي تخدم أغراض و أهداف البحث و هي التي استعانت بها جماعة البحث و تمثل هذه الأدوات فيما يلي :

- الاستبيان :

الاستبيان : كلمة مشتقة من الفعل استبيان الأمر، و بمعنى أوضحه و عرفه، و الاستبيان بذلك هو التوضيح و التعريف لهذا الأمر، أما في البحث العلمي فالاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث فيه في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة.

هنالك تعريفات عديدة و من الصعب حصرها لمفهوم الاستبيان و من بينها :

"أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخيرية، التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث"، و أيضا هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع

1- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة 1995، ص 177.

2- أحمد بن مرسلبي : مرجع سابق، ص 202 .

البحث فمن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، و يسمى الشخص الذي يقوم بملئ الاستمارة بالمستجيب¹.

و يتصدر الاستقصاء أساليب جمع البيانات في بحوث الصحافة، نظرا لما يتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من الأساليب و تتفق مع طبيعة الظاهرة الصحفية الذي يمثل جمهور قراء الصحف عنصرا من عناصرها، و يستهدف استشارة الأفراد للبحوثين بطريقة منهجية و متقنة و تقلص حقائق و آراء و أفكار معينة أو وجهات نظر المبحوثين و اتجاهاتهم، أو الدوافع و العواطف و المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة. و يعتبر السؤال أهم عنصر في الاستمارة لكونه يترجم أهداف البحث و يسمح بقياس المتغيرات التي تضمنتها فروض الدراسة².
و يمر تصميم الاستبيان بالخطوات التالية :

أولا : تحديد موضوع الدراسة بشكل عام و الموضوعات الفرعية المنبثقة عنه.

ثانيا : صياغة مجموعة من الأسئلة حول كل موضوع فرعي بحيث تكون جميع هذه الأسئلة ضرورية و غير متكررة.

ثالثا : إجراء اختبار تجريبي على الإستبانة عن طريق عرضها على عدد محدد من أفراد مجتمع الدراسة قبل اعتمادها بالشكل النهائي، و الطلب منهم التعليق عليها، و بيان الأسئلة الغامضة أو غير المفهومة و مدى تغطية الاستبيان لموضوع الدراسة و اقتراح أسئلة إضافية لم ترد في الإستبانة، و يجب كذلك عرضها على كثير من المتخصصين في ميدان البحث العلمي.

رابعا : تعديل الإستبانة بناء على الاقتراحات السابقة و طباعتها بشكلها النهائي.

خامسا : توزيع الاستبيان على عينة الدراسة بالطرق المناسبة³

و يحمل الاستبيان في الأوساط العلمية الجديدة أسماء عديدة مثل الاستسقاء و الاستفتاء، كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة : Questionnaire أو Sondage في اللغة الفرنسية.

1- ربحي مصطفى عليان : مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق، دار الصحافة للنشر و التوزيع، 2000،

2- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، مرجع سابق ص 105.

3- ربحي مصطفى عليان : مرجع سابق ص، 82-83.

و أن جمع المعلومات بواسطة الاستبيان يكون بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه مع الباحث غير المؤهل تعليميا أو جسميا على القراءة و الكتابة. مما يفرض على الباحث طرح الأسئلة المعدة مسبقا بعناية كبيرة، و كتابة الأجوبة شخصيا، في إطار التقيد التام بطرحها وفق الصيغة المرسومة لها في الاستمارة من أجل تحقيق الهدف النهائي للبحث.¹

و قامت دراستنا على توزيع 150 استمارة على مجتمع البحث و قد تضمنت ثلاث محاور تضمنت 37 سؤالا.

و قد قامت الباحثة بتصميم استمارة الاستبيان وفق الخطوات التالية :

أ- تحديد نوع البيانات المطلوبة :

و قد تمحورت هذه البيانات حول :

- 1- مقروئية الصحف العربية و الأجنبية لدى أفراد العينة المدروسة.
- 2- دوافع مقروئية الصحف العربية و الأجنبية لدى أفراد العينة.
- 3- عادات و أنماط القراءة لدى أفراد العينة المدروسة

ب- إعداد الإستمارة في شكلها الأولي :

بعد إطلاع الباحثة على عدد من الدراسات السابقة، قامت بإعداد الإستمارة في شكلها الأولي بحيث حاولت من خلالها تغطية جميع تساؤلات الدراسة لتحصل في الأخير على 35 سؤالا توزعت على ثلاث محاور رئيسية.

ج- تحكيم الإستمارة و مراجعتها

في هذه الخطوة عرضت الباحثة استمارة البحث على المختصين من أجل عملية التحكيم، و هم كل من محمد شطاح، بالإضافة إلى الدكتور، نصير بوعلی.

و بعد أن أخذت الباحثة بتوجيهات و ملاحظات الأساتذة، استقرت الإستمارة على 35 سؤالا يتوزعون كالتالي :

فالمحور الأول : تضمن بيانات سوسيو ديمغرافية تتضمن سؤالين.

المحور الثاني : تناول بيانات حول المقروئية، و تضمنت خمسة أسئلة تناولت دوافع قراءة الصحف.

المحور الثالث : احتوى بيانات حول مقروئية الصحف العربية و الأجنبية و حول أنماط و عادات

القراءة و تضمنت 28 سؤالا.

1- أحمد بن مرسلبي : مرجع سابق ص 220-221.

7- مجتمع الدراسة و عينته :

أ- مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع البحث على أنه "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث أو التقصي"¹ و يتمثل مجتمع هذه الدراسة في أساتذة جامعة عنابة، أي أساتذة من كلية الآداب و العلوم الإنسانية بحيث قدر عددهم خلال السنة الجامعية 2006-2007 بـ 377 أستاذا دائما و 29 أستاذا غير مثبت، و ذلك طبقا للإحصائيات الرسمية الواردة عن مصلحة الإحصاء و الإشراف بجامعة عنابة.²

ب- عينة الدراسة : تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام، نظرا لأن الباحث يعتمد في إجراء دراساته على اختبار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا، على أساس أن من الصعب أن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله. فضلا عن أن الاختبار العلمي الدقيق للعينة يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج كل مفردات المجتمع الأصلي.

و يقصد بالعينة مجتمع الأفراد الذي يجري عليه البحث، نختار من عينة أكبر تسمى العينة الأصلية، كما تعد العينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين.³

و اختيار العينات كما هو معروف ليس مجرد اختيار جزء من مجتمع البحث حسبما أتفق و إنما هو اختيار تراعى فيه قواعد و اعتبارات علمية معينة لكي تكون نتائج العينة قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي⁴. و قد حدد مجتمع البحث بأساتذة جامعة باجي مختار بمختلف كلياتها و اقتصر التطبيق على مدينة عنابة.

ج- حجم العينة : إن ارتفاع حجم العينة يؤدي إلى الحصول على نتائج أكثر دقة و تمثيل و لكن أحيانا تحول بعض العراقيل دون اختيار عينة واسعة جدا و قد أخذنا عينة قوامها 150 مفردة.

1- موريس أنجوس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، 2006، ص. 301.

2- إحصائيات رسمية واردة عن مصلحة الإحصاء و الإشراف بجامعة باجي مختار عنابة.

3- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب الطبعة الأولى، 2000، ص. 77.

4- MADELEINE GRAWITZ: Méthodes des sciences sociales, EDIT 1974 Paris, p.564.

د- نوع العينة : و قد استخدمنا العينة القصدية أي العمدية و التي يتم اختيار الوحدات و المفردات بطريقة عمدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من سمات و صفات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات التي نخدم هذا البحث و أهدافه¹ ، وقد اختارت الباحثة بطريقة عمدية فئة الأساتذة الجامعيين دون غيرها من الفئات، كما وقع اختيارنا على جامعة عينها. و التي من خلال بحثنا نحاول معرفة مدى مقروئية الصحف العربية و الأجنبية لدى جمهور الأساتذة الجامعيين بجامعة باجي مختار على مستوى مدينة عنابة.

و العينات المقصودة هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، و لكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة. فمثلاً إذا أراد باحث دراسة آراء القراء حول صحيفة معينة، فعليه في هذه الحالة إختيار عينة من قبل الأفراد الذين لديهم بعض الإطلاع على ما ينشر في تلك الصحيفة. لأنه من غير المنطق أن يتضمن دراسة أفراد لا يطلعون على الصحيفة المذكورة.²

8- المجال الزماني و المكاني للدراسة :

- المجال المكاني : لقد تم إختيار مدينة عنابة.

المجال الزماني : فقد أنطلقت دراستنا التطبيقية في شهر أفريل إلى غاية شهر جويلية، لسنة 2007 و 2008 مضت بين توزيع استمارات البحث و جمعها ثم تفرغ النتائج و من ثم تحليل الجداول و تقديم الاقتراحات.

المجال البشري : و يتمثل في أستاذة من كلية الآداب و العلوم الإنسانية بجامعة عنابة و من مختلف أقسامها :

أ- قسم علوم الإعلام و الإتصال، بحيث تمثل 50 مفردة.

ب- قسم علم النفس. بحيث تمثل 50 مفردة.

ج- قسم علم الاجتماع. بحيث تمثل 50 مفردة.

و قد تم إختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية و تشمل في الأساتذة الذين يعتبرون من قراء الصحف العربية و الأجنبية.

1- موريس إنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صخري و آخرون، ط2، الجزائر، دار الوطنية للنشر 2006، ص 298.

2- بوبكر عواطي : البحث العلمي مناهجه و تقنياته، منشورات مكتبة إقرأ قسنطينة، 2009، الطبعة 1، ص 102.

9- الدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الدراسات السابقة ذات علاقة بموضوع الدراسة، و تصنف هذه الدراسات إلى قسمين نعرض في الجزء الأول منها الدراسات الميدانية التي تناولت موضوع المقروئية، أما الجزء الثاني فنعرض فيه الدراسات الاستطلاعية التي تناولت البحوث المسحية في البعض من البلدان العربية و التي سعت إلى الكشف عن المقروئية و ذلك من خلال دراسة قراءة الصحف في الوطن العربي.

1- دراسة عكة زكريا كأطروحة دكتوراه درجة ثالثة بجامعة باريس سنة 1981، تناولت هذه الدراسة " العلاقة القائمة بين الجرائد اليومية الشعب، النصر، المجاهد الصادرة باللغة الفرنسية و جمهور القراء بمدينة المسيلة"¹ في بداية الثمانينات و تتمحور إشكالية الدراسة حول تساؤلات تتعلق بـ :

أ- ما مدى مقروئية هذه الصحف لدى جمهور يتنوع وفق متغيرات الوظيفة و المستوى الثقافي و السن و الجنس و المنطقة السكنية.

ب- ما هي طبيعة العلاقة الموجودة بين الصحافة و الجمهور من حيث بعض المقاييس التي تنمي أو تقلص مثل هذه العلاقة.

ج- ما هي العوامل الموضوعية الخارجية التي تتدخل في علاقة الصحافة بالجمهور أو الجمهور بالصحافة و تطرح الدراسة فرضيات أساسية تحدد مسار البحث و تمثل فيما يلي :

- 1- أن جمهور القراء لا يواظب بانتظام على قراءة الصحف المدروسة.
- 2- أن عدم المواظبة تبرز أكثر لدى قراء الصحف باللغة العربية.
- 3- أن عدم المواظبة هذه سيكون لها أثرها في علاقة الصحف بالجمهور.
- 4- أن الصحف المدروسة لا تؤدي وظيفتها بفعالية فيما يتعلق بالإعلام و الترفيه.

و تعتمد الدراسة على منهجية البحث و توظيف تقنية الاستبيان التي تضمن محاور خاصة بعلاقة جمهور القراء بالصحافة و المتغيرات التي تتدخل أو تتحكم في مثل هذه العلاقة حيث اشتملت عينة البحث على 600 شخص، تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع إحصائي يتكون من 3000 شخص يمثلون الوظائف المتعددة القائمة في المؤسسات الاقتصادية و الإدارية

1- عكة زكرياء : العلاقة القائمة بين الجرائد اليومية و جمهور القراء بمدينة المسيلة، رسالة دكتوراه درجة ثالثة غير منشورة، جامعة باريس، سنة 1981.

و التعليمية بمدينة المسيلة و قد استعاد الباحث 322 من أصل العينة العشوائية ثم تقلص العدد إلى 207 استبيان بحكم أن 115 استبيان لم تتوفر فيهم المقاييس التي تجعلها قابلة للدراسة. حيث أظهرت الدراسة أن القراء غير المنتظمين في التعامل مع الصحف اليومية للدراسة يمثلون الجزء الأكبر، أي حوالي الثلثين في حين يتألف القراء المنتظمون من الثلث و قد بينت الدراسة في شأن المتغيرات المتداخلة في تفسير البيانات الإحصائية ما يلي :

1- أن الإطارات المتوسطة و التنفيذية العليا أكثر مواظبة على قراءة الصحف من الفئات المهنية الأخرى.

2- أن مزدوجي اللغة و بدرجة أقل الجمهور المفرنس أكثر مواظبة على قراءة الصحف من الجمهور العرب.

3- أن الفئات التي تتجاوز ما بين 26 و 35 سنة أكثر مواظبة على قراءة الصحف من غيرها و يليها إثر ذلك الفئات التي تمتد أعمارها ما بين 36 و 45 سنة.

4- أن الرجال عامة أكثر مواظبة على قراءة الصحف من النساء.

5- لا يبدو لأن هناك علاقة محتملة بين قرب القراء من نقاط بيع الصحف و مستوى

المواظبة على قراءة الصحف.¹ و قد أظهرت هذه الدراسة العلاقة القائمة بين الصحف اليومية و جمهور القراء بمدينة المسيلة و التي بينت عدم وجود علاقة بين قرب القراء من نقاط بيع الصحف و مستوى المواظبة على قراءة الصحف، و من هنا المنطلق متسعى هذه الدراسة للكشف عن علاقة القراء بالصحف العربية و الأجنبية و مدى الانتشار و الاستخدام و الاستفادة، و تحقيق إشباع الرغبات و قوة التأثير و غير ذلك من العوامل التي تحقق الوسيلة أهدافها و للمتلقى حاجاته و رغباته و هو ما سيتم تناوله في الفصل الرابع ضمن دراستنا التحليلية.

2- دراسة تحت عنوان "قراء الصحف في مصر" السيمات و التفضيلات و الاتجاهات

القاهرة 1999 و قد أعدتها مؤسسة أخبار اليوم و نفذها مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة عن سمات قراء الصحف في مصر و تفضيلاتهم و اتجاهاتهم إلى مجموعة من العوامل :

3- أولا : مجموعة من التغيرات السكانية و الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و الإعلامية

1- عزى عبد الرحمن : قضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1994، ص 57-62.

التي يمر بها المجتمع المصري منذ أوائل الثمانينات و التي تؤثر حتما على سمات القراء و تفضيلاتهم الأمر الذي ينعكس على توزيع الصحف و كم الإعلانات المنشورة فيها و نوعيتها.

ثانيا : أهمية التعرف على تأثيرات الإصدارات الصحفية المصرية الجديدة المنافسة على قراء الصحف في مصر بصفة عامة، و على قراء الصحف المصرية التحريرية و الإعلامية.

و قد تم تحديد أهداف الدراسة في الجوانب التالية :

- 1- التعرف على أنماط التعرض أو عادات قراءة الصحف في مصر.
 - 2- التعرف على اتجاهات القراء العاديين و رجال الأعمال نحو مضمون الصحافة المصرية و شكلها و كذلك تفضيلاتهم.
 - 3- التعرف على الكتاب المفضلين لدى قراء الصحف العاديين و رجال الأعمال في مصر.
 - 4- التعرف على المتغيرات و العوامل التي تؤثر على قرار شراء صحيفة معينة لأول مرة.
 - 5- التعرف على تأثير الإعلان الصحفي على السلوك الشرائي لقراء الصحف في مصر.
 - 6- التعرف على اتجاهات القراء و رجال الأعمال نحو الإعلان الصحفي في مصر من حيث : النوعية و الموقع و المساحة و الشكل و الوظائف و أسلوب الإخراج و استخدام الألوان.
- لقد تم عرضنا لدراسة قراء الصحف في مصر لما لها علاقة مباشرة بدراستنا و الذي يتحلى من خلال أهداف الدراسة، و التي من بينها التعرف على أنماط التعرض أو عادات قراء الصحف و كذا التعرف على اتجاهات القراء نحو مضمون الصحافة و شكلها، و كذلك تفضيلاتهم و الكتاب المفضلين لدى قراء الصحف، و هذا ما يتوافق و أهداف دراستنا بالرغم من الاختلاف البسيط و المتمثل في كون هذه الدراسة كانت ضمن عينة من قراء مصر، أما دراستنا فالعينة المدروسة عينة من قراء مدينة عنابة.

و قد كشفت دراسة على أن القراء يفضلون قراءة صحف مؤسسة أخبار اليوم بنسبة 40 % و التي يفضلونها للمتابعة الشاملة لأحداث الأسبوع، و لكشفها العديد من الأسرار، و لتغطيتها الواسعة للأحداث السياسية. و تحتوي على قضايا و موضوعات حادة و لأنها جذابة و شقية، أما عن حجم صحف مؤسسة أخبار اليوم في السوق الصحفي في مصر نجد جريدة أخبار اليوم يقرأها 40 % من قراء الأعداد الأسبوعية في مصر و يقرأها 56,4 % من رجال الأعمال أما جريدة الأخبار يقرأها 39,2 % من قراء الصحف اليومية و يقرأها 71,6 % من رجال الأعمال.

3- دراسة "إتجاهات طلاب الجامعة نحو قراءة الصحف المصرية" للدكتورة سحر محمد وهي 1996 وهي دراسة ميدانية على طلاب جامعة أسيوط و فروعها و تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إتجاهات الطلاب نحو الصحف المصرية من حيث مدى احتياجاته الإعلامية و تم إجراء البحث على طلاب جامعة أسيوط و التي تضم كليات الطب و الصيدلة و الزراعة و الحقوق و التجارة و الهندسة و العلوم، و قد راعت الباحثة أن تكون العينة منتظمة بهدف الوصول إلى عينة ممثلة لمختلف الفئات في مجتمع الدراسة.

و حددت حجم العينة بـ 3000 طالب و طالبة، و توصلت إلى النتائج التالية :

- أ- ارتفاع نسبة معدل الإقبال قبيلغ نسبة من يقرأ الصحف من جملة أفراد العينة نحو 90,67% أما الذين لا يقرؤون الصحف على الإطلاق قبيلغ نسبتهم نحو 9,33%.
- ب- احتلت صحيفة الأخبار الأولى من حيث تفضيل أفراد العينة بنسبة 38,60% و يليها صحيفة الأهرام بنسبة 24,63%.
- ج- أما معدل الإنفاق على شراء الصحف و نتيجة لانخفاض القدرة الشرائية فإن معدل الإنفاق على شراء الصحف و نتيجة لانخفاض القدرة الشرائية فإن معدل الإنفاق على شراء الصحف لدى الطلاب يعد معدلا منخفضا.
- د- تختلف الدوافع العامة للقراءة لدى أفراد العينة و كانت هذه الدوافع على النحو التالي :
 - 1- جاء دافع التعرف على أخبار العالم في المرتبة الأولى و يليه المساعدة في فهم ما يجري.
 - 2- و في المرتبة الثالثة جاءت الرغبة في إشباع حب الاستطلاع و قضاء وقت الفراغ في قراءة الصحف في المرتبة الرابعة.
 - 3- أما الدافع الخامس، لأن الصحف تساهم في المساعدة على المشاركة بالحياة السياسية و الصحف أكثر تعبيرا عن مشاكل المجتمع في المرتبة السادسة.
 - 4- و في المرتبة السابعة دافع التزويد.¹

و تتجلى صلة دراسة الدكتورة سحر محمد وهي بدراستنا من خلال التعرف على إتجاهات الجمهور نحو قراءات الصحف و دوافع الإقبال عليها كونه الهدف الأساسي لدراستنا أيضا.

4- كما تبين من خلال دراسة "ميدانية حول الصحافة اللبنانية" أن نسبة قراءة الصحف في لبنان هي لبنانيان من أصل ثلاثة لا يقرؤون الصحف غالبا و يبلغ المتوسط العام لقراءة الصحف

1- سحر محمد وهي : بحوث في الإتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 1996، ص81.

في بيروت 85 % مقابل أدنى معدل في المنطقة الجنوبية، حيث لا يتجاوز نسبة اللبائين الذين يقرؤون الصحف 61 %، و يقرؤون الصحف العربية 80 % منهم 14 % لا يقرؤون الصحف الصادرة باللغة الفرنسية و سجلوا أعلى نسبة في بيروت 38 % مقابل أقل قراء الصحف باللغة الفرنسية في العالم.

و تبين دراسة ميدانية أجراها إتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري على خمسة آلاف من اليبالغين 16 سنة فأكثر، في جميع عواصم محافظات مصر، عدا محافظة الوادي الجديد أكثر من أربعة أخماس مجموعة الدراسة المتعلمين 2.8 % من حجم العينة يقرؤون الصحف بانتظام مقابل 12.1 يقرؤها أحيانا.¹

2 - الدراسات الاستطلاعية :

1- دراسة المؤسسة العربية للبحوث و الدراسات الاستشارية للصحف اليومية السعودية في فبراير 1988، أن متوسط عدد قراء جريدة عكاظ السعودية يوميا على مستوى المملكة تين أن 230.000 شخص بنسبة 22,9 % من إجمالي القراء السعوديين تاليها الجزيرة 20,7 % و الرياض 91,2 % فالمدينة 16,5 %.

2- دراسة صالح أصبح و توفيق يعقوب تحت عنوان "قراءة الصحف في دولة الإمارات العربية المتحدة" التي تمت في مارس 1984 عينة عشوائية من قراء الصحف العربية من مواطنين و وافدين عرب تتكون من 119 مبحوثا لاستبعاد استمارات الذين لا يقرؤون الصحف أن الصحيفة هي الوسيلة المفضلة لمتابعة الأخبار لدى 59,5 % من أفراد العينة يليها التلفزيون حيث يفضل 32,5 % فالراديو 8 % ويطالع 77 % من المبحوثين صحفهم يوميا و 48 % يقرؤها بعد العمل و يحتفظ 60 % من المبحوثين الصحيفة أو يجزء منها بعد الانتهاء من قراءتها و تبين من دراسة أجرتها المؤسسة العربية للبحوث و الدراسات الاستشارية للصحف اليومية السعودية في فبراير 1988 أن متوسط قراء عكاظ السعودية يوميا على مستوى المملكة 230.000 شخص بنسبة 22,9 % من إجمالي القراء السعوديين تليها الجزيرة 20,7 % و الرياض 91,2 %.²

1- عاطف علي العبد : الإتصال و الرأي العام دار الفكر العربي مصر، 1993 ، ص 183-184.

2- عمود علم الدين : الصحافة في عصر المعلومات الأساسية و للمتحدثات، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999، ص 233.

3- ملاحظات عامة على هذه الدراسات : نستنتج مما سبق، أن الدراسات و البحوث التي تناولت علاقة الجمهور بمقروئية الصحف كان تركيزها عموما على معرفة الاتجاهات القائمة بين الجمهور و الصحف ، وقد أظهرت هذه الدراسات أن هناك انخفاض المقروئية بأوساط القراء وأن جمهور القراء لا يواظب بانتظام على قراءة الصحف المدروسة، كما جاء في دراسة الدكتور عكة زكرياء عن العلاقة القائمة بين جمهور القراء و الجرائد اليومية .

وقد أكتفت الدراسات السابقة التركيز على العلاقة القائمة بين الصحف و القراء و مدى المقروئية لدى الجمهور القراء وكذا التعرف على أنماط التعرض أو عادات القراءة لدى جمهور الصحف كما تم اختيار أفراد العينة بطريقة عشوائية.

فكل الدراسات السابقة لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع البحث، بالرغم من عدم تغلغلها في البحث عن العوامل المؤثرة في جمهور القراء لتفضيلهم صحيفة عن أخرى أو الدوافع و الأسباب الكامنة وراء الإقبال على المقروئية أو العزوف عنها. ومدى تأثير الصحف الأجنبية على المقروئية بصفة عامة و الصحف الوطنية بصفة خاصة وانعكاسات هذا التعرض، إلى جانب التعرف على العلاقة القائمة بين القراء و الوسيلة وهل تلي هذه الصحف العربية والأجنبية حاجات القراء.

الفصل الثاني

إستخدامات الجمهور للصحافة و عمليات التأثير.

المبحث الأول : وظائف الصحافة.

المبحث الثاني : إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال الجماهيري.

المبحث الثالث : تأثير الصحافة على جمهور القراء.

المبحث الرابع : مستقبل التأثير في ضوء المنافسة بين وسائل الإعلام.

جامعة الجزائر
الدراسات للعلوم الإسلامية

مقدمة

شكلت دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، لدى كثير من الباحثين حيزا كبيرا خاصة و أن الإنسان المعاصر يستقبل جميع وسائل الاتصال يوميا، إلا أن هذا الأمر دفع بالعلماء و الباحثين للاهتمام بدراسة التأثيرات، خاصة بعد ما أصبحت وسائل الاتصال مصدرا لتحديد تصرفات الأفراد و هذا التأثير لا يقتصر فقط على الأفراد بل يتعداه إلى الجماعة و المجتمع. كما أكد الباحثون عن طريق استخدام وسائل الإعلام سعى الأفراد لتحقيق الحاجات العاطفية و المعرفية و كذا الاندماج الشخصي و الاجتماعي و الهوائية و الترفيه و غيرها و مع التطور الحاصل في وسائل الاتصال الجماهيري، ظهرت دراسات في هذا الصدد تؤكد العلاقة الإرتباطية بين وسائل الإعلام المختلفة منها السمعية و المرئية و المكتوبة و بالرغم من خصائص و مميزات كل وسيلة و احتدام المنافسة بينها، دفعت بكل وسيلة إلى العمل لتأمين مكان لها في وسط وسائل الاتصال الجماهيري، و رغم المنافسة الشديدة التي احتدمت إلا أن وسائل الاتصال تعمل على أداء وظائف مشتركة و هناك حقيقة يتفق بصددتها الجميع ألا و هي أن وسائل الاتصال الجماهيري صارت جزءا من الوجود الفردي و الاجتماعي للإنسان الحديث و المجتمعات المعاصرة، فلا يمكن تصور الحياة بدون صحافة و كتب و تلفزيون و غير ذلك و بات لكل باحث و مفكر مفاهيم للوظائف التي أختلف في شأنها.

المبحث الأول

وظائف الصحافة

ظلت أدبيات الإعلام و لفترة طويلة تعامل مفهوم الصحافة و الاتصال الجماهيري بمعنى واحد، خصوصا عند تناول الوظائف التي تقوم بها الصحافة أو الاتصال الجماهيري، و في الحالتين تأثر تصنيف الوظائف بما كان يتوقعه الأفراد بشكل عام، و هو ما تم تطبيقه على الاتصال الجماهيري بعد ذلك. فوظائف الصحافة في أدبيات الإعلام هي الإعلام أو الإخبار ثم الشرح و التفسير، لما ينشر من أخبار و كذلك الإرشاد و التوجيه، ثم التعليم و التنشئة الاجتماعية، و أخيرا التسويق و الإعلان فالتسليّة و الترفيه. و هذه الوظائف تعتبر قاسما مشتركا من أدبيات وسائل الاتصال الجماهيري. إلا أنه من خلال الممارسات التي تمت خلال فترة تطوير المفهوم و الوسائل أمكن تحديد الوظائف في أطر عامة بالنسبة للقائم بالاتصال أو أجهزة السلطة من خلال الاستخدامات المتعددة خلال فترة النشأة و التطور¹ و لكن هل هناك قوانين عملية تحكم الوظائف التي تقوم بها الصحافة. و في سبيل البحث عن إجابة عملية عن هذا السؤال فإننا نطرح الفروض العلمية التالية :

1- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 48.

2- الصحافة و وظيفة التوعية و التنقيف و التأثير في الرأي العام :

لقد اجتاحت الفلسفة الليبرالية في سعيها لإحكام سيطرتها على الفكر الأوروبي و تحطيم بقايا الفكر الإقطاعي و ما يمثله من حكم مطلق تدعمه فلسفات العصور الوسطى، فكانت الصحف هي الأداة المناسبة، حيث بدأت الصحف تفتح صفحاتها لمختلف وجهات النظر بجانب الأخبار و ظهور فن المقال الصحفي، و ألوان أخرى من فنون الكتابة الصحفية الملائمة للترويج للفلسفة الجديدة، و بالتدريج بدأت الصحافة تلعب دورا - صار حاسما بعد ذلك- في التأثير في الرأي العام عندئذ أصبح للصحافة وظيفة ثانية -رئيسية- لا تقل أهمية عن وظيفة نشر الأخبار، ويقصد بالتنسيق تزويد الأفراد و الجماعات بعناصر معرفية جديدة.¹

و هذه الوظيفة الجديدة للصحافة لم تتم مرة واحدة، و إنما تمت و تطورت حسب تطور الصراع الاجتماعي و السياسي في المجتمعات الأوروبية، و لذلك لم يكن غريبا أن تواجه هذه الوظيفة الجديدة للصحافة بمقاومة صارمة من جانب الحكومات في ذلك الوقت. و على سبيل المثال فقد صدرت عدة قوانين في أكثر من بلد أوروبي في نهاية القرن السابع عشر يمنع الصحف من التعليق على الأحداث الداخلية و يمكن أن نعتبر أن قيام الثورة الفرنسية بداية التاريخ الحقيقي لصحافة الرأي.

فقبل الثورة حيث سيطرت الصحافة الخيرية كان ينظر إلى الصحافة من جانب النخبة المثقفة نظرة عدم التقدير و الاحترام و هذا ما عبر عنه الفيلسوف الفرنسي "جون جاك روسو" بقوله: "ما الصحيفة؟ ليست سوى نشرة عابرة لا فضل لها و لا فائدة فيها ... لا تفيد قراءها المهمل و المحتقرة من قبل الرجال المثقفين ... إلا في إعطاء النساء و الأغبياء غرورا فوق غرورهم"، كذلك فقد نعت المفكر الفرنسي "ديدرو" في موسوعته الصحف بقوله: "هذه الأوراق جميعها غذاء الجهلة و مورد الذين يريدون التحدث و الحكم بدون قراءة".

و قد حدث العكس تقريبا بعد الثورة فقد قلبت الثورة مقاييس الصحافة في فرنسا و أوروبا الغربية كلها و حولتها من صحافة خيرية صرفة إلى صحافة خبير و رأي، بل و لقد تفوق الرأي في بعضها في أهميته على الخبر، و قد ساعد على ذلك إن الثورة أعلنت ثم طبقت -وإن كان لفترة وجيزة- مبادئ حرية الصحافة التي صارت طوال القرن 19 بل و حتى أيامنا هذه هدفا يسعى إليه الصحفيون في العالم أجمع.²

و لعل أكبر دليل على تعاضم وظيفة الصحافة كأداة للتوعية و التنقيف و التأثير في الرأي العام قول "نابليون بوناپرت" و هو يتحدث عن قيمة صحيفة "لومونيتور" التي كانت لسان حاله: "لقد جعلت له

1- حبري خليل الجميلي : الاتصال و وسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، 1997، ص 23.

2- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 58.

مونتور قلب حكومتي و قوتها و كذلك وسيطي لذلك الرأي العام في الداخل و الخارج معا و لقد بلغ من أهمية الدور الذي تلعبه الصحافة أن قال روسو " : لا نحتاج إلى برهان كبير عن فائدة الصحافة و ضرورتها في الأوضاع الراهنة للأمة الفرنسية و علينا إيجاد سبيل لتثقيف جميع الفرنسيين بلا هوادة و بنفقة قليلة و بشكل لا يتعبهم، هذا السبيل هو الصحف السياسية أو المجلة ... هذا سبيل التعليم الوحيد للأمة الكبيرة التي لم تتعد بعد القراءة و التي تحاول الخروج من الجهل و العبودية. و لولا الصحف لما قامت الثورة الأمريكية".

3- الصحافة و وظيفة الإعلان : لقد ظهر الإعلان في الصحف منذ سنوات نشأتها الأولى و لكنه لم يتحول إلى وظيفة رئيسية من وظائف الصحافة إلا بعد فترة طويلة أي حوالي منتصف القرن التاسع عشر. و قد ظلت الصحف وقتا غير قليل تنشر الإعلان باعتبار نصائح *adricer* إذ لم تستخدم كلمة الإعلان *Advertissement* إلا في النصف الثاني من القرن السابع عشر.¹

و من الأسباب التي أعاققت الصحافة من أن تلعب دورها كاملا في نشر الإعلان هو استخدام الحكومات لأسلوب فرض الضرائب على الإعلان كوسيلة للحد من نمو نفوذ الصحف.

و لكن أهمية الإعلان أخذت تزداد في الصحف انعكاسا للتطور الاقتصادي في المجتمعات الأوروبية و خاصة بعد الثورة الصناعية. فقد أدت هذه الثورة إلى زيادة الإنتاج كبيرة بحيث احتاج إلى الإعلان في تصريف هذا الإنتاج، و قد تنامت وظيفة الإعلام في السنوات الأخيرة بشكل كبير حين أصبحت موارد الإعلان إحدى أهم و أقوى مقومات صناعة الإعلام.²

و لقد كان لزيادة إيرادات الصحف من الإعلان أثرها في تخفيض سعر بيع الصحف و هو الأمر الذي أحدث بعد ذلك انقلابا في الصحافة إذ أدى إلى ظهور ما يسمى بالصحافة الشعبية.

أي صحافة التوزيع الكبير، و هو الأمر الذي أدى إلى ظهور وظيفة جديدة من وظائف الصحافة و هي وظيفة التسلية.

4- الصحافة و وظيفة التسلية : لقد ارتبط بروز التسلية كوظيفة رابعة للصحافة كنتيجة لظهور

الصحافة الشعبية نفسها. فقد كانت أحد نتائج نمو الإعلام كوظيفة ثالثة من وظائف الصحافة. و تتمثل هذه الوظيفة في تقديم التسلية و هئية الراحة و القضاء على التوتر الاجتماعي.³

و التسلية نشاط قد يستعمله الإنسان مقروءا أو مرئيا أو مسموعا على هيئة آداب و فنون أو رياضة

1- فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح 1999، ص 32.

2- حسن عماد مكاوي : نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 65.

3- محمد عبد الحميد : نظرية الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 52.

مونتور قلب حكومتي و قوتها و كذلك وسيطي لذلك الرأي العام في الداخل و الخارج معا و لقد بلغ من أهمية الدور الذي تلعبه الصحافة أن قال روسو " : لا نحتاج إلى برهان كبير عن فائدة الصحافة و ضرورتها في الأوضاع الراهنة للأمة الفرنسية و علينا إيجاد سبيل لتثقيف جميع الفرنسيين بلا هوادة و بنفقة قليلة و بشكل لا يتعبهم، هذا السبيل هو الصحف السياسية أو المجلة ... هذا سبيل التعليم الوحيد للأمة الكبيرة التي لم تتعد بعد القراءة و التي تحاول الخروج من الجهل و العبودية. و لولا الصحف لما قامت الثورة الأمريكية".

3- الصحافة و وظيفة الإعلان : لقد ظهر الإعلان في الصحف منذ سنوات نشأتها الأولى و لكنه لم يتحول إلى وظيفة رئيسية من وظائف الصحافة إلا بعد فترة طويلة أي حوالي منتصف القرن التاسع عشر. و قد ظلت الصحف وقتا غير قليل تنشر الإعلان باعتبار نصائح *adricer* إذ لم تستخدم كلمة الإعلان *Advertissement* إلا في النصف الثاني من القرن السابع عشر.¹

و من الأسباب التي أعاققت الصحافة من أن تلعب دورها كاملا في نشر الإعلان هو استخدام الحكومات لأسلوب فرض الضرائب على الإعلان كوسيلة للحد من نمو نفوذ الصحف.

و لكن أهمية الإعلان أخذت تزداد في الصحف انعكاسا للتطور الاقتصادي في المجتمعات الأوروبية و خاصة بعد الثورة الصناعية. فقد أدت هذه الثورة إلى زيادة الإنتاج كبيرة بحيث احتاج إلى الإعلان في تصريف هذا الإنتاج، و قد تنامت وظيفة الإعلام في السنوات الأخيرة بشكل كبير حين أصبحت موارد الإعلان إحدى أهم و أقوى مقومات صناعة الإعلام.²

و لقد كان لزيادة إيرادات الصحف من الإعلان أثرها في تخفيض سعر بيع الصحف و هو الأمر الذي أحدث بعد ذلك انقلابا في الصحافة إذ أدى إلى ظهور ما يسمى بالصحافة الشعبية.

أي صحافة التوزيع الكبير، و هو الأمر الذي أدى إلى ظهور وظيفة جديدة من وظائف الصحافة و هي وظيفة التسلية.

4- الصحافة و وظيفة التسلية : لقد ارتبط بروز التسلية كوظيفة رابعة للصحافة كنتيجة لظهور

الصحافة الشعبية نفسها. فقد كانت أحد نتائج نمو الإعلام كوظيفة ثالثة من وظائف الصحافة. و تمثل هذه الوظيفة في تقديم التسلية و هئية الراحة و القضاء على التوتر الاجتماعي.³

و التسلية نشاط قد يستعمله الإنسان مقروءا أو مرثيا أو مسموعا على هيئة آداب و فنون أو رياضة

1- فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح 1999، ص 32.

2- حسن عماد مكاوي : نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 65.

3- محمد عبد الحميد : نظرية الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 52.

و قد يمارس الشخص نفسه كحرفة أو كهواية و هو عامل وظيفي هام تتطلبه صعوبة الحياة و تتعدد مشاكلها.

و لقد مكنت الزيادة المستمرة في الدخل الإعلاني الصحف من خفض قيمة الاشتراكات. و قد احدث هذا التطور انقلابا كبيرا في محتوى الصحف و دفعتها المنافسة في جذب أكبر عدد من القراء إلى استخدام مواد صحفية جديدة يثير جاذبية القراء و إقبالهم على الصحيفة، فاستحدثت الرواية المسلسلة التي استهدفت تسلية القراء، ثم أخذت الصحف تتنافس بعد ذلك في تقديم ألوان مختلفة من الفنون الصحفية التي تستهدف تسلية القراء و إمتاعهم، فبالإضافة إلى القصص و الروايات المسلسلة و التي بدأت للأسف تبتعد في الصحافة الأوروبية و الأمريكية عن الروايات الأدبية الرفيعة المستوى إلى المسلسلات البوليسية و المغامرات العاطفية أو القصص الخيالية أو القصص الجنسية أو قصص الألغاز، هناك أيضا أبواب الحظ و الكلمات المتقاطعة و المسابقات و الألغاز و الأحاديث و التحقيقات الصحفية الخفيفة مع كبار الفنانين و الشخصيات الاجتماعية البارزة. بالإضافة إلى نشر الصور الطريفة و الرسوم الكاريكاتورية الضاحكة.¹

و يذهب ستيفنسون Stephenson إلى أن الإمتاع و التسلية هما هدفان أساسيان للإعلام بوجه عام، و يرى أن ألوان المتعة القصصية قد أكدت على الجوانب الإخبارية و الإعلامية نفسها، حتى أصبحت الأحداث السياسية تقدم بطريقة درامية، كما تطورت أساليب الكتابة الصحفية لتروي أخبار الجريمة و السياسة و أبناء الفضاء و الحرب و السلام بطريقة إنسانية تقترب من القصص الفنية أو الأدب، و قد لاحظ ستيفنسون أن الإيقاع الإعلامي يسير على أساس فترات من الأخبار تمثل التوتر، يعقبها فترات من الترفيه تمثل الهدوء و الاسترخاء و ضرب مثلا بالصحافة الحديثة فيلى جانب الأخبار ——— و المقالات و الأحاديث رسوما شيقة، و صورا جذابة، و كاريكاتير و نكتا و قصصا و تمثيلات و هكذا يبدد الإمتاع الترفيهي كل آثار الضعف الإجباري و التوتر العصبي.

و يذهب بعض النقاد إلى أن وظيفة الترفيه قد تفسد الصحافة، لأنها تصرف الجماهير عن الأحداث الجادة، و تخلق جوا هرويا يصيب النفس بالمرض و قد تلجأ الأحداث الواقعية و المشكلات الحقيقية، و قتل روح النقد عن النفس لكن الحقيقة أن الصحافة كوسيلة إعلام ينبغي أن تتصف بالتوازن و الإتران فلا تسرف في الجدل إلى حد العبوس، و لا تتطرق إلى الترفيه إلى حد العبث و إنما ينبغي أن تسد الحاجات الإنسانية بما فيها من جوانب جادة و أخرى ضاحكة.²

1- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 63.

2- إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام و المجتمع، دار العربي للنشر و التوزيع 2002 ، ص 150.

5- الصحافة مصدر للتاريخ :

صارت الصحافة بمرور الوقت و بتعدد مصادرها و بتنوع أغراضها و شمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني. تقوم بوظيفة خامسة هامة و هي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية و بالتالي صارت مصدر من مصادر التاريخ.

إن ربع القرن الأخير شهد ما يمكن أن نسميه بثورة المعلومات التي تجاوزت كل توقعات المؤرخين و لم يعود في قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف أن يلبى حاجة المؤرخين إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة أو متابعتها و هو الدور الذي نجحت الصحافة في القيام به. فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية في حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع و تحليلها و الكشف عن أبعادها و دلالاتها و الصحف تكون مصدرا رئيسيا للمؤرخ حين يتعلق الأمر بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

و لكن الصحف تكون مصدرا ثانويا للتاريخ عندما يتعلق الأمر بدراسة الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية لمرحلة معينة من المراحل في مجتمع معين.

و الصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين :

أولهما : رصد الوقائع و تسجيلها و وصفها و الاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تصير أحد مصادر التاريخ.

و ثانيهما : القيام بقياس الرأي العام و آراء الجماعات و التيارات المختلفة إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة.¹

و إذا نظرنا إلى خبراء الإعلام و الصحافة في العالم، لوجدنا مثلا : "بيير ألبر" الذي يقدم لنا أربع وظائف اجتماعية كبرى تؤديها الصحافة، و هي الإعلام، و التسلية، و مداواة الأحوال النفسية و الإنصاف الاجتماعي.

1- الإعلام :

و هو نشر الحقائق و المعلومات و الأخبار الصحيحة حول كل ما يدور في الساحة الإنسانية العالمية، مع محاولة دفع الأفراد للتفاعل مع الأحداث.²

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق ، ص. 156.

2- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 65.

و الإعلام لا يقتصر فقط على نقل و شرح و مناقشة "الأخبار" القائمة الكبرى و الصغرى منها، و تقييم عناصر "المعرفة" و الإفادة، و لكن الإعلام هو أيضا التعبير عن الآراء و الأفكار و وجهات النظر، و نطاق هذا الإعلام يعتبر أساسا غير محدد الأطراف، و لكنه هنا في الواقع يبدو محدود العالم.¹

أولا : من ناحية فضول القراء الذي لا يمتد بنفس الدرجة إلى كافة مظاهر الحياة في العالم، و ثانيا : لطبيعة الصحافة نفسها، التي مازال الكثيرون يعتبرونها مجرد أداة لوصف كل ما هو سطحي أو مبهر أو ما كان وليد للمصادفة، إننا نجد الصحافة مثلا تتحدث و تسرب في سرد السكك الحديدية، أكثر من حديثها عن القطارات التي تصل في موعدها المحدد، نجدها تتحدث عن مشاكل العمل أكثر من حديثها عن أوجه النشاط المعتادة، في نطاق الأعمال المختلفة، إن هدف الجريدة ليس هو التعليم، بل إثارة الاهتمام و هناك مثال أمريكي قدم يقول : لقد عض كلب رجلا و هذا في حد ذاته ليس خيرا، و لكن إذا "عض رجلا كلبا" فهذا هو الخير ... و طبيعي أن هذا المثل يعني الكثير، و الصحافة لا يمكن أيضا أن تكون موضوعية ليس فقط لأن مفهوم الحقيقة هو مفهوم نسبي، و لكن هناك سببا آخر و هو أن اختيار الأخبار و تأويل الوقائع و إظهار بعض المواضيع و ذاتية الأدلة التي يقدمها الصحفيون، كل ذلك لا يسمح مطلقا بأن يراودنا أي أمل بأن نجد في الصحافة عرضا مطابقا تماما للحقيقة و لتشعب الأحداث و تعقدها.

من هذه الوظيفة التقليدية للإعلام، تنبثق وظيفة الإمام بالموضوع و التضلع به، و من الملاحظ أن تقدم العلوم و الوسائل الفنية، يعمل على جعل الكتاب و المجلدات تبدو كأشياء أحنى عليها الدهر، فالصحافة تتكفل بعرض مختلف المعارف، ليس فقط بواسطة وسائلها الفنية و المهنية، و لكن بنشرها دائما مختلف المواضيع في الجرائد الإعلامية العامة أي (غير المتخصصة)، و غالبا ما تحفظ مثل هذه المواضيع التسجيلية بعد أن تقص من الجريدة نفسها، و بذلك أصبحت الصحافة في كل القطاعات بمثابة الأداة الأساسية للرجوع إلى أي مستند أو تسجيل.

و بفضل بعض المطبوعات المتخصصة أو الموضوعات المتخصصة بالجرائد الإعلامية العامة، تعتبر الصحافة بمثابة الأداة المميزة لتبسيط المعارف في نطاق القاعدة الجماهيرية الكبرى، بل هي أيضا بمثابة أداة مميزة للتعليم الدائم.

إن وظيفة التعليم تتضافر مع وظيفة الإعلام، فالصحافة تقدم لقرائها خدمات عديدة بمساعيهم، و بإسداء النصح لهم بخصوص أوجه نشاطهم اليومية، و هذا الإعلام "الخادم"، يعتبر ذو ضرورة مؤكدة

1- عواشة محمد حقيق : الرأي العام بين الدعاية و الإعلام ، الجامعة المفتوحة، الطبعة الثانية 1998، ص 132.

