جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

الصحافة ووظيفة الخدمة الاجتماعية.

– تحليل مضمون ركن " تكافل " في جريدة الخبر –

الفترة من **01** جويلية إلى **31** ديسمبر **2011** .

مذكرة مقدمة لحصول على شهادة الماجستير في علم الاجتماع الاتصال.

إعداد الطالب : عشاش نورين.

إشراف الدكتور : بن جدية محمد.

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
الحاج عيسى سعيدات	أستاذ محاضر – أ –	جامعة مستغانم	رئيسا
بن جدية محمد	أستاذ محاضر – أ –	جامعة مستغانم	مؤطرا ومقررا
مجاهدي مصطفى	أستاذ محاضر – أ –	المركز الوطني للبحث في الانثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية CRASC (وهران)	مناقشا
عباس شارف	أستاذ مساعد – أ –	جامعة مستغانم	مناقشا

– مارس **2013** –

كلمة شكر..

في ختام هذا الجهد المتواضع أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من قدم إلي المساعدة مهما كان نوعها في سبيل إتمام هذه الرسالة حتى صارت إلى ما صارت إليه الآن ..

وأولى الناس شكرا بعد الله عز وجل هو أستاذي المشرف د. محمد بن جدية، الذي لم يبخل علي بإرشاداته، و أحمد الله فيه أخلاقه العالية وحسن معاملته، فانتفعت بعلمه وأخلاقه، وقد شرفني أستاذي الفاضل بقبوله تأطيري في هذا البحث العلمي ، وأنا جد ممتن له وشاكرا له صنيعه معي.

كما أتقدم بالشكر كذلك إلى أستاذي الحاج عيسى سعيدات على إرشاداته وكذا زميلي الأستاذ: بومعالي رشيد من جامعة مولاي الطاهر بسعيدة الذي ساعدني كثيرا في الجانب الاحصائي.

كما أتقدم بالشكر لكل أعضاء لجنة المناقشة على تشريفهم لي وقبولهم مناقشة مذكرتي.

كما لا أنسى أن أشكر كل من قدم إلي نصيحة أو صحح لي خطأ أو أرشدني في تعديل الرسالة من زملائي طلبة الماجستير وأخص منهم بالذكر صديقي الغالي بن دية بغداد.

أخوكم : عشاش نورين

الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد الذي دام طيلة ثلاث سنوات إلى روح والدي – رحمه الله – وإلى والدتي – حفظها الله وأطال في عمرها – التي كانت نعم السند والمعين لي بدعواتها ، وإلى كل أفراد عائلتي وخاصة منهم الكتكوتة نور الهدى، وإلى جميع إخوتي صديق وزوجته حياة، وإلى فاروق وعبد الناصر ..

إلى أستاذي المشرف د. بن جدية أحمد وإلى كل أساتذة جامعة مستغانم وخاصة منهم أساتذة قسمي علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع، كما لا أنسى كل عمال وعاملات جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم.

خطة الدراسة

خطة الدراسة :

- **الفصل الأول** : خلفية البحث ومشكلته..... **ب**
- **الفصل الثاني** : الخدمة الاجتماعية .. من عمل تطوعي إلى مهنة متخصصة..... **22**
- **الفصل الثالث** : النظام الإعلامي وعلاقته بالخدمة الاجتماعية..... **49**
- **الفصل الرابع** : البنية الاخراجية لمواضيع ركن تكافل..... **77**
- **الفصل الخامس** : إجراءات منهجية للبحث..... **97**
- **الفصل السادس** : نتائج الدراسة..... **116**
- **الخاتمة**..... **143**

فهرست

الأشكال

والجداول

أولا : فهرست الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة

(01) طرق الخدمة الاجتماعية 33

(02) بعض مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المجتمع..... 40

ثانيا : فهرست الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(01)	حجم نشر مواضيع ركن "تكافل" خلال فترة الدراسة	119
(02)	ترتيب العناوين المستخدمة في تحرير مواضيع ركن " تكافل".....	120
(03)	ترتيب فئة السن.....	121
(04)	ترتيب فئة الجنس.....	122
(05)	ترتيب فئة المهنة.....	123
(06)	الجمهور المستهدف من نشر مواضيع ركن " تكافل " ومعدل تكراره.....	124
(07)	مكان العلاج المطلوب لأصحاب الحالات المنشورة ومعدل تكرارها.....	125
(08)	العلاقة بين متغير أساليب الاقناع و متغير المهنة.....	128
(09)	العلاقة بين متغير شكل العبارة و متغير أساليب الاقناع.....	130
(10)	العلاقة بين متغير الجمهور المستهدف و متغير أساليب الاقناع.....	132
(11)	العلاقة بين متغير الموضوع و متغير شكل العبارات.....	134
(12)	العلاقة بين متغير الموضوع و متغير الصور.....	136
(13)	العلاقة بين متغير الموضوع و متغير نوع العنوان.....	138

الفصل الأول :

الخلفية النظرية

للبحث ومشكلته

1 – مقدمة :

تشهد مختلف المجتمعات البشرية حضورا قويا لوسائل الإعلام الجماهيرية بأنواعها (صحافة مقروءة و مسموعة و مرئية و إلكترونية)، وكل وسيلة منها لها جمهور خاص ووظائف معينة تقوم بها، من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية لعامة أفراد المجتمع أو لفئات محددة منه، تبعا لخصائص تلك الوسائل وخصائص جمهورها المقصود.

إن هناك اهتماما كبيرا نلاحظه في الوقت الحاضر بدراسة الوسائل الاعلامية وطاقاتها وقدراتها الاتصالية، خاصة منذ أن أطلق عالم الاتصال مارشال ماكلوهان مقولته بأن "الوسيلة هي الرسالة" ، والتي يقصد بها التأثيرات المهمة التي تحدثها تقنية الوسيلة على الرسالة التي تقوم بنقلها[1]، علما أن الدراسة الاجتماعية لهذه الوسائل تتم في خطوتين:

– دراسة مورفولوجية وهي دراسة بنيوية، أي دراسة بنية كل وسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية.

– دراسة فسيولوجية وظيفية، وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول إلى القوانين التي تحكمها[2].

وتعتبر وسائل الإعلام وعملية الاتصال الجماهيري أنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه، باعتبارها نسقا فرعيا مهما – لو تحدثنا بلغة بارسونز PARSONS – ضمن النسق الاجتماعي العام، لذلك فهي تؤثر وتتأثر بما يحيط بها، ومن وجهة النظر الوظيفية فإن أي نسق له وظائف معينة يؤديها حسب روبرت ميرتون ROBERT MERTON تجاه الأنساق الأخرى والبناء الاجتماعي ككل، ووسائل الإعلام الجماهيرية ليست استثناء في ذلك، فكل نوع منها لها وظائف معينة تقوم بها تجاه مجتمعاتها، والأكيد أن حصر كل تلك الوظائف أمر عسير وأقرب للصعوبة منه إلى التحقيق، لأن تلك الوسائل في تقدم

---

(1) – تيسير أبو عرجة. دراسات في الصحافة والاعلام .(عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،2000) ص 277 .

(2) – منال أبو الحسن. أساسيات علم الاجتماع الاعلامي : النظريات والوظائف والتأثيرات .(القاهرة : دار النشر للجامعات، 2007) ص 26.

مستمر من ناحية التخصص وطريقة عرض المضمون من جهة، كما أن المجتمع يزداد تعقيدا ويتطلب إعلاما مواكبا لتطوره ومستجداته من جهة أخرى[*].

وعلى هذا فإن المدخل الوظيفي في بحوث الصحافة ، لا يعني تحديد الباحث بدراسة المشكلات الخاصة بوجود هذه الوظائف أو غيابها ، ولكنه يعطي دليلا للباحث في دراسة هذه الوظائف في علاقتها ببعضها أو دراسة علاقة هذه الوظائف بمقدماتها أو الآثار المترتبة عليها [1] ، أو حتى طريقة وأسلوب عرضها.

إن جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية يتميز بعدم التجانس، لاختلافهم في المستويات العمرية والتعليمية والثقافية والمادية وغيرها من المتغيرات ، فمنهم الموسر ومنهم المعسر، وكثير من هؤلاء المعسرين يجدون في بعض الوسائل الإعلامية متنفسا وصدى يوصلون من خلاله همومهم وآهاتهم التي يعيشونها، ومن بين أهم تلك الوسائل الصحافة المكتوبة، لسهولة الاتصال بالقائمين عليها ولانتشارها الجماهيري الواسع، حيث لا يكاد يخلو الإصدار اليومي في بعض الجرائد من وجود إعلانات لطالبي المساعدة والمعونة، كما أن هناك مواضيع أخرى مشابهة لها لكنها غير منشورة في صفحات الإشهار، وإنما قام محرّروا الجريدة بصياغة موضوع عن حالة من الحالات الانسانية التي تطلب المساعدة و يفرد لها ركن خاص مميز، كما هو الحال في جريدة " الخبر " اليومية مع ركن " تكافل "، في إطار عملية اجتماعية يشترك فيها القراء.

تختلف العمليات الاجتماعية التي تقوم بين الأفراد في طبيعتها ومظهرها، فمنها ما يؤدي إلى التنافر والتفكك مثل عمليات التنافس والصراع ، ومنها ما يؤدي إلى التجاذب والتكامل كعمليات التعاون والتوافق الاجتماعي، و تعد عملية التعاون إحدى العمليات الاجتماعية التي تحدث نتيجة للتفاعل بين الأفراد في المجتمع، ويقصد بالتعاون تلك الجهود المشتركة بين فردين أو أكثر من

(*) – من كان يظن أنه يأتي يوم تصبح فيه الوسائل الإعلامية من وظائفها التحريض على الفتن و قلب الأنظمة وتغيير المجتمعات؟

(1) – محمد عبد الحميد . بحوث الصحافة .(القاهرة : عالم الكتب ، 1992) ص 32.

أجل تحقيق أهداف أو مصالح مشتركة، وبتعبير آخر التعاون هو العملية التي عن طريقها يحاول الأفراد أو الجماعات تحقيق أهدافهم من خلال المساعدة المتبادلة[2].

لقد كتب الباحثون الكثير عن وظائف وسائل الإعلام التي تقوم بها في المجتمع، غير أن ما يهمنا في دراستنا هذه من كل تلك الوظائف، وظيفة " الخدمة الاجتماعية " التي من بين أغراضها مساعدة المواطن المحتاج وأسرته للحصول على المساعدة الضرورية التي يحتاجها، وتقع ضمن مجال ممارساتها خدمات الفئات الخاصة من ذوي الفاقة والعجز المالي أو البدني كالمرضى والمعوقين والفقراء والأيتام والمسنّين.

إنه لا يمكننا أن نكون أفرادا اجتماعيين دون تأثر بما يدور حولنا في مجتمعنا، وهذا نتيجة للتحولات التي عرفها المجتمع ومازال يعرفها إلى حد الآن، إننا أمام تحديات جديدة تكمن في ظهور وغنى الميدان بظواهر سوسيولوجية أصبحت تعرض علينا نفسها بإلحاح مادام أن تكويننا السوسيولوجي يجعلنا ملاحظين لكل الظواهر الاجتماعية، إلا أنه لا يجب علينا التوقف عند هذا الحد من الملاحظة العادية والبسيطة وإنما يجب التعمق في البحث عن طريق التوغل في الميدان المراد دراسته... كما لا يمكن للباحث السوسيولوجي أن يضع قطيعة بينه وبين المجتمع الذي ينتمي إليه، فأساس كل محاولة سوسيولوجية علمية هو تلك المعطيات التي يمدنا بها الميدان والمتمثل في المجتمع، ومن هنا فغنى المجتمع بالظواهر الاجتماعية هو الدافع الأساسي لتطور البحث السوسيولوجي[1].

وعلى هذا الأساس فقد جاءت دراستنا هذه بعد أن رصدنا لعديد المرات جريدة " الخبر " اليومية تنشر مواضيع صحفية تتحدث فيها عن مآسي بعض الحالات الانسانية – وتأتي مرفوقة بصورها أحيانا – لأفراد من مجتمعنا يعانون من قلة ذات اليد، وهم في أمسّ الحاجة إلى مدّ يد العون، كمن أصيب بعاهة مستديمة أو بتشوه خلقي أو ابتلي بمرض نادر يحتاج نفقات كبيرة

---

[2] – طلعت ابراهيم لطفي. مدخل الى علم الاجتماع .ط 2 .(القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، دون تاريخ) ص 144 .

[1] - عبد القادر لقجع (تنسيق وتقديم) . علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر أية علاقة ؟ . (الجزائر : دار القصبة ، 2004) ص 134 ص 144.

لعلاجه وهو عاجز عن توفيرها بنفسه، وغيرها من الحالات المتنوعة التي تسهم الصحافة الوطنية في عرض حالتها على القراء رجاء المساعدة.

وقد نشرت جريدة الشروق اليومي مقالا ذكرت فيه أن 20 ألف مريض يتسولون سنويا عبر الجرائد والقنوات الإذاعية و"الفايسبوك" لطلب المساعدة من المحسنين للعلاج بالخارج، بعدما عجزت المستشفيات الجزائرية عن شفائهم، ورفضت التكفل بمداواتهم في بلدان أجنبية، وفق ما ذكرته شبكة الأمراض المزمنة بالجزائر[1].

إن علم الاجتماع الوظيفي لوسائل الإعلام ترجم إلى مجالات البحث التالية : تحليل الرقابة وتحليل المحتوى وتحليل وسائل الإعلام وتحليل الجمهور وتحليل الأثر [2]، ووفق هذا المنظور البحثي، قمنا باعتماد تقنية تحليل المضمون للمواضيع المنشورة في ركن "تكافل" في جريدة الخبر اليومية.

وقد دعم إحساسنا بأهمية موضوع الدراسة وأسباب اختيارنا له، عدد من الأسباب التالية :

1. نشر بعض الصحف الوطنية ومن بينها " الخبر " لعديد الحالات الانسانية التي تلقت مساعدات متنوعة بعد نشر أخبارها على صفحات تلك الجرائد.
2. تشجيع القيم الإنسانية النبيلة التي تقدمها هذه الوسائل الإعلامية، من خلال دراستها والاستفادة منها.
3. التأكيد على الدور المهم الذي تقوم به المؤسسات الإعلامية في المجتمع.
4. شكّل افتقار المكتبة الجزائرية للدراسات التي تتناول وظائف الصحافة وعلى الأخص وظيفة الخدمة الاجتماعية رافدا أساسيا أشعرنا بأهمية الدراسة، عكس ما تشهده المكتبة العربية وخاصة المشرق العربي من غنى في هذا المجال.

---

[1] - مقال منشور في جريدة الشروق اليومي في عددها الصادر يوم 20 ديسمبر 2011.

[2] – **Armand et Michèle mattellart. Histoire des théories de la communication . (Alger : Casbah éditions : 1999) p 20.**

5. ارتبطت نشأة وتطور بحوث ودراسات الاعلام في العشرينيات من القرن الماضي بالنموذجين الوضعي والسلوكي، وقد ركزت وما تزال على تأثير وسائل الاعلام في الجمهور اعتمادا على ما يعرف بدراسات الجمهور ، وأهملت إلى حد كبير دراسة مضمون وشكل الرسالة الاعلامية التي يفترض أنها تحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المرسل أو القائم بالاتصال سواء كان شخصا أو مؤسسة إعلامية[1].

لأجل ذلك نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء أكثر على وظيفة الخدمة الاجتماعية التي تضطلع بها هذه المؤسسات الإعلامية وخاصة جريدة " الخبر " في إرساء قواعد التضامن والتكافل الاجتماعيين بين أفراد المجتمع الواحد في الجزائر من خلال طرح بعض التساؤلات التي تشكل في ذاتها فئات لاستمارة تحليل المضمون.

2 – تساؤلات الدراسة :

مما سبق الحديث عنه ، فقد أثارت الدراسة عدة تساؤلات شكلت في حد ذاتها فئات لتحليل مضمون المادة الإعلامية المنشورة لأن الاشكالية هي التي تحدد الفئات ، فبعد ترجمتها إلى مفاهيم وأبعاد ومتغيرات، تشكل هذه الأخيرة القاعدة التي تبنى على أساسها الفئات، فيمكن أن يشكل كل متغير فئة من الفئات المختارة[2] وهي :

كيف تناولت جريدة الخبر المواضيع المنشورة في ركن " تكافل " من حيث الشكل والمضمون ؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية :

1 – ما هو حجم اهتمام الصحيفة محل الدراسة بنشر أخبار هذه الحالات؟ وما هو معدل تكرارها خلال فترة الدراسة ؟

2 – ما هي نوعية العناوين المستخدمة من حيث الشكل في تحرير مواضيع هذه الحالات؟

---

[1] – محمد شومان . تحليل الخطاب الاعلامي : أطر نظرية ونماذج تطبيقية .(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2007) ص21 .

[2] - Maurice Angers. Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine. (Alger : casbah éditions . 2007) P.207

3 – ما هو شكل العبارات التي استخدمها محرروا الجريدة في تحرير هذه المواضيع ؟

4 – هل استخدمت صور شخصية تبرز صاحب الحالة المعنية رفقة الموضوع المنشور ؟

5 – هل يطغى نوع معين من الحالات المنشورة للمساعدة يفرض نفسه على ما عداه ؟

6 – ما هو نوع المساعدة التي يطلبها أصحاب هذه الحالات ؟

7 – ما هي السمات الأولية للحالات المنشورة من حيث السن والجنس والمهنة ؟

8 – من هو الجمهور المستهدف والمقصود من هذه الرسالة الإعلامية ؟

9 – ما هو مكان العلاج المطلوب لأصحاب هذه الحالات ؟

10 – ما هي طرق ووسائل الاقناع التي استخدمت في تحرير هذه المواضيع ؟

3 – فرضيات الدراسة :

انطلاقا مما سبق الحديث عنه فإننا استخدمنا فرضيتين أحاديتي المتغير :

- طبيعة المواضيع المنشورة في ركن " تكافل " تفرض على محرريها استخدام إستمالات عاطفية أكثر من غيرها من الإستمالات لإقناع الجمهور المستهدف.
- لا توجد ميزة خاصة لكل موضوع منشور في ركن "تكافل" تميزه عن غيره من المواضيع من حيث أسلوب العرض وطريقة الاخراج.

3 – 1 – تحليل مفاهيمي للفرضيتين :

- **الفرضية الأولى :**

- **الفرضية الثانية :**

4 – منطلقات الدراسة :

المنطلق أو المسلمة عبارة تصوّر موقف الباحث من قضية معينة، وما يؤمن به كأساس يعتمد عليه منهجه في البحث وتنطلق منه إجراءاته، ويبني في ضوئه تحليله للنتائج وتفسيره لها، ولا يسأل عن دليله في هذه المنطلقات، ويعد أخذ منطلقات الباحث في الاعتبار إن لم يكن التسليم بها شرطا رئيسيا لكي يفهم القارئ هذا البحث ويدرك أبعاده [1]. وعلى هذا الأساس فقد بنينا دراستنا هذه على عدد من المسلمات هي :

- تعتبر الصحافة وسيطا بين أصحاب الحالات المنشورة في ركن " تكافل " وبين مختلف أفراد المجتمع من القراء.

---

[1] – أحمد رشدي طعيمة. تحليل المحتوى في العلوم الانسانية : مفهومه – أسسه – استخداماته . ط 2. (القاهرة : دار الفكر العربي ، 2008) ص 181.

- الصحافة تساهم في إنماء روح التضامن والتكافل بين مختلف أفراد المجتمع.
- تعرض الصحافة مشاكل الناس وقضاياهم التي يكون من بينها الحالات المنشورة في الركن، مما يؤدي إلى التعبير الواضح والتصريح عن الفاقة التي يعيشها هؤلاء.
- إن الصحافة وفي نشرها لأي مضمون إعلامي فإن غايتها من ذلك التأثير في قرائها، وإن اختلفت مستويات ذلك التأثير.
- إن الوظائف الاجتماعية للصحافة متغيرة وليست ثابتة أي أنها نسبية ، وذلك راجع إلى عدة عوامل ، من أهمها اختلاف البنيات الاجتماعية وتركيبتها والتغير الاجتماعي المستمر فيها من جهة ، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي في بنية وسائل الإتصال من جهة أخرى.

5 – المقاربة النظرية :

لا شك يستطيع المتفحص لتراث البحث في مجال الاتصال من ناحية والإعلام من ناحية أخرى، أن يلحظ بوضوح تنوع المداخل أو الاتجاهات النظرية المفسرة لعمليتي الاتصال والإعلام[1]، ومن ذلك النظريات النقدية والنظريات الاشتراكية وكذلك البنائية الوظيفية و الفينومينولوجية أو الظاهراتية وغيرها من النظريات السوسيولوجية.

ووفق ما سيتم الحديث عنه في هذه الدراسة من خلال تبيان دور وسائل الإعلام الجزائرية المقروءة في إرساء قواعد التضامن والتكافل الاجتماعيين مع أصحاب الحالات الإنسانية، فإن أنسب نظرية يمكن الاستناد إليها هي نظرية البنائية الوظيفية حيث يتم إدراج الإعلام كنسق فرعي يؤدي وظائف معينة في المجتمع لتحقيق التضامن بين أفراده.

---

[1] – محمد علي البدوي. دراسات سوسيو إعلامية . (بيروت : دار النهضة العربية ، 2006) ص 52 .

6 – المنهج البحثي :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التي استخدم فيها الباحث منهج المسح للحصول على المعلومات الخاصة بما نشر في ركن " تكافل " في جريدة الخبر ومسح المرجعية النظرية التي تؤسس لفهم الخلفيات العلمية والتاريخية لموضوع الدراسة.

حين يريد الباحث أن يدرس ظاهرة ما فإن أول خطوة يقوم بها هي وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كيفيا أو تعبيرا كميا ... والمنهج الوصفي مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الانسانية ومازال هذا هو الأكثر استخداما في الدراسات الانسانية حتى الآن وذلك نتيجة لصعوبة استخدام الأسلوب التجريبي في المجالات الانسانية [1] .

وتستهدف المسوح الوصفية وصف الظواهر الاجتماعية في صورة كمية، للكشف عن مدى قوة أو ضعف أي من هذه الظواهر في قطاع من قطاعات البناء الاجتماعي ، أو في مختلف أرجاء المجتمع[2].

7 – التعريفات الاجرائية لمفاهيم الدراسة :

- **الخدمة الاجتماعية و الرعاية الاجتماعية :** في التراث النظري للخدمة الاجتماعية فإن هناك فرقا بين مفهومي الخدمة الاجتماعية والرعاية الاجتماعية، ليس محل موضوعنا، لكننا في دراستنا هذه فقد استخدمنا المفهومين بمعنى واحد هو الآتي :

---

[1] – عمار بوحوش ، محمد محمود الذنيبات . مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث . ط 5 (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 2009) ص 138.

[2] – عبد الله محمد عبد الرحمن ، محمد علي البدوي. مناهج وطرق البحث الاجتماعي .(الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، 2002) ص 279 .

مصطلح يستخدم لوصف عدد متنوع من الطرق المنظمة لمساعدة الناس الذين يحتاجون لشيء لا يستطيعون الحصول عليه دون مساعدة.

- **التكافل الاجتماعي و التضامن الاجتماعي :** ونعني بهما نفس الشيء في هذه الدراسة وهو صور المساعدة بكل أنواعها التي يتلقاها الشخص الذي طلبها من طرف أفراد آخرين.
- **النظام والنسق الاجتماعيين :** كلا المصطلحين نعني بهما الشيء نفسه في دراستنا، وهما من المفاهيم المحورية في النظرية البنائية الوظيفية، ونقصد بهما شكل العلاقات المنظم بين عدة أجزاء فرعية تكونهما بحيث يؤدي كل فرع منهما وظيفة تجاه الفروع الأخرى.

8 – مجال الدراسة :

يتحدد مجال البحث على النحو التالي :

1 – المجال الموضوعي : تتولى هذه الدراسة تحليل مضمون ما نشر في ركن " تكافل " في جريدة الخبر بغض النظر عن الصفحة التي نشر فيها.

2 – المجال الزمني : تركز الدراسة على تحليل هذه المضامين خلال النصف الثاني من عام 2011 وتمتد من 01 جويلية إلى غاية 31 ديسمبر، أي خلال فترة ستة أشهر كاملة.

9 – أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من ضرورة الحصول على إجابات محددة عن حجم الخدمة الاجتماعية التي تقدمها جريدة " الخبر " كنموذج تم اختياره من سائر العناوين الصحفية في حقل الإعلام الجزائري، ومدى استخدام مختلف الاستمالات المعروفة في الفن الصحفي في تحرير مواضيع تلك الحالات المنشورة في ركن " تكافل "، من أجل استمالة القراء ودفعهم لمد يد العون لمن طلب المعونة عبر صفحات الجريدة.

كما يمكن أن تقدم الدراسة مؤشرات مهمة لمختلف المؤسسات الإعلامية و على الخصوص المكتوبة منها على تحمل مسؤوليتها القيمية تجاه قرائها الذين يعتبرون رأس مالها لا ينبغي التفريط فيهم، وذلك من أجل السعي لتقديم هذا النوع من الخدمات الاجتماعية لتكون صوت من لا صوت له وتصير وسيطا ايجابيا بين من يطلب المساعدة ومن يريد تقديمها.

كما تكمن أهمية الدراسة في سعيها إلى ترسيخ القيم المهنية النبيلة والإنسانية في العمل الإعلامي بوجه عام، ولفت انتباه المسؤولين على تلك المؤسسات بضرورة تنويع الوظائف التي تقدمها مؤسساتهم تجاه أفراد المجتمع لتلامس واقعهم المعاش، كما تعطي الدراسة إشارات للباحثين في مجالي الإعلام والاجتماع من أجل دراسة التأثيرات التي يمكن أن تحدثها هذه الرسائل الإعلامية المتمثلة في ركن " تكافل " على سلوكيات ووجدان القراء المتلقين، لأن دراستنا الحالية لم تهتم بهذا الجانب.

10 – أهداف الدراسة :

تنقسم أهداف الدراسة إلى شقين :

المستوى الأول النظري:

- ويشمل العرض التحليلي للتراث العلمي للخدمة الاجتماعية كوظيفة ومهنة، مع التعريج على ذكر التصورات النظرية لوظائف الصحافة تجاه الفرد والمجتمع.
- إلقاء الضوء على الوظائف المتعددة التي يمكن أن تضطلع بها وسائل الإعلام الجماهيرية في المجتمع وعلى رأسها الصحافة المكتوبة.

- المساهمة في تنمية وزيادة البناء المعرفي الذي يمكن الاعتماد عليه لخدمة أهداف الخدمة الاجتماعية بطرقها الأساسية، كما أشار لذلك " ماكدونالد " في معرض حديثه عن وظائف البحث في الخدمة الاجتماعية[1].
- المساهمة ولو بجزء قليل في إثراء المعرفة بالصحافة الجزائرية وبالأخص جريدة " الخبر ".
- الاستفادة المباشرة من التراث العلمي للخدمة الاجتماعية في خدمة المجتمع عن طريق الوصول إلى حلول للمشكلات التي تواجه الأفراد والجماعات.

المستوى الثاني التطبيقي :

- التعرف على المحتوى الذي تقدمه جريدة " الخبر " في موضوعاتها المنشورة في ركن " تكافل " وطريقة صياغتها التحريرية.
- التأكيد على الخدمة الاجتماعية والدور الايجابي الذي تقوم به جريدة " الخبر " في إرساء قيم التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم.
- التعرف على خصائص الحالات المنشورة في ركن "تكافل" وطرق صياغتها التحريرية.
- تيسير استخدام تقنية تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية وتبسيطه للطلبة الراغبين في استخدامه وتشجيعهم على ذلك.

11 – الدراسات السابقة :

لقد أجريت في السنوات الأخيرة الكثير من البحوث المرتبطة بالخدمة الاجتماعية في الجامعات الجزائرية ، غير أننا لاحظنا خلال تتبعنا لعدد من هذه الدراسات – مما توافر بين أيدينا واستطعنا الحصول عليه – أنها لم تكن مرتبطة أساسا بالإعلام المقروء ، و لم نوفق في الحصول على دراسات تخصصت في موضوع دراستنا للخدمة الاجتماعية وارتباطها بالصحافة

(1) – احمد مصطفى خاطر، محمد سيد فهمي، محمد محمود مهدلي. البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية .
(الاسكندرية : المكتبة الجامعية الحديثة، 2001) ص 54.

المكتوبة تحديدا، غير أننا استطعنا في المقابل من الحصول على بعض الدراسات الأخرى التي تقترب نوعا ما مع دراستنا الحالية وتتقاطع معها في بعض الجوانب كاستخدام الإعلام بشكل عام في مجال الخدمة الاجتماعية واستفادة الأخير منه، نستعرض في ما يلي بعضها حسب حداثتها :

الدراسة الأولى[1] :

دراسة غير منشورة للباحث الجزائري " العربي مهدي "، عبارة عن بحث مقدم من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع مقدمة إلى كلية العلوم الاجتماعية في جامعة وهران عام 2008 ، وجاءت بعنوان : " التضامن والمجتمع ".

لقد تحدثت هذه الدراسة عن عملية التضامن باعتبارها ظاهرة اجتماعية أصيلة في المجتمعات الانسانية وفي المجتمع الجزائري كذلك ، وقد اختار صاحب الدراسة أحد أحياء وهران الشعبية لتكون مجالا لدراسته، غير أن الدراسة اكتفت بالشق الاجتماعي لعملية التضامن في المجتمع ولم يرد الحديث عن أي دور إعلامي في ذلك.

الدراسة الثانية[2] :

دراسة للباحثة المصرية " هدى السيد موسى الطنباري " عام 1999 وهي بحث مقدم من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في كلية الخدمة الاجتماعية بالفيوم، وجاءت بعنوان: " دور الخدمة الاجتماعية في زيادة فعالية مراكز الإعلام – دراسة مطبقة على مراكز بكفر الشيخ" .

استهدفت الدراسة بلورة دور الخدمة الاجتماعية داخل مراكز الإعلام الداخلي ودعم دور هذه الأخيرة في التنمية المحلية، وقد انطلقت الدراسة من فرض رئيسي يؤكد وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسة الخدمة الاجتماعية وزيادة فعالية دور مراكز الإعلام، وانبثقت

---

[1] – مهدي العربي . " التضامن والمجتمع " . رسالة دكتوراه غير منشورة. (وهران : كلية العلوم الاجتماعية لجامعة وهران، 2008).

[2] - خليل عبد المقصود عبد الحميد. البيليوغرافيا الشارحة لدراسات وبحوث الخدمة الاجتماعية . مج 1 .(دون مكان النشر : دون دار نشر ، دون سنة نشر) ص ص 632 – 633.

