



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإجتماعية- جامعة مستغانم-
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الإعلام والإتصال



رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال موسومة ب:

المنظور القيمي في الصحافة المكتوبة الجزائرية

تحليل محتوى لجريدة الخبر أثناء الحملة الدعائية لميثاق السلم
والمصالحة الوطنية.

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

تحت إشراف:

د. براهيم أحمد.

من إعداد الطالبة:

بوخرص سيهام

لجنة المناقشة:

الأستاذ: غالم عبد الوهاب.....رئيسا.....جامعة مستغانم.

الأستاذ: براهيم أحمد.....مقررا.....جامعة مستغانم.

الأستاذة: نفوسي لمياء.....مناقشة.....جامعة مستغانم.

الأستاذ: بدر الدين زواقة.....مناقشا.....جامعة باتنة .

الأستاذ: عبد لي احمد..... مناقشا.....جامعة قسنطينة.

السنة الجامعية: 2016/2015

شكر و عرفان

الحمد لله الذي انعم علينا بنعم الدين و العقل و بعد؛

شكري العميق الى استاذي السيد

براهيم احمد على عظيم صبره ووافر عطائه فشكرا

وألف شكر

شكري لكل من ساهم وساعدني في استكمال

متطلبات بحثي

من دعوات الى المساعدات المالية و العلمية .

شكرا

خطة البحث

المقدمة:

الفصل الأول: الجانب المنهجي

الإشكالية.

أهمية الدراسة.

أهداف الدراسة.

نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

ركائز المنظور القيمي.

المنهج.

أدوات البحث.

مجتمع البحث و العينة.

فئات التحليل.

وحدات التحليل.

صياغة الاستمارة.

الدراسات السابقة.

مفاهيم الدراسة.

الفصل الثاني: القيم: علاقتها بالعلوم و التغيرات النسقية.

المبحث الاول: ماهية القيم.

المطلب الاول: اشكالية المفهوم.

المطلب الثاني: مداخل تفسيرية للقيم.

المطلب الثالث: اهمية القيم.

المبحث الثاني: القيم: المصادر و الخصائص.

المطلب الاول: تصنيفات القيم.

المطلب الثاني: خصائص القيم.

المطلب الثالث: مصادر القيم

المبحث الثالث: التغيير في النسق القيمي

المطلب الاول: النسق القيمي.

المطلب الثاني: عوامل التغيير القيمي.

المطلب الثالث: الاعلام و التغيير القيمي

الفصل الثالث: المنظومة الاعلامية و الانساق الاجتماعية

المبحث الاول: المنظومة الاعلامية و المجتمع.

المطلب الاول: وسائل الاعلام كنسق اجتماعي.

المطلب الثاني: القيم و المجتمع.

المطلب الثالث: الاعتماد على وسائل الاعلام.

المبحث الثاني: الاقناع.

المطلب الاول: استراتيجيات الاقناع.

المطلب الثاني: القيم كمدخل للإقناع.

المطلب الثالث: التغيير القيمي و التغيير الاجتماعي.

الفصل الرابع: المنظومة الاعلامية و الظروف السياسية في الجزائر.

المبحث الاول: التجربة الاعلامية في الجزائر من الحزب

الواحد الى التعددية الاعلامية.

المطلب الاول: مرحلة الاحادية الحزبية.

المطلب الثاني: من 1979 الى 1988.

المطلب الثالث: مرحلة التعددية الحزبية.

المبحث الثاني: الصحافة، دورها و علاقتها بالنظام.

المطلب الاول: علاقة الصحافة بالنظام.

المطلب الثاني: دور الصحافة في صنع القرار.

المطلب الثالث: جمهور وسائل الاعلام في الجزائر.

المبحث الثالث: الظروف السياسية التي رافقت التعددية.

المطلب الاول: الازمة الامنية في الجزائر.

المطلب الثاني: قانون الرحمة و الوئام المدني.

المطلب الثالث: ميثاق السلم و المصالحة الوطنية.

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي.

• توزيع المقالات حسب تاريخ الصدور.