في المجتمعات التي أصبحت علاقات الأفراد بالمجموع متزايدة التعقيد و التشابك، و تساعد على توفير مثل هذا الإعلام في كثير من الأبواب، مثل المواضيع الخاصة بجداول السباق و برامج الاستعراضات و جداول المواعيد المختلفة و الأرصاد الجوية و المذكرات اليومية و استطلاع الحظ و المواضيع الخاصة بالنصائح و الإعلانات الصغيرة و أيضا الدعاية.¹

2- الترفيه: و تتمثل هذه الوظيفة في تقديم التسلية و هئية الراحة و القضاء على التوتر الاجتماعي.² و هي ثاني الوظائف الكبرى التي تؤديها الصحافة، فقراءة الجريدة في حد ذاتها عملية استرخاء، مهما كان الهدف منها، و لكن غالبا ما يكون الهدف من القراءة الهروب خارج نطاق الواقع اليومي، أكثر منه بحثا عن أحداث العالم. إن الصحافة توفر كافة أوجه الترفيه و التسلية من ألعاب، و استعراضات و موسيقى. كما تقدم أيضا قصصا خيالية و في أغلب الأحيان قد يصعب على القارئ أن يستنبط الناحية الخيالية، من الواقع في مثل هذه القصص و الروايات، و يلاحظ أن المواضيع التي يركز عليها أهمية قصوى هي الخاصة بالألعاب، و تقدم الاستعراضات الرياضية، و غيرها و القصص العاطفية، و المسلسلات المصورة و كذلك المواضيع التي تحمل في طياتها المنادة بمذهب أو مبدءاً، و كذلك مواضيع عامة مختلفة الألوان، و ذلك يبين لنا أن الصحافة تهدف دائما لتسلية القارئ، و الصور نفسها التي تنشر الجرائد، تساعد غالبا على الإيجاء و التخيل و الهروب من الواقع، أكثر مما تساعد على الشرح و التوضيح.

و الترفيه نشاط قد يستقبله الإنسان مقروءا أو مرئيا أو مسموعا، على هيئة آداب و فنون أو رياضة، و قد يمارسه الشخص نفسه كحرفة أو هواية و هو عامل وظيفي هام تتطلبه صعوبة الحياة و تعدد مشاكلها.³

3- العلاج النفسي الوجداني :

أن المواضيع التي يركز عليها أهمية قصوى و هو الوظيفة الثالثة التي تؤديها الصحافة .. و مما لا شك فيه أن قراءة الصحف لها تأثير مؤكد و مركب على الحالة النفسية و العقلية للقارئ، أنها تعمل على إيجاد نوع من التوازن في حالته النفسية العقلية و تنفيذ و تلطيف الغرائز الدفينة، و تعويض الشعور بالغبن و الاضطهاد و التماثل بنجوم العصر .. و لكن بعض مبادئ الأخلاقيات التقليدية تنعي على الصحافة استغلالها الدائم لمظاهر العنف و الجرائم، و اندفاع الم——شاعر العاطفية، و الفضاء——

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : مرجع سابق، ص 158.

2- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 52.

3- عواشة محمد حفيق : مرجع سابق، ص 132.

العائلية و السياسية، و التطفل على حياة نجوم العصر، و نشر الصور المثيرة للغرائز و لكن يجب أن نذكر هنا أن نجاح هذا النوع من الموضوعات يرجع فعلا إلى منبت الصحافة الأول و يتشابه معه نوع من الأدب العاطفي، إن مثل هذه المواضيع ليست قطعاً مستحدثة، و الأحداث القائمة إذ هي قدمت للقارئ بمثل هذا النحو لا تعتبر مثالية، و لكن مثل هذا العرض قد يساعد بطريقته القارئ على أن يسترخي، مستعينا بالحلم و التخيل أو بالسخط و الحنق، و أن يقدم له مواضيع شتى للمحادثة مع الغير.¹

4- الاندماج الاجتماعي للفرد داخل المجتمع :

فقرأة الصحيفة ما هي إلا نوع من الحوار، أو نوع من الانفتاح على العالم و هي تتيح للقارئ أن يتبوأ مكانا مناسباً في محيطه المحلي أو الإقليمي أو الوطني. كما تدعم القراءة من انتماء الفرد إلى مختلف الجماعات المهنية أو غيرها، أو التجمعات الثقافية و الفكرية أو السياسية. إن الجرائد ما هي إلا وكلاء لجعل الأفراد يتعلقون بالكيان الاجتماعي، إنها تحطم أسوار عزلتهم و تشجعهم على المساهمة في أوجه النشاط الاجتماعي، و سواء كان الأمر يتم صراحة أو ضمناً، فإن الصحافة تعمل في كافة أنحاء البلاد و في أجواء كافة النظم من خلال تنوع عناصرها، تعمل على تشجيع الآراء، بالقيم الأخلاقية و الثقافية و السياسية، التي تعمل بالتالي على تدعيم الترابط الوطني و التضامن من الميثاق الاجتماعي، و هناك انتقادات يوجهها بعض المعارضين لبعض النظم القائمة، فهم يصفون الصحافة بكونها المركبة المميزة التي تعطيها "الأيدولوجية الحاكم" بكل ما تتضمنه من أنماط ثقافية أو فنية و ملابس و غيرها .. و لكن هذه الانتقادات تبدو غير ناضجة تماماً، فكيف مثلاً تستطيع أي صحافة مثلاً أن تتخاطب مع مواطنين موالين جميعاً للنظام القائم، و للقيم التي تشد أزره، و في نفس الوقت تعارض هذه النظم و القيم معارضة تامة ؟ و طبيعي جداً، خاصة في نطاق حكم الأكثرية. أن الصحف التي تعارض النظام القائم و النظام الاجتماعي، لا تجد سوى قليل من القراء.

و عموماً فإن الصحافة - كما يؤكد "بيير ألبيير" - تؤدي خدمة مؤكدة، و يعتبر الدور السياسي من أهم و أوضح تلك الخدمات، إن الصحافة تحيط المواطنين علماً بالمشاكل القائمة، كما أنها تعرض عليهم الحلول التي تقترحها الحكومة و الأحزاب و الفئات الاجتماعية، و بهذه الوسيلة تنير لهم الطريق لاتخاذ مواقفهم السياسية و إبداء آرائهم. أما في البلاد التي يحكمها نظام مستبد، فإن الصحافة توجه كلية لخدمة السلطة الحاكمة، و لا تتمتع الصحف عندئذ بأي إستقلال و يعتبر الصحفيون في هذا الحال مجرد مستخدمين، و هنا لا تعدو الصحافة أن تكون سوى أداة إعلامية للخدمة العامة، و في

1- حسن عماد مكاي : نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 159.

إطار النظم السياسية التي تتمتع بحكم الأغلبية، فإن الصحافة تتحول إلى "سلطة رابعة"، و هذه السلطة ملزمة بمراقبة حسن أداء السلطات الثلاث الأخرى، و هي ملزمة أيضا بأن تندد مما قد تقوم به السلطات الثلاث من إستغلال، و أن تبين و تنير الطريق أمام قراراتها، و تستطيع الصحافة أن تحقق ذلك، بتعبيرها عن آراء و رغبات مختلف الفئات الإجتماعية، و هذه الوظيفة المعقدة التي تتضامن في طياتها المراقبة و النقد، و توسيع نطاق الجدل في مناقشة الآراء، و التحكيم فيما يختص بتعارض المصالح. هذه الوظيفة تتطلب بداهة إستقلال و حرية عناصر تلك "السلطة المعارضة"، و حريتها في التعبير.

و يطلق "مارشال ماكلوهان" على الصحافة أنها : كرسى إعراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة، إذ أن في إستطاعتها تكوين الأحداث بإستخدامها أو بعدم إستخدامها، و هو يرى بأن الصحافة تبدو بحرية أوسع حيث تكشف النواحي القبيحة للحياة، كما يقول المثل : "إن الأخبار الحقيقية هي الأخبار السيئة، سواء عن شخص أو بالنسبة له"، ففي سنة 1922 حرمت مدينة "مينابوليس" من الصحف لمدة ثلاثة شهور، و كان مدير شرطة هذه المدينة يقول : "صحيح أن الأخبار تنقصني و لكن فيما يتعلق بعملية أرجو أن نظل بلا صحف إلى الأبد، فالجرائم تقل بدون صحف لا تتحدث عنها، و بالتالي لا تروج لها بين الناس" !!¹

و عن الإعلانات في الصحف يقول "ماكلوهان" : "و يتوهم عشاق الأدب أن الصحافة يمكن أن تكون أفضل لو تخلصت من الإعلانات و نفوذ المعلنين، و قد برهنت بعض الاستبيانات أمام دهشة ناشري الصحف أنفسهم، أن نظر قرائهم المتسكع يتذوق التحقيقات الصحفية كما يتذوق الإعلانات. ففي الحرب العالمية الثانية كانت الحكومة ترسل إلى جيوشها فيما وراء البحار طبعات خاصة بلا إعلانات، فالأمر طبيعي للغاية، ذلك أن الإعلانات هي الجزء الأهم من المحلة أو من الجريدة، فإعداد الإعلان يتطلب جهدا و تفكيراً و فطنة و فنا أكثر مما تتطلب كتابة مقال تحقيق في جريدة أو مجلة".

"إن الإعلانات ما هي إلا أخبار و عيبها أنها دائما أخبار سعيدة، و للاحتفاظ بالتوازن لا بد - إن أردنا أن نبيع هذه الأخبار الطبيعية- أن ننشر العديد من الأخبار السيئة، و إضافة إلى ذلك فإن الصحيفة وسيلة ساخنة Hot (أي درجة وضوحه مرتفعة : High definition أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، و هي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، و لا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي) فهي إذا في حاجة إلى أخبار سيئة لتضمن مشاركة القراء لافتقارها إلى الشدة و الكثافة. إن الأخبار الحقيقة هي الأخبار السيئة، كما سبق أن لمنا إلى ذلك، و كما تشهد عليه كل الصحف منذ اختراع المطبعة، فالفيضانات و الحرائق و سائر الكوارث الج—ماعية

1- حسن عماد مكاري : مرجع سابق، ص 130.

التي تحدث على الأرض، و في البحر أو الجو تفوق على أي مأساة، أو أي إثم شخصي كمادة خبرية و بالمقابل، فإن الإعلانات لا بد لها أن تذيع بأعلى صوتها و بوضوح رسائلها لتنافس قوة اختراع الأخبار السيئة".

و عن ضرورة الصحافة الحكومة الديمقراطية، يقول: "ماكلوهن" و في تحليل للصحافة بعنوان: الفرع الرابع للحكومة، يلاحظ "دوجلاس كاتر": باستغراب و بدون أن يعرف الكيفية، الصحافة هي التي تربط مختلف الخدمات التي تتشعب إدارات الحكومة من أجلها".

و يقول "إدوارد واكين": "أن الصحف هي المورد الأكبر للكميات الضخمة من المعلومات اليومية، و حسب المرء أن يلقي نظرة على قوائم أسعار سوق الأوراق المالية و على نتائج المباريات الرياضية المفضلة، و على الإعلانات المبوبة ليدرك حقيقة ها القول، و لو أذيعت هذه التفاصيل جميعا لتسمع أو ترى لا تستغرق معظم الناس، فليس للراديو و لا التلفزيون وقت للخوض في التفاصيل الضرورية الخاصة بأي رواية إخبارية كبرى أو متشابكة".

و الصحف إذ تقارن غيرها من وسائل الاتصال، تقدم لنا كمية كبيرة من المعلومات و في وسعها معالجة الروايات الإخبارية المفرطة التعقيد و التشابك، أي الروايات التي تحتاج إلى ملاحظة دقيقة، و يتعين تقديم شروح لها، يضاف إلى ذلك، أن الصحف إنما تقرأ على هوى المستهلك و في وسعه أن يعرف محتويات الجريدة سلفا و يختار منها ما يشاء".¹

ثانيا : وظائف الصحافة و اختلاف النظام السياسي و الاجتماعي :

إن وظائف الصحافة تختلف من مجتمع إلى آخر و ذلك باختلاف النظام السياسي و الاجتماعي و الاقتصادي القائم في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة. فوظائف الصحافة في المجتمعات الليبرالية تختلف عن وظائفها في المجتمعات الاشتراكية²، و هذا التصور يقوم على أساس الاختلاف في الوظائف يتم وفقا لثلاثة متغيرات، المتغير التاريخي و المتغير الحضاري و المتغير الموضوعي لمتغير السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي.

I - وظائف الصحافة في المجتمعات الليبرالية :

لقد انعكس الواقع السياسي و الاجتماعي في المجتمعات الليبرالية على مفهوم الصحافة و بالتالي على الوظائف التي تقوم بها الصحافة في تلك المجتمعات بحث تنفرد بأداء وظيفتين هامتين :

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : مرجع سابق ، ص 156 - 162.

2- محمد منير حجاب : الاعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 1998، ص 143.

1- تدعيم المشاركة الشعبية في الحكم :

تقوم الصحافة في المجتمعات الليبرالية بنشر البيانات و المعلومات عن اتجاهات و خطط الحكومة ثم هي تقترح ما يجب القيام به لحسن تنفيذ هذه الخطط، ثم هي تظهر رد الفعل الشعبي تجاه سياسات الحكومة و خططها، و هو الأمر الذي يكشف للحكومة عن حقيقة اتجاهات الرأي العام، مما يساعد في اتخاذ القرار السياسي، أي تدعيم المشاركة الشعبية في الحكم.¹

كذلك فإن القائد السياسي يحتاج في المجتمعات الليبرالية إلى الصحافة، كأداة يشرح عن طريقها سياسته للنخبين، و في نفس الوقت فالصحافة هي التي تكشف عن رد الفعل الشعبي تجاه هذه السياسة سواء من جانب الصحافة المعارضة و التي يمكنها أن تكشف للشعب أخطاء هذه السياسة أو من خلال الصحافة المؤيدة التي يمكن أن تكشف عن مقدار التأييد الشعبي لهذه السياسة، أو من خلال الصحافة المستقلة التي تؤيد أو تعارض حسب رؤيتها الخاصة لمدى سلامة السياسة أو خطأ السياسة.

و من أبرز أمثلة هذا الدور الذي تقوم به الصحافة في تدعيم المشاركة الشعبية في الحكم، الدور الذي قامت به صحيفة "نيويورك تايمز" أثناء حرب فيتنام حيث نشرت الصحيفة سبعة آلاف وثيقة سرية من وثائق وزارة الدفاع الأمريكية البنتاغون 1971 و هي تكشف عن الفضائح التي كان يرتكبها الجيش الأمريكي في فيتنام.²

و قد ظلت الصحيفة توالي نشر هذه الوثائق السرية رغم المعارضة العنيفة من جانب الحكومة الأمريكية حتى استطاعت أن تثير الرأي العام الأمريكي على هذه الحروب، فقامت المظاهرات و توالى الاحتجاجات الشعبية حتى انتهى الأمر بالانسحاب الأمريكي من فيتنام.

2- تنظيف المجتمع من الفساد :

تقوم الصحافة في المجتمعات الليبرالية بدور الرقيب على الحكومة و على المشروعات العامة و الخاصة و تقوم بالكشف عن الانحرافات و الأخطاء التي ترتكب في حق الشعب. و تساعد الصحافة في المجتمعات الليبرالية على القيام بهذا الدور الحرة الواسعة التي تتمتع بها الصحف في هذه المجتمعات من ناحية، ثم من الحماية التي يكفلها القانون للصحف التي تتعرض لقضايا الانحرافات من بطش السلطات الحاكمة من ناحية ثانية، كذلك فالقانون في هذه المجتمعات يعطي للصحفي حق عدم الإفشاء بأسماء المصادر التي تغذيه بالمعلومات من ناحية ثالثة.

1- فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، مرجع سابق، ص 38.

2- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، المرجع السابق، ص 67.

و لقد نجحت بعض الصحف الأوروبية و الأمريكية في أن ترسل العديد من السياسيين و النقيبين — كبار رجال الأعمال المنحرفين إلى السجون.

ومن أبرز الأمثلة على نجاح الصحافة الليبرالية في أداء هذه الوظيفة، الحملة التي كشفت فيها الصحيفة "الواشنطن بوست" الأمريكية في يوليو 1972 فضيحة و تورط الرئيس الأمريكي الأسبق نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي و هو الحزب المنافس للحزب الجمهوري الذي ينتمي إليه الرئيس نيكسون و قد انتهت حملة "الواشنطن بوست" باستقالة نيكسون من رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية.

II - وظائف الصحافة في المجتمعات الاشتراكية :

إن وظائف الصحافة في المجتمعات التي تتبنى الفلسفة الماركسية، ليست سوى انعكاس للنظرة الماركسية إلى الصحافة و ذلك باعتبارها عملية التقاط المعلومات الاجتماعية و تنقيحها و نشرها و أمّا تصور فكري مسبق عن هدف و إستراتيجية النشاط الاجتماعي لطبقة اجتماعية معينة. فالصحافة في الفلسفة الماركسية إنما هي ظاهرة ملتزمة تخدم باستمرار طبقة اجتماعية معينة بالإضافة إلى خدمة الإستراتيجية و التكتيك اللتين تستخدمهما هذه الطبقة.

فالواقعية و الالتزام هما الخاصيتان اللتان تميزان الصحافة الاشتراكية و الصحفيون من وجهة النظر الماركسية يقومون بنشاطهم باعتبارهم جزء من طبقة اجتماعية أي أنهم يمثلون هذه الطبقة. و على ضوء هذا المفهوم الماركسي للصحافة ... نجد الصحافة في المجتمعات الاشتراكية تنفرد بأداء الوظائف التالية.

أ- الدفاع عن النظام الاشتراكي : و ذلك بإبراز الإنجازات التي تحقّقها التجربة الاشتراكية في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة بالتأكيد على المكاسب التي تعود على الطبقة العاملة في النظم الاشتراكي.

ب- التوعية الأيديولوجية : و ذلك بشرح أسس الفلسفة الاشتراكية و تبسيطها لجمهور القراء من أجل تكوين الوعي الاشتراكي.

ج- الصحافة سلاح فعال في الصراع الإيديولوجي : تستخدم الصحافة في المجتمعات الاشتراكية كسلاح فعال في مواجهة الأفكار و الفلسفات البرجوازية المناهضة للفلسفة الاشتراكية. كذلك تستخدم الصحافة لمقاومة و كشف التيارات التحريفية داخل المعسكر الاشتراكي.

و تبقى لنا ملاحظتان على وظائف الصحافة في المجتمعات الاشتراكية:

الملاحظة الأولى : أنه في الوقت الذي تلعب فيه الصحافة الاشتراكية دورا فعلا لتعبئة الجماهير و توجيهها لخدمة الإيديولوجية الاشتراكية، فإن الصحافة في المجتمعات الليبرالية. فقدت الكثير من تأثيرها الإيديولوجي بدليل أن الصحف الحزبية لم تعد لها قيمة كبرى في مثل هذه المجتمعات.

كما كان شأنها في الماضي و يكفي أن نعرف أن الصحيفة الحزبية الوحيدة في إنجلترا وهي صحيفة "المورنج ستار" و هي صحيفة الحزب الشيوعي البريطاني لا توزع أكثر من ستين ألف نسخة خارج بريطانيا .. و هناك عشرين ألف نسخة هي مجموع ما يشتريه القراء من هذه الصحيفة و في مقابل ذلك نجد العددي من الصحف الغير حزبية في بريطانيا يصل توزيعها إلى أكثر من خمسة ملايين نسخة.¹

إن ضعف التأثير الإيديولوجي للصحافة في المجتمعات الليبرالية لا يظهر فقط في ظالة توزيع الصحف الحزبية و إنما يكشف عنه أيضا ضعف تأثير هذه الصحف على أصوات الناخبين .. و في الولايات المتحدة الأمريكية. كانت 57 % من الصحف اليومية تؤيد مرشح الحزب الجمهوري "ريتشارد نيكسون" في إنتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1960، في حين لم يكن يؤيد مرشح الحزب الديمقراطي "جون كيندي" سوى 16 % من الصحف الأمريكية و رغم ذلك فإن "جون كيندي" فاز بمنصب الرئاسة.

الملاحظة الثانية : هناك وظائف معينة للصحافة قد توجد في كل من المجتمع الليبرالي و المجتمع الاشتراكي و لكن مضمون هذه الوظائف يختلف في الحالتين اختلافا شاملا .. و لعل أوضح نموذج على ذلك وظيفة الإعلان، فهي موجودة في المجتمع الليبرالي و كذلك توجد في المجتمع الاشتراكي و لكن الإعلان في المجتمع الليبرالي إعلان تنافسي يعبر عن المنافسة التجارية لذلك فهو "جو كل الحرية لا قيود تفرض على استخدامه و يترك للأفراد حرية الحكم عليه و أن المستهلك الذي هو هدف إغراء الإعلانات المتنافسة لسلع متنافسة حر تماما في الاختيار بينهما .. و هو بهذا الاختيار يشجع إنتاج السلع التي تستحوذ على رضاه الكامل و يتسبب في خفض إنتاج السلع الأقل استحابة لاحتياجاته و ذوقه".

أما الإعلان في المجتمع الاشتراكي، فهو إعلان تعريفي حيث يختفي الإعلان الخاص اختفاء تاما و يصبح أداة في أيدي القادة دون غيرهم و يستخدمونه لدعم وسائل القوة و الدفاع و نظام التوزيع بالبطاقات و كذلك لأغراض اقتصادية قومية ، كتنمية الصادرات و السياحة و استخدام السلع البديلة ثم لأغراض إيديولوجية كتطوير التعليم في الاتجاه المطلوب و الرياضة و الصحة ..

1- فاروق أبو زيد : مقدمة في الصحافة، مرجع سابق، ص 41.

ثالثا : وظائف الصحافة و اختلاف درجة التطور الحضاري.

إن وظائف الصحافة تختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر و ذلك باختلاف درجة التقدم الحضاري في المجتمع التي تصدر فيه الصحيفة .. فوظائف الصحافة في المجتمعات النامية تختلف عن وظائفها في المجتمعات المتقدمة.

1- وظائف الصحافة في المجتمعات النامية :

تقوم وسائل الإتصال بوظيفة هامة تتمثل بدورها في خدمة قضايا التنمية ، لا سيما في الدول النامية التي تتطلع لمحاربة التخلف و تحمي النهوض الاقتصادي و التغيير الاجتماعي.¹

لقد ظهر إصطلاح المجتمعات النامية عقب الحرب العالمية الثانية و قد قصد به الإشارة إلى ما كان يسمى قبل الحرب بدول ما وراء البحار .. و أغلبها كان خاضعا للاستعمار الغربي.

و النسبة الكبرى من هذه الدول تضم مجتمعات مختلفة .. أي تلك التي تسودها أساليب إنتاج متخلفة مع ما يرتبط بذلك من بياض ثقافي متخلف : أما مظهر التخلف فيكمن في اختلاف الهيكل الاقتصادي مثل اختلاف العلاقة بين الموارد البشرية و الموارد المادية و الاختلال بين نسبة الصادرات إلى نسبة الواردات و من مظاهر هذا التخلف أيضا تخلف البنيان الاجتماعي، الذي يكمن في سيادة قيم و عادات و أنماط و سلوك متخلفة .. أي لا تتلائم مع مقتضيات النمو الاقتصادي و قد أطلق على هذه الدول المتخلفة اصطلاح الدول النامية تخفيفا للوضع السيئ للاصطلاح الأول من ناحية .. ثم للإشارة إلى المحاولات الجدية من جانب عرض هذه الدول لتخطي الواقع المتخلف من ناحية ثانية.

و لقد أطلق على عملية تخطي الواقع المتخلف : التنمية .. !

و يقصد بها عملية نقل المجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم أو عملية الانتقال من الوضع الاجتماعي المتخلف إلى الوضع الاجتماعي المتقدم .. و هكذا التقدم يقتضي تغييرا جذريا في أساليب الإنتاج المستخدمة بما تتضمنه من قوى الإنتاج و علاقات الإنتاج .. و تتطلب أيضا تغييرا جذريا في البنيان الثقافي و التنمية، تضمن إدخال أخبار جديدة في النظام لاجتماعي و ذلك للوصول إلى مستوى أعلى و إلى دخل أكبر عن طريق استخدام و تماثل إنتاج أكثر حداثة و عدالة أكثر في توزيع الفوائد و المزايا الاقتصادية و الاجتماعية.²

1- برهان شاي : مرجع سابق، ص 95.

2- أحمد بدر: الإتصال بالجمهور بين الإعلام و الدعاية و التنمية، دار الفكر للنشر و الطباعة، القاهرة 1998، ص 363.

و لقد ترتب على هذا الواقع المتخلف في الدول النامية، أن انفردت الصحافة في هذه الدول كأداة لوظيفة هامة و هي : المساهمة في التنمية الوطنية و يمكن أن ندرك أهمية هذه الوظيفة الجديدة للصحافة في المجتمعات النامية عندما نعرف، و الواقع العملي يؤكد ذلك أن التنمية لا تحقق إلا بمشاركة جميع أفراد الشعب و لكي تتحقق المشاركة الشعبية في التنمية لابد للشعب أن يعترف و يدرك الأبعاد الحقيقية للمشكلات الأساسية التي تواجهه.

و لكن معرفة الشعب و إدراكه للمشاكل لا يكفي لدفعه إلى المشاركة في التنمية و إنما لابد من إثارة اهتمام المواطنين بقضايا التنمية و ذلك بربط هذه القضايا بمصالح الأفراد و مصائيرهم. و إذا توفر ذلك كله فلن يكتمل إعداد الشعب للمشاركة في التنمية إلا إذا رافق ذلك العمل على تغيير القيم و العادات و أنماط السلوك المتخلفة بين أفراد الشعب نفسه.

و يترتب على ذلك أن التنمية لا تتحقق إلا بأمرين :

الأول: ثروة مادية تتمثل في الزيادة المطردة في الإنتاج لضمان عدالة التوزيع و إتاحة فرص للعمل للجميع و زيادة الدخل القومي.

الثاني : ثورة فكرية مجاهاها المواطن نفسه و تتمثل في التحول الفكري لدى الجماهير عن المثل و القيم و العادات و أنماط السلوك التي تتلاءم مع عملية التنمية.¹

و للصحافة في المجتمعات النامية دور هام في تحقيق هاتين الثورتين .. فهي تستطيع أن تساهم في تحقيق الثورة المادية بالدعوة إلى زيادة الإنتاج و الدعوة إلى التصنيع و ميكنة الزراعة و الحد من الاستهلاك أو ترشيده و بزيادة الوعي الادخاري و الأمن الصناعي و الإرشاد الزراعي. و الرعاية و الصحة و تنظيم الأسرة و محور الأمية و الدعوة إلى وقف زحف أهالي الريف إلى المدن .. بالإضافة إلى العمل على نشر الأفكار الجديدة و إشاعة النظرة العملية. و الصحافة تستطيع أن تساهم في تحقيق الثروة الفكرية في المجتمعات النامية و ذلك عن طريق جعل القارئ على إطلاع كامل بخلفية القضايا العامة التي تواجه التنمية و هي يمكن أن تكشف له أسباب اتخاذ القرارات أو خطأها.

و الصحافة يمكن أن تطلع الشعب على سياسة الحكومة و ذلك لكي يستطيع الشعب أن يفهم هذه السياسة و أن تساعد في التأقلم معها .. فلا يخفى علينا أن الطبيعة الفردية لنسبة كبيرة من أنظمة الحكم في الدول النامية، تجعل الصحافة مطالبة بأن تلعب دور (الوسيط) بين الشعب و الحكومة.

1- فاروق أبو زيد : مدخل إلى الصحافة، مرجع سابق، ص 76.

و الصحافة يمكن أن توجه و تنظم الحملات الصحفية لتعبئة أفراد الشعب لخدمة عملية التنمية ..
و إشاعة روح التضحية بين المواطنين.

و الصحافة يمكن أن تبرز و تكشف عن الجوانب السلبية و المعطلة لعملية التنمية و خاصة تلك
الجوانب التي تتعلق بالعبادات و التقاليد و أنماط السلوك المختلفة.

فالصحافة مسؤولة عن دحض هذه العادات و التقاليد المختلفة و إقتلاعها عن جذورها .. و الكشف
عن خطورها على عملية التنمية.

و يمكن في النهاية تلخيص الوظيفة التي تقوم بها الصحافة في خدمة عملية التنمية في المجالين التاليين :
الأول : أن تقوم بدور "المنبه" للتنمية و ذلك بإثارة إهتمام المواطنين بقضايا، و ربط هذه القضايا
بمصالح المواطنين و مصائرهم.

الثاني : حشد الدعم الشعبي للتنمية و ذلك من أجل تحقيق هدف بدونه تفقد عملية التنمية مضمونها
و هو : المشاركة في التنمية الوطنية.

2- وظائف الصحافة في المجتمعات المتقدمة :

يقصد بالمجتمعات المتقدمة تلك المجتمعات التي تسودها أساليب إنتاج متقدمة مع ما يترابط بذلك من
بنيان اجتماعي متقدم .. أما مظهر هذا التقدم فيمكن في التوازن بين الهياكل الاقتصادية و تقدم البنيان
الثقافي و الاجتماعي .. و الأخير يتجسد في سيادة القيم و العادات و أنماط السلوك الملائمة مع التقدم
الاقتصادي. و لقد تمكنت المجتمعات المتقدمة عبر قرنين من الزمان و بوسائل متعددة من أن تقيم ما
يسمى بمجتمع الرفاهية أو مجتمع الوفرة حيث يرتفع الحد الأدنى لدخل الفرد على مستويات عالية
و هو الأمر الذي يتيح لغالبية المواطنين التمتع بإنجازات التقدم الحضاري الحديث. و قد نتج عن ذلك أن
سيطرت على مواطن المجتمعات المتقدمة رغبة جارفة للاستمتاع بنتائج هذا التقدم. و قد استجابت
الصحافة الحديثة في المجتمعات المتقدمة لرغبات مواطنيها فاستحدثت وظيفة جديدة للصحافة يمكن أن
نسميها، بتقديم الخدمات التي يحتاجها القارئ في حياته اليومية.¹

و في خدمات تستهدف تسيير سبل الحياة أمام القارئ و معاونته في الاستمتاع بإنجازات التقدم
الحضري التي تتيح له انتماءه إلى مجتمع متقدم. فالصحافة تقدم لمثل هذا القارئ التفاصيل اليومية لبرامج
السينما و المسرح و الإذاعة و التلفزيون.

1- فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، مرجع سابق، ص 46.

و هي تقدم أيضا أرقام الهاتف للصيديات التي تفتح أبوابها طوال الليل، و هي تقدم النشرات الجوية و مواعيد السفن و القطارات و الطائرات.

و هي تقدم أسعار العملة و الأسهم و السندات و المعادن النفيسة. و هي تقدم أرقام الهاتف و عناوين الأطباء بمختلف تخصصاتهم و هي تقدم مختلف المسابقات و المراهنات و المزايدات.

و هي تقدم الوظائف الخالية و تساعد على شغلها فتساعد الطرفين : العامل و رب العمل.
و هي تعلن عن الأشياء المفقودة، و هي الوسيط في الإعلان عن الأشياء المستعملة و تساعد على بيعها و هي تقدم تفاصيل المحاضرات و الندوات و المعارض و أماكنها - بل لقد وصل الأمر بالصحف أن تقدم إعلانات الزواج .. !

و في السنوات الأخيرة انتشرت في أوروبا .. و في بريطانيا بالذات تجاه البيع عن طريق الإعلان في الصحف، و قد لاقت هذه التجارة رواجاً منقطع النظير لأنها تتيح للمستهلك أن يشتري ما يحتاج إليه و هو جالس على مقعده الوثير في منزله دون أن يكلف نفسه عناء الانتقال إلى الأسواق بحثاً عن المطلوب الذي يفتش عنه أحيانا أياما طويلة و قد لا يجده.¹

و قد بلغ من المنافسة بين الصحف في هذا النوع من الخدمة أن تبارت كل صحيفة في تقديم الإغراءات إلى الزبائن من القراء، و أبرز هذه الإغراءات هو السماح للقارئ الذي يشتري أية سلعة بواسطة الصحيفة، أن يجرب هذه السلعة في منزله خلال فترة تمتد بين عشرة أيام و شهر .. و إذا لم تعجبه يستطيع أن يعيدها إلى الصحيفة و يسترجع ثمنها.

و رواج هذا النوع من التجارة (التجارة الصحفية) جعل بعض الصحف تنشئ فروعاً خاصة لديها لتسويق بعض السلع مشهورة باسمها على أساس أن تكون عرضاً معنوياً من جهة و صحيحاً من جهة أخرى و تتعاون الصحف في هذا المجال مع التجار في تقاسم الأرباح.

إن شيئاً من هذه الخدمات يقدم في بعض الصحف التي تصدر في مجتمعات غير متقدمة .. و لكن وجودها غالباً ما يرجع إلى التقليد أكثر ما يلي احتياجات حقيقية لقارئ هذه الصحف.

ثم عن هذه الخدمات قد تكون موجهة في مثل هذه المجتمعات غير المتقدمة إلى قلة ضئيلة (مرهفة) في حين أنها توجه في المجتمعات المتقدمة إلى غالبية المواطنين.

1- خليل صابات : الإعلان، مكتبة الإنجلو المصرية، الطبعة الأولى القاهرة، ص 25.

ثم يبقى أن الوظيفة التي تؤديها الخدمات الصحفية في المجتمعات غير المتقدمة تظل محدودة. بينما هي تتسع و تتشعب في الدول المتقدمة لتشمل غالبية مجالات النشاط الاجتماعي و بحيث صارت تشكل الطابع العام للعمل الصحفي في المجتمعات المتقدمة.

فإذا حق لنا أن نطلق على الصحافة في المجتمعات الاشتراكية : صحافة الرعاية و الإيديولوجية .. و أن نطلق على الصحافة في المجتمعات النامية : صحافة التنمية الوطنية فإنه يحق لنا أن نطلق على الصحافة في المجتمعات المتقدمة : صحافة الخدمات .. !¹

تحديد و لبار شرام لوظائف الإعلام :

يلح شرام خاصة على وظائف الإعلام في علاقتها بالتنمية الوطنية و على هذا فهم يخرج على الطريقة التقليدية في تصنيف وظائف الإعلام و يرى أن للإعلام وظائف أساسية ثلاثة أساسية هيكلها ترمي إلى التعجيل بالتنمية و هذه الوظائف الثلاثة هي :

أ- وظيفة الاكتشاف:

بفضل وسائل الإعلام يكشف سكان البلاد النامي أنماطا و سلوكا اقتصاديا. غير الذي ألفوه و يكشفون بذلك طرق تنمية جديدة تدفعهم في غالب الأحيان إلى تغيير سلوكهم أو على الأقل إلى الاحتكاك بالطرق الجديدة للتنمية.

ب- وظيفة سياسية :

و الإعلام هنا يبلغ الناس رغبة السلطة في التغيير و في التنمية و يشرح هذه الرغبة حتى يقع الاقتناع بها و يجب حينئذ على السلطة أن تبحث عن تحقيق هذا الإقناع.

و يقول شرام : "تكتشف الدولة النامية أنه لا بد لها من أن تنشر على أوسع نطاق تخطيط سياستها الجهورية، فهي أولا تريد مساهمة المواطنين الإيجابية فضلا عن أنها تطالبهم باتخاذ قرارات فردية على جانب عظيم من المشقة و الأهمية".

ج- وظيفة تربوية :

و هذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى، فالإعلام يعطي للجمهور نماذج من التنمية للإقناع بها، و هو بهذا يعد العدة لتقبل التغيير، لأنه يخلق في الجمهور تعطشا لمزيد من المعرفة و للتغلب على الجهل.

1- فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 67-78 .

يقول شرام: "تستخدم الدولة الإعلام لإثارة التعطش إلى مزيد من العلم لتشجيع الناس على التماس النصح. من المشرق الزراعي إلى المشرق الأحصائي الفني لتشجيعهم على إرسال أولادهم إلى المدارس أو على تعلم القراءة و الكتابة ..".

و إزدياد المعرفة و التغلب على الجهل هو في حد ذاته تجربة من شأنها أن تجعل الإنسان في أحسن الظروف للوصول إلى نتيجة مرضية في أقرب وقت، و بهذا فهي تربية يرقى الإنسان بواسطتها إلى مزيد من التقدم في المجتمع.

و هذه الوظائف الثلاث يقوم بها الإعلام أحسن قيام و هي الأرضية الصالحة للتنمية الحقيقية و لكن هذه الوظائف الثلاثة تؤثر في الإنسان بكيفية مختلفة، ف يرى شرام أن الإعلام يؤثر بصفة مباشرة بدون واسطة في وظيفة الاكتشاف، و يؤثر بصفة غير مباشرة في الوظيفة السياسية لأنها تقتضي اتخاذ قرار، و هنا لابد أن يكون اتصال شخصي حتى يكون الاتفاق الجماعي، أما في الوظيفة التربوية فإن الإعلام قد يؤثر بصفة مباشرة في الحالات البسيطة و يحتاج إلى واسطة أي معلم أو خبير في الحالات المعقدة و يقول شرام أن هناك حدود لمدى فعالية وسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية الوطنية و لكن لا يقصد به تثبيت المهمة بل الغرض منه التمييز بين ما تستطيع أن تعين على أدائه.

و زيادة على هذه الوظائف الثلاثة يرى شرام أن الإعلام يستطيع أن يقوم بمهام أخرى كثيرة مثل توسيع الأفق و تركيز الانتباه و تربية الذوق و فتح الحوار إلى غير ذلك، مما يساعد على تحقيق التنمية.¹ و يؤكد وليام شرام على هذه التنمية، مشيراً إلى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تهيئة المجال لعملية التنمية بما تبثه من أفكار جديدة حولها و لما تحشده من تأييد له.²

تحديد ماكويل لوظائف الإعلام :

إذا كان و لبار شرام حدد وظائف الصحافة في علاقتها بالتنمية فهذا لا ينفي وجود وظائف أخرى تقدمها للمجتمع و حتى للفرد يمكن تلخيصها فيما يلي :

أولاً : الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام في المجتمع :

و يقوم ماكويل بصياغة هذه الوظائف من خلال الوظائف الرئيسية التي قدمها هارولد لازويل 1948 و تطوير تشالزرايت لها عام 1960 و كذلك مجموعة الأبحاث و الدراسات التي نمت بعد ذلك في هذا الإطار و يرى أن الأفكار الرئيسية لوظائف الإعلام في المجتمع تنحصر في التالي :

1- زهير إحدادن : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة 1993، ص 86.

2- محمود حسن إسماعيل : مبادئ علوم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع الكويت، الطبعة الأولى 2003،

1 - الإعلام : و هو ما يعنى الامتداد بالمعلومات الخاصة بالوقائع و الأحداث التي تتم داخل المجتمع و خارجه، و كذلك تحديد اتجاهات القوة الفاعلة و العلاقات بها، ثم تسهيل عملية التحديث و التقويم من خلال التعرف على المستحدثات في التجارب الأخرى.

2- تحقيق التماسك الاجتماعي : و ذلك من خلال الشرح و التفسير و التعليق على الأفكــــــــــــــــار و الأحداث و المعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي و المعايير الخاصة به، و كذلك التنشئة الاجتماعية، و دعم الإجماع حول القضايا و المواقف المختلفة.

3- تحقيق التواصل الاجتماعي: و ذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة، و الكشف عن الثقافات الفرعية و الثقافات النامية، و دعم القيم الشائعة.¹

4- الترفيه : و تتمثل هذه الوظيفة في تقديم التسلية و هئية الراحة، و القضاء على التوتر الاجتماعي.

5- التعبئة : و تتمثل في المساهمة في الحملات الإعلامية ذات الأهداف الإجتماعية، و بصفة خاصة في الأزمات السياسية و الإقتصادية و الحروب، و التي تستهدف تعبئة كل الجهود و توجيهها نحو تحقيق الأهداف الوطنية و القومية.

و ليس هناك ترتيب معين لهذه الوظائف في علاقتها ببعضها، بل إننا يمكن أن نجد تداخلا بينها و بين بعضها بحيث لا يظهر بشكل حاسم إرتباط المحتوى بوظيفة معينة أو غيرها.

ثانيا : الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام للفرد :

حيث اهتمت البحوث في العقود الأخيرة بالإجابة على السؤال لماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام بصفة عامة ؟

أو لماذا يهتمون بوسيلة أو محتوى معين؟. و ما هي مظاهر الرضى التي يتوقعون أن يحصلوا عليها أو الحاجات التي يتوقعون تلبيتها؟

و بشكل عام يلخص ماكويل وظائف الإعلام بالنسبة للفرد كما يلي :

1- الإعلام : بما يدور حول الفرد من وقائع و أحداث تحيط به و بالبيئة في الداخل و الخارج و البحث عن النصيح أو الرأي أو البدائل المختلفة لاتخاذ القرارات، و كذلك حب الاستطلاع و الاهتمام العام، ثم التعليم و التعليم الذاتي، بالإضافة إلى تحقيق الأمن من خلال المعرفة و المعلومات.

1- برهان شاوي : مرجع سابق، ص 91.

2- مساعدة الفرد على دعم الهوية الشخصية : و ذلك بدعم الهوية الشخصية و أنماط السلوك المقبولة و التوحد مع قيم الجماعة و المجتمع، ثم اكتساب رؤية الفرد لذاته من خلال المقارنة و المطابقة مع الصور الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام.

3- التماسك و التفاعل الاجتماعي : بالتعرف على ظروف الآخرين و التوحد مع الغير و تحقيق الانتماء للجماعة و المجتمع و إدارة الحوار و التفاعل الاجتماعي و تعثر وسائل الإعلام، في ذلك بديلا عن الألفة في الحياة الحقيقية و كذلك دعم الدور الاجتماعي و التواصل مع الغير.

4- الترفيه : و تساعد وسائل الإعلام الفرد على الهروب من مشكلاته اليومية، و تساعد بذلك على الراحة و الاسترخاء بجانب شغل أوقات الفراغ، و اكتساب الثقافة الحقيقية و المتعة الجمالية و مساعدته على إطلاق العواطف و المشاعر.¹

الدور الوظيفي للإعلام في المجتمع :

ترى الدكتورة عواشة محمد حقيق أن الدور الوظيفي للإعلام في المجتمع يتلخص في العناصر التالية :² و الشائعات هي المعلومات و الأخبار التي يخلقها البعض و يتداولها، إذا ما غابت عن المجتمع المعلومات و الأخبار الموثوق بها. وهي تهدف إلى النيل من بناء القيم المستقرة، و الإخلال بدرجة التماسك و التضامن القائم بين أفراد وحدات المجتمع المختلفة.

أولا : مقاومة الشائعات و القضاء عليها :

ثانيا: القضاء على الرواسب الثقافية المعوقة :

و "الراسب الثقافي" عنصر أو مركب ثقافي تغيرت وظيفته الأصلية بمرور الزمن، و أصبح إستعماله مجرد إتفاق شكلي، و عندما يصل التشبث بالرواسب الغائرة إلى درجة تعيق نمو البلد و تطوره. فإن من وظيفة الإعلام مواجهة هذه الرواسب و الكشف عن جذورها التاريخية و وصفها و تفسيرها و تحديد مدى انتشارها، حتى يدرك الرأي العام مدى عدم ملاءمتها لاتجاهات الحاضر و تطلعت المستقبل.

ثالثا : إبراز الشخصية القومية و إنمائها :

و ذلك من خلال البحث عن البعد أو الأبعاد المؤلفة لها. في محاولة جادة لبعثها و تجديد إطارها، و تجسيد أهدافها.

1- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 48-54.

2- عواشة محمد حقيق : مرجع سابق، ص 228.

- إتاحة الفرص المتكافئة للمواطنين للإطلاع على المعلومات الكاملة.¹

3- دور الصحافة و مسؤولياتها في المجتمع :

كثيرا ما تلقب الصحافة بالسلطة الرابعة في الدولة بل يعتبرها البعض بالسلطة الأولى، و من الطريف أن توماس جيفرسون حين كان فردا عاديا كتب يقول : "إذا كان لي حق الاختيار بين حكومة بدون صحف ... أو صحف بدون حكومة ... ما ترددت في تفضيل الأخيرة" و لكن أعني في هذه الحالة أن يكون كل فرد في هذه الأمة قادرا على ان يقرأ الصحيفة كما تنبغي القراءة ... و لكن توماس جيفرسون نفسه قد هاجم الصحافة هجوما عنيفا، عندما تعرضت الصحافة لبعض المسائل المتعلقة بالبيت الأبيض عندما أصبح هو رجل البيت الأبيض.

و لكن ما هي مسؤولية الصحف التي تصدر داخل الدولة ؟ مهمتها التسلية أم الإعلام و التثقيف ؟ من الواضح أن دورها يشمل كلا من الوظيفتين إذ قدر للصحافة أن تعيش بعد المنافسة التي تلتقتها من التلفزيون في الوقت الحاضر .. و لكن ما هو القدر الذي يمكن أن تزود به الصحافة المجتمع من المعلومات و الثقافة حتى تحقق الغرض المطلوب منها؟

هل يجب على الصحافة أن تقوم بدور قيادي و تقدمي و مسئول بالنسبة لمجتمعاتها أم تكفي الصحافة بتسجيل وجهات نظر المواطنين و التعبير عن مصالحهم ؟ و كيف يمكن حث الصحفي و إثارتها إلى أن تقدم للمواطنين و المجتمع دراسة أكثر عمقا و تحقيقات صحفية و تقارير و مقالات موضوعية تعكس المشاكل الوطنية، مهما بلغت درجة الحساسية لقطاعات ذات نفوذ في الدولة.

إن الأسئلة التي تتعلق بمسؤولية الصحافة لا نهاية لها .. و نادرا ما يسأل الجمهور العام عن هذه المسؤولية فمعظم المواطنون قانعون بما تقدمه لهم صحافتهم ما دامت تقدم لهم ألوانا مختلفة من الرسوم الهزلية مثلا أو التافهة من الموضوعات أو الصور المثيرة التي ترضي عواطفهم و غرائزهم.

و لقد تعرضت الصحافة خلال المائة و الخمسين عاما التي مضت لتطورات هائلة فبعد أن كان من الممكن و من السهل للفرد في ظروف متواضعة أن يصدر صحيفته الخاصة مستعينا بمطبعته الخاصة أيضا ثم يوزع جريدته بأعداد تكفي عائداً لبقاء الصحيفة .. فإن هذه الحال القديمة لا تحمل أي نوع من التشابه بينهما و بين صناعة النشر في وقتنا الحاضر .. لذلك لأن إصدار صحيفة قابلة للحياة و الاستمرار و النمو .. أصبح الآن عملية تكلف مبالغ طائلة.