منه أربعة فروض فرعية كلها تتحدث عن وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسة الخدمة الاجتماعية وبين :

- زيادة فعالية مراكز الإعلام في تحقيق أهدافها.
- تحقيق الرضا الوظيفي بين العاملين بمراكز الإعلام
- دعم العلاقات الانسانية داخل مركز الإعلام.
- زيادة الإمكانات المادية لمراكز الإعلام

وقد تم تصنيف الدراسة ضمن الدراسات التقويمية واستخدمت فيها عدة أدوات لجمع البيانات كالمقابلة شبه المقننة والمناقشات الحرة والاجتماعات، واستخدمت المسح الاجتماعي كمنهج، واستهدفت في عينتها جميع العاملين في مركز الإعلام بكفر الشيخ وعددهم (15) مفردة، وعينة عمدية قوامها 50 % من المستفيدين والمترددين على مراكز الإعلام بكفر الشيخ بأقسامه المختلفة وعددهم (100) مفردة.

وقد خلصت نتائج الدراسة إلى إثبات الفرض الرئيسي وجميع الفروض الفرعية.

الدراسة الثالثة[1] :

دراسة غير منشورة للباحثة عزه عبد العزيز عبد الله بعنوان : " المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية – دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الأهالي والأهرام خلال الفترة من 1978 إلى 1987 " وتعود إلى سنة 1992 .

وقد تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على ما إذا كانت الصحافة المصرية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية أم لا ، وما حدود هذه المسؤولية وحجمها في الأنشطة الاجتماعية المختلفة، وما المجالات التي يرتفع أو ينخفض فيها أداء المسؤولية الاجتماعية لهذه الصحف، وقد جاءت صياغة الاشكالية على النحو التالي :

---

[1] – سحر محمد وهبي. بحوث جامعية في الاعلام . (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1996) ص 153 .

إلى أي مدى التزمت كل من جريدة الأهرام وجريدة الأهالي في القيام بمسؤوليتها الاجتماعية كما وكيفا في الانشطة الاجتماعية المختلفة (السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية) خلال فترة الدراسة؟.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا لاستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها.

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى جريدتي الأهرام والأهالي خلال فترة الدراسة وتحليل أسلوب معالجتهما للوظائف في المجالات الأربعة.

وفي ما يخص عينة الدراسة فقد وقع اختيار الباحثة على الفترة الزمنية من فبراير 1978 حتى ديسمبر 1987، وتم اختيار العدد الأسبوعي للأهرام لأنه أكثر الأعداد توزيعا، ولأن صحيفة الأهالي صحيفة أسبوعية لتحقيق التكافؤ بين الصحيفتين، واختيرت العينة بطريقة عشوائية منتظمة حيث اختير العدد الأول عشوائيا وكان الأسبوع الثالث من شهر فبراير 1978 وكان العدد الثاني الأسبوع الرابع من شهر مارس وهكذا..

ومن بين النتائج التي خلصت إليها الباحثة في دراستها هي تساوي كل من الأهالي والأهرام في المسؤولية الاجتماعية في المجالات الأربعة حيث نجحت كل منهما في الاعتماد على نوعية الأساليب المنطقية بشكل أساسي بينما جاء الاعتماد على الأساليب العاطفية ضعيفا جدا في المجالات الأربعة.

هذه الدراسات التي أشرنا إليها هنا تفيد دراستنا في التأكيد على العلاقة المزدوجة بين الإعلام والخدمة الاجتماعية وطرق استفادة كل منهما من الآخر وخاصة في الدراستين الأوليتين، وتفيدنا الدراسة الثالثة في ربط الجانب الاعلامي بالتضامن في المجتمع من خلال ما تقدمه الوسائل الإعلامية من مضامين ورسائل تعزز هذا المنحى، بينما الدراسة الأخيرة فيمكن من خلالها إجراء بعض المقارنات مع دراستنا هذه في ما يخص الاستمالات المستخدمة في الإقناع ووظائف الصحف في البلدين.

الدراسة الرابعة[1] :

بحث منشور للباحثة المصرية " وفاء هانم محمد مصطفى الصادي " عن دار الفكر العربي بالقاهرة عام 1985 بعنوان : " الإعلام وطريقة تنظيم المجتمع " .

وقد استهدفت هذه الدراسة تحديد الكيفية التي تستطيع بها طريقة تنظيم المجتمع استخدام الإعلام كوسيلة لتحقيق أهدافها، وكذا التعرف على دور تنظيم المجتمع في العملية الإعلامية في المجتمع بوجه عام، كما تناولت الباحثة في دراستها، العلاقة بين الإعلام وتنظيم المجتمع من حيث جوانب الإتفاق، ثم الإعلام كأحد عمليات تنظيم المجتمع، وتناولت بعد ذلك دور طريقة تنظيم المجتمع في الإعلام، ومن بين ما ذكرته الباحثة في دراستها من نتائج و توصيات :

- ضرورة استخدام ركائز الخدمة الاجتماعية الجماهيرية في الإعلام وتوصيل التأثير الاجتماعي واستثماره بين الجماهير.
- تنوع عمليات الممارسة التي تقوم بها طريقة تنظيم المجتمع في الإعلام على النحو التالي : عمل مباشر مع الجماهير وفيها تستخدم نظريات الاتصال المباشرة، وعمل آخر غير مباشر ويتم مع أجهزة الإعلام ذاتها.
- تدعيم أساليب الإعلام بالمبادئ المهنية والاستراتيجيات والأدوات المستخدمة في تنظيم المجتمع.
- التنسيق بين أجهزة الإعلام ورجل الخدمة الاجتماعية لإحداث التكامل بينهما بما يفيد الرسالة الإعلامية.

---

[1] - خليل عبد المقصود عبد الحميد. البيليوغرافيا الشارحة لدراسات وبحوث الخدمة الاجتماعية . مج 2 .(دون مكان النشر : دون دار نشر ، دون سنة نشر) ص 476 .

11 .1 – تعقيب على الدراسات السابقة :

1- تنوع الدراسات التي تناولت موضوع الخدمة الاجتماعية وعلاقتها بالإعلام ، كدراسة تأثير الخدمة الاجتماعية على المراكز الإعلامية واستخدام طرق الخدمة الاجتماعية في الاعلام، وقد ركزنا نحن في دراستنا على العلاقة العكسية بينهما بدراسة الإعلام وتوظيفه للخدمة الاجتماعية.

2- أكدت هذه الدراسات على حاجة الخدمة الاجتماعية لتوظيف الإعلام في تعزيز ممارساتها، وتسعى دراستنا إلى تأكيد دور الإعلام في توظيف وتحقيق الخدمة الاجتماعية.

3- كما أن دراستنا هذه قد استفادت من تلك الدراسات السابقة في بعض الجوانب النظرية.

4 – استخدمت الدراسات السابقة مفهوم الإعلام بمعناه الواسع الذي يضم الوسائل والوظائف والتأثيرات، بينما حددناه نحن في وسيلة بعينها ووظيفة محددة.

5 – تنوعت الدراسات السابقة في اعتمادها على أدوات جمع البيانات العلمية من المبحوثين وقد اعتمدنا نحن على تقنية تحليل المضمون كأداة رئيسية ووحيدة.

الفصل الثاني :

الخدمة الاجتماعية من عمل تطوعي إلى مهنة متخصصة

1 – مفهوم الخدمة الاجتماعية :

ليس شيئا أصعب على الباحث من اجتهاده لوضع تعريف شامل ودقيق لأي مصطلح كان، وخاصة في العلوم الانسانية والاجتماعية أين تتغير الظواهر والحوادث ومسميات الأشياء ولا تستقر على حال واحدة ، وتزداد تلك الصعوبة أكثر إذا ارتبطت بشيء جديد ، فإن الاختلاف فيه بين الباحثين أكيد ، وفي هذا الصدد فقد تباينت آراء وتعريفات الباحثين الاجتماعيين لمسمى " الخدمة الاجتماعية " ، بل وصل الأمر ببعض الدراسات الدولية أن اعترفت بصعوبة وضع تعريف دقيق لها.

" صعوبة وضع تعريف للخدمة الاجتماعية حسب دراسة للأمم المتحدة [1] " بهذه الجملة المختصرة تكون هذه الدراسة قد وضعت يدها على الكلام الفصل في هذه القضية ، فلقد اجتهد كثير من العلماء والباحثين في محاولة ايجاد تعريف جامع مانع لمسمى " الخدمة الاجتماعية " ولقد تباينت – إزاء ذلك – آراؤهم وتقاطعت في كثير من المفاهيم كاعتبارها نظاما اجتماعيا أو مهنة أو خدمة انسانية وإحسانا إلى الانسان أو أسلوبا أو طريقة لخدمة المجتمعات الانسانية على اختلافها ، وسبب ذلك راجع إلى التطورات الكبيرة والمتسارعة التي شهدتها الخدمة الاجتماعية منذ انطلاقتها الفعلية في بدايات القرن العشرين.

جاء في معجم علم الاجتماع أن " الخدمة الاجتماعية مصطلح يستخدم لوصف عدد متنوع من الطرق المنظمة لمساعدة الناس الذين يحتاجون لشيء لا يستطيعون الحصول عليه دون مساعدة[2] " .

لكن هذا التعريف قد ذكر جوانب محددة فقط في ميدان نشاط الخدمة الاجتماعية ، ولم يلمّ بكل الجوانب الأخرى، حيث ربط التعريف وجود الخدمة الاجتماعية بحاجة الناس – وإن كان ذلك صحيحا – إلا أنها مرحلة قد تجاوزتها هذه المهنة الحديثة نسبيا[*] بالاضافة إلى عدم وصفه تلك

---

[1] – محمد سيد فهمي . مدخل في الخدمة الاجتماعية. (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 2001) ص 12.

[2] – عبد الهادي الجوهري. معجم علم الاجتماع. (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 1999) ص 89 .

[*] – راجع في ذلك : " تطور الخدمة الاجتماعية " في هذا الفصل من الدراسة في الصفحة رقم 27.

الطرق المنظمة " بالعلمية " ، عكس ما ذهبت إليه " مادلين دلبرل M.Delbrel " في تعريفها للخدمة الاجتماعية حيث وصفتها بأنها : " الجهود العلمية والعملية التي تهتم أولا بمساعدة الفرد غير القادر على العثور على نصيبه من الخير في المجتمع ، وتهتم ثانيا بمساعدة المجتمع غير الكامل على القيام بمهمته الوقائية نحو الأفراد[1]".

وقد عرفها " ماكس سيبورين Max Siporin " عام 1975 م بقوله : " الخدمة الاجتماعية كمهنة هي أسلوب وطريقة ونظام اجتماعي لمساعدة الناس وذلك من أجل علاج وحل ومنع المشكلات الاجتماعية التي تواجههم والوقاية منها ولتدعيم أدائهم لوظائفهم الاجتماعية ".

وجاء في تعريف عبد المنعم شوقي 1966 م : " الخدمة الاجتماعية هي نظام اجتماعي مرن يشترك في طرقه الأساسية مع بعض النظم الأخرى الاجتماعية ، ويقوم بالعمل فيها مهنيون مختصون ، ويهدف إلى مقابلة احتياجات الأفراد والجماعات وإلى النمو والتكيف في المجتمع إذا فشلت النظم الاجتماعية الأخرى ، كما يهدف إلى مساعدة تلك النظم على النمو والامتداد حتى تقابل حاجات الفرد والجماعات والمجتمعات بطريقة أكثر كفاءة "[2] .

ويعتبر تعريف "شوقي" من أحسن هذه التعاريف وأشملها للخدمة الاجتماعية – حسب ما توفر لدينا من تعريفات – فقد أضاف لها بعدا جديدا وهو طرقها الرئيسية الثلاثة : خدمة الفرد ، خدمة الجماعة وتنظيم المجتمع [**] ، بالاضافة إلى كون التعريف يحمل بعدا نظريا مهما وهو النظرية البنائية الوظيفية – التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة – فحصره هدف الخدمة الاجتماعية في مقابلة احتياجات الناس سواء كانوا أفرادا أو جماعات بفشل النظم الاجتماعية الأخرى عن القيام بمهامها ، هو عين ما تتبناه النظرية السابقة في إحدى فرضياتها.

كما يعرف باحثون آخرون الخدمة الاجتماعية باعتبارها " مهنة ذات طرق علمية لخدمة الانسان والنظام الاجتماعي ويساعد كل منهما على حل مشكلاته وتنمية قدراته ويساعد النظم

---

[1] – سعد عبد السلام حبيب . الخدمة الاجتماعية العمالية . (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، دون تاريخ) ص 13.

[2] – محمد سيد فهمي.الرعاية الاجتماعية الاسلامية .(الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر 2006) ص 134.

[**] – راجع هذه الطرق في الصفحة رقم 33 .

الاجتماعية على حسن القيام بدورها ، كما تعمل على ايجاد نظم اجتماعية جديدة تظهر حاجة المجتمع إليها في سبيل تحقيق رفاهية أفراده ، وتقوم على أسس وحقائق علمية وبهذا تؤدي ممارسة الخدمة الاجتماعية إلى التحسين والتغيير في المجتمع[*] [1] .

وغير بعيد عن هذين التعريفين وملمحهما النظري يعرّف أحمد كمال أحمد الخدمة الاجتماعية بقوله : " الخدمة الاجتماعية طريقة علمية لخدمة الانسان ونظام اجتماعي يقوم بحل مشكلاته وتنمية قدراته ومعاونة النظم الاجتماعية الموجودة في المجتمع للقيام بدورها وايجاد نظم اجتماعية يحتاج المجتمع لتحقيق رفاهية أفراده"

ومن التعاريف الحديثة للخدمة الاجتماعية ما حدده قاموس الخدمة الاجتماعية عام 1995م بأنها العلم التطبيقي لمساعدة الناس على تحقيق مستوى فعال من الأداء الاجتماعي النفسي، والتأثير في التغيرات المجتمعية لتعزيز الرفاهية لجميع الناس[2] .

يبرز الاختلاف في مسمى الخدمة الاجتماعية بين هذه التعاريف للخدمة الاجتماعية التطور المتسارع الذي عرفته ، فجاء كل تعريف وفق ما كان متعارفا عليه آنذاك ، غير أن هذا الاختلاف في التعريفات يعتبر " اختلاف تنوع " وليس "اختلاف تضاد ".

لقد وصف هذا التعريف الأخير للخدمة الاجتماعية بخاصية مهمة جدا وهي " المهنة " ، بعد أن تمّ الاعتراف بها دوليا بأنها مهنة قائمة بذاتها كسائر المهن الأخرى الموجودة في المجتمع ، ولم تعد نشاطا خيريا فحسب كما كانت بداياتها الأولى ــ وإن كان تقديم الخير للناس لا يزال في لب خدماتها وجوهرها الأساسي ــ وصار صاحب هذه المهنة يسمى " الاخصائي الاجتماعي".

---

[*] – نفس هذا التعريف موجود في كتاب " الرعاية الاجتماعية الاسلامية لمحمد سيد فهمي " ونسبه المؤلف إلى الباحثة هيلين ويتمر عام 1942 ، راجع الكتاب ص : 134.

[1] – عبد المنصف حسن رشوان . ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم .(الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 2006) ص 131 .

[2] – محمد سيد فهمي . الخدمة الاجتماعية : التطور– الطرق– المجالات . ط 1 (الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، 2007) ص ص 30 – 31 .

ولعل هذه الاختلافات الحاصلة بين الباحثين لمسمى " الخدمة الاجتماعية " يعكس حقيقة واحدة وهي أن هذه المهنة قد شهدت تطورات كبيرة جدا منذ أن كانت مجرد فكرة لتقديم الخير للمجتمع إلى أن صارت إلى ما صارت إليه اليوم من مهنة متخصصة في المجتمع.

وفي محاولة لتجاوز هذه الاختلافات في تعريف الخدمة الاجتماعية بين الباحثين الاجتماعيين، يقترح الباحثان " خليل درويش " و " وائل مسعود " مجموعة من العناصر نحو تعريف إجرائي للخدمة الاجتماعية ، وهي :

- تعد الخدمة الاجتماعية مهنة متخصصة تقوم على العلم والفن (أي المهارة) .
- يمارس الخدمة الاجتماعية اخصائيون اجتماعيون يلتزمون بأخلاقيات المهنة وبفلسفتها ومبادئها وقيمها.
- تتحرك الخدمة الاجتماعية في اطار ايديولوجية المجتمع.
- تشكل الخدمة الاجتماعية نظاما اجتماعيا يهدف إلى إشباع حاجات الناس كأفراد وجماعات ومجتمعات.
- تسهم الخدمة الاجتماعية في تدعيم العلاقات الاجتماعية بين الناس.
- تتدخل الخدمة الاجتماعية بهدف إحداث تغيير مقصود ومرغوب فيه على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمعات وفي المجالات المختلفة التي تنشط فيها ، وتسعى الخدمة الاجتماعية إلى تحقيق التكيف المتبادل بين الانسان وبيئته الاجتماعية وحل مشكلاته والوقاية منها فضلا عن تنمية قدراته إلى أقصى حد ممكن[1] .

في هذه المؤشرات التي وضعها الباحثان، يحصران فعل " الخدمة الاجتماعية " في الأخصائي الاجتماعي فقط ، وهذا شيء منطقي ومقبول كونها مهنة متخصصة لا يقوم بها إلا أهلها، غير أن تلك المؤشرات خلت من الإشارة إلى غير الأخصائي ودوره البارز في إرساء قواعد المهنة

---

[1] – خليل درويش ، وائل مسعود . مدخل إلى الخدمة الاجتماعية . (القاهرة : الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، 2009) ص 49 .

وتقديم خدمة موازية لما يقوم به الأخصائي الاجتماعي في مهنة

" الخدمة الاجتماعية " وبذلك يسدّان الطريق أمام كل من أراد القيام بهذه الخدمة ممن يمتلك المهارة والقدرة على تغيير حال الأفراد ايجابيا ونجحوا في ذلك كالصحافة المكتوبة أو الجمعيات مثلا ، وإن كنا – في نفس الوقت – لا ننكر أحقية الأخصائي الاجتماعي بذلك ، لكن تعمل بجانبه فئات أخرى تؤدي نفس الخدمة أو قد تفوقه في بعض الأحيان ، وإن لم تلتزم بالطرق العلمية في ذلك.

2 – نشأة وتطور الخدمة الاجتماعية :

يعد التضامن والتكافل وجهان لعملة واحدة في الخدمة الاجتماعية ، حيث يعتبران المادة الخام لهذه المهنة ، ومهما اختلفت المفاهيم فإن جوهر كليهما يقتضي تقديم المساعدة للمحتاجين ومن اضطرتهم ظروفهم الخاصة لطلب العون ممن هم أقدر على تقديم المساعدة من خلال صفحات الجرائد الوطنية.

يعتبر التضامن الطبيعي القائم على الروابط العائلية من أقدم الظواهر التي نشأت بحيث تعلق مضمونه بالأفراد الذين يندفعون بطريقة طبيعية لإنشاء تضامن مع الذين تربطهم بهم روابط الدم ، إنه تضامن طبيعي وغير إرادي كونه يظهر من الحواس والجوارح الداخلية التي لا تستلزم التفكير للقيام به[1].

ومن روح المساعدة هذه والمغروسة في فطرة الإنسان، بدأ التفكير في تنظيم عمليات المساعدة إلى أن وصلت إلى ما يسمى اليوم " بالخدمة الاجتماعية " ، فكيف نشأت هذه الخدمة وكيف تطورت ؟

إن الخدمة الاجتماعية مهنة حديثة النشأة نسبيا ، إلا أن جذورها الأولى تمتد في البعيد ، وقد ظهرت أساسا في المجتمعات الغربية ، وكانت تستهدف تقديم العون والمساعدة لفئات معينة من الناس ممن عجزوا عن سد حاجياتهم الأساسية من المأكل والملبس وغيرهما.

وقد ارتبطت أصولها " بالدوافع الدينية والإنسانية التي استهدفت مساعدة الضعفاء والمحتاجين، والأخذ بيدهم وتقديم المساعدة لكل من تقف الصعاب والعقبات في سبيل حصوله على حاجاته الأساسية[2] " و " قد نشأت هذه المهنة عبر أنشطة الرعاية المختلفة في انجلترا وتطورت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتقلت إلى أغلب بلدان العالم [3] " ، " فقد بدأت الخدمات الاجتماعية الحكومية في انجلترا عام 1601 م في صورة قانون الفقراء وإن كانت فلسفة هذا

---

[1] – مهدي العربي . مرجع سابق . ص 4.

[2] – محمود حسن . مقدمة الخدمة الاجتماعية . (بيروت : دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، دون تاريخ) ص 11.

[3] – نورهان منير حسن. طريقة الخدمة الاجتماعية في الدفاع الاجتماعي . (القاهرة : المكتب الجامعي الحديث، 2009) ص09 .

القانون أبعد ما تكون صلة بدوافع الخدمة الاجتماعية بمعناها الحالي فقد ظهر القانون لحماية الأغنياء من الفقراء وتشمل فئات الأطفال المشردين والأرامل والمطلقات والمتعطلين وكبار السن ومرضى وضعاف العقول وأصحاب العاهات والمرضى بأمراض معدية أو أمراض سرية ، ومن هذه الفئات نتجت جميع أنواع الموبقات والفوضى الاجتماعية ، فقانون الفقراء استهدف حماية الأغنياء من هذه الفئات[1] " .

لقد كانت مظاهر الفقر في أول الأمر من أهم المشكلات التي جذبت اهتمام المصلحين الاجتماعيين ، لذلك كانت الصور الأولى للرعاية الاجتماعية تدور حول البر بالفقراء والمحتاجين ، ثم انتقل الاهتمام إلى حالات أخرى كحالات المعوقين والمسنين والأيتام ، كما أقيمت المؤسسات لرعاية هذه الفئات ، وكان الاهتمام ينصبّ على تقديم المساعدة المباشرة للأفراد من ملبس ومأكل ومسكن دون إدراك بفهم مشاعرهم وأحاسيسهم وإعادة تربيتهم ، وفي مرحلة متقدمة اهتمت بعض الحكومات بإصدار تشريعات الرعاية الاجتماعية كمحاولة منها لمعاونة هذه الطبقة الكادحة[2] هذا وقد تطورت الطرق النظامية في إسعاف الفقراء والمحتاجين وأصحاب المشكلات الاجتماعية بعد القرن 19 م تطورا كبيرا[3] حيث أصبحت تقوم على أساس علمي في تقديم المساعدات لذوي الحاجة من الأفراد والجماعات بدلا من قيامها فقط على دوافع الإحسان وحب الخير وهي الصورة التقليدية ، كما نشأت فئة جديدة من المتخصصين ، وهم الأخصائيون الاجتماعيون الذين يتلقون من الدراسات النظرية والتدريبات العملية ما يؤهلهم للقيام بمتطلبات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية[4] وللتأكيد على هذا التطور الذي شهدته الخدمة الاجتماعية حتى وصلت إلى مصاف المهن وأنها ليست مجرد خدمة إنسانية أو عمل بر وإحسان للفقراء والمحتاجين أن فنّد بعض الباحثين هذه الفكرة التي ارتبطت في أذهان الناس بقوله: " إن هذا الاعتقاد خاطئ وفيه ظلم وتجنّ على الخدمة الاجتماعية " [5].

---

[1] – سلوى عثمان الصديقي . خدمة الفرد في محيط الخدمة الاجتماعية . (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 2003) ص 31 .

[2] – محمد سيد فهمي . الرعاية الاجتماعية الاسلامية . مرجع سابق . ص 172 .

[3] – صلاح الدين شروخ . مدخل في علم الاجتماع . (عنابة : دار العلوم للنشر والتوزيع ، 2005) ص 110 .

[4] – محمد سيد فهمي . الرعاية الاجتماعية الاسلامية . مرجع سابق . ص 133 .

[5] – خليل درويش ، وائل مسعود . مرجع سابق . ص 43 .

إن مجرد الإحسان لم يعد قوام الخدمة الاجتماعية في العصر الحديث ولم يعد التسكين والعلاج المؤقت هو هدفها ومرماها .. إن المساعدات الاجتماعية اليوم أصبحت تقوم على علم وفن ، وأصبحت غايتها الأولى هي في تمكين الأفراد والأسر من التكيف الحسن للحياة ومن التفاعل السليم مع المجتمع[1].

لقد تعددت بذلك الطرق والأدوات والوسائل التي تستخدمها مختلف مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المجتمع إلا أن غايتها تبقى واحدة وهي الوصول إلى من ضاقت بهم السبل في تحصيل حاجياتهم الأساسية بأنفسهم بالإضافة إلى زيادة تكيف الأفراد مع بيئتهم الاجتماعية.

هذا التطور الحاصل في الوسائل التي تستخدمها الخدمة الاجتماعية في الوصول إلى "عملائها" من شكلها التقليدي إلى شكلها الحديث المعاصر، أرجعه بعض الباحثين إلى سببين رئيسيين هما:

– التغير في نوعية المشكلات حيث أصبحت تتناول العديد من المشكلات فلم يعد الفقر والمرض هما المشكلات الأساسية .. بل تعدت إلى مشكلات الانحراف والإدمان والاغتصاب ، كما تضاعفت مشكلات الأسرة بأنواعها المختلفة.

–التقدم العلمي والتكنولوجي .. حيث أصبحت الطرق التقليدية لا تستطيع أن تفي باحتياجات طالبي المساعدات وإنما استحداث طرق جديدة وأساليب للعمل ينفذ من خلالها الأخصائي الاجتماعي أهداف الخدمة الاجتماعية[2] .

- **دوافع ساعدت على تبلور وتطور الخدمة الاجتماعية :**

1 – دوافع دينية : حيث حضت الأديان بالأخذ بيد الإنسان الضعيف والمحروم والفقير والمريض أو الذي يتعرض لصعوبات، و خاصة أن للدين مكانة عالية في نفوس الأفراد بجانب ما وعد به الخالق من حسن الجزاء لمن يقدمون هذه المساعدات.

---

[1] – سعد عبد السلام حبيب . مرجع سابق . ص 14 .

[2] – محمد محمود مهدلي . الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية . (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 2005) ص 183 .

2 – دوافع إنسانية : تنبع من شعور الإنسان بأن ما يتمتع به لا بد أن يشاركه فيه المحروم وذلك نتيجة الإيمان بآدمية الإنسان وإحساسهم بالآلام التي يعانيها الغير.

3 – دوافع نفعية : وهي دوافع لم تنبع في الأصل من الإنسان لخدمة غيره ولكن لخدمته هو، فصاحب المصنع الذي يقدم خدمات إسكان وحضانة وتغذية ورعاية صحية لعماله ، فإنما يهدف إلى مساعدة العمال على تحقيق أفضل إنتاج أي الهدف الأساسي تحقيق مصالحه، ولو أنه في الوقت نفسه سيعود على العمال بالخير[1].

لقد أصبح الولاء الديني من أقوى الدوافع لتقديم البر والإحسان ، ويمكن ملاحظة هذا الدافع في كل الأديان القديمة في الفلسفة الصينية والهندية والمصرية وفي التقاليد اليونانية والرومانية وعندما ظهرت اليهودية والمسيحية كان الدافع الأول للإحسان هو الرغبة في الخلاص والحصول على رضاء الرب واكتساب رحمته وتقديم الأعمال الصالحة استعدادا للحياة الأخرى[2] كما جاء الإسلام بعد ذلك ليحث على السعي في حاجة المسلم لأخيه المسلم في ما هو يسير، فما الظن بما هو أعظم من ذلك ككسوته أو إطعامه أو قضاء دينه أو سد حاجة من حاجاته، لا شك أنه من باب أولى.

لقد حوت الكثير من الحالات المنشورة في ركن تكافل في جريدة " الخبر " إشارات إلى البعد الديني كالتذكير بالمثوبة والأجر من الله تعالى نظير تقديم العون لإخوانهم المسلمين في محاولة لاستمالة القراء من الناحية العاطفية والوجدانية، ولا يخفى ما لهذا العامل من بالغ الأثر في نفوس القراء.

فالدين يحتوي على جملة من الوظائف الاجتماعية داخل المجتمع، ومن جملة هذه الوظائف التضامن الاجتماعي[3] كما يتسم التكافل الاجتماعي بالبعد الاجتماعي والاقتصادي، لأنه يضمن للمواطن في المجتمع حد الكفاية أو حد الغنى أي أنه يضمن للعامل المستوى اللائق وهو فوق

---

(1) – **محمد سيد فهمي . مدخل في الخدمة الاجتماعية . مرجع سابق . ص 144.**

(2) – **محمود حسن . مرجع سابق . ص 24 .**

(3) – **بومحرات بلخير . « الدين بين التبرير السياسي والرباط الاجتماعي : حالة الجزائر » في : المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية . ع 02 ، جوان 2010 ، ص 177.**

حد الكفاف ، أي المستوى الأدنى للمعيشة ، وبهذا يضمن الإسلام بالتكافل الاجتماعي لكل فرد في المجتمع بوصفه إنسانا المستوى اللائق للمعيشة، وهو ما يوفره الشخص عادة لنفسه بمجهوده وعمله ، فإن نفقة مثل هذا الشخص تكون واجبة باسم التكافل الاجتماعي على جميع أفراد المجتمع[1] وفي الحديث أن رسول الله صلى الله عليه وسلم أثنى على هؤلاء الأشعريين الذين كانوا في وقت الحاجة يتضامنون فيما بينهم ، يتضامن صاحب السعة مع المحتاج ، عن أبي موسى الأشعري رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " إن الأشعريين إذا أرملوا في الغزو أو قل طعام عيالهم بالمدينة جمعوا ما كان عندهم في ثوب واحد ثم اقتسموه بينهم في إناء واحد بالسوية ، فهم مني وأنا منهم " [(*)] ... ويقرر الإسلام ضرورة من كان عنده ما زاد على حاجته أن يعطي من كان محتاجا لا يملك ضرورات الحياة، وهذا العطاء من أكبر الدلائل على الايمان[2].

لقد اجتهد عدد من الباحثين في التعريف بالأهمية التي يوليها الاسلام للتكافل، منهم د. عبد العال أحمد عبد العال الذي وضع عشرة نقاط تحدد الاطار الجامع للتكافل الاجتماعي في الاسلام، ثم قال بعدها : " يتحقق لدى الباحث أن تشريع الاسلام يهدف إلى تحقيق مطالب المعيشة للفئات المحرومة من الغذاء والكساء والمسكن، وما أشبهها، بل يجعله شاملا لكل نواحي الحياة المادية والمعنوية، إذ لم يقصر المشرع الاسلامي عنايته بالتكافل على المال فقط، بل وضع القواعد والنظم التي تحث عليه في كل المحيطات وسائر نواحي الحياة[3].

---

[1] – إدريس العلوي العبدلاوي . « التكافل الاجتماعي مظهر من مظاهر حماية حقوق الإنسان » في : الأكاديمية . ع 21 ، 2004 ، ص 67.

[(*)] – رواه البخاري ومسلم

[2] – أحمد عمر هاشم . « الاسلام دين التضامن » في : مجلة منبر الاسلام . ع 03 ، مارس 2009 ، ص 47.

[3] – عبد العال احمد عبد العال. التكافل الاجتماعي في الاسلام. (القاهرة : الشركة العربية للنشر والتوزيع، دون تاريخ) ص20.