• الجدول الخاص بترتيب المقالات حسب الصفحات.

- الجدول الخاص بترتيب المقالات حسب الفاعلين.
- الجدول الخاص بالمواضيع.
- الجدول الخاص بالفاعلين.
- الجدول الخاص بالقيم الحاملة لمعان سلبية و ايجابية.
- الجدول الخاص باستخدام لويزة حنون للقيم.
- الجدول الخاص باستخدام عبد العزيز بلخادم للقيم
- الجدول الخاص باستخدام أحمد أويحي للقيم.
- الجدول الخاص باستخدام أئمة المساجد و شيوخ الزوايا للقيم.
- الجدول الخاص باستخدام جمعية العلماء المسلمين، منظمة ضحايا الارهاب للقيم.
- الجدول الخاص باستخدام الطرف الآخر للقيم.
- الاستنتاج العام.

الخاتمة.

الملاحق.

مقدمة

• المقدمة:

يقول إميل دوركايم اننا مخلوقات مزدوجة، فنحن في المجتمع والمجتمع فينا، والشيء نفسه ينطبق على وسائل الإعلام، فهي في المجتمع والمجتمع موجود فيها بطرق مختلفة ومهمة¹. يجد المتأمل في هذه المقولة أن علاقة الفرد بالمجتمع تنشطر إلى قسمين قسم يتحكم به الفرد و القسم الثاني يفرضه المجتمع، أي أن السلوك قد يكون من منطلق فردي أو إجتماعي، أما عن وسائل الإعلام و وظائفها في المجتمع فهي تؤثر فيه و تتأثر به، وفقا لطبيعة كل مجتمع، هذا الأخير الذي تتحكم فيه ثقافة معينة ومرجعية خاصة، يتمثل أفراده في الخضوع لها، و عليه ترتبط فاعلية العمليات الإتصالية بشدة بطبيعة الجمهور المستهدف من الإتصال، التأثير أو الإقناع بدءا من الخصائص الديمغرافية وصولا إلى الثقافية و الحضارية.

إن لابد من توافق مضمون عمليات الإعلام و الإتصال مع السياق الإجتماعي و الفضاء الثقافي العام، تقاديا لفشل العملية الإتصالية الذي قد يسببه عدم إشتراك طرفي الإتصال في نفس المعنى أو الفكرة، هذا التشارك يحكمه الإطار الدلالي و المرجعي لكلاهما. مما سبق يتأكد لنا ضرورة مراعاة خصوصية الجماهير الحضارية و الثقافية و إحترام ذاكرتها التاريخية، معاييرها و قيمها، هذه الأخيرة التي شكلت حسب بعض الدراسات المحرك الرئيس للصراعات الثقافية و الحضارية.

وإنطلاقا من قناعة الباحثين التربويين بأن الأزمة التي يواجهها المجتمع العربي عامة، هي أزمة قيم و صراع قيمي بالدرجة الأولى، تحت تأثير

¹ - ارثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام و المجتمع، تر: صالح خليل ابو اصبع، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة، الفنون و الادب، الكويت، 2012، ص 29.

الإندفاع الحضاري، و إنحلال الروابط الأسرية و الإجتماعية، و تضخم النزعة الفردية، وسيادة الأخلاق النفعية في المجتمعات المعاصرة، و إن التركيز على القيم من شأنه أن يحصن الفرد من مخاطر غزو القيم المادية، في الحضارة الوافدة، ويحافظ على السمات المميزة للمجتمع العربي، تراثه الإنساني، ويحميه من أخطار التبعية والإستيلاب، كما يؤهله لشراكة إنسانية متوازنة وعادلة في بناء الحضارة الإنسانية و التقدم العلمي¹، وهذا التركيز لا بد أن يمس كافة المستويات و بكافة السبل الممكنة، و لا يخفى في هذا المقام على أحد قوة الإعلام الذي يمثل مصدرا مهما للسيطرة، الدعاية، الدعاية المضادة، التلاعب، التغيير الإجتماعي، فالمعركة اليوم بين القوى المختلفة في المجتمعات تتحدد في نهاية المطاف في القدرة على إمتلاك عقول الناس، بكل ما تعنيه كلمة إمتلاك من مصادر و آليات، و بكل ما يعنيه العقل من أفكار، معايير، معتقدات و قيم، هذه الأخيرة التي تعد حسب نظرية الحتمية القيمية في الإعلام متغيرا مستقلا يؤثر في المتغير التابع و هو السلوك الإنساني. وعليه فإفتراضات نظرية الحتمية القيمية تقوم على أساس أن الرسالة هي القيمة أن الاثر الإيجابي يكون كلما كان الرأسمال الرمزي ترابطيا مع الرأسمال القيمي.