و إذا كانت الصعوبات الاقتصادية في الوقت الحاضر تجعل من الاحتكارات الصحفية أمرا محتوما ...

1- أحمد بدر : مرجع سابق، ص 41.

وتجعل من المنافسة الصحفية بالتعبئة شيئاً غير عادي. فما هو السبيل لأن تمارس الصحافة مسؤوليتها في مثل هذه الظروف؟ لقد أوصت لجنة حرية الصحافة السابقة الإشارة إليها بتأسيس وكالة مستقلة تكون من بين أهدافها تقديم تقرير سنوي عن كل صحيفة و تقييمها و درجة كفاءة عمله الصحفي و كيفية استخدامها للحرية المسئولة التي يكفلها لها الدستور و لم يقدر لها الدستور و لم يقدر لهذه التوصية أن ترى النور في التطبيق العملي.¹

4- النقد الموجه للصحافة

في إطار أداء مهامها و وظائفها وجه العديد من الباحثين و رجال الإعلام نقداً كثيراً للصحافة و بعض هذا النقد.

أ- إن الصحافة تهتم بالترويج و التسلية أكثر من اهتمامها بالأخبار.

لقد فقدت الصحيفة في رأي الكثيرين حقها في مجرد عنوانها كجريدة إخبارية.

News paper. و قد أجرى بعض الباحثين الأمريكيين دراسات على الصحف الأمريكية فوجدوا أن 80% من مساحة الصحيفة مخصصة لغير الأخبار. *Non-News*. و أن متوسط كمية الأخبار العالمية التي تُمس مستقبل الولايات المتحدة الأمريكية بدرجة خطيرة أثناء الأزمات الدولية، لا تتعدى 4% من المساحة المخصصة للإعلانات و قد سمي هؤلاء صحافتهم بأنها ليست السلطة الرابعة *Fourth Estate* بل هي السلطة الفارغة *Forth Estate*.²

ب- الصحافة تهتم بالحرية الصحفية أكثر من اهتمامها بالمسؤولية الصحفية :

الموضوعي يتركز فيما يلي :

إن تحديد مسؤولية الصحافة هو نفسه تحديد حدود حرية الصحافة فحرية الصحافة و مسؤولية الصحافة وجهان لعملة واحدة فإذا كانت المنافسة الحرة في سوق المعلومات و الآراء. بالإضافة إلى ضغط الرأي العام هي التي ستضع الحدود المرغوبة للحرية و المسؤولية، فلماذا إذا لا تؤدي الحرية الصحفية إلى صحف أفضل، تنمي التفاهم و تدعو له و تهمل الأخبار المؤدية إلى التوتر و الكراهية ترفض نشر الأخبار النافهة و غير المتأكدة، إن أحد الأسباب الرئيسية التي أدت إلى ذلك، ربما يكمن في عدم وجود منافسة صحفية حقيقية مع التطور الذي طرأ على الصحافة و ظهور الاحتكارات الضخمة لوسائل الإعلام، هذا بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في الصحافة كالتطورات التكنولوجية و الجماعات الضاغطة أو الأحزاب.

1- المرجع السابق، ص 41.

2- إبراهيم عبد الله المسلمي : مرجع سابق، ص 164.

و حرص الصحافة على تأمين أكبر عائد من الإعلانات و رقابة الحكومة فضلا عن العاملين في الصحافة ذاتها، و حرصهم على الاستجابة لعواطف الجماهير و رغباتهم أكثر من حرصهم على قيادة الجماهير و تحكيم العقل و المنطق و الضمير الصحفي و المستويات الصحفية السليمة.

و إذا ما إرتفع المستوى التعليمي والوعي السياسي لدى الجماهير فإن ذلك سيؤدي إلى الضغط على الصحافة لرفع مستواها و الالتزام بالقيم الصحفية السليمة، كما أن الصحافة قد منحت الامتيازات الدستورية و التشريعية الخاصة نظرا لأنها تحمل مسؤولية توعية الجماهير و تثقيفها و التعبير عنها و معاونتها في اتخاذ قرارات أكثر حكمة و موضوعية.¹

ج- الصحافة لا تفسر الحقائق -إذا قدمتها- بصورة موضوعية:

هناك ملاحظة تتعلق بما يسمى بالقصة الحقيقية *Factual story* فالمخبر الصحفي مثلا يجمع خمسين حقيقة و لما كانت المساحة المخصصة له في الصحيفة محدودة، فهو يختار عشرة حقائق من بين الخمسين. يراها أكثر أهمية و هذا هو التقدير الشخصي رقم (1) ثم يقرر هو أو رئيس التحرير أي واحدة من هذه الحقائق العشرة سوف تكون لها الأولوية و هذا القرار له أهميته الكبرى نظرا لأن كثيرا من القراء لا يقرؤون أكثر من الجزء الأول *First paragraph* من المقال و هذا هو التقدير الشخصي رقم (2) ثم يقرر رئيس التحرير المناوب الليلي ما إذا كانت هذه المقالة أو "التحقيق الصحفي" سوف تكتب في الصفحة الأولى، حيث يكون لها أكثر إنطباع أو في الصفحة العاشرة حيث لا يكون لها إلا تأثير ضئيلا و هذا هو التقدير الشخصي رقم (3).

و على ذلك ففي تقديم ما نسميه بالقصة الحقيقية الموضوعية فهناك ثلاث تقديرات شخصية، و هذه التقديرات ليست شبيهة من غير شك بالتفسير الشخصي للحقائق و دلالاتها التي سبقت الإشارة إليها.

د- إن الصحافة قد فقدت كثيرا من نفوذها في قيادة الرأي العام

هناك صحف كثيرة بأرقام عالية في التوزيع و مع ذلك فليس لها إلا تأثير محدود على الجمهور من حيث الأفكار التي تقدمها و المقالات التحريرية التي تنشرها. كما تحمل هذه الصحف أقل ما يمكن من الأخبار و تباع فقط تحت إغراء ما تقدمه من الصور الجنسية أو أخبار الجرائم و الفضائح و قصص الانتحار و القصص الهزلي .. الخ و حتى المقال الأصلي لرئيس التحرير الذي كانت له أهميته الملحوظة في الصحافة الجادة *Serious Newspaper* قد قلت هذه الأهمية عن ذي قبل.

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 163.

هـ- لا تقوم الصحافة إلا بقدر من بحوث التحرير :

و يتضمن ذلك تحليل مواد الصحيفة ذاتها و النقد الذاتي لسياستها حتى تتعدل متطلبات الشـرف و الضمير الصحفي و الرسالة الصحفية والتي تتلائم مع إحتياجات الرأي العام، بل غلبت عليها المؤثرات الأخرى ذات الطبيعة التجارية.

و- إن الصحافة قد أصبحت مؤسسة صناعية و تجارية أكثر منها صاحبة رسالة :

الصحافة صناعة لا تقوم إلا برأس المال الضخم و هي تستهلك أطنانا من الورق و مئات اليراميل من حبر الطباعة، و الطباعة، و تحتاج لآلات عالية الثمن معقدة التركيب. و الصحافة تجارة و مهما قيل عن أصحاب الصحف من أنهم يجعلون المال هو هدفهم الأول و الأخير. فمما لا شك فيه أنهم لا يستطيعون الوقوف في الميدان الصحفي و الإستمرار فيه إلا بالمال يأتيهم من التوزيع أو من الإعلان أو من غيره من المصادر. و تتأثر المؤسسة الصحفية بقوانين التجارة بل بقوانين البقاء من ربح أو خسارة. و المشكلة الأساسية هي في الملائمة بين ضرورات العصر الحاضر في أن تكون الصحافة صناعة و تجارة و أن تكون رسالة كذلك تقدم للجمهور وجبات فكرية و ثقافية و تعينه على تكوين الرأي السليم و المشاركة الإيجابية.¹

المبحث الثاني

إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال الجماهيري.

يتعرض الفرد لوسائل الإعلام و يختار من بينها بناء على قرار ذاتي عبارة عن محطة لتفاعل العديد من القوى الداخلية و الخارجية التي تؤثر في هذا القرار. و لذلك كانت البدايات في البحث عن أسباب التفضيل و الاهتمام و شدة هذا التفضيل و كثافته في إطار استخدام الفرد لوسائل الإعلام و التعرض على محتواها و ذلك للإجابة على الأسئلة الخاصة باستخدام الجمهور و أسباب هذا الاستخدام.

فالفرد لديه مجموعة من الدوافع و الحاجات، تجعل الفرد يستجيب للرسالة مؤيدا لها ، إذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع و الحاجات و هذا يفسر أيضا التباين في السلوك الإتصالي للأفراد، الذي يتمثل في مظاهر استخدام وسائل الإعلام المختلفة، نتيجة لاختلاف الدوافع عند كل منهم و تغييرها بتغيير الزمن و الأدوار و المواقع و الثقافات الاجتماعية، و دوافع الفرد و حاجاته من استخدام هذه الوسائل، التي تفسر في ضوءها حالة الرضا و الإشباع عند الفرد، إذا ما قامت وسائل الإعلام بتلبيتها أو تحقيقها كلها أو بعضها، و قراءة الصحف باعتبارها سلوكا اتصاليا، يرتبط أيضا بمدى ما تحققه هذه القراءة من دوافع أو حاجات يستهدفها الفرد، فيتوفر لدى الفرد الرضا عن القراءة و الإشباع منها. إذا ما جاءت

1- أحمد بدر : مرجع سابق، ص 42-44.

و اعتباره نمطا من أنماط السلوك¹.

الصحف و محتواها و مفرداتها ملبية لهذه الدوافع و الحاجات، أو يتجنب القراءة إذا لم ترضي بشكل أو بآخر دافعا لدى الفرد أو حاجة من حاجاته التي يستهدفها من القراءة، و تشير البحوث المعاصرة إلى أن دوافع الفرد من التعرض إلى وسائل الإعلام بصفة عامة و محتواها، يمكن تصنيفها من خلال حاجة الناس إلى الهروب بحاجات الآخرين إلى المعرفة و التعليم. كما أن إستجابة الفرد إلى الرسائل الإقناعية في وسائل الإعلام، تعتمد على ما يبحثون عنه في هذه الرسائل، و التي تمثل حاجات الأفراد منها، مثل المركز الإجتماعي، المعلومات الأمن التسلية أو لقتل الوقت.

و لقد كانت دراسة بيرلسون عام 1945 من الدراسات المبكرة التي إهتمت بالتعرف على الدوافع و الحاجات الأساسية من قراءة الصحف. فقد أستغل توقف ثمان جرائد في نيويورك عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين نتيجة إضراب رجال التوزيع. و أستغل بيرلسون هذه الواقعة للكشف عن ما يعنيه إختفاء الصحف بالنسبة للقراء.

و قد وضع الباحث هيرت و رفاقه أن هناك ستة استخدامات لوسائل الاتصال هي :

- 1-الأخبار و المعلومات.
- 2- التحليل و التفسير.
- 3- التعليم و التنشئة الاجتماعية.
- 4-الإقناع و العلاقات العامة .
- 5- البيع و الإعلان و تساعد الفرد على إتخاذ القرارات المرتبطة بتوفير حاجات المعرفة الأساسية.²
- 6- الترفيه و الفن.

وقد أعتبر هيرت و رفاقه أن نشر الأخبار و المعلومات أهم وظيفة لوسائل الإعلام لأن الحاجة إلى المعلومات أساسية لكل البشر ، و قد لاحظ العلماء و الباحثون بأن هذه الإستخدامات هي من أجل تحقيق أو تلبية بعض الحاجات لدى المتلقين ،وقد لاحظ العلماء والباحثين بأن هذه الإستخدامات هي من أجل تحقيق أو تلبية بعض الحاجات لدى المتلقين . و قد حدد الباحثون كارتز و جوريفيتش و هاس حاجات الأفراد التي تحتاج إلى إشباع عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها وهذه الحاجات هي :

1- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و إنجاهات التأثير، مرجع سابق ص 199.

2- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص 244-246.

- 1- إشباع الحاجات العاطفية : وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، و البهجة و العاطفة لدى الأفراد، و يعتبر السعي لإشباع هذه الحاجات من الدوافع العامة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري . من ناحية أخرى فإن الكثير من مضامين الرسائل الإعلامية تخاطب العاطفة الإنسانية للجمهور لهذه الرسائل الإعلامية كوسيلة للتعبير عن العواطف و إشباع هذه العواطف الموجودة في أعماق الإنسان، فغالبا ما تعبر الرسائل عن الغضب أو الحزن أو الإكتئاب أو السعادة.
- 2- إشباع الحاجات المعرفية : وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات و المعرفة و فهم المجتمع و المحيط، و هي تشبع لدينا حق الإستطلاع و الإكتشاف. فالإنسان يسعى إلى الاستفادة القصوى مما تقدمه وسائل الإتصال بما يثري حياته الفكرية و تضاعف معلوماته.
- 3- إشباع حاجات الاندماج الشخصي و الاجتماعي : حاجة الاندماج الشخصي هي الحاجة المرتبطة بتقوية حاجة الأفراد من حيث المصادقية الثقة الاستقرار رغبة الفرد في تحقيق الذات و ذلك من خلال وسائل الاتصال من أجل الإقناع. فالفرد يبذل جهدا في سبيل التخلص من حالات التعارض أو الصراع أو الاختلاف في الرأي، أما حاجة الاندماج الاجتماعي و هي الحاجة المرتبطة في تقوية الاتصال بالعائلة و الأصدقاء و العالم و هي حاجات تنبع من رغبة الفرد للانتماء.
- 4- إشباع الحاجات الهروبية : و هي الحاجات المرتبطة في رغبة الفرد في الهروب و إزالة التوتر و الرغبة في تأثير المسار، و يرتبط استخدام وسائل الإعلام لتحقيق إشباعات المتلقين بنظرية اللعب ستيفنسون التي توصل إليها بعد إجرائه بحثا شاملا عن المشاعر المختلفة للجمهور تجاه وسائل الاتصال ، وقد استنتج ما يلي : أننا نستعمل وسائل الاتصال من أجل الهروب إلى عالم خيالي ، افتراضي لا يمكن الوصول إليه في وقت من الأوقات الأخرى.
- 5- الحاجة إلى الترفيه: يتجمع كافة الدراسات الاتصالية على أن إستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع الحاجات الترفيهية يعتبر من أهم هذه الاستخدامات و الإشباعات¹
- 6- مظاهر الإستخدام و عادات و أنماط قراءة الصحف :
- و مما لا شك فيه أن هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين الميل إلى إستخدام الصحف و قوة الدوافع أو

1- برهان شاري : مدخل في الإتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 97.

مستوى الحاجات عند الفرد، فكلما كانت الدوافع و الحاجات عند الفرد من للقراءة متعددة و قوية كان الميل إلى إستخدام الصحف أكبر هذا الميل إلى القراءة التي تعكسه مظاهر متعددة، مثل كمية القراءة وقت القراءة مساحة المواد أو المحتويات المقروءة الوقت المخصص لقراءة عناصر المفردات و غيرها من المظاهر الذي يسمح تكرارها بين مجموعات من القراء، و من هذا المظاهر ما يلي :

- طريقة الحصول على الصحيفة المفضلة، و عادة ما تشير طريقة الحصول على الجريدة أو الصحيفة إلى مستوى الإرتباط بها، أو الإصرار على الحصول عليها. فالفرد الذي يحصل على جريدته من موزعي الطريق أو الأكشاك بالصدفة التي قد يتحكم فيها عن طريق السير، يختلف في إصراره على الحصول عليها عن المشترك فيها، و هؤلاء يختلفون عن الفرد الذي يقرؤها مع الغير أو في المكتبات العامة أو يحصل عليها بطريق الإعارة من موزعي الصحف.

و قد ترتبط هذه الوسائل بالمستوى الإقتصادي أو الوظيفة أو الطبقة الإجتماعي، ولكن لا يمكن إغفال مستوى الدافع أو الحاجة إلى القراءة، في صياغة عادة الحصول على الجريدة أو الصحيفة.

- و يعتبر أيضا من مظاهر الإستخدام كمية قراءة الصحف بصفة عامة، و التي قد تعكسها الإستجابات إلى المقاييس اللفظية التي تعبر عن القراءة، كثيرا أو قليلا أو نادرا ... و غيرها، و لكن يعكسها أكثر السؤال حول ما إذا كان القارئ يقرأ صحفا متعددة أو يكتفي بصحيفة واحدة، و التي تعكس رغبة القارئ في تعدد مصادر المعرفة و المعلومات.

- و يشير أيضا وقت القراءة إلى التباين في الاستخدام الذي يعكس تباينا في الاهتمام و التفضيل أو في الدوافع، و عادة ما يرتبط بغيره من المظاهر مثل الوقت المخصص للقراءة، أو مساحة المواد، أو المحتويات المقروءة.

- كما يظهر تأثير أنماط الدوافع و الحاجات في ترتيب إختيار المفردات للقراءة، و التي قد تتأثر أيضا بوقت القراءة و الوقت المخصص لها، و لذلك يهتم الباحث بالتعرف على ترتيب اهتمام الفرد بهذه المفردات ترتيبها حسب أولوية إختيارها لها في قراءة الصحف.

- و يدخل أيضا في عادات القراءة كل عناصر المفردات أو الإكتفاء ببعض العناصر في هذه المفردات و ذلك مثل الاهتمام بالعنوان فقط في الأخبار المحلية، و قراءة العناوين و النص و كذلك مشاهدة الصور و الرسوم.

- و يدخل أيضا في مظاهر الإستخدام أو عادات قراءة الصحف، التعرف على الإستخدام المقارن بين أنواع الصحف و بعضها، و كذلك بين الصحف و وسائل الإعلام الأخرى مثل الراديو، و التلفزيون، و ذلك لوصف العلاقة بين أنماط الإستماع و أنماط المشاهدة، بغرض الإستدلال عن تأثيرات الإستماع أو المشاهدة عن قراءة الصحف بصفة عامة.¹

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

1- محمد عبد الحميد : مرجع سابق، ص 250-255.

المبحث الثالث

تأثير الصحافة على جمهور القراء

I - نظريات التأثير و استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام.

عندما نتحدث عن وسائل الإعلام ينبغي أن نفرق بين عدة مستويات تخضع جميعها لذلك التأثير كالفرد، و الجماعة، و المنظمة و المجتمع و الثقافة الكلية للمجتمع. فمن منظور و سائل الإعلام تعد هذه المستويات " جماهير مستهدفة" تسعى تلك الوسائل للوصول إليها و التأثير فيها.

كما ان الموضوع الذي تسعى وسائل الإعلام التأثير فيه يختلف من حيث قابليته للتغيير السريع أو الثبات في هذا التغيير. هل تسعى وسائل الإعلام للتأثير في الآراء أم الاتجاهات أم المعارف العامة أم العقائد الدينية ؟

و لا شك أن ثمة علاقة وثيقة بين المستوى الذي يخضع للتأثير و الموضوع المراد التأثير فيـــــــــــــــــه و المدة الزمنية المتاحة أمام وسائل الإعلام لإحداث ذلك التأثير و بالرغم من الصعوبات التي تكتنف محاولة تفصي آثار وسائل الإعلام و قياسها، و على الرغم من أن طبيعة الأدلة و البراهين التي تدل على وجود تأثير لوسائل الإعلام غير حاسمة. فإن السؤال عن تأثير وسائل الإعلام و نوعيته قد شغل إهتمام علماء الاجتماع كما شغل إهتمام الممارسين للعمل الإعلامي و الأكاديميين في مجال الإعلام.

و لقد تطورت النظرة إلى تأثيرات وسائل الإعلام بالتطور التاريخي الذي مرت به الدراسات و البحوث الإعلامية.¹ خاصة بعد ظهور نظرية "لازويل" أصبح الاهتمام ينكب بصفة مستمرة على دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور و قد تكونت إثر ذلك نظريات مختلفة.

1- نظرية لازر سفيلد :

إن الاهتمام بتأثير وسائل الإعلام أحدث ازدهار كبير في البحوث الميدانية و كان الرأي السائد أن وسائل الإعلام تؤثر مباشرة على أفراد المجتمع و كان الاعتقاد أن وسائل الإعلام، تستطيع أن تكون في المجتمع تيارا مناسباً لما تريده هذه الوسائل و كأن في قدرتها أن توهم الناس بما تشاء و أن الناس يثقون بما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه بدون أن يكون لهم القدرة على الانتقاد و التشكيك. لعل هذا الاعتقاد يرجع مصدره إلى الدور الكبير الذي لعبه الراديو في الثلاثينيات سواء في ألمانيا في عهد النازيين أو في الولايات المتحدة الأمريكية حتى أن الممثل الشاب السن "ولس" استطاع أن يوهم الجمهور في عدة حصص أذيعت في شهر أكتوبر 1838 تحت عنوان "حرب العلمين" أن سكان المريخ قد هجموا على الكرة الأرضية، و اعتقد الناس ذلك حقيقة و ملكهم الفزع و خرجوا إلى شوارع مدينة نيويورك و وقع

1 - حسن عماد مكاوي و سامي الشريف : مرجع سابق، ص 89-91.

اضطراب كبير و تعجب الباحثون من هذه القدرة التأثيرية و بقي الاعتقاد راسخا أن الوسائل الإعلامية تؤثر في الناس بدون منافس و في كل الحالات. غير أن لازار سفيلد لم يطمئن لهذا الاعتقاد و قام بعدة بحوث ميدانية و أجرى تجارب مختلفة و توصل إلى نتيجة فند هذا التأثير المطلق و وضع نظرية تقول بالتأثير المفيد غير المطلق.

و خلاصة هذه النظرية أن الإنسان لا يهتم إلا بما كان مهيبا له و أنه يرفض مسبقا الأفكار و الآراء الجديدة التي لا تتفق مع عاداته و تقاليده، و أنه يوجد في الإنسان ذرع صلب متكون من تربيتة و ثقافته يقيه من كل نفوذ خارجي و على هذا فإن تأثير وسائل الإعلام و إذا كان موجودا فهو غير مطلق بل هو مقيد بهذه التربية و المعتقدات السائدة و هو يتعارض مع تأثيرات أخرى موجودة داخل المجموعات البشرية.

و من التجارب التي قام بها لازار سفيلد لاحظ أن إحدى الإذاعات الأمريكية، قامت بحملة من الحصص تناولت موضوع الأقليات التي تعيش بالولايات المتحدة و خصص حصة أو حصتان أو أكثر لكل أقلية فكانت كل حصة خاصة بأقلية معينة تجلب جمهورا من المستمعين متكونا أغلبيته من الأقلية التي تتكلم عنها الحصة دون الأقلية الأخرى التي تمتنع عن الاستماع، لأنها لا يعينها الأمر و بهذه فهي لا تتأثر بغيرها و يبقى التأثير بالنسبة للأقلية التي تستمع إلى الحصة مطابقا مع ما هو موجود عند هذه الأقلية فحسب.¹ و أجرى لازار سفيلد بحوثا حول الانتخابات الرئاسية بالولايات المتحدة الأمريكية خصوصا انتخاب 1940 التي ترشح فيها روزفلت. فبعد أن أخذ لازار سفيلد عينات من الأشخاص ليحري معهم التجربة تتبع عندهم التغيرات التي تطرأ على موقفهم تجاه مرشح أو آخر و بقي متصل بهم حتى يوم الانتخابات ، فلاحظ أن التغيرات التي شاهدها ليس فقط أشخاص العينة و لكن كذلك عند الجماعة التي تنتمي إليها الأشخاص سواء كانت العائلة أو المجموعة المدروسة أو غير ذلك، و لاحظ كذلك أن الأشخاص الذين ليس لهم موقف معين يتأثرون بالاتجاه الأكثر شيوعا عند المجموعة التي يعيشون فيها. فتبين من هذه الملاحظة أن المجموعة تلعب دورا كبيرا في التأثير على أفرادها و أن داخل المجموعة يوجد شخص أو عدد قليل من الأشخاص الذين ليس لهم موقف معين يتأثرون بالاتجاه.

الأكثر شيوعا عند المجموعة التي يعيشون فيها، و تبين من هذه الملاحظة أن المجموعة تلعب دورا كبيرا في التأثير على أفرادها و أن داخل المجموعة يوجد شخص أو عدد قليل من الأشخاص يؤثرون على غيرهم و يلعبون دورا حاسما في تكوين أي مجموعة و قد أطلق عليهم لازار سفيلد اسم قادة الرأي

1- زهير أهدادن : مرجع سابق، ص 74.

les guides ou leaders d'opinion و لهؤلاء اهتمام كبير بالأحداث و الأخبار و بقراءة الصحف و الاستماع إلى الراديو و مشاهدة التلفاز و تتبع الحملات الانتخابية و هم اتصال مستمر بوسائل الإعلام من جهة و بأفراد المجموعة التي ينتمون إليها، فبواستطهم تنتقل الأخبار حسب تأثيرهم بهذه الأخبار و الأحداث.

و نتيجة هذه الملاحظة هي أن تأثير وسائل الإعلام يتم على مرحلتين، ففي المرحلة الأولى يقوم الإعلام على قادة الرأي يزودهم بالمعلومات، و قد يكون هذا التأثير نسبيا نظرا لشخصية قائد الرأي ثم في المرحلة الثانية يؤثر الإعلام على الجماهير بواسطة قادة الرأي و بصفة غير مباشرة و يشمل جميع من يتصل بهم قادة الرأي بصفة شخصية، و على هذا فإن تأثير الإعلام غير مطلق فهو مقيدا أو محدود التأثير إن كان هناك تأثير لا يكون إلا على درجتين و قد أبرزت هذه النتيجة الدور الهام الذي يلعب قادة الرأي في المجتمع.¹

2- نظرية ماك لوهان أو التأثير التكنولوجي :

أهتم علماء الاجتماع كثيرا بتأثير وسائل الإعلام و تكاثرت الدراسات النظرية الميدانية فقد اندفعت تبحث عن تأثير مضمون وسائل الإعلام و عن تطوير هذا المضمون و كان ماك لوهان أول من نادى بأن المضمون ليس هو كل شيء و إنما هناك ما هو أهم منه و أكثر تأثيرا و هو الوسيلة نفسها و بعبارة أخرى التكنولوجيا أحدثت شبه ثورة في العلوم الاجتماعية الإعلامية و أظهر ماك لوهان مقدرة عجيبة على تحليل جيد و عميق للظاهرة التكنولوجية لوسائل الإعلام و شملت نظرية تطور الإعلام و تطور وسائله و ما أحدثته في تطور الإنسان.

إن نظرية ماك لوهان جعلت الكثير لا يفهمونها و ينتقدونها بشدة لتعقدها و تشعبها و الحق أن هذه النظرية جديدة و هي نقيضة للنظريات الموجودة.

و نستطيع تقسيم هذه النظرية من خلال ثلاث زوايا :

- الزاوية التاريخية.
- من ناحية المبدأ.
- أبعاد المبدأ.

1-الزاوية التاريخية : إن ماك لوهان عندما ينظر إلى الإعلام و وسائله كظاهرة إعلامية و كمظهر من مظاهر الاتصال، يرى أن الاتصال قد مر منذ بدايته التاريخية على مراحل ثلاث، كان في الأول إتصال

1- المرجع السابق، ص 76.

شفوي قبلي ثم تطور إلى اتصال سطري فردي ثم رجع في وقتنا هذا إلى إدخال شفوي قبلي أو عالمي.

أ- الاتصال الشفوي القبلي : و هذا النوع الذي كان سائدا عندما كانت المجتمعات البشرية ضيقة تنحصر في حدود القبائل المختلفة، و كان الاتصال داخلها شفويا مباشرا، و يقول ماك لوهان أن الإتصال يقرب بين الناس.¹

ب- الإتصال السطري : حسب تعبير ماك لوهان، و يشير بالعبارة إلى الكتابة سواء كانت خطا باليد أو مطبوعة بالآلة و يقول إن هذه المرحلة بدأت عندما اكتشف جوتنبورغ الطباعة أو بالأحرى بلغت أوجها في هذه الفترة، بحيث أصبح اتصال يتعدى القبيلة بواسطة المخطوط أو الكتاب و أصبح بالمكاتبة أكثر مما هو شفوي، و يقول ماك لوهان أن هذا النوع من الاتصال خلق الأناية إذ أصبح الفرد بوسعه أن يتصل بغيره دون أن يراه و لا يعرف عليه و لا يختلط به و يقول أيضا إن الوطنية وليدة هذا النوع من الاتصال اجتماعيا. فإن الامتداد المكتوب للإنسان قد أظهر الوطنية و التصنيع و الأسواق الجماهيرية و القراءة و التعليم العام، إن المطبوع يعتبر بحق مثال للدقة المتكررة التي أهدمت أنواع جديدة للامتداد القوي الاجتماعي.

ج- المرحلة الثالثة : و هي التي نعيشها اليوم بالأحرى يعيشها العالم المتقدم اليوم، فهي تمتاز بالرجوع إلى الاتصال الشفوي و يقول ماك لوهان أن العامل الفعال في هذا هو اختراع الكهرباء. و يرى أن التلفزيون يلعب دورا هاما بواسطته زالت الحواجز التي كانت تمنع الفرد من الاتصال بنظيره بجميع حواسه. بل التلفزيون يجعلك تسمع و ترى و تراقب و تتعرف على كل جوانب المخاطب، كما كان الشأن من قبل داخل القبيلة، و بما أن التلفزيون يجعلنا نتعرف على الأشخاص و الأحداث التي تجري في العالم كله أصبح بمثابة قبيلة صغيرة كما كان الشأن من قبل.

هذه الظاهرة خلقت عند الأشخاص رغبة كبيرة للإطلاع و حبا كبيرا للمعرفة و للتعرف، يقول ماك لوهان : "إن الثورة قد وقعت داخل المنزل، إن التلفزيون قد غيرت حياتنا الحسية و طرق تفكيرنا، و قد خلقت التشويق إلى التجربة بصفة عميقة...."²

1-المبدأ : إن المراحل الثلاثة التي ذكرها ماك لوهان الثلاثة الذي ذكرها ماك لوهان ليس الغرض منها البحث في التطور التاريخ الخاص بالمجتمعات و إنما قصده ظاهرة الاتصال الجماهيري عبر

1-برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 199.

2- MARSHAL MACLUHAN : pour comprendre les médias édit, MEME SEUIL

1998, p 201

التاريخ. و بهذا فهو يستخرج عبرة و يضع المبدأ، فيقول أن المهم ليس هو المضمون أو الرسالة إنما هو الوسيلة و عبارة المشهوره :
 "الوسيلة هي رسالة le médium c'est le message" ماذا يقصد ماك لوهان بهذا
 العبارة الغامضة التي جمعت الكثير من العلماء لا يفهمونها و المعلوم و المعروف عند الناس أن
 المضمون أو المحتوى هو الذي يؤثر على أفراد المجتمع، و مازال هذا الاعتقاد سائد عند الناس و عند
 الكثير من العلماء، غير أن ماك لوهان يرى عكس ذلك و يقول أن المحتوى و إن كان له أهميته
 و مكانته في التبليغ فإنه لا يؤثر بصفة جذرية في المجتمع و خاصة في حالته العادية أي خارج فترات
 الثورات، و يقول ماك لوهان أن المحتوى يصل إلى الناس بواسطة وسيلة، و إن هذه الوسيلة تغيرت
 عبر التاريخ عدة مرات. اللسان-الكتابة-الطباعة-الراديو-التلفزيون ... إلخ و كلما تغيرت الوسائل
 و كان لها تأثير على المجتمع و وقعت التغيرات الجذرية في السلوك بقطع النظر عن محتوى الرسالة
 فالوسيلة هي أداة كبيرة للتأثير فالرسالة ليست إلا الوسيلة أو عبارة أوضح. فالوسيلة عندما تكون
 جديدة هي الرسالة هي التي تؤثر في المجتمع و تجعله يسلك سلوكا جديدا.¹

أصناف الرسالة : و يرى ماك لوهان أن الوسائل التي عرفها الإنسان تنقسم في فئتين :

ابتكر ماك لوهان مصطلحات "الساخن و البارد" ليصف بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم
 نقلها و كلمة "بارد" تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما ألفنا على أن نطلق عليه كلمة "ساحن" في
 الماضي.

و يهتم ماك لوهان القدرة على التخيل الذي يعتبر محور فكرته عن الساخن و البارد فالوسيلة
 الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على إستخدام التوازن في الحواس، أو الوسيلة التي تقدم المعنى
 مصطنعا و جاهزا مما يقلل إحتياج الفرد للخيال أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن
 و تثير خيال الفرد باستمرار.²

و يرى ماك لوهان "أن الوسائل المطبوعة و الراديو وسائل ساخنة" لأن كل منها يعتمد على
 استخدام حاسة واحدة فقط و لا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال.

في حين يرى السينما و التلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج إلى ممارسة جهد كبير في التخيل من
 جانب المشاهدين.

بهذا المعنى، يمكن القول : إن الآلية الذاتية باردة، في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة

و الشخص التقليدي ساخن، في حين أن الشخص المتطور بارد، و الوسيلة الساخنة درجة وضوحها

1 - زهير أحداون : مرجع سابق ص 78.

2- برهان شاوي : مدخل في الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 200.

مرتفعة و على درجة عالية من الفردية و تحتوي على قدر كبير من المعلومات. أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة و تنقل معلومات قليلة، و تحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة.

المطبوع : وسيلة ساخنة، لأنه يفرض نمطه على الصفحة و بتكرار لا نهاية له، و هو يقوم على التجريد، و يحمل الإنسان بعيدا عن العلاقات التقليدية الوثيقة إلى أسلوب الحياة الحديثة من القبيلة إلى الأمية و من الحرف اليدوية إلى الإنتاج على نطاق واسع، و يعتمد المطبوع على تعدد الرسائل و الأنماط بشكل لا نهائي تقريبا.

الحديث : على العكس من ذلك، وسيلة باردة لأنه يطور تبادل للرسائل، مميزات و رجع صدى و أنماط معقدة و متداخلة للعلاقات الشخصية و مجتمعات تركز على العائلة أو القبيلة.

الراديو : وسيلة ساخنة لأن درجة مساهمة الجمهور قليلة، و هو على درجة عالية من الوضوح بمعنى أنه يوفر المعلومات بشكل عام، و بدون مساهمة كبيرة من الجمهور.

التلفزيون : وسيلة باردة لأنه يحتاج إلى قدر كبير من المساهمة من جانب الجمهور و لأنه يرفض الشخصيات و الموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة. فلو كان التلفزيون موجودا على نطاق واسع خلال حكم "هتلر" و موسيليني ساعد على إختفاءها.¹ و يرى ماك لوهان إحكام الوثاق على حاسة واحدة يؤدي لإحداث ما يسمى بالتأثير النائم و يعتقد أن التلفزيون يغير نسيج المجتمع، لذلك جاء التلفزيون و معه مشاكله.²

3- الأبعاد النظرية : إن النظرية التي جاء بها ماك لوهان تتحدى وسائل الإتصال و مشاكلها الإجتماعية و تأخذ بالإعتبار الإنسان في المجتمع، فالإنسان هو المحور و هو الأساس المقصود في جميع التحولات و التغيرات و لذا يعتبر ماك لوهان الوسائل كيقما كان نوعها نابعة عن الإنسان و في خدمته. فهي ليست إلا امتداد له أو بالأخص فهي أعقدا لحواسه لأن الحواس هي التي تحتاج إلى امتداد عندما تكون قاصرة عن نيل مأرب ما. فإن الإنسان يسعى جاهدا في اكتشاف امتداد لحواسه بواسطة وسيلة تقوي صلاحيتها و تزيد في حدتها و توفر لها راحة أكثر و الوسائل التي اكتشفها الإنسان تكاد تكون كلها في ميدان الاتصال و هذا طبيعي إذا اعتبرنا أن الإنسان اجتماعي بالطبع فإنه دائما محتاج إلى الاتصال بغيره و نوعية الاتصال تتغير و تتجدد عندما تتجدد الوسيلة النار مثلا الفحم، البخار، النقود، العجلة، الكتابة، الصحف، الراديو، التلفزيون، كل هذه الوسائل تمثل في

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد : الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 277.

2- نيسير محمد شارقة : مدخل إلى الدراسات الإعلامية، منشورات بيت المقدس، فلسطين 2002، ص 95.

الحقيقة المراحل التي مر عليها الإنسان و يرى ماك لوهان أن اكتشافا جديدا في عصرنا هذا الذي نعيشه يلعب دورا كبيرا في التغيرات السريعة التي يشهدها الإنسان و الاكتشاف هو الكهرباء فالكهرباء خلقت امتدادات كثيرة و مختلفة للإنسان بحيث أن مشاركة الإنسان، أصبحت كثيرة و في جميع الميادين يقول ماك لوهان : "في عصر الكهرباء أصبح جهازنا العصبي المركزي يمتد تكنولوجيا إلى درجة أننا نشعر بالتزامات نحو الإنسانية جمعاء و لهذا فإننا مطالبون حتما بعواقب كل عمل من أعمالنا أنه يستحيل علينا إذ تقف موقف اللامبالاة للذي كان موجود في الغرب من قبل".

و هذه المشاركة الكبيرة تجعل الإنسان أكثر وعيا بمسؤوليته لأنه يطلع بسهولة على كل ما يجري في العالم و ذلك بفضل الكهرباء، و الآن الكهرباء جعلت العالم ينكمش إلى درجة أنه يصبح قرية يقول ماك لوهان جملته المشهورة كذلك : "إن عالمنا ليس هو إلا قرية أو بالأحرى العالم كله أصبح اليوم بمثابة القبيلة قديما"¹

3- نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد :

انتشرت بعد الحرب العالمية الأولى و تفترض أن المعلومات تسري من وسائل الإعلام مباشرة إلى الجمهور المتلقي أي أن المرسل و الرسالة مهمان في العملية الاتصالية.²

و تعكس هذه النظرية وجهة النظر التي كانت سائد آنذاك و التي تنظر إلى جماهير وسائل الإعلام على أنهم مكونون من كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الإعلام.³

و هي من النظريات الأولى التي تأثرت بالنظرية النفسية الشائعة في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى و هي نظرية المنبه و الاستجابة، و تشير هذه النظرية إلى أن التأثير و هو رد فعل معين لحافز معين، أي أنه يمكن و ببساطة التنبؤ باستجابة الجمهور لكل رسالة إعلامية يتعرض لها اعتمادا على معرفة طبيعة المنبه.

فشبهت نظرية الرصاصة الرجل الإعلامي بمن يطلق الرصاص ليصيب هدفه إصابة أكيدة من الطلقة الأولى، أما استخدام تعبير الحقنة تحت الجلد فهو تصوير للرسالة الإعلامية و قد تم حقن محتواها في شرايين الجمهور دون السماح له بأي فرصة للتراجع و التردد في تقبلها، و قد اعتمدت هذه النظرية بتماثل الطبيعة البشرية لدى كافة الناس لذا فإنهم يستقبلون الرسائل الإعلامية و يتأثرون لها،

1- زهر أحداتان : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، مرجع سابق ص 81.

2- تيسير مشاركة: مرجع سابق، ص 80.

3- عاطف عدلي العبد عبيد : مرجع سابق، ص 198.

و يستجيبون لها بدرجات واحدة على نحو آلي و متماثل دون أدنى جهد يبذل في نقد و تدبر مضمون هذه الرسالة.

و قد عمل الباحثون أو بعضهم بسبب هذا الاستسلام لوسائل الإعلام، بأن دعاية الحرب العالمية الأولى من خلال هذه الوسائل كانت فعالة و مؤثرة.

وقد شعر الناس وقتها بالقلق و الخوف لإحساسهم بأن السيطرة على الفرد و إخضاعه، قد انتقلت من أيدي مراكز قوة العنف العالمية (كالنازية و الفاشية) إلى أيدي وسائل الإعلام الجماهيرية.

4- نظرية الفروق الفردية :

و هي نظرية تنطوي على أن رسائل وسائل الإعلام تحتوي على حوافز معينة منبهة تتفاعل مع خصائص شخصيات الجمهور بطريقة متميزة، و طالما أن هناك فروق فردية بين خصائص شخصيات الجمهور. فمن الطبيعي أن نتوقع وجود اختلافات في أثر وسائل الإعلام بحيث تتطابق مع مثل هذه الفروق، و يفترض هذا أن كل واحد منا له خصائصه الفردية التي تسفر عن ردود فعله المختلفة إزاء وسائل الاتصال.¹

و بهذه النظرية لم يعد جمهور الإعلام مجرد جمع متجانس و كائنات سلبية تستجيب بشكل آلي و منسق و متماثل للمضمون الذي يعرض عليها، بل أصبح كل فرد من الجمهور يختلف اختلافا كبيرا عن غيره في تصرفه و فهمه و تذكره لمضمون الرسائل الإعلامية التي تصله.

و يشير البحث العلمي إلى أن الأفراد عادة ما يبحثون في المعلومات التي تتفق مع اتجاهاتهم و ميولهم، لذا فإنهم يعرضون أنفسهم تلقائيا لأنواع معينة من الرسائل الإعلامية و يتجنبون الأخرى التي تتعارض مع أفكارهم و آرائهم "التعرض الانتقائي".

أما عملية "الإدراك الانتقائي" فهي تفسير الأفراد الانتقائي لمضمون الرسالة الإعلامية التي يتلقونها ما يتفق مع اتجاهاتهم و قيمهم، أي أن الفرد قد يعرف الرسالة الإعلامية عند سماعه أو قراءته أو مشاهدته لها كهي تتفق مع آرائه و خيالاته السابقة.

أما عملية التذكر الانتقائي فهو ميل الأفراد إلى تذكر الرسائل الإعلامية التي تتفق مع تصوراتهم و اتجاهاتهم و قيمهم و نسيان ما لا يتفق معها.²

5- نظرية الفئات الاجتماعية :

و هي موازية لنظرية الفروق الفردية، و تدعي بأنه على الرغم من أن المجتمع الحديث يتميز بانعدام

1- برهان شاوي : مدخل في الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 101.

2- عواشة محمد حقيق : مرجع سابق، ص 204.

التجانس بين أعضائه، إلا أن الناس الذين يشتركون في الخصائص المتشابهة (كالسن، و الجنس، مستوى الدخل، و المستوى التعليمي، و الانتماء الديني، و مكان الإقامة ...) لا بد أن تكون لديهم عادات متشابهة و طرق متماثلة في التفكير، لذلك فإنه يتوقع من أعضاء لنفس الفئة أن يختاروا نفس مضمون وسائل الإعلام، و أن يستجيبوا نحوه بطريقة متماثلة.

6- نظرية العلاقات الاجتماعية :

و قد أكتشف دور العلاقات الاجتماعية في عملية التأثير لوسائل الإعلام لوسائل الإعلام الجماهيرية بطرق الصدفة، فعقب دراسة قام بها كل من **CANDET** غوديت و **Berelson** برلسون و لازار سفيلد **LAZAR SFELD** لبحث أثر الحملة الانتخابية التي أقامتها وسائل الإعلام الجماهيرية بمناسبة الانتخابات الرئاسية بين ويلكي و روزفلت عام 1940 على الناخبين. بين أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تقوم بدور هام في تحديد أسلوب استجابة الفرد الواحد تجاه رسالة معينة ترد إليه عن طريق إحدى وسائل الإعلام الجماهيرية. قد سميت حركة المعلومات التي تنتقل على مرحلتين أساسيتين : بتدفق الخطوتين الأولى و هي انتقال المعلومات من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي و هم أفراد يتميزون بالاستخدام الأكثر للوسائل الإعلامية و يتمتعون بمستوى اجتماعي أعلى و قادرون على توسيع و تضيق دائرة المعلومات للآخرين و التأثير عليهم.

و تنتقل المعلومات في الثانية من قادة الرأي و هم أفراد يتميزون بأنهم أقل تعرضا لوسائل الإعلام و بأنهم يعتمدون عادة على غيرهم في الحصول على المعلومات، و تتأثر مواقفهم و قراراتهم بما يصلهم منها.¹

7- نظرية لولب الصمت :

و تعتبر هذه النظرية من النظريات التي تؤكد قوة وسائل الإعلام في تأثيرها على المتلقين و يمكن تصنيفها في إطار واحد مع نظرية وضع أو بناء الأجنحة، حيث تهتم أيضا بالتأثير على المستوى الجمعي و تشكيل الرأي العام أو الإجماع العام.²

تعالج هذه النظرية مسألة تكوين الرأي العام و الفكرة الأساسية لهذا النموذج كما تصفها عالمة الاجتماع إليزابيث نوبل - نيومان 1974 هي أن معظم الأفراد يحاولون تحاشي العزلة، بمعنى إنفرادهم باتجاه موقف و معتقدات معينة لذا فإن المرء يضل يراقب بيئته حتى يعرف أي المواقف

1- المرجع السابق، ص 207.

2- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 286.

و الآراء السائدة و أيها تزداد قوة و أيها تقل أهميتها أو في طريقها إلى الانحصار. فإذا ما رأى المرء بأن آراءه من بين الفئات الأخيرة فضل كتمانها و عدم البوح بها لخوفه من العزلة و هذا معناه أن الرأي المهيمن أو الرأي الذي يحرز تقدما يتجه دائما إلى مزيد من التقدم.

و هكذا فإن ميل طرف من الرأي العام إلى الجهر برأيه و ميل الطرف الآخر إلى الصمت يخلق عملية لولبية ترسخ رأيا و تعتبره هو الرأي السائد و إدراك الفرد ليس هو العامل الوحيد المؤثر في هذه النظرية. بل أن وسائل الإعلام و التي تمثل العامل الثاني المؤثر عادة ما تعبر بشدة عن الآراء السائدة فقط مما يزيد تلك الآراء قوة و تأثير و تصبح بالتالي مهيمنة.

و كانت : إليزبت نيومان قد نادى بالعودة إلى وسائل الإعلام و رأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام، تم التقليل من شأنها في الماضي بسبب قيود منهجية في الدراسات الإعلامية. و لذلك طالبت بأهمية إجراء البحوث طويلة الأمد التي تحتوي على ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في تأثير وسائل الإعلام و هي :

أ- التأثير التراكمي من خلال التكرار: حيث تمل وسائل الإعلام إلى تقديم وسائل متشابهة و متكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا و يؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد.