3 – طرق الخدمة الاجتماعية :

بعدما تطورت الخدمة الاجتماعية وأصبحت علما مستقلا بذاتها وفرعا من فروع علم الاجتماع، كان ولابد على الباحثين المتخصصين في هذا المجال إيجاد طرق متعددة لتقديم هذه الخدمة إلى العملاء من أفراد المجتمع.

ولقد تم الانتقال في هذه الطرق من الجزء إلى الكل على طريقة الاستقراء أي من الفرد إلى المجتمع بأسره، والشكل التالي يوضح ذلك :

شكل رقم (1) : طرق الخدمة الاجتماعية

وفي مايلي أهم هذه الطرق المعترف بها للخدمة الاجتماعية وفق تسلسلها الزمني[*] :

I. **طريقة خدمة الفرد :** خدمة الفرد هي أول طريقة ظهرت في الخدمة الاجتماعية ، ولم يكن هذا المصطلح " خدمة الفرد " مستخدما ولا مطروقا حتى سنة 1897م ، وكانوا يقصدون به : دراسة العميل وبيئته دراسة دقيقة.

---

[*]– لقد تم التركيز أكثر على طريقة خدمة الفرد ، لأنها الطريقة المستخدمة التي يمكن إسقاطها على ما تقوم به جريدة الخبر في ركنها " تكافل " وهي التي تخدم أهداف الدراسة.

كان الفضل في نشأة وتقدم خدمة الفرد وتبلورها وظهورها كطريقة فنية علمية إلى " ماري ريتشموند " حيث أصدرت كتابها المشهور " التشخيص الاجتماعي " عام 1917م ومنذ ذلك التاريخ وخدمة الفرد تتدعم وتزداد رسوخا حتى أصبح لها مبادئها ومنهجها المتكامل[1].

ومصطلح " خدمة الفرد "هو ترجمة للمصطلح الأجنبي Case Work [*] وهو يعني " دراسة الحالة " ، ومع ظهور مهن أخرى تهتم بدراسة الحالة، كان لابد من إضفاء الصفة الاجتماعية على اللفظ لتمييزها عن تلك المهن الأخرى وتحدد الصفة الاجتماعية لها ، ولذلك أضيف لها لفظ Social فأصبحت Soial Case Work وقد اصطلح على تسميتها " خدمة الفرد " لتشير إلى هذا المعنى بما تتضمنه من مفهوم اجتماعي[2] .

هذا من حيث تاريخ النشأة وأصل المصطلح، أما تعريفات الباحثين الاجتماعيين لهذه الطريقة فلم تختلف كثيرا ، كون هذه الطريقة موجهة للإنسان الفرد بدرجة كبيرة وتقديم خدمة له.

عرّفت " هيلين برلمان " عام 1957م طريقة خدمة الفرد بقولها : " خدمة الفرد عملية تمارس في مؤسسات اجتماعية لمساعدة الأفراد على المواجهة الفعالة للمشكلات التي تعوق أدائهم لوظائفهم الاجتماعية " وعرّفها " إقبال بشير " بقوله : " مهنة تقوم بتقديم خدمات لمن يحتاجون المساعدة في مشكلاتهم الشخصية والاجتماعية وهدفها هو تخفيف العناء ومعاونة الفرد على بلوغ التوافق الأفضل الشخصي والاجتماعي"[3] .

ما يلاحظ في تعريفات الباحثين لطريقة خدمة الفرد أنها لا تعني فقط مساعدة الفرد الفقير أو المحتاج، وإنما ركزوا على قضية المشكلات الشخصية والاجتماعية التي تعترض الفرد في حياته مما يجعله لا يتكيف جيدا مع مجتمعه، وهذا يؤكد على النظرة الاستشرافية المستقبلية التي كانت ينظر بها إلى الخدمة الاجتماعية وأنها لم تعد تقتصر على المساعدات المالية أو العينية فقط.

---

[1] – محمد سيد فهمي . مدخل في الخدمة الاجتماعية . مرجع سابق . ص 122.

[*] – المقصود بها اللغة الانجليزية.

[2] – سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص 25.

[3] – سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص 44 ،ص 49 .

عناصر خدمة الفرد :

لهذه الطريقة الأولى من طرائق الخدمة الاجتماعية عدة عناصر ، تمثل في مجموعها كيفية عمل هذه الطريقة، وقد حددها الباحثون في ثلاثة عناصر رئيسية، نحاول من خلالها القيام بعملية إسقاط لما تقوم به جريدة الخبر في ركنها " تكافل " على هذه الطريقة :

1. العميل أو الحالة :

يطلق هذا الاسم على طالب المساعدة ، فالعميل فرد (أو حالة) له حاجياته ومشاكله، عجز عن مواجهتها بنفسه ، ويشعر بحاجته للمساعدة ، ويطلبها من مؤسسة تنطبق عليه شروطها ويتعاون معها للوصول إلى هدفه[1] .

هذا بالنسبة للمؤسسات الأولية للخدمة الاجتماعية التي تضع عددا من الشروط ليستفيد الفرد من إعاناتها فلا تذهب إلا لمستحقيها، أما بالنسبة للمؤسسات الثانوية الأخرى وإن كانت تسعى للوصول إلى المستحقين فإنها لا تضع شروطا معينة، لأن تقديم الخدمة الاجتماعية عندها ليس هدفا وحيدا لديها، وإنما هو من جملة أهدافها أو وظائفها.

ونفس الشيء ينطبق على كل الحالات المنشورة في ركن " تكافل " في جريدة " الخبر " خلال فترة الدراسة بمعنى أن نسبة 100 في المائة من تلك الحالات هي لأفراد يطلبون المساعدة من ميسوري الحال، وأغلبها هي مساعدات مالية ثم تأتي بعد ذلك المساعدات العينية ومساعدات من نوع آخر[*] .

2. المشكلة أو الموقف :

يواجه الفرد العديد من المشكلات والعقبات منها البسيط ومنها المعقد ومنها العارض ومنها المستمر والذات القوية يمكنها مواجهة هذه المشكلات بقدر مناسب من النجاح أو التعامل معها بقدر من التوافق ، ولكن أحيانا قد تعجز قدرات الذات عن مواجهة الموقف بفاعلية مناسبة أو قد

---

[1] – سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص 72 .

[*] – كمن يطلب ترخيصا أو مساعدة إدارية مثلا.

تصاب بعجز مفاجئ في وظائفها المختلفة لتصبح عاجزة إلى حد ما عن تناول الموقف البسيط منه، فتطلب المساعدة أو العون[1] .

وأغلب المشكلات التي يعاني منها أصحاب الحالات المنشورة في ركن " تكافل " هي مشكلات " صحية " نتيجة عدة أسباب كالتشوه الخلقي، حوادث المرور و الأمراض المفاجئة، والكثير منهم تستدعي تكاليف علاجهم أموالا طائلة لتعقد حالاتهم مع ضرورة نقلهم لمستشفيات أجنبية عربية وغربية بسبب عدم إمكانية معالجة الأغلبية العظمى من هذه الأمراض في الجزائر .

هذا يعني أن كل الحالات المنشورة هي لأمراض ليست بالهينة وإنما هي لحالات تفوق تكاليف علاج بعضها ميزانية الفرد عشرات بل وحتى مئات المرات[*].

3. المكان أو المؤسسة الاجتماعية :

يطلق على المكان الذي يلجأ إليه العميل للحصول على المساعدة في الموقف الاشكالي لفظ المؤسسة الاجتماعية، وقد يلجأ إليها الفرد ذاتيا أو محولا من جهات أخرى لمساعدته في الموقف الاشكالي الذي يعاني منه[2] .

وفي دراستنا هذه يلجأ العميل أو الحالة إلى جريدة " الخبر " لنقل انشغالاته، وهذا هو الشيء الجديد في مؤسسات الخدمة الاجتماعية التي أضافت إلى نفسها مؤسسات أخرى كوسائل الاتصال الجماهيري التي لم تكن كذلك قبلاً ، حيث يقصد أصحاب الحالات المنشورة في ركن " تكافل " هذه الجريدة[**] لإسماع معاناتهم ، و كثيرا ما كنت الجريدة سببا لتلقيهم المساعدة التي يرجونها.

---

[1] – سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص 81 .

[*] – مثل حالة الفتاة التي بترت ذراعها وتتطلب تكاليف العملية مليار سنتيم حسب ما طلبته منها إحدى العيادات الخاصة في سطيف ، كما هو موجود في أحد الحالات المنشورة.

[2] – سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص 95 .

[**] – الأمر ليس مقصورا فقط على جريدة " الخبر " وإنما الأمر كذلك بالنسبة لجريدة الشروق مثلا ووسائل إعلامية أخرى.

حيث يقوم من يرغب من القراء في تقديم المساعدة لأي حالة من الحالات المنشورة في ركن " تكافل " الاتصال مباشرة بجريدة " الخبر " التي عرضت تلك الحالة في ظل عدم وجود أرقام هاتفية لأصحاب تلك الحالات تم نشرها إلا حالات نادرة فقط .

II. طريقة خدمة الجماعة :

وهي الطريقة الثانية للخدمة الاجتماعية ، تهدف إلى خدمة الأفراد من داخل الجماعة ، فهي لا تعتمد على الفرد كبؤرة اهتمام تعمل معه ، بل تقوم على استخدام إمكانيات الفرد والجماعة والمجتمع والمؤسسة لتنمية الأفراد من خلال تفاعل الجماعة باعتبار أن الجماعة هي الوسيلة الوحيدة لإحداث التغيير المطلوب ، وتم الاعتراف بها كطريقة من طرق الخدمة الاجتماعية عام 1937م على يد " جريس كويل "[1].

وقد تعددت تعريفات الباحثين لها ، نعرض لبعضها :

- تعريف جيزيلا كونبكا : " خدمة الجماعة هي إحدى طرق الخدمة الاجتماعية التي تهدف إلى مساعدة الأفراد خلال الخبرة الجماعية على زيادة أدائهم الاجتماعية ليكافحوا بفاعلية مشكلاتهم الفردية والجماعية والمجتمعية. "

- تعريف محمد شمس الدين أحمد : " خدمة الجماعة طريقة يتضمن استخدامها عملية بواسطتها يساعدالاخصائي أفراد الجماعة أثناء ممارستهم لأوجه البرامج في الأنواع المتعددة من الجماعات في المؤسسات المختلفة لينموا كأفراد وكجماعة حتى يسهموا في تغيير المجتمع في حدود أهداف المجتمع وثقافته" .

---

[1] – محمد سيد فهمي. الرعاية الاجتماعية الاسلامية . مرجع سابق . ص ص 160 –161 .

III. طريقة تنظيم المجتمع :

وهي الطريقة الثالثة من طرق الخدمة الاجتماعية المستخدمة وتركز على المجتمع كوحدة أساسية للتدخل.

ففي سنة 1946م قرر المؤتمر القومي للخدمة الاجتماعية في أمريكا الاعتراف بتنظيم المجتمع كطريقة أساسية من طرق الخدمة الاجتماعية ، ومنذ هذا التاريخ أخذت طريقة تنظيم المجتمع تنمو وتتقدم وتأخذ مكانها مع طرق الخدمة الاجتماعية الأخرى.

وقد عرفتها " هدى بدران " بقولها : " تنظيم المجتمع طريقة من طرق الخدمة الاجتماعية، يستخدمها الاخصائي الاجتماعي للتأثير في القرارات المجتمعية التي تتخذ على جميع المستويات لتخطيط وتنفيذ برامج التنمية الاجتماعية والاقتصادية ، وبحيث يؤدي هذا إلى تقوية الروابط بين أهل المجتمع الواحد والمجتمع المحلي والمجتمع الكبير "[1].

وعرفها آخرون بأنها : " طريقة أخرى للخدمة الاجتماعية يستخدمها الاخصائيون الاجتماعيون والمتعاونون معهم لتنظيم الجهود المشتركة حكومية وشعبية وفي مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة في حدود السياسة العامة للمجتمع "

وهي طريقة للتدخل تستهدف إحداث أنواع من التغيرات المقصودة والمرغوبة في العلاقات الانسانية والنظم الاجتماعية ، وحيث يتضمن التدخل الوصول إلى عدة تغيرات في الوظائف والسياسات والنظم الاجتماعية لحل المشكلات ومواجهة الحاجات الانسانية.

وتتضمن هذه الطريقة أنواعا متعددة من التدخل ، ولذلك فإنها تعمل حاليا في المسارات الثلاث الآتية :

- تنمية المجتمع المحلي.
- التخطيط الاجتماعي.

---

[1] – محمد سيد فهمي. مدخل في الخدمة الاجتماعية. مرجع سابق . ص ص 120 – 146 .

- العمل أو الاجراء الاجتماعي[1].

إن محاولة القيام بعملية إسقاط لعصارة هذه التعاريف على واقع الخدمة الاجتماعية التي تقدمها جريدة " الخبر " في ركن " تكافل " لوجدنا أنها تندرج ضمن خدمة الفرد فقط ، لأن كل الحالات المنشورة في هذا الركن متعلقة بأفراد يعانون من مشاكل متنوعة شخصية ومتعلقة بهم أساسا وليس الأمر مرتبطا بجماعات أو مجتمعات.

هذا الشيء وهو ما أكده تحليل مضمون الصحف ، وهذا لا يعني البتة أن الصحافة – أو الإعلام بشكل عام – لا تستطيع أن تقدم خدمة اجتماعية متعلقة بالجماعات أو حتى بالمجتمعات مادامت أنها قادرة على الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع ومعبرة عنه وتملك من الإمكانيات ما يؤهلها لذلك.

[1] – محمد سيد فهمي. الرعاية الاجتماعية الإسلامية. مرجع سابق . ص 163.

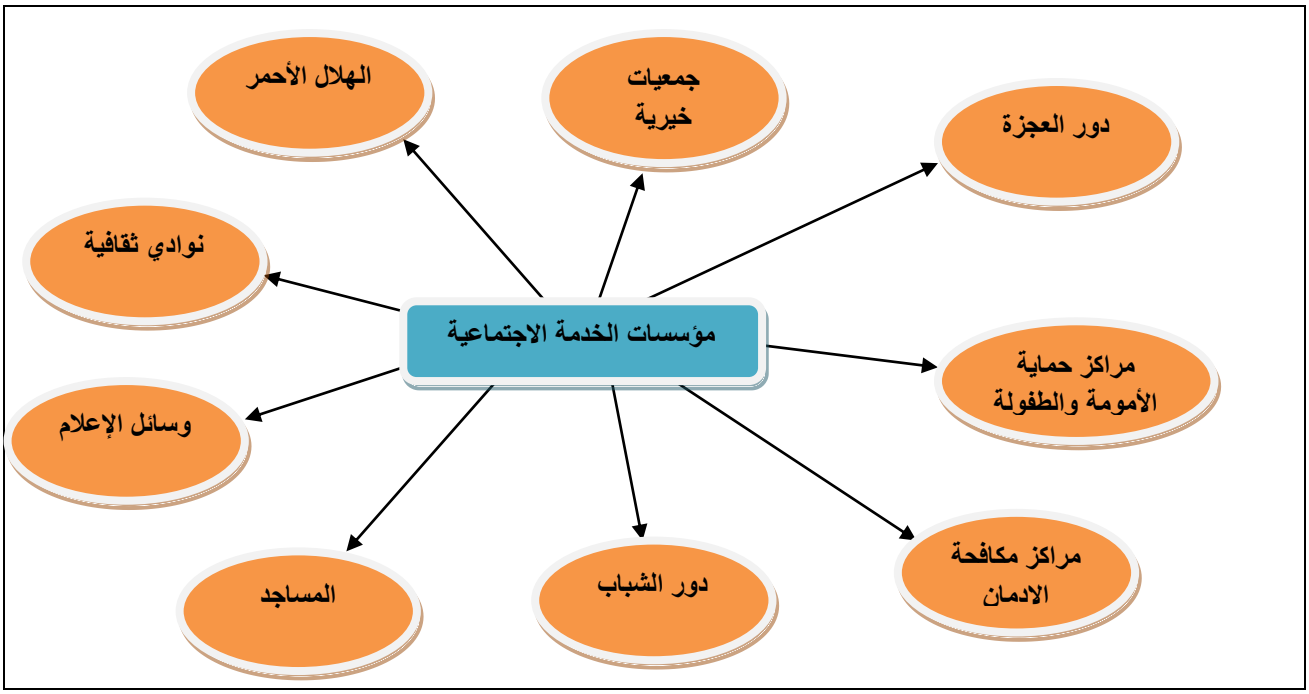
4 – مؤسسات الخدمة الاجتماعية :

كانت الخدمة الاجتماعية في بادئ الأمر تمارس من قبل أفراد المجتمع بدافع حب الخير والإحسان للغير ممن لا يملكون قوت يومهم وعجزوا عن تدبير أبسط حاجياتهم الإنسانية الضرورية التي لا غنى عنها وكان ذلك بصورة فردية دون وجود نوع من التنظيم لها، لكن مع تطور هذه الخدمة إلى مهنة معترف بها ، أضحت تمارس ضمن مؤسسات اجتماعية متعددة مع اتساع مفهوم " الخدمة الاجتماعية " وعدم اقتصاره على المساعدة المادية للمحتاجين فحسب ، وتمّ الاعتراف بها دوليا.

غير أن هذه المؤسسات الاجتماعية التي تمارس أنشطة الخدمة الاجتماعية تتفاوت فيما بينها في تقديم هذه الخدمة حسب أهدافها التي أنشئت من أجلها.

وفي ما يلي شكل يوضح بعضا من مؤسسات الخدمة الاجتماعية باختلاف أهدافها :

شكل رقم (02) : بعض مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المجتمع



تمارس الخدمة الاجتماعية في كافة المؤسسات الاجتماعية سواء كانت أولية أو ثانوية ، مثل مؤسسات رعاية الأسرة والطفولة ومؤسسات الإبداع ومكاتب التأهيل والضمان الاجتماعي ،

كما تمثل جانبا مهما في المؤسسات التعليمية والصحية والمصحات والسجون والمؤسسات الصناعية والوحدات الاجتماعية الريفية والتنظيمات السياسية والثقافية ، بل والهيئات العسكرية كمؤسسات ثانوية لتسهم في تحقيق أهدافها وتدعيما للجانب الإنساني فيها[1].

ومنظمات الخدمة الاجتماعية هي منظمات خدمية في المقام الأول والبعض الآخر منها تعليمية لإعداد وتخريج الأخصائيين ، وثمة تصنيف ثالث من خلال المنظمات المدافعة عن المهنة مثل النقابات والروابط[2].

ويقصد بالنوع الأول من تلك المنظمات من وجدت أصلا لتقديم هذه الخدمات وحددت لنفسها أهدافا هي نفسها أهداف الخدمة الاجتماعية مثل مؤسسات علاج المدمنين ومؤسسات رعاية الأمومة والطفولة المسعفة ، بينما يشير النوع الثاني منها إلى المؤسسات التعليمية مثل معاهد وكليات الخدمة الاجتماعية التي تخرج أخصائيين في المجال وهي منتشرة في عدد من الجامعات العربية[*] ، غير أن التصنيف الأخير هو الذي يهمنا أكثر باعتبار أنه يشمل كل مؤسسات المجتمع المدني التي تدافع أو تقدم خدمة اجتماعية ضمن أنشطتها المختلفة ، وتدخل في ذلك المؤسسات الإعلامية المكتوبة ، السمعية و السمعية البصرية.

4 . 1 – تصنيف المؤسسات الاجتماعية :

تصنف مؤسسات الخدمة الاجتماعية حسب أهدافها إلى مؤسسات أولية وأخرى ثانوية حسب نشاط كل واحدة منها :

4 . 1 . 1 – مؤسسات أولية :

أي المؤسسات المتخصصة أساسا في الخدمة الاجتماعية بطرقها المختلفة أو بأحد هذه الطرق ومن أمثلتها وحدات الضمان الاجتماعي وجمعيات تنمية المجتمع ومكاتب الخدمة الاجتماعية

---

[1] – سلوى عثمان الصديقي. مرجع سابق . ص 18 .

[2] – محمد سيد فهمي. الخدمة الاجتماعية : التطور – الطرق – المجالات . مرجع سابق . ص 67 .

[*] – توجد في مصر والسعودية مثلا معاهد وكليات تحت مسمى " كلية أو معهد الخدمة الاجتماعية " بينما لا توجد – في حدود علمي – مثلها في الجزائر ، بينما تدرس كتخصص أو مقياس في قسم علم الاجتماع.

المدرسية ، مؤسسات رعاية الأحداث المنحرفين ،جمعيات رعاية الأسرة ، مؤسسات رعاية الطفولة ورعاية المسجونين وأسرهم ، ومراكز رعاية الشباب ومجالس تنظيم الخدمات ..إلخ من المؤسسات التي أنشئت خصيصا لتحقيق وممارسة الخدمة الاجتماعية [1] ، ويضاف إليها جمعيات الهلال الأحمر والجمعيات الخيرية ومراكز مكافحة الإدمان ودور العجزة ومراكز حماية الأمومة والطفولة المسعفة.

هذه المؤسسات وغيرها حكومية كانت أو أهلية وان اختلفت في أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها إلا أنها جميعا تسعى إلى تقديم خدمة اجتماعية بالدرجة الأولى.

4 . 1 . 2 – مؤسسات ثانوية :

وهي غير المتخصصة في الخدمة الاجتماعية بل تعتبر الخدمة الاجتماعية أساسية وضرورية لتحقيق وظيفتها التي أنشئت من أجلها والوصول بها إلى الأهداف المنشودة.

ومن أمثلة هذه المؤسسات ، المدارس والمؤسسات الطبية بأنواعها المختلفة والمصانع ومؤسسات التأهيل المهني ودور رعاية المسنين [*] وإدارة التوجيه المعنوي بالقوات المسلحة والوحدات الريفية وأقسام العلاقات العامة بكل المؤسسات وغيرها من المؤسسات التي تعمل في ميادين الحياة بصفة عامة[2]، كمكاتب الاستشارات.

كما تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية من أبرز هذه المؤسسات التي طالما كان لها دورا بارزا في إظهار مآسي أناس – ضاقت بهم السبل – إلى العلن والتعريف بهم وبحالهم في محاولة لمساعدتهم ممن يقدرون على ذلك، والصحافة المكتوبة ليست استثناء في ذلك كما هو الشأن بالنسبة لجريدة " الخبر ".

---

[1] – سلوى عثمان الصديقي. مرجع سابق . ص 97 .

[*] – إن كانت المؤلفة " سلوى عثمان " تقصد بدور رعاية المسنين ، ما يسمى عندنا في الجزائر بـــ " دور العجزة " فإن تصنيفها إياها ضمن المؤسسات الثانوية وليس الأولية للخدمة الاجتماعية أمر فيه نظر ، لأن نشاط هذه الدور الأساسي هو تقديم خدمة اجتماعية بامتياز للمسنين الذين لا يجدون ملجئا ولا معينا من أهاليهم ، وليس لهم إلا هذه الدار في تقديم يد العون والمساعدة ، في أرقى صورة من صور التكافل الاجتماعي .

[2] – سلوى عثمان الصديقي. مرجع سابق . ص 97 .

إن الملاحظ على هذه المؤسسات الأولية للخدمة الاجتماعية أنها مؤسسات خدماتية غير ربحية بالدرجة الأولى وبالتالي فإن الأنشطة التي تقوم بها تجاه المستفيدين من خدماتها تتميز بالطابع المجاني وهو الشيء المقصود من هذه المهنة أنها تكفل أصلا المعدومين من المزايا التي تكفلها لهم تلك المؤسسات ، عكس ما هو حاصل بالنسبة للمؤسسات الثانوية التي تضم مؤسسات و تنظيمات ربحية لكنها مع ذلك تقدم خدماتها هي الأخرى بالمجان.

5 – أهداف الخدمة الاجتماعية

تسعى الخدمة الاجتماعية بطرقها الثلاث كمهنة أو نشاط تقوم به عدد من المؤسسات الاجتماعية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أثناء تعاملها مع مختلف الحالات سواء كانت أفرادا أو جماعات أو مجتمعات.

إن المهمة الأساسية لمهنة الخدمة الاجتماعية هي تعزيز رفاهية الناس ومساعدتهم على إشباع الاحتياجات الإنسانية الضرورية[1] لكنها بقيت زمنا طويلا لا تعني في نظر الناس سوى الصدقة والإحسان الذي يقدم للأفراد والجماعات بدافع الأحاسيس الإنسانية والمشاعر الذاتية والحاجة إلى المساعدة ، وبذلك فقد اقتصرت الخدمة الاجتماعية في تلك الفترات على المساعدات المالية والغذائية والكسائية ، وبعد أن تطورت المجتمعات بدأت الخدمة الاجتماعية تتجه نحو تعرف الاحتياجات الإنسانية الفعلية للأفراد والجماعات والمجتمعات ومواجهتها بالخطط والمشاريع والخدمات الفنية المتخصصة ، وبذلك انتقلت جهود الخدمة الاجتماعية من الاهتمام بالخدمات العلاجية إلى الاهتمام بشكل أكبر بالجوانب الوقائية والإنشائية (التنموية) وأصبحت المساعدات المادية والعينية جزء فرعيا من خدمات هذه المهنة وبرامجها[2].

فالخدمة الاجتماعية تتجه اتجاها مزدوجا في نشاطها المهني فهي لا تقتصر على مساعدة الأفراد والجماعات فحسب ، وإنما تهدف في نفس الوقت إلى تحسين الأحوال الاجتماعية العامة عن طريق المساهمة أو الدعوة إلى رفع المستوى الاقتصادي أو الصحي أو توفير المسكن الملائم أو تحسين ظروف العمل أو السعي وراء إصدار تشريعات اجتماعية اجتماعية عادلة .. وأصبحت الخدمة الاجتماعية الحديثة نشاطا مهنيا يشمل كل الفئات بغض النظر عن الوضع الاقتصادي والاجتماعي للمستفيدين منها[3].

---

[1]– أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم أبو زيد . التنمية الاجتماعية وحقوق الإنسان . (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 2009) ص 448 .

[2] – خليل درويش ، وائل مسعود. مرجع سابق . ص 74 .

[3] – سلوى عثمان الصديقي. مرجع سابق . ص 15.

ومن اجتهادات الباحثين في تحديد أهداف الخدمة الاجتماعية الاجتماعية ما ذكره "بينكس" و " ميناهان " Pincus & Minahan من أن الخدمة الاجتماعية تستهدف تحقيق مجموعة من الأغراض أهمها :

1 – تعزيز قدرات حل المشكلة لدى الناس الذين نتعامل معهم.

2 – ربط الناس بالأنساق التي تمدهم بالموارد والخدمات التي يحتاجونها.

3 – الارتقاء بفعالية وقدرات الأنساق المختلفة في المجتمع.

4 – المشاركة في تنمية وتحسين السياسات الاجتماعية في المجتمع.

وبمعنى آخر فإن الغرض من الخدمة الاجتماعية هو مساعدة الناس المحتاجين من خلال مختلف الوسائل والأساليب الأخلاقية المتحة أمام المهنة[1].

وبالعودة إلى دراستنا الحالية ، فإنه يمكننا أن نستخرج نفس هذه الأهداف تقريبا بالنسبة لما تحققه – أو تسعى لتحقيقه – جريدة " الخبر " من أهداف في تقديم خدماتها الاجتماعية لفئة معينة من المجتمع :

1 – السعي من أجل إيجاد حل للحالات المنشورة في ركن " تكافل " من خلال ايصال صوتها ومعاناتها لمن هو أقدر على المساعدة.

2 – التعريف بهذه الحالات وايصال معاناتها لكل القراء سواء كانوا مسؤولين أو قراء عاديين.

3 – ربط القراء أكثر بجريدة " الخبر " لأنها فتحت لهم صفحاتها لطلب المساعدة ، ونجحت في ذلك مع بعض الحالات ، مما يزيد التعلق بها أكثر من باب أنها أسدت لهم معروفا[*] .

---

[1] – حسين حسن سليمان، هشام سيد عبد المجيد، منى جمعه البحر . الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية مع الفرد والأسرة . (بيروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، 2005) ص 31 .

[*] ورغم ذلك ، فإنه لا يمكن التغاضي عن ما للعامل التجاري من أثر في ذلك ، لأن نشر مثل هذه الحالات قد يزيد من مقروئية الجريدة ويرتفع سحبها تبعا لذلك ، لأن الجريدة – مهما كان اسمها – هي في النهاية ليست جمعية خيرية ، والعامل التجاري مهم في قيامها.

4 – الارتقاء بفعالية وقدرات الأنساق المختلفة في المجتمع ، وهو ما نحن بصدده في هذه الدراسة ، فالإعلام الجماهيري – بصفة عامة – باعتباره نسقا مهما في تركيبة المجتمعات، لم يكن إلى وقت قريب أحد مؤسسات الخدمة الاجتماعية ، بل لم يشر إليه الكثير من الباحثين إلى اعتباره كذلك ، ولذا فإن من شأن جريدة " الخبر " لما تنشر هكذا حالات ، فإنها تسهم بطريقة أو بأخرى بالرفع من قدرة أداء النسق الإعلامي على مواكبة تطورات الخدمة الاجتماعية ، وما تقدمه من مساعدات لصالح الأفراد والجماعات والمجتمعات.

5 – وكذلك فإن من شأن هذه الخدمة الاجتماعية التي تقدمها جريدة " الخبر " أن تسهم في تحسين وتطوير أساليب تقديم الخدمات، خاصة وأن الخدمة الاجتماعية قد عرفت في حد ذاتها تطورات كبيرة مستها من حيث البنية المؤسساتية ، حيث دخلت مؤسسات اجتماعية تقدم هذه الخدمة كالمؤسسات الاعلامية ، كما مسّ هذا التطوير كذلك طريقة وأسلوب تقديم العون والمساعدة للمحتاجين ، فالمؤسسات الصحفية – ومن بينها " الخبر " – أعطت أسلوبا جديدا للتضامن مع المحتاج من خلال نشر حالته على صفحات الجريدة وفي ركن خاص وثابت تحت مسمى " تكافل ".

هذه بعضا من الأهداف التي يمكن بها أن تتحقق ، وتبقى هناك اهدافا أخرى تختلف من خدمة إلى أخرى ، لكن تبقى " الخدمة الاجتماعية كعملية غايتها تقديم المساعدة ووظيفتها مساعدة الأفراد على تحقيق التكيف الاجتماعي والانفعالي [*] [1] كما تستهدف مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من مصادر المساعدة في المجتمع ،

---

[*] يبدوا لنا أن عكس الجملة هو الصحيح ، فاعتبار غاية الخدمة الاجتماعية هو تقديم المساعدة ووظيفتها مساعدة الأفراد على التكيف غير صحيح ، ومعلوم أن الغاية مرحلة أسمى تأتي بعد الوظيفة ، ولقد مر معنا مثلا كيف أن بريطانيا مثلا لما سنّت قانون الفقراء عام 1601 م كانت وظيفته تقديم المساعدة ، لكن غايته هي حماية الأغنياء من الفقراء الذين هم أصل كل بلاء وشر – وفق فلسفة هذا القانون – لذلك فاننا نرى أن الخدمة الاجتماعية وظيفتها تقديم المساعدة وغايتها مساعدة الأفراد على تحقيق التكيف الاجتماعي والانفعالي وهذا يأتي في مرحلة لاحقة لعملية المساعدة وليس في مرحلة سابقة لها.