إذن: الرسالة الناجحة ↔ الرسالة المقنعة (الإقناع)

الرسالة ↔ القيمة.

و منه نفترض ان القيمة ↔ الإقناع.

تسعى دراستنا إلى التحقق من هذه الإفتراضات وذلك من خلال الفصول

التالية: حيث خصصنا الفصل الأول من الدراسة، وهو الجانب المنهجي:

¹ - زينب الزويد، تصميم قائمة معيارية للقيم النهائية لمراحل التعليم ما قبل الجامعي في سورية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد 2، 2008، ص 443.

لتبيان الخطوات المنهجية المعتمدة، وكانت كالتالي: الإشكالية والتي حملت أهم تساؤل في الدراسة، ثم بينا أهمية البحث وأهدافه، مفاهيم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، وركائز المنظور القيمي، ثم تطرقنا إلى المنهج وأدوات البحث، واخيرا وليس آخرا الدراسات السابقة و مفاهيم الدراسة. أما **الفصل الثاني**: وهو أول جزء من الجانب النظري للدراسة، ركزنا من خلاله على مفهوم القيم بصفة عامة و عاقته بالعلوم، ثم تطرقنا إلى تصنيفات، مصادر و خصائص القيم. ومنه كشفنا الغطاء عن التغيرات القيمية وعلاقة الإعلام بذلك. وجاء **الفصل الثالث** من الدراسة لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، عرجنا من خلاله إلى الوظائف الإجتماعية لوسائل الإعلام. أما **الفصل الرابع**: الموسوم بالمنظومة الإعلامية

والظروف السياسية في الجزائر: تناولنا من خلاله التجربة الإعلامية في الجزائر، علاقة الصحافة بالأنظمة السياسية، إضافة إلى الظروف السياسية التي رافقت التعددية الإعلامية. و أخيرا **الفصل الخامس**: الذي جاء مبينا لنتائج الدراسة التحليلية.

الجانب المنهجي

الفصل الأول: الجانب المنهجي:

إشكالية الدراسة:

تعتبر العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الإجتماعية والأخلاقية علاقة فاعلة ومتداخلة على إعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير¹، المعرفة، القيم والإفهام، وبالتالي فهي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الإجتماعية وطريقة حياة أي شعب أو مجموعة سكانية مهما كانت . وقد إهتم معظم علماء الإتصال بالوظائف الإجتماعية لوسائل الإعلام وحاولوا تحديد أدوار تلك الوسائل إزاء المجتمع، ورصد نتائج وتأثيرات هذه الأدوار ويعد هارولد لاسويل من أوائل العلماء الذين إهتموا بهذه المسألة، ويرى هذا العالم أن من بين وظائف وسائل الإعلام²: مراقبة البيئة الإجتماعية من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، كما يرى أن لوسائل الإعلام مهمة أخرى، هي زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الإستجابة لتحديات البيئة المحيطة بهم، أي خلق رأي عام وطني واحد، يساعد الحكومة الديمقراطية للقيام بدورها، مثلما تتولى وسائل الإعلام عملية نقل التراث الإجتماعي من جيل لآخر. أماعالم الإتصال لازارسفيلد وميرتون، فيحددان الوظائف التالية لوسائل الإعلام إتجاه المجتمع³:

¹ - فاضل محمد البدراني، الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم، ط 1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 357

² - اشرف صالح و محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، (د، ت، ن) ص 135.