ب - الشمولية : تسيطر وسائل الإعلام على الإنسان و تحاصره في كل مكان و تهيمن على بيئة المعلومات المتاحة، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب الهروب من رسائلها.

ج- التجانس : و يعني أن بين القائمين على الإتصال إتفاقا و إنسجاما مع المؤسسات التي ينتمون إليها مما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم و القيم الإعلامية التي تحكمهم و يؤدي ذلك إلى أن الرسائل التي تتناقلها وسائل الإعلام المختلفة تبدو متشابهة و متناسقة، مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقين.¹

8- نظرية ثغرة المعرفة :

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد و الجماعات في المعرفة و أثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة هذا التباين،² ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الإتصال الحديثة و تعتمد هذه النظرية على فرض فجوة المعرفة الذي طوره تيشنر Tichnor و زملاؤه عام 1970 و الذي يقول :

1- حسن عماد مكايي : الاتصال و نظرياته المعاصرة مرجع سابق، ص 280.

2- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 296.

"كلما زادت كثافة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام و نظام اجتماع معين. فإن الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي و الاقتصادي سوف تكتسب المعلومات بصورة أسرع و أكثر كثافة من الفئات الأقل في المستوى الاجتماعي و الاقتصادي، مما يؤدي إلى اتساع فجوة المعرفة بين هؤلاء الفئات بدلا من تصنيفها"، و أشار Tichnor إلى أن هذه الفرض لا يفترض إذ أن الطبقات الدنيا ستظل بدون معلومات تماما أو أن الأفراد الفقراء في المعلومات سيصبحون أكثر فقرا. و لكن يفترض أن إزدياد المعرفة سيحدث بصورة أكبر نسبيا بين الفئات الأعلى في المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

و قد اتخذ "تيتشر" من التعليم كمؤشر للمستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث قام على أساسه بتصنيف الأفراد إلى طبقات اجتماعية و إقتصادية مرتفعة و منخفضة، و يرى Tichnor أن فرض فجوة المعرفة ينطبق أساسا على الأخبار المتعلقة بالقضايا العامة أو الموضوعات العلمية التي تتوجه إلى الجمهور بصفة عامة، أي أنه لا ينطبق بالضرورة على الموضوعات التي تم جمهورا بعينه مثل أخبار أسعار السبوق و أخبار الرياضة.¹

و قد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا و أمريكا اللاتينية و الشرق الأوسط... حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية و الاجتماعية هي المحدد الرئيسي لاكتساب الجمهور المعرفة.²

9- نظرية التعارض و التنافر المعرفي :

و هي نظرية قال لها عالم الاتصال ليون فيستنجر Leon Festinger و تفترض هذه النظرية أن الإنسان يعمل على جعل اتجاهاته تتفق مع سلوكياته، فالعلاقة بين ما يعرفه الفرد و الطريقة التي يتعرف بها ليست بسيطة لأن الناس يتصرفون عموما بطرق تتفق مع ما يعرفونه.

فالفرد إذا أدرك أن هناك خطرا ما يهدده فسوف يلزم الحذر و إذا علم أن هناك سوقا و أسعاره أرخص من غيره فسوف يلزم الحذر و إذا علم أن هناك سوقا أسعاره أرخص من غيره فسوف يذهب للشراء منه، أي أنه لكلما زادت معارفنا نعدل من سلوكياتنا لنجعلها تتوافق مع تلك المعارف.

و لكن أحيانا يحدث تعارض أو تنافر بين ما يعرفه فردا ما و بين سلوكه، و هنا تبدأ عمليات سيكولوجية تهدف إلى التقليل من هذا التنافر و التهوين من شأنه.³

1 - حسن عماد مكاوي و سامي الشريف : نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص. 98.

2 - حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد : الإتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص. 339.

3- حسن عماد مكاوي : نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص. 108.

10- نظرية حارس البوابة الإعلامية :

و يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل و الأمريكي الجنسية كيرت ايوين Kurt Lewin 1977 في تطويرها أصبح يعرف اليوم بنظرية "حارس البوابة الإعلامية" و تعتبر دراسات ليون من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالإتصال، حيث يرى أنه طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط "بوابات" ، يتم فيها إتخاذ قرارات ب. يدخل و ما يخرج و كلما 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 ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها و يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية في إنتقال المعلومات.¹

و قد عرف الدكتور عبد العزيز شرف.² مصطلح حارس البوابة إلى الحاجب الإعلامي لأن الدلالة العربية لكلمة الحاجب في العربية تقربنا كثيرا من المفاهيم الجديدة للإعلام العامل في وسائل الإعلاء المختلفة.

11- نظرية التطهير : تفترض هذه النظرية وجود آثار إيجابية لمشاهدة العنف في وسائل الإعلاء و ترجع أصول هذه النظرية إلى الفيلسوف اليوناني "أرسطو" حيث ذكر في كتابه "فن الشعر" إن مشاهدة الدراما على المسرح تطهر الناس من مشاعر الحزن و الغضب و العديد من العواطف القوية الأخرى و فكرة التطهير المشتقة من نظرية "أرسطو" تفترض أن الإحباط و الظلم الذي يتعرض له الإنسان يوميا يزيد من ميله نحو العدوان، و يمكن إشباع هذا العدوان إما بالميل المباشر أو بمشاهدة الآخرين و هم يعتدون، فوفقا لهذه النظرية فإن التعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام يمكن أن يقلل من حاجة الإنسان إلى العدوان. و يعد فيشباخ "Fishback" أبرز المؤيدين لمفهوم التطهير، و يرى مع غيره من القائلين بنظرية التطهير أن مشاهدة برامج العنف في التلفزيون تزود المشاهدين بخبرة عدوانية بديلة، و يمثل ذلك وسيلة غير ضارة لتهدئة مشاعرهم من العدوان أو الإحباط فعلى سبيل المثال : فإن مشاهدة ممثل في دور يتسم بالعنف و العدوانية يجعل المشاهد يشارك في أعمال العنف العدوانية، و يؤدي ذلك إلى حفظ حاجة المشاهد إلى الانخراط في أعمال عدوانية حقيقية أي أن سلوك العدواني لشخصيات مسلسلات الجريمة و أفلام يمكن أن يكون نوعا من التنفيس عن إحباطات متراكمة لدى المشاهد، فتقل احتمالات السلوك العدواني لديه.

1- حسن عماد مكاوي : نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 138.

2- 51: p.43 (24-19-74) opinion (journal of communication,

12- نظرية النموذج (التعلم بالملاحظة) :

تعد نظرية النموذج من المساحات المهمة لمعرفة دور وسائل الإعلام في التطوير الاجتماعي للفرد و رغم أن "ألبرت باندور Bandure" صاحب هذه النظرية لم يطلق عليها هذا الإسم فقد توصل إليها هو و مساعده في الستينات من القرن العشرين كجزء من نظرية أشمل للتعليم الاجتماعي.

و إن نظرية التعليم الاجتماعي ليست بالتحديد سردا للتعلم عن طريق وسائل الإعلام، و لكنها شرح عام لكيفية اكتساب الناس أشكالاً جديدة من السلوك و قد أطلق عليها نظرية اجتماعية لأنها تحاول أن تشرح كيف يلاحظ الناس تصرفات الآخرين و كيف يتبنون هذه النماذج من التصرفات كطرق شخصية للاستجابة للمشكلات أو الظروف أو الأحداث التي تصادفهم في حياتهم.

و نظرية التعلم في الأساس هي نظرية من نظريات علم النفس التي تناولها العديد من علماء النفس من نواحي عديدة متنوعة، و بالرغم من كونها تبحث في عملية التعلم و كيفية حدوثها و الشروط التي يتوجب أن تتوفر لكي يحدث التعلم، إلا أن لهذه النظرية علاقة و صلة قوية بنظريات الاتصال الإنساني الذي يحدث فيه تعلم و تعليم في نفس الوقت الذي يحدث بأنواع متعددة...¹

و من أهم نظريات التعلم التي تم تطويرها لتغيير اكتساب الأنماط السلوكية من خلال التعرض لوسائل الإعلام، نظرية التعلم بالملاحظة التي قدمها ألبرت باندور و زملاؤه و تناولت ملاحظة سلوك الآخرين و المحاكاة و إعتبارهم نماذج أو قدوة للسلوك، شأنها شأن الخبرة المباشرة في المواقف المختلفة.²

حيث أعتبر الإقتداء بالنماذج يمكن أن يكون لها تأثيراً كبيراً في إكتساب الأنماط السلوكية شأنها شأن الخبرة المباشرة للفرد في المواقف المختلفة، و في مجال وسائل الإعلام التي اهتم بها باندوري رأى أن الأطفال و البالغين يكتسبون الاتجاهات و الأنماط الجديدة من خلال النماذج التي تعرض في الأفلام و التلفزيون، و لذلك حذر أن التلفزيون يشكل صورة للعنف، تؤدي إلى تأكيد الخوف و عدم الإحساس بالأمن عند الأفراد المتلقين. فالفرد في نظرية التعلم و الملاحظة لا يحتاج إلى دعم خارجي لتعزيز التعلم فحسب، و لكنه يمكن أن يكتفي بإقتداء النموذج باعتبار أن ذلك مكافئة في حد ذاته أو تعزيز لعملية التعلم من خلال المحاكاة.³

1- عمر عبد الرحيم نصر الله : مبادئ الاتصال التربوي و الإنساني، دار وائل للنشر و التوزيع عمان 2001، ط1، ص 111.

2- حسن عماد مكاري و ليلي حسن السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 266 - 277.

3- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 256.

لقد تبين لنا من خلال عرضنا لهذه النظريات التي جاءت ضمن نظريات التأثير بهدف الكشف عن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والتي كشفت لنا عن الآثار السلبية و الإيجابية لوسائل الإعلام من خلال تعرض الأفراد لوسائل الإعلام، و مدى تأثير وسائل الإعلام على الأفراد و معرفة ردود فعل الأفراد و مدى الاستجابة لهذه الوسائل التي يتعرض لها و التي تختلف من فرد لآخر، و ذلك تبعا للفروق الفردية الموجودة لدى الجمهور.

فقد شكلت دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور لدى العديد من الباحثين و الدارسين اهتماما كبيرا خاصة و أن الفرد يستقبل جميع وسائل الاتصال على اختلاف أنواعها يوميا خاصة بعد أن أصبحت هذه الأخيرة مصدرا لتحديد تصرفات الأفراد و سلوكهم. هذا ما دفع الكثير من الباحثين لدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ما دام الفرد يستخدم هذه الوسائل و لعل عرضنا لهذه النظريات كان بهدف إبراز التأثير و استخدامات الجمهور لهذه الوسائل مادامت تشكل جزءا من حياته اليومية.

II - شروط تأثير وسائل الإعلام على الجمهور :

1- الشروط الاجتماعية و السيكولوجية لتأثير الوسائل (درجة الثقة تجاه الوسائل) :

من الواضح أن مستوى الثقة التي يعطيها الفرد عامة للصحافة و لأي دعم بصورة خاصة ممكن أن يعزز تأثير الصحافة أو تأثير الدعم الخاص، على الفرد نحن بلا شك منتبهين أكثر تجاه ما تحذر منه غريزيا، و هكذا ففي سنوات 1968-1978 وجد بين الجمهور الفرنسي نسبة معتبرة من المشاهدين تؤكد أن جريدة التلفزيون هي جريدة حكومية من هنا كذلك فإن جزءا من هؤلاء المشاهدين كان حذرا من كل ما كان يعتبره دعاية.

من بين الأسباب المعطاة شرح ضرورة تبني دستور قانوني جديد لـ O.R.T.F قبل 1964 فقد تبين أنه أصبح من المزعج للحكومات أن عبارة صحفي ما تأخذ بنظر قسم لا بأس به من الجمهور شكلا تصريح رسمي. منذ تلك الفترة فإن "ما يوجب تصديقه" للتلفزيون الفرنسي كأداة إعلام مستقلة بذاتها، يبدو أخذ يتحسن بشكل واضح في فكر الجمهور، حيث أن التلفزيون يتخطى الصحافة المكتوبة و الراديو بما يتعلق بدرجة الثقة التي يليها الجمهور، و هكذا، في الولايات المتحدة، فإن التحقيقات مؤسسة الموروبر تخبرنا قبل 1964 بأن الجمهور الأمريكي يعتبر أن منبع الإعلام الذي يحظى بأكثر الإهتمام هو التلفزيون و ذلك بنسبة 41% و هذه نسبة كبيرة بالنسبة لمنبع الإعلام الذي يميل إلى تصديقه أقل من غيره تأتي بالدرجة الأولى الصحف 28% و من ثم المجلات 24% و الراديو 11%.

حيث أن الصورة لها تأثير إيجابي خاص على الجمهور و هناك تحقيقات أخرى سمحت لنا على كل حال و في مواقف متعددة أن تؤكد النتائج التالية للأمريكيين ميل قوي لإعطاء ثقة أكبر للتلفزيون مما يعطونه للراديو و خصوصا للصحافة المكتوبة، تحت هذه الشروط نستطيع أن نطلع بالنظرية التالية : " إن مدى تأثير مختلف وسائل الإعلام هذه ليس هو نفسه على الجميع. ذلك أن إعطاء الثقة لبعض الوسائل يعرضنا لما تعرضه من مواد أكثر من بقية الوسائل التي يوليها اهتماما أقل".

2- التركيب الشكلي و الإخراج :

تمثل عملية جذب انتباه القارئ إلى الصحيفة الخطوة الأولى في عملية القراءة كلها، و يرتبط بنجاح هذه الخطوة أو فشلها اقتراب الفرد من الصحيفة أو إهمالها، فلا تتحقق العملية الاتصالية المستهدفة من إصدار الصحف.

و يلعب البناء التشكيلي للصحف الدور الرئيسي في عملية جذب انتباه القارئ إلى الصحف أو محتواه، و بناء على ذلك فإن جاذبية الصحف في البداية من حيث الشكل و التصميم تقوم بدورها في تحقيق الخطوة الأولى لعملية القراءة، و بناء على قدرة البناء الشكلي و التصميم في تحقيق وضوح العناصر التيبوغرافية أيضا، و بصفة خاصة حروف المتن و العنوان و منه أيضا يتحقق سير القراءة و الاستمرار فيها. و هكذا يعكس أهمية البحوث و الدراسات المنهجية الخاصة بالبناء المركب — زوي و عناصره، في علاقته بتفضيل القراءة ففي "جامعة أنديانا" أجري تحقيق على 23 طالب و بينما اكتشفت "دل برنكمن" هو أن نشر المقالات مرفقة بالصور ممكن أن يؤدي إلى تغيير في الرأي عند القراء، أهم بكثير مما إذا نشرت المقالات أم الصور مفرقة، و أيضا فالمقال الدسم إذا كانا سوية فإنهما يلعبان دورا لتغيير الرأي أهم بكثير مما إذا كان المقال مقدا على الرسم.

3- العرض الاصطفاي :

لا يكفي أن تكون الأخبار بواسطة وسائل الإعلام حتى يلاحظها الجمهور، فلذلك يجب على الجمهور أن يعبرها انتباهه. لكن هناك عدة أبحاث برهنت أن الإعلام يخطئ غالبا هدفه، و أن هناك قسما كبيرا من القراء، المشاهدين، المستمعين، ليس لديه أية فكرة عن المواضيع التي تعالجها و بكترة الجرائد، الراديو و التلفزيون، و نستطيع بعد ذلك أن نذكر عدة من هذه الأبحاث المأخوذة من بينها و الأكثر دلالة.¹

1- المرجع السابق، ص 150.

من ذلك أن عددا كبيرا من الأشخاص و حول عدد معين من المسائل يملكون المعلومات ما ليس له إلا قليل عن العلاقات مع مستوى الإعلام المعطى على هذه المسائل التي تحولها الصحف التي يقرؤها أو المنشورات المرسله على الهواء التي يسمعونها أو الأحداث المتلفزة.

أحد أسباب وجود مثل هذا الاعوجاج مغزو إلى حادث العرض التصويري لوسائل الاتصال، و الإهتمام المعطى لخير ما سبب و بقسط كبير بالعلاقة الشخصية أو الاجتماعية التي تنتهجها تجاه هذا الخير عندنا ميل لفرض قراءة المقالات أو استماع و مشاهدة البرامج التي لا تسير في اتجاهها يثير اهتمامها، عندنا ميل كذلك لتصفية الإعلام، فلا نعطي اهتمام إلا للأخبار التي تثير اهتمامنا مسبقا.

و النتيجة المستخلصة من هذه المسألة، أنه يوجد هناك نوع من الحاجز المصغي المخلوق شعوريا — و غالبا لا شعوريا بواسطة الأفراد، لكي يقطعوا المجال أمام الأخبار التي يمكن أن تذهب ضد أهوائهم و أفكارهم المكونة مسبقا و التي يسعون لتعزيزها و ليس لوصفها موضع الاهتمام، و هكذا فنحن نتمنى أن لا نترجع بسبب أفكارنا و ميكانيكية العرض التصفوي للإعلام تسمح لنا بأن لا نتمسنا الأشياء التي من الممكن أن تزعجنا، بينما نقبل الأشياء عندما تتطابق مع توقعاتنا.

4 - جو و إطار الاتصال:

من بين العوامل التي يجب أخذها بعين الإعتبار، و التي يمكن أن تتدخل لتثبيت ميكانيكيات الاتصال و تحديد التأثير المباشر لوسائل الاتصال على الأفراد أو إدخال إعوجاجات في إرسال الأشياء، هو الإقليم العام الذي يقع فيه الاتصال و الذي يحدث مثلا قبل الاتصال يمكن أن يؤثر على الشروط التي بواسطتها تم الإعلام و يمكن أيضا أن يخلق جو التوتر و الغليان قد يؤثر على المعلومات الجديدة.

و قد برهن "هـ.مري" من أن خلق مناخ الخوف عند الأطفال يؤثر على تقديراتهم بالنسبة "للصليبية" أو الجثث لوجود أشخاص يرون صورها.

كما برهن "ف.كوتير" أن محاضرة لها تأثير أشد إذا سمعت من شخص منعزل أكثر مما إذا سمعت ضمن إطار الجماعة.

و إنطافا من التحقيق المذكور سابقا، حول مشاهدة التلفزيون في وسط العمال الفرنسي "م.كوريه" يعتبر أن المشاهدة ضمن الجماعة تشجع "التدرب" و تسمح بأخذ قسط أوفر من المعلومات و الرسائل الثقافية، أكثر من السماح الفردي و ذلك في الوسط الزراعي، بينما السماع وسط الجماعة يصبح عاملا سلبيا في هذا المجال في الوسط العمالي.¹

1 - رولان كايرونول : الصحافة المكتوبة و السمعية و المرئية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984 ، ص 156.

المبحث الرابع :

مستقبل التأثير في ضوء المنافسة بين وسائل الإعلام:

يوجد ارتباط في استعمال الاتصال بال جماهير الأهم و الأكثر انتظاما هم المستمعين للإذاعة و ذلك قبل ظهور التلفزيون و كانوا أيضا هم الذين يقرؤون الأكثر من المجلات و الصحف، و عليه فإن الاستماع إلى الإذاعة لا يستبعد استعمال الوسائل الأخرى من وسائل الإعلام و لكن على العكس يكون عموم مرتبنا أكثر في استعمال عام للصحافة، و أيضا السينما و هكذا أيضا فإن الأكثر استهلاكاً للصحافة المكتوبة و للإذاعة هم أول من يملكون جهازا للتلفزيون و كذلك يوجد قانونا لتراكم الوسائل. مع ذلك فإن هذا القانون لا يمكن أبدا تطبيقه في نفس الشروط مع تطور التلفزيون فالواقع أن هذا يرأسل أثناء عدة ساعات في اليوم دون انقطاع في بعض البلاد و المشاهدون المثارون يمكن أن يجدو صعوبة في إيجاد الوقت الكافي ليقروا مستمعين منتظمين للإذاعة و قراء مخلصين للمجلات، و الصحف معنى ذلك، يوجد من واقع التلفزيون تزايد في الوقت المخصص لاستهلاك الوسائل. و يبقى إذن على العموم إن التلفزيون على كما يبدو تأثير سلبي على استهلاك الصحافة المحلية و على العموم الصحافة المكتوبة و ذلك فيما عدا بعض البلاد كما جعلتنا نعتقد الأبحاث المختلفة.

1- الصحافة بين وسائل الاتصال الجماهيري :

أكدت الدراسات أن هناك علاقة إرتباطية بين النمو في أساليب الاتصال و وسائل الإعلام و بين النمو و الازدهار الحضاري، و نظرة سريعة إلى مجتمع متطور ديناميكي كالولايات المتحدة الأمريكية تدلنا على حجم هذا الجهاز الإعلامي و ضخامته. فقد وصل عدد الصحف اليومية التي تصدر في أمريكا حوالي 600.000.000 نسخة يوميا أما الصحف الأسبوعية فقد وصلت إلى 9000 مجلة، هذا بالإضافة إلى محطات الراديو و عدد دور السينما بالإضافة محطة إرسال تلفزيوني، و كل هذه الوسائل، تنشر الكلمة و الصورة يوما بعد يوم و إذا قمنا مقارنة بين الصحافة كوسيلة إعلام و الوسائل الأخرى السمعية البصرية فإننا نلاحظ نوع من المنافسة و التأثير.¹

1- ملفين دفنر : نظريات و وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 278.

أ- الصحافة و الإذاعة :

قبل اختراع الراديو و انتشار أجهزته، بداية من عشرينات القرن العشرين كان الناس يعتمدون في الوقوف على الأخبار على الصحف وحدها، إذ لم تكن ثمة وسيلة أخرى لتحقيق هذا الغرض، و لكن عندما دخل الراديو في كل منزل تقريبا تغير الحال و أصبح الناس يجدون في الإذاعة ما يغني عن الصحافة من الناحية الإخبارية و هي العمود الفقري للصحف.

و قد شكلت بدايات ظهور الراديو و انتشاره منافسة خطيرة للصحف الجديدة التي بدأت تصدر مع انتشاره (عقد الثلاثينات و الأربعينات من القرن العشرين) و منافسة أقل خطورة بالنسبة للصحف السابقة لانتشاره، و التي رسخت أقدامه في الميدان الصحفي، فالراديو يقدم الأخبار وقت حدوثها، بل و يكررها مرات عديدة، و يبث أصوات صانعي الأحداث إلى منازل المستمعين و يمدهم باستعراضات درامية، و بعض مواد التسلية الأخرى و يصل إلى الأميين دون الحاجة إلى مجهود تعليمي، أو ذهني كالصحف، و قد أصبح الراديو اليوم الرفيق المثالي حتى في أثناء انتقال الفرد بعمل آخر، فالمستمع يحصل على آخر الأخبار و يستمع إلى الموسيقى المفضلة لديه أثناء قيادته السيارة، أو في العمل و تستمع إليه ربة المنزل في مطبخها و الطالب أثناء استذكار الدروس و الأهم في ذلك أن الراديو أكثر سرعة و مرونة في عرضه للأبناء من وسائل الإعلام الأخرى.¹

ب- الصحافة و التلفزيون :

أصبح التلفزيون منافسا جديدا للصحافة، سواء من ناحية الإلتشار بحجم متزايد عن الإعلان، أو بالسبق الإخباري، بل أن التلفزيون يمتاز الصورة و الحركة إلى جانب الصوت هذا. بالإضافة إلى الألوان مما جعله أكثر جاذبية، و خاصة أن الصحف لم تدخل بعد عصر الطباعة الملونة إلا على نطاق ضيق و على إستحياء.²

و فيما يخص تأثير التلفزيون على الصحافة المكتوبة فمن الصعب تقديم رؤية قطعية للأشياء إن التلفزيون كما قيل يمثل السلبية الأولى بالنسبة للأشكال الأخرى للترفيه، إنه يستولي على الوقت المتاح، فالقراء و خاصة تلك التي تعود للصحف تعاني إذن، فالقراءة و خاصة تلك التي تعود للصحف تعاني إذن مثل غيرها من الوسائل و النشاطات الأخرى كالتسلية في نقص الوقت المتاح، في بعض الحالات هذا يقول لن نشترى أبدا هذه المجلة و هذه الصحيفة لأننا لا نجد لحظة لتصفحها في حالات أخرى هذا الأمر يترجم بواقع قراءتنا بسرعة لأكثر للجمهور المشاهد في تتبع البرامج التي يقدمها أكثر.

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 167.

2- ميلفن د فلر : نظريات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 280.

3- تكامل وسائل الإعلام :

صحيح أن لكل وسيلة إعلامية خصوصياتها و مميزاتها التي تجعلها الرائدة و السباقة في جلب انتباه الجمهور و كسبه، فإذا كان للتلفزيون القدرة على استقطاب عدد كبير من المشاهدين نظرا لما يوفره من قدرة عالية من التغطية مستعملا في ذلك الصورة و الصوت على خلاف الإذاعة التي تراجعت أهميتها بعد ظهور التلفزيون و خاصة بعد ان كانت تلقب "بالقنبلة" على حد تعبير "ولبار شرام" و إذا كانت الصحيفة قد عانت و لازالت تعاني من منافسة شرسة من قبل التلفزيون و الراديو. خاصة أنها دفعت بالصحيفة إلى العمل الجاد و المتواصل، حتى تؤمن لنفسها مكانا في وسط وسائل الاتصال الجماهيري و إن كانت الصحيفة قد أثرت هي الأخرى على وسائل الإعلام الأخرى كالمجلة مثلا. فإذا كانت المجلة تتابع الأحداث بدرجة أسرع من الكتاب، فإن الصحيفة أسرع في الإعلام عن المجلة، و لكن ينبغي من كونها أداة إخبارية أصيلة بحكم ما تقوم به حملات و تحقيقات صحفية، لا تقل أهمية عن ما تقدمه الصحف، و ما يقال في المجلة يقال عن الوسائل الإعلامية الأخرى. فليس معنى ظهور التلفزيون إختفاء دور الراديو أو الصحيفة أو المجلة.

و إلا فكيف نفسر ظهور ما يعرف بصحافة الإذاعة و التلفزيون. ولعل تخصيص العديد من الجرائد قسما خاصا بالتلفزيون يؤكد على الصورة و الصلة الوثيقة بين التلفزيون و الصحيفة من ذلك مثلا صحيفة **Le Monde** التي خصصت قسما خاصا بالتلفزيون **Le Monde Télévision** هذا من جهة، فالتلفزيون من جهة أخرى ذهب إلى تقليد الصحيفة، من خلال استعماله الكلمة المكتوبة في تقديم الأخبار و يظهر ذلك خاصة في كونه أصبح يقدم أخبار و مختصرات في شكل مكتوب يظهر مباشرة على الشاشة، فرغم الاختلاف الحاصل و الفوارق بين وسائل الإعلام الجماهيرية فهناك تداخل بينهما و ما يمكن قوله ان قوة الإعلام لا تقاس بإنفراد وسيلة عن باقي الوسائل الأخرى، و إنما يقاس بتطور الوسائل جميعها و تلاحمها في سبيل خدمة الجمهور سواء كان مشاهدا أو قارئا و كذا العمل على تشكيل رأي عام يثق في هذه الوسائل و قيامها بالرسالة التي وجدت من أجلها.¹

فبالرغم من المنافسة، إلا أن الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة. قد أشارت إلى أن الناس ينظرون إلى الجرائد كمصدر أول لإنتقاء المعلومات عن الأخبار التي يهتمون بها و يفضلونها، نظر لأخبارها الأكثر تشابكا و تفصيلا. كما قامت عشر مؤسسات لبحوث الجمهور و على رأسها مؤسسة "جورج جالوب **George Gallop**" المشهورة عام 1979 بإستقصاء ثقة الجمهور في وسائل الإعلام جاءت فيه الجرائد في المقدمة بفارق كبير عن التلفزيون.²

1- أحمد بدر : مرجع سابق، ص 105 .

2- إبراهيم عبد الله المسلمي :، مرجع سابق، ص 168 .

خاتمة

بعدما أصبحت وسائل الاتصال مصدرا لتحديد تصرفات الأفراد و استخدام وسائل الإعلام خاصة و أن الفرد يستقبل جميع وسائل الاتصال يوميا، و دفع هذا الأخير إلى الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الاتصال على الأفراد، فظهرت دراسات عديدة و نظريات في هذا الشأن و التي تم إدراجها خلال بحثنا. وقد أكدت العلاقة الارتباطية بين وسائل الإعلام المختلفة منها السمعية و المرئية و المكتوبة، و أصبح الاهتمام ينكب بصفة مستمرة على دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور و تعددت النظريات التي انصبت في مجملها في شأن تأثير هذه الوسائل على الأفراد الذين يتعرضون لها في ظل مستقبل هذا التأثير في ضوء المنافسة بين وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها و خصوصيتها و مميزاتها.

فقد أكد الدارسون عن وجود تداخل بينهما بالرغم من المنافسة الشديدة بين هذه الوسائل التي تسعى إلى تشكيل رأي عام يثق بهذه الوسائل، بالرغم من الفوارق بين وسائل الإعلام الجماهيرية و تتمخض أهمية هذه الأخيرة في خدمة الجمهور على اختلاف وظائفها و التي تنحصر أساسا في الإعلام أو الأخبار و الترفيه ... و غيرها من الوظائف.

و يبقى اختيار الفرد في تعرضه لوسائل الإعلام يتوقف على أسباب التفضيل و الاهتمام لوسيلة دون أخرى، و في بحوث القراءة يعتبر تحديد نماذج الاهتمام و التفضيل مدخلا إلى التعرف على اتجاهات الاستخدام و الإشباع و هذا ما يفسر استجابة الفرد للرسالة ملبيا لجملة من الدوافع و الحاجات . هذا الأخير يفسر التباين في السلوك الاتصالي للأفراد و الذي يتمثل في مظاهر استخدام وسائل الإعلام المختلفة نتيجة لاختلاف الدوافع عند كل فرد.

• الفصل الثالث : مقروئية الصحافة.

المبحث الأول : تطور الصحافة.

المبحث الثاني : مقروئية الصحف.

المبحث الثالث : مستقبل المقروئية في ظل تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

المبحث الرابع : مقروئية الصحف العربية و الأجنبية بالجزائر.

مركز الدراسات والبحوث
الإسلامية للعلوم والقادر

مقدمة : لقد كان لظهور المطبعة سنة 1450 الأثر الكبير على الكلمة المطبوعة و على وجه الخصوص تطوير الصحافة و تقدمها وازدياد مجال توزيعها في كافة أرجاء العالم و في هذه الدراسة، سنحاول معرفة البدايات الأولى لنشأة الصحافة في العالم و في الوطن العربي، و كذا التعرف على العوامل التي ساهمت في ازدهار الصحافة المكتوبة و ساعدت في ظهورها، خاصة مع ازدياد أهمية القراءة بعد أن ازداد المجتمع الإنساني تعقيدا لما كشفت عن معارف و إصدار من مضيعات ، و بما اقتضته أيضا ظروف الحياة الحديثة من اعتماد الناس بعضهم على بعض في شؤون الحياة ، فالمجتمع العربي يتخبط في أعوص المشكلات التي تعترض تطور الثقافة العربية و أحجامه عن القراءة بوجه عام إلى جانب تفضي ظاهرة الأمية في أوساط الأفراد في جميع الدول العربية . كما شكلت ظهور الصحيفة الإلكترونية، في ضوء التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا الاتصال و المعلومات خطرا على وجود و استمرار الصحف التقليدية و الورقية و أثارت هذه الأخيرة تساؤلات عديدة عن استمرار الصحف الورقية أم اختفائها في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية و قد أفرز التطور الحاصل على مستوى الساحة الإعلامية الصحف الأجنبية التي تعبر الحدود و تتجاوز الحواجز و شكلت ازدواجية توزيع الصحف في البلد الواحد و باتت هذه الأخيرة تنافس الصحف الوطنية و امتدت هيمنة الصحافة الأجنبية و تأثيرها على القراء و جعلت الصحافة الوطنية تعيش في أزمة مجهولة.

المبحث الأول : تطور الصحافة.

في هذا المبحث سنحاول التعرف على النشأة الأولى للصحافة المكتوبة في العالم و في الوطن العربي، و ارتباط هذه النشأة باختراع الطباعة و الدور الذي لعبته المطبعة في نشأة الصحافة و نظورها بعد أن كانت في بداياتها قائمة على النسخ و كتابة الأخبار و قد كانت البداية الأولى لظهور الطباعة باستخدام القوالب الخشبية التي تحفر عليها صور الكلمات و أشكالها و عرفت في كل من الصين و اليابان في القرنين السابع و الثامن الميلاديين ثم انتقلت هذه الأخيرة إلى أوروبا. و قد بدأت تجارب (قوتنبرغ)، حيث تعاقد مع (يوحنا فوست) على سبك حروف في أمهات مصنوعة من الرصاص و النحاس، و أول كتاب طبع بهذه الحروف هو الثورات ذات الاثني و أربعين سطرا الذي بدأ قوتنبرغ سنة 1450.¹

1 : في الرضا و رامر عمار: الرأي العام و الإعلام و الدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات، ص 18-19.

و هذا اعتبر (قوتنبرغ) صاحب السنوات الأولى لصناعة الطباعة لتبدأ الانطلاقة الحقيقية للصحافة بعد الانتشار الواسع للطباعة في العالم.

أولاً : تطور الصحافة في العالم.

يمكن القول أن أقدم صحيفة عرفت في العالم صحيفة "كين بان" و التي يعتقد بأنها صدرت عام 1911 ق.م و قيل كذلك بأن جريدة الوقائع الرومانية الرسمية "Acta Durno" و التي أسسها يوليوس قيصر عام 58 ق.م كانت أقدم صحيفة، كما ظهرت في بكين نشرة شبيهة بالصحيفة القضائية حوالي 500 ق.م تدعى "سينغ باو" و ظلت تصدر حتى القرن العشرين.¹ و كانت بدايات الصحافة الإنجليزية ممثلة بظهور الدورية المسماة "Weekly News" التي صدرت في 23 مايو سنة 1622 م أما أول صحيفة (آلسفروود جازيت) التي صدرت سنة 1665 م ثم تحول اسمها إلى "لندن جازيت" و لازالت تصدر الصحيفة حتى يومنا هذا، و في سنة 1702 صدرت صحيفة "ذي ديلي كرنر" و كانت اليومية الحقيقية الأولى في العالم و قد واصلت صدورها عام 1735 و قد عاشت الصحافة الإنجليزية حتى نهاية القرن الثامن عشر حياة صاحبه بالمقارنة مع الإستقرار الذي نعمت به.

الصحافة العالمية و كانت هذه الصحافة قد دخلت ميدان الكفاح السياسي في القرن السابع عشر استحققت لذلك أن يصفها (بيرك) سنة 1887 بالسلطة الرابعة. و في فرنسا، تميزت الصحافة عند نشأتها الأولى بصفتها الرسمية و كانت هناك ثلاث صحف ميزت هذه المرحلة و هي (la gazette) و "جورنال دي سافان" و "ميركور".

أما الصحيفة اليومية الأولى الفرنسية فقد صدرت في يناير عام 1777 تحت أسم "جورنال دي باري".² أما عن ألمانيا فهذه الأخيرة أسست أول صحيفة في سنة 1609 و كان مؤسسها بائع كتب أسمه "ايجينولف إيميل" الذي أصدر فيما بعد نشرة أسبوعية في فرانكفورت في سنة 1615، و في سنة 1617 أصدر "يوهان فون دن بيرغون" صحيفة أخرى منافسة في فرانكفورت. و في الولايات المتحدة الأمريكية فقد مر تأسيس الصحافة فيما بعد بعدة تجارب بدأت عام 1690 و أسسها "بنيامين هاريس" و تكررت المحاولات لكن تاريخ تأسيس الصحافة الأمريكية يعود فعلاً إلى عام 1833

1- هاني الرضا و رامي عمار : مرجع سابق، ص 120.

2- سير أبو عرجة : دراسات في الصحافة و الإعلام، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، ص 26-27.

و هي ما سميت بـصحافة (البنس) أي مقابل "بنس واحد" هذه الصحيفة تدعى "نيويورك صن" و قد أنشأها طابع مفلس يدعى "بنيامين داي"¹، و هو شاب صغير لم يتجاوز الثالثة و العشرين من عمره و قام بتوزيع المواد المنشورة خاصة التحقيقات الصحفية من مراكز الشرطة و غيرها. فازداد التوزيع و قامت الصحف الأخرى بتقليد "The Sun" و بدأ إنتشار الصحف في كل مكان.² أما الصحيفة الأمريكية الحقيقية فقد أصدرها "بنجامين فرانكين" عام 1728 و هي صحيفة بنسلفانيا جازيت *Pensylvania Gazette*.

و كانت معظم الصحف الأمريكية تقلد الصحف الإنجليزية، و لكن ما تعرضت إليه من ضعف التوزيع و من الرقابة المشددة التي كانت تفرضها عليها السلطات الإنجليزية. جعلها تعيش حياة قصيرة، و قد بلغ عدد هذه الصحف عام 1775، 34 صحيفة و عام 1782، 43 صحيفة. كما شهدت الصحف الأمريكية بعد الحرب عام 1782 تطورا كبيرا و كانت الصحيفة الأولى هي "بنسلفانيا لوكيت" التي تحولت إلى صحيفة يومية عام 1784 و في عام 1800 كان في الولايات المتحدة مائتا صحيفة بينها سبعة عشر صحيفة يومية(33).³

ثانيا : تطور الصحافة في العالم العربي :

كانت البدايات الأولى للصحافة في معظم دول العالم العربي وليدة الاستعمار الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي و توجيهه لخدمة أهداف الاحتلال عن طريق إنشاء صحف و مجلات بأكثر من لغة، كما عمل على تكوين صحفيين محليين و كان للمدارس المسيحية دور هام في هذا التوجيه، و قد قام هؤلاء الصحفيون بإصدار الصحف و المجلات في بيروت و القاهرة و الإسكندرية و مراكش و مازالت البعض منها تصدر إلى يومنا هذا مثل الأهرام المصرية و تعتبر هذه الصحف و المجلات مدارس صحافة تخرج عليها معظم الصحفيين في البلاد العربية.⁴

فالقدماء المصريين هم أول من عرفوا الصحافة و اهتموا بإصدارها و ذلك قبل الاستعمار، فلقد ذكر الدكتور محمود الجوهري أن، المصريين القدماء أصدروا أول صحيفة نقشت على الحجر بوجهين و أشرف على تحريرها شخص يدعى "بناح" و كانت توزع بصفة شهرية على قادة الجيش و الطبقة الحاكمة و بلغت نسخها حوالي المائة و تصدرتها صورة الفرعون "ميناء" يحوطه

1- هاني رضا و رامز عمار : مرجع سابق، ص. 122.

2- عند المجيد شكري : الاتصال الجماهيري الواقع و المستقبل، مرجع سابق، ص 101.

3 سسر أبو عرحة : مرجع سابق، ص. 26.

4- سسر أبو عرحة : المرجع السابق، ص. 33.

الأسرى مقطوعي الرأس تحت قدميه و كانت المادة التحريرية لتلك الصحيفة تدور حول بطولات المارك و أبناء القادة، كما استخدمت التعبيرات الرمزية أو الشعارات مثل تلك التي نستخدمها في الصحف الآن و كانت تصور ثورا ينطح قلعة إشارة للنصر على الأعداء و مع مرور الوقت استخدم قدماء المصريين أوراق البردى و الجلود. فأصدروا نشرات دورية وكذلك شهرية و لكر من الجلد و غلب عليها الطابع المشيد بأبجداد الحرب و أحداثها فيما يشبه ما يبعث به المراسلون الحربيون لصحفهم في العصر الحديث.¹

و تتصل جذور الصحافة العربية باستيراد أولى المطابع في القرن السابع عشر إلى لبنان و كان ذلك سنة 1610 بإحداث مطبعة للكتب الدينية في شمال لبنان.²

إلا أن تاريخ تأسيس الصحافة بدأ كما يقال عام 1799، حيث أسست في مصر و في عهد الحملة الفرنسية صحيفة "بريد مصر" أما في لبنان فقد صدرت أول صحيفة عام 1858 و كانت تدعى صديقة الأخبار لصاحبها خليل الخوري و عام 1860 أصدر المعلم بطرس البستاني صحيفة "نفي" سوريا على أثر الحوادث التي عصفت بلبنان في تلك الفترة.³

و لم تكن في البلاد التونسية صحافة قبل عام 1860 و كانت مقررات الحكومة التي تمم الشعب تنشر بواسطة أوراق مخطوطة تعلق بمدخل الإدارة التي يهملها الأمر، ثم تذاع في أنحاء البلاد في الجهة التي يخصها ذلك القرار و الأمر بواسطة المناادي في الشوارع و الأسواق. و كانت الصحيفة الأولى التي عرفتها تونس هي "الرائد التونسي" التي صدرت عام 1860م، تليها جريدة (الحاضرة) الصادرة سنة 1888 م و القصباء و نتائج الأخبار و الزهرة و المبشر التونسي، و قد صدرتا عام 1890 و سبيل الرشاد التي أصدرها عبد العزيز الثعالبي عام 1895 م، أما الصحيفة الأولى التي عرفتها سوريا هي "صحيفة سورية" الرسمية التي أصدرتها الحكومة العثمانية، و قد صدرت عام 1865، أما أول سوري أنشأ صحيفة في سوريا فهو (عبد الرحمن الكواكبي) الذي أصدر جريدة الشهباء في حلب عام 1877 و كانت أول جريدة عربية صدرت في العراق هي "الزوراء" التي صدرت في عهد الوالي التركي مدحت باشا سنة 1869 ثم صدرت جريدة بعدها جريدة "الموصل" عام 1885 و جريدة "البصرة" عام 1895، أما أول صحيفة سياسية يعرفها العراق فهي صحيفة بغداد التي أصدرها "مراد سليمان" و ذلك في سنة 1908.

1 شدوان علي شيبه : مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية 2005، ص. 25.

2 صحافة و تطورها : www.rezagar.com

3 عبد الرضا و رامز عمار : مرجع سابق، ص 123.

و قد عرفت الحجاز المطبعة الأولى لأول مرة عام 1883، عندما أسس الوالي التركي عثمان نوري باشا المطبعة الحكومية بمكة المكرمة، أما أول صحيفة شهدتها المملكة السعودية بعد توحيدها فهي صحيفة "أم القرى" التي صدرت كصحيفة رسمية أسبوعية بمكة المكرمة عام 1924.

و لم يعرف الأردن الصحافة في القرن التاسع عشر كغيره من البلاد العربية التي شهدت ظهور الصحافة الرسمية أو الشعبية و كان هذا البلد يعيش خلال الحكم العثماني فترة تخلف فكري و اجتماعي انعكس بدوره على جميع المجالات الحياتية. و لم يشهد الأردن طيلة الحكم العثماني مجلة أو صحيفة واحدة و تعد الجريدة الرسمية الوحيدة التي عرفها الأردن "الشرق العربي" التي صدرت عام 1923.¹ و في طرابلس الغرب أصدرت الحكومة العثمانية سنة 1871 صحيفة "طرابلس الغرب" سنة 1877 و في صنعاء صدرت بتوجيه من السلطان عبد الحميد الثاني صحيفة "صنعاء" الأسبوعية سنة 1877.²

فيما لم تشهد منطقة الخليج العربي ميلاد الصحافة المكتوبة في وقت مبكر. كما لم تعرف الفن الصباغي اللازم لطباعة الصحف و إنتاجها و يمكن اعتبار "مجلة الكويت" الشهرية التي أصدرها عبد العزيز الرشيد في الكويت عام 1928. هي المجلة الأولى التي تصدر في الخليج و من الصحف التي عرفتها هذه المنطقة في الثلاثينات من هذا القرن صحيفة البحرين التي أصدرها عبد الله علي الزايد في البحرين عام 1939 م.³

و من استعراض بدايات الصحافة في الوطن العربي، يمكن أن نرصد عدة ملاحظات :

- 1* أن معظمها أصدرها أفراد و ليس جهات رسمية أو مؤسسات إعلامية أو حكومات.
- 2* أن هناك مجموعة من الصحف أصدرها ولاية الحكم العثماني و بعضها أصدرها الاستعمار لنفسه و في هذه الحالة يمكن اعتبار تلك الصحف صحفا رسمية.
- 3* بدأت الصحافة في الوطن العربي في فترة الاستعمار، و على ذلك كانت الصحف التي يصدرها أفراد و طينون لسان حال الشعب و كانت توجيهاتها وطنية تسعى إلى محاربة الاستعمار و المطالبة بالاستقلال.⁴

1- نيسر أبو عرفة: دراسات في الصحافة و الإعلام، مرجع سابق، ص 38-44.

2- الصحافة و تطورها : www.rezagar.com.

3- نيسر أبو عرفة : دراسات في الصحافة و الإعلام، مرجع سابق، ص 38-44.

4- تزيير سيف الإسلام : تاريخ الصحافة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1984 ، الطبعة الثانية، ص 11-13.

ثالثاً: تطور الصحافة في الجزائر : هناك ثلاث مراحل أساسية مرت بها الصحافة الجزائرية و هي:

أ- مرحلة ما قبل الاستقلال.

ب- مرحلة ما بعد الاستقلال 1962 إلى اليوم.

تعتبر الجزائر أول بلد من المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب¹ و ذلك على يد المستعمر الفرنسي الذي أرفق حملته العسكرية بمطبعة و هيئة تحرير تمكنه من إصدار جريدة، لرفع الجانب المعنوي لجنوده، و دعم احتلالهم للجزائر. و قد بلغت الحملة المياه الإقليمية في الثالث و العشرين من جوان، بعد أن أبحرت الحملة الفرنسية من ميناء طولون حوالي الخامس و العشرين من ماي 1830 قاصدة الشواطئ الجزائرية، أما المطبعة و حروفها فلم تنزل إلى البر، إلا بعد ذلك بأربعة أيام لتتكون أول مطبعة عرفتها الجزائر، و عملت في اليوم التالي لتزولها أول مطبوع خرج منها هو عبارة عن منشور يتضمن عرضاً كاملاً لعبور الحملة البحر و نزولها على الساحل الجزائري و وضعت المطبعة منشورات أخرى تحوي الأمر و التعليمات الموجهة إلى الجنود الفرنسيين و وقائع الحربية.²

و قد صدرت جريدة "بريد الجزائر" باللغة الفرنسية صيف 1830 (العدد الأول) في جوان 1830 في شاطئ سيدي فرج و العدد الثاني يوم دخول العاصمة الجزائرية 05 جويلية 1830 و لكنها توقفت عن الصدور بعد العدد الثالث و بعدها فتحت عهد الصحافة الاستعمارية في الجزائر. و بعد توقف صحيفة بريد الجزائر عمدت سلطات الاحتلال إلى نشر قراراتها و تعليماتها إلى الشعب الجزائري على النشرات العامة، إلى أن ظهرت جريدة "المرشد الجزائري" في 27 جانفي 1832³، كما أدركت سلطات الاحتلال الفرنسي ضرورة إصدار جريدة باللغة العربية في نشر المعلومات الموجهة بشكل خاص إلى أهالي الجزائريين، و تعد "جريدة المبشر" أول جريدة باللغة العربية في الجزائر و الثالثة بالعالم العربي.⁴

1- مصيل دليو : مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية 1998، ص. 111

2- حليل صابات : وسائل الإعلام نشأتها و تطورها، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة 1991 ط6، ص 236-237.