[1] – محمود حسن . مرجع سابق . ص 215 .

وبمفهومها المعاصر فإنها تهدف إلى مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات على تحقيق أكبر قدر ممكن من الرفاهية الجسمية والعقلية والمادية والاجتماعية [1]

[1] - سلوى عثمان الصديقي . مرجع سابق . ص ص 15 – 18 .

الفصل الثالث :

النظام الاعلامي

وعلاقته بالخدمة

الاجتماعية

5 – وظائف الصحافة في المجتمع :

إن الحديث عن وظائف الصحافة ينطلق من أهمية الدور الذي تقوم به، فدورها لم يعد يقتصر على نقل الخبر وتسجيل الأحداث وتدوين الوقائع، بل أصبحت الصحافة تلعب [*] دورا مؤثرا للغاية في خلق التوعية السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي صقل المشاعر القومية والإنسانية وجعلها تصب في قناة واحدة لخلق المواطن الواعي المتكامل، ويصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحف إلى قرائها، فالوظائف الاجتماعية للصحافة متعددة ومما يزيد من صعوبة تحديدها، هو تنوع محتوياتها وتشابكها وتعدد فئات قرائها، وقد تجاوزت الصحافة كغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية في أيامنا هذه بما أتيح لها من إمكانيات تقنية متطورة، وبما اكتسبته من أهمية في حياة الناس، ما تعارف عليه باحثوا الاتصال والإعلام من وظائف تقليدية لتلك الوسائل[1].

كثيرة هي تلك البحوث والدراسات والمقالات والمنشورات التي تناولت قضية التأثيرات المختلفة للوسائل الإعلامية الجماهيرية ومنها الصحافة المكتوبة، واختلاف التأثيرات هذه سببه اختلاف وتعدد الوظائف التي تقدمها تلك الوسائل للفرد والمجتمع على حد سواء.

ولو سلّمنا جدلا أن وظائف الصحافة حاليا هي نفس الوظائف التي كانت قبل عقود، فإننا نكون قد أجحفنا الصحافة حقها وحقّرنا قدرها وجانبنا حقيقة الواقع، لأن المتتبع لتلك الوسائل يلحظ التغير والتطور في بنية الإعلام الجماهيري وكذا فيما يقدمه من مضمون ووظائف، لأن تلك الوظائف في أصلها نسبية متغيرة .

و وفق هذا المنطلق فإننا نشدد على الملاحظتين التاليتين وهما:

- صعوبة حصر وظائف الصحافة المكتوبة في مجموعة وظائف معينة، نلزم بها كل المؤسسات الصحفية، وافتراض وجودها عندها جميعا، لأنها نسبية كما قلنا سابقا.

(*) – بعض الباحثين في مجال الإعلام من مثل أستاذتنا د . منى الحديدي لا يستسيغون استخدام لفظة " اللعب " في مقابل ما تقوم به وسائل الإعلام، ويرفضون استخدام هذه المفردة، لأن وسائل الاعلام في نظرهم لا تلعب وإن كل ما تقدمه هو مخطط ومقصود لتحقيق هدف معين.

(1) – أشرف صالح . محمود علم الدين . مقدمة في الصحافة . (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2004) ص 135.

- المضمون المتخصص أو العام الذي تقدمه تلك المؤسسات الصحفية يعتبر متغيرا مهما في تحديد الوظائف التي تقدمها، فقد تقوم بعض الصحف مثلا بوظيفة ترفيهية بالأساس أو وظيفة تسويقية، لكونها صحفا متخصصة في الترفيه والتسلية أو لتسويق المنتجات لا غير، كما قد تقدم صحف أخرى مجموعة وظائف إلى جانب الوظائف السابقة كالوظيفة الإخبارية والتعليمية والتثقيفية والخدماتية وغيرها، لكونها صحفا عامة في تقديم المضمون الاعلامي وليست متخصصة.

وفيما يلي استعراض لبعض اجتهادات الباحثين في المجال الإعلامي حول تحديد وظائف الصحافة والإعلام بوجه عام، مع الأخذ بعين الاعتبار أن كثيرا من هذه الوظائف مشتركة بين الصحافة والإذاعة والتلفزيون أي بين مختلف المؤسسات الإعلامية :

لقد حدّد " لاسويل [*] Lasswell " وظائف الاتصال الجماهيري في مراقبة البيئة وتحقيق التماسك الاجتماعي ونقل العادات والتراث الاجتماعي ويضاف إلى ذلك الوظيفة الرابعة التي قدمها تشارلز رايت Ch.Wright وهي التسلية والامتاع[1] .

وقد ذكر الباحثان "حسن عماد مكاوي" و "ليلى حسين السيد" في مؤلفهما، عددا من الوظائف التي قررها أبرز علماء الإعلام والاتصال كـــ "لازرسفيلد" و "ميرتون" و "ولبور شرام" وغيرهم :

حدّد علماء الاتصال " لازرسفيلد " و " روبرت ميرتون " ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع :

1. التشاور (تبادل الآراء).
2. تدعيم المعايير الاجتماعية.

---

[*] – تختلف الترجمة من باحث لآخر ، فهناك من يكتب " لاسويل " وآخرون يكتبون " لازويل ".

[1] – محمد عبد الحميد . مرجع سابق . ص 31.

3. التخدير (الخلل الوظيفي) .

كما قدم " ولبور شرام " ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيري وخاصة في مجال التنمية الشاملة وهي :

1. وظيفة المراقبة.
2. الوظيفة السياسية.
3. التنشئة.

كما يذهب " ماكويل " إلى أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمع تنحصر فيما يلي :

1. الإعلام.
2. تحقيق التماسك الاجتماعي.
3. تحقيق التواصل الاجتماعي.
4. الترفيه
5. التعبئة[1] .

كما يمكن تقسيم وظائف وسائل الإعلام إلى أربعة رئيسية هي :

1. وظيفة الإعلام أو الأخبار.
2. وظيفة التفسير والتوجيه والإرشاد.
3. وظيفة التعليم والتثقيف.
4. وظيفة الترفيه[2] .

---

[1] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق. ص 72 ، ص ص 74 ، 75 .

[2] – سوزان القليني . الاتصال ووسائله ونظرياته . (القاهرة : دار النهضة العربية ، 2008) ص: 55 .

هذا وقد حدد " رولان كايرول Roland Cayrol " هذه الوظائف في :

1. البحث والتوزيع والإعلام (الأخبار).
2. التعبير عن الآراء.
3. الوظيفة الاقتصادية والتنظيم الاجتماعي.
4. الترفيه والتنزه.
5. الوظيفة النفسية.
6. أداة التعرف والانتماء الاجتماعي.
7. الوظيفة الإيديولوجية[1] .

ويذكر بعض الباحثين في الإعلام مجموعة أخرى من وظائف الوسائل الإعلامية، ربما تكون أكثر ارتباطا بالفرد من المجتمع حيث تحقق له مزايا شخصية وفردية تمكنه من التعامل مع المجتمع وتحقيق التوازن الذاتي وتطوير الذات وتتمثل هذه الوظائف في :

1. مراقبة البيئة أو التماس المعلومات.
2. تطوير مفاهيمنا عن الذات.
3. تيسير التفاعل الاجتماعي.
4. كبديل للتفاعل الاجتماعي.
5. المساعدة في التحرر العاطفي.
6. المساعدة في الهروب من التوتر والاغتراب.
7. إيجاد طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن[2].

ومن الباحثين العرب الذين تصدوا لتحديد وظائف وسائل الإعلام نجد الباحثين " أشرف صالح " و" محمود علم الدين " حيث حدّدا تلك الوظائف في أكثر من عشرة وظائف هي :

---

[1] – سيكوك قويدر . " سيرورة الصحافة المكتوبة في الجزائر : واقع الصحفيين بين التحولات الهيكلية والاختلالات الوظيفية دراسة سوسيو سياسية ". رسالة ماجستير غير منشورة. (وهران : معهد علم الاجتماع لجامعة وهران ، 1996) ص : 187.

[2] – منال أبو الحسن . مرجع سابق. ص : 95.

1. وظيفة الاستطلاع أو مراقبة البيئة.
2. الوظيفة الإخبارية.
3. وظيفة الخدمات العامة.
4. وظيفة توثيق الأحداث.
5. وظيفة الشرح والتفسير والتحليل.
6. وظيفة تكوين الرأي العام.
7. وظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع.
8. وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك.
9. وظيفة التنمية الثقافية.
10. الوظيفة التنموية.
11. الوظيفة الدبلوماسية غير الرسمية.
12. الوظيفة التسويقية[1].

وقد ذكر د محمد فريد عزت عددا من الوظائف للصحافة لخصها في :

1. وظيفة الإعلام ونشر الأخبار.
2. وظيفة الشرح والتفسير والتوعية والتثقيف والتأثير في الرأي العام.
3. وظيفة الإعلان وتقديم الخدمات التسويقية.
4. وظيفة التسلية.
5. وظيفة تسجيل وقائع الحياة لتكون مصدرا للتاريخ[2].

---

[1] – **أشرف صالح ، محمود علم الدين . مرجع سابق . ص: 136.**

[2] – **محمد فريد محمود عزت . مدخل إلى الصحافة . (القاهرة : دون دار نشر، 1993) ص 238 ، ص 243.**

فيما نقل الاجماع " د. محمد شطاح " عن الدراسات والبحوث التي اطلع عليها أن وظائف الاعلام من خلال وسائطه تتحدد فيما يلي :

- الاعلام .
- التكوين والتثقيف .
- التسلية والترفيه .

ويمكننا أن نضيف إلى هذه الوظائف وظيفة الإعلان [1].

إن الاختلاف والتعدد في ما ذكره الباحثون، " يفرض ألا تسيطر وظيفة على سائر الوظائف والصحيفة الناجحة هي التي تعرف كيف تنسق بين كل هذه الوظائف" [2] ، طبعا هذا إذا كانت الصحيفة تقدم مضمونا عاما يشمل عديد الميادين التي تهم جماهير القراء من مواضيع سياسية واقتصادية ورياضية وثقافية وهكذا ، أما إذا كانت الصحيفة متخصصة فإن وظائفها تنحصر في مجال تخصصها.

فيما تم ذكره من وظائف حتى الآن لم يرد ذكر وظيفة " الخدمة الاجتماعية " صراحة وإنما جاءت بصيغ أخرى متقاربة أو تدخل في نطاقها كوظيفة الخدمات العامة أو تيسير التفاعل الاجتماعي أو تحقيق التماسك، ولاشك أن الخدمة الاجتماعية تندرج ضمن الخدمات العامة المقدمة إلى القراء وتيسّر التفاعل الاجتماعي وتحقق التماسك بين أفراد المجتمع الواحد، لكن رغم ذلك هناك من الباحثين من أشار إلى وظيفة التكافل صراحة.

ذكر " د. محمد محمود ذهبية " أن من وظائف وسائل الإعلام وظيفة " التكافل " و تتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم[3].

---

[1] – محمد شطاح. الاعلام التلفزيوني : نشرات الاخبار ، المحتوى والجمهور. (الجزائر : دار الكتاب الحديث، 2007) ص 33.

[2] – خليل صابات . الصحافة مهنة ورسالة . (القاهرة : دار المعارف ، دون تاريخ) ص 04 .

[3] – محمد محمود دهبية . الاعلام المعاصر. (عمان : مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2007) ص : 43.

ومن حيث طبيعة الخدمات العامة التي تقدمها وسائل الإعلام تتصدر الصحافة المكتوبة صدارة هذه الوظيفة ، علما أنه توجد مئات الأشياء الصغيرة التي لا يمكن حصرها وتدخل في نطاق الخدمات التي تقدم للجمهور، والتي يتعذر على الوسائل الإعلامية الأخرى تقديمها ماعدا الصحافة المكتوبة التي تعرضها في أغلب الأحيان بصفة منتظمة [1]، وهذا ما هو حاصل في هذه الدراسة حيث يتم نشر المواضيع المتعلقة بالتكافل الاجتماعي الخاصة ببعض الأفراد الذين يحتاجون المساعدة، وتقديم خدمة اجتماعية من طرف جريدة الخبر من خلال الركن الثابت لديها والمتميز بشكله الإخراجي والواقع تحت مسمى " تكافل ".

والباحث في مجال وظائف الصحافة لا يفترض بداية توافر هذه الوظائف في كل الأنواع من الصحف، بل إن غياب بعض الوظائف، ووجودها في الأخرى يميز الصحف في أنواع، ويضعها في فئات تتفق في تقسيمها مع التصنيف الوظيفي[2].

ومع ذكر كل تلك الوظائف فإننا لا نحصر وظائف الصحافة في ما تم ذكره فقط، لأنها في حقيقتها وظائف نسبية تتبدل وتتغير ما دام أن الصحافة هي الأخرى كذلك.

---

[1] – عصام صفوان حسيني . مرجع سابق . ص ص : 143 –144.

[2] – محمد عبد الحميد . مرجع سابق . ص 32.

الفصل الرابع :

البنية الاخراجية

لمواضيع ركن تكافل

1 – الرسالة الإعلامية : طرق الاقناع والمسؤولية الاجتماعية للصحفي

تعتبر الرسالة الإعلامية أحد عناصر عملية الاتصال التي حددها لازويل في أسئلته الخمسة الشهيرة والتي تحدد المسار الخطي لها ، كما تعد العنصر الأهم من بين كل تلك العناصر، فالإعداد والتخطيط الجيد لها وضمان حصول التأثير المقصود من وراء إرسالها بتطعيمها بمختلف طرق وأساليب الإقناع يعتبر أساس عملية الاتصال برمتها، لأن أطراف العملية الاتصالية سواء كانوا أفرادا أو مؤسسات لا يتواصلون فيما بينهم من أجل الاتصال فقط، وإنما من أجل تحقيق هدف معين، وتختلف طرق إعداد الرسائل الإعلامية من وسيلة إعلامية إلى أخرى وتبعا لنوع الجمهور.

إن الرسالة الإعلامية المقدمة من خلال الصحافة تخلق بيئة اتصالية تساعد القارئ على فحص النص بالسرعة التي يريدها، كما تمكنه من مراجعة أي جزء سبق له قراءته بسهولة ، وعلى الرغم من أن الرسالة الصحفية تأتي وسط عدد كبير من المواد الصحفية .. إلا أن المتلقي يستطيع التحكم في البيئة الاتصالية، وبالتالي لا تمثل كثرة المواد الصحفية عائقا يحول دون إصدار الاستجابات المعرفية عن المتلقي[1] .

وحين نتحدث عن الأسس الاعلامية لتحرير الاخبار فإننا نتحدث في الحقيقة عن مصطلح " الرسالة الاعلامية " في نظرية الاتصال مدركين أن الشكل التحريري لا ينفصل عن مضمون الرسالة بحال من الاحوال الأمر الذي يحدد للمحرر الصحفي مثلا الأدلة التي يعتمدها والتي يستبعدها، والحجج التي يفصل فيها القول وتلك التي يجب عليه استبعادها ، ونوعية الاستمالات التي سوف يستخدمها ومدى قوتها [2]، لكن ثمة سؤالا يطرحه الباحثون في الإعلام وكذا الصحفيون على حد سواء، وهو هل من الأفضل للقائم بالاقناع أن يبني رسالته معتمدا على استمالة احتياجات الجمهور العاطفية أو أن يبنيها على أساس التوجه للعقل ؟

---

[1] - شيماء ذو الفقار زغيب . نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام . ط 2 . (القاهرة :الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص58

[2] – عبد العزيز شرف . الأساليب الفنية في التحرير الصحفي . (القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000) ص 143.

إن الاجابة عن هذا السؤال كانت من أقدم المجادلات في مجال الاتصال فظهر فريقان : فريق يؤيد الرسائل التي تستميل العقل والآخر يؤيد الرسائل التي تستميل العاطفة... على أية حال ليست هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نعمم على أساسها أي الاستمالات أفضل في أغلب الظروف، فالاستمالات المنطقية قد تكون أفضل في بعض الأحوال من الاستمالات العاطفية في حين أن الاستمالات العاطفية قد تصلح في ظروف أخرى [1]، فإذا كانت المادة الإعلامية تتضمن موضوعا لتدعيم قيم ومعايير ايجابية سارية في المجتمع فإن التأثير في هذه الحالة عن طريق استثارة العاطفة تفيد في كثير من المجالات[2].

ومن الاستراتيجيات المعتمدة في عملية الاقناع "الاستراتيجية الديناميكية النفسية" وهي تعتمد على العامل السيكولوجي لإحداث عملية الاقناع والتأثير في سلوك الفرد بواسطة إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه ، وتوظيفها بشكل يؤدي بالفرد إلى تقبل ما يتلقاه أو على الأقل يتجاوب معه تجاوبا ايجابيا، على أية حال على القائم بالاقناع أن يجمع قدرا أكبر من المعلومات المتوفرة حول موضوع حديثه حتى يدعمه بالوقائع والشواهد والبراهين اللازمة التي من شأنها أن تزيد من مصداقية رسالته وموضوعيتها وتكون أكثر قبولا لدى المستقبل[3].

إن الصحفي في المؤسسة الإعلامية لديه مسؤولية اجتماعية وأخلاقية تجاه جمهوره وقرائه ينبغي عليه الإلتزام بها من منطلق أن " أكثرية الصحفيين العاملين يعتبرون أنفسهم ممثلي المواطنين والمصلحة العامة طبقا لمبدأ الحقوق والواجبات من خلال الحديث عن الأحداث الهامة[4] ، وتلك الأحداث التي تهم أفرادا معينين فقط من المجتمع، كما هو حاصل مع المواضيع المنشورة في ركن "تكافل" في جريدة الخبر.

---

[1] – منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي. الإعلام والمجتمع . ط 2 . (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2006) ص 82 .

[2] - جباره عطية جباره . مرجع سابق . ص 248 .

[3] – عامر مصباح. الاقناع الاجتماعي خلفياته النظرية وآلياته العملية . ط 2 . (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية، 2006) ص51 ص 29.

[4] – Henry (H) Shulte, Marcel (P) Dufresne. Pratique du Journalisme .3 édition (Paris : Nouveaux Horizons,2007)p p 3.4.

تلك المسؤولية الاجتماعية للصحافة قسمها " لويس هودجيز Hodges " إلى مسؤوليات وجوبية وتعاقدية وذاتية، وتأتي الذاتية حين يبني الصحفيون الأفراد في أذهانهم إحساسا بالممارسة الرفيعة يلزمون أنفسهم بمحض إرادتهم، بحثا عن المبادئ وخدمة الآخرين وهؤلاء ينظرون لقرارهم بأن يعملوا صحفيين على أنه رسالة نبيلة أكثر من كونه عملا في صحيفة، أو أنه على حد تعبير " لوثر كينج King " نداء باطني بقوة داخلية في أنفسهم ليكونوا متميزين وأصحاب واجبات متميزة[1].

ويبقى الأهم في الرسالة الاعلامية هو التأثير، أي حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال ووظيفة الاتصال ولا يشترط أن تحدث الرسالة الأثر بشكل فوري بل أنه قد يكون محصلة عمليات معرفية نفسية واجتماعية عديدة تختلف في تأثيرها من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى، مما يؤدي إلى حدوث الأثر بنسب متفاوتة بين الأفراد المتلقين أو عدم حدوثه نهائيا بين آخرين ، أو تحقيق أثر سلبي لا يتوقعه المرسل أو القائم بالاتصال لكنه في النهاية محصلة تفاعل عوامل وعمليات عديدة فردية او جماعية[2].

وقد فرق الباحثون في مجال التأثير بين مجالات ثلاثة هي :

1 – الآثار المعرفية وتشمل كل ما يرتبط بالمعرفة والآراء.

2 – الآثار العاطفية أو الوجدانية ويقصد بها الاتجاهات والمشاعر.

3 – الآثار السلوكية أي الميل إلى الإقدام على سلوك معين[3].

---

[1] – محمد حسام الدين. المسؤولية الاجتماعية للصحافة . (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2003) ص ص 62 –63.

[2] - صفوان عصام حسيني . مرجع سابق . ص 102 .

[3] – أماني السيد فهمي . " الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون " . في : المجلة المصرية لبحوث الاعلام .ع 06 ، أكتوبر – ديسمبر 1999 ، ص 209 .

بالاضافة إلى كل ذلك فإن هناك عدة عوامل تساعد على نجاح الرسالة الإعلامية، منها :

1 – وضوح موضوع الرسالة الإعلامية سواء من ناحية مناسبة الموضوع للجماهير وعقليتهم وجزائهم أو استخدام الأدوات اللازمة التي تساعد على جذب أنظار الجماهير وتوصيل المعلومات إليهم بطريقة سهلة ومعقولة.

2 – أن تشعر الجماهير أن الرسالة الإعلامية تتضمن حلولا لبعض الصعوبات والمشاكل التي تواجههم، وأن بهذه الحلول يمكن إلى حد كبير البدء على الأقل في ايجاد الوسائل الكفيلة بحل المشاكل ما لم يكن حلها حلا نهائيا.

3 – أن يكون موضوع الرسالة الإعلامية متعلقا بموضوعات تهم الجماهير وتمس مصالحهم وتشبع حاجاتهم، لأن مثل هذه المواضيع تثير عواطف الجماهير[1].

وهذه الجوانب الثلاثة هي ما ركز عليها الصحفيون في جريدة الخبر ممن قاموا بتحرير مواضيع ركن "تكافل" من حيث وضوح الرسالة الإعلامية حين تطلب المساعدة صراحة، وأن بإمكان القراء بتكاثف جهودهم أن يقدموا المساعدة اللازمة لأي من تلك الحالات، ولا يخفى كذلك ما لتلك الرسائل من إثارة لعواطف القراء بمختلف أساليب الاقناع كالاستمالات العاطفية المستخدمة.

---

[1] – مازن سليمان الحوش . " الاتصال وتأثيره على تنظيم المؤسسة الاعلامية : دراسة ميدانية بمؤسسة إذاعة الأوراس باتنة". رسالة ماجستير غير منشورة . (باتنة : كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية جامعة باتنة ، 2006) ص 113 .

2- العنوان الصحفي :

يعتبر العنوان الصحفي أحد أركان المادة الإعلامية، وهو جزء مهم في تحرير مختلف الأخبار والتقارير الإعلامية، وعليه تقع مسؤولية جذب اهتمام القراء إلى المادة الصحفية، لذلك فإن الصحفيين يعمدون إلى جعل أهم معلومة في الخبر لتصديرها كعنوان لها.

وقد قيل أن ثلاثة عناصر تجذب القارئ إلى الصحيفة، عنوان الصفحة الاولى "المانشيت" والصور والألوان، وثلاثة اشياء أيضا تجذب القارئ إلى خبر أو موضوع صحفي بالتحديد هي : العنوان وطريقة إخراجه واسم كاتب الموضوع.

والعنوان عنصر هام في بناء الصحيفة، فهو بمثابة الاعلان عنها وعن موضوعاتها المختلفة حيث يقدم للقارئ فكرة عن مضمون الخبر ويحرك شهيته لقراءته[1].

ومن الأمور المعروفة في أدبيات فن التحرير الصحفي والتي تشكل أحد الأركان الرئيسية في بنية المخرجات الصحفية هو "العنوان"، فلا يخل أي موضوع صحفي منشور عبر صفحات الجرائد من وجود عنوان له مهما اختلفت تسمية ذلك الموضوع و تصنيفه ضمن الأنواع الاخبارية أو الفكرية أو التعبيرية أو الاستقصائية مما هو معروف في هذا المجال.

وتتحدث بعض المصادر الصحفية أن العنوان في بداياته الأولى كان يضم تحته عدة مواضيع من الأخبار المتشابهة، وبعد التطور الذي عرفته الصحافة في أشكالها التحريرية وطرق صياغتها، أصبح لكل خبر عنوان مستقل بذاته ويكتب بعدة طرق تميزه عن بعضه، لكن قبل أن نبحث في أنواع العناوين [*] المستخدمة في فن التحرير الصحفي، من المهم الحديث أولا عن ماهية العنوان في الأدبيات الصحفية.

---

[1] – مرعى مدكور. الصحافة الاخبارية. ط 1 (القاهرة : دار الشروق ، 2002) ص 139 .

[*] – نقل د . "عبد العالي رزاقي" اجماع الباحثين في مجال الإعلام في مسألة التفريق بين " العنوان " الصحفي وبين " عنوان " المادة الاخبارية بقوله : " ... وحتى يتم التفريق بين عنوان الجريدة Adresse وعنوان الخبر Titre فقد أجمع الباحثون على أن يكون جمع عنوان بالنسبة للصحف هي عناوين ... ونقول بالنسبة لجمع عنوان الخبر أو الموضوع عنوانات " لكننا اطلعنا في المقابل على باحثين

2 – 1 : مفهوم العنوان :

يعرف عبد اللطيف حمزة العنوان بأنه "السطر أو مجموعة الأسطر التي جمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوعا أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية " ويعتبر عبد العزيز الغنام " كتابة العنوان نصف العمل الصحفي، ويبدأ الصحفي في كتابة العنوان بعد كتابة قصته، وعلى الصحفي أن يختصر ما يكتبه في 70 كلمة في ست أو سبع كلمات "[1].

كما تعد حروف العناوين أحد العناصر التيبوغرافية المهمة والأساسية في بناء صفحات الجريدة وتحديد هيكلها العام إذ لا تكاد أن تخلو منها صفحة من صفحات الجريدة ولكن تتفاوت أهميتها من صفحة لأخرى، فالصفحة الأولى مثلا تمتاز بالعناوين كبيرة الحجم بينما لا تتضمن صفحة الاعلانات المبوبة عادة إلا عناوين تجمع من حروف صغيرة لا يتجاوز اتساعها العمود الواحد أو جزء منه[2].

إن كتابة العنوان هي المهمة الأساسية الثانية للمحرر بعد تنقيح النص وضبطه من النواحي الفنية كافة ومن الضروري أن يتأكد المحرر من أن عنوانه قادر على جذب انتباه القارئ ، كما أن العنوان الجيد يقدم جوهر القصة ، وأحيانا على قصره يلخصها[3].

وإذا كان العنوان هو أول ما يطالعه القارئ في الخبر فإنه آخر ما يحرره الصحفي في الخبر [*] ، إذ يفضل دائما أن يكون العنوان آخر ما يكتب في الخبر وذلك حتى يستطيع المحرر انتقاء الزاوية المناسبة التي تهم أكبر عدد من القراء وتقدم لهم ملخصا سريعا لمحتواه.. ومن الناحية

آخرين يستخدمون مصطلح "عناوين" للإشارة إلى عناوين الأخبار. راجع كتابه (الخبر في الصحافة والاذاعة والتلفزيون والانترنت ص 87).

[1] – عبد العالي رزاقي . الخبر في الصحافة والاذاعة والتلفزيون والانترنت . (الجزائر : دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، 2011) ص88.

[2] – سعيد الغريب النجار . مدخل الى الاخراج الصحفي . ط 2. (القاهرة :الدار المصرية اللبنانية،2009) ص 73 .

[3] – نبيل حداد. في الكتابة الصحفية : السمات – المهارات – الاشكال – القضايا .(إربد – الاردن : دار الكندي ، 2002) ص77.

(*) – هناك من الباحثين من طرح فكرة الاختلاف في توقيت كتابة عنوان الخبر بين من يقول أنه يكتب أولا قبل البدء في صياغة الخبر وبين من يقول بتأخيره إلى غاية الانتهاء من الصياغة، والطريقة الأفضل في كتابته هي الطريقة الثانية والأسهل تحريريا.

الوظيفية فإن عنوان الخبر يخبر القراء بسرعة عن مضمون الخبر بصفة عامة أو أهم زاوية فيه ، وتتمثل الوظائف الأساسية للعناوين في :

- جذب انتباه القارئ للخبر.
- تلخيص موضوع الخبر.
- مساعدة القارئ في تصنيف محتوى الصفحة واختيار ما يريد قراءته منها.
- مساعدة الصحيفة في خلق شخصية متميزة لها[1].

2 – 2 : أنواع العناوين :

يمكن تقسيم العناوين إلى صنفين رئيسيين : من حيث الشكل أي في طريقة صياغتها التحريرية ومن حيث الوظيفة التي تؤديها في النص الخبري المرتبطة به.

أ – نوع العناوين من حيث الشكل :

- العنوان المختصر.
- العنوان الوصفي : الذي يصف الحدث في كلمات قوية.
- عنوان الجملة المقتبسة : يرتبط هذا بالشخصية التي صنعت الحدث.
- عنوان التساؤل : يكون في صيغة سؤال.
- العنوان المؤكد.
- العنوان المقارن : الذي يعتمد على المقارنة بين حقيقتين أو أكثر.
- العنوان الطريف (الساخر) .
- العنوان البديع : الذي يستخدم أحد أنواع المحسنات البلاغية كالسجع والجناس في التماثل[2].

---

(1) – حسني نصر ، سناء عبد الرحمن. التحرير الصحفي في عصر المعلومات . ط 2 (العين– الامارات : دار الكتاب الجامعي، 2004) ص 200.

[2] – حسن أحمد الشافعي. الخبر–المقال–الحديث–التعليق في التربية البدنية والرياضية . (الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، 2005) ص 19.

ب – نوع العناوين من حيث الوظيفة :

- **العنوان الرئيسي :** هو الذي يحمل الفكرة الأهم والرئيسية في الموضوع لذا ينصح التيبوغرافيون بضرورة استخدام حجم كبير في جمع العنوان الرئيسي مما يسهم في إذكاء روح المنافسة بينه وبين العناصر التيبوغرافية الثقيلة الأخرى على ذات الصفحة وفي جذب الانتباه إلى الرسالة الاعلامية ككل.
- **العنوان التمهيدي :** وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويمهد له، ويتكون في الغالب من كلمة أو كلمتين ، ولذا عادة ما يجمع بحجم أصغر من الحجم المجموع به العنوان الرئيسي ... على أن لا يقل بشكل كبير يفقده الوضوح ولا يتقارب في الحجم مع العنوان الرئيسي فينافسه جذب انتباه القارئ ويبرز بدرجة أكبر مما تحتاجه وظيفته التحريرية وهي مجرد التمهيد للعنوان الرئيسي.
- **العنوان الثابت :** وكما يتضح من اسمه فهو يتميز عادة بالثبات في المضمون والموقع والمعالجة التيبوغرافية ويشير إلى عناوين الأبواب أو الأركان التحريرية والأعمدة الخاصة التي يكتبها كبار الكتاب بالصحيفة و تنشر بشكل ثابت من عدد لآخر بالصحيفة... إن هذه العناوين تعد من العناصر غير المقروءة في حد ذاتها كما أن القارئ هو الذي يسعى إليها وليس العكس[1].