³ - حسن عماد الدين المكاوي، ليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2004، ص 70 وما تلاها

- تبادل الآراء والأفكار، أي التشاور بين أبناء المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.
- تدعيم المعايير الإجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، فغالبا ما توجد فجوة بين الإخلاقيات العامة في المجتمع و السلوك الخاص لبعض الأفراد، وهذه السلوكيات المنحرفة لا بد من فضحها إعلاميا للحفاظ على القيم الإجتماعية.
- التحذير : ويقصد به الآثار غير المرغوب فيها في المجتمع الناجمة عن خلل وظيفي لوسائل الإعلام، من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور فتخلق ما يسمى بالمعرفة السلبية المعيقة للنشاط البشري، مما يفضي إلى اللامبالاة من قبل الجمهور بدلا من إيقاظه.
- ومن علماء الإتصال و المجتمع من يذهب إلى أن لوسائل الإعلام وظيفة أخرى هي التنشئة الإجتماعية، أي تعليم أفراد المجتمع الجدد: المهارات، القيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع كما قال بذلك ولبورشرام.
- و تجدر الإشارة هنا أنه في ذات الوقت الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام في النظام الإجتماعي فإنها تتأثر به من خلال عملها الوظيفي.
- والإعلام الوطني الجزائري وإن كان يؤدي بعض الوظائف ويعجز عن أخرى، فلا يزال يعتبر إعلاما عربيا بما يحمله من نقائص، فالتجربة الإعلامية للصحافة المكتوبة في الجزائر تعد تجربة متميزة نظرا للظروف التي واكبتها حيث إنتقلت، وبطريقة غير متوقعة من صحافة ثورية رسمية إلى صحافة متعددة، من حيث الملكية والتوجهات السياسية والإيديولوجية كفلها دستور 1989 ثم قانون الإعلام 1990، وأتى هذا التعدد الإعلامي في مرحلة من الإنسداد و الإحتقان السياسي و الأمني، من هنا يمكننا القول أن الصحافة

الجزائرية عاشت مرحلتين خلال التعدد؛ مرحلة الأزمة ومرحلة المصالحة الوطنية، التي شكلت هي الأخرى إحدى أهم المراحل التاريخية التي مر بها المجتمع الجزائري والتي حضت آنذاك بإهتمام إعلامي واسع وشامل لكل الوسائل الإعلامية الموجودة، سمعية، سمعية بصرية، ومكتوبة، التي حاولت إنجاح هذا المشروع. ومن هنا يتأتى الإشكال التالي :

كيف استخدمت الصحافة المكتوبة القيم خلال عملية إقناع أفراد المجتمع الجزائري للاستفتاء لصالح ميثاق السلم و المصالحة الوطنية ؟

- وتمت تجزئة هذه الإشكالية العامة إلى فروع للدراسة تحت التساؤلات التالية :
- ماهي أبعاد وطبيعة هذه القيم (سياسية، إجتماعية، إقتصادية، دينية....)
 - من هم الفاعلين الذين قاموا بالدعاية لميثاق السلم و المصالحة الوطنية؟
 - هل لعبت الصحافة دورا في تغيير مجرى الحياة الإجتماعية في الجزائر؟
 - هل إعتمدت جريدة الخبر على القيم كاستراتيجية في إقناع الجماهير بالإستفتاء لصالح ميثاق السلم و المصالحة الوطنية ؟

أهمية الدراسة:

يعد موضوع القيم الإنسانية بصفة عامة موضوع ذو أهمية بالغة لما يوجد من إعتقاد أن لكل أمة ولكل تجمع سكاني قيم تؤطر هذا التجمع، لحفظ الحقوق لجميع أفرادها وضمان إستقراره، فقد وجدت عدة دراسات تحاول الحفاظ على السلامة المجتمعية نذكر منها التضامن الإجتماعي لإميل دوركايم والعقد الإجتماعي لروسو. وكذا هي المجتمعات العربية التي تعتر بما تحمله من قيم وأصالة تؤرخ لأمجادها ، غير أن الدراسات المتعلقة بالقيمة تعاني من

صعوبات جمة تعود في الكثير من جوانبها إلى أن القيمة غالبا ما ترتبط بالأشياء.