3- عواطف عبد الرحمن : الصحافة العربية في الجزائر : دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية، المؤسسة الوطنية للكتاب

الجزائر، ص. 31.

4 Ihaddaden Zohir : Histoire de la presse indigène en Algérie 1983 p.35

و تمثل الفترة السابقة على الحرب العالمية الأولى (1900-1914)، البداية الحقيقية للصحافة الجزائرية و قبل أن تتناولها بالتفصيل لابد من أن نلقي نظرة عامة على وضع الفئة المثقفة من الجزائريين، من الفترة الممتدة من النصف التاسع عشر إلى بداية القرن العشرين و كانوا أغلبية الذين يتقنون اللغتين العربية و الفرنسية يعملون كمحررين في الصحف مثل المبشر و الأخبار.

و من الأحداث السياسية البارزة التي ساعدت على يقظة المثقفين الجزائريين في نهاية القرن التاسع عشر، هو وصول اللجنة البرلمانية إلى الجزائر سنة 1881، برئاسة "جوليوس" لدراسة المسألة الجزائرية، و قد خلقت هذه اللجنة مناخا فكريا لم يكن قائما من قبل، كما اكتشفت من بين المثقفين الجزائريين كثيرين يمتازون بموهبة الدفاع عن القضية الجزائرية، و قد أدرك الفرنسيون ما للصحافة من أثر في نهضة الشعوب، و آمنوا بدورها الفعال في يقظتها و بث الثقافة و الوعي فيها و قد وصف "جان ميران" و هو مسئول في الولاية العامة في الجزائر، مدير الشؤون الأهلية لقوله: " إن الجرائد هي هذه الآلة التي تجمع في وقت واحد بين السلطة و القوة إنما هي التي يشع منها النور فيبدد الظلام الذي كان يلف الشعوب المتخلفة."¹

و مع مطلع القرن العشرين توطدت صلة الكتاب الجزائري بالصحف الشرقية التي كانت تصلهم عن طريق تونس مستغلة ضعف الرقابة الفرنسية، أو عن طريق المغرب أو في حقائب الحجاج و تعبيرا عن هذا يقول أحد الكتاب الفرنسيين: " لقد كان هناك مجرى سري و لكنه غزير و متواصل من الصحف و المجلات الشرقية التي أعانت المغاربة في مجهوداتهم الإصلاحية، و جعلتهم مرتبطين دائما بالعالم العربي."²

و لم ينكر الصحفيون الجزائريين فضل الصحافة الشرقية التي أفادتهم بالأخبار و أمدهم بغذاء فكري بما حوته من أساليب بيانية و بلاغية رفيعة. كما أن الأوضاع السياسية و الاجتماعية الداخلية و الخارجية. كان لها عظيم الأثر في فتح بصيرة الجزائريين و تعليمهم كيف يشهرون سلاح الكلمة للمطالبة بحقوقهم و الإفصاح عن انتماهم القومي و الإسلامي و العمل بجدية للخروج من دائرة تخلفهم، كل هذه الظروف كان لها الأثر الفعال في نشأة الصحافة الجزائرية و نموها، برغم كل العراقيل التي واجهتها إلا أنها استطاعت أن ترسم لنفسها درب المقاومة المتواصلة، ضاربة بذلك أروع الأمثلة مدونة تاريخا مجيدا بأحرف الصراع و المقاومة و التحدي.

1 - عواطف عبد الرحمن : مرجع سابق، ص 26-31.

2- محمد ناصر : الصحف العربية الجزائرية من 1847-1939، الشركة الوضعية لنشر و الإصدار، الجزائر 1980. ص 6.

صحافة الثورة التحريرية : جاء اندلاع الثورة التحريرية في أول نوفمبر 1954 م ليضع الشعب الجزائري على الطريق الصحيح الذي يقود إلى الحرية و الاستقلال، و قد جاء في البيان الأول للثورة أن الهدف الذي تسعى إليه الثورة الجزائرية هو الاستقلال الوطني بواسطة إقامة الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة ضمن إطار المبادئ الإسلامية مع احترام جميع الحريات الأساسية دون تمييز عرقي أو ديني، داعيا إلى التطهير السياسي بإعادة الحرية الوطنية إلى نهجها الحقيقي و القضاء على جميع مخلفات الفساد و إلى تجميع و تنظيم جميع الطاقات السلمية لدى الشعب الجزائري لتصفية النظام الاستعماري و هادفا إلى تدويل القضية الجزائرية و تحقيق وحدة شمال إفريقيا في داخل إطارها الطبيعي العربي و الإسلامي، و قد حقق الإعلام الجزائري بعد أول نوفمبر 1954 قفزة نوعية إذ واكب الثورة المسلحة و ساهم في دعم التحام الشعب بجهة التحرير الوطني و في تصوير بطولات جيش التحرير الوطني و خاصة منذ 20 أغسطس 1955.

و قد أكدت وثيقة الصومام في 20 أغسطس 1956 على أهمية وسائل الإعلام و الدعاية و على طبيعة دورها في الحركة المسلحة، كضرورة لتكثيف النشاط الدعائي على الصعيد الدولي عن طريق إنشاء مكاتب لجهة التحرير الوطني في الخارج و التركيز على وسائل الإعلام من صحف و نشرات و تقارير و أفلام لخدمة قضية الشعب الجزائري.

و قد عرفت صحافة الثورة التي ظهرت في عام 1955 نوعا من اللامركزية بفعل الظروف الخاصة التي يجتازها الكفاح المسلح، فكانت هناك "الوطني" ثم ظهرت طبقات مختلفة تحمل اسم (المقاومة الجزائرية) التي استمرت في الصدور إلى عام 1957. كما ظهرت منذ صيف 1956 صحيفة المجاهد و نظرا للتطور الذي عرفته الثورة الجزائرية بعد مؤتمر الصومام و تقديرا في قيادة الثورة لأهمية الإعلام و حرصا منها على وحدة التوجيه تقرر توحيد صحافة الثورة منذ سنة 1957 في صحيفة واحدة و هي المجاهد التي أصبحت اللسان المركزي لجهة التحرير الوطني، التي كانت توزع على نطاق واسع داخل الجزائر في طبقات على ورق شفاف.

كما كانت توزع في الخارج في طبقات عادية و قد كانت المجاهد مدعومة داخل ولايات الكفاح بالجزائر الجديدة النشرات الداخلية التي كانت تصدر تحت إشراف المحافظين السياسيين و تلعب دورا معتبرا في نقل أفكار و أخبار الثورة على القاعدة لمكافحته.¹

1 - زهير أهدادن : الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1992. ص 111 116.

و لكن التحرك الحقيقي في حياة المجاهد كان بعد اتقانها من الحياة السرية إلى الحياة العلنية بعد معركة مدينة الجزائر. حيث أخذت ثوبها الحقيقي و أصبحت المجاهد اللسان المركزي الوحيد للثورة الجزائرية و ذلك تطبيقا لما أسفر عنه مؤتمر الصومام في 20 أغسطس 1956 الذي درس مشكلة الإعلام الثوري و دعا إلى ضرورة توحيد و تكثيف الجهود في هذا الميدان.¹

1- و أثناء الثورة التحريرية اهتمت جبهة التحرير الوطني بإصدار الوسائل الإعلامية العصرية الصحافة، الراديو، وكالة الأنباء.

2- أنشأت كذلك سلكا عسكريا كلفته بالإتصال بال جماهير و هو المحافظ السياسي.

3- ميثاق الصومام يولي عناية كبيرة بالمحافظ السياسي و يرى أن النشاط السياسي أساسي بالنسبة للنشاط العسكري الذي هو امتداد و تدعيم له.

و قد تحقق خلال هذه الفترة :

أ- تزايد عدد الجرائد التي وصلت 50 عنوانا بين 1930 صدرت حوالي 100 جريدة.

ب- تزايد عدد نسخ السحب تطور من 500 إلى 1000 نسخة في بداية القرن إلى 25.000 إلى 30.000 نسخة سنة 1956.

ج- قساوة السلطات الاستعمارية في حكمها ضد الجرائد الجزائرية و حجزها و منعها الاحتفاظ بالجريدة وطنية ممنوعة أو غير ممنوعة يؤدي إلى السجن.

د- حرص جبهة التحرير الوطني على توزيع وسائل الإعلام و الإتصال رغم الصعوبات (و من جعلتها المسرح و السينما).

و يمكننا القول أن الجزائر اكتسبت غداة الاستقلال تجربة عميقة و قوية و متنوعة في ميدان الإعلام و الإتصال الجماهيري، بحيث وجدت نفسها عندما تحررت برصيد وافر لانطلاق سريعة و موفقة في الميدان الإعلامي.

1- كان لها أجهزة قائمة.

2- كان لها صحفيون ذوو خبرة.

3- كان يوجد شعور قوي بمكانة الإعلام في المجتمع و بالدور الذي يمكن أن يقوم به فلم يبق في المرحلة التي جاءت بعد الإستقلال إلا أن تدعم هذه المكاسب.²

1- تيسير أبو عرجة : مرجع سابق، ص 254-255.

2- زهير أهدادن : مدخل نعلوم الإعلام و الإتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، 2002. ص 94.

المرحلة الثانية :

مرحلة ما بعد الاستقلال 1962-1989.

تميز الإعلام الجزائري قبل الاستقلال بإعلاء صوت الثورة في الآفاق الداخلية، عن طريق نشر الوعي بضرورة التصدي للمستعمر، و الخارجية بإشعار الرأي العام الدولي بشرعية الثورة و عدالتها.

و بعد الاستقلال حدد الميثاق الوطني مهمة وسائل الإعلام المختلفة و العمل على نشر ثقافة رفيقة كفيلة بالاستجابة للحاجات الإيديولوجية و الجمالية مع رفع المستوى الفكري للمواطن.¹ لقد عرفت الصحافة الجزائرية بعد نيل الحرية ثقة نوعية لكنها ليست جذرية نتيجة للرواسب الثقافية التي تركها المستعمر، إضافة إلى سيطرة بعض المثقفين الاندماجين على بعض مراكز القرار، و غالبية أنواع وسائل الاتصال، حيث تركوا بصماتهم واضحة في توجيهها الإيديولوجي شكلا و مضمونا إلى يومنا هذا. و من أهم هذه الوسائل الصحافة التي لا يزال معظمها يكتب باللغة الفرنسية. و يحمل فكرا علمانيا متطرفا يخدم مصالح أقلية إيديولوجية بالغة النفوذ.² و لحسن الحظ وجد من تصدى لهذا التيار و خاص المعتزك الثقافي و الإعلامي، و ناضل على الصعيد الداخلي و الخارجي و خلد بصماته في صفحات الإعلام الجزائري و لا يزال الصراع محتدا اليوم تبعا لنفوذ مراكز القرار في المجتمع الجزائري.

و يمكن التعرض بإيجاز لتاريخ الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال من خلال تقسيمها إلى مراحل فالمرحلة الأولى امتدت حتى صيف 65 :

أهم ما يميزها تأميم اليوميات الفرنسية و ظهور خمس يوميات جزائرية باللغة الفرنسية و أسبوعية واحدة و يوميات الحزب الشيوعي الجزائري و يومية "الشعب" و مجلة "الجيش". في هذه المرحلة كانت السياسة الجزائرية تجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين، إذ أنها رهن الظروف و لا تخضع لخطة معينة و لم تتبنى هذه الخطوة إلا بعد سنة 1967 عندما اتخذت قوانين خاصة بتنظيم المؤسسات الصحفية و سطرت جملة من الأهداف :

***1 تأميم الصحافة :** نقصد بالتأميم إلغاء جميع الصحف التي يديرها و يمولها الفرنسيون و الأجانب بصفة خصوصا اليوميات منها و وضعها تحت تصرف الأمة، و كان يصدر منها فوق

1- نور الدين بليل : الإعلام و قضايا الساعة، دار البعث للطباعة و النشر، الطبعة الأولى، 1984، ص. 25.

2- فضيل دليو : تاريخ وسائل الإتصال، مطبعة CIRTا COPY قسنطينة. 2006، ص. 216.

التراب الجزائري سنة 1962 و 1963 حوالي 11 صحيفة منها 6 يوميات و كانت قوية يبلغ عدد سحبها الإجمالي 300 ألف نسخة كلها باللغة العربية.

2* هيمنة الحكومة و الحزب على النشاط الصحافي : مما يلاحظ أن القوانين التي كانت تسيطر على الصحافة في بداية الاستقلال هي نفس القوانين التي كانت موجودة في عهد الاستعمار، يعني جميع التدابير التي إتخذته قبل 1962 لتطبيق قانون حرية الصحافة لسنة 1881 و الذي ينص على الملكية الخاصة للصحافة. و بالفعل قد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة و لا بالحزب و أصبحت توجد ثلاثة أنواع من الصحف.

و من المعلوم أن المشكلة الكبرى قائمة في حقل اليوميات، أن الجزائر لم تكن لها تجربة في اليومية قبل الاستقلال و كانت الجريدة الوحيدة "المجاهد" الأسبوعية تصدر بتونس قبل 1962 و دخلت إلى الجزائر قبل الاستقلال و استمرت تصدر أسبوعيا، يوميتان جهويتان بوهران أولا سنة 1963 باسم الجمهورية و ثانيا بقسنطينة سنة 1963 باسم النصر، و في سنة 1966 أخذت الحكومة قرار بإنشاء الشركة الوطنية للنشر و التوزيع و إعطائها صلاحية الاحتكار في ميدان التوزيع.

3* إقامة نظام اشتراكي للصحافة : و هذا يندرج في السياسة العامة للبلد التي هي اشتراكية و في الميدان الصحفي فإن هذا الإتجاه يظهر في أمرين أساسيين :

أ- ملكية الصحافة : ملكية الصحافة أصبحت ملكا للحكومة أو الحزب و قد وقع هذا تدريجيا دون أن يتخذ في ذلك قانون صريح، إذ من ناحية قانونية فهناك شيء من الغموض، رغم أن الواقع يبين أنه لا يوجد في الجزائر اليوم جريدة يملكها و تسيرها أموال خاصة و لكن هذا الغموض زال بعد أن صدر قانون الإعلام في سنة 1962.

ب- تحديد وظيفة معينة للصحافة : فإن ذلك لم يتم بصفة مرضية و الصحافة و خاصة اليوميات وظيفتها تختلف حسب اختلاف الأنظمة السياسية، ففي النظام الرأسمالي الصحافة تؤدي مهمة تبليغية بالدرجة الأولى، و في النظام الاشتراكي تقوم بمهمة تكوينية و الحقيقي أن الصحافة الجزائرية تحاول أن تطبق الوظيفتين معا، و قد بقيت حتى 1968 دون خطة معينة بحيث كانت تغطي الأخبار الدولية على حساب الوطنية و بقيت معزولة عن القراء بحيث أنه لم يقع أي تطور عليها من ناحية التوزيع و بقي السحب يتراوح بين 300 000 و 50.000 نسخة.¹

1- زهير أهدادن : مدخل إلى الإعلام و الاتصال. مرجع سابق ص. 41-102

المرحلة الثانية : من 1965-1979

و قد تميزت هذه المرحلة بتطور و توسع معتبرين و بظهور أول لائحة خاصة للإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية و قننت تبعيتها للحكومة، كما تميزت هذه الفترة بتوقف يومية الحزب الشيوعي الجزائري و "le soir d'algerie"، كما عرفت هذه المرحلة التعريب التدريجي لكل من يوميي "النصر" بالشرق الجزائري (ابتداءا من 1972) و الجمهورية بالغرب الجزائري.¹

المرحلة الثالثة : 1979 - 1989

أهم ما يميزها توضيح الوضع القانوني للإعلام العام 1982، كما أن موجة التعريب ارتفعت فاتحة الباب أمام عناوين صحفية جديدة و مغلقة إياه في وجه الأقلام المبدعة بالرغم من ظهور دستور 1976 المؤكد لحق المواطن في الإعلام و المركز على الملكية العامة لوسائله جاعلا بذلك الإعلام وظيفة من وظائف الدولة.²

كما تميز بظهور مجلة دينية رسمية جديدة "العصر" بعض المجالات الإسلامية الخاصة مثل التذكير البديل المغرب لمجلة "Que sais je de l'islam" و الإرشاد و أسبوعيات المنتخب أعضاء المسار المغربي باللغتين ... و يوميتين مسائيتين عام 1985 هما المساء بالعربية و آفاق Horizon بالفرنسية.

المرحلة الرابعة 1989 إلى 1991 :

بدأت هذه المرحلة مع الدستور 1989 وقانون الإعلام 1990 و التي تعتبر منعطفًا حاسمًا في تاريخ الجزائر السياسي و بالتالي في جميع الميادين الأخرى و منها الإعلام المكتوب، و كان من أثر هذه الأحداث دستور فيفري 1989 الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية و بحرية الصحافة و تنوعها، فتدعم الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة و نشأة الصحف الخاصة و الغربية، لتدعم الإعلام الذي كان منفردًا من قبل بالساحة الإعلامية، و كان ذلك بعد ما تم إرجاع أسبوعية المجاهد لجبهة التحرير الوطني و حولت معظم الصحف العمومية بفضل قانون الإعلام لسنة 1990، إلى شركات مساهمة ذات مسؤولية محدودة، تراقبها انتقاليًا لجان وصايا.

1- فضيل دليو : مرجع سابق ، ص 218.

2- آمان نواري : واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة، مذكرة لبليل شهادة الماجستير (غير منشورة) فسمه علوم الإعلام و الإتصال، جامعة باجي مختار عنابة 2001، ص35.

أما أهم الصحف في هذه الفترة نذكرها :

الشروق العربي : و هي أول صحيفة أسبوعية عربية في الجزائر المستقلة الصادرة بالعربية (بلغ أوج سحبها في هذه المرحلة 350 ألف نسخة) و هو رقم قياسي إفريقي و لكنها لم تصمد إلا قليلا أمام تحديات شتى، اضطرتها إلى التوقف عن الصدور في نوفمبر 1997 قبل أن تعاود الصدور في شكل يومية سنة 2000.

الصح آفة: تأسست في 1991 و هي تعتبر أول و أنجح صحيفة ساخرة استطاعت أن تعتمد في تغطية تكاليف تسييرها من ثمن مبيعاتها (بلغ سحبها في آخر أيامها حوالي 300 ألف نسخة و بدون مرتجعات) و هي تعتبر بحق رائدة مدرسة إعلامية جديدة في الجزائر استطاعت أن تعطي قوة إعلامية فاعلة للفرد العربي في قالب ساخر و عميق.

الخبر : و هي أول يومية عربية خاصة (صدرت في 1990) و قد عانت الأمرين طيلة هذه الفترة، فلم تتمكن من الإقلاع إلا بعدما اندمجت في السياق الإعلامي العام الذي أصبح غالبا على الساحة الإعلامية في الجزائر.

Le Matin : أنشأت في نهاية 1990 من طرف مجموعة من الصحفيين يغلب عليهم الانتماء لحزب الطليعة الاشتراكية و قد حظيت بدفع كبير في البداية (مما جعل سحبها يقارب المائة ألف نسخة) قبل أن تتراجع لصالح جرائد فرنسية أخرى بعد محاربتها للتوجه الجديد للسلطة التنفيذية.

El Watan : و هي ثاني صحيفة خاصة تصدر بالفرنسية (بعد Le soir d'Algérie) تأسست في 1990/10/10 من طرف عشرين صحفيا من جريدة El-Moudjahid و هي تعتبر من أهم يوميات هذه المرحلة و التي تليها.

و اليومية الجهوية "النصر" و مسائيتا المساء و Horizon كان سحبها معتبرا مع نهاية المرحلة السابقة و بداية هذه المرحلة قبل أن تتراجع مقروئيتها جميعا مع اقتحام الصحف الخاصة الساحة الإعلامية سنني 1990 / 1991.¹

و تجدر الإشارة إلى أهم الملامح التي ميزت تطور الصحافة الجزائرية المكتوبة منذ الاستقلال و لقد أتضح من خلال العرض السابق ما يلي :

1- فصل دليو : مرجع سابق. ص 223-225.

- الارتباط الوثيق للصحافة المكتوبة في الجزائر بطبيعة النظام السياسي السائد. مما يؤكد مقوينة تبعية النظام الإعلامي للنظام السياسي.
 - التطور الكمي و النوعي و الكيفي للصحافة المكتوبة من خلال المرحلة الرابعة (1989-1991) التي تميزت عموما بحرية إعلامية فريدة و متميزة، مقابل التطور الكمي في المرحلة التي سبقتها و تراجع واضح أيضا في مصداقيتها.
 - اقتصار الصحافة الصادرة بالفرنسية مؤخرا على اليومية منها دون الأسبوعية و الجهوية، مما جعل توزيعها يتمركز في المدن الكبرى و الحضرية عموما، و ذلك بسبب اهتماماتها و لغتها.
- واقع الصحافة الجزائرية :

مرت الصحافة في الجزائر بمرحلتين رئيسيتين الأولى تبدأ من الاستقلال حتى نهاية الثلاثي الأول من سنة 1990 أما الثانية فتبدأ مع صدور قانون أبريل 1990 و تستمر حتى الآن وهي بدورها شهدت عدة محطات.

المرحلة الأولى: قبل صدور قانون أبريل 1990 :

لقد شهدت الصحافة الجزائرية محطات عديدة منذ الاستقلال حتى الآن، غير أن المنحى سجل تطورا مدهشا من حيث العدد و من حيث الكم منذ إقرار التعددية الإعلامية بعد صدور قانون 90 - 07 ليوم 03 أبريل 1990 المتعلق بالإعلام.

فقبل 1990 كانت في الجزائر 6 يوميات أربعة باللغة العربية هي الشعب، النصر، الجمهورية و المساء و اثنتين باللغة الفرنسية هي المجاهد و أوريزون و بلغ سحب هذه اليوميات مجتمعة 666 ألف نسخة يومية. غير أننا نلاحظ سيطرة الصحافة الناطقة باللغة الفرنسية على المشهد الإعلامي و التي كانت تستحوذ على ثلثي سحب الصحف اليومية مجتمعة وهذا من خلال عنوانين فقط هما المجاهد و أوريزون الذين كانا لوحدهما يسحبان يوميا 450 ألف نسخة في حين توزع الباقي على الجرائد الأربعة الأخرى.

وتفسير هذه الأرقام مرده وجود نخبة جزائرية تميل إلى الفرنسية أكثر من العربية و تتقنها نتيجة تكوينها المفرنس. حيث لم تنطلق سياسة التعريب حتى نهاية السبعينات و بالتالي فالنخبة التي تتخرج من الأقسام المعربة سيكون لها تأثير على الساحة مع نهاية الثمانينات وهو ما سلاحظه

حينما نستعرض الأرقام بخصوص سحب الصحف بعد فتح المجال الإعلامي. العامل الثاني الذي يفسر به أيضا الرقم هو الاشتراكات التي كانت تقوم بها مختلف الهيئات و الدوائر الرسمية التي تتعامل في الغالب باللغة الفرنسية. أما من حيث الأسبوعيات فقد كانت هناك أربعة أسبوعيات هي أعضاء، الجيري أكتيالي، الهدف، و المنتخب وبلغ مجموع سحبها 430 ألف نسخة. وكانت قبل 1990 أربعة شهريات لديها مقروئية لا بأس بها في حدود 130 ألف نسخة، وهي بترتيب السحب: أكتياليتي إيكرومي ب 50 ألف نسخة تليها باركور ماغريان ب 43 ألف نسخة، تم كل من المسار المغاربي و الأحداث الاقتصادية ب 12 ألف نسخة لكل واحدة. و مجموع السحب المتوسط لهذه العناوين اليومية و الأسبوعية و الشهرية يوميا يتراوح في حدود 745 ألف نسخة. ويوضح الجدول التالي ذلك.¹

جدول حسابي لكل الجرائد

العناوين	العدد	السحب اليومي المتوسط
اليوميات	06	668273
الأسبوعيات	04	72281
الشهريات	04	5293
المجموع	14	745847

ملاحظة: الجدول يتضمن معدل نسبي لسحب جميع الجرائد في اليوم بقسمة السحب الأسبوعي و الشهري للدوريات للحصول على معدل سحبها في اليوم.

المرحلة الثانية: بعد صدور قانون أبريل 1990 كرس قانون أبريل 1990 حول الإعلام الذي صدر بعد اعتماد التعددية منهج عام في الجزائر اثر صدور دستور 1989 الحرية الإعلامية و كفل حق إصدار الجرائد و النشريات، الذي اعتبره بالحق الحر في حالة تقديم ملف كامل ويسجل تصريح بذلك لدى وكيل الجمهورية المختص إقليميا. يمكن صدور النشرية.

1- زهير أهدادن : الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 175.

وسمح هذا الظرف بصدور عدة عناوين خصوصا وأن هذه التحفيزات التي قدمتها حكومة حمروش، التي دعمت هذا المسعى وكفلت للصحفيين الذين يبادرون بتأسيس جرائد جديدة كفاءة أجرهم لمدة سنتين لضخها في رأس مال الجرائد سمحت بحدوث طفرة كبيرة. ومنحت السلطات المخولة في الجزائر بين أبريل 1990 و جوان 2006 حوالي 540 اعتماد عنوان تنقسم بين اليومية و الأسبوعية و الشهرية والدوريات المتخصصة أو العلمية و حتى المنتظمة. ويمكن تقسيم العدد إلى ما يلي:

1- اليوميات: 75 يومية باللغتين العربية و الفرنسية.

2 - الأسبوعيات: 119.

3 - نصف الشهريات: 26 الشهريات: 57.

4 - غير المنتظمة والمتخصصة: 244.

5 - التقنية 9 .

6 - العلمية 3.

غير أن سياسة الانفتاح التي تمت بسرعة كبيرة ودون تمهيد للمناخ شهدت تعثرات ونجحت عنها هفوات كثيرة وقعت فيها الصحف الحديثة النشأة أو من قبل السلطات، التي وقعت بدورها في أخطاء. مما سجل توقف الكثير من العناوين أو أوقفت بقرارات إدارية مما أدى إلى تقلص العدد في الوقت الراهن بشكل رهيب.

ويمكن التأكيد إلى أنه من أبريل 1990 إلى ديسمبر 1999 ظهر حوالي 510 عنوان جديد.

أما من جانفي 2000 إلى جوان 2006 فقد منح الاعتماد لحوالي 25 عنوان جديد تتوزع على التالي:

15 يومية جديدة و 6 أسبوعيات وشهرية وحوالي 8 عناوين غير منتظمة غير أن بعض هذه العناوين حقق في وقت قياسي وفي ظرف وجيز طفرة معتبرة.¹

1- سليمان حاج إبراهيم : قراءة في واقع الصحافة و وسائل الإعلام في الجزائر www.algeriemediaweb.org.

سحب الصحافة الجزائرية بالأرقام

كشفت آخر الأرقام المتعلقة بسحب مختلف الجرائد الوطنية، لسنة 2007 الصادرة عن مطابع وسط وشرق وغرب البلاد، عن مدى الانتشار الذي حققته كل جريدة في الأوساط الشعبية حيث هناك صحف في تصاعد و أخرى في تراجع كبير.

وتحتل الشروق اليومي المرتبة الثانية على المستوى الوطني بعد الخبر التي اعتلت هرم سحب الصحف في الجزائر و هي الرتبة التي حافظت عليها لسنوات طويلة.

وتطبع الشروق منها 115 ألف نسخة تسحب بمطبعة الشرق (SIE)، و 93 ألف نسخة بمطبعة الوسط "SIA"، و 28 ألف نسخة بمطبعة الغرب "SIO" وتفوقت "الشروق" على العديد من اليوميات الوطنية الناطقة باللغة العربية والفرنسية، بما فيها تلك التي سبقتها إلى الوجود بسنوات، مستندة إلى أرقام صادرة عن مطابع تابعة للدولة، وجاءت بعدها من حيث الترتيب يومية "ليبرتي" الناطقة بالفرنسية بإجمالي سحب يساوي 134 ألف نسخة، منها 110 آلاف نسخة تسحب بمطبعة العاصمة، وما يقارب 15 ألف نسخة بمطبعة الشرق، وعشرة آلاف نسخة بمطبعة الغرب، تليها يومية الوطن الناطقة بالفرنسية، بمجموع 128 ألف نسخة وطنيا، يسحب منها 18500 نسخة بمطبعة الشرق، و 10000 آلاف بمطبعة الغرب، و 100 ألف نسخة بالمطبعة الخاصة بالجريدة والموجودة بالعاصمة. وفي المرتبة الخامسة تأتي يومية "يومية وهران" الناطقة بالفرنسية، بعد سحب إجمالي يعادل 110 ألف نسخة، أغلبها يسحب بمطبعة الغرب برقم يقارب 60 ألف نسخة، وحوالي 50 ألف نسخة بمطبعة الوسط، ثم يومية "مساء الجزائر" الناطقة بالفرنسية بمجموع 81 ألف نسخة يوميا، تسحب منها 64 ألف نسخة بمطبعة الوسط، و 12 ألف نسخة بمطبعة الشرق، وخمسة آلاف نسخة بمطبعة الغرب. وتحتفي بقية الصحف اليومية الناطقة بالعربية لتظهر في المرتبة السابعة، ممثلة في يومية "النصر"، الصادرة بشرق البلاد، بمجموع سحب يعادل 19 ألف نسخة، الكم الأكبر منها والمقدر بـ 17 ألف نسخة يسحب ويوزع بالشرق، فيما يسحب الباقي بمطبعة العاصمة.¹

1- جريدة الشروق : سحب الصحافة الجزائرية بالأرقام، www.algeriamedia.org.

تليها في المرتبة الثامنة يومية "البلاد" بما يقارب 16 ألف نسخة، منها 7 آلاف نسخة بشرق البلاد و4 آلاف نسخة بالوسط، و5 آلاف نسخة بالغرب، تليها يومية "الشعب" في المرتبة التاسعة بمجموع ما يقارب 14 ألف نسخة، منها 8500 نسخة تطبع وتوزع بالوسط، و9500 نسخة تسحب وتوزع بشرق البلاد، ثم ، يومية "الفجر" بما يقارب 12 ألف نسخة، و"الجزائر نيوز" بـ 10 آلاف نسخة، ويومية "آخر ساعة" بـ 8 آلاف نسخة..

ويعتبر الرقم الذي سجلته يومية "الشروق" الأعلى من حيث نسبة النمو مقارنة ببقية الصحف الوطنية، بحيث كانت تقدر مطلع السنة المنصرمة ما يعادل 105 آلاف نسخة، قبل أن تقفز في نهاية شهر أفريل المنصرم إلى 236 ألف نسخة، مسجلا بذلك نسبة نمو فاقت 133 بالمائة في ظرف سنة واحدة، وهي نسبة نمو غير مسبوقه في تاريخ الصحافة الجزائرية.

في حين تتجه نسبة نمو بعض الصحف، ومنها نسبة نمو سحب الجريدة الأولى نحو الانحدار، ويتحلى ذلك من خلال رقم السحب المدون على صفحاتها الأخيرة.¹

1- المرجع السابق.

المبحث الثاني : مقروئية الصحف.

أولاً : تطور المقروئية : أكدت الدراسات و البحوث المعاصرة أن مفهوم القراءة حالياً قد تطور عما كان عليه قديماً. فالأبحاث التي أحررت على القراءة في العصر الأول من القرن العشرين كانت تتناول النواحي الفسيولوجية مثل حركات العين و أعضاء النطق و ما إليها ... و على أساس أن القراءة مجرد استجابات فسيولوجية لما هو مكتوب، ثم جاء النصف الثاني من القرن العشرين و بدأت الأبحاث العلمية تتناول القراءة، و انتقل بفضلها مفهوم القراءة من دائرة الإدراك البصري للمروز و النطق بها إلى ترجمة هذه الرموز إلى مدلولاتها من الأفكار، و ذلك لكون القراءة عملية فكرية معقدة تستند إلى مهارات آلية واسعة، ثم تطور هذا المفهوم ليشمل ضرورة تفاعل القارئ مع النص المقروء و نقده ... و ذلك ليتمكن من الحكم على ما يقرأ و الأخذ منه بما يتقبله عقله و تقتضيه موازيتيه، و أخيراً انتقل مفهوم القراءة إلى استخلاص ما يقرؤه القارئ و توظيفه على شكل خبرات لمواجهة المشكلات اليومية للحياة للارتفاع بها في المواقف الحياتية، أي أن القراءة أسلوب من أساليب النشاط الفكري في حل المشكلات و على ذلك فالقراءة كما انتهى إلى ذلك العديد من الباحثين هي عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد لارتباطها بالنشاط العقلي و الفسيولوجي للإنسان، إضافة إلى حاسة البصر و أداة النطق و الحالة النفسية و هذا التطور لمفهوم القراءة جاء نتيجة لعاملين هما :

- 1- التطور الاجتماعي الشامل الذي مس أكثر بقاع العالم في القرن العشرين، و الذي افترض أن تكون للقراءة أهميتها البالغة في المجتمع الحديث و أن تصحبها قدرة أعظم على فهم المادة المقروءة و الاستمتاع بها.
- 2- ما كشفت عنه البحوث الحديثة في ميدان القراءة من آفاق جديدة، اقتضت تغير نظرتنا إليها تغييراً جوهرياً.¹

و نتيجة لهذا التطور لم تعد القراءة عملية إدراكية بصرية صوتية محضة تستهدف التعرف على الكلمات و النطق بها ... و إنما أصبحت كفهماً للمادة المقروءة و تأليفاً لوحدات فكرية منها و الحكم لها أو عليها.... و توظيفها للإفادة منها في جوانب الحياة المختلفة، كما أن عملية القراءة ليست عملية طبيعية و حسب و إنما تلزمها عادات و مهارات ينبغي أن تكتسب و اتجاهات ينبغي

1- محمد منير حجاب : مهارات الاتصال بالإعلاميين و التربويين و الدعاة، دار الفجر للنشر و التوزيع مصر 1999. ص 179-178.

أن تتكون .. فهي أساسية من أهم المهارات التي يمكن أن يملكها الفرد في المجتمع الحديث. الذي أصبحت القراءة قيمة أساسية لمن أراد أن يحيى حياة كريمة و بغير هذه القدرة يستحيل على الفرد أن ينتقل من مكان إلى آخر، في يسر و سهولة، كما أنه لا سبيل له إلى تفهم الإشادات و التوجيهات و التعرف على الأخبار بطريقة ميسرة، إلا إذا كان قارئاً... و الفرد القادر على القراءة الجيدة يملك الوسيلة لتوسيع آفاقه العقلية، و مضاعفة خبراته، و التزود من كنوز الحكمة و المعرفة كما أنها تلعب دوراً كبيراً في حياة المواطن من حيث معاونته على النجاح في عمله الذي يحترمه. و في كثير من المهن لا يمكن النجاح أصلاً دون امتلاك هذه المهارة، فوظائف التدريس و الدعوة و الصحافة و الإعلام و غيرها لا يمكن النجاح فيها دون امتلاك مهارة القراءة.

I- أهداف القراءة :

للقراءة أهداف عديدة تتمثل في :

- 1- خلق مجتمع مثقف و قارئ.
 - 2- تنمية القدرات الفكرية و اللغوية و التعبيرية لدى القراء.
 - 3- استخدام القراءة في التعرف على صور الأدب المختلفة و تذوقها و استشعار الجمال فيها.
 - 4- توسيع المدارك العقلية بسبب المعلومات المكتسبة من خلال القراءة و الإطلاع.
 - 5- تهذيب السلوك و استغلال الوقت بما يعود على الإنسان بالنفع و الفائدة.
 - 6- الارتقاء بأسلوب الفرد و إظهار القدرات و المواهب.
 - 7- إثراء خبرات الناشئة و تنمية قدراتهم الاجتماعية و الخلقية و الفكرية بالتعرف على أفكار الآخرين و مواقف الحياة عن طريق القراءة.
 - 8- استخدام القراءة في تكوين اهتمامات و ميول جدية و حل المشكلات الشخصية.¹
- كما أن الإهتمام بالقراءة جزئياً من تراثنا الديني... فأول من نزل من القرآن الكريم كان دعوة عامة للاهتمام بالقراءة قال تعالى : "اقرأ باسم ربك الذي خلق" سورة العلق آية (1-2) و تركز أهميتها بالنسبة للفرد و المجتمع على حد سواء.

1- أحمد سعد الدين : القراءة 01.03.2005. www.as.vog.com.

II - أهمية القراءة بالنسبة للفرد :

تؤدي القراءة دورا رئيسيا في الحياة اليومية لكثير من الناس. و تتركز أهميتها بالنسبة للفرد في الجوانب التالية :

- 1- تساعد الفرد على الرقي في السلم الاجتماعي ... لأن الوعي بمشاكل المجتمع و العالم يتم عن طريق القراءة، و يفضل المجتمع الفرد الواسع الإطلاع، على ضيق الأفق، لاستلام أسمى المراتب و أغلاها كما تعد وسيلة لاكتساب الفرد المعلومات و المهارات و الخبرات المختلفة.
- 2- تساعد الفرد على التعرف على التراث الاجتماعي لمجتمعه و على التراث البشري، بما يساعد على النمو و الإبداع، و على مسيرة التقدم العالمي، كما تعد وسيلة لاتصال الفرد بغيره مهما تباعدت المسافات.
- 3- تساعد الفرد على صقل وجدان القارئ، و تنمية الفكر، و تكوين الاتجاهات و الميول و تفجير طاقاته الإبداعية لتكوين شخصية مستقلة متوازنة ذات مستوى ثقافي عالي و في إطار هذا تساعد القراءة على فهم أفكار الناس و آرائهم، و تساعدنا في الوقت نفسه على تكوين آرائنا الشخصية، و على المشاركة في المناقشات و تقييمها بطريقة نقدية.
- 4- تساعد على إثراء رصيد القارئ اللغوي، و تعوده السرعة في القراءة، و الفهم و النقـد و التحليل للمادة المقروءة كما تعد بالنسبة للفرد أهم وسيلة للحصول على المعرفة متى يشاء و حينما يريد و تتميز بإتاحة الفرصة لاختيار المادة المقروءة.
- 5- القراءة وسيلة للفرد لاكتساب المعلومات و المهارات و الخبرات المختلفة.

III - أهمية القراءة بالنسبة للمجتمع :

و تمثل أهمية القراءة للمجتمع بصفة عامة في أنها تؤدي إلى :

- 1- تحقيق تواصل بين أفراد المجتمع الواحد من خلال الوقوف على أفكار الآخرين و اتجاهاتهم.
- 2- يتعرف الأفراد من خلالها على التراث الثقافي للمجتمع. مما يحافظ على وحدة المجتمع و تقارب أفراده.
- 3- أنها وسيلة لاتصال المجتمعات بعضها مع بعض و تنمية الأفراد و تزويدهم بالمعارف البشرية كما أنها وسيلة لاتصال المجتمعات مع بعضها البعض، كما تساعد على رفع مستوى المعيشة.¹

1- محمد مير حجاب : مرجع سابق، ص. 190.

4- تساهم في تنمية الذوق و تعميق العواطف الإنسانية، كما تنمي روح انولاء للوطن من خلال الدعوة إلى التفاهم و التقارب بين فئات المجتمع الواحد.

و قد زادت الأهمية الاجتماعية للقراءة في السنين الأخيرة، إذا زاد المجتمع الإنساني تعقيدا بما سخر الإنسان من آله، و بما أصدر من نشرات و مطبوعات، و بما اقتضته ظروف الحياة من اعتماد الناس بعضهم على بعض في جمع شؤون الحياة.

فالقراءة تدخل في كل نواحي الحياة الحديثة و أوجه نشاطها و تساهم بقدر كبير في تطويرها و لا يمكن الاستغناء عنها على مستوى الفرد أو المجتمع ... فهي مفيدة لكليهما لأن إنتاج الفرد و طموحاته النابعة من القراءة تنعكس على قدراته الإنتاجية.¹

و لا أحد يستطيع أن يحدد ما يطلبه الجمهور من الصحافة، إلا الجمهور نفسه تحقيقا لمبدأ الديمقراطية الثقافية، و إذا كانت وسائل الإعلام بصفة عامة تتنافس فيما تقدمه للجمهور من مواد التسلية و الإعلانات، فإن عليها مسؤولية أخرى تتعلق بتعليمه و إعطائه وجبة فكرية و ثقافية أفضل، و بعد دراسة دامت عدة سنوات في هذا المجال، أشارت (لجنة حرية الصحافة) التي يتألف من بعض أساتذة الجامعات في الولايات المتحدة أن للجمهور مطالب مثالية منها ما يلي :

1- تقرير شامل و حقيقي لأحداث اليوم: يجب أن تقدم وسيلة الإعلام الحقائق بدقة دون كذب أو خداع. و هنا تظهر مسؤولية المخبر أو المرسل الصحفي باعتباره الحلقة الأولى في عملية الاتصال إذ يجب عليه أن يعتمد بالدرجة الأولى على الملاحظة لا على الإشاعة، و يجب أن يتدرب على الأسئلة التي يجب أن يسألها و الأشياء التي يجب ملاحظتها و المسائل و البنود التي يعطي عنها الأخبار، كما يجب أن يفرق بين الحقائق و الآراء بقدر الإمكان.

2- ساحة لتبادل النقد البناء و التعليق على الأحداث العامة: إذا كان عن غير المتوقع أن تنشر الصحافة أفكارا و آراء كل الناس فمن المأمول فيه أن تنشر الصحافة مختلف الآراء المعبرة عن الجماعات المختلفة، و عليها مسؤولية خاصة في نشر الأفكار القيمة، المناهضة للخط الذي تسير هي فيه و ذلك حتى يكون الإعلام موضوعيا على قدر الإمكان، و إذا لم يتحقق ذلك فإن الأسباب الرئيسية لمطلب الحرية تختفي.

1- محمد منير حجاب : مرجع سابق، 191-192.

3- إتاحة الفرصة المتكافئة للمواطنين للإطلاع على المعلومات الكاملة.¹

و عن خدمات الصحيفة اليومية يقول "بير سلون برنارد": "أما تلعب أدوارا عديدة في حياة القراء منها : وظيفة الإعلام عن الشؤون العامة و تفسير ما يجري في هذا العالم. كما تعد أداة لمزاولة الحياة اليومية و هناك أوجه لاستخدام الناس الصحيفة كأداة يومية أو كمرشد و ذلك من خلال مثلا، و ليس على سبيل الحصر البيان اليومي الخاص بالأرصاد الجوية، كما أن للقراءة قيمة ترفيهية كما أتاحت راحة من المموم الشخصية بنقل القارئ خارج عالمه المباشر المحيط به ، و ما من شك في كثير من أخبار الصحيفة التي تحقق للقراء بسهولة التماثل بين وقائعها، و بين أنفسهم تتيح هذا (الهروب) بطريقة ترضي عددا كبيرا من الناس، و إلى جانب ذلك، تنمية الصلاة الاجتماعية كون أن أخبار الصحيفة اليومية التي تعنى بالجانب الإنساني و الرد الخاص بالنصائح الشخصية و أبواب القيل و القال، و ما شابه ذلك من الأبواب تتيح لبعض القراء ما هو أكثر من التفرج عن همومهم الخاصة، و ملل حياتهم الرتيبة، إذ أنها ترشدهم إلى قواعد الأخلاق السائدة في المجتمع و إلى إدراك الحياة الخاصة لشخصيات هذا المجتمع، كما تتيح لهم فرصة تخيل الإسهام للحلول محل تلك الشخصيات في حياتها و الاتصال الشخصي (غير المباشر) بعلية القوم".¹ أما عن أسباب قراءة الصحف فعديدة، فالناس يريدون أن يكونوا مطلعين و لكن لأسباب مختلفة لكسب الاحترام و الاتصال بالبيئة و الشعور بالطمأنينة على سلوكهم و الملازمة مع أدوارهم في المجتمع و الهروب من الملل.

فالصحف مصدر للمعلومات عن الأمور الجادة و يجد فيها الناس مصدرا لإضفاء الهيبة فتظهرهم بمظهر العارفين و يجد فيها البعض أداة لا غنى عنها في الحياة اليومية الرتيبة ، تؤدي الصحف إضافة إلى وظيفة تقلص الأخبار و تقديم وجهات نظرها حول المسائل السياسية إلى الجمهور دور التعريف بنشاطات المؤسسات ، و الدوائر المختلفة عن طريق التحقيقات و الأحاديث و التقارير الصحفية.²

1 - إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص. 162.

2- عبد العزيز شرف : مرجع سابق، ص 368-371

ثانيا : المقروئية في البلاد العربية و الجزائر :

إن مشكلة المقروئية في العالم العربي من أعوص المشكلات التي تعترض سبيل تطور الثقافة العربية و رقيها. فيبلغ معدل معرفة القراءة و الكتابة بين سكان الوطن العربي 54.82 % و لدواعي المقارنة فإن معرفة القراءة و الكتابة في أمريكا 97 % و ألمانيا 99 % أما أعلى معدل معرفة القراءة و الكتابة في الوطن العربي فسجل في الأردن حيث يصل إلى 86.06 % و في لبنان إلى 86.4 % في حين يسجل أقل معدل في الصومال 24 % فقط.¹

I - مقروئية الفرد العربي للصحف :

إن من أسباب إحجام المواطن العربي عن قراءة الصحيفة أن صورة الصحيفة في ذهنه ليست براقية و لا مشجعة إذ هي في معظم البلدان العربية "صورة طبق الأصل" عن الإذاعة التي تملكها الدولة، و توزعه على وسائل الإعلام فلا مجال إلا لبعض المعلومات الأخرى الهامشية التي تقدمها إدارات الصحف لتبرير وجودها، فلماذا يدفع القارئ ثمن الصحيفة مادام حاصلها على مضامينها في وسائل إعلام أخرى.