وقد يكون العنوان الثابت عنوانا لعمود ثابت كـــ " مجرد رأي " أو صفحة بأكملها " كسوق الكلام " أو لقصة خبرية أو موضوعا يحافظ على نفس العنوان كركن " تكافل " وكل ذلك في جريدة الخبر.

وهناك من الباحثين من يطلق على تسمية العنوان الثابت عنوان الاشارة وكلاهما يعني نفس الشيء.

- **عنوان الاشارة :** وهو عنوان يتكون من مفردة واحدة أو مسند ومسند إليه يشير عادة إلى سؤال من الأسئلة السبعة مثل : متى (شهر رمضان) أو " أين " (الجزائر) ، وتكون في

(1) – سعيد الغريب النجار. مرجع سابق . ص 115 ص 118 .

رأس يمين الخبر، وعادة ما تكون ثابتة أو تظهر من حين لآخر، مثل (موجز الأخبار) فالمسند والمسند إليه يمثلان كلمة، يمكن أن نضع تحتها سلسلة من الأخبار القصيرة بالنسبة للصحافة المكتوبة[1] .

وفي دراستنا الحالية، استخدمت عدة أنواع من العناوين المذكورة من حيث الشكل في تحرير مواضيع ركن "تكافل" من العنوان الوصفي إلى التساؤل وغيرهما، ومن حيث الوظيفة استخدمت العناوين الرئيسية كما لم تخل بعض تلك المواضيع من وجود لعناوين تمهيدية، أما تسمية الركن "تكافل" فإنها تدخل ضمن نطاق عناوين الإشارة أو العناوين الثابتة، حيث تدرج كل المواضيع التي يطلب أصحابها المساعدة ضمن هذا الركن، وبالاضافة إلى اللون الأزرق المميز له، فإنه يسهل على القارئ من مهمة ايجاد الركن بكل سهولة وتمييزه عن باقي المواد التحريرية في الجريدة.

[1] – عبد العالي رزاقي . مرجع سابق . ص 101.

3 – الصورة الصحفية :

ثمة قاعدة ذهبية وشهيرة في الصحافة تقول : صورة واحدة خير من ألف كلمة، ذلك أن الصورة الحيوية الملائمة والمؤثرة تترك أثرا للرسالة الاعلامية أعمق بكثير من الأثر الذي تتركه الرسالة بالكلمات ، من هنا فإن الصور الاخبارية لا تقاس بتعبيرها الجمالي بل بقوتها الإعلامية[1].

وتمثل الصورة أهمية كبيرة بالنسبة للصحافة والقراء بشكل عام، خاصة تلك الصورة الاخبارية التي قد تكون ــ في بعض الأحايين ــ أنجح وسيلة اعلامية ، حيث تقدم المضمون في وضوح ويسر ودون إجهاد للقارئ، فقد تقدم صورة في لحظة خاطفة ما لا يستطيع كتاب أن يقدمه في مائة صفحة، فهي تنقل الحدث الى القارئ وتجعله يرى بنفسه بعض التفاصيل التي ركز عليها لتنقل له جو الحدث أو الواقعة الاخبارية.

فالصورة الجيدة في مجال الاخبار هي بمثابة الخبر أو على الاقل مكملة للخبر وكلامها يحل محل أجزاء من المضمون الخبري[2].

3 – 1 – مفهوم الصورة :

تعتبر الصورة من العناصر الاتصالية غير اللغوية سواء كانت تمثيلا رسما أو تصويرا فوتوغرافيا، تساهم في تقديم معلومة عن شخص ما أو منتوج أو حدث، وهي من أهم الاكتشافات التي جعلت الأجيال تتواصل فيما بينها، ويمكن تعريفها في جملة واحدة هي (الكتابة بالضوء) ويعتبر "أبراهام مولس" الصورة من أهم دعائم الاتصال البصري المؤثرة في حساسية القارئ بشكلها وألوانها، في حين يعتبرها "جاك ديران" في جوهرها رسالة خارجية معبّرة، فهي تمثل العناصر غير اللغوية بالتمثيل التصويري أو الرسم، وهي ذات معان متعددة لاحتوائها

---

[1] – نبيل حداد. مرجع سابق . ص 80.

[2] – مرعى مدكور . مرجع سابق . ص 149 .

على معاني تضمينية عديدة تمثل الرد العاطفي، أي الحسي غير المرتبط بالعقل، فهي توجه المتلقي[1] .

إن الصورة من أهم الوسائل الايضاحية المكملة للخبر والموضوع الصحفي، ولها تأثير نفسي قوي على القارئ ، وقد يعود ذلك – من الناحية الشكلية – للكثافة اللونية التي تتركب منها محتوياتها والمساحة المكانية التي تستحوذ عليها ، علاوة على ما تحمله من مضامين وكلها ميزات تجعلها من أكثر العناصر جذبا للعين وجلبا للانتباه ، فتتجه إليها مباشرة عين القارئ قبل قراءة العنوان والاطلاع على تفاصيل الموضوع، وقد تكون الصورة سببا أوليا في قراءة العنوان والموضوع معا[2].

كما تعد الصورة من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية ، ولعل أهمية الصورة بصفتها عنصرا طباعيا ترتبط بقدراتها التأثيرية ومعانيها المهمة التي تحملها إلى القراء وفقا لما تشير إليه الكثير من الدراسات التي أجريت في هذا المجال ، وذلك عند استخدامها مع المتون الصحفية ، حيث تؤدي الصورة دورا كبيرا في تسهيل ايصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط[3] .

إن الصورة بلا شك تسهم بشكل فعال في توصيل ذلك المضمون بطريقة أفضل وعلى أتم وجه إذا أحسن اختيار الصورة الجيدة والمعبرة عن الموضوع والتي تضيف إليه ولا تكرر ما بداخل النص، بل تلعب الصورة دورا إضافيا إذا أحسن استخدامها على الصفحة ويتمثل في زيادة عدد

---

(1) – عبد الرحمن عمار. الصورة والرأي العام السلطة الخامسة: دراسة سيميولوجية . (الجزائر: منشورات بغدادي ، دون تاريخ) ص ص25 26.

(2) – عبد العزيز سعيد الصويعي. الاخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواسيب. (ليماسول – قبرص : دار الآن للطباعة والنشر ، 1998) ص 106.

(3) – فهد بن عبد العزيز بدر العسكر . الاخراج الصحفي : أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة . (الرياض : مكتبة العبيكان، 1998) ص 34.

قراء الرسالة المنشورة، وذلك من خلال دورها وتأثيرها الفعال في جذب انتباه القارئ ولفت نظره إلى الصفحة وبالتالي إلى الموضوع المصاحب[1].

3 – 2 – اختيار الصورة الصحفية :

هناك عدة معايير وأسس يتم الاعتماد عليها من طرف المخرجين الصحفيين في المؤسسات الإعلامية في اختيار الصورة المناسبة للموضوع في ظل تعدد الخيارات والامكانيات، لذلك فإن مهمة اختيار الصورة المناسبة ليست بالشيء الهين كما قد يظن البعض، فالصورة الجيدة قد تكون سبقا صحفيا تنفرد به المؤسسة الإعلامية يزيد من شعبيتها، كما أن الصورة التي تثير الاشمئزاز في نفوس القراء قد تهوي بهذه الجريدة أو تلك في أعين قرائها.

ومن بين الأسس أو المعايير المهمة التي ينبغي التركيز عليها عند اختيار الصورة المناسبة من بين مئات الصور المتاحة في الأرشيف – طبعا إذا لم تتوافر صورة آنية للموضوع – الحيوية والتلقائية والمعنى والجانب الفني، إضافة إلى ما يلي :

- **الصلة الوثيقة بالموضوع :** وتشير إلى أنه من الاجراءات المنبوذة في اختيار الصورة الصالحة للنشر، اختيار صور لا تضيف جديدا للوصف أو الشرح الذي تقدمه الكلمات، أو اختيار صورة لموضوع يمكن للكلمات وصفه أو شرحه بفعالية أكثر من الصور، وفي هذه الحالة يكون اختيار الصورة ونشرها إجراء من شأنه ضياع مساحة غالية من الصفحة، كان يفضل استغلالها في نشر عناصر أخرى ... والمقولة القديمة بأن الصورة تعادل ألف كلمة، لا تصدق في حالة الصورة التي لا تضيف جديدا لفهم القارئ للموضوع مما يستوجب الاستغناء عنها تماما ... إلا أن الصورة الصحفية في كل الحالات لا بد أن تحتوي على معلومة، وأن تكون وثيقة الصلة بموضوعها بحيث لا يشعر القارئ بأنها دخيلة عليه.
- **الجانب الانساني :** فالاهتمام بالجانب الانساني يزيد من قيمة الصورة، ويؤدي إلى جذب أكبر عدد من القراء[2].

---

(1) – سعيد الغريب النجار. مرجع سابق . ص 147.

[2] – سعيد الغريب النجار . مرجع سابق . ص 157 ص 158 .

إن الصور المنشورة والمصاحبة لمواضيع ركن "تكافل" في جريدة الخبر إنما اهتمت بهذين المعيارين، كونها كلها صورا مرتبطة بما نشر عنها، والأهم من ذلك أنها أرادت التركيز على الجانب الانساني فيها من خلال التقاط صور شخصية لأغلب الحالات المنشورة في وضعيات تثبت عجزهم البدني وفق كل حالة، كمن يتم تصويره بالورم الذي يعاني منه مثلا، وذلك من أجل استمالة القراء واستعطافهم لتؤدي بذلك دورها الاقناعي.

والملاحظ أن كل تلك الصور المنشورة هي من نوع الصور الشخصية وهي الصور التي تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية المنشورة ، وقد تحمل الصور أكثر من شخصية ذات علاقة بهذه الوحدات وتتميز غالبا بصغر أحجامها بالنظر إلى الصور الاخبارية أو الموضوعية حيث يمكن أن تنشر على عمود واحد أو عمودين مع إمكانية أن تبدو أصغر ، بحيث تنشر على نصف عمود ، وهي الصور التي تسمى الصور الابهامية، وتتناول غالبا صور الشخصيات غير المهمة[1] .

3 – 3 – أهمية الصورة في الصحافة :

تأتي أهمية الصور في الصحافة من خلال ما يلي :

– إمكانية الصورة في إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة بما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول، بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه.

– إمكانية الصورة في تقديم معلومات في حيز صغير ، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أداءه ، كما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب من القارئ بذله للإحاطة بالمواد المنشورة على العكس من المادة المكتوبة التي يستدعي التأثر بها إعمال العقل والذهن في تخيل ما تثيره من معان قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها.

---

[1] – فهد بن عبد العزيز بدر العسكر . مرجع سابق. ص 36 .

– دور الصورة في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعا لدور المدخل البصري في إدراك الصورة ثم العمل على تخزينها بما يؤدي إلى أن تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقا بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة.

– إمكانية الصورة على أن تشغل حيزا بنفسها كموضوع إخباري بما يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطيات الصحف للأحداث[1].

[1] - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر . مرجع سابق. ص 46 .

4 – جريدة الخبر اليومية :

إن موضوع الدراسة يتحدث عن مادة تحريرية منشورة في جريدة الخبر وهي ركن "تكافل" ، وما دمنا قد تحدثنا عن البنية الاخراجية له من حيث العنوان والصورة وصيغة الرسالة، فلا أنسب من الحديث عن الوسيط أو الوسيلة أو الناقل الذي حمل مواضيع ذلك الركن، وكثيرة هي تلك الدراسات التي استخدمت تحليل المضمون كتقنية لجمع المعلومات قامت بإعطاء نبذة عن الوسيلة الإعلامية التي تدخل ضمن إطار عينتها للدراسة، وعلى هذا الأساس سيتم الحديث عن جريدة الخبر باعتبارها الوعاء الاعلامي و إطار الدراسة من حيث مكانتها في الساحة الاعلامية الجزائرية.

جريدة الخبر هي يومية مستقلة صدرت عام 1990 تزامنا وبداية إقرار التعددية الاعلامية مع صدور ثاني قانون إعلام في الجزائر المستقلة (*) ، وهي جريدة تابعة للملكية الخاصة، ولها شبكة مراسلين في مختلف ولايات الوطن، وقد دعمت هياكلها بمقر جديد.

تصدر الجريدة عن شركة الخبر ويبلغ رأس مالها 276600608 دينار جزائري، ويقع مقرها في 32 شارع الفتح ابن خلقان ليتورال سابقا ــ حيدرة ــ الجزائر العاصمة، ويعتبر عمر أورتيلان الذي اغتاله الارهاب عام 1995 رئيسها الشرفي، ويرأس مجلس إدارتها زهر الدين سماتي، بينما المدير العام ومسؤول النشر فيها فهو شريف رزقي، ومدير التحرير فيها كمال جوزي، ويرأس التحرير محمد بغالي .

أصدرت الجريدة الأم عنوانا إعلاميا جديدا متخصصا في المجال الرياضي تحت تسمية "الخبر الرياضي"، بالاضافة إلى الأسبوعية " الخبر الأسبوعي " ، وتطبع الجريدة في مطابع وسط وشرق وغرب وجنوب البلاد، ويتم توزيعها وطنيا.

(*) – حاليا صدر ثالث قانون إعلام جديد في الجزائر ينظم المهنة، وهو القانون العضوي رقم 12 – 05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لتاريخ 15 يناير 2012 ، وقد نشر في الجريدة الرسمية يوم 15 يناير 2012 .

وقد " تأسست صحيفة الخبر في الفاتح من نوفمبر 1990 على شكل شركة مساهمة برأسمال ابتدائي يقدر بـــ 301600 دينار، حيث تعد أول صحيفة جزائرية مستقلة صدرت باللغة العربية.

وقد تمت هيكلة شركة المساهمة (الخبر) وفق قانونها الأساسي الذي يطبع مثل هذا النوع من الشركات ذات الطابع التجاري في الشكل، حيث يتولى إدارتها مجلس إدارة الشركة الذي يحوي كل المساهمين، ويمارس هذه السلطات للتصرف في كل الظروف باسم الشركة، ويقوم رئيس هذا المجلس بالادارة العامة وتمثيل الشركة مع الغير، وإلى جانب مجلس الإدارة والرئيس المدير االعام، نجد رئيس التحرير الذي يكون مكلفا بالسهر على تحرير ونشر مضامين الصحيفة.

وتحتوي اليومية على خمسة أقسام [*] هي القسم الوطني، القسم الدولي، القسم الثقافي، القسم الرياضي، قسم المنوعات، القسم الصحي " [1].

4 – 1 – "الخبر" الجريدة الأكثر مصداقية في الجزائر :

كشفت دراسة [**] قام به مكتب الدراسات "ميديا سورفي"، أن أكثـــر من 37 بالمائة من الجزائريين يعتبرون "الخبر" الجريدة الأكثـــر مصداقية في الصحافة الوطنية [2]. مشيرة إلى أن عدد قراء "الخبر" ارتفع بحوالي 3 نقاط ليصل إلى 19, 5 بالمائة.

---

[*] – كتب المؤلف خمسة أقسام لكنه أتى على ذكر ستة أقسام، وربما القسم الصحي ليس قسما مستقلا بذاته كونه لا ينشر كل يوم.

(1) – جمال العيفة . مؤسسات الاعلام والاتصال : الوظائف، الهياكل، الأدوار . (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010) ص ص 102،103.

[**] – للاطلاع على نتائج الدراسة ، راجع الملحق رقم 06 ص 156.

[2] – لمزيد من المعطيات حول هذه الدراسة الذي نشرته جريدة الخبر في عددها ليوم يوم03 أفريل 2012 يرجى زيارة الرابط التالي : http://www.elkhabar.com/ar/autres/reportages/285568.html

وقد أشار مدير مكتب ميديا سورفي، السيد سفيان مالوفي، إلى أن الدراسة التي قام بها المكتب نهاية شهر أفريل عام 2012 حول نسبة مقروئية الصحافة الوطنية العربية والفرنسية ومدى مصداقية كل جريدة، أثبتت في نتائجها أن "الخبر" الأكثر مصداقية في الصحافة المعربة، حيث لازالت تحتفظ بمصداقيتها في أعين القارىء الجزائري، حيث أن 37.7 بالمائة ممن مستهم الدراسة التي قام بها المكتب، أكدوا أنهم يثقون فيما تنقله "الخبر" ومصداقية الأخبار التي تنشر في الجريدة بالرغم من منافسة عدد من الجرائد لها.

4 – 2 – "الخبر" ثاني أكبر جريدة في الجزائر من حيث المقروئية :

وحسب نفس الدارسة فإن عدد قراء الجرائد في الجزائر يوميا فاق 12 مليون قارئ، منهم أكثر من 7 ملايين رجال والباقي نساء ، وقد جاءت "الخبر" ثانية من حيث المقروئية بنسبة وصلت إلى 19, 5 بالمائة بأكثر من 6, 4 مليون قارئ يوميا، وأشار السيد مالوفي في هذا الصدد إلى أن "الخبر" عرفت ارتفاعا بحوالي 3 بالمائة مقارنة بالدراسة التي تمت شهر سبتمبر 2011 .

وأثبتت الدراسة أن أكثر من 4, 6 مليون قارئ من بين هؤلاء يطالعون "الخبر" ، وقد عرفت الجريدة ارتفاعا في عدد قرائها بحوالي 3 بالمائة مقارنة بدراسة قام بها نفس المكتب شهر سبتمبر من عام 2011، حيث وصلت إلى نسبة 19, 5 بالمائة من مجمل القراء محتلة المرتبة الثانية بعد "الشروق اليومي".

4 – 3 – نسبة سحب و توزيع "الخبر" خلال عام 2011 فترة الدراسة :

كشف تقرير صادر عن الجمعية من أجل مراقبة انتشار وتوزيع وسائط الإعلام المعروفة اختصارا بـــ" OJD "، عن تجاوز سحب جريدة الخبر العام 2011 168 مليون نسخة[1]،

[1] – نشرت جريدة الخبر ملخصا عن التقرير في عددها ليوم 16 فيفري 2012 .

ومعدل سحب يومي يتراوح ما بين 446 ألف و 492 ألف نسخة، مع تسجيل نسبة نمو بلغت بالنسبة للسحب 33, 3 بالمائة مقارنة بـــ2010 و72, 4 بالمائة بالنسبة للانتشار والمقروئية.

حيث بينت الأرقام التي تم اعتمادها وفقا لتصريح بشرف عن تدعيم "الخبر" لقدرات السحب والانتشار، حيث تم تقدير متوسط السحب السنوي لسنة 2011 بما يعادل 934.468 نسخة مقابل متوسط عام 2010 بلغ 453. 810 أي بفارق في المعدل يقدر بـــ15124 نسخة.

وكشفت التقديرات الإحصائية لأقدم هيئة مراقبة للنشر والتوزيع للصحف عن نسبة نمو ما بين سنتي 2011 و2010 تصل إلى 33,3 بالمائة.

في نفس السياق، تبين أرقام الجمعية أن أفضل شهر خلال سنة 2011 من حيث السحب اليومي هو نوفمبر بـــ495253 نسخة، يليه أوت بمتوسط سحب يقدر بـــ 492697 نسخة، وأدنى مستوى فقد سجل في جانفي بـــ446660 نسخة.

أما من حيث السحب الشهري، فإن أعلى مجموع سجل في أكتوبر بـــ15014292 نسخة، يليه شهر أوت بـــ14780910 نسخة، وقامت "الخبر" بسحب إجمالي فاق 168, 347 ,391 نسخة خلال العام 2011.

بالمقابل، واستنادا إلى نفس التقرير، قدر متوسط الانتشار لجريدة الخبر خلال نفس السنة 379448 نسخة، وبإجمالي عام يقدر بـــ142657167 نسخة منها 142530419 نسخة، وقدرت نسبة النمو حسب مؤشر الانتشار بـــ 72,4 بالمائة في 2011 مقارنة بـــ 2010، مما يكشف عن توجه إيجابي للمقروئية أيضا.

4 – 4 – ترتيب الخبر على المستوى الافريقي :

حسب موقع 4mn.com (4 International media &news papers) [1] الذي قدم تصنيفا لأكبر 50 جريدة على المستوى القاري حيث احتلت جريدة الخبر المركز 14 افريقيا والمركز السابع ضمن الجرائد العربية الافريقية خلال عام 2011 .

ويعد الدليل الدولي للإعلام والصحافة بوابة رئيسية لمتابعة تطور الصحافة والاعلام عبر العالم كما يعتبر من محركات البحث الخاصة بتحديد أهم الصحف ووسائل الاعلام، ويبقى الدليل الذي يقوم بتصنيف وترتيب الصحف بصورة دورية يعتمد على عدد من المقاييس والمعايير التي يحددها وعلى رأسها الشعبية الواسعة وقوة التأثير[2].

---

[1] – راجع الموضوع على الرابط التالي : http://www.4imn.com/topAfrica/

[2] – محمد لعقاب. قضايا ساخنة في الاعلام والاسلام والثقافة . (الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2010) ص 23.

الفصل الخامس :

إجراءات منهجية للبحث

كل بحث أو دراسة علمية لا بد أن تمر بمجموعة مراحل متسلسلة يتدرج فيها الباحث بدء من اختيار مجتمع البحث و إلى غاية تحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها، ومن هذا المنطلق فإن دراستنا هذه قد مرت بمجموعة خطوات علمية في تحليلنا للمحتوى المنشور في ركن " تكافل " ، نذكرها تفصيلا(*) :

1 – مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث في دراستنا هذه من جميع أعداد جريدة الخبر التي نشرت ركن " تكافل " طيلة 06 شهرا كاملة من الفاتح جويلية 2011 وإلى غاية 31 ديسمبر من نفس العامن حيث قمنا بحصر كل تلك الأعداد خلال الفترة الزمنية المذكورة ، بغية الحصول على معلومات كافية عن الموضوع ورصد كل الحالات التي تدخل في إطار البحث، وقد جاء اختيارنا لهذه الفترة للأسباب التالية:

1. سنة 2011 كانت الانطلاقة الفعلية للدراسة العلمية وبالتالي قرب الفترة الزمنية من انقضاء الآجال المحددة لإتمام الدراسة، أي أننا قمنا باختيار أحدث فترة زمنية ممكنة.
2. مدة نصف عام تعتبر كافية – في نظرنا – لتقييم الحالة الراهنة للأداء الصحفي في هذا الجانب.
3. مفردات العينة – أي ركن " تكافل "– لا تنشر يوميا على صفحات جريدة " الخبر " وإنما على فترات متباعدة نسبيا، مما يضطرنا إلى توسيع العينة الزمنية نوعا ما لحصر أكبر عدد ممكن من المفردات.

(*) – قد استفدنا في إعداد هذه الخطوات من أطروحة الدكتوراه التي قدمها الطالب " فارس حسن شكر المهداوي " بعنوان " أخبار العراق في الفضائيات العربية – تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين "، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية في الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك عام 2009 .

2 – عينة البحث

لقد اخترنا في دراستنا هذه الصحافة المكتوبة من بين سائر الوسائل الإعلامية، واخترنا للدراسة موضوع الخدمة الاجتماعية من بين سائر الوظائف التي تقدمها هذه الوسائل، واخترنا من بين هذه الخدمات ما ينشر في ركن " تكافل " من جريدة الخبر دون سائر الخدمات الأخرى كالخدمات المجانية وما ينشر في صفحات الإشهار وغيرها.

ولتحديد عينة الدراسة بشكل دقيق، قمنا بتقسيمها إلى ثلاثة مستويات كما حدد ذلك "بيرلسون"[1] :

الأول : وهو مستوى العينة الخاصة بالمصدر أو نوع الوسيط، واختار لها الباحث في هذه الدراسة جريدة " الخبر " .

الثاني : وهو مستوى العينة الخاصة بالأعداد المختارة من هذا المصدر أو الوسيط، واختار لها الباحث الأعداد التي نشرت ركن " تكافل " خلال فترة الدراسة.

الثالث : مستوى العينة الخاصة بمادة التحليل، وحددنا لها في دراستنا هذه كل ما يتعلق بالخدمة الاجتماعية وخاصة منها ما ينشر كمادة صحفية تحريرية لتكون مجالا لتحليل المضمون وهي ركن " تكافل "، وتبعا لذلك فلا تدخل في عينة الدراسة طلبات المساعدة التي تنشر في صفحات الإشهار رغم تشابهها نوعا ما مع ما نريد دراسته، لذلك فقد قمنا بتحديد مجموعة مؤشرات تحدد اختيار العينة وحددناها فيما يلي :

1. أن تكون المواضيع المرتبطة بالتكافل منشورة في ركن " تكافل " بغض النظر عن الصفحة التي نشرت فيها.
2. المواضيع المرتبطة بالتكافل والمنشورة في صفحات الإشهار والإعلانات مدفوعة الثمن غير معنية بعينة الدراسة، لأنه لا يتدخل في تحريرها محرر جريدة "الخبر".

---

[1] – أحمد رشدي طعيمة . مرجع سابق . ص 242 .

3. أن يتم نشر المواضيع المرتبطة بالتكافل أيا كان نوعها ضمن أي نوع من الأنواع الصحفية المعروفة في فن التحرير الصحفي، أي تحمل توقيع الصحفي كاتب الموضوع أو المراسل الصحفي.
4. لا يشترط أن تكون الحالات المنشورة مرفوقة بالصور الفوتوغرافية لأصاحبها تثبت عجزهم البدني.

وبعد قيامنا بالدراسة الاستطلاعية على عدد من الجرائد اليومية الإخبارية والصادرة باللغة العربية في الجزائر للبحث عن الجرائد التي تنشر مواضيع متعلقة بالتكافل والتضامن الاجتماعي وتقدم خدمة إجتماعية وتخدم أغراض البحث، وبعد ملاحظاتنا التتبعية للأداء المهني لعدد من هذه الوسائل الإعلامية، تكشف لنا أن عينة الدراسة سوف تنحصر في جريدتين اثنتين هما " الخبر " و" الشروق ".

لكننا استقرينا في الأخير على الإكتفاء بجريدة " الخبر " وتم استبعاد جريدة " الشروق اليومي " لعدة أسباب أهمها :

1 – أخبار التكافل المنشورة على صفحة " الشروق اليومي " غير متميزة عن سائر ما ينشر في صفحاتها من مواد تحريرية، مما يجعلنا نضطر لتصفح الجريدة بعناية فائقة وتركيز كبير وقراءة كل المواضيع، رغم أن الجريدة نشرت في بعض الأحيان هذه المواضيع تحت ركن ثابت اسمه " وتعاونوا " لكنها لم تثبت عليه، ونشرت حالات عديدة من المفروض أن تدخل تحت هذه العنوان الثابت، في مكان آخر.

بينما جريدة " الخبر " فالأمر أسهل بكثير، إذ يتم نشر مثل هذه المواضيع المتعلقة بالتضامن تحت ركن ثابت يمكن تمييزه بسهولة بمجرد إلقاء نظرة سريعة على صفحات الجريدة.

2 – تخصيص وقت كبير لقراءة جميع محتويات جريدة " الشروق " لاستخراج عينة الدراسة وهو ما لم يكن في صالحنا، مما قد يطيل فترة إتمام الدراسة في آجالها.

علما أننا كنا بصدد اختيار جريدة أو أكثر من القطاع الخاص ومثلها من القطاع العمومي لإجراء مقارنة بينهما بعد ذلك ثم ربطها بمتغير ملكية الصحف، لكن الدراسة الاستطلاعية أثبتت عدم وجود أثر لهذا النوع من المواضيع يصلح كعينة في الصحف الحكومية – حسب ما اطلعنا عليه – فتم استبعادها من عينة الدراسة.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره، فإننا نرجع سبب اختيارنا لجريدة " الخبر " كمصدر للعينة إلى الأسباب التالية :

1. أكثر الجرائد نشرا لمثل هذه المواضيع حسب ما اطلعنا عليه.
2. من أكبر الجرائد الوطنية انتشارا وتوزيعا، كما أن حجمها وعدد النسخ لكل طبعة منها وتوزيعها عال جدا حسب دراسة قامت بها الجمعية من أجل مراقبة انتشار وتوزيع وسحب وسائط الإعلام، المعروفة اختصارا بـــ " OJD ".
3. لها نسبة مقروئية مرتفعة جدا حسب ما دلت عليه الدراسة العلمية التي أجراها مكتب الدراسات "ميديا سورفي".
4. جريدة صادرة باللغة العربية، وحسب نفس الدراسة السابقة فإن الصحف الصادرة باللغة الفرنسية أقل مقروئية في الجزائر مقارنة بنظيرتها الصادرة باللغة العربية.
5. يومية وطنية وليست جهوية، أي أن نطاق التوزيع الجغرافي لها كبير جدا.
6. يومية تقدم مضمونا إعلاميا عاما وليس متخصصا، لأن النوع الأول له جمهور أوسع من النوع الثاني.

ولم نقم باختيار كل الأعداد التي تقع ضمن فترة الدراسة لكون مثل هذه الأخبار لا تنشر يوميا وإنما على فترات قد تطول أحيانا وقد تقصر.

2 – 1 – نوع المعاينة والعينة :

لما قمنا بالدراسة الاستطلاعية لم نوفق إلا في اختيار جريدة " الخبر " للأسباب المذكورة آنفا، فليست كل الصحف الوطنية الجزائرية تنشر مثل هذه المواضيع، لذلك فإن الأمر استدعى منا البحث القصدي عن العناوين الصحفية التي تخدم أغراض البحث وتنشر مثل هذه الأخبار باستمرار، لذلك فإن اختيارنا للوسيط كان بطريقة قصدية، أما اختيارنا للعينة التي تدخل في الدراسة من أعداد الجريدة ،فجاءت عن طريق الحصر الشامل لجميع المفردات خلال فترة الدراسة والمحددة بستة أشهر الأخيرة من عام 2011.

وقد رأينا أنه باختيار هذه العينات نحقق أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

3 – أداة البحث :

سنعتمد في جمعنا للبيانات في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون في كافة المواضيع المرتبطة بالتكافل وتحليلها كميا، لكونها الأنسب في مثل هذه البحوث ، وهي أداة علمية من أدوات المنهج الوصفي لاستخراج نتائج كمية محددة بغية الحصول على إجابات دقيقة عن أسئلة الدراسة، وعليه فقد وضعنا استمارة خاصة بتحليل مضمون مواضيع ركن
" تكافل " التي تضمنتها عينة الدراسة، مستفيدين من الأدب النظري وتساؤلات الدراسة وطبيعتها .

4 – التحليل المبدئي :

التحليل المبدئي هو تحليل كيفي يتم على عينات أصغر من الوثائق بغرض تحديد العناصر المكونة لوحدات التحليل النهائي التي ستتخذ أساسا للتصنيف ... وهو خطوة ضرورية كدراسة استطلاعية يلجأ إليها الباحث قبل البدء في الدراسة التحليلية الاستدلالية لتحقيق العديد من

الوظائف التي ترتبط باستخدام تحليل المحتوى في الاستدلال عن المعاني الكامنة لمحتوى الإعلام، حتى يكتسب الباحث الألفة الكافية مع المحتوى لتنمية مهارات البحث بالإضافة إلى الوظائف الخاصة بالدراسة الاستطلاعية في البحوث الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة[1] .