جاء هذا المقام لتوضيح أن القيمة هي الشريان الذي يرتبط بكل مجالات الحياة خاصة للشعوب العربية والإسلامية، ولا يتخلف عن هذا المجال علوم الإعلام والاتصال، فالارتباط الوثيق للشعوب العربية بقيمتها الدينية السامية جعل إهتمام عدة أساتذة يرأسهم البروفيسور السيد عبد الرحمان عزي يتوجه إلى إستغلال هذه القيم وإستثمارها للإرتقاء بالمجتمعات المتخلفة أو دول العالم الثالث، وذلك عودة إلى أصلاتها، لكن دون التعصب إلى الذات وإقصاء الآخر والإستفادة من لب حضارته ورفعة تطوره مهما كان مجال هذا التطور. تحاول هذه النظرية من خلال المعاني والمفاهيم التي يطرحها عزي عبد الرحمان الإرتقاء بالإعلام العربي (رأسمال رمزي) وذلك بجعله رأسمال ترابطي مع الرأسمال القيمي للمجتمع، سعيا لتغيير أوضاع المجتمعات العربية التي تعاني من الروح الإنهزامية والإستهلاكية في آن واحد وذلك عن طريق التغيير بالمغايرة.

أهداف الدراسة:

- تمحور إهتمام هذه الدراسة حول الصحافة المكتوبة في الجزائر جريدة الخبر نموذجا ومدى إرتباط هذا الرأسمال الرمزي بالقيم والمعايير الإجتماعية "الرأسمال القيمي" وذلك محاولة للتأكد من مدى فاعلية القيمة كإستراتيجية نضيفها إلى أساليب وإستراتيجيات الإقناع الأخرى.
- تسعى إلى دعم تيار أو المجهودات العلمية للأساتذة الراغبة في الوصول أو تحقيق التأصيل النظري العربي في مجال الإعلام والاتصال وذلك حفاظا على الخصوصية العربية الإسلامية، وصولا إلى الهدف

المنشود وهو إعلام عربي إسلامي بمعايير عالية الجودة والتقنية يرتقي إلى مستوى تحدي ومنافسة الإعلام الغربي وصد الحملات والدعايات الغربية الساعية إلى الحط من مستوى ثقافتنا، وطمس معالم الشخصية العربية الإسلامية¹ في العالم .

- الإهتمام بالإعلام المكتوب وذلك رداً لإعتبار هذا النوع الإعلامي الذي باتت تتهدد مكانته الأنواع السمعية والسمعية البصرية إضافة إلى الإنترنت (متعدد الوسائط ملتي ميديا) تنمية ثقافة المكتوب كحزام أساسي في نقل التراث و الثقافة و المهارات، على إعتبار أن المكتوب هو أساس بناء الحضارات على حد تعبير الأستاذ عزي عبد الرحمن².

أما الغايات المنهجية فتتمثل في محاولة إنزال المعاني النظرية في الحتمية القيمة للإعلام إلى أرض الميدان وإختبار مدى ملاءمتها للخصائص الفنية للإعلام العربي وخصوصية العربية للمجتمع الجزائري. كما نسعى إلى إختبار مقياس (ع ، س ، ن) في دراسات الإعلام من خلال منهج تحليل المحتوى.

نظرية الحتمية القيمة في الإعلام:

ينبغي عند تناول جوهر المفاهيم التي جاء بها الدكتور عزي عبد الرحمن الإرتكاز على الأسس، المبادئ والمرجعيات الخلفية التي تؤطر وتوجه نظريته المتميزة للظاهرة الإعلامية و الإتصالية، فالنسق الفكري عنده تتصهر فيه ثلاث مكونات رئيسية: التراث، الإعلام، الفكر الفلسفي و الإجتماعي