و نادرا ما تعكس الصحيفة اهتمامات القارئ الأساسية و نادرا ما تنشر له قضاياها الأساسية و الفرعية و تحاوره من خلالها.

كونها تكتفي إلى حد بعيد بنشر ما يرضي المسؤولين و كونها لا تتعامل مع الأحداث بموضوعية كافية و بحرية من أجل إسماع الرأي الآخر و الحدث الآخر الذي يسر الرأي العام.

و القارئ الجزائري الذي هو حتما جزء من القرية الكونية التي تتوزع فيها المعلومات و الدراسات و الآراء و الأفكار يطمح إلى صحيفة ذات مضمون عصري لا يختلف كثيرا عما هو عليه في الصحافة العالمية، أي أن مضمون حر منفلت من كل قيد يعطي للحدث في المفهوم الموضوعي لكلمة.

و هذا المفهوم المتطور للمضمون الصحافي كفيلا باجتذاب أجيال كبيرة من القراء العرب الجدد كما يطمح القارئ العربي إلى صحيفة عصرية في شكلها العام و في تفاصيل هذا الشكل.²

1- محمد منير حجاب : الإعلام و التنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 190.

2- جان جبران كرم : الإعلام العربي إلى القرن الواحد و العشرين، دار الجبل بيروت الطبعة الأولى 1999 ، ص 27-30.

فإن عدد الصحف التي تصدر في العالم يصل إلى 410 آلاف صحيفة و ذلك ضيقاً لإحصاء الإتحاد الدولي للصحافة الدورية و عدد الصحف العلمية بلغ حوالي ألف دورية. أما الصحف اليومية فيصل إلى ثمانية آلاف جريدة يبلغ توزيعها 400 مليون نسخة في اليوم. كما تشير إحصاءات اليونسكو لعام 1990 أن 70 % من سكان العالم و هم أبناء الدول النامية في آسيا و إفريقيا و أمريكا اللاتينية لا يملكون سوى 40 % من الصحف الصادرة في العام و 22 % فقط من عدد النسخ المتداولة، كما تشير نفس الإحصاءات أن ما بين 200 إلى 250 شخصا من كل ألف من سكان العالم يصلهم توزيع صحيفة يومية فضلا عن استقبال الراديو و التلفزيون و هناك 30 دولة في العالم وصلت إلى نقطة لتشيع في مجال الصحف.¹

و في الإعلام المقروء تتداول الصحافة العربية المعروفة أكثر من 125 يومية سياسية أو متخصصة و باللغات العربية و الفرنسية و الإنجليزية يوازيها حوالي 127 دورية أسبوعية و غير أسبوعية بالإضافة إلى ما يزيد عن 20 وكالة إعلام بين رسمية و خاصة، و بحسب الإحصاءات التي تنشرها المنظمات الدولية و المنظمات العربية للثقافة و العلوم، فإن نصيب كل ألف عربي 38 نسخة صحيفة في موازاة مستوى عالمي عام قدره 1100 و 334 قارئ في البلدان المتقدمة.

و في توقعات ليصل عدد سكان البلدان العربية في مطلع سنة 2000 حوالي 300 مليون نسمة من بينهم نسبة من الأميين يبلغ متوسطها العام بين 30 و 40 % ما يعني أنه يكون لدينا 180 مليون عربي قادرين على قراءة الصحف، و بالرغم من أن متوسط التوزيع الأعظم لأكبر صحيفة عربية اليوم لا يتجاوز المائتي ألف نسخة.

ففي الولايات المتحدة الأمريكية يصل الإصدار اليومي العام للصحف إلى حوالي 63 مليون نسخة أما جريد "رومين ريباو" الصينية تطبع 3 ملايين نسخة يوميا.

أو "ذي وول ستريت جورنال" الأمريكية التي تطبع أكثر من مليون نسخة يوميا أو "تايم" التي تطبع حوالي خمسة ملايين نسخة أسبوعيا.²

و في المملكة العربية السعودية و مع أقوى صحيفة سعودية، كانت توزع مطلع الثمانينات الميلادية ما يقارب 120 ألف نسخة، و كانت الصحف المنافسة تحاول اللحاق بهذا الرقم الذي كان مبشرا عندما كان عدد السكان في ذلك الحين في حدود 10 ملايين، إلا أن الصحف المحلية

1- فاروق أبو زيد : إغيار النظام الإعلامي الدولي : عالم الكتب القاهرة، 1991، ص 30-44.

2- جان جبران كرم : مرجع سابق. ص 17-18.

يبدو أنها في الوقت الحاضر و قد تجاوز سكان المملكة 21 مليوناً لم تكسر هذا الرقم حتى الآن إلا ربما في حالات استثنائية، و تفيد لغة الأرقام (كما وردت في موسوعة المعلومات) أن نصيب السعوديين من الصحف 40 نسخة لكل ألف مواطن و هي نسبة ضعيفة للغاية و نفس الشيء في بعض الدول العربية .حيث تكافح بعض الصحف المعربة للوصول إلى معدلات توزيعها التي كانت سائدة في السبعينات، و التي وصلت لمليون نسخة كما يقول رئيس تحرير "الأهرام المسائي" أسامة سرايا، و لقد أكد الدكتور عبد المجيد وحيد في الملتقى الإعلامي الأول في الكويت 7-9 يونيو 2003 أن غياب الحرية ليس السبب الوحيد في تدهور الصحافة العربية، و ذكر أسباب أخرى منها ضعف الأداء المهني بالإضافة إلى مشكلة أخلاقية مرتبطة بتفشي الفساد في الدول العربية و الشركات،¹ إلى جانب تفشي ظاهرة الأمية و قد جاء تقرير المجلس العربي للطفولة و التنمية أن نحو نصف سكان العالم العربي ممن تجاوزوا 15 عاماً أميون، و أن أعداداً من أطفال العرب لا يلتحقون بالمدارس و تتسرب أعداد أخرى من المتحقيين بها، و قدر المجلس الذي تأسس عام 1987 برئاسة الأمير طلال بن عبد العزيز لدراسة مشكلات الأطفال العرب أن عدد الأميين من الدول العربية يقدر بـ 60 مليون من إجمالي عدد السكان فوق سن الـ 15 بنسبة 48.4% و تتفاوت النسبة بصورة كبيرة من بلد عربي إلى آخر، فتزيد على 50% في بعض الدول و تنخفض إل حوالي 10% في دول أخرى.

و ترتفع نسبة الأمية بين الإناث بشكل ملحوظ عنها بين الذكور في جميع الدول العربية ،كما ورد في تقرير للمنظمة العربية للثقافة و العلوم "الألكسو" أن عدد الأميين في العالم العربي سبعين مليون شخص ما يعادل نسبة ربع الساكنة العربية خلال سنة 2005.

فوفقاً لاتحاد الصحف العالمي فان توزيع الصحف الورقية انخفض خلال الفترة من 1995 - 2003 بنسبة 3% في الولايات المتحدة و 3% في أوروبا و 2% في اليابان. و فيما كان أربعة أمريكيين من أصل خمسة يقرؤون الصحف في الستينيات من القرن الماضي فقد تقلص العدد الى اثنين من بين كل خمسة مواطنين، وفي فرنسا أظهرت إحصائيات عام 2003 ان صحفا مثل "لوفيغارو" تراجعت مبيعاتها بنسبة 4.4% و "ليبراسيون" 6.2% و "لي زيكو" 6.4% و "لوموند" 7.5% و "لا تريبون" 12.3%¹

1 - <http://www.alwatan.com.ba/daily> 2004-01-21

2- حمي الأسمير : الأترنت في الأردن. www.ammonnews.net

وتشير الدراسات إلى انخفاض توزيع الصحف البريطانية بنسبة 3.4 % خلال الأشهر الثلاثة الأولى من هذا العام مقارنة بالفترة نفسها عام 2007. و قد أشار التقرير أيضا إلى أن هذه السنة تكاد تعادل ضعف المتوسط العالمي للأمية، و قد احتلت مصر المرتبة الأولى بـ 17 مليون أمة يليها السودان ثم الجزائر و المغرب و اليمن. و تسعى الجزائر إلى جعل سنة 2007 نحو الأمية بالموازاة مع برنامج التعليم، الذي سطر الديوان الوطني لنحو الأمية و تعليم الكبار و تسعى الجهات المعنية لخفض نسبة الأمية ، إلى أقل من 10 % من مطلع 2010.¹

و هناك مقولة "الجزائريون لا يقرؤون" ، قد لا يصدقها البعض لكنها تصدق اليوم أكثر من أي وقت مضى رغم الثورة الثقافية الحاصلة منذ بداية الألفية الجديدة، و عادة ما تتجه أصابع الاتهام إلى كثرة عدد الأميين البالغ 8 ملايين. لكن المختصون يرون أن أسباب تدني المقرئية في البلاد لا يمكن رده فقط إلى ارتفاع نسبة الأميين بل هناك أسباب أخرى. فعلى سبيل المثال نصيب الفرد الجزائري من الكتاب في السنة نصف كتاب، و هو رقم مازال بعيدا عن المعدل العالمي الذي يعطي لكل فرد 4 كتب.²

1- ماذا عن الأمية في الجزائر. www.chihab.net.

2- ماذا لا يقرأ الجزائريون، نوارة لحرش : www.alnoor.se

المبحث الثالث :

مستقبل المقروئية في ظل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة.

إن من أهم الإنجازات في عالم الصحافة خلال هذا القرن، هو الصحف الإلكترونية التي باتت خطراً يهدد وجود الصحف التقليدية الورقية التي بين أيدينا اليوم، حيث أصبح بإمكان الفرد وهو بمقره و أمام شاشات الكمبيوتر الحصول على صحيفته المفضلة من شتى أقصاء العالم و سنحاول من خلال هذا المبحث، عرض مستقبل الصحافة الورقية في ظل الصحافة الإلكترونية و هل يمكن الجزم أن الصحافة الإلكترونية هي المستقبل أو أنها ستحيل الصحف التقليدية إلى التقاعد أم أن هناك علاقة تكاملية بينهما؟.

أولاً : مقروئية الصحف الورقية في ظل الصحف الإلكترونية :

لقد تمخض عن ظاهرة إنفجار المعلومات و ثورة الاتصال في الربع الأخير من القرن العشرين ظهور (الصحيفة الإلكترونية) هذه الأخيرة التي هي عبارة عن جريدة شخصية خاصة ورقية أو مدونة على شاشات التلفزيون، و تقوم فكرتها على الآتي : بث الجريدة في الشبكة إلى الأجهزة التلفزيونية في منازل المشتركين، و قد تكون المادة المبتوثة عبارة عن فهرس المحتويات مع نبذة قصيرة عن كل إعلام، و عندئذ تسمح إمكانية التبادل و التواصل للمستخدم أن يطلب من المركز المزيد من الإعلام حول الموضوع الذي يهمله حتى يتوفر لديه كل شيء حول الإعلام، كما لا يستطيع أحد منا إنكار أننا حالياً أمام وسيلة إعلامية جديدة طرحتها الثورة التكنولوجية و التقنية المتحددة و المتسارعة، ألا و هي شبكة المعلومات الدولية إنترنت، و هي شبكة من الحاسبات الآلية مرتبطة ببعضها البعض إما عن طريق الهاتف أو الأقمار الصناعية، و قد دخلت كثير من صحافة العالم على هذه الشبكة. بحيث يستطيع الفرد العادي أن يقرأ صحيفته المفضلة على الشاشة سواء بالمجان أن بالمقابل، حتى أن الصحف و منها بعض الصحف المصرية و العربية تستثمر حالياً ملايين الدولارات للظهور على الإنترنت.¹

1- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 180.

1- مستقبل الصحافة الورقية :

سارعت مختلف الصحف إلى إنشاء مواقع، و تشير الإحصائيات في هذا الإطار أن 79 % من الصحف في العالم لديها طبعة إلكترونية فخلال الثلاثي الأول من عام 2004 فقط أنشأ 4.7 مليون موقع جديد، و في العالم حاليا 70 مليون موقع، و تشير الإحصائيات أيضا إلى تراجع مذهب لعناوين الصحف الورقية، و يبدو التراجع أكثر وضوحا خاصة في البلدان المتقدمة.¹

و في حديثنا عن الصحيفة الإلكترونية التي يعد ظهورها الأخطر و الذي يهدد وجود الصحف التقليدية التي بين أيدينا اليوم، فقط توصل الأمريكي "روجر فيلدر" "Roger Filder" إلى اختراع صحيفة إلكترونية جديدة عبارة عن جهاز كمبيوتر يز ن أقل من كيلوغرام واحد و مزود بقرص يبلغ سمكه 2 سم و قد يوجه هذا الأخير ضربة قاتلة للصحف التقليدية، و تعتمد هذه الصحيفة على اللمس، حيث أنه بمجرد أن يلمس شخصا زرا معيننا في جهازه تظهر على شاشة العرض البلوري الصفحة الأولى من الصحيفة، و بتوالي اللمسات تظهر باقي صفحات الصحيفة من "الفيديو كليب" إلى الصورة و الرسوم و البيانات و التحليلات، و من بين مميزات هذا القرن تطوير الإعلان الذي يحقق في العادة 70 % من عائدات الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية، فمجرد لمسه على الرادار، تتحول بيانات الإعلانات الرقمية إلى صور فيديو متحركة (بنظام الفيديو كليب) تزود القارئ، بمعلومات إضافية عن المنتج، و بلمسات أخرى يمكن للمستخدم أن يطلب السلع المعلن عنها أو حتى يحجز منضدة في المطعم المفضل لديه.²

و في محاضرة ألقاها الدكتور "بيتديرا" عميد كلية الصحافة بجامعة ويسترن أونتاريو في كندا، أشار إلى أن الصحافة المطبوعة في أمريكا و كندا تواجه تحديات خطيرة بسبب النتائج التي يمكن أن تفسر عنها الأبحاث الجارية على قدم و ساق في مجال التحول إلى طريق المعلومات السريع و هو تحول لا ينحصر في نظام متطور لنظام تليفزيون الكابل (المدفوع) الأجر بل يتعداه ليشمل شبكات اتصال تربط كل الناس ببعضها و تسمح لكل فرد بأن يحصل على صحيفة خاصة به، وتشتمل على ما يريده أو يحتاج إليه من أبناء و معلومات و بيانات و مقالات و أفلام و وسائل للتسلية و مواد صحفية إعلانية مع تقديم خدمات تجارية.³

1- محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الإيديولوجيا، دار الهدى، 2006، ص 114.

2- عبد المجيد شكري : الإتصال الجماهيري الواقع المستقبل، العربي للنشر و التوزيع القاهرة، ص 120-121.

3- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 172.

فظاهرة الإنترنت جعلت العديد من الصحف تتجه إل إنشاء مواقع لها على الشبكة. و كشفت الظاهرة على نوعين جديدين من الصحافة، الصحافة الإلكترونية البحثية و النسخ الإلكترونية للصحافة المكتوبة.¹

و بالتالي تخلت الصحف عن الشكل الورقي للحريدة ، و إستبدلته بشكل لا ورقي أو إلكتروني ففي فيفري 1993 أصدرت مجلة نيوزويك الأمريكية و الصوتية أول طباعة لها على أسطوانة مدججة CDROM تعرض إلى جانب النصوص المكتوبة الصور و الرسوم المتحركة، و يمكن عرضها أو تشغيلها من خلال جهاز خاص بتشغيل الأسطوانات المدججة المتعددة الوسائط و الذي يشبه الجهاز العادي لتشغيل الأسطوانات المدججة الموسيقية، و يمكن ربطه بشاشة تلفزيون و حاسب أو حاسب إلكتروني كما أعلنت مجلة TIME الأمريكية و هي أقدم مجلة أسبوعية في الولايات المتحدة الأمريكية و توزع حوالي 4.2 مليون نسخة أسبوعيا أنها ستكون متاحة لعملاء شبكة أمريكا "أون لاين" التي تقدم الأخبار و المعلومات الرياضية و المالية و أخبار الطقوس و خدمات أخرى عبر أجهزة الكمبيوتر الشخصية.²

و بالتالي فمشروع "الحبر الرقمي" يرسم أفاقا جديدة، و هذا الأخير يدفعنا إلى التساؤل هل يهدد الصحافة التقليدية أم لا؟ خاصة و أن أغلب الصحف أصبحت تعتمد على هذا الأخير و اتجهت إلى إنشاء مواقع لها على الشبكة. ففي حالة جريدة "لومند" الفرنسية في عددها بتاريخ 13-14 جانفي 2002 نشرت الجريدة ملفا خاصا حول التغيرات الجديدة في السياسة التحريرية و تناولت الأساليب الجديدة في مجال التحرير استجابة للتطورات التي شهدتها فرنسا و أوروبا و كذلك العالم، و طموحات الجريدة إلى أن تكون في مستوى تطلعات القارئ، فالصحيفة ترى أن نموذج "لومند" التحريري هو بمثابة عقد قراءة و تحت عنوان "Le monde en ligne" شرحت الجريدة دوافع إنشاء الموقع الإلكتروني، فترى هيئة التحرير أن موقع الصحيفة هو أول موقع إلكتروني لصحيفة مكتوبة في فرنسا.

1- محمد شطاح : مرجع سابق، ص. 119.

2- محمود علم الدين : الصحافة في عصر المعلومات الأساسية و المستحدثات، دار العربي للنشر و التوزيع، ص. 268.

و قد شهد الموقع إرتفاعا كبيرا لزواره بنسبة 46 % و إنتقل الموقع من حيث إهتمام القراء في المرتبة الثالثة إلى الأولى فيما يتعلق بالصحف الفرنكوفونية، كما ترى هيئة التحرير أن الإنترنت كشفت عن طريقة جديدة لقراءة صحيفة "لومند" كما يعد قراءة الصفحات الإلكترونية مكمل لمقروئية النسخة الورقية، كما يعتبر الموقع بمثابة جسر نحو قراءة النسخة الإلكترونية من الجريدة فموقع الجريدة حسب ترتيب Google الأداة الأولى للبحث في شبكة الانترنت يحتل المرتبة التاسعة عالميا من حيث عدد الزوار، و عليه فإننا نلاحظ أن النسخة الإلكترونية هي رديف للنسخة الورقية من الجريدة، فالإطلاع على الموقع الإلكتروني مرتبط مرتبط بمدى مصداقية جريدة "لومند" الورقة و العكس صحيح.¹

فالصحيفة الإلكترونية و مشروع الحبر الرقمي قد رسما آفاقا جديدة و بالرغم من كونه يهدد الصحافة الورقية فهو ليس في الوقت الحاضر. فالجرائد الإلكترونية تعاني من إعاقة كبرى فهي صعبة المحمل و لا يمكن في الجيب و بالغا ما بلغ تطورها، فلن تكون قراءتها ممكنة إلا على كمبيوتر الجيب، أو كمبيوتر متناهي الصغر لذلك لا بد من سنوات قبل ظهور أجهزه تتيح قراءتها في المترو أو في السرير و لا تمثل التكنولوجيا الحالية تهديدا جديدا لتفوق الجريدة الورقية التي لا يمكن منافستها بفضل ثمنها الزهيد و سهولة نقلها، و بالرغم من كون المؤسسات الصحفية الكبرى و لا سيما الأمريكية تخطط للخبر الرقمي. غير أنها لا تزال تطلع إلى إبتكار جهاز معجزة محمول و خفيف و بسيط و صلب يشبه إلى حد ما مفكرة جيب و متى صار هذا النوع من التطورات قابلا للاستعمال. فلا بد أن يساور الصحف الورقية القلق في هذا الشأن.²

و قد بشت وكالة رويتر للأبناء من فرانكفورت في أوائل العام 2000 بأنه قريبا و بالتحديد في عام 2007 ستختفي الصحف الإلكترونية و الأكشاك التي تباعها من الشوارع، و تحل محلها أكشاك إلكترونية تمكن القارئ أن يشحن جهازا إلكترونيا خاصة بالصحيفة أو مجلة التي يريدتها ثم يقرأها فيما بعد عن طريق شاشة إلكترونية خاصة، و تقول "شركة ميكروسوفت" لقطاع التطوير التكنولوجي أنه بحلول 2010 ستصبح هذه الأخيرة خفيفة و لها شاشة مرنة و تزود بطاريات تعمل 24 ساعة، وأضاف الشركة أنه في العام 2017 ستنتفرض الصحف الورقية تماما لأن الإلكترونيات هي المستقبل أما الورق فهو الماضي.²

1- محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة، مرجع سابق، ص 120.

2- مي عبد الله سو : الإنصاف في عصر العولمة، مرجع سابق، ص 85-86.

3- إبراهيم عبد الله أنسيمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 175.

لقد وجه هذا التساؤل و المتعلق أساسا بمدى تمديد الصحافة الإلكترونية على الصحافة التقليدية فكان لمحمد بلغازي و هو أستاذ الإعلام في المعهد العالي للإعلام و الاتصال بالرباط رأي في الموضوع و علق قائلا: "في حقيقة الأمر لا يمكن أن نجزم في هذا الإطار خاصة و أن هناك من يطلع على الصحافة الإلكترونية يوميا و هناك كذلك من لا زال يقبل يوميا على الصحافة التقليدية عدد كبير ممن يلحون مواقع الأخبار للإطلاع على جرائد أخرى عالمية أو محلية".

كما أحيل السؤال إلى السيد "محمود سلطان" و هو رئيس صحيفة "المصريون" الإلكترونية يقول: "... الصحافة الورقية لازالت محتفظة بهيمنتها و محتفظة بتألقها و محتفظة بجاذبيتها

لأسباب كثيرة، يعني سواء على فكرة الكلام في العالم العربي أو في العالم الغربي لأسباب كثيرة. يعني نحن يجب أن نفرق أنه تقريبا نصف سكان الكرة الأرضية لا يملكون هواتف أي 55% ممن يستخدمون الكمبيوتر موجودين في أمريكا الشمالية و 90% من يستعمل الإنترنت متركزين في الدول الصناعية و 10% متوزعة على باقي الدول و لهذا نقول الصحافة الورقية، ستضل محتفظة هيبتها و يجب أن نأخذ بالنا.

و الأمر لا يتوقف هنا و حسب لكل رأي الشخصي حول هذه القضية، فإن صدقت الدراسة التي أجرتها «ميكروسوفت» فإن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية عام 2018.¹ كما أن القائمين على الصفحات الإلكترونية لكبريات الصحف العالمية لا يشاطرون تلك المواقف التي ترى بأن عهد الصحافة التقليدية أيل للزوال، و يؤكدون على أن المواقع الإلكترونية ما هي إلا جزءا من العملية الصحفية الحديثة، ولا يعقل أن توزع صحيفة مكتوبة اليوم دون أن يكون لها موقعا إلكترونيا يستجيب للعادات الجديدة في مجال القراء.

أما فيما يتعلق بمستقبل الصحافة الورقية في الجزائر فيمكن القول أن القارئ الجزائري مازال يتطلع كل صباح لقراءة جريدته اليومية و مازالت اليوميات من أهم مصادر المعلومات و الأخبار وخاصة ما تعلق بالجزائر و أعماق المجتمع الجزائري، و عموما يمكن تلخيص مستقبل الصحافة المكتوبة في النقاط التالية:

- 1- النسخ الإلكترونية تكاد تكون نسخا طبق الأصل للعناوين المكتوبة.
- 2- احتجاب النسخ الإلكترونية يوم الجمعة و هذا معناه تبعيتها للنسخ الورقية.

1- سعيد الغريب النحرار: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار العربية للبيانية، 2003، ص. 234.

3- تواجه الصحافة الإلكترونية متاعب متعددة ، كعدم انتظام المصدر و لإحتجاب بين الفترة و الأخرى.¹

2- النشر الصحفي على الإنترنت :

أصبحت اليوم غالبية الصحف اليومية و خاصة الكبرى منها في معظم أنحاء العالم تعتمد في إنتاجها التقنية الإلكترونية² ، توافرت الصحيفة اليومية بالعربية إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الانترنت في سبتمبر 1995 و نشرت صحيفة "الشرق الأوسط" على شكل صور على شبكة الإنترنت. الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت كانت صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءً من الأول فيفري 1999 ثم تلته الحياة في ماي 1996 و سفير في نهاية العام نفسه، حالياً تتوفر معظم الصحف العربية على الإنترنت بشكل أو بآخر قد يتوافق و قد لا يتوافق مع مفهوم الصحف الإلكترونية. و قد دخلت ميدان الصحافة إلا انه لا يزال يفتقد إلى كثير من المزايا التي تتصف بها الصحافة الإلكترونية.

بعض الصحف العربية الإلكترونية لا تتوافر بشكل يومي على الإنترنت و البعض الآخر يتيح إلكترونياً بعض ما ورد في الطبعة اليومية الورقية، فقط قلة قليلة من الصحف الإلكترونية العربية تلتزم الإصدار اليومي الإلكتروني دون مشاكل أو نواقص.

و يمكن تقسيم ما يمارسه الناشرون العرب على مستوى النشر على الإنترنت إلى ثلاث فئات :
الفئة الأولى : تعتمد سياسة الحد الأدنى المتمثلة في إطلاق نسخ كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف دون دخل يذكر من خلال هذه النسخة الإلكترونية و الإكتفاء بالإشارة إلى أن للصحيفة موقعا على الإنترنت يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة و قراءها أينما كانوا.

الفئة الثانية : تعتمد سياسة الانطلاق من الصحيفة الإلكترونية دون وجود صحيفة مطبوعة أصلاً و في هذا المجال نشير إلى صحيفة إيلاف الإلكترونية التي انطلقت في 21 ماي 2001.³

1- محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة مرجع سابق، ص 119-135.

2- محمد بلغاوي : الصحافة الإلكترونية و علاقتها بالصحافة التقليدية، تقرير مسجل

www.aljazeera.net/Kawalees

3- مرامط بوشحيط : المنتدى الدولي للمجلس الأعلى للغة العربية و تكنولوجيا المعلومات، www.ajeel.com

و مازال عدد الصحف العربية المطبوعة على ورقة يفوق بكثير عدد تلك المتوفرة إلكترونياً على الإنترنت و على أقراص مدججة و لكن هذا الأمر لن يطول حتى يتقلص الفارق إلى أدنى مستوى لأن الاندماج و الترابط بين الصحيفة المطبوعة على ورقة و نسخها المتوفرة إلكترونياً على شبكة الإنترنت، أمر لا يمكن تجنبه في المستقبل و لا يزال من يعتقد أن بعض الصحف المطبوعة قد ينسحب لصالح توافره الإلكتروني على الشبكة الدولية فقط.

و لإلقاء الضوء على ما يمكن أن يحمله المستقبل لصناعة النشر الإلكتروني و العلاقة المقبلة مع النشر التقليدي، نشير إلى حقيقتين الأولى هي أن معظم شركات دور النشر الصحفية العالمية تتجه إلى التوزيع في تقديم إنتاجها و ذلك بدخول مجالات الراديو و التلفاز و الأقراص المدججة و التوافر من خلال شركات تعنى بتوفير المعلومات الإلكترونية من خلال المطبوعات و الملاحق المتخصصة و أعداد المؤتمرات، و من خلال الإنترنت هذه الظاهرة بدأت تتبلور في الغرب و هي بعيدة بما أن في الوقت الراهن ربما سبب القيود الحكومية على امتلاك وسائل الاتصال و الهوة بين مطوري التقنية المطلوبة و منتجي المعلومات من صحف يومية و دوريات أخرى. أما الحقيقة الثانية فهي تتعلق المحتوى الذي توفره المطبوعات العربية و من دون المحتوى الذي يعتمد على المعلومات الحقائقية و يتخذ من صحافة المعلومات شعاراً ألا تنجح مؤسسات خدمات المعلومات و لا تستمر مواقعها على الإنترنت، و لهذا فإن شركات الاتصال و لهذا فإن شركات الاتصال الكبرى في الغرب تجاوز ما تنتجه وسائل اتصالها بأنواعها التقليدية و غير التقليدية لتقوم بأمثل استخدام لذلك المحتوى، و هذا ما دفع شركة "أمريكا أونلاين" التي تدير أنجح بوابة إلكترونية في أمريكا إلى الاندماج مع شركة "تايم وارنر" و هي واحدة من أكبر شركات النشر و الإتصال و الترفيه في العالم. من خلال صفقة قدرت بمائة و عشرون بليون دولار، و فيما يخص العالم العربي و منتجي المعلومات العرب لابد من قيام تعاون و إيجاد لغة مشتركة بين منتجي المعلومات و مطوري التقنيات و البرمجيات. لأن الهوة القائمة بين هاتين الفئتين من عناصر مجتمع المعلومات تؤخر إنتشار المحتوى العربي على الإنترنت و تقديمه إلى المستفيدين بوسائط مختلفة.

و على مستوى التوفير الإلكتروني للصحف المطبوعة و هو من أسباب إنطلاق "جهينة" فإن الكثير من الصحف الغربية توافرت في شكل إلكتروني كأحد مصادر المعلومات قبل الطفرة الحديثة لاستخدام شبكة الإنترنت، و عزز ظهور الشبكة ظاهرة إصدار طبعات إلكترونية للصحف و شملت مطبوعات من مختلف الجنسيات في العالم و من أولى تلك الصحف صحيفتنا

"واشنطن بوست" و "لوس أنجلوس تايمز" اللتان كانتا متوفرين لمستخدمين مع مواد صحافية أخرى منتقاة من عدد من الصحف الأمريكية عبر خدمة معروفة بخدمة "واشنطن بوست" و لوس أنجلوس تايمز".¹ و لكن إذا كانت خدمة "جهينة" و "بنك المعلومات الصحافية" لا تشكلان ابتكارا على مستوى النوع التقني فإنها تشكلانه على مستوى المحتوى و خصوصيته العربية.

و هذه المعلومات هي الأولى من نوعها على المستوى العربي لتوفير النصوص الإعلامية العربية على الإنترنت باللغة العربية، و سبق ذلك محاولة عربية في بداية الثمانينات لتوفير ملخصات لنصوص الصحافة العربية باللغة الأجنبية. ثم توقفت من دون معرفة الأسباب و نهضت بتلك المحاولة في حينها مؤسسة البيانات الإماراتية و سمّتها بنك المعلومات العربي، كانت متوافرة بواسطة الإتصال المباشر مع تغطية للصحف منذ عام 1983 و على ديالوغ حتى عام 1992.

3- الصحافة الإلكترونية في الجزائر و مستقبل المقرئية :

لقد عرفت الجزائر ظاهرة الإنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات و لم تنتشر الإنترنت إلا في أواخر التسعينات و أصبحت ظاهرة ملفتة للإنتباه مع بداية الألفية الثالثة و سارعت الجزائر في إحتضان الإنترنت من خلال إنشاء هيئة تابعة للحكومة تتولى تقديم خدمات الشبكة ممثلة في CERIST.

و مع صعود النشر الصحفي و الصحف الإلكترونية، بدأت الجزائر تشهد نشوء بعض الصحف و المجلات الإلكترونية إلا أنها قليلة مقارنة مع عدد عناوين الصحف الورقية، إلا أن الملفت للإنتباه في هذه الحالة هو ظهور أول صحيفة إلكترونية تمثلت في صحيفة "الجزيرة أنترفاس Algeria Interface" و قد إنطلقت في نوفمبر 1999 و كان شعارها "نقل الأخبار بشكل موضوعي و المحافظة على المبادئ و الأساسية لحرية التعبير و حرية الصحافة و الدفاع عن حقوق الإنسان و تعزيز القيم الديمقراطية".

في حين الصحف الورقية ذات المواقع الإلكترونية، فتعد هذه التجربة متأخرة بعض الشيء عن زميلائها في المنطقة العربية، فقد بدأت جريدة الشرق الأوسط على الإنترنت يوم 09 سبتمبر

1995 و تبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة و النشر، و التي أنشأت موقعها في 16 فيفري 1997 و يضم نسخا من مواقع الجمهورية و المساء و الجازيت و مصر اليوم تلتها جريدة "الشعب" في أول أكتوبر 1197 ثم جريدة "LIBERTE" في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998 و تلتها 1995 و تبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة و النشر، و التي أنشأت موقعها في 16 فيفري 1997 و يضم نسخا من مواقع الجمهورية و المساء و الجازيت و مصر اليوم تلتها جريدة "الشعب" في أول أكتوبر 1197 ثم جريدة "الخبر" باللغة العربية و عي أكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر (مايين 450.000 و 500.000 نسخة).

و في حديثنا عن مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، خاصة و أن تجربة الصحافة المكتوبة في الجزائر تعد قصيرة و خاصة الصحافة المستقلة، لذلك فالساحة الإعلامية مازالت في حاجة إلى العديد من الصحف و خاصة اليوميات و ذلك لكون الجزائر تملك جمهورا كبيرا مقارنة مع عدد السكان و مقارنة مع إرتفاع عدد المتعلمين و تراجع معدلات الأمية، أما فيما يتعلق بمدى إقبال القارئ الجزائري على المواقع الإلكترونية للصحف فإن الملفت للإنتباه أن الأخبار مازالت ظاهرة مقتصرة على الفئات المتعلمة، و مازالت أماكن التعرض لها محدودة في مراكز البحث و خاصة الجامعات و كذلك نوادي أو مقاهي الإنترنت إلى جانب إرتفاع تكاليف الإستفادة من هذه الخدمات، لكن هذه الأسباب تؤكد أن مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر مازال مرشحا للإزدهار و التطور، و أن إنشاء المواقع الإلكترونية ما هي إلا إستجابة لبعض الفئات من القراء و متطلبات التكنولوجيات الجديدة للإتصال.¹

و في الأخير يمكن القول أن الصحافة عرفت منذ الحرب العالمية الثانية تحولات كبيرة، تشكل منافسة الوسائل السمعية و البصرية و الخدمات الإلكترونية الحديثة أهم تحدياتها، أما فيما يخص توجهاتها العامة فيمكن اليوم ملاحظة اتجاهات مختلفة، فإذا اعتمدنا مؤشر المقروئية مثلا يمكن ملاحظة تراجع نسبي للصحافة اليومية العامة مقابل صمود اليوميات الجهوية (خدماتها المحلية

1- محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة، ارجع سابق، ص 131.

المقدمة : أخبار الأفراح و الجنائز، و حياة ثقافية، و الاقتصادية). و ديناميكية متواصلة للصحافة المتخصصة و خاصة الاقتصادية منها، و أخيرا تجزأة متزايدة للقراء (حسب السن، المداخيل، و نمط الحياة...) نتيجة ضغط المعلمين بالإضافة إلى ظهور الصحافة الإلكترونية المحضة أو النسخ الإلكترونية من الصحافة المطبوعة (حوالي 80% منها لها مواقع) و بالعودة إلى الكلام عن تراجع "مقروئيتها" يمكن القول أن أنه إذا كان ذلك أحضى باليوميات فهو يشمل الأسبوعيات أيضا و هو واقع على المستوى العالمي حيث لوحظ منذ مدى بأن توزيع الصحف المجانية يتراجع كل عام بنسبة 02 % و يعود ذلك لأسباب خارجية (اليوميات المجانية، الإنترنت، الصحافة الإلكترونية، الهاتف النقال الإعلامي).

و أخرى ذاتية (الاحتكار الاقتصادي أو لأهمية السياسة، انعدام المصدقية حتى في صحف مشهورة New USA Today , YorkTimes ... بسبب التحيز، التزوير و الكذب). و لمواجهة هذا التراجع أصبحت بعض الصحف (إيطاليا، إسبانيا، اليونان، تركيا) تقترح ملحقات في شكل كتب، موسوعات، أقرص المعلوماتية... مما قد يجعل الصحف تفقد هويتها و يزيد من الخلط بين الإعلام و السلعة.¹

1- فضيل دليو : تاريخ وسائل الإتصال، مرجع سابق، ص 85.

ثانياً :

مستقبل الصحافة الورقية في ظل الصحف الإلكترونية

إن التطور في تكنولوجيا الاتصال و المواصلات بشكل عام و تطور تكنولوجيا الصحافة بشكل خاص، قد تأثرت الصحافة بل و استفادت من الإنجازات التكنولوجية المتقدمة عبر العصور، كما تأثرت بالمتغيرات السياسية و الاجتماعية و الثقافية و الفكرية التي لا تتوقف في مختلف أنحاء العالم، و لنا ان تصور كيف تأثرت الصحافة بإختراع لاسلكي و التلغراف و التلفزيون و الكهرباء و التصوير الضوئي و طباعة الأوفست المتطورة و أساليب جمع و صف الحروف من الجمع اليدوي إلى الجمع التصويري الحديث و الجمع بالحاسب الآلي و طباعة الألوان و تقدم البريد و ظهور القطار و السيارة و السفن السريعة و الطائرات و الكابلات البحرية و الأقمار الصناعية و الإتصال عبر الأقمار الصناعية و الإتصال عن بعد *Télécommunication* عن طريق التلغراف و التلفزيون أو الراديو أو التلفزيون، حيث أجهزة التلغراف الكاتب الذي يرسل و يتلقى بربقيات الأخبار عبر المسافات الشاسعة مكتوبة على شريط *TickerTape* و الصور المنقولة بالتلغراف أو التلفزيون و أجهزة التلكس و هي الوسيلة السريعة لنقل الرسائل عبر الـ *Téléprinter* بين المشتركين، و الفاكسيملي أو الفاكس *Facsimile* لنقل المادة المطبوعة أو المخطوطة أو الخرائط، و الصور الفوتوغرافية بدقة متناهية عن طريق التلفزيون في مدة لا تزيد على 12 ثانية فقط، بحيث يمكن نقل طبعات من الصحف عن طريق هذه الوسيلة الإلكترونية الحديثة التي يمكن ربطها أيضا بأجهزة كمبيوتر و نظام معلومات أو بيانات *DATA* تنقل بطريقة أوتوماتيكية، بل لقد أصبح في وسع الصحفي أن يكتب موضوعه أو مادته الإخبارية في موقع الأحداث على آلية الكتابة و تنقل المادة في نفس اللحظة إلى موقع الجريدة جاهزة للطبع و بالمساحة المطلوبة و سمك الحروف المطلوب مع العناوين¹.

و قد وصلت الإنجازات التكنولوجية اليوم تقدما انقلبت فيه كل الموازين السابقة فكل يوم يأتي بالجديد في عالم الطباعة، و عالم إصدار الصحف، كون الصحافة تعتمد على الحاسب الآلي و تقنيات الاتصال الحديث التي برزت فيها شبكة المعلومات الدولية *INTERNET* التي أدت إلى عولمة المعلومات، حيث أصبحت هذه الأخيرة متاحة للكافة في كل ركن من أركان

1 - إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 173.

الدنيا عن طريق الأقمار الصناعية لإتصالات و خوت عمليات الصباعة إلى صباعه رقمية. و لعل من أهم إنجازات العولمة في ميدان الصحافة هو الكمبيوتر المحمول الذي يمكن عن طريقه إرسال رسائله و تقاريره و صورته من مواقع الأحداث للجريدة مباشرة، مهما كان موقعها هذا و قد جعلت التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في نقل الصور و المطبوعات عملية إصدار طبعات دولية من الصحف و المجلات أمرا ممكنا، بمعنى أن ترسل صفحات الجريدة عبر الرسائل الإلكترونية الحديثة إلى بلد أو أكثر من بلدان العالم حيث تتلقاه الأجهزة اللازمة هناك و يتم طبعا و توزيعها في نفس وقت صدورها في البلد الأصل الذي تصدر منه الجريدة. مثلما هو الحال مع الطبقات الدولية لجريدة الأهرام القاهرية التي تصدر في لندن و نيويورك¹ فقد أدخلت ثورة الإتصالات العالم في عصر جديد، فأصبح على حد قول (مارشال ماكلوهان) يتضاءل حتى يصل إلى حجم القرية الكونية، فقد أُلغيت المسافات و الحدود المعنوية و المادية بين دولها و تحولت الكرة الأرضية بمس كهربائي إلى ما لا يزيد عن مجرد قرية كما يؤكد بذلك "إدوارد واكين"، و مع أن هذه الثمار و الآثار قد بدأت تؤثر على الصحافة و مستقبلها فهناك الآن إتجاه متزايد لما أصبح يسمى الصحف و توزيعها عالميا.²

و السؤال الذي يطرح نفسه و يشغل بال العديد من العلماء و الباحثين و المهنيين في مجال الصحافة حتى الآن و خاصة و العالم يشهد تطورات سريعة في مجال تكنولوجيا الإتصال و المعلومات و مع توقع الخبراء المزيد من التطور التكنولوجي في أسلوب إنتاج الصحف. و منها على سبيل المثال المزيد من تزويد المنشآت الصحفية بأنظمة الكاميرات الرقمية التي سوف تسمح للمصورين الفوتوغرافيين عن إعداد الصور الفوتوغرافية و إخراجها و تحضيرها بمعالجتها إلكترونيا أو رقميا على شاشة الحاسبات الإلكترونية و المزيد من المحررين المزودين بالحاسبات الإلكترونية المحمولة المرتبطة بأجهزة التلفزيون المحمولة. بحيث ترسل موضوعاتهم و أخبارهم من موقع الحدث مباشرة إل حجرة الأخبار فضلا عن التوسع في استخدام أنظمة الاستقبال المعتمدة على الأقمار الصناعية في تلقي أخبار، و موضوعات و كالات الأنباء و كذا التطوير في أسلوب الطباعة

1- عبد المجيد شكري : الإتصال الجماهيري الواقع المستقبل، مرجع سابق، ص 129-130

2- إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 183-184.

من شاشة الحاسب الإلكتروني مباشرة في حجرة الأحبار و صانه التحرير إلى سطح آلة الطباعة مباشرة و يتوقع الإزدهار و الانتشار لنوع جديد من الطباعات، هو طباعة الفليكسو FlexoGraph التي تعتمد على الماء في عملية الطباعة مع الحبر، و تعطي إمكانيات أكثر جودة في طباعة الصور و الألوان و تحل مشكلة تلوث الأيدي بحبر الطباعة Rubbingoff و التي لها أضرار صحية على القراء و المستخدمين، و هناك أيضا سيناريوهات متوقعة للصحافة المطبوعة خلال القرن القادم. حيث يتوقع مثلا "روجر فيلدر Roger Filder" أحد خبراء مؤسسة نايت رايتير الأمريكية أن تكون جريدة المستقبل مطبوعة إلكترونية تمزج المظهر التقليدي للجريدة لمطبوعة بالحركة الكاملة التي تعطيها الوسائط المتعددة من خلال لقطات الفيديو و الصوت بحيث يتم استرجاعها على جهاز عرض محمول بحجم المجلة يطلق عليه القرص الإخباري¹.

و يتوقع "دوني فراي Dony fray" الخبير بمعهد بونتير لدراسات الصحافة بالولايات المتحدة الأمريكية أن هذا القرص مستقبلا لسوف يشبه جهاز الألعاب الإلكترونية النانيدو.

كما يتوقع كليف ليدساي Cliff Litsay الخبير بمؤسسة أي تي أي ETIP الألمانية أن الشكل المستقبلي للجريدة سيكون جريدة قابلة للمسح حيث يتم تثبيت بطاقة بلاستيكية في طباعة عالية السرعة ترتبط بالناشر من خلال كابل تلفوني، و يمكن إسترجاع الجريدة عليها و هذه التكنولوجيا مستخدمة في اليابان منذ أكثر من عشر سنوات و هناك أكثر من 10 مليون بطاقة بلاستيكية تستخدم في هذا الغرض.

و على ضوء هذه السيناريوهات يتوقع الخبراء أن يصبح إصدار الجريدة الورقية المطبوعة صفويا و محدودا مثل الأسطوانات التقليدية و الفوتوغراف، و أن يصبح استعمالها مثل ذهاب الناس إلى دور السينما الآن، أو بشكل أكثر تشاؤما مثل ذهابهم إلى دار الأوبرا بينما تزدهر الجرائد الإلكترونية الفورية على شاشات الحاسبات الإلكترونية تمهيدا لاختفاء شكل الجريدة التقليدي و ظهور الجرائد الذي يحدد الشخص محتوياتها بنفسه.²

1- أشرف صالح و محمود علم الدين : مقدمة في الصحافة، مرجع سابق، ص 257.

2- محمود علم الدين : مرجع سابق، ص 192.

و مما لا شك فيه و على الإصلاق، أن الصحيفة سوف تبقى مع بعض الانخفاض الجديد في نضيبها من السوق، و هناك تغيرات قليلة في محور الأمية أو العوامل الأخرى المرتبطة بالزيادة المحتملة في عدد القراء و من المتوقع حدوثها في المستقبل القريب و بالإضافة إلى ذلك، فإن الأبحاث التي أجريت على الخدمات و الإشباع و الرغبات التي تليها الصحيفة اليومية لقراءها، توضح أنها أصبحت جزءا من نسيج الحياة اليومية للناس العاديين.

فالصحيفة اليومية تقدم خدمات معينة و تشبع رغبات قرائها، و عندما تغيب الصحيفة عن قارئها فإنه يفتقدها بشدة و من الواضح حاليا و في الوقت الراهن، أنها أصبحت تلعب دورا في نظام الاتصال المعاصر و لا يستطيع أي بديل للصحيفة أن يلعبه على الأقل في المرحلة الراهنة و هكذا و في حين تشكل وسائل الإعلام الأحداث و ربما ما سيأتي مستقبلا تحديا للصحيفة. إلا أنه نستطيع الجزم بالقول بأن الصحيفة مازالت تمثل مؤسسة ثقافية راسخة الجذور كإحدى وسائل الاتصال في عصرنا.¹

1- ملفين ديفلر: نظريات وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 103.

المبحث الرابع : الصحافة العربية و الأجنبية بالجزائر.