لقد قمنا بإجراء التحليل المبدئي من أجل تحقيق عدة أهداف على المستويين النظري والتطبيقي، أهمها :

- على المستوى النظري :

* تحديد الإشكالية العامة للدراسة .

* تحديد التساؤلاتها الفرعية.

- على المستوى التطبيقي :

* تحديد وحدات وفئات التحليل المناسبة التي تجيب عن أسئلة الدراسة.

* محاولة تكييف استمارة التحليل مع الإطار النظري للدراسة.

* الوقوف على الصعوبات التي يمكن أن تعترض مسار التحليل لاحقا.

لكن قبل القيام بالتحليل المبدئي أو الأولي تم الاعتماد مسبقا على عدد من الفئات التي عادة ما تستخدم في بحوث الإعلام وخاصة في مجال الصحافة المكتوبة والمقصود بها هنا هي فئة " البيانات الأولية " والتي تضم فئات فرعية : التوزيع الشهري للعينة ورقم الصدور وتاريخه ورقم الصفحة.

وعلى هذا الأساس فقد قمنا باختيار (06) مفردات من ركن " تكافل " التي كانت متوفرة بين أيدينا لتكون مجالا للدراسة الاستطلاعية الكيفية.

---

[1] – محمد عبد الحميد . تحليل المحتوى في بحوث الإعلام . (بيروت : دار ومكتبة الهلال ، 2009) ص ص 78 . 79.

5 – بناء استمارة التحليل :

لقد قمنا بتقسيم استمارة تحليل المضمون إلى ثلاثة عناصر رئيسية، تضم البيانات الأولية عن كل عدد من جريدة الخبر نشر ركن " تكافل "، وضم العنصر الثاني منها فئات الشكل والعنصر الثالث فئات المضمون، وقد تم بناء هذه الفئات بناء على مجموعة من المعايير أهمها تساؤلات الدراسة وكذا بعض الدراسات الإعلامية التي استخدمت تحليل المضمون.

تم استهلال كل استمارات التحليل بالبيانات الأولية التي تضم التوزيع الشهري للعينة ورقم الإصدار وتاريخه وعدد القراءات للمادة المحللة.

وقد توزعت استمارة التحليل إلى ثلاثة (03) فئات رئيسية من حيث الشكل، كل فئة منها مقسمة إلى فقرتين أو مجموعة فقرات فرعية وهي : نوع العنوان وشكل العبارات واستخدام الصور.

بينما ضمت فئات المضمون ستة (06) فئات رئيسية كل فئة منها مقسمة إلى فئات فرعية أو مجموعة فقرات وهي : الموضوع ، الأهداف ، السمات الأولية ويندرج تحتها (السن والجنس والمهنة) ، الجمهور المستهدف ، مكان العلاج وأخيرا طرق الإقناع.

وكانت الصيغة النهائية للاستمارة بعد استكمال إجراءات الصدق والثبات عليها على النحو الآتي:

I. <u>البيانات الأولية</u>

1 – التوزيع الشهري للعينة.

2 – رقم الاصدار.

3 – تاريخ الإصدار.

4 – عدد القراءات.

II. **فئات الشكل**

1 – نوع العنوان : * عنوان مؤكد.

* عنوان تساؤل.

* عنوان مقارن.

* عنوان وصفي.

* عنوان مختصر.

2 – شكل العبارات : * أسلوب التمني.

* أسلوب التحسر.

* أسلوب التعريف.

3 –استخدام الصور : * وجود صورة شخصية .

* عدم وجود صورة شخصية.

III. **فئات المضمون**

1 – فئة الموضوع : * إصابة بحادث.

* تشوه خلقي.

* إصابة بمرض/ عاهة.

2 – فئة الأهداف : * طلب المساعدة المالية.

* طلب المساعدة المادية / العينية.

3 – فئة السمات الأولية :

– فئة السن : * الأطفال.

* الشباب.

* كبار السن.

– فئة الجنس : * ذكر.

* أنثى.

– فئة المهنة : * عامل.

* غير عامل.

* غير محدد.

4 – فئة الجمهور المستهدف : * عامة الناس.

* الدولة.

* كلاهما.

5 – فئة مكان العلاج : * داخل الوطن.

* خارج الوطن.

* غير محدد.

6 – فئة طرق الإقناع : * الاستمالات العاطفية.

* الاستمالات العقلية.

* استمالات التخويف.

6 – التعريفات الإجرائية لفئات التحليل :

تسعى استمارة تحليل المضمون إلى الحصول على بيانات كمية عن المحتوى الذي تقوم بتحليله، لذلك فإن التعريف الدقيق لكل فئة من فئات التحليل أمر ضروري خاصة أنها ستحلل من طرف محكمين آخرين، حتى يسهل عليهم تصنيف المحتوى على حسب تلك الفئات وذلك للحصول على نسبة ثبات عالية بعد القيام بإجراءات الصدق والثبات.

وفي ما يلي عرض للفئات المستخدمة في استمارة التحليل مع تعاريفها الإجرائية :

6 – 1 – فئة أنواع العناوين : والمقصود هو نوع العنوان الذي يأتي مصاحبا لكل موضوع منشور في ركن " تكافل ".

* **العنوان المؤكد :** وهو الذي يأتي في صورة تأكيد لشيء ما .

* **عنوان التساؤل :** يكون في صيغة سؤال.

* **عنوان مقارن :** يعتمد على المقارنة بين حقيقتين أو أكثر.

* **عنوان وصفي :** يصف الحدث في كلمات قوية.

* **عنوان مختصر :** يستخدم كلمات قليلة.

6 – 2 – فئة شكل العبارات :

* **أسلوب التمني :** يأتي هذا الأسلوب ليعبر عن تطلع صاحب الحالة إلى المستقبل وتمنيه لشيء ما، وتأتي في صيغ مثل : (يحلم ، يتطلع ، ينتظر ...).

* **أسلوب التحسر :** يأتي هذا الأسلوب ليعبر عن تحسر صاحب الحالة لما يعيشه، يسرد فيه معاناته مع ما أصابه.

* **أسلوب التعريف :** يسرد حقائق ما جرى والعلة التي يعاني منها صاحب الحالة المنشورة في ركن " تكافل " وسببها.

6 – 3 – فئة استخدام الصور : ونعني بها وجود أو عدم وجود الصور الفوتوغرافية لصاحب الحالة بجانب الموضوع.

6 – 4 – فئة الموضوع :

* **إصابة بحادث :** ونعني تعرض صاحب الحالة لحادث بالسيارة أو حادث عمل.

* **تشوه خلقي :** يعني ولادة صاحب الحالة بتشوه في أحد أعضاء الجسم يمنعه من أداء وظيفته الطبيعية.

* **إصابة بمرض :** تعني إصابة صاحب الحالة بعارض مرضي طارئ أثناء حياته بسبب خطأ طبي أثناء العمليات الجراحية أو غيرها من الأسباب المعروفة أو غير المعروفة.

6 – 5 – فئة الأهداف :

* **طلب المساعدة المالية :** تعني طلب المعني للأموال من طرف الجمهور المقصود قصد سد حاجته، لتغطية نفقات العلاج.

* **طلب المساعدة المادية أو العينية :** تعني طلب المعني بالأمر لشيء مادي غير الأموال كبعض المستلزمات الطبية مثلا.

6 – 6 – فئة السمات الأولية :

* **السن :** الأطفال وهم من جاءت تسميتهم كأطفال في محتوى المادة المحللة، أو يتم تصنيفهم كأطفال حسب الصورة المرفقة للموضوع في حالة تعذر وجود السن .

والشباب وهم من جاءت تسميتهم كشباب في محتوى المادة المحللة أو من خلال السن أو يتم تصنيفهم كشباب حسب الصورة المرفقة للموضوع في حالة تعذر وجود المؤشرين السابقين.

وكبار السن من جاءت تسميتهم ككهول أو عجزة في محتوى المادة المحللة أو يتم تصنيفهم حسب الصورة المرفقة للموضوع في حالة تعذر وجود المؤشر السابق.

*** المهنة :**

– **عامل :** ونقصد بها كل صاحب مهنة من الحالات المنشورة، وبالنسبة للأطفال يصنف آباؤهم ضمن هذه الفئة باعتبارهم الأوصياء عليهم.

– **غير عامل :** من جاء التصريح بأنه بطال لا يعمل.

6 – 7 – الجمهور المستهدف : وهو المقصود من وراء هذه الرسائل الإعلامية المتمثلة في ركن " تكافل " ويضم أنواعا هم :

*** عامة الناس :** وهم كل من طلب منهم صاحب الحالة المنشورة المساعدة دون أن يحددهم بالذات، كقول (ذوي البر والإحسان) وغيرها.

*** الدولة :** كل من طلب منهم صاحب الحالة المنشورة المساعدة من المسؤولين السامين في الدولة كالوزراء مثلا، أو مؤسسات حكومية كصندوق الضمان الاجتماعي.

*** كلاهما :** ونقصد بها من يطلب المساعدة من عامة الناس و من الدولة في نفس الوقت.

6 – 8 – مكان العلاج :

*** داخل الوطن :** وتعني طلب صاحب الحالة العلاج داخل الجزائر.

*** خارج الوطن :** وتعني طلب صاحب الحالة العلاج خارج الجزائر ، بغض النظر إن كانت دولا عربية أو إسلامية أو غربية.

6 – 9 – طرق الإقناع :

* **الاستمالات العاطفية :** تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال ، وتظهر في الأساليب اللغوية المستخدمة التي تستعطف المتلقي نفسيا.

* **الاستمالات العقلانية :** وهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية كالاستدلال بأقوال الأطباء وبعض الوثائق أوتقديم أرقام هواتف أو ذكر اسمه ولقبه وعنوانه المنزلي وتاريخ ميلاده وغيرها.

* **استمالات التخويف :** تشير هذه الاستمالة إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال ، كأن يقال بأن عدم مساعدة هذه الحالة فإن حالتها ستزداد سوء أو قد تؤدي إلى الوفاة.

7 – وحدات التحليل :

ينقل د.يوسف تمار عن Jean de Bonville قوله أن وحدة التحليل هي " مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة " ثم يعقب بقوله أن الوحدة في أبسط معانيها هي الشيء الذي نقوم بحسابه فعلا[1] .

من أجل رصد تكرارات الفئات والحصول على بيانات كمية للمحتوى المراد تحليله فقد لجأنا إلى استخدام " وحدة العبارة " كوحدة تحليل أو تسجيل [*] وهي من الوحدات اللغوية المستخدمة في تحليل المضمون ويعرفها د . يوسف تمار بقوله : " هي أكبر من الكلمة من الناحية السمنطقية، وقد تكون كلمة أو مجموعة كلمات تأخذ شكلا متكاملا لإعطاء معنى معين" [2] ، وقد اعتمدنا على وحدة الجملة كوحدة سياق لها.

8 – إجراءات الصدق والثبات :

من الخطوات المتبعة في تحليل المضمون ما يسمى بإجراءات الصدق والثبات، أي صدق أداة التحليل من جهة وثبات نتائج التحليل من جهة أخرى.

8 – 1 – صدق الأداة : لقد قمنا بإجراءات الصدق على استمارة تحليل المضمون راجين تحقيق ما يلي :

– التأكد من أن أداة التحليل تقيس فعلا ما يفترض أن تقيسه.

– البعد عن الذاتية في تحديد فئات ووحدات التحليل وتحقيق أكبر قدر ممكن من الموضوعية.

– التأكد أن استمارة التحليل تتضمن فئات مناسبة لتصنيف المحتوى ضمنها.

لغرض التحقق من صدق أداة التحليل قمنا بعرض الاستمارة الخاصة بتحليل مضمون ركن " تكافل " على عدد من المحكمين من الأساتذة في قسم العلوم الانسانية والاجتماعية في جامعة

---

[1] – يوسف تمار . تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين . (الجزائر : طاكسيج كوم ،2007) ص 49.

[*]– وحدة التحليل هي نفسها وحدة التسجيل كما يذكر ذلك د . يوسف تمار في مرجعه السابق ص : 48 .

[2] – المرجع السابق . ص 50.

سعيدة من أصحاب الاختصاص العلمي والخبرة في استخدام تقنية تحليل المضمون، وذلك للتعرف على صدق المحتوى ومدى ملائمة الفئات المختارة لمحتوى المادة المحللة، وقد أرفقت استمارة التحليل مع دليل للتعريفات الإجرائية لكل فئة من تلك الفئات، وقد أبدى المحكمون جملة من الملاحظات حول تعديل أو حذف بعض الفئات، وقد أخذنا كل هذه الملاحظات والتزمنا بها في إعداد استمارة التحليل النهائية التي ستطبق على المحتوى المنشور في ركن " تكافل ".

و من الأساليب التي استخدمناها زيادة في صدق التحليل ما يلي :

ــ تعريف المفاهيم التي تتضمنها فئات ووحدات التحليل في الدراسة تعريفا دقيقا حتى يسهل على المحكمين تصنيف المحتوى على أساسها من خلال الاستعانة باستمارة التعريفات الإجرائية.

ــ وضع ترميز سهل وواضح يمكّن المطلع عليها من معرفتها بسهولة.

ــ العمل بالملاحظات التي دونها المحكمون عن استمارة التحليل.

8 – 2 – ثبات الأداة : الثبات يعني ضرورة الحصول على نفس نتائج تحليل كل مفردة باستخدام نفس استمارة التحليل مهما اختلف عدد الباحثين أو اختلفت أزمنة التحليل، ولغرض الوصول إلى ذلك قمنا بما يلي :

أ – قمنا بعملية التحليل على مرتين وعلى فترتين متباعدتين، سجلنا نتائج التحليل الأول وبعد مضي ثلاثة أسابيع قمنا بإعادة عملية التحليل على نفس العينة المختارة (10 مفردات)، وجاءت نسبة الثبات (86 %) بين التحليلين الأول والثاني.

واعتمدنا في قياس معامل الثبات على معادلة هولستي Holsti[1]، علما أن المعادلة هي :

M2

[1] - هناك معادلات إحصائية عديدة لاستخراج معامل الثبات في حالة وجود محكمين اثنين ومعادلات إحصائية أخرى في حالة تعدد المحكمين، مثل معادلة كوهين كابا Cohen's Kappa و ستمبل Stempel وغيرهم.

$$C.R = \frac{M}{N1 + N2}$$

علما أن R يعني معامل الثبات.

M تعني عدد الفئات التي اتفقت فيها نتائج التحليل بين الاختبارين الأول والثاني.

N1 مجموع عدد الفئات التي حللت من طرفنا في التحليل الأول.

N2 مجموع عدد الفئات التي حللت من طرفنا في التحليل الثاني.

قبل حساب معامل الثبات نؤكد على ما يلي :

عدد فئات التحليل في الاستمارة (06) فئات رئيسية، لكن فئة السمات الأولية تضم هي الأخرى فئات فرعية فتم احتسابها في المعادلة حتى لا تؤثر على نتائج التحليل وبالتالي أصبح لدينا 11 فئة.

وإجراءات الثبات تمت على عينة قوامها 10 مفردات ما يعني أنه لدينا 110 فئات للتحليل (10 x 11).

وعدد الفئات التي اتفقت فيها نتائج التحليل بين الاختبارين الأول والثاني هي : 95 فئة.

وبتطبيق المعادلة السابقة نجد :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times 95}{110 + 110} = 0.86 = 86\% .$$

ويمكن استخراج معامل الثبات أيضا بمعادلة أخرى ونحصل على نفس معامل الثبات عن طريق استخراج النسبة المئوية للإتفاق بين الباحثين (بقسمة عدد فئات الإتفاق على عدد فئات أداة التحليل) أي :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{95}{110} = 0.86 = 86\ \% \ .$$

9 – الوسائل الاحصائية :

استخدمنا في سبيل الحصول على البيانات الكمية على بعض المعاملات الاحصائية وكذا النسب المئوية وأعداد التكرارات لظهور فئة معينة لتقدير أهميتها مقارنة بالفئات الأخرى في استمارة التحليل، بالاضافة إلى مربع كاي لقياس العلاقة التي تجمع بين متغيرين.

10 – الإجراءات المنهجية للبحث:

من أجل إعادة تلخيص الخطوات التي قمنا بها في تصميم استمارة التحليل وتطبيقها على المادة المحللة، فإننا قمنا بما يلي :

1 – بعد تحديدنا لمجتمع الدراسة قمنا باستخراج العينة نظريا وعددها 58 مفردة من المواضيع التي نشرت في ركن " تكافل "، ثم قمنا باستخراجها عمليا من الفترة الزمنية المحددة في النصف الثاني من عام 2011 وذلك بطبعها من النسخة الالكترونية للجريدة على موقعها في شبكة الانترنت لتعذر الحصول على النسخة الورقية في كثير من الأعداد.

2 – قمنا بدراسة مبدئية أو استطلاعية على عينة تجريبية صغيرة مختارة من مجتمع البحث قوامها (06) مفردات بطريقة غير عشوائية مما توافر لدينا من قصاصات ورقية لتلك المواضيع تمثل نسبة 10 % تقريبا من مجموع مفردات عينة الدراسة.

3 – قمنا بوضع التعريفات الإجرائية لكل فئة من فئات الشكل والمضمون في استمارة التحليل.

4 – قمنا بتطبيق الفئات الأولية التي استخرجناها على العينة التجريبية لمعرفة مدى إمكانية تصنيف المحتوى من خلالها أو الحاجة لإضافة فئات جديدة وكذا معرفة قدر الصعوبات التي قد تعترض مسار التحليل لاحقا.

5 – قمنا بعرض الفئات الأولية وتعريفاتها الإجرائية على مجموعة من المرمّزين لغرض بيان صدق أداة التحليل.

6 – قمنا بتصميم استمارة التحليل في صيغتها النهائية التي استخدمناها في تحليل مواضيع ركن " تكافل " التي تمثل عينة الدراسة.

7 – قمنا بتطبيق إجراءات الثبات على النتائج التي توصلنا إليها في مرحلتي التحليل الأول والثاني.

8 – بعد الانتهاء من التحضيرات المذكورة قمنا بتطبيق الأداة وإجراء التحليل النهائي على عينة الدراسة مستندين إلى التعريفات الإجرائية التي أعددناها لكل فئة من فئات التحليل.

الفصل السادس :

نتائج الدراسة

1 – الجانب الوصفي لعينة الدراسة.

يتعلق هذا الجانب بذكر خصائص مفردات العينة من حيث الطريقة الاخراجية التي اتبعتها الجريدة بالإضافة إلى السمات الأولية التي تميز كل حالة من الحالات المنشورة عن الأخرى.

إن تلك الحالات المنشورة في ركن "تكافل" عبر صفحات جريدة "الخبر" تكفّل بصياغتها أكثر من صحفي أو مراسل صحفي، لذلك فإن الصياغة التحريرية لها لا شك أنها تختلف بين محرّر وآخر لاعتبارات عديدة مرتبطة بالكاتب وأخرى بنوعية كل حالة، وكذلك الشأن بالنسبة للأشخاص المعنيين الذين نشرت حالتهم في الجريدة يختلفون في سماتهم الأولية من حيث السن والجنس والمهنة ومكان العلاج الذي يطلبونه والجمهور الذي يقصدونه، وقبل ذلك كله فإن اهتمام الجريدة بمثل هذه المواضيع ومعدل تكرارها خلال فترة الدراسة يعتبر مهما كذلك.

وفي ما يلي الاجابة عن بعض تساؤلات الدراسة التي تمثل الجانب الوصفي في عينة الدراسة.

1 – 1 – الإجابة عن التساؤل الأول : ما هو حجم اهتمام الصحف محل الدراسة بنشر أخبار هذه الحالات؟ وما هو معدل تكرارها خلال فترة الدراسة ؟

- **نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال كل شهر من أشهر الدراسة :**

$$\text{النسبة} = \frac{\text{مجموع اعداد الجريدة التي نشرت مواضيع ركن "تكافل" خلال شهر "س"} \times 100}{\text{مجموع اعداد الجريدة خلال شهر "س"}}$$

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال شهر جويلية :

$$\text{النسبة} = \frac{15 \times 100}{31} = 48.39\ \% \ .$$

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال أوت :

$$\text{النسبة} = \frac{04 \times 100}{29} = 13.80\ \%.$$

علما أن يومي 30 و 31 من شهر أوت لم نجدهما في الأرشيف الالكتروني لجريدة الخبر وعلى الأرجح فإن الجريدة قد احتجبت في هذين اليومين المصادفين لعيد الفطر، لذلك اقتصرت أعداد الصدور على 29 عددا فقط.

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال سبتمبر :

$$\text{النسبة} = \frac{14 \times 100}{30} = 46.67\ \%.$$

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال أكتوبر :

$$\text{النسبة} = \frac{12 \times 100}{31} = 38.71\ \%.$$

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال نوفمبر :

$$\text{النسبة} = \frac{06 \times 100}{30} = 20\ \%.$$

- نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال ديسمبر :

$$\text{النسبة} = \frac{07 \times 100}{31} = 22.59\ \%.$$

- **نسبة نشر مواضيع ركن " تكافل " خلال كامل فترة الدراسة :**

$$\text{النسبة} = \frac{\text{مجموع أعداد الجريدة التي نشرت ركن "تكافل" خلال كامل فترة الدراسة} \times 100}{\text{مجموع أعداد الجريدة خلال فترة الدراسة}}$$

$$\text{النسبة} = \frac{100 \times (7 + 6 + 12 + 14 + 04 + 15)}{31 + 30 + 31 + 30 + 29 + 31} = \frac{5800}{182} = 31.86\ \%.$$

- **متوسط نشر أخبار ركن " تكافل " شهريا :**

$$\text{المتوسط} = \frac{\text{مجموع مفردات العينة}}{\text{عدد أشهر الدراسة}}$$

$$\text{المتوسط} = \frac{58}{6} = 9.66\ .$$

أي أن متوسط عدد نشر ركن " تكافل " في جريدة الخبر يبلغ تقريبا 10 مرات شهريا.

والجدول التالي يبين المعطيات السابقة :

جدول رقم (01) : حجم نشر مواضيع ركن "تكافل" خلال فترة الدراسة

فترة الدراسة	تكرار النشر	مجموع أعداد الجريدة	النسبة	الترتيب	المتوسط الشهري
جويلية	15	31	% 48.39	1	9.66
أوت	04	29	% 13.79	6	
سبتمبر	14	30	% 46.66	2	
أكتوبر	12	31	% 38.71	3	
نوفمبر	06	30	% 20	5	
ديسمبر	07	31	% 22.58	4	
المجموع	58	182	% 31.86		

يتضح لنا من الجدول رقم (01) أن معدل نشر أخبار تكافل خلال فترة الدراسة متباين بين شهر وآخر، ففي حين احتل شهر جويلية الريادة في نشر هذه المواضيع بنسبة قاربت 50 % أي تقريبا بنشر خبر واحد كل يومين، نجد الشهر الذي يليه وهو أوت تتضائل فيه نسبة النشر إلى أدنى مستوياتها خلال فترة الدراسة بتسجيل أربعة مواضيع فقط بنسبة قاربت 14 % ، وتراوحت النسب بين الأشهر الأخرى بين 47 % و 20 % .

وانطلاقا من هذه النسب فإنه لا يمكننا أن نطلق حكما أو استنتاجا معينا، لكن الذي نلاحظه أن نشر هذه المواضيع غير مرتبط بشيء ما وإنما متى ما توفرت مثل هذه المواضيع لدى صحفيي ومراسلي الجريدة فإنه يتم نشرها، ولكن وعلى الرغم من ذلك فإن الجريدة استطاعت أن تحافظ على نشر هذه المواضيع طيلة فترة الدراسة وإن كانت بنسب متفاوتة.

1 – 2 – الإجابة عن التساؤل الثاني : ما هي نوعية العناوين المستخدمة من حيث الشكل في تحرير مواضيع هذه الحالات ؟

جدول رقم (02) : ترتيب العناوين المستخدمة في تحرير مواضيع ركن " تكافل"

التسلسل	نوع العنوان	التكرار	النسبة	المرتبة
1	العنوان المؤكد	01	% 1.72	4
2	عنوان التساؤل	08	% 13.80	2
3	العنوان المقارن	01	% 1.72	4
4	العنوان الوصفي	46	% 79.31	1
5	العنوان المختصر	02	% 3.45	3
المجموع		58	% 100	

يلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن جميع أنواع العناوين من حيث الشكل والمعروفة في التحرير الصحفي قد استخدمت، بمعنى أن مواضيع ركن "تكافل" صيغت عناوينها بعدة طرق وبجميع الأنواع، لكن في المقابل، عدد من هذه العناوين لم يستخدم إلا في القليل النادر بمعدل تكرار واحد إلى تكرارين فقط بالنسبة للعنوان المؤكد والمقارن والمختصر، بنسبة لم تبلغ سوى 1.72 % و 3.45 % على التوالي، بينما حافظ عنوان التساؤل على حضوره نوعا ما بمعدل 08 تكرارات وبنسبة قاربت 14 %.

إن الحالات المنشورة في ركن "تكافل" لا تحتاج إلى عنوان مؤكد حتى يثبت عجزها البدني، ولا إلى عنوان مقارن يعقد المقارنة بينها وبين الناس الأسوياء، وإنما المقارنة يستنتجها القارئ بعد قراءته للموضوع، كما لا تحتاج تلك الحالات إلى وضع عنوان مختصر لأنه يخل بمضمون المادة المنشورة، كما أنه أصلح في مواد تحريرية أخرى غير هذه.

لقد طغى العنوان الوصفي على سائر أنواع العناوين بمعدل 46 تكرارا و بنسبة تفوق 79 % ، وهذا شيء معقول ومقبول، كون كل المواضيع المنشورة في ركن "تكافل" والتي تدخل في

عينة الدراسة هي حالات تعاني مشاكل وعاهات ولا يمكن التعبير عنها إلا بوصف حالتها، وبما أن المحرّر الصحفي يختار وينتقي من الألفاظ ما يعبر حقيقة عن موضوعه ولجذب اهتمام القراء، فهو يصيغ عنوانه انطلاقا من أهم عنصر في الموضوع، ولا شك أن كل الحالات المنشورة القاسم المشترك بينها هو المعاناة، فلا أنسب من عنوان يصف حالتهم، ولذلك جاء العنوان الوصفي في صدارة العناوين المستخدمة بفارق كبير عن سائر أنواع العناوين الأخرى.

1 – 3 – الإجابة عن التساؤل السابع : ما هي السمات الأولية للحالات المنشورة من حيث السن والجنس والمهنة ؟

- **من حيث السن :**

جدول رقم (03) : ترتيب فئة السن.

التسلسل	فئة السن	التكرار	النسبة	المرتبة
1	الأطفال	32	% 55.18	1
2	الشباب	19	% 32.76	2
3	كبار السن	07	% 12.06	3
	المجموع	58	% 100	

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن نسبة الأطفال كانت أعلى نسبة من ضمن الفئات التي نشرت حالاتهم في ركن تكافل بـــ 32 تكرار وبنسبة 55 % ثم الشباب بـــ 19 تكرار بقرابة 33 % فكبار السن في المرتبة الأخيرة بـــ 07 تكرارات بنسبة جاوزت قليلا 12 % .

إن عامل السن مهم جدا في تقديم المساعدة، فكون صاحب الحالة يعاني من مشكلة ما وهو صبي أولى بالمساعدة – في نظر الناس – من شيخ طاعن في السن، وهم الأولى كذلك بالنشر من غيرهم، ونفس الشيء ينطبق أيضا على عائلة صاحب الحالة المنشورة، فإذا كان صغيرها هو الذي يعاني من العاهة سارعت إلى بذل الوسع في سبيل شفائه، ومن ذلك طرق أبواب

الصحافة، عكس ما إذا كان كبيرها هو الذي يعاني خاصة إذا بلغ من الكبر عتيا، وهذا ما جعل نسبة الأطفال تطغى على جل الحالات المنشورة في ركن تكافل.

وكل هؤلاء الأطفال نشرت حالاتهم باسم والديهم الذين تحدثوا عن معاناة فلذات أكبادهم، وأكثر أولئك ممن يعانون من أمراض سرطانية وتشوهات خلقية منذ الولادة، ولعدم القدرة على دفع تكاليف العلاج لهم، تضطر عائلاتهم إلى الاستنجاد بالجرائد لنقل معاناتها رجاء المساعدة.

- **من حيث الجنس :**

جدول رقم (04) : ترتيب فئة الجنس.

التسلسل	فئة الجنس	التكرار	النسبة	المرتبة
1	ذكر	38	%65.52	1
2	انثى	20	% 34.48	2
المجموع		58	% 100	

يتضح لنا من الجدول رقم (04) أن نسبة الذكور هي الغالبة في ما يخص ما نشر في جريدة الخبر عبر ركن تكافل بـــ 38 تكرار وبنسبة ناهزت 65 % ، بينما جاءت فئة الإناث بـــ 20 تكرارا بنسبة قاربت 35 % وليس في هذا الشأن أي دلالة معينة تفيدنا سوى في وصف مفردات العينة.

- **من حيث المهنة :**

جدول رقم (05) : ترتيب فئة المهنة.

التسلسل	فئة	التكرار	النسبة	المرتبة
1	عامل	06	% 10.34	2
2	غير عامل	06	% 10.34	2
3	غير محدد	46	% 79.32	1
المجموع		58	% 100	

من خلال الجدول رقم (05) يتضح لنا أن أغلبية الحالات المنشورة في ركن "تكافل" لم يفصح أصحابها إن كانوا يعملون أم لا بـــ 46 تكرارا بنسبة قاربت 80 % في حين أن 12 تكرار تقاسم أصحابها مناصفة الافصاح بالعمل من بعدمه بنسبة فاقت 10 % لكل منهما، وبالنظر إلى الاستمالات المستخدمة في إقناع القراء، فإنه من المنطقي أن يفصح غير العاملين على أنهم كذلك في محاولة لإقناع الجمهور بتقديم المساعدة لهم، ما يجعلنا نرجح كفة أن الذين لم يحددوا إن كانوا يعملون أم لا، أنهم في الحقيقة من الفئة العاملة، إذ لو كانوا لا يعملون لصرحوا بذلك وهو ما قد ينفعهم أكثر، وبالتالي صار عدم التحديد أنسب بشكل ما في استعطاف القراء أكثر من التصريح بالعمل.

وكذلك من الأسباب التي جعلت عددا كبيرا من الحالات لم يحدد أصحابها إن كانوا يعملون أم لا، هو أن أغلبية تلك الحالات المنشورة متعلقة بأطفال صغار ورضّع، والذين يتحدثون عن معاناتهم هم أولياؤهم، وبالتالي فإنهم يركزون على سرد معاناة فلذات أكبادهم فقط دون الحديث عن أنفسهم وإمكاناتهم المادية أو المهنية إلا القليل منهم فقط، وإن كان متغير المهنة مرتبطا أساسا بالحالة المنشورة في حد ذاتها، إلا أننا اضطررنا في هذه الدراسة وفي الحالات المتعلقة بالأطفال على ربط متغير المهنة بأحد الوالدين الذين يتحدثان نيابة عن ابنهما ويأتي سرد الوقائع على لسان أحدهما.

1 – 4 – الاجابة عن التساؤل الثامن : من هو الجمهور المستهدف والمقصود من هذه الرسائل الإعلامية ؟

جدول رقم (06) : الجمهور المستهدف من نشر مواضيع ركن " تكافل " ومعدل تكراره.

التسلسل	الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
1	عامة الناس	42	% 72.41
2	الدولة	09	% 15.52
3	كلاهما	07	% 12.07
المجموع		58	% 100

يتضح لنا من الجدول رقم (06) أن هناك اختلافا وتنوعا في الجماهير المستهدفة والمقصودة من وراء نشر مواضيع ركن "تكافل" بين عامة الناس أو القراء وبين الدولة ممثلة في أجهزتها الحكومية أو الشخصيات الحكومية، حيث تكشف لنا الأرقام المدوّنة أن أغلبية الحالات المنشورة في ركن "تكافل" تطلب المساعدة من عامة الناس حيث احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى في الجمهور المستهدف بـــ 42 تكرار وبنسبة فاقت 71 %، في حين بلغ تكرار من وجهوا نداءاتهم إلى الدولة 9 حالات فقط بنسبة فاقت 15 % ، فيما بلغ تكرار من وجهوا نداءهم لكليهما بـــ 07 تكرارات فقط بنسبة جاوزت قليلا 12 %.

والسبب في ذلك راجع إلى كون هؤلاء لما لم يستطيعوا الحصول على المساعدة من طرف الدولة باختلاف أجهزتها لجأوا إلى الجرائد لمخاطبة الناس ، لأن الأجهزة الحكومية لها مقار يلجأ إليها أصحاب الحاجة ولا يخاطبها عن طريق الجرائد عكس عامة الناس.

والغالب على النشر في الصحافة أن جمهورها المقصود هم القراء وليس الأجهزة الحكومية، وبالنظر إلى أغلب الحالات المنشورة في ركن "تكافل"، فإن إصابتهم بمختلف العاهات يمكن

اللجوء فيها إلى الأجهزة الحكومية ممثلة في وزارة الصحة مثلا أو وزارة التضامن الوطني وذلك بطريق مباشر وليس عبر الصحافة، لذلك جاءت نسبة الدولة متدنية جدا، وعلى هذا الأساس كانت "عامة الناس" هي الفئة الأكثر استهدافا، ومعلوم أن الصحافة لها جمهور أكبر وأوسع انتشارا خاصة إذا علمنا أن جريدة "الخبر" ذات توزيع وطني ويبلغ سحبها أكثر من نصف مليون نسخة يوميا، كما يطالعها قرابة خمسة ملايين قارئ يوميا [1] وهذا ما يعزز فرصة الحصول على المساعدة من طرف هؤلاء.

1 – 5 – الاجابة عن التساؤل التاسع : ما هو مكان العلاج المطلوب لأصحاب هذه الحالات ؟

جدول رقم (07) : مكان العلاج المطلوب لأصحاب الحالات المنشورة ومعدل تكرارها.

التسلسل	فئة مكان العلاج	التكرار	النسبة	المرتبة
1	داخل الوطن	18	% 31.03	2
2	خارج الوطن	33	% 56.90	1
3	غير محدد	07	% 12.07	3
المجموع		58	% 100	

من الجدول رقم (07) يظهر لنا أن غالبية الحالات المنشورة في ركن تكافل تحدد صراحة مكان العلاج المطلوب بـــ 51 تكرارا بنسبة تقارب 88 % ، وقد جاء 18 تكرارا محددا مكان العلاج في داخل الوطن بنسبة 31 % ، بينما حددت 33 حالة مكان العلاج المطلوب في خارج الوطن بنسبة قاربت 57 %.

[1] – هذه المعطيات مستقاة من الدراسة التي قام بها مكتب الدراسات " ميديا سورفي "، راجع الملحق رقم 06 صفحة 156.

وقد جاءت هذه النسب هكذا لكون أغلبية الذين نشروا حالاتهم لم يتمكنوا من علاج أنفسهم في المستشفيات الجزائرية لعدم توافر الدواء المناسب لتلك الأمراض النادرة من جهة، ولعجز الطواقم الطبية عن معالجة تلك الأمراض حسب ما تم نشره في تلك المواضيع من جهة أخرى، مما يجعل هؤلاء يحددون مكان علاجهم في الخارج وفق قرارات الأطباء الذين عاينوهم.

لكن رغم ذلك فقد حدد آخرون مكان علاجهم في الجزائر لتوفر إمكانية العلاج هنا غير أنهم يصطدمون بالتكلفة العالية للعلاج التي تفوق قدراتهم المادية بمئات المرات في عدة أحيان.

2 – التحقق من فرضيات الدراسة :

للإجابة على فرضيات الدراسة استخدمنا الجداول الاحصائية المركبة للنظر في علاقة متغيرين ببعضهما البعض، ولجأنا إلى المعادلة الاحصائية (كاي مربع أو كا ^{2}) لأن المتغيرات التي بين أيدينا في الدراسة هي بيانات كيفية وليست كمية.

ويتم الحصول على كاي مربع وفق الصيغة الرياضية التالية :

$$\text{كا}^2 = \frac{\text{مجموع (مربعات الفرق بين القيمة المشاهدة والقيمة النظرية)}}{\text{القيمة النظرية}}$$

علما أن :

– القيمة المشاهدة هي التكرارات.

– القيمة النظرية لكل قيمة مشاهدة = $\frac{\text{المجموع الافقي x المجموع العمودي}}{\text{المجموع الكلي}}$

– بعد الحصول على كاي مربع المحسوبة وفق الصيغة السابقة، نقوم بحساب كاي مربع الجدولية لإجراء المقارنة بينهما.

– للحصول على كاي مربع الجدولية لا بد من حساب درجة الحرية واعتماد درجة (ألفا).

– درجة الحرية = (عدد الأسطر – 1) x (عدد الأعمدة – 1)

– ثم نقوم بعد ذلك باعتماد درجة (ألفا) معينة، وقد استخدمنا في دراستنا $\infty = 0.05$ أي أننا سنعتمد على نسبة صحة النتائج مقدارها 95 %.

– بعد القيام بعملية حساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة يمكننا بناء عليها الحكم على مدى الارتباط بين المتغيرات في فرضيات الدراسة، فإذا وجدنا قيمة كاي مربع الجدولية ≤ قيمة كاي مربع المحسوبة فإننا نقبل الفرضية الصفرية، بمعنى استقلال المتغيرين عن بعضهما البعض، فلا وجود لعلاقة ارتباط أو تأثير بينهما، أما إذا كانت قيمة كاي مربع الجدولية > قيمة كاي مربع المحسوبة، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، بمعنى أننا نثبت وجود علاقة ارتباط أو تأثير بين المتغيرين المستقل والتابع.

2 – 1 – التحقق من الفرضية الأولى :

- **دراسة العلاقة بين متغيري أساليب الاقناع والمهنة :**

جدول رقم : (08) : العلاقة بين متغير أساليب الاقناع ومتغير المهنة

			أساليب الاقناع			المجموع
			استمالات عاطفية	استمالات عقلية	استمالات التخويف	
المهنة	عامل	التكرار	2	2	2	6
		النسبة	% 33.33	33.33%	% 33.34	% 100
	بدون عمل	التكرار	1	4	1	6
		النسبة	%16.67	% 66.66	%16.67	% 100
	غير محدد	التكرار	31	8	7	46
		النسبة	% 67.39	17.39%	% 15.22	% 100
المجموع		التكرار	34	14	10	58
		النسبة	% 58.62	% 24.14	% 17.24	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) أن فئة العاملين استخدمت فيها كل أساليب الاقناع بنسب متساوية بلغت 33.33 % بمعدل تكرارين لكل أسلوب من أساليب الاقناع، بينما نجد أن الفئة غير العاملة تميل إلى استخدام الاستمالات العقلية بدرجة كبيرة مقارنة بباقي أنواع الاستمالات بنسبة قاربت 67 % بمعدل 04 تكرارات، بينما الفئة غير المحددة فقد استخدمت الاستمالات العاطفية بدرجة أكبر بنسبة فاقت 67 % هي الأخرى بمعدل 31 تكرار.

وبالنظر إلى ذات الجدول نجد أنه كلما اتجهنا نحو عدم التحديد في متغير المهنة كلما تم استخدام الاستمالات العاطفية أكثر، وهنا يدخل العامل النفسي والبسيكولوجي ليجعل القراء يتعاطفون مع صاحب الحالة، فكيف لشخص لم يصرح بأنه يعمل أن يساعد نفسه وهو في حالة مادية صعبة، بالإضافة إلى ذلك فإن الحالات التي لم تصرح بالعمل ركزت على الاستمالات العاطفية لتجذب الأنظار إلى المرض أو العاهة في حد ذاتها دون التفكير في وضعية صاحبها المادية، وهي من الاستراتيجيات المستخدمة في الاقناع بالتركيز على عنصر معين والتغطية على جانب آخر.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس مدى الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (08) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 9.646 ∞ = 0.05

كا² الجدولية = 9.488 درجة الحرية = 4.

يتضح لنا من خلال هذه النتائج أن قيمة كاي مربع المحسوبة أكبر تماما من قيمة كاي مربع الجدولية، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وعلى هذا الأساس فهناك علاقة أو ارتباط بين تحديد متغير المهنة وبين متغير نوع أساليب الإقناع المستخدمة، وهذا واضح في ذات الجدول.

- **دراسة العلاقة بين متغيري شكل العبارة وأساليب الاقناع :**

جدول رقم : (09) : العلاقة بين متغير شكل العبارة و متغير أساليب الاقناع.

			شكل العبارة			المجموع
			أسلوب التمني	أسلوب التحسر	أسلوب الحقائق	
أساليب الاقناع	العاطفية	التكرار	13	15	06	34
		النسبة	% 38.23	%44.12	%17.65	% 100
	العقلية	التكرار	01	02	11	14
		النسبة	% 07.14	% 14.28	% 78.57	% 100
	التخويف	التكرار	03	03	04	10
		النسبة	% 30	% 30	% 40	% 100
المجموع		التكرار	17	20	21	58
		النسبة	% 29.31	% 34.48	% 36.21	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (09) أن الاستمالات العاطفية استخدمت أسلوب التحسر بدرجة كبيرة بنسبة فاقت 44 % وبمعدل 15 تكرارا، بينما استخدمت الاستمالات العقلية أسلوب الحقائق بدرجة أكبر بنسبة فاقت 78 % وبمعدل 11 تكرارا، بينما جاءت استمالات التخويف في صيغة أساليب الحقائق هي الأخرى بدرجة أكبر بنسبة 40 % وبمعدل 04 تكرارات.

وقد جاءت الاستمالات العاطفية في شكل أسلوب التحسر لأن لها وقعا في نفوس القراء بذكر المعاناة والآلام التي يعاني منها صاحب الحالة، فالحديث مثلا بصيغة « الحرمان من لذة العيش » أو بصيغة « لا يعيش حياة طبيعية كغيره من الأطفال » أو غيرها من الصيغ التي وردت في مواضيع ركن "تكافل"، جاءت على شكل أسلوب تحسر، وهو يحمل في ثناياه استعطافا للقراء الذين ينعمون بهناء العيش ورغده وبسلامة أبدان أبنائهم، لذلك كانت الاستمالات العاطفية مرتبطة بأسلوب التحسر أكثر من غيره من أساليب شكل العبارة.

بينما الاستمالات العقلية أو المنطقية فقد استخدمت ضمن أساليب الحقائق، لأن هذا النوع من الأساليب أبعد ما يكون من استخدام الاستمالات العاطفية وأقرب ما يكون إلى استخدام الاستمالات العقلية، فصاحب الحالة المنشورة في ركن "تكافل" عند حديثه عن رأي الأطباء في

المستشفى الذي قصده لمعاينة حالته الصحية مثلا، أو من خلال حديثه عن الجهد الذي بذله في سبيل تحصيل العلاج بمفرده دون طلب للمساعدة وقبل نشر حالته على صفحات الجريدة، كل هذا يعتبر من أساليب الحقائق، وهي تعتبر كذلك في سياقها ضمن الاستمالات العقلية لاستمالة القراء بإظهار الحجج المنطقية كالاستشهاد بآراء الأطباء، والحال نفسه بالنسبة لاستمالات التخويف التي جاءت كذلك في صيغة أسلوب الحقائق، حيث يتم تخويف القراء من أن الحالة المعروضة في ركن تكافل ستتعرض إلى الموت البطيء في حالة عدم تلقيها العلاج في حينه، أو قد يصاب الشخص بالشلل وما إلى ذلك.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس مدى الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (09) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 16.105 . درجة الحرية = 4 .

كا² الجدولية = 9.488 . ∞ = 0.05 .

من خلال هذا التحليل الاحصائي يتضح لنا أن قيمة كاي مربع المحسوبة أكبر من قيمة كاي مربع الجدولية وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ، بمعنى أننا نثبت وجود علاقة بين متغيري أسلوب العرض والاستمالات المستخدمة.

- **دراسة العلاقة بين متغيري الجمهور المستهدف وأساليب الاقناع :**

جدول رقم (10) : العلاقة بين متغير الجمهور المستهدف ومتغير أساليب الاقناع

			أساليب الاقناع			المجموع
			الاستمالات العاطفية	الاستمالات العقلية	استمالات التخويف	
الجمهور المستهدف	عامة الناس	التكرار	24	11	07	42
		النسبة	% 57.14	% 26.19	% 16.67	% 100
	الدولة	التكرار	04	03	02	09
		النسبة	% 44.45	% 33.33	% 22.22	% 100
	كلاهما	التكرار	06	00	01	07
		النسبة	% 85.71	% 00	% 14.29	% 100
المجموع		التكرار	34	14	10	58
		النسبة	% 58.62	% 24.14	% 17.24	% 100

من خلال الجدول رقم (10) يتضح لنا أن أصحاب الحالات المنشورة في ركن "تكافل" خاطبوا الجمهور المستهدف باختلاف أنواعه باستخدام الاستمالات العاطفية بدرجة كبيرة أكثر من غيرها من الاستمالات الأخرى، حيث بلغت نسبة من وجه نداءه إلى عامة الناس باستخدام الاستمالات العاطفية أكثر من 57 % بمعدل 24 تكرارا وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي أنواع الجمهور المستهدف، وجاء في المرتبة الثانية من حيث استخدام نفس الاستمالات الجمهور المختلط الذي يضم الدولة إلى جانب عامة الناس بنسبة فاقت 85 % وبمعدل 06 تكرارات، وجاء في المرتبة الأخيرة في استخدام الاستمالات العاطفية من وجه خطابه إلى الدولة بنسبة تجاوزت 44 % وبمعدل 04 تكرارات.

وعلى هذا الأساس فإن مخاطبة الجمهور المستهدف تتم إجمالا باستخدام الاستمالات العاطفية في المرتبة الأولى تليها الاستمالات العقلية فاستمالات التخويف في الأخير.

نجد كذلك في ذات الجدول أنه ينعدم استخدام الاستمالات العقلية بالنسبة لمن وجه نداءه لعامة الناس والدولة معا ، ويقل استخدام استمالات التخويف عند سائر أنواع الجمهور المستهدف بنسب تراوحت بين 14 % و 23 % وبمعدل تكرار واحد إلى 07 تكرارات فقط.

إن عدم استخدام استمالات معينة لجمهور معين من خلال الجدول السابق يبين انه لا وجود لعلاقة تذكر بين نوع الجمهور وبين أساليب الاقناع المستخدمة، وإنما ذلك يرجع إلى عوامل أخرى.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس مدى الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (10) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 4.457 ∞ = 0.05

كا² الجدولية = 9.488 درجة الحرية = 4

يتضح لنا من خلال هذه المعطيات أن قيمة كاي مربع الجدولية أكبر تماما من قيمة كاي مربع المحسوبة وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية، أي أننا ننفي وجود علاقة ارتباط بين نوع الجمهور المستهدف وبين استخدام أساليب الإقناع المستخدمة.

2 – 2 – التحقق من الفرضية الثانية :

- **دراسة العلاقة بين متغيري الموضوع وشكل العبارات :**

جدول رقم : (11) : العلاقة بين متغير الموضوع و متغير شكل العبارات.

			شكل العبارات			المجموع
			التمني	التحسر	الحقائق	
الموضوع	إصابة بحادث	التكرار	02	01	03	06
		النسبة	% 33.33	% 16.67	% 50	% 100
	تشوه خلق	التكرار	08	03	04	15
		النسبة	% 53.33	% 20	% 26.67	% 100
	إصابة بمرض	التكرار	07	16	14	37
		النسبة	% 18.92	% 43.24	% 37.84	% 100
المجموع		التكرار	17	20	21	58
		النسبة	% 29.31	% 34.48	% 36.21	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) أن كل فئة من فئات الموضوع استخدمت فئات شكل العبارة بنسب متقاربة جدا، ففئة الاصابة بالحادث مثلا استخدمت أسلوب التمني والتحسر والحقائق بـــ 2 و 1 و 3 تكرارات بنسب جاوزت 33 % و 16 % و 50 % على التوالي ، والأمر كذلك بالنسبة لفئة التشوه الخلقي التي بلغ تكرار استخدامها لأسلوبي التحسر والحقائق 3 و 4 تكرارات على التوالي، وكذلك الشأن بالنسبة لفئة الاصابة بالمرض التي استخدمت هذين الأسلوبين ب 16 و 14 تكرارا بنسبة فاقت 43 % و 37 % على التوالي.

وبالنظر إلى أكبر نسبة استخدام لأسلوب معين من أشكال العبارة ضمن أي فئة من فئات الموضوع، نجد أن فئة الاصابة بالحادث قد استخدمت أسلوب الحقائق بنسبة كبيرة بلغت 50 %، للحديث عن كيفية الاصابة والطرق التي سلكتها في سبيل تحصيل العلاج المطلوب.

بينما فئة التشوه الخلقي فقد استخدمت أسلوب التمني بشكل كبير بنسبة فاقت 53 %، لأن هذا التشوه الذي تحدثت عنه عديد الحالات المعروضة في ركن "تكافل" تعوق

صاحبها عن أداء وظائف الجسم بصورة طبيعية كمن أصيب بورم سرطاني ظاهر على مستوى الظهر، فإنه بذلك لا يستطيع الحراك بشكل طبيعي، فتأتي الصيغة المعبرة عنها بتمني الشفاء لصاحب الحالة والعودة إلى ممارسة حياته الطبيعية كسائر الناس الآخرين.

أما بالنسبة لفئة الإصابة بالمرض فقد استخدمت أسلوب التحسر بنسبة عالية تجاوزت 43 % لتحسيس القراء بالآلام التي يتكبدها المريض والمعاناة التي يذوق مرارتها يوميا من أجل استمالتهم.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس شدة الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (11) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 7.341 ∞ = 0.05.

كا² الجدولية = 9.488 درجة الحرية =4.

يتضح لنا من خلال هذه المعطيات أن قيمة كاي مربع الجدولية أكبر تماما من قيمة كاي مربع المحسوبة وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية التي تشير إلى عدم وجود علاقة بين متغيري الموضوع وشكل العبارات المستخدمة، وإنما شكل العبارات مرتبط بالاستمالات كما وضحه الجدول رقم (09).

- **دراسة العلاقة بين متغيري الموضوع والصور :**

جدول رقم : (12) : العلاقة بين متغير الموضوع و متغير الصور.

			الصور		المجموع
			توجد	لا توجد	
الموضوع	إصابة بحادث	التكرار	01	05	06
		النسبة	% 16.67	% 83.33	% 100
	تشوه خلقي	التكرار	07	08	15
		النسبة	% 46.67	% 53.33	% 100
	إصابة بمرض	التكرار	17	20	37
		النسبة	% 45.95	% 54.05	% 100
المجموع		التكرار	25	33	58
		النسبة	% 43.10	% 56.90	% 100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) أن نسبة استخدام كل فئة من فئات الموضوع لمتغير فئة الصور متقارب جدا إلا في بعض الحالات، ففئة الاصابة بالحادث استخدمت الصور في حالة واحدة فقط بنسبة قاربت 17 % في المقابل فإن 05 تكرارات أخرى لم تستخدم الصور وجاوزت نسبتها 83 % ، أما بالنسبة لفئة التشوه الخلقي فقد استخدمت الصور بمعدل 07 تكرارات بنسبة جاوزت 46 % بينما 08 تكرارات أخرى لم تستخدم الصور بنسبة 53 % ، وكذلك الشأن بالنسبة لفئة الإصابة بالمرض فقد استخدمت الصور بنسبة قاربت 46 % بمعدل 17 تكرارا ، فيما أن 20 تكرار آخر لم يستخدم الصور بنسبة 54 % .

كل هذه المعطيات تظهر مدى تقارب هذه النسب إلا في الفئة الأولى، وهذا يدل على عدم وجود دلالة معينة في استخدام الصور من عدمها بالنسبة لكل فئة من فئات الموضوع، وإنما استخدامها يرجع إلى متغيرات أخرى لا علاقة لها بموضوع الحالة المنشورة في ركن "تكافل"، فجريدة "الخبر" عند نشرها لتلك المواضيع فإنها تعتمد في وضع الصور على ما يقدمه لها المعني بالحالة من أجل نشرها رفقة موضوعه، ولا دخل للجريدة هنا في توفير تلك الصور لأن

الأمر غير متعلق بمسؤوليتها، فمتى ما قدم المعني صورته للجريدة يتم نشرها رفقة موضوعه ومن لم يقدمها فإنه ينشر موضوعه دون صورة، وليس الأمر متعلقا بنوعية الاصابة التي يعاني منها.

بالإضافة إلى ذلك هناك عامل آخر يحول دون نشر الصور، وهو عدم امتلاك المعني بالأمر للصورة هو الآخر لتعذر الحصول عليها – في بعض الحالات –، كما هو الشأن بالنسبة لعدد من الحالات المنشورة في ركن تكافل إذ يتم طلب المساعدة لأشخاص يرقدون في عيادات خارج الوطن ولا يملكون لها صورا وهم هناك.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس مدى الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (12) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 1.913 ∞ = 0.05

كا² الجدولية = 5.991 درجة الحرية = 2.

و من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن قيمة كاي مربع الجدولية أكبر تماما من قيمة كاي مربع المحسوبة، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية، بمعنى أنه لا توجد علاقة بين متغيري الموضوع و استخدام الصور.

- **دراسة العلاقة بين متغيري الموضوع ونوع العنوان المستخدم :**

جدول رقم (13) : العلاقة بين متغير الموضوع ومتغير نوع العنوان.

		العنوان					المجموع
		المؤكد	التساؤل	المقارن	الوصفي	المختصر	
الموضوع	إصابة بحادث	التكرار	00	02	00	04	06
		النسبة	% 00	33.33 %	% 00	66.67 %	% 100
	تشوه خلقي	التكرار	00	01	00	14	15
		النسبة	% 00	06.67 %	% 00	93.33 %	% 100
	إصابة بمرض	التكرار	01	05	01	28	37
		النسبة	2.70 %	13.51 %	02.70 %	75.68 %	% 100
المجموع		التكرار	01	08	01	46	58
		النسبة	01.72 %	13.80 %	01.72 %	79.31 %	% 100

لا يظهر لنا من خلال الجدول رقم (13) أعلاه اختصاص فئة معينة من الموضوع باستخدام نوع معين من العناوين وإنما جاءت كلها بنسب متقاربة إلا العنوان الوصفي، فالعنوان المؤكد والمقارن مثلا لم يستخدما إلا مرة واحدة بنسبة ضعيفة جدا قاربت 3 % والأمر نفسه بالنسبة للعنوان المختصر لم يستخدم إلا مرتين فقط، بينما استخدم عنوان التساؤل 08 مرات في مختلف فئات الموضوع.

كما أن هناك عددا من فئات الموضوع ينعدم فيها استخدام بعض أنواع العناوين، كفئة الإصابة بالحادث مع العنوان المؤكد والمقارن والمختصر، حيث بلغت نسبة استخدامهم 00 %، والشأن ذاته بالنسبة لفئة التشوه الخلقي مع نفس العناوين السابقة، وهذه المعطيات لا تعطينا دلالة معينة تمكننا من ربط علاقة معينة بين كل فئة من فئات الموضوع.

ويبقى العنوان الوصفي هو الأكثر استخداما من بين كل أنواع العناوين بنسبة ناهزت 79 % ، لأنه الأقدر على وصف حالة هؤلاء عكس كل أنواع العناوين الأخرى التي لن تلبي أغراض الحالات المنشورة، والعنوان في حد ذاته يختار من أهم معلومة في الموضوع لذلك فإن تصدير وصف الحالة المنشورة باستخدام العنوان الوصفي لتصبح عنوانا للموضوع هو الأمثل والأصلح للنشر في مثل هذه الحالات.

وبعد القيام بحساب قيمتي كاي مربع الجدولية والمحسوبة لقياس مدى الارتباط بين متغيري المهنة وأساليب الاقناع في الجدول رقم (13) تحصلنا على المعطيات التالية :

كا² المحسوبة = 5.014 ∞ = 0.05

كا² الجدولية = 15.507 درجة الحرية = 8

يتضح لنا من خلال المعطيات السابقة أن قيمة كاي مربع الجدولية اكبر تماما من قيمة كاي مربع المحسوبة، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية، بمعنى أنه لا توجد علاقة بين متغيري الموضوع و نوع العنوان المستخدم.

3 – مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة :

3 – 1 – مناقشة المعطيات الخاصة بالفرضية الأولى :

من خلال ما تحصلنا عليه من نتائج في ما يخص الفرضية الأولى من خلال دراسة العلاقة بين متغير أساليب الاقناع وبين متغيرات المهنة وشكل العبارة والجمهور المقصود، وجدنا في الجدول رقم (08) ، أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المهنة وبين متغير أساليب الاقناع المستخدمة، وهو نفس الاستنتاج الذي تحصلنا عليه عند دراسة العلاقة بين متغير أساليب الاقناع وبين متغير شكل العبارة في الجدول رقم (09)، بينما دل الجدول رقم (10) على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري أساليب الاقناع وبين الجمهور المستهدف.

و في ضوء هذه النتائج المتحصل عليها يمكننا القول بأن الفرضية الأولى للدراسة قد تحققت أي أن طبيعة المواضيع المنشورة في ركن " تكافل " قد فرضت فعلا على محرريها استخدام إستمالات عاطفية أكثر من غيرها من الإستمالات لإقناع الجمهور المستهدف.

3 – 2 – مناقشة المعطيات الخاصة بالفرضية الثانية :

من خلال ما تحصلنا عليه من نتائج في ما يخص الفرضية الثانية من خلال دراسة العلاقة بين متغير الموضوع وبين متغيرات شكل العبارة والصور ونوع العنوان، وجدنا من خلال الجدول رقم (11) أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الموضوع وشكل العبارة المستخدمة، وهو نفس الاستنتاج الذي تحصلنا عليه في الجدول رقم (12) عند دراسة العلاقة بين متغير الموضوع ومتغير استخدام الصور، ونفس الاستنتاج كذلك وجدناه في الجدول رقم (13) عند دراسة العلاقة بين متغيري الموضوع ونوع العنوان المستخدم.

و في ضوء هذه النتائج المتحصل عليها يمكننا القول بأن الفرضية الثانية للدراسة قد تحققت هي الأخرى أي أنه لا توجد ميزة خاصة لكل موضوع منشور في ركن "تكافل" تميزه عن غيره من المواضيع من حيث أسلوب العرض وطريقة الاخراج.

فكلهم جميعا يستخدمون أسلوبا واحدا للعرض وطريقة إخراج مواضيع ركن تكافل متشابهة.

الخاتمة

في عصرنا الحالي الذي نحياه والذي أطلق عليه البعض تسمية عصر الإعلام لم يكن ذلك اعتباطا ولا مجاملة بقدر ما كان انعكاسا لواقع يعيشه الأفراد مع الانتشار الواسع لمختلف المؤسسات الإعلامية والصحفية منها، وقد تنافست كلها في تقديم مضمون إعلامي يليق بمختلف فئات الجمهور في محاولة للتأثير فيه، غير أن الكثير من تلك المضامين ليست بالضرورة شيئا مفيدا وإنما قد تكون عكس ذلك تماما، فقد تضر بأفكار وثقافة الناس، لكن الانتشار الجماهيري لها و تفاعل المتلقين معها جعلها أمرا واقعا، كما تعيب ذلك المدرسة النقدية على الثقافة الجماهيرية التي ترسخها بعض المضامين الإعلامية، أو كما تسميه البنائية الوظيفية بالمحتوى الهابط ، وفي مقابل ذلك هناك مضامين إعلامية راقية ترفع من ذوق الأفراد الذين يتعرضون لها.

إن الصحافة المكتوبة كجهاز مهم ضمن المنظومة الإعلامية للمجتمعات تختلف في تقديمها للمضامين، و كثير منها حمل لواء تقديم المفيد للقراء من خلال تقديم خدمات اجتماعية لصالح الفرد والمجتمع.

لكن كيف يكون لدينا إعلام فعال وكيف نساهم في ترشيد خطواته لكي يستوعب قضايا المجتمع ويستطيع التعبير عن حاجاته الأساسية التي لا يزال يجهل عنها الكثير ؟ إن وجود إعلام فعال كان ولا يزال أحد المطالب الكبرى لشعوب العالم الذين أدركوا منذ زمن أن الاعلام استطاع أن يقود الناس إلى حيث يريد وأن قدرة الجمهور على التحرر من سطوة الهيمنة الاعلامية تتضاءل يوما بعد يوم[1].

إن الإعلام الفعال لن يتأتى إلا بتقديم وظائف تصبّ في صالح الفرد والمجتمع وتلبية حاجياته الأساسية في المعرفة وترقية كل ما من شأنه أن يرفع من قيم التضامن والمساعدة فيه.

وقيام الصحف بوظائفها التي تسهم في تلبية هذه الحاجات للفئات المستهدفة من القراء، والذي يشير إلى ايجابية العلاقة بينهما ، يعد مقياسا لنجاح هذه الصحف ، وارتباط القراء بها، ولذلك تظل هذه العلاقة مجالا مستمرا للبحث والدراسة ، لتقويم الأدوار التي تقوم بها الصحف في

---

[1] – مريم عبد الله النعيمي . الاعلام فوق رمال متحركة . (بيروت : دار ابن حزم ، 2005) ص 95 .

تلبية حاجات القراء ودوافع القراءة ، من خلال الكشف عن الوظائف الصحفية التي تقوم بتحقيقها لهذا الهدف[1] .