لقد لعبت الصحافة في العالم دورا هاما في تطور الشعوب و تقدمها و تحررها من استبداد الاستعمار، و أصبحت اليوم قوة يحسب لها ألف حساب في مصائر الأمم والشعوب، ورغم أن الجزائريين كانوا منقطعين عن المشرق العربي من جراء التعسفات التي فرضتها عليهم السلطات الفرنسية إلا أنهم كانوا متصلين بوسائلهم الخاصة إما بواسطة المراسلات الخاصة أو السواح القادمين إلى الجزائر أو بواسطة الذهاب إلى الحج و المسافرين التجار و التي سمحت بدخول الصحافة المشرقية إلى الأراضي الجزائرية بالموازاة مع الصحافة الفرنسية وجعلهم يتحفظون إلى جعل الصحافة سلاح في النضال، فقد كان الجزائريون يتبعون بشغف كبير أحداث العالم و تطور النهضة العربية بواسطة الكتب و المجلات و الصحف التي كانت تدخل الأراضي الجزائرية سرا، لترز بذور النهضة و التجديد في أوساط الجزائريين و لقد ساعد على ذلك شغفهم لمتابعة النهضة على مستوى الصحف، فكانوا يتناقلون أخبار ما يكتب بها و ثمخص عن هذه الأخيرة إنشاء صحف للدفاع عن مصالح الجزائريين و مطالبهم. كما توصلت صلة الكتاب الجزائريين بالصحف المشرقية مع مطلع القرن العشرين، فأصبح الإعلام عقب الاستقلال هدفه الأساسي نشر الثقافة لرفع المستوى الفكري للمواطن و بالرغم من كل المحاولات لا تزال مشكلة المقروئية في الجزائر و البلاد العربية من أعوص المشكلات التي تعترض سبيل تطور الثقافة العربية. حيث لم يتجاوز معدل القراءة و الكتابة في الوطن العربي 54.82% و يعزى هذا الفشل في إحجام المواطن العربي عن قراءة الصحف. كونها لا تعكس اهتمامات القارئ الأساسية، فضلا عن الأمية التي تعد العقبة الأولى في طريق الإعلام، حيث يبلغ عدد الأميين 8 ملايين أمة في الجزائر.

وهذا ما سنحاول التعرف عليه من خلال هذا المبحث الذي يتناول الصحافة العربية والأجنبية بالجزائر.

أولا : تطور انتشار الصحافة العربية و الأجنبية بالجزائر.

بالرغم من كل الحواجز التي فرضها الاستعمار الفرنسي : فإن الرأي العام الجزائري كان يتتبع أحداث العالم و تطور النهضة العربية الإسلامية و ذلك بالوسائل المختلفة و متنوعة منها :

- بواسطة المراسلات الخاصة.
- بواسطة السواح القادمين إلى الجزائر.

- بواسطة الذهاب إلى الحج. بواسطة المسافرين و التجار.
- بواسطة الكتب و المجلات و الصحف التي كانت تصل إلى الجزائر، تارة علانية و أخرى سرا بالرغم من المراقبة المشددة عليهم، و بالرغم من قرارات الحجز و المنع من الدخول إلى الجزائر، تلك القرارات التي كانت تتخذ ضد الكتب تارة و الصحف و المجلات تارة أخرى، و التي على إثرها منعت جريدة "المؤيد" لصاحبها الشيخ علي يوسف من الدخول إلى الجزائر بقرار إداري صدر يوم 1900/07/20 و بالرغم أيضا من قرارات منع الدخول على العديد من الشخصيات العربية و الإسلامية إلى الجزائر، أين أصدرت الولاية العامة قرار بمنع الشيخ : علي يوسف من دخول الجزائر عام 1900 و كل ذلك المهدف منها وضع الحواجز بين حركة النهضة العربية الإسلامية و بين الشعب الجزائري و لكن استحال منع و مراقبة المئات من الصحف العربية و الإسلامية و التي كانت تصدر في العالم الإسلامي. يومئذ من أن تجد طريقها سرا أو علانية إلى أرض الجزائر و شعبها حيث كانت تصدر في مصر وحدها 117 صحيفة ما بين يومية و أسبوعية و نصف شهرية و دورية، فكان لا بد أن يصل إلى الجزائر عدد و لو قليل، من هذا العدد الضخم من الصحف المصرية دون الحديث عن الصحف التي كانت تصدر في تركيا و لبنان و سوريا.¹

1- الصحف المشرقية في الجزائر:

إن كانت الصحف العربية و المشرقية محضورا دخولها إلى الجزائر في غالب الأحيان فألما تصل إلى المدن الرئيسية، بواسطة المسافرين عن طريق تونس و الذين لم تتمكن الرقابة الإدارية من الحيلولة دون دخولهم و بين حمل هذه الصحف إلى الجزائر، و ذلك بالرغم من أن الجزائريين كانوا منقطعين عن المشرق العربي، جراء الإجراءات التعسفية التي فرضتها عليهم السلطات الفرنسية من الذهاب إلى المشرق العربي أو إلى حج بيت الله الحرام، و كمرقبة الصحف العربية و الكتب القادمة من المشرق، إلا أنهم كانوا متصلين بوسائلهم الخاصة و كانوا يتبعون تطور النهضة العربية بشغف من خلال الصحف و على الخصوص جريدة "المنار" و جريدة "المؤيد" و كانوا يتناقلون أخبار ما يكتب في هذه الصحف بأقلام رواد النهضة أمثال جمال الدين الأفغاني و محمد عبدو و أمثالهم.

1- الزبير سيف الإسلام: مرجع سابق، ص 233.

2- دور النوادي : بررت بدور النهضة و أفكار التجديد في الجزائر أول ما برزت بإنشاء النوادي التي سبق نشوؤها بكثير نشوء الصحافة العربية و أن النوادي التي أنشأت في العاصمة و في قسنطينة ابتداءً من عام 1893 كانت تكون أماكن اللقاء لجميع المثقفين الأمر الذي مكنتهم من تبادل آراء في مختلف الميادين السياسية و الاجتماعية و الثقافية و ذلك بإلقاء المحاضرات و قراءة الصحف العربية و الشرقية و الكتب الجديدة و تناقل الأخبار، كل ذلك تماشيا مع روح العصر و تيار النهضة العربية الإسلامية و ربح التطور و حسنة التجديد و لقد كان لأقدم هذه النوادي نادي (الجمعية الراشدية) التي أسست عام 1893 بالعاصمة و تطورت هذه الجمعية شيئا فشيئا ثم أصدرت نشرة خاصة بأعضائها تصدر باللغتين العربية و الفرنسية.¹

3- الصحافة الأجنبية بالجزائر : الصحف الأجنبية و على وجه التحديد الفرنسية منها كانت متواجدة بالجزائر أثناء الفترة الاستعمارية و لقد أثرت هذه الأخيرة على الرأي العام الجزائري و جعلته يتحفز إلى إنشاء الصحف، و هذا الأخير يؤكد التحليل القيم الذي وضعه الأستاذ علي مراد بعنوان "تكوين الصحافة الإسلامية في الجزائر 1919-1939" و الذي نشر بمجلة أبلا الفرنسية للسان عام 1964 و تحليله يؤكد بأن الصحافة الأوروبية في الجزائر تمثل أحد العوامل الأساسية في دفع الرأي العام الجزائري إلى إنشاء الصحف العربية، للدفاع عن مصالح الجزائريين و مطالبهم. فبالرغم من أن الصحافة الأوروبية بالجزائر كانت قليلة الاتصال بالمسلمين بسبب عدم انتشار اللغة الفرنسية بينهم و مع ذلك يمكن الاعتقاد بأن مذهب و سيرة و هذه الصحف لم تقصر في التأثير على مخيلاتهم، و تصوراتهم.

إن الحرية التي استعملتها جهارا الصحف الفرنسية بالمستعمرة الجزائرية كانت صالحة لتؤثر على المسلمين و تقدم مثلا حيا للمثقفين من الأهالي، الذين تخرجوا من المدارس الفرنسية و الذين تعرض أمامهم بكثرة، سيأخذون منها قريبا درسين :

1- شرعية الدفاع عن حقوقهم و التعبير علنية عن مطالبهم، بما أن أوروبي الجزائر كانوا يسارعون للدفاع عن حقوقهم و مطالبهم.

2- لعبت الصحافة الفرنسية -صحافة الأوربيين- الدور الخطير في التأثير على الرأي العام الجزائري و جعله يتحفز إلى أحد العوامل الأساسية التي بلورت الرأي العام الوضي و جعل

1 - المرجع السابق. ص 27-33.

الصحافة سلاحه في النضال.¹

إزدواجية توزيع الصحف

لقد شهدت الصحافة إشكالية خاصة على مستوى التوزيع، و لقد بقيت الجزائر رهينة الوضع الذي ورثته من الاستعمار سنين عديدة، و لم تبدأ تتخلص من هذه الوضعية إلا في السنوات القليلة الأخيرة، و معنى هذا أنها لازالت تحت تأثير هذا الوضع، و لقد امتدت هيمنة الصحافة الأجنبية و خاصة الفرنسية منها و كانت هذه الصحافة توزع بإسهاب من طرف شركة "هاشيت" الفرنسية و كان هذا التوزيع بدون رقابة حتى سنة 1966 و كانت الصحافة الأجنبية مزاحما كبيرا للصحافة الوطنية المكتوبة، و نظرا للقانون الموجود كانت السلطات تستطيع أن تتخذ قرارات بمنع صحيفة أو أخرى اعتمادا على اتهامات معينة، و أول ما فعلت كان في 1962 من طرف اللجنة التنفيذية المؤقتة التي منعت بقرار المؤرخ بـ 10 جويلية 1964 طبع و بيع و توزيع بعض الصحف الفرنسية.

L'aurore, Aux écoutes, Le parisien, Le matin français carrefour, Aspect de la France, Rivarol, Nouveaux jours journal.

كما أن الحكومة الجزائرية منعت توزيع أسبوعيتين : Paris match-L'express سنة 1963 و أخذت تحجز أعداد معينة من الجرائد الأخرى مثل Le Monde, France Soir و في سنة 1967 و خصوصا إثر عدوان إسرائيل على البلدان العربية حجز توزيع عدد كبير من الجرائد الفرنسية و قامت وزارة الإعلام باتخاذ تدابير ضد استيراد ما يفوق عن مائة صحيفة بين يومية و أسبوعية و مجلات ثقافية أو سياسية و مختصة.² و استطاعت الحكومة الجزائرية بهذا أن تفرض هيمنتها على الصحافة الأجنبية و التخفيف من تأثيرها و إن تحقق هدفين :

- 1- تصفية الصحافة الأجنبية و التخفيف من تأثيرها.
- 2- إضعاف منافس قوي للصحافة الوطنية و تقليص ملموس من تصدير العملة الصعبة و قد أمتاز الوضع بازدواجية التوزيع، توزيع الصحافة الوطنية و توزيع الصحافة الأجنبية هذا من جهة، و من جهة أخرى، توجد ظاهرة جديدة و هي إنشاء الشركة الوطنية للنشر و التوزيع على أنقاض شركة "هاشيت" و شركة المواصلات.

1- المرجع السابق. ص 31 - 33.

2- رهبر أهدادن : مرجع سابق، ص 98.

أما ازدواجية التوزيع فإنها جعلت توزيع الصحافة الوطنية مهمة ثانوية بالنسبة لتوزيع الصحافة الأجنبية، ففي سنة 1972 كان عدد الصحف و الدوريات الأجنبية الموزعة في الجزائر يبلغ حوالي 291 توزيع على 433.384 نسخة، في حين كان عدد الصحف و المجلات الجزائرية يبلغ حوالي 65 توزع على 250.000 نسخة تقريبا.

هذا التفاوت جعل الشركة الوطنية للنشر و التوزيع تتمسك بتوزيع الصحافة الأجنبية و تعتبرها كمورد أساسي لها ، يغطي العجز الذي يسببه لها توزيع الصحافة الوطنية للنشر و التوزيع تتمسك بتوزيع الصحافة الوطنية و أخذت لا تعير أي اهتمام بتوسيع شبكتها في التراب الوطني، بحيث أن الصحافة الوطنية لم تكن توزع إلا في البلديات التي توزع فيها الصحافة الأجنبية، فمن بين 677 بلدية موجودة في الجزائر لم يكن إلا 280 منها تصل إليها الصحافة الوطنية يعني 60 % من البلديات الجزائرية لا تقرأ الصحافة الوطنية.

زد على هذا أن البلديات التي توزع فيها الصحافة الوطنية تعرف مزاحمة الصحافة الأجنبية و هذا كان من شأنه أن يجعل الصحافة الوطنية تعيش في أزمة مزمنة مجهولة في بلدها و لا يخفى أن هذا الوضع خطير بالنسبة للسياسة الوطنية و للتوعية التي كان ينبغي أن تقوم بها الصحافة الوطنية. و قد شعرت السلطات الوزارية بهذه الخطورة في السنوات الأخيرة من السبعينات و أخذت تضغط على الشركة الوطنية للنشر و التوزيع. لكي لا تنظر إلى عملية توزيع الصحافة إلا من الناحية المالية و أن تراعي فيها الجانب السياسي و أخذت تفرض عليها أن توسع شبكتها للتوزيع من جهة، و أن تقلص من كمية الصحافة الأجنبية الموزعة و طبقت هذه السياسة ابتداء من سنة 1976. ففي هذه السنة أصبح عدد البلديات التي توزع فيها الصحافة الوطنية 578 من جملة 677 يعني أصبحت السنة عكس ما كانت عليه من قبل و صارت 85 % من البلديات تقرأ فيها الصحافة الوطنية، كما أنه بدأ التقليص من توزيع الصحافة الأجنبية، فأصبح عدد النسخ الموزعة لا يتجاوز 324.000 في حين أن الصحافة الوطنية أصبحت توزع حوالي 450.000 نسخة في سنة 1978، و قد بلغ هذا الرقم حوالي المليون سنة 1985. و رغم هذا التميز فإن الصحافة الأجنبية مازالت تحضا ببعض المميزات، زد على هذا فإن الشركة الوطنية لتوزيع الصحافة لاتزال ترى في الصحافة الأجنبية موردا ماليا هاما نظرا للأسعار المرتفعة التي تباع بها.¹

1- المرجع السابق، ص 101.

فبالرغم من التحسينات التي ضرت على التوزيع، فإن الخطر مازال لم يختفي أمام الصحافة الوطنية و هذا راجع إلى أن الصحافة الأجنبية تفرض أنواعا مختلفة تتعلق بجميع النشاطات الحيوية و مستواها يفوق مستوى الصحافة الوطنية.¹

ثانيا : الوضع الراهن للصحف العربية و الأجنبية بالجزائر.

لقد شهدت السوق الجزائرية فيما يتعلق بالصحافة الفرنسية احتلالها المرتبة الثالثة بعد بلجيكا و سويسرا، و كانت المعاهد و الإدارات و المؤسسات العمومية، تتلقى يوميا أعداد من الصحف العربية و الأجنبية و من بينها الفرنسية، إلا أن الوضع تغير بعد سنة 1986، تقلصت أعداد الصحف اليومية، و بعد غياب دام عشر سنوات عادت الصحف العربية و الأجنبية إلى الأكشاك بداية من سنة 1999 و على وجه الخصوص الصحف الفرنسية، و بقي الأمر مقتصرًا على المدن الكبرى، التي قام وزير الاتصال "عبد العزيز رحباني" بإعطاء الضوء الأخضر و التوقيع على استيراد الصحف و كانت الانطلاقة الأولى باستيراد المجلات منها : *Nous Deux, Femme, Paris Match, Jeune Afrique, Gala Actuelle,* و بعد عدة أشهر كانت اليوميات الفرنسية محمولة من طرف "الأخبار الجديدة" للصحافة الفرنسية (N.M.PP) و كانت الأعداد مرتبة كالتالي : بـ 3000 نسخة لجريدة "Le Monde" و 2000 نسخة "Le Figaro"، و حوالي 1500 نسخة "France Soire" و قد كانت هذه الصحف تباع بـ 35 دج و "L'équipe" و اليومية البريطانية "Herald" بـ 40 دج و كذا من بين الصحف العربية نجد جريدة "الأهرام" بـ 30 دج و "Cuisine Madame Figaro" بـ 250 دج و تكون المبيعات جيدة في حالة ما إذا قامت الصحافة العربية و الأجنبية بتغطية للأحداث بالجزائر.

و في سنة 2002، و بعد مرور ثلاث سنوات من عودة الصحف الأجنبية. حققت نجاحا في استعادة مكانتها في أكشاك المدن الكبرى و ينتظر في المرحلة القادمة بأنه سيتم الطبع في الجزائر و التي تسمح بتخفيض الأسعار.²

(1) المرجع السابق ص 98-102.

Mohamed Rabah : La presse algérienne ; journal d'un défi, Chihab Edition (2
2002 ; p 196-197.

خاتمة :

لعبت الصحافة الفرنسية والمشرقية التي عبرت الحدود الجزائرية أثناء الفترة الاستعمارية دورا فعالا في التأثير على الرأي العام الجزائري، وباتت حافزا له في بلورت الرأي العام الوطني و جعل من هذا الفن سلاحه في النضال وإنشاء الصحف للدفاع عن مصالح الجزائريين و المطالبة بحقوقهم لنيل الحرية . كما شهدت الصحافة الإعلامية عقب نيل الاستقلال ازدواجية توزيع الصحف الوطنية والفرنسية، إلا أن السلطات الجزائرية استطاعت فرض هيمنتها على الصحافة الفرنسية والتخفيف من تأثيرها.

ولكن مع التقدم التكنولوجي وظهور الصحف الإلكترونية، عادت هذه الصحف إلى الظهور للساحة الإعلامية وأصبح الفرد بإمكانه الإطلاع على هذه الصحف دون الحصول عليها في الأكشاك ونقاط البيع.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة الميدانية.

1- عرض البيانات و التعليق عليها و تحليلها.

2- نتائج الدراسة.

3- الخاتمة.

4- الملاحق.

جامعة الجزائر
إيل القادر للعلوم الإسلامية

يتضمن هذا الفصل الرابع الذي بين أيدينا الإطار التطبيقي للبحث و الذي شمل عرض للبيانات حيث تم تفرغها و التعليق عليها و تحليلها ثم تفسيرها، كما قمنا بالخروج بنتائج عامة للدراسة، كما يشتمل هذا الفصل الخاتمة و قائمة المراجع و الملاحق.

الجدول رقم 01 : توزيع عينة الدراسة حسب النوع.

النسبة	عدد التكرارات	الجنس
56%	84	ذكر
44%	66	أنثى
100%	150	المجموع



يتضح من خلال الجدول رقم (01) الذي يمثل علاقة القراءة بمتغير الجنس، حيث يمكن القول أن الجنس الذكري كقراء يغلب على الجنس الأنثوي، فقد بلغ عدد الذكور 84 أستاذًا بنسبة 56% من الحجم الإجمالي لعينة الدراسة في حين بلغ عدد الإناث 66 أستاذة بنسبة 44% من مجموع أفراد العينة.

و عليه يمكن القول أن نسبة الذكور و الإناث متقاربة نوعًا ما و يرجع في الغالب الحضور القوي للعنصر الأنثوي في مجال التعليم خاصة الأساتذة الجامعيين، حيث يعتبر هذا المجال ملاذًا لمن

و يستهوي الإناث أكثر من الذكور، و في الوقت الراهن يلاحظ اقتحام العنصر الأنثوي هذا المجال بشكل واسع.

هذا الأخير ما جعل إقبال الإناث على اختلاف المهن يكون بشكل محسوس و في جميع المجالات و هذا الإقبال على التعليم أمر عادي و طبيعي خاصة و أن عنصر الإناث يملن أكثر إلى التعليم .

الجدول رقم 02 : توزيع عينات البحث حسب الشهادات الجامعية.

الجنس	الشهادات الجامعية	
	ماجستير	دكتوراه
ذكور	التكرار	66
	النسب	% 44
إناث	التكرار	42
	النسب	% 28
المجموع	42	108

يتضح من خلال الجدول 02 و الذي يصنف أفراد العينة حسب الشهادات الجامعية المتحصل عليها، حيث تبين أن الحاصلين على شهادة الدكتوراه من أفراد العينة هي أعلى نسبة قدرت بـ 44 % لدى الذكور و 28 % لدى الإناث، في حين قدرت نسبة المتحصلين على شهادة الماجستير بـ 12 % لدى الذكور و الإناث بنسبة 16 %.

و يمكن القول أن عينة الدراسة جمعت بين المتحصلين على شهادات الماجستير و الدكتوراه كون عينة البحث تضم أساتذة جامعيين بكلية الآداب و العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجميع أقسامها هؤلاء الذين سجلت فيهم نسبة المتحصلين على شهادة الدكتوراه سواء كانوا ذكورا أو إناثا بنسب عالية.

الجدول رقم 03 : الأقبال على قراءة الصحف لدى العينة المبحوثة.

لا		نعم		الخيارات	
				الجنس	
النسب	التكرار	النسب	التكرار	ذكر	
0%	0	56%	84		
0	0	44%	66	أنثى	
0%	0	100%	150	المجموع	

يمثل نسبة القراءة لدى أفراد العينة إذ نجد أن 56% من أفراد العينة جنس ذكور يميلون إلى قراءة الصحف في حين نجد نسبة منعدمة لا تمثل إلى عدم قراءة الصحف، كما نجد نسبة متقاربة لدى فئة الإناث بنسبة 44% وهذا ما يؤكد أن أفراد العينة المدروسة يميلون إلى قراءة الصحف وتصفحها، وهذا طبيعي باعتبارهم من الطبقة المتعلمة المثقفة، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن الصحافة تعد مصدر أساسي للمعلومات والأخبار بالنسبة لأفراد العينة خاصة وأنهم يميلون إليها حسب طبيعة عملهم الذي يقتضي ذلك و كما جاء في الدراسات السابقة لكل من صالح أبو أصعب و توفيق يعقوب في دراستهما حول قراءة الصحف في دولة الإمارات العربية المتحدة والتي أكدت هذه الدراسة أن الصحيفة هي الوسيلة المفضلة لمتابعة الأخبار لدى 59.5% من أفراد العينة تليها التلفزيون و وسائل الإعلام الأخرى¹.

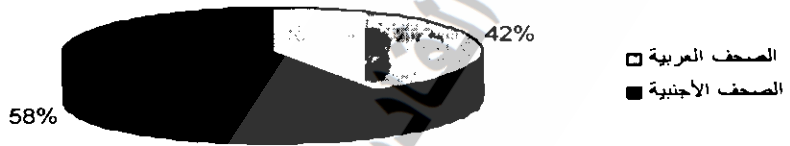
و هذه النتيجة تؤكد ما قاله "مور بورجو" لقد سمعت أن القراءة قضت نجحها خمس مرات المرة الأولى عند الفلم الصامت، ثم جاءت أصوات هوليوود الصاخبة و ظن الناس أنها حطمت كل أمل في مستقبل القراءة، و في نفس الفترة التي ظهر فيها الفلم الناطق إرتفع صوت الإذاعة ليدخل التسلية و الترفيه و الثقافة إلى كل بيت و كان الظن تقويض كل فرصة للقراءة و الرغبة فيها، ثم جاء منذ فترة وجيزة جدا أقوى بديلين عن الطباعة و هما التلفزيون و الإعلام الآلي و مع ذلك فإن القراءة ارتفعت و مازلت حية.²

1- عاطف عدني نعد : الإتصال و الرأي العام. مرجع سابق، ص. 183.

2- بصير بوعني : التمرنون نعضائي و أثره على الشباب الجزائري. مرجع سابق، ص. 215.

الجدول رقم 04 : يمثل أفضلية قراءة الصحف (الصحف العربية و الأجنبية).

النسب	التكرار	الصحف المفضلة
42 %	63	الصحف العربية
58 %	87	الصحف الأجنبية
100 %	150	المجموع

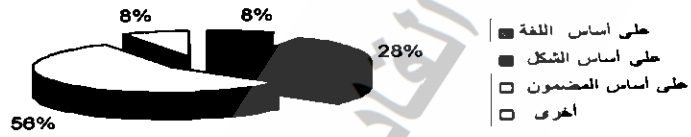


يتضح من خلال الجدول رقم (04) أفضلية قراءة الصحف العربية و الأجنبية حيث قدرت بـ 58 % من أفراد العينة يقرؤون الصحف الأجنبية بينما تصل نسبة الذين يفضلون قراءة الصحف العربية نسبة 42 %.

وما يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذين يقرؤون الصحف الأجنبية تفوق بكثير نسبة الذين يقرؤون العربية، و يرجع ذلك إلى عدة أسباب يمكن معرفتها من خلال الجدول الموالي رقم 05 و التي تتلخص في تنوع مواضيعها و أخبارها و الإطلاع على أخبار العالم الخارجي كما أرجعو سبب إقبالهم عليها إلى احترافيتها و لعل ذلك يكمن أيضا وراء شهرة الصحف و مكائنها وسط الصحف المختلفة.

الجدول رقم 05 : يمثل أسباب تفضيل الصحف.

النسب	التكرار	أساس الإختيار
8 %	12	اللغة
28 %	42	الشكل
56 %	84	المضمون
8 %	12	أخرى
100 %	150	المجموع



يتضح من خلال الجدول رقم 05 أسباب اختيار الصحف العربية و الأجنبية لدى أفراد العينة و الذي اتضح من خلال الجدول السابق أن نسبة الذين يقرؤون الصحف الأجنبية تفوق بكثير نسبة الذين يقرؤون الصحف العربية، و يرجع ذلك حسب الجدول أعلاه على أساس المضمون و التي تقدر بنسبة 56 %، خاصة و أن المعلومات تم عينة البحث و قدرت بنسبة 28 % على أساس الشكل و كان الاختيار على أساس اللغة بنسبة 8 % و كذا سجلت نسبة 8 % كون الصحف الأجنبية تعالج القضايا الجوهرية و قد برر أفراد العينة الأفضلية كون الصحافة الأجنبية تلتزم بالموضوعية و الحيادية في نقل الخبر الصحفي، و كذا التعمق في دراسة و طرح القضايا، إضافة إلى التحليل المنطقي.

الجدول رقم 06 : يمثل الصحف العربية و الأجنبية المعروفة لدى العينة المدروسة.

النسب	التكرار	الصحف المعروفة
20 %	33	le monde
14 %	24	الأهرام
12 %	18	le figaro
10 %	15	عكاظ
8 %	12	الشرق الأوسط
8 %	12	القبس
6 %	09	new york times
6 %	09	النبا
3 %	06	washington post
3 %	06	الحياة اللبنانية
2 %	03	الجمهورية
2 %	03	القادسية
2 %	03	القدس الدولي
2 %	03	le monde diplomatique
100 %	150	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل أهم الصحف العربية و الأجنبية المعروفة لدى أفراد العينة و الذي نلاحظ من خلاله أن 20 % من أفراد العينة يعرفون الصحيفة الفرنسية Le Monde ، و كذا نسبة 14 % من أفراد العينة هم على علم بالصحيفة المصرية الأهرام و يمكن تفسير ذلك، باعتبار أن هذه الصحف لها مكانة دوليا و ما تتمتع بها من شهرة في الساحة الإعلامية.

أما صحيفة Le Figaro الفرنسية فنسبة 10 % و كذا صحيفتي الشرق الأوسط و القبس نسبة 08 % ثم تأتي كل من صحيفة New York Times و النبا بنسبة 06 % و احتلت Washington Post و الحياة اللبنانية بنسبة 4 % و أخيرا الجمهورية و القادسية و القدس الدولي و Le Monde Diplomatique بنسبة 02 % . كما نلاحظ أيضا أن نسبة الذين

يعرفون صحيفة Le Monde كبيرة مقارنة بـ Le Figaro أو الأهرام و ذلك حيث صدر أول عدد لها في 18 ديسمبر عام 1944 كما أن صحيفة Le Figaro تعتبر من الصحف الرائدة فمنذ ظهورها عام 1854 كصحيفة أسبوعية لتصبح عام 1866 صحيفة يومية، و ماتزال تحتل الريادة اليوم وسط الصحف الكبرى.

الجدول رقم 07 : يمثل ترتيب الصحف حسب الأولوية لدى العينة المبحوث

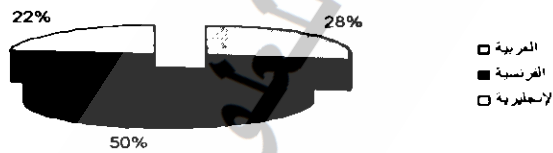
الترتيب	النسب	التكرار	الصحف المعروفة
1	% 18	27	le monde
2	%16	24	le figaro
3	% 12	18	الأهرام
4	% 10	15	الشرق الأوسط
5	% 8	12	washington post
6	% 8	12	new york times
7	% 6	09	عكاظ
8	%6	09	le monde diplomatique
9	%4	06	الحياة اللبنانية
10	% 4	06	الجمهورية
11	% 2	03	القبس
12	% 2	03	النبا
13	% 2	03	القادسية
14	% 2	03	القدس الدولي
	%100	150	المجموع

يوضح الجدول 07 ترتيب الصحف حسب الأولوية لدى أفراد العينة و الذي نلاحظ من خلاله إحتلال صحيفة Le Monde المرتبة الأولى بنسبة 18% لما تتمتع به هذه الصحيفة من مكانة و شهرة واسعة و تأتي صحيفة Le Figaro في المرتبة الثانية بنسبة 16% و إحتلت المرتبة الثالثة الأهرام بنسبة 12% و المرتبة الرابعة الشرق الأوسط بنسبة 10% و صحيفة Washington Post و New york Times بنسبة 8% إحتلت المرتبة الخامسة و ثم تأتي كل من عكاظ و Le Monde diplomatique بنسبة 6% في المرتبة السادسة و في المرتبة السابعة نحد كل من

صحيفتي الحياة اللبنانية و الجمهورية بنسبة 4 % و أخيرا كل من القبس و النبأ و القادسية و القدس الدولي في المرتبة الثامنة بنسبة 2 % و بالتالي فإن قراء الصحف الأجنبية أكثر من قراء الصحف العربية، و يعود سبب احتلال الصحف الفرنسية le monde et le figaro المراتب الأولى نظرا لما تتمتع به من شهرة في الساحة الإعلامية الدولية و كذا تواجدها في نقاط البيع بالجزائر منذ سنوات عديدة.

الجدول رقم 08 : اللغة التي تقرأ بها الصحف لدى العينة المبحوثة.

النسب	التكرار	لغة القراءة التكرار
28 %	42	العربية
50 %	75	الفرنسية
22 %	33	الإنجليزية
100 %	150	المجموع



يبين الجدول رقم (08) اللغة التي تفضلها العينة للقراءة، حيث نلاحظ أن 50 % منها تفضل القراءة باللغة الفرنسية، بينما نجد أن نسبة 28 % من عينة البحث تفضل القراءة باللغة العربية، في حين أن نسبة 22 % فقط من العينة تفضل اللغة الإنجليزية و يرجع سبب تفضيل اللغة الفرنسية لتمكن أفراد العينة من إتقان اللغة الفرنسية و يرجع ذلك لتكوينهم الذي قدرت نسبته بـ 50 % من الجدول 06 و كذا حب تعليم اللغات من أفراد العينة حسب نفس الجدول، أين قدرت النسبة بـ 26%. ونحن نعتقد أن اللغة الفرنسية لا تشكل عائقا في عملية نقل الرسالة الإعلامية والثقافية

في المجتمع الجزائري بعكس اللغات الأخرى بالإضافة إلى العامل التاريخي و الإرث الاستعماري و امتداده ولهذا يتضح لنا أن القارئ يميل أكثر إلى الصحف الفرنسية مقارنة بميله إلى اللغات الأخرى والتي لم تحض إلا بنسب قليلة وذلك حسب ما جاء في كتاب الدكتور نصير بوعلي تحت عنوان "التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر"¹.

الجدول رقم (09) أسباب تفضيل لغات القراءة لدى العينة المدروسة.

النسب	التكرار	أسباب التفضيل
50 %	75	التكوين
26 %	39	حب تعلم اللغات
24 %	36	المحيط
100 %	150	المجموع



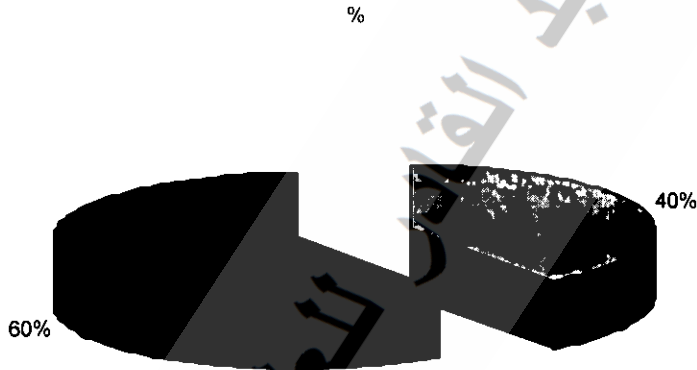
يبين الجدول رقم (09) الأسباب التي تدفع لاختيار اللغة التي يفضل أفراد العينة قراءة الصحف، إذ نلاحظ أن نسبة 50 % من أفراد العينة يرجعون أسباب اختيار اللغة إلى التكوين، فيما تقدر نسبة 26 % أرجعوا ذلك أيضا إلى حب تعلم اللغات كما أرجع القراء سبب اختيار اللغة إلى المحيط الذي ينتمون إليه بنسبة 24 % ، خاصة إذ أخذنا في الحسبان أن أفراد العينة هم طبقة

1 - نصير بوعلي: مرجع سابق ، ص 168.

متقفة و ذات مستوى تعليم عالي من أساتذة جامعيين و هم يفضلون اللغات حسب تخصصاتهم و تكوينهم الأكاديمي.

جدول رقم 10 : مدى قراءة الصحف بانتظام لدى العينة المدروسة.

المتغير	التكرارات	%
نعم	60	40%
لا	90	60%
المجموع	150	100%



يبين الجدول رقم 10 مدى قراءة الصحف بانتظام لدى أفراد العينة إذ بينت الدراسة أن نسبة 60% من الأفراد لا يوظبون على قراءة الصحف في حين قدرت نسبة 40% من أفراد العينة يوظبون على قراءة الصحف بانتظام و قد أرجع القراء سبب عدم الإنتظام في قراءة الصحف إلى عوامل عديدة.

الجدول رقم 11 : أسباب عدم الانتظام في قراءة الصحف :

النسب	التكرار	سبب عدم الانتظام في القراءة
16 %	24	ضيق الوقت
10 %	15	ضعف القدرة الشرائية
20 %	30	صعوبة الحصول عليها
14 %	21	أخرى تذكر
60 %	90	المجموع

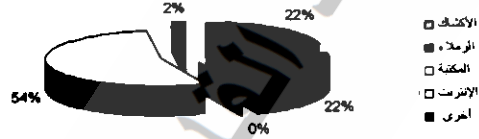
يبين الجدول رقم (11) أسباب عدم الانتظام في قراءة الصحف لدى أفراد العينة و أسباب ذلك حيث قدرت نسبة 90 % لا يواظبون على قراءتها و قد أرجع القراء سبب عدم انتظامهم في قراءة الصحف إلى عوامل أساسية و هي صعوبة الحصول عليها بنسبة 20 % و ضيق الوقت 16 % و ضعف القدرة الشرائية بنسبة 10 % فيما أرجع بقية أفراد العينة أن لديهم صعوبة في التوفيق بين مطالعة الصحف و الإهتمام بميدان التخصص بالجامعة فيما يفضل البعض الحصول على معلوماهم من وسائل إعلامية أخرى كالتلفزيون و الإنترنت.

فظهر التلفزيون قلص من حجم القراءة للصحف يقول "هاملت واغتر" أحد رواد المدرسة الظواهرية في علم الاجتماع أن الحظ ساعده على مطالعة النصوص المكتوبة أثناء الصغر، ذلك أن عائلته لم تكن تمتلك جهاز تلفزيون و هو يأسف على وان جيل أحفاده فقد الكثير من عوائد القراءة و أصبح جد مرتبط بالإعلام السمعي البصري.¹

و يبقى سبب صعوبة الحصول على هذه الصحف من الأكشاك من أهم الأسباب التي تعرقل قراءة الصحف العربية و الأجنبية لدى القراء و عدم انتظام توزيعها.

الجدول رقم (12) : خاص بكيفية الحصول على الصحيفة لدى العينة المبحوثة.

طريقة الحصول على الصحف	التكرار	النسب
الأكشاك	33	22%
الزملاء	33	22%
المكتبة	0	0%
الإنترنت	81	54%
أخرى تذكر	3	2%
المجموع	150	100%



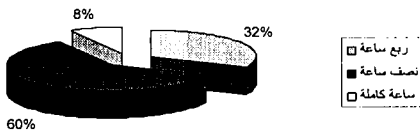
يبين الجدول رقم (12) كيفية حصول أفراد العينة على الصحيفة و يتضح من الجدول أن نسبة 54% من أفراد العينة يحصلون على الصحف عن طريق مواقع شبكة الإنترنت، و يعزى ذلك الأمر إلى أن القارئ أو المستخدم لديه الخيار المطلق في التحول بين الصفحات و العناوين و الموضوعات بما يلي حاجاته، بالتتابع الذي يراه في علاقته بوقت و مكان و بيئة الاستخدام خاصة و أن وظائف الاتصال الرقمي تتميز بالفورية و التفاعلية و العالمية.¹

كما يحصل 22% عن طريق الشراء و الزملاء و هما نسبتان متقاربتان، كما نلاحظ كذلك من خلال الجدول أن 14% يحصلون على الصحف عن طريق الأكشاك و هي نسبة ضئيلة جداً، فيما يفضل البعض الحصول عليها من الأصدقاء و الأقارب و يمكن إرجاع ذلك إلى عدم انتظامهم في القراءة، مما يجعلهم يحصلون على الصحف بطريقة عشوائية من الأصدقاء، و نلاحظ

1- محمد عبد الحميد : نظرات الإعلام. مرجع سابق، ص 134.

كذلك من خلال الجدول أن النسبة تنعدم عن طريق المكتبات و هذا راجع لكون أفراد العينة لا يفضلون القراءة بالمكتبة خاصة أن المقروئية في الجزائر تشهد تراجعاً كبيراً، هذا الأخير الذي يطلق عليه الطريق السريع و تجدر الإشارة في هذا الصدد عن تأثير الإنترنت على الصحافة المكتوبة الورقية هو ذلك التغيير الذي طرأ على العمل الصحفي بصفة عامة و لم يعد الاهتمام منصبا فقط على إصدار الصحف و توزيعها بل امتد إلى الشكل فالإنترنت كشفت عن تحديات جديدة للصحافة المكتوبة و من المتوقع أن تقودها نحو ثورة عميقة في تطبيقات الصحافة في مختلف مراحل العملية و خاصة في مجال العرض و الإخراج كما جاء في كتاب "قضايا الإعلام في زمن العولمة" للدكتور محمد شطاح¹

الجدول رقم (13) : مدة قراءة الجريدة لدى العينة المبحوثة.



النسبة	التكرار	مدة قراءة الصحيفة
32%	48	ربع ساعة
60%	90	نصف ساعة
8%	12	ساعة كاملة
100%	150	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13) الذي يوضح مدة قراءة الصحف لدى أفراد العينة و يتضح من خلال الجدول أن نسبة 60% و هي الغالبة يقرؤون الصحف في فترة نصف ساعة و هذا يعني أن نصف أفراد العينة تقرأ الصحف في أقل من ساعة و هذا راجع إلى أسباب عديدة منها ضيق الوقت، و حسب ما ورد في الجدول أيضا فإن 32% من العينة لا تتجاوز مدة قراءتهم للصحيفة 5 د و هي قراءة إنتقائية و سريعة تعتمد على تصفح أهم ما في الصحيفة في حين نلاحظ أن 2% من العينة تفوق مدة قراءتهم للصحف ساعة فأكثر، و ربما يرجع ذلك امتلاكهم الوقت الكافي للقراءة و بالتالي إمكانية قراءتهم للمحتوى كله الذي يتطلب وقتا يفوق الساعة، كما يعبر عن قراءة دقيقة و مركزة و ذلك حسب طبيعة العمل، و يشير أيضا وقت القراءة إلى التباين في الاستخدام الذي يعكس تباينا في الاهتمام والتفضيل أو تباينا في الدوافع.

1- محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة، مرجع سابق، ص 119.

كما يرتبط بوقت القراءة أو يتأثر به كمية الوقت المخصص للقراءة و التي يمكن تصنيفها في فئات تتفق حدودها الدنيا و العليا مع الحدود السائدة في المجتمع و التي تتأثر بساعات العمل و نظام توزيعها و كمية وقت الفراغ المتيسر و أنماط استغلال هذا الوقت، التي تختلف من مجتمع إلى آخر بتأثيرات الظروف الاقتصادية و الاجتماعية السائدة. حسب ما جاء في كتاب بحوث الصحافة في كتاب الدكتور محمد عبد الحميد "أنماط و عادات قراءة الصحف" ¹

كما ذكر "ويلبار شرام" أن متوسط الوقت الذي يخصصه المشاهد لتابعة التلفزيون يقتطع عادة من الزمن المخصص لكل وسائل التثقيف الأخرى، و نتيجة لهذا التعديل ينخفض الزمن المخصص لثلاث وسائل هامة هي السينما و سماع الراديو و القراءة. ²

كما يؤكد الدكتور روبرت م بير مدير مدرسة القراءة بكلية دار ثموت: "إن فن القراءة اليوم هو من أعظم الفنون نصيبا من الإهمال الشديد"، فإن علينا أن نلتهم قدرا هائلا من الأفكار المطبوعة، إن شأننا أن نظل على علم بما يجري في الدنيا، و لكن ضغط الأعمال لا يكاد يتيح لنا وقتا كافيا للقراءة، فالحل الظاهر إذن هو أن نقتصد في الوقت، و ذلك أن أكثرنا يبدد من الوقت الذي يقضيه في القراءة ما بين ثلثه إلى نصفه. ³

الجدول رقم (14) : فترة قراءة الصحف لدى العينة المبحوثة.

النسب	التكرار	الفترة القراءة
40 %	60	الصباح
8 %	12	الظهر
22 %	33	المساء
30 %	45	قبل النوم
100 %	150	المجموع

1- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص 240.

2- نصير بوعلوي : مرجع سابق، ص 213.

3- عبد العزيز شرف : المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب اللبناني-بيروت، الطبعة الثانية 1989، ص 348.

يمثل الجدول الآتي الأوقات التي يقرأ فيها جمهور الدراسة الصحف إذ نلاحظ أن 40 % من أفراد العينة تفضل القراءة في الصباح و هذا شيء منطقي ذلك أن الصحف تتواجد في الأكشاك في الصباح.

كما نلاحظ أن 22 % يفضلون القراءة في المساء، و أن 30 % قبل النوم و هذا راجع إلى كون فترة ما قبل النوم فترة راحة و هدوء تخلق جوا مناسباً للقراءة، و حسب ما ورد في الجدول كذلك فإن نسبة 22 % من أفراد العينة تفضل القراءة في المساء نظراً لقضائهم معظم الوقت في العمل بالإضافة إلى وجود إنشغالات أخرى تمهمهم و بالتالي فهم يقرؤون كما توفر لديهم الوقت و أخيراً نجد أن نسبة 8 % من أفراد العينة يقرؤون الصحف في وقت الظهر.

و يمكن القول أن معدل قراءة الصحف يرتفع صباحاً و كذا أثناء فترات الراحة و المساء و تنخفض النسبة أثناء العمل و كذا في الليل و باقي الأوقات الأخرى و يرجع قراء جمهور الدراسة للصحف أثناء فترات الراحة و كذا الصباح و المساء إلى توفر وقت يسمح للأفراد بالإطلاع على الجريدة دون وجود أي عائق يحول دون قراءتها أما انخفاض قراءتها في الفترات الأخرى يرجع إلى عدم وجود وقت يسمح بذلك لذلك فقراءة الصحف تكون أثناء أوقات الراحة و هذا ما لاحظته "جون ستوتزل" الذي يعتبر أن قراءة الصحيفة يكون غالباً في وقت الراحة و الذين لا يقرؤونها يقولون في الغالب (ليس لنا الوقت الكافي لذلك)، خاصة و أن القراءة تتطلب جهداً خاصاً كما يقول المفكر الإيطالي "أمبر توا يكو": "النص المكتوب آلة كسولة تتطلب من القارئ جهداً كبيراً و تعاوناً متواصلاً لملء الفراغات و جلب التذكارات الموجودة في النص".¹

الجدول رقم 15 : مكان قراءة الصحف.

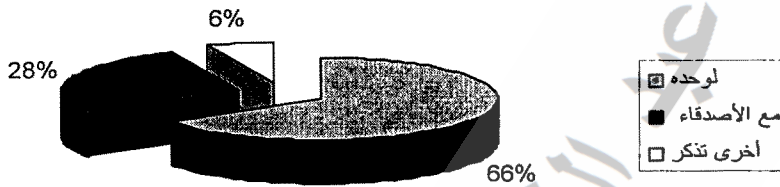
مجموع	في أي مكان	في الحافلة	في المقهى	في البيت	في العمل	مكان القراءة	
						التكرار	النسب
84	03	09	12	27	33	التكرار	ذكر
%56	%02	%06	%08	%18	%22	النسب	
66	0	06	0	42	18	التكرار	أنثى
%44	%0	%4	%0	%28	%12	النسب	

يوضح الجدول المكان الذي يقرأ فيه جمهور الدراسة الصحف على إعتبار أن عامل المكان يلعب دورا في قراءة الصحيفة و ما يمكن أن نلاحظه من خلال هذا الجدول أن المكان الذي ترتفع فيه نسبة المقرئية في البيت. تمثل نسبة 28 % في حين نجد 12% في مكان العمل، و 4 % في الحافلة أثناء السفر و هذا بغرض تمضية الوقت طيلة مدة السفر، في حين تنعدم في المقهى و في أي مكان آخر، في حين ترتفع نسبة المقرئية لدر الرجال في المقهى بنسبة 8 % و تنعدم عند العنصر النسوي و بنسبة 6 % في الحافلة و أثناء السفر و هذا الأخير بغرض تمضية الوقت طيلة مدة السفر، في حين تنعدم في أي مكان آخر و تؤدي ارتفاع نسبة القراءة في العمل إلى الانعكاس السلبي عليه من حيث المردودية و عدم القيام بأعماله على أكمل وجه و اتخاذ الصحيفة وسيلة للهروب من القيام بوظائفه.

و لذلك يمكن القول بأن الإناث أكثر قراءة في البيت على حساب الذكور، أما الأماكن الأخرى فإن الذكور أكثر قراءة للصحف من الإناث خاصة في المقهى أو الحافلة، و ربما يرجع نسبة قراءة الصحف لدى الإناث في البيت إلى المكان المناسب لقراءتهن للصحف و مرد ذلك إلى القيم الثقافية، كما يرجع الارتفاع في البيت لدى الإناث على حساب الذكور إلى عدم تواجد الذكور لفترة طويلة في البيت على عكس الإناث.

الجدول رقم 16 : مع من تفضل القراءة العينة المبحوثة.

ظروف قراءة الصحف	التكرار	النسب
لوحده	99	66 %
مع الأصدقاء	42	28 %
أخرى تذكر	09	06 %
المجموع	150	100 %



يبين لنا الجدول رقم 16 مع من تفضل العينة القراءة، نجد أن 66 % من أفراد العينة يفضلون القراءة بمفردهم و هذا راجع و مرتبط بوقت قراءة الصحيفة الذي عادة ما يكون ليلا، وذلك راجع أساسا لتفضيل فردية القراءة والرغبة في الإنفراد ، فيما نجد نسبة 28 % يفضلون القراءة مع الأصدقاء، كما نجد نسبة 6 % يفضلون قراءة الصحيفة مع الزملاء في العمل لتبادل الآراء و إحياء النقاش حسب طبيعة العمل، و هذا لما توفره الصحف من مادة للحوار فالقراء لا يقتصرون على معرفة ما حدث و عندئذ ينقلونه إلى المتصلين بهم، فحسب و إنما يستطيعون أن يجدوا في الصحيفة آراء و تفسيرات يستخدمونها في المناقشات عن الشؤون العامة و من الواضح أن فائدة الصحيفة في هذا الصدد تعين على رفع مكانة القارئ بين زملائه، و لا يرجع ذلك إلى مضمون الصحيفة على أنه جيد في حد ذاته لكن على الأرجح لتحقيق أمر ما.

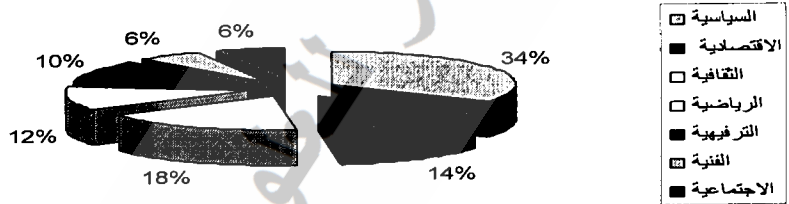
الجدول رقم 17 : مدى الاحتفاظ بالصحيفة و سبب ذلك.

أسباب الاحتفاظ بالصحف	التكرار	النسب
للإطلاع عليها	48	32%
الرغبة في الاحتفاظ بها	6	4%
لاستخدام موضوعاتها	72	48%
المجموع	129	84%

يوضح الجدول مدى الاحتفاظ بالصحيفة لدى أفراد العينة. نجد أن 84 % من أفراد العينة يحتفظون بالصحف فيما نسبة 16 % لا يحتفظون بها و يرجعون أسباب ذلك لاستخدام موضوعاتها عند الحاجة بنسبة 48 % و ذلك للرجوع إليها في أي وقت كما نجد نسبة 32 % يفضلون الاحتفاظ بها للإطلاع عليها في وقت الفراغ و التعمق في قراءتها فيما نجد 4 % من أفراد العينة يحتفظون بها للرغبة في ذلك فقط، يؤكد الدكتور صالح أبو إصبع في الاتصال الجماهيري بأن الوسائل المقروءة كالصحيفة و المجلة تمتاز بإمكانية حفظها إذا أردنا و بإمكانية نقلها بسهولة و أنها توفر للقارئ فرصة السيطرة على العمليات الانتقالية و السيطرة على عمليات التعرض للرسالة إذ يمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقرأه في الجريدة ثم يرجع ليفتحها ليواصل القراءة في وقت آخر كما أكدت تجارب و دراسات عديدة حول خصائص كل وسيلة من وسائل الإعلام لكل من "لازار سفيلد" و "وابلز" و "بير ليسون" أن المطبوعات الكتاب و الصحيفة لها مميزات هامة تجعلها تتفوق على غيرها من الوسائل الأخرى و أهم هذه المميزات أن القارئ يستطيع أن يسيطر على الوسيلة بالطريقة التي تلائمها فهو يستطيع أن يطلع على الموضوعات التي يرغب في الإطلاع عليها و يراجع ما يريد أن يراجعه بسرعة و في أي وقت يشاء، و هذا ما جاء في كتاب عبد العزيز شرف "المدخل إلى وسائل الإعلام".

الجدول رقم 18: نوع الموضوعات المفضلة لدى أفراد العينة.

الموضوعات المفضلة	التكرار	النسب
السياسية	51	34%
الاقتصادية	21	14%
الثقافية	27	18%
الرياضية	18	12%
الترفيهية	15	10%
الفنية	09	6%
الاجتماعية	09	6%
المجموع	150	100%



يتضح من خلال الجدول رقم 18 و الخاص بمتغير الموضوعات التي تفضل قراءتها نجد 34% يختارون الموضوعات السياسية، و يرجع اهتمام الجمهور بالأخبار السياسية، ذلك لارتباطه بحركية المجتمع الجزائري و التغييرات التي شهدتها في الحياة السياسية من تعدد الأحزاب و غيرها وكذا

التغطية الإخبارية الواسعة ويولي أفراد العينة أهمية معتبرة للأخبار السياسية بحكم الوظيفة. كما نلاحظ أن نسبة 06% يهتمون بالمواضيع الاجتماعية و كذا الفنية في حين 14% من الأفراد يميلون إلى قراءة الأخبار الاقتصادية و هي نسبة قليلة مقارنة بنسبة الأفراد الذين يهتمون بالأخبار السياسية و الاجتماعية، و هذا ما يؤكد المكانة التي تحتلها المواضيع السياسية لدى أوساط هذه العينة، فالاهتمام منصب على مثل هذا النوع من الأخبار كما نجد 12% يفضلون قراءة الأخبار الرياضية و تتضاءل النسبة إذ نجد نسبة 10% يفضلون الأخبار الترفيهية و ذلك بحثا عن الراحة و الترفيه. و يأتي في سلم آخر اهتمامات الجمهور نسبة 6% من أفراد العينة يفضلون الأخبار الفنية التي تخص عالم الفن و السينما و الإطلاع على كل ما هو جديد في عالم الفن فحسب.

الجدول رقم 19 : الهدف من قراءة الصحف لدى العينة المبحوثة.

النسب	التكرار	أهداف القراءة
50%	75	الأخبار
24%	36	المساعدة على تفهم الأحداث
12%	18	التزود بالعلوم
6%	09	التعرف على الشخصيات
4%	06	قضاء وقت الفراغ
2%	03	المساعدة على اتخاذ القرار
2%	03	أخرى تذكر
100%	150	المجموع

يبين الجدول رقم 19 دوافع و أسباب القراءة إذ نجد أن نسبة 50% من أفراد العينة يقرؤون الصحف للحصول على الأخبار حيث أن الوظيفة الأولى و التي نشأت من أجلها الصحافة هي الإعلام و الأخبار كما يقول الدكتور محمد عبد الحميد (نظريات الإعلام)¹، و قد عرف الخبراء الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة التي تساعد على تكوين عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، في حين أن نسبة 24% من القراء

يطالعون الصحف للمساعدة على تفهم الأحداث و 12% للتزود بالمعلومات و 6% للتعرف على الشخصيات و 4% لقضاء وقت الفراغ و 2% للمساعدة على اتخاذ القرار. و منهم من يطالع الصحف بهدف التسلية و التثقيف كما قلنا سابقا فإن عينة البحث أغلبها من الطبقة المثقفة و لهذا تسعى إلى التثقيف هذا الأخير الذي يكون عن طريق الحصول على الأخبار فالصحف تزودهم بالأخبار و المعلومات و الحقائق التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب.

فوظيفة الإعلام أساس كل الوظائف حيث يعتبر الخبر المادة الخام التي يتم من خلالها بناء الشرح و التفسير و التعليق ثم الإرشاد و التوجيه، كما أن وظيفة الترفيه و التسلية التي تساعد الفرد على الهروب من مشكلاته اليومية و تساعده بذلك على الراحة و الاسترخاء بجانب شغل أوقات الفراغ و اكتساب الثقافة الحقيقية و المتعة الجمالية و مساعدته على إطلاق العواطف و المشاعر¹ و هذه الوظيفة لها مكانة ضئيلة عند أفراد العينة.

الجدول رقم 20 : الأشكال الصحفية المفضلة لدى الأفراد.

النسب	التكرار	الأشكال الصحفية المفضلة
42%	63	الأخبار
20%	30	التحقيقات
12%	18	المقالات
10%	15	الإفتاحيات
6%	9	الأعمدة
6%	9	الكاريكاتير
4%	6	الأحاديث الصحفية
100%	150	المجموع

1 - محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 53-58.

يبين الجدول رقم (20) و الذي يمثل الأشكال الصحفية المفضلة لدى القراء أن الأخبار تحتل المرتبة الأولى بنسبة 42 % من أفراد العينة تليها التحقيقات بنسبة 20 % و المقالات بنسبة 12%، و في المرتبة الخامسة الأعمدة و الكاريكاتير بنسبة 6 % و تأتي الأحاديث الصحفية بنسبة 4 % في المرتبة السادسة. و يمكن القول أن من أهم الأشكال الصحفية مقروئية لدى القراء الأخبار القصيرة بالدرجة الأولى، و يرجع ذلك إلى كون أفراد العينة و بنسبة 28 % يفضلون قراءة الصحف في الصباح حسب الجدول 13 و الذي يبين لنا أن أفراد العينة ليس لديهم الوقت الكافي لتصفح الجريدة و كما أنه و حسب الجدول رقم 14 يتضح لنا أيضا أن 34 % من أفراد العينة يقرؤون الصحف في العمل كما أن الأخبار هي المادة الغالب في أغلب الصحف اليومية أيضا أن القارئ الجزائري يميل على قراءة الأخبار أكثر من المقالات و الافتتاحيات ففي دراسة لكل من صالح أبو إصبع و توفيق يعقوب حول قراءة الصحف في دولة الإمارات العربية المتحدة أن نسبة 59.5% من أفراد العينة من مجموع 119 مبحوث يتابعون الأخبار في الصحف حسب ما جاء في الدراسات السابقة.

الجدول رقم 21 : يمثل الأجزاء التي تقرؤها العينة المبحوثة من الصحيفة.

نمط القراءة	التكرار	النسب
قراءة العناوين	12	8 %
إنتقاء موضوعات	78	52 %
قراءة الصحيفة كاملة	60	40 %
المجموع	150	100 %

يبين الجدول رقم (21) المساحات المقروءة في الصحف إذ نجد نسبة 52 % من أفراد العينة ينتقون موضوعات معينة لقراءتها و ذلك بحسب درجة الميول و الإهتمام، فهم يقرؤون الصحف لإشباع رغباتهم الخاصة فإذا كانت ميولهم فنية فهم سيهتمون بأخبار الفن و المشاهير و الأغاني، و يختارون من الصحيفة ما يتماشى و ميولهم. كما نجد نسبة 40 % من أفراد العينة يقرؤون الصحيفة كاملة و يمكن ربط ذلك بعامل أوقات القراءة حيث أن نسبة 22 % من أفراد العينة يقرؤون الصحف في المساء و القارئ لديه الوقت للإطلاع على المحتوى كله.

في حين نجد نسبة 8 % من أفراد العينة يكتفون فقط بقراءة العناوين و هم من الأفراد الذين لا نستهدفهم القراءة و يفضلون معرفة ما يجري فقط و باختصار شديد دون التطرق للتحليل و التفسير، و ذلك راجع لأن قراء الصحف يختلفون في ميولهم و اتجاهاتهم نحو الصحف طبقاً لنظرية الفروق الفردية. حيث أثبتت البحوث التجريبية و تطور مناهج البحث أن الناس مختلفين في بنيتهم النفسية و أن شخصية كل فرد مختلفة مثل بصمات الأصابع و أن كل فرد له بنية إدراكية مختلفة من حيث الإحتياجات و العادات الإدراكية و المعتقدات و القيم و لهذا أصبحت دراسة الفروق الفردية من بين هذه العوامل من أجل الإجابة عن هذا السؤال هل يتأثر إدراكنا بعوامل وراثية أو بعوامل بيئية أو بكما معا و هذا ما جاء في كتاب برهان شاوي "مدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته"¹

الجدول رقم 22 : اعتماد مصادر أخرى في حالة عدم الإكتفاء بالمعزومات.

المصادر	التكرار	النسب
الصحف الوطنية	0	0
التلفزيون	03	66%
المجلات	99	2%
الإنترنت	33	22%
الإذاعة	03	2%
المجموع	138	92%

يبين الجدول رقم (22) مجموع البيانات التي تتعلق بمصادر المعلومات و الأخبار عند المبحوثين في حالة عدم الاكتفاء بالمعلومات التي تقدمها الصحيفة. إذ أن نسبة 92 % من أفراد العينة يلجئون إلى مصادر أخرى في حالة عدم الاكتفاء بالمعلومات، في حين نجد نسبة 8 % ينقطعون و يكتفون بالمعلومات الواردة في صحيفتهم، و من أهم المصادر التي يلجأ إليها أفراد العينة هم التلفزيون بنسبة 66 % و إنترنت بنسبة 22 % ليكونا الوسيلتان المفضلتان في انتقاء الأخبار.

1- برهان شاوي : مدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته، مرجع سابق، ص 156.

و ذلك أن جمهور الدراسة من الفئة المثقفة في حين نجد نسبة 2 % من الأفراد يختارون الراديو و الإذاعة و المجالات لتتعدى النسبة في الصحف الوطنية حيث أن الأفراد لا يلجئون إليها إلا في حالة عدم اكتفائهم بالمعلومات كون هذه الأخيرة حسبهم لا تتوفر على المعلومات التي يبحثون عنها، و يمكننا القول أن الأفراد يميلون إلى عرض أنفسهم أو الاهتمام بالوسائل الإعلامية التي يشعرون أنها تتفق مع ميولهم و اتجاهاتهم و اهتماماتهم، ذلك أن الفرد لا يمكن أن يتعرض إلى الرسائل التي تبثها أو تذيبها أو تنشرها كل وسائل الإعلام في جميع الأوقات و أنه يجب أن يقوم بداية بتصفية هذه الرسائل و الاختيار من بينها و هذا ما يطلق عليه "جوزيف كلاير". مفهوم العمليات الانتقائية أو التعرض الانتقائي.¹

الجدول رقم 23 : مدى مصداقية ما تنشره الصحف لدى العينة المبحوثة.

النسب	التكرار	مصداقية الصحف
02 %	03	تثق في كل ما تقدمه
58 %	87	الثقة في بعض ما تقدمه
40 %	60	اللجوء لمصادر أخرى
100 %	150	المجموع

يبين الجدول رقم (23) أعلاه مدى مصداقية ما تنشره الصحف، حيث نجد نسبة 58 % من أفراد العينة ثقتهم في بعض ما تقدمه بعض الصحف من المعلومات فيما نجد نسبة 40 % منهم يلجئون لمصادر أخرى كالتلفزيون و الموضح في الجدول السابق رقم (21)، بينما لا تتعدى النسبة 2 % من أفراد العينة الذين يصدقون ما تنشره الصحف و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بنسبة الذين لا يثقون في كل ما تقدمه الصحف.

1- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 249.

و هذا يدل على أهمية عامل المصدقية في نجاح الصحيفة و هذه الخاصية يجب أن تتحلى بها وسائل الإعلام عامة و الصحافة خاصة بالإضافة إلى عوامل أخرى كالاختلاف في التحاليل و التفسير المقدمة للقضية الواحدة . و نلمس عامل المصدقية بالابتعاد عن الإشاعات التي تؤثر سلبا على ثقة القراء على ثقة القراء لها.

الجدول رقم 24 : العوامل التي تجعل القارئ ينجذب لقراءة الصحيفة من جانب الشكل.

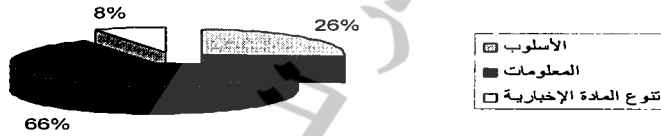
عوامل الجذب	التكرار	النسب
العناوين	24	16 %
الصور	42	28 %
إخراج الحروف	09	6 %
الألوان	12	8 %
حجم الصحيفة	12	8 %
الرسوم و الأشكال	6	4 %
الإخراج العام للصحيفة	18	12 %
ترتيب الصفحات	0	0
الملاحق	27	18 %
المجموع	150	100 %

يبين الجدول رقم (24) العوامل و الأسباب التي تدفع بالقارئ إلى قراءة الصحيفة من جانب الشكل و هي عوامل كثيرة، كطريقة الإخراج و الموضوعات التي تنشرها، تنوع المادة الإخبارية لذلك نلاحظ أن 28 % من العينة ينجذبون للصحيفة بسبب الصور التي تنشرها، و هذا ما يفسر إقبالهم على التلفزيون و شبكات الإنترنت حسب ما جاء في جدول سابق 21 بنسبة 66 % لتمييزها بإرسالها صوراً حية للشخصيات و الحوادث كما نلاحظ أن نسبة 18 % يقرؤون الصحف بسبب الملاحق التي ترافق في حين نجد 6 % تجذبهم العناوين و كذا 12 % ينجذبون للألوان و حجم الصحيفة، فيما نسبة 4 % يقرؤون الصحف بسبب الإعلانات و لذلك يمكن القول أن نخلص إلى أن

أفراد العينة يهتمون بالجانب الشكلي في قراءتهم للصحف و يمكن إرجاع ذلك إلى كون عينة البحث فئة مثقفة و بالتالي فهي يهتمها الشكل الصحفي.

الجدول رقم 25 : العوامل التي تجلب القارئ من حيث المضمون.

العوامل	التكرار	النسب
الأسلوب	39	26 %
المعلومات	99	66 %
تنوع المادة الإخبارية	12	8 %
المجموع	150	100 %

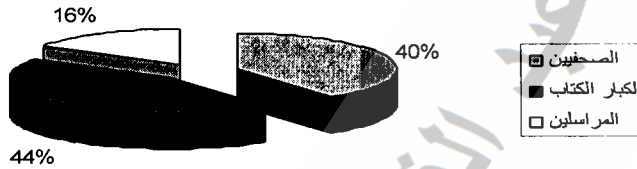


يبين الجدول رقم (25) العوامل التي تجلب القارئ إلى قراءة الصحيفة من جانب المضمون لذلك نلاحظ أن نسبة 66 % يهتمون بالمعلومات التي تقدمها هذه الصحف فيما نجد نسبة 26 % ينحذبون للأسلوب الذي تقدم به المادة الخيرية في حين نجد نسبة 8 % من أفراد العينة يقرؤون الصحف بسبب تنوع المادة الإخبارية.

و نلخص من خلال ذلك أن أفراد العينة ينحذبون أكثر للمعلومات التي تقدمها الصحف و ذلك بالموازاة مع الأسلوب الذي يكتب به الصحفيون، هذه الصحف فأفراد العينة يهتمون بالمعلومات التي تنشرها الصحف دون الإهتمام بتنوع المادة الإخبارية.

الجدول رقم 26 : لمن يقرأ القارئ.

النسب	التكرار	لمن يقرأ
% 40	60	الصحفيين
% 44	66	لكبار الكتاب
% 16	24	المراسلين
%100	150	المجموع



يبين الجدول أعلاه لمن يقرأ القارئ في الصحيفة وقد بينت الدراسة أن 44% من أفراد العينة يقرؤون لكبار الكتاب المعروفين و الذين يمتازون بقلمهم وكذا أرتباط القراء بكبار الكتاب فالقارئ يدخل في علاقة مع صحيفته المفضلة ومع كتابها. في حين نجد نسبة 40% يقرؤون للصحفيين، كما نجد نسبة 16% من أفراد العينة يقرؤون للمراسلين الصحفيين.

و تبدو ثقة القراء كبيرة لكبار الكتاب المشهورين و الذين لديهم شهرة واسعة على المستوى الإعلامي و الأدبي دون الإهتمام بالمراسلين الصحفيين الذين لا يملكون خبرة كافية فالقارئ يبحث عن الإحترافية، والموضوعية في الكتابات الصحفية للأقلام البارزة على مستوى الساحة الإعلامية الدولية .

الجدول رقم 27 : الأفضلية بين الصحف الورقية و الصحف الإلكترونية لدى العينة المبحوثة.

الأفضلية	التكرار	النسب
الصحف الورقية	99	66 %
الصحف الإلكترونية	51	34 %
المجموع	150	100 %

يبين الجدول رقم 27 أفضلية المقروئية لدى أفراد العينة بين الصحف الورقية و الصحف الإلكترونية، إذ نجد نسبة 66 % من أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف الورقية لما لها من مميزات تدفع القارئ للامساك بأوراق الصحف و تصفحها بدلا من مشاهدتها عبر شاشة الكمبيوتر و هذا ينفي القول أو الدراسات التي تنبأت بزوال الصحافة المكتوبة أو الورقية، حيث نجد نسبة 34 % من أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف الإلكترونية وقد اتضح أن عوامل الإحجام عن قراءة الصحف الورقية يعود بالدرجة الأولى غياب الصحف عن الأكشاك، و غلاء سعرها و هم يرجعون ذلك لتمكنهم من متابعة صدور الصحف و قراءتها في وقتها بدلا من انتظار وصولها متأخرة ، فالقارئ الجزائري مازال يتطلع كل صباح لقراءة جريدته اليومية و تعود الأسباب في ذلك الأحجام عن قراءة الصحف الإلكترونية لقلة مصداقية الصحف في نظر القارئ الجزائري مقارنة بالصحف الورقية لعدم وضوح مصادرها.

و لكن تطوير المستحدثات الرقمية غير المسبوق و منه الصحف الرقمية يفرض على الصحف الرقمية، تطوير آداءها، و إنتاجها للمحافظة على جمهور قراءها و إكتساب قراء جدد في مواجهة التطور في الصحف الرقمية.¹

الجدول 28 : مدى تلبية الصحف لحاجات القراء لدى العينة المبحوثة.

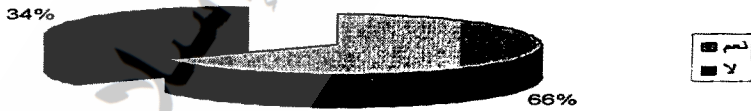
تلبية حاجات القراء	التكرار	النسب
كليا	21	14 %
جزئيا	126	84 %
لا تلي	03	2 %
المجموع	150	100 %

1- محمد عبد الحميد نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 146.

يبين الجدول رقم 28 مدى تلبية الصحيفة لحاجات القراء إذ تبين النتائج أن 84% من أفراد العينة يرون أن الصحف لا تلي حاجاتهم إلا جزئياً فقط نظراً لتعدد إحتياجات القراء التي تفتقد إلى الدراسة و القياس عن طريق سير آراء جمهور القراء فيما يحتاجه الجمهور من الصحف. فيما أكد 14% من أفراد العينة أن الصحف تلي كل حاجاتهم و هي كما نلاحظ نسبة ضعيفة جداً، إذا ما قورنت بـ 84% الذين أكدوا أن الصحف لا تلي إلا حاجاتهم جزئياً. و ذلك ما يؤكد لجوئهم إلى التلفزيون و شبكة الإنترنت بينما عبر 2% من أفراد العينة أن الصحف لا تلي حاجاتهم نهائياً، و سبب ذلك أن طبيعة جمهور الصحف حسب دراسات لجوزاف كلابر فإن الفرد عندما يتعرض إلى معلومات لا تتفق مع البناء المعرفي له فإن العوامل الوسطية سوف تنشط و تشكل مقاومة الفرد لهذه المعلومات فالعوامل الإنتقائية تلعب دوراً في رفض فيما لا يتفق مع البناء المعرفي للفرد.¹

الجدول رقم 29 : مناقشة المواضيع من قبل العينة المبحوثة.

المواضيع	التكرار	النسب
نعم	99	66%
لا	51	34%
المجموع	150	100%



1- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و نظريات التأثير، مرجع سابق، ص 190

يتبين من خلال الجدول رقم 29 أن أفراد العينة يتزعون إلى فردية القراءة. خاصة إذا علمنا أن نسبة 66 يفضلون القراءة بمفردهم ، و هذا ما يفسر اتجاه فردية القراءة ، فهو مرتبط بوقت قراءة الجريدة الذي عادة ما يكون ليلا، كما جاء في الجدول رقم 13 بنسبة ، كما يفضلون القراءة وحدهم و لا يجذبون فكرة مناقشة المواضيع مع الأصدقاء و هو راجع لشخصية كل واحد منهم و إكتفائهم بالفائدة الشخصية و الرغبة في الإنفراد في القراءة ، فيما نجد نسبة 34 يجذبون المناقشة وتبادل الحوار فيما يتعلق بالمواضيع المقروءة.

الجدول رقم 30 : يمثل مع من تتم مناقشة المواضيع.

النسب	التكرار	الفئة التي يناقش معها
08 %	12	الأسرة
18 %	27	الزملاء
20 %	30	الأصدقاء
14 %	21	الطلبة
6 %	09	المثقفين
100 %	150	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم 30 و الذي يبين مع من تفضل العينة القراءة إذ نجد أن نسبة 20 % من أفراد العينة يفضلون مناقشة المواضيع مع الأصدقاء كما نجد نسبة 18 % يفضلون مناقشة محتوى الموضوعات مع الزملاء خاصة وأن أفراد العينة يمثلون فئة الجامعيين، وهو ما يفسر قابلية الموضوعات للمناقشة و التحليل ، وكما أن أجمع أفراد العينة في مقر العمل يساعد على تبادل الآراء وإحياء النقاش ، فيما نجد نسبة 8 % من أفراد العينة يناقشون مع الأسرة، كما نجد نسبة 6 % يناقشون الموضوعات مع الفئة المثقفة.

ثالثا : النتائج العامة للدراسة :

بينت الدراسة المتعلقة بمقروئية الصحف العربية و الأجنبية في الجزائر النتائج التالية :

- 1- أن غالبية الجمهور من قراء الصحف و هذا بنسبة 100 % من مجموع أفراد الدراسة.
- 2- مقروئية الصحف الأجنبية تفوق مقروئية الصحف العربية.
- 3- صحيفتي Le Monde و Le Figaro هما الأكثر مقروئية لدى أفراد العينة تليها صحيفة الأهرام و الشرق الأوسط.
- 4- غالبية القراء يفضلون القراءة باللغة الفرنسية لتمكنهم من إتقانها.
- 5- صعوبة الحصول على الصحف هو العامل الأكثر تأثير في عدم الانتظام في قراءة الصحف العربية و الأجنبية.
- 6- القراء يتحصلون على صحفهم عن طريق مواقع شبكة الإنترنت بالدرجة الأولى.
- 7- غالبية القراء يفضلون قراءة الصحف لوحدهم.
- 8- غالبية القراء يفضلون المواضيع السياسية بالدرجة الأولى، إلى جانب الموضوعات الثقافية و الإجتماعية.
- 9- القراء يفضلون قراءة الصحف للحصول على الأخبار و المساعدة على فهم الأحداث.
- 10- التلفزيون يؤثر سلبا على مقروئية الصحف العربية و الأجنبية و ذلك بنسبة 66 %.
- 11- القراء يثقون في بعض ما تقدمه الصحف.
- 12- أكبر عامل يدفع القراء لقراءة الصحف العربية و الأجنبية هو المعلومات التي تنشرها.
- 13- الصحف الورقية الأفضل لدى القراء من الصحف الإلكترونية.
- 14- لا تلي الصحف حاجات القراء إلا جزئيا.
- 15- غالبية أفراد العينة يناقشون الصحف مع الأصدقاء.
- 16- غالبية أفراد العينة يفضلون الأخبار القصيرة و التحقيقات و المقالات على حساب الأنواع الصحفية الأخرى.

الخاتمة :

في ظل الانفتاح على العالم الخارجي و كذا التطور التكنولوجي الحاصل على مستوى وسائل الإعلام الجماهيرية، هذا الأمر دفع الأفراد إلى اللجوء إلى الصحافة العربية و الأجنبية حتى يكون الجمهور على إطلاع بما يجري حوله و يكون في الصورة، و هذا الأخير أكدته النتائج المتحصل عليها في بحثنا. و بالرغم من صعوبة الحصول على هذه الصحف و الذي أثر سلبا على عدم الانتظام في قراءتها لعدم وصولها في أوقاتها المحددة و بالأعداد الكافية، هذا الأخير دفع القراء إلى التوجه نحو الصحافة الإلكترونية بهدف تغطية النقص الذي تشهده الساحة الإعلامية في الجزائر خاصة و أن هذا الجمهور هو في حاجة ماسة إلى تلبية حاجاته الإعلامية المتعددة.

و ما دام نجاح أي صحافة مرهون بمدى تلبيةها لأذواق و متطلبات القراء، و عليه فالصحافة الوطنية ينتظر منها الكثير في تلبية رغبات جمهورها كما هي مطالبة بأن تؤمن لها مكانا وسط مختلف وسائل الإعلام الأخرى خاصة في ظل الزخم الإعلامي الكبير و منافسة الصحف العربية و الأجنبية لها على الساحة الإعلامية لدى قرائها من الطبقة المثقفة من المجتمع و ذلك بزيادة المقروئية من خلال الاهتمام بتلبية حاجات القراء و الابتعاد عن الإشاعات لإضفاء المصداقية على مضامينها، و تكوين صحفيين متخصصين للكتابة في مجال الصحافة و كذا التنوع في المواد الإعلامية التي تنشرها في صفحاتها و الاهتمام أكثر بنوعية الورق و الألوان و الصور التي تلعب هذه الأخيرة دورا بارزا في جلب انتباه القراء و التوجه نحو اقتناء و مطالعة الصحف العربية و الأجنبية و الاهتمام أكثر بتوزيعها و وصولها في وقتها بالأعداد الكافية حتى تضمن لها مكانة لها في وسط هذه المنافسة الشرسة بين وسائل الإعلام المختلفة خاصة الصحافة الإلكترونية التي باتت تهدد الصحيفة الورقية.

و على العموم فإنه على الصحف أن تعمل على الاستجابة للمتطلبات قراءها فالجمهور له الحق في أن يطالب الصحف التي يعطيها ثقته أن تحترم العقد الذي يربط بين المرسل و المتلقي في إطار ما ينص عليه العرف الإعلامي.

الملاحق

جامعة الأميرة
عبد القادر القادر للعلوم الإسلامية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية أصول الدين و الشريعة

و الحضارة الإسلامية

قسم: الدعوة و الإعلام و الإتصال

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

- قسنطينة -

استمارة جمع البيانات

مقروئية الصحف العربية و الأجنبية بالجزائر

-دراسة ميدانية على أساتذة جامعة باجي مختار عنابة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

إشراف:

الدكتور بوبكر عواطي

إعداد الطالبة :

بوعكاز فريدة

ملاحظة :

يرجى الإجابة بموضوعية على أسئلة الاستمارة و تعهد بأن المعلومات الواردة فيها تستخدم

لأغراض علمية لا غير.

توضع علامة (X) في الخانة المختارة.

السنة الجامعية: 2007-2008 م

إستمارة بحث حول موضوع مقروئية الصحف العربية و الأجنبية بالجزائر

أولا : بيانات أولية.

- (1) الجنس : ذكر أنثى
- (2) الشهادات الجامعية : ماجستير دكتوراه

ثانيا : بيانات حول المقروئية.

- (3) هل تقرأ الصحف ؟ نعم لا
- (4) ما هي الصحف التي تقرأ ؟ الوطنية الصحف العربية الصحف الأجنبية

(5) بالنسبة للصحف العربية و الأجنبية أيهما أفضل ؟

- الصحف العربية - الصحف الأجنبية

(6) على أي أساس تفضل هذه الصحف ؟

- على أساس اللغة
- على أساس الشكل
- على أساس المضمون

أخرى تذكر

.....

.....

.....

(7) برر سبب التفضيل

.....

.....

.....

ثالثا : بيانات حول مقروئية الصحف العربية و الأجنبية

8) أذكر الصحف العربية و الأجنبية التي تعرفها ؟

- | | |
|------|-----|
| - 6 | - 1 |
| - 7 | - 2 |
| - 8 | - 3 |
| - 9 | - 4 |
| - 10 | - 5 |

9) رتب هذه الصحف حسب الأولوية ؟

- | | |
|------|-----|
| - 6 | - 1 |
| - 7 | - 2 |
| - 8 | - 3 |
| - 9 | - 4 |
| - 10 | - 5 |

10 - ما هي اللغات التي تقرأ بها الصحف ؟

العربية الفرنسية الإنجليزية

أخرى تذكر

11) حدد أسباب التفضيل ؟

التكوين حب تعلم اللغات المحيط

لا

12) هل تقرأ الصحف بانتظام : نعم

13) إذا كانت الإجابة بـ : "لا" أذكر السبب ؟

صعوبة الحصول عليها

ضعف القدرة الشرائية

- ضيق الوقت

أخرى تذكر

.....
.....
.....

14) كيف تحصل على صحيفتك ؟

- عن طريق المكتبة

- عن طريق الشراء

- عن طريق الإنترنت

- عن طريق الاشتراك

- عن طريق الزملاء

أخرى تذكر

.....
.....

15) ما نوع الصحف التي تقرأ ؟

- الأسبوعيات

- اليوميات

16) ما هي مدة قراءتك للصحيفة ؟

ساعة فأكثر

نصف ساعة

ربع ساعة

17) متى تقرأ الصحيفة ؟

قبل النوم

المساء

الظهر

- الصباح

في أي وقت

الليل

18) أين تقرأ الصحيفة ؟

في الحافلة

في المقهى

في البيت

- في العمل

18) هل تقرأ الجريدة ؟ لوحدك مع الأصدقاء أخرى تذكر

19) هل تحتفظ بالصحيفة التي تقرأها ؟ نعم لا

20) إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما هي الأسباب في رأيك ؟

- الإطلاع عليها بدقة - الرغبة في الإحفاظ بها
- لإستخدام موضوعاتها عند الحاجة
- أخرى تذكر

21) ما الموضوعات التي تقرأها ؟

- الموضوعات السياسية - الموضوعات الثقافية - الموضوعات الرياضية
- الموضوعات الإقتصادية - الموضوعات الأمنية - الموضوعات الإجتماعية
- الموضوعات الفنية
- أخرى تذكر

22) ما الهدف من قراءتك للصحف ؟

- التعرف على الأخبار - المساعدة على إتخاذ القرارات المصيرية
- المساعدة على تفهم ما يجري من الأحداث - المساعدة للتعرف على الشخصيات الهامة و تجاربها
- التزود بالمعلومات الجديدة - المساعدة على قضاء وقت الفراغ
- أخرى تذكر

23) رتب الأشكال الصحفية التي تفضل قراءتها بالأرقام؟

- الأخبار المقالات الأحاديث الصحفية
 - التحقيقات الكاريكاتير الأعمدة
 - الإفتاحيات
أخرى تذكر

24) أثناء قراءتك للصحيفة المفضلة لديك؟

- هل تكفي بقراءة العناوين هل تقرأ الجريدة كاملة
 - هل تنتقي موضوعات و تقرؤها
أخرى تذكر

25) في حالة عدم الإكتفاء بالمعلومات التي تقدمها صحيفتك. هل تلجأ لمصادر أخرى؟

- نعم لا

26) في حالة الإجابة بـ "نعم" فما هي المصادر؟

- الصحف الوطنية المجلات الإذاعة
 - التلفزيون الإنترنت
أخرى تذكر

27) ما مدى مصداقية الصحف التي تقرؤها بالنسبة إليك؟

- تتق في كل ما تقدمه من أخبار - تتق في بعض ما تقدمه فقط
 - تلجأ لمصادر أخرى

28) بالنسبة لصحيفتك المفضلة ما هي الجوانب التي تجلب إنتباهك أكثر من الشكل ؟

- العناوين الصور إخراج الحروف الألوان

الرسوم و الأشكال

- ترتيب الصفحات الملاحق الإعلانات الإخراج العام للصحيفة

- حجم الصحيفة

29) و بالنسبة للمضمون ؟

- الأسلوب المعلومات

أخرى تذكر

30) لمن تقرأ في الصحيفة ؟

- للصحفيين لكبار الكتاب للمراسلين

أخرى تذكر

31) بين الصحف الورقية و الإلكترونية أيهما تفضل ؟ الورقية الإلكترونية

32) و لماذا ؟

33) ما مدى تلبية الجريدة لحاجياتك ؟ كليا جزئيا لا تلي

34) هل تناقش محتواها ؟ نعم لا

35) في حالة الإجابة بـ "نعم" مع من تناقش ذلك ؟

مع الأسرة مع الزملاء مع الأصدقاء

أخرى تذكر

أولا : المراجع باللغة العربية :

1. إبراهيم عبد الله المسلمي : الإعلام و المجتمع، دار العربي للنشر و التوزيع 2002.
2. إبراهيم إمام : فن الإخراج الصحفي، مكتبة الأنجلو، مصرية القاهرة 1977.
3. أحمد بدر : الإتصال بال جماهير بين الإعلام و التطوع و التنمية، دار الفكر للنشر و الطباعة و التوزيع، القاهرة 1998.
4. أحمد بن مرسلبي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003.
5. برهان شاوي : مدخل في الإتصال الجماهيري و نظرياته، دار الكندي الأردن، الطبعة الأولى 2003.
6. بوبكر عواطي : البحث العلمي مناهجه و تقنياته، منشورات مكتبة إقرأ قسنطينة، الطبعة الأولى، 2009.
7. تيسير أبو عرجة : دراسات في الصحافة و الإعلام، دار محمد الأول للفكر و التوزيع.
8. تيسير مشاركة : مدخل إلى الدراسات الإعلامية، منشورات بيت المقدس، فلسطين 2002.
9. جان جبران كرم : الإعلام العربي إلى القرن لواحد و العشرين، دار الجبر، بيروت الطبعة الأولى 1998.

10. حسن عماد مكاوي و سامي الشريف : نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة
للتعليم المفتوح 2000.
11. حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد : الإتصال نظرياته المعاصرة، الدار
المصرية اللبنانية.
12. خيرى خليل الجميلي : الإتصال و وسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي
الحديث 1997.
13. خليل صابات : وسائل الإعلام نشأتها و تطورها، مكتبة الإنجلو مصرية القاهرة
الطبعة السادسة 1991.
14. ربحي مصطفى عليان : مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التعليق، دار
الصحافة للنشر و التوزيع، 2000.
15. رولان كايروول : الصحافة المكتوبة السمعية و البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية
1984.
16. زهير أحدادن : الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر،
1992.
17. زهير أحدادن : مدخل لعلوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية
2002.
18. سحر محمد وهبي : بحوث في الإتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة
1996.

19. سمير محمد حسين : بحوث الإعلام، عالم الكتب القاهرة 1995.
20. سعيد الغريب النجار : تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية 2003.
21. شذوان علي شيبية : مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2005.
22. شون ماكبرايد : أصوات متعددة و عالم واحد، الإتصال و المجتمع اليوم و غدا، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر 1981.
23. عاطف عدلي العبد : الإتصال و الرأي العام، أسس النظرية و الإهتمامات العربية، دار العربي للنشر و التوزيع القاهرة 1999.
24. عبد المجيد شكري : الإتصال الجماهيري الواقع و المستقبل، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة.
25. عبد العزيز شرف : وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر و التوزيع، القاهرة.
26. عبد العزيز شرف : المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب اللبناني بيروت الطبعة الثانية، 1989.
27. عمر عبد الرحيم نصر الله : مبادئ في الإتصال التربوي و الإنساني، دار وائل للنشر و التوزيع عمان الأردن، الطبعة الأولى 2001.

28.د. عزي عبد الرحمن و آخرون: عالم الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
1992.

29.د. عزي عبد الرحمن : فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1994.

30.عواطف عبد الرحمن : الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية (صحافة) الثورة
الجزائرية، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر.

31.عواشة محمد حقيق : الرأي العام بين الدعاية و الإعلام الجامعة المفتوحة، الطبعة الثانية
1998.

32.فاروق أبو زيد : إختيار النظام الإعلامي الدولي، عالم الكتب، القاهرة 1991.

33.فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب القاهرة، الطبعة الثانية، 1993.

34.فاروق أبو زيد : مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح 1999.

35.فضيل دليو : مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
1998.

36. فضيل دليو : تاريخ وسائل الإتصال، مطبعة CIRTA COPY قسنطينة،
2006.

37.الزبير سيف الإسلام : تاريخ الصحافة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1984،
الطبعة الثانية الجزء الرابع 1985.

38.محمد منير حجاب : الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع مصر 2000.

39. محمد منير حجاب : مهارات الإتصال بالإعلاميين و التربويين و الدعاة، دار الفجر للنشر

و التوزيع مصر 1999.

40. محمد منير حجاب و سحر محمد وهي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة-المدخل

الإتصالي- دار الفجر للنشر و التوزيع.

41. محمد ناصر : الصحف العربية الجزائرية ، الشركة الوطنية للنشر و الجزائر 1980.

42. محمود حسن إسماعيل : مبادئ عالم الإتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و

التوزيع الطبعة الأولى 2003.

43. محمود علم الدين : الصحافة في عصر المعلومات الأساسية و المستحدثات، دار العربي

للنشر و التوزيع القاهرة 1994.

44. محمد شطاح : قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الإيديولوجيا، دار

الهدى، عين مليلة 2006.

45. محمد شطاح ، نعمان بوقرة: تحليل الخطاب الأدبي و الإعلامي بين النظرية و التطبيق،

مكتبة الآداب الطبعة الأولى، القاهرة 2006

46. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الأولى

القاهرة 2000.

47. محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة، عالم الكتب الطبعة الثانية، القاهرة 1997.

48. محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة 1993.

49. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة 1997.

50. محمد عمر الصليوتي : مرجع في الإعلام و الإعلام الزراعي، منشأة المعارف الإسكندرية
1995.
51. محمد السريقوسي و علي عبد الله محمد : أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح ، الطبعة
الأولى، الكويت 1988.
52. محمد زيان عمر : البحث العلمي مناهجه و تقنياته دار الشروق للنشر و الطباعة ، جدة
1983.
53. موريس أنجلس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر 2006.
54. مي عبد الله سو : الإتصال في عصر العولمة "الدور و التحديات الجديدة"، الدار الجامعية
1999.
55. ميلفين دلفر : نظريات وسائل الإعلام : ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر
و التوزيع، القاهرة 1993.
56. نصير بوعلي : التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر ، دار الهدى
الجزائر، 2005.
57. نور الدين بليل : الإعلام و قضايا الساعة، دار البعث للطباعة و النشر و التوزيع ،
الجزائر 1980.
58. هاني الرضا و رامي عمار : الرأي العام و الإعلام و الدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات
و النشر و التوزيع، لبنان.

- 1- IHADADEN ZOHIR : histoire de la presse indigène en Algérie : des origines jusqu'en 1930, ENAL , ALGER,1983.
- 2- Madeleine Grawitz : méthodes des sciences sociales, EDIT 1974 Paris.
- 3- Mohamed Rabeh : la presse algérienne ; journal d'un défis, chiraz Edition ,ALGER 2002.

ثالثا : قائمة المراجع الإلكترونية.

1-المواقع الإلكترونية :

- موقع إلكتروني : الصحافة و تطورها . www.rezgar.com.
- موقع إلكتروني : أحمد سعد الدين، القراءة www.as.vog.com.
- موقع إلكتروني : الملتقى الوطني الأول حول القراءة و التكنولوجيا بعنابة : نسبة المقرئية تدق
- ناقوس الخطر بالجزائر www.egraa.com.

2- مواقع الجرائد

- موقع جريدة الوطن : www.alwatan.com.
- موقع جريدة شهاب : ماذا عن الأمية في الجزائر www.chihab.net

3- مواقع إلكترونية أخرى :

- موقع إلكتروني : نواره لحرش: لماذا لا يقرأ الجزائريون www.alnour.se.

● الموقع الإلكتروني لبرنامج كواليس : محمد بالغازي : الصحافة الإلكترونية و علاقتها بالصحافة

التقليدية. [/kawaleesaljazeera.netwww.](http://kawaleesaljazeera.netwww/)

● موقع إلكتروني : مرابط بوشحيط : المنتدى الدولي للمجلس الأعلى للغة العربية و تكنولوجيا

المعلومات. [www.ajeeb.com.](http://www.ajeeb.com)

● موقع إلكتروني : الخدمات الإعلامية العربية على الإنترنت

[www.arabic.proc.com.dz.](http://www.arabic.proc.com.dz)

● موقع إلكتروني : حلمي الأسمر : الإنترنت في الأردن www.ammonnews.net

● موقع إلكتروني : جريدة الشروق : سحب الصحافة الجزائرية بالأرقام

www.algeriemia.org

رابعا : الرسائل الجامعية.

1- أمال نواري : واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة : مذكرة لنيل شهادة الماجستير و غير

منشورة : قسم علوم الإعلام و الإتصال جامعة باجي مختار عنابة 2001.

الفصل الأول : الإطار المفهمي

- 09..... 1-الإشكالية
- 11..... 2- أسئلة الدراسة
- 11..... 3- أهداف الدراسة
- 11..... 4- مفاهيم الدراسة
- 15..... 5- منهج البحث
- 17..... 6- أدوات جمع البيانات
- 21..... 7- عينة البحث
- 22..... 8- الإطار الزمني و المكاني
- 23..... 9- الدراسات السابقة

الفصل الثاني : استخدامات الجمهور للصحافة و عمليات التأثير .

- 30..... المبحث الأول : وظائف الصحافة
- 56..... المبحث الثاني : إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال الجماهيري
- 61 المبحث الثالث : تأثير الصحافة على جمهور القراء
- 77..... المبحث الرابع : مستقبل التأثير في ضوء المنافسة بين وسائل الأعلام
- الفصل الثالث : مقروئية الصحف .

- 82..... المبحث الأول : تطور الصحافة
- 100..... المبحث الثاني : مقروئية الصحف
- 109..... المبحث الثالث : مستقبل المقروئية في ظل تكنولوجيا الإتصال الحديثة
- 123..... المبحث الرابع : مقروئية الصحافة العربية و الأجنبية في الجزائر
- الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للبحث.

- 131..... التفرغ والتعليق على البيانات و تحليلها
- 160..... النتائج العامة للدراسة
- 161..... الخاتمة