لذلك كان من بين الدراسات الإعلامية بوجه عام، هو دراسة مضامين المادة الصحفية التي تقدمها الدوريات وخاصة منها اليومية، بغية التنقيب عن الأهداف والأدوار التي تقدمها من خلال عرض هذه المضامين لمختلف فئات القراء، وكان لدراستنا الحالية نصيبا في هذا المجال، من خلال تحليل مضمون ركن "تكافل" في جريدة الخبر اليومية باعتباره مضمونا يعرض حالات لأفراد من مجتمعنا يعانون من عاهات وأمراض مختلفة ويطلبون العون من الناس رجاء المساعدة وفي ذلك تحقيق لمفهوم التضامن والتكافل، من خلال قيام الجريدة بدور الوسيط بين طالب المساعدة ومقدمها مما يساهم في استقرار المجتمع، وكثيرا ما تمت مساعدة بعض الأفراد من هؤلاء[*] بفضل كُتّاب الركن من الصحفيين والمراسلين الذي عرفوا كيف ينقلون معاناتهم، وقدّروا الرسالة المهنية التي يتمتعون بها.

وقد شبه سعيد فريحة [**] رسالة الصحفي برسالة المصلح وكلاهما يقوم بمهمة إنسانية تغذي العقل والروح مع فارق حدده سعيد فريحة فيما يلي : " إن رسالة الصحفي كرسالة كبار المصلحين مع الفارق ان الصحافي يؤدي رسالته علنا وعلى رؤوس الأشهاد ويؤديها دائما وأبدا تحت مجهر القارئ الواعي والمنصف في الرأي فلا يهم، بل المهم أن يثق بك وليس أصعب من الحصول على ثقة القارئ سوى الاحتفاظ بها كقاعدة مقدسة للنجاح والانطلاق"[2] .

لقد قمنا في دراستنا هذه بمحاولة التركيز على متغيرين اثنين متعلقين بمفردات عينة الدراسة هما الاستمالات المستخدمة في الاقناع باعتبار أن كل مضمون إعلامي – مهما كان نوعه – يهدف من ورائه إلى التأثير في الجمهور عن طريق الاقناع، والمتغير الثاني هو البنية

---

(1) – محمد عبد الحميد . بحوث الصحافة . مرجع سابق . ص 34.

(*) – راجع في ذلك الملحق رقم 05 صفحة : 155.

(**) – صحفي لبناني وصاحب دار الصياد في بيروت.

[2] - محمد عبد المولى الزغبي .عصر الصحافة العملاقة . (بيروت : دار الصياد ، 1991) ص 64 .

الاخراجية لمواضيع ركن "تكافل"، ونكون بذلك قد أتينا على دراسة الشكل والمضمون في هذه المواضيع.

لقد ظهر لدينا أن استخدام نوع معين من الاستمالات مرتبط جدا بطبيعة الموضوع، فإذا كان الموضوع ذو صبغة إنسانية ويحمل قيما إنسانية كانت الاستمالات العاطفية هي الأنسب في مثل هذه الحالات، وهذا ما جرى تماما مع مواضيع ركن "تكافل".

وفي خضم ما تعرفه المجتمعات العربية حاليا من تغير في البنى الاجتماعية والسياسية، وما أحدثته وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من تأثير في ذلك التغير، تظل هناك مؤسسات إعلامية أخرى تعيش هموم المواطن العادي وتنقل انشغالاته وتوصل صوته إلى حيث يكون نداؤه مستجابا وصوته مسموعا، مما يسهم في تماسك البناء الاجتماعي للمجتمع ككل.

الملاحق

ملحق رقم (01) : جدول عينات الدراسة.

الجدول التالي يوضح مفردات العينة، وهي جميع أعداد جريدة الخبر التي نشرت ركن " تكافل " خلال الفترة الممتدة من 01 جويلية 2011 إلى 31 ديسمبر 2011 :

التسلسل	اليوم	التاريخ	العدد
01	السبت	02 جويلية 2011	6404
02	الاثنين	04 جويلية 2011	6406
03	الأربعاء	06 جويلية 2011	6408
04	الجمعة	08 جويلية 2011	6410
05	السبت	09 جويلية 2011	6411
06	الأحد	10 جويلية 2011	6412
07	الجمعة	15 جويلية 2011	6416
08	الأحد	17 جويلية 2011	6418
09	الاثنين	18 جويلية 2011	6419
10	الثلاثاء	19 جويلية 2011	6420
11	الأربعاء	20 جويلية 2011	6421
12	الخميس	21 جويلية 2011	6422
13	الثلاثاء	26 جويلية 2011	6427
14	الخميس	28 جويلية 2011	6429
15	السبت	30 جويلية 2011	6431
16	الاثنين	01 أوت 2011	6433
17	الأحد	14 أوت 2011	6446
18	الاثنين	15 أوت 2011	6447
19	الجمعة	19 أوت 2011	6451
20	الخميس	01 سبتمبر 2011	6463
21	الجمعة	02 سبتمبر 2011	6464

22	السبت	03 سبتمبر 2011	6465
23	الأربعاء	07 سبتمبر 2011	6469
24	الخميس	08 سبتمبر 2011	6470
25	الاثنين	12 سبتمبر 2011	6474
26	الثلاثاء	13 سبتمبر 2011	6475
27	الخميس	15 سبتمبر 2011	6477
28	الجمعة	16 سبتمبر 2011	6478
29	الأحد	18 سبتمبر 2011	6480
30	الاثنين	19 سبتمبر 2011	6481
31	الخميس	22 سبتمبر 2011	6484
32	السبت	24 سبتمبر 2011	6486
33	الاثنين	26 سبتمبر 2011	6488
34	السبت	01 أكتوبر 2011	6493
35	الأحد	02 أكتوبر 2011	6494
36	الثلاثاء	04 أكتوبر 2011	6496
37	الجمعة	07 أكتوبر 2011	6499
38	الأحد	09 أكتوبر 2011	6501
39	الاثنين	10 أكتوبر 2011	6502
40	الخميس	13 أكتوبر 2011	6505
41	الجمعة	14 أكتوبر 2011	6506
42	الأحد	16 أكتوبر 2011	6508
43	الخميس	20 أكتوبر 2011	6512
44	الخميس	27 أكتوبر 2011	6519
45	الجمعة	28 أكتوبر 2011	6520
46	الأربعاء	02 نوفمبر 2011	6525
47	الخميس	03 نوفمبر 2011	6526
48	الجمعة	18 نوفمبر 2011	6539

49	الاثنين	21 نوفمبر 2011	6542
50	الاثنين	28 نوفمبر 2011	6549
51	الاربعاء	30 نوفمبر 2011	6551
52	الجمعة	09 ديسمبر 2011	6560
53	الأربعاء	14 ديسمبر 2011	6565
54	الاثنين	19 ديسمبر 2011	6570
55	الأربعاء	21 ديسمبر 2011	6572
56	الجمعة	23 ديسمبر 2011	6574
57	الأحد	25 ديسمبر 2011	6576
58	الأربعاء	28 ديسمبر 2011	6579

ملحق رقم (02) : استمارة تحليل المضمون

هذه استمارة نقدمها في إطار إنجاز رسالة ماجستير في علم الاجتماع ، تخصص : علم الاجتماع الاتصال، تحت عنوان : " الصحافة ووظيفة الخدمة الاجتماعية : تحليل مضمون ركن 'تكافل' في جريدة الخبر " ، مستعملين بذلك أداة تحليل المضمون والتي اخترنا فيها وحدة العبارة كوحدة تسجيل والجملة كوحدة سياق لها.

لذلك نطلب من سيادتكم :

- قراءة الاستمارة قراءة جيدة والاطلاع على دليلها.

- كتابة الملاحظات التي ترنها مناسبة في مكانها المحدد.

اسم ولقب الباحث : نورين عشاش اسم ولقب المشرف : د. محمد بن جدية.

2012 – 2011

أولا : البيانات الأولية

1 – التوزيع الشهري للعينة :

جويلية | أوت | سبتمبر

أكتوبر | نوفمبر | ديسمبر

2 – رقم الإصدار :

3 – تاريخ الاصدار :

ثانيا : فئات الشكل

1 – نوع العنوان :

عنوان مؤكد | عنوان التساؤل | عنوان مقارن

عنوان وصفي | عنوان مختصر | عنوان الجملة المقتبسة

2 – شكل العبارات :

أسلوب التمني

أسلوب الرهبة | أسلوب التعريف / الحقائق

3 – فئة الصور :

وجود صورة شخصية | عدم وجود صورة شخصية

ثالثا : فئات المضمون

4- فئة الموضوع :

تشوه خلقي / عاهة | إصابة بمرض

5 – فئة الأهداف :

طلب المساعدة المالية | طلب المساعدة المادية/ العينية

6- فئة السمات الأولية :

السن :

الأطفال | الشباب | الكهول

الجنس :

ذكر | أنثى

المهنة :

عامل | غير عامل | غير محدد

7 – الجمهور المستهدف :

عامة الناس | الجمعيات

الدولة | هيئات صحية

8 – مكان العلاج :

داخل الوطن | خارج الوطن | غير محدد

9 – طرق الإقناع :

الاستمالات العاطفية | الاستمالات العقلية | استمالات التخويف

ملحق رقم (03) : دليل التعريفات الإجرائية

أنا طالب في السنة الثانية ماجستير في كلية العلوم الاجتماعية في جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، وقد قمت بإعداد دليل للتعريفات الإجرائية في إطار إنجاز رسالة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص : علم الاجتماع الاتصال، مستعينا في ذلك بأداة تحليل المضمون، وتحت عنوان :

" الصحافة ووظيفة الخدمة الاجتماعية ــ تحليل مضمون ركن ' تكافل ' في جريدة الخبر ".

نريد من سيادتكم المحترمة إعانتنا في تثبيتها عن طريق القيام بما يلي :

1 – قراءة الدليل قراءة دقيقة.

2 ــ وضع علامة(#) أمام التعريف الذي ترونه مناسبا لمعناه في مضمون العينة.

3 ــ وضع علامة (*) أمام التعريف الذي ترونه بحاجة إلى تعديل.

4 ــ وضع علامة (X) أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح.

5 ــ إذا رأيتم أن هناك ملاحظات لا بد من تدوينها، فالرجاء القيام بذلك في المكان المخصص لها.

وشكرا على تعاونكم

الباحث : نورين عشاش المشرف : د.بن جدية محمد

السنة الجامعية : 2011 ــ 2012

ملحق رقم (04) : أسماء المحكمين لاستمارة تحليل المضمون.

الرقم	اسم الاستاذ المحكّم	القسم	الجامعة
01	بومعالي رشيد	العلوم الانسانية	د.مولاي الطاهر – سعيدة
02	مسعودي	العلوم الانسانية	د.مولاي الطاهر – سعيدة

ملحق رقم (05) : عينة لإحدى الحالات التي تلقت المساعدة بفضل ركن "تكافل".

بعد 5 سنوات من حرمانه من الأكل

ركن تكافل يعيد الأمل للطفل علي بعين الدفلى

عاد الأمل لعائلة الطفل زحوفي علي، 8 سنوات من بلدية عريب، بعين الدفلى، حيث استعاد القدرة على الأكل بعد أن حرم منه منذ 5سنوات، وذلك عقب نشر الخبر لندائه في ركن "تكافل".

وكان الطفل علي، قد أصيب بالتهاب حاد على مستوى البلعوم إثر تناوله عن طريق الخطأ دواء خطيرا يستعمل لإبادة أمراض البطاطا بإحدى المزارع، وهو ما حال دون علاجه بسبب حالة الفقر المدقع لعائلته.

وظل المريض طوال 5 سنوات يتناول الأكل المطحون عن طريق أنبوب على مستوى البطن، رغم مساعي الوالد في البحث عن علاج مناسب لابنه، لكن دون جدوى. ولم يجد سوى توجيه نداء عبر ركن تكافل، حيث تكفّل مدير الصحة بالولاية به، وأجريت له عملية جراحية مستعجلة، استرجع من خلالها القدرة على الأكل.

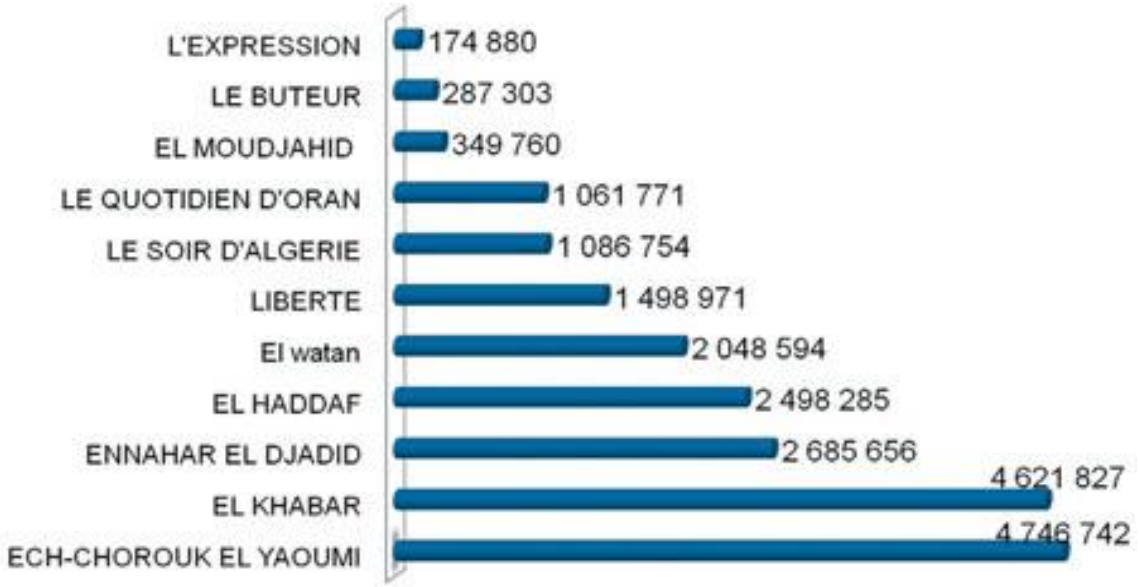
المصدر : جريدة الخبر في عددها رقم : 6407 الصادر بتاريخ : 05 جويلية 2011.

ملحق رقم (06) : الدراسة التي قام بها مكتب الدراسات "ميديا سورفي" حول ترتيب الجرائد الأكثر مصداقية ومقروئية في الجزائر.

ترتيب الجرائد الأكثر مصداقية في الجزائر.

رسم بياني يؤكد مصداقية "الخبر" لدى القراء

ترتيب الجرائد الأكثر مقروئية في الجزائر



رسم بياني يوضح مقروئية "الخبر"

مراجع الدراسة :

أولا : المراجع الصادرة باللغة العربية :

I. الكتب

1 – أبو الحسن، منال. (2007). **أساسيات علم الاجتماع الاعلامي**. القاهرة : دار النشر للجامعات.

2 – أبو زيد، أبو الحسن عبد الموجود ابراهيم. (2009). **التنمية الاجتماعية وحقوق الانسان**. الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث.

3 – أبو عرجة، تيسير. (2000). **دراسات في الصحافة والإعلام**. عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .

4 – البدوي ، محمد علي. (2006). **دراسات سوسيو إعلامية**. بيروت : دار النهضة العربية .

5 – بن روان ، بلقاسم. (2007). **وسائل الإعلام والمجتمع**. الجزائر : دار الخلدونية .

6 – بوحوش ، عمار و الذنيبات ، محمد محمود. (2009) . **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .

7 – تمار، يوسف. (2007). **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**. الجزائر : طاكسيج كوم .

8 – جبارة، عطية جبارة.(2002). **علم اجتماع الإعلام**. الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

9 – الجولاني ، فادية عمر. (1997). **التغير الاجتماعي مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التغير**. الاسكندرية : مركز الاسكندرية للكتاب .

10 – حبيب ، سعد عبد السلام.(د. ت). **الخدمة الاجتماعية العمالية** . القاهرة : مكتبة النهضة المصرية.

11 – حداد، نبيل. (2002). **في الكتابة الصحفية : السمات – المهارات – الاشكال – القضايا**. إربد: دار الكندي.

12 – الحديدي، منى سعيد و علي، سلوى إمام. (2006). **الإعلام والمجتمع** (ط. 2). القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.

13 – حسام الدين، محمد.(2003). **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .

14 – حسن، محمود. (د. ت) . **مقدمة الخدمة الاجتماعية** . بيروت : دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

15 – حسن، نورهان منير. (2009). **طريقة الخدمة الاجتماعية في الدفاع الاجتماعي**. القاهرة : المكتب الجامعي الحديث .

16 – خاطر، أحمد مصطفى، فهمي، محمد سيد و مهدلي، محمد محمود. (2001). **البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية**. الاسكندرية : المكتبة الجامعية الحديثة.

17 – درويش، خليل، و مسعود، وائل . (2009). **مدخل إلى الخدمة الاجتماعية** . القاهرة : الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات .

18 – ديفلير، ملفين و روكيتش ساندرا بول. (2002). **نظريات وسائل الإعلام (ط. 2)**. كمال. عبد الرؤوف (مترجم) . القاهرة : الدار الدولية للاستثمارات الثقافية .

19 – ذهبية، محمد محمود. (2007). **الإعلام المعاصر**. عمان : مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ودار أجنادين للنشر والتوزيع.

20 – رزاقي، عبد العالي. (2011). **الخبر في الصحافة والاذاعة والتلفزيون والانترنت** . الجزائر: دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع .

21 – رشوان ، عبد المنصف حسن. (2006). **ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم** . الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .

22 – زايد، أحمد. (2006). **علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية والنقدية** . نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع .

23 – الزغبي، محمد عبد المولى. (1991). **عصر الصحافة العملاقة** . بيروت : دار الصياد .

24 – زغيب، شيماء ذو الفقار. (2009). **نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام** (ط.2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

25 – سليمان، حسين حسن، سيد عبد المجيد، هشام و البحر، منى جمعة . (2005). **الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية مع الفرد والأسرة** . بيروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع .

26 – الشافعي، حسن أحمد. (2005). **الخبر– المقال– الحديث– التعليق في التربية البدنية والرياضية**. الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .

27 – شرف، عبد العزيز. (2000). **الأساليب الفنية في التحرير الصحفي**. القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع .

28 – شروخ، صلاح الدين.(2005). **مدخل في علم الاجتماع** . عنابة ، الجزائر : دار العلوم للنشر والتوزيع .

29 – شطاح ، محمد.(2007). **الإعلام التلفزيوني : نشرات الأخبار– المحتوى – الجمهور**. الجزائر : دار الكتاب الحديث .

30 – شومان، محمد. (2007). **تحليل الخطاب الاعلامي : أطر نظرية ونماذج تطبيقية** . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .

31 – صابات، خليل. (د . ت) . **الصحافة مهنة ورسالة**. القاهرة : دار المعارف.

32 – صالح ،أشرف و علم الدين، محمود. (2004). **مقدمة في الصحافة** . القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح .

33 – الصديقي، سلوى عثمان. (2003). **خدمة الفرد في محيط الخدمة الاجتماعية** . الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث .

34 – الصويعي، عبد العزيز سعيد. (1998). **الاخراج الصحفي والتصميم بين الأقلام والأفكار والحواسيب**. ليماسول – قبرص : دار الآن للطباعة والنشر.

35 – صيام ، شحاتة. (2009). **النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة** . القاهرة : مصر العربية للنشر والتوزيع .

36 – طعيمة ، أحمد رشدي. (2008). **تحليل المحتوى في العلوم الانسانية : مفهومه – أسسه – استخداماته** (ط. 2). القاهرة : دار الفكر العربي.

37 – الطويرقي، عبد الله بن مسعود. (1997). **صحافة المجتمع الجماهيري** . الرياض : مكتبة العبيكان .

38 – العبد الله ، مي. (2006) . **نظريات الاتصال** . القاهرة : دار النهضة العربية .

39 – عبد الجواد ، مصطفى خلف. (2009). **نظرية علم الاجتماع المعاصر** .عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .

40 – عبد الحميد، محمد. (2009). **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**. بيروت : دار ومكتبة الهلال.

41 – عبد الحميد محمد. (1992). **بحوث الصحافة** . القاهرة : عالم الكتب .

42 – عبد الرحمن، عبد الله محمد و البدوي، محمد علي. (2002). **مناهج وطرق البحث الاجتماعي** . الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية.

43 – عبد العال، عبد العال أحمد. (د . ت). **التكافل الاجتماعي في الإسلام**. القاهرة : الشركة العربية للنشر والتوزيع .

44 – عبد الكريم، محمد الغريب. (1988). **السوسيولوجيا الوظيفية : دراسات نقدية تحليلية في نظرية علم الاجتماع الغربي** . القاهرة : المكتب الجامعي الحديث .

45 – عبد المقصود، عبد الحميد خليل. (د .ت). **الببليوغرافيا الشارحة لدراسات وبحوث الخدمة الاجتماعية** (ج. 1) . دون مكان النشر : دون دار نشر.

46 – عبد المقصود، عبد الحميد خليل. (د. ت). **الببليوغرافيا الشارحة لدراسات وبحوث الخدمة الاجتماعية** (ج. 2) . دون مكان النشر : دون دار نشر.

47 – عدة، محمود. (د.ت). **أسس علم الاجتماع**. بيروت : دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

48 – عزت ، محمد فريد محمود. (1993). **مدخل إلى الصحافة**. القاهرة .

49 – العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر. (1998). **الاخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**. الرياض : مكتبة العبيكان.

50 – عكاشة ، رضا. (2006). **تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة** . القاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.

51 – عمار، عبد الرحمن. (د.ت). **الصورة والرأي العام السلطة الخامسة: دراسة سيميولوجية**. الجزائر: منشورات بغدادي.

52 – العيفة، جمال. (2010). **مؤسسات الاعلام والاتصال : الوظائف، الهياكل، الأدوار**. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .

53 – فهمي، محمد سيد. (2007). **الخدمة الاجتماعية : التطور، الطرق، المجالات.** الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

54 – فهمي، محمد سيد. (2006). **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية.** الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث.

55 – فهمي ، محمد سيد. (2006). **الرعاية الاجتماعية الاسلامية.** الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .

56 – فهمي، محمد سيد. (2006). **فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية** . الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

57 – فهمي، محمد سيد و حسن ، نورهان منير. (2002). **المدخل التكنولوجي والاتصال في الخدمة الاجتماعية.** الاسكندرية : المكتبة الجامعية .

58 – فهمي ، محمد سيد. (2001). **مدخل في الخدمة الاجتماعية** . الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث .

59 – القليني ، سوزان. (2008). **الاتصال ووسائله ونظرياته.** القاهرة : دار النهضة العربية .

60 – لطفي، طلعت ابراهيم. (د.ت). **مدخل الى علم الاجتماع** (ط. 2). القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع .

61 – لعقاب، محمد. (2010). **قضايا ساخنة في الاعلام والاسلام والثقافة.** الجزائر : دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع .

62 – لعقاب ، محمد . (2004). **الصحفي الناجح** . الجزائر : دار هومه .

63 – لقجع ، عبد الكريم (2004).(محرر) ، **علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر.** الجزائر : دار القصبة للنشر.

64 – محمد، محمد علي. (2008). **تاريخ الفكر الاجتماعي: الرواد والاتجاهات المعاصرة.** دار المعرفة الجامعية .

65 – مدكور، مرعى. (2002). **الصحافة الاخبارية** . القاهرة : دار الشروق .

66 – مصباح، عامر. (2006). **الاقناع الاجتماعي خلفياته النظرية وآلياته العملية** (ط.2). الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .

67 – مكاوي ، حسن عماد و السيد، ليلى حسن. (2009). **الاتصال ونظرياته المعاصرة** (ط. 8). القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .

68 – مهدلي ، محمد محمود. (2005). **الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** . القاهرة : المكتب الجامعي الحديث .

69 – النجار، سعيد الغريب. (2009). **مدخل إلى الاخراج الصحفي**(ط. 2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

70 – نصر، حسني و عبد الرحمن، سناء. (2004). **التحرير الصحفي في عصر المعلومات** (ط. 2). العين : دار الكتاب الجامعي .

71 – النعيمي، مريم عبد الله. (2005). **الاعلام فوق رمال متحركة** . بيروت : دار ابن حزم .

72 – وهبي ، سحر محمد. (1996). **بحوث جامعية في الإعلام** . القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .

II. المعاجم :

1 – بوريكو، ف و بودون، ر. (1986). **المعجم النقدي لعلم الاجتماع**. (ترجمة : سليم حداد)، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .

2 – الجوهري، عبد الهادي. (1999). **معجم علم الاجتماع**. الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث.

III. البحوث المنشورة :

1 – بلخير، بومحرات. (2010 ، جوان) . الدين بين التبرير السياسي والرباط الاجتماعي : حالة الجزائر . **المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية**. (52).

2 – العبدلاوي ، إدريس العلوي. (2004). التكافل الاجتماعي مظهر من مظاهر حماية حقوق الإنسان. **مجلة أكاديمية المملكة المغربية** . (21) .

3 – عبد المعطي عبد الباسط . (1981 ، أوت). اتجاهات نظرية في علم الاجتماع . **مجلة عالم المعرفة**، (44) .

4 – فهمي، أماني السيد. (1999 ، أكتوبر – ديسمبر). الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون. **المجلة المصرية لبحوث الاعلام** . (06) ، 207 – 239.

5 – هاشم، أحمد عمر. (2009 ، مارس). الاسلام دين التضامن. **مجلة منبر الإسلام** . (3) ، 46 –48.

IV. البحوث غير المنشورة :

1 – بن دريس، أحمد. (2007). **حرية التعبير والصحافة وأخلاقيات العمل الإعلامي: الجزائرأنموذجا**. رسالة ماجستير، جامعة وهران ، الجزائر.

2 – حسيني، صفوان عصام (2005). **الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999: دراسة وصفية تحليلية** . أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر، الجزائر .

3 – الحوش، مازن سليمان. (2006). **الاتصال وتأثيره على تنظيم المؤسسة الاعلامية : دراسة ميدانية بمؤسسة إذاعة الأوراس باتنة**. رسالة ماجستير، جامعة باتنة ، الجزائر .

4 – سيكوك ، قويدر. (1996). **سيرورة الصحافة المكتوبة في الجزائر: واقع الصحفيين بين التحولات الهيكلية والاختلالات الوظيفية دراسة سوسيو سياسية**. رسالة ماجستير، جامعة وهران ، الجزائر .

5 – العربي، مهدي. (2008). **التضامن والمجتمع** . أطروحة دكتوراه دولة، جامعة وهران ، الجزائر.

ثانيا : المراجع الصادرة باللغة الفرنسية.

I. Les livres :

1- Angers, Maurice. (2007). **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine**. Alger : Casbah éditions .

2- Mattellart, Armand et Michèle (1999). **Histoire des théories de la communication** . Alger : Casbah éditions .

3- Shulte, Henry (H) et Dufresne, Marcel (P)**.** (2007)**. Pratique du Journalisme** (3. éd). Paris : Nouveaux Horizons .

II. Les Dictionnaires :

1 – Dortier, Jean-François (2008). **Le Dictionnaire des sciences humaines**. France : édition sciences humaines .

2 – Ferréol, Gilles et D'autres (2004). **Dictionnaire de Sociologie**. (3. éd) . Paris : Armand Colin .

فهرست مواضيع الدراسة :

المواضيع **الصفحات**

الفصل الأول : خلفية البحث ومشكلته

1 – المقدمة ..... ب

2 – تساؤلات الدراسة ..... ح

3 – فرضيات الدراسة ..... د

3 – 1 – تحليل مفهومي للفرضيتين ..... د

4 – منطلقات الدراسة ..... ذ

5 – المقاربة النظرية ..... ز

6 – المنهج البحثي..... ز

7 – التعريفات الاجرائية..... س

8 – مجال الدراسة..... ش

9 – أهمية الدراسة ..... ش

10 – أهداف الدراسة ..... ص

11 – الدراسات السابقة ..... ض

11 – 1 – التعقيب على الدراسات السابقة ..... ف

الفصل الثاني : الخدمة الاجتماعية .. من عمل تطوعي إلى مهنة متخصصة.

1 – مفهوم الخدمة الاجتماعية 22

2 – نشأة وتطور الخدمة الاجتماعية 27

3– طرق الخدمة الاجتماعية 33

4– مؤسسات الخدمة الاجتماعية 40

5– أهداف الخدمة الاجتماعية 44

الفصل الثالث : النظام الإعلامي وعلاقته بالخدمة الاجتماعية

1 – البنائية الوظيفية 49

2 – مفاهيم محورية في البنائية الوظيفية 54

3 – النظام الاعلامي في المجتمع 59

4 – علاقة الاعلام والاتصال بالخدمة الاجتماعية 64

5 – وظائف الصحافة في المجتمع..... 68

الفصل الرابع : البنية الاخراجية لمواضيع ركن تكافل

1 – الرسالة الاعلامية : طرق الاقناع والمسؤولية الاجتماعية للصحفي..... 77

2 – العنوان الصحفي 81

3 – الصورة الصحفية 86

4 – جريدة الخبر اليومية 91

الفصل الخامس : إجراءات منهجية للبحث

1 – مجتمع البحث 97

2 – عينة البحث 98

2 – 1 – نوع المعاينة والعينة 101

3 – أداة البحث 101

4 – التحليل المبدئي 101

5 – بناء استمارة التحليل 103

6 – التعريفات الاجرائية لفئات التحليل..... 106

7 – وحدات التحليل 110

8 – إجراءات الصدق والثبات 110

9 – الوسائل الإحصائية 113

10 – إجراءات البحث 113

الفصل السادس : نتائج الدراسة.

1 – الجانب الوصفي لعينة الدراسة 116

1 – 1 – الاجابة على التساؤل الأول..... 116

1 – 2 – الاجابة على التساؤل الثاني..... 120

1 – 3 – الاجابة على التساؤل السابع..... 121

1 – 4 – الاجابة على التساؤل الثامن..... 124

1 – 5 – الاجابة على التساؤل التاسع..... 125

2 – التحقق من فرضيات الدراسة 127

2 – 1 – التحقق من الفرضية الأولى 128

2 – 2 – التحقق من الفرضية الثانية 134

3 – مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة.....140

3 – 1 – مناقشة الفرضية الأولى..... 140

3 – 2 – مناقشة الفرضية الثانية..... 140

الخاتمة 143

ملاحق الدراسة:

1 – الملحق رقم (01) : جدول عينات الدراسة 147

2 – الملحق رقم (02) : استمارة تحليل المضمون 150

3 – الملحق رقم (03) : دليل التعريفات الاجرائية 153

4 – الملحق رقم (04) : أسماء المحكمين لاستمارة تحليل المضمون 154

5 – الملحق رقم (05) : عينة لإحدى الحالات التي تلقت المساعدة بفضل ركن تكافل 155

6 – الملحق رقم (06) : الدراسة التي قام بها مكتب الدراسات "ميديا سورفي" حول ترتيب الجرائد الأكثر مصداقية ومقروئية في الجزائر..... 156

مراجع الدراسة 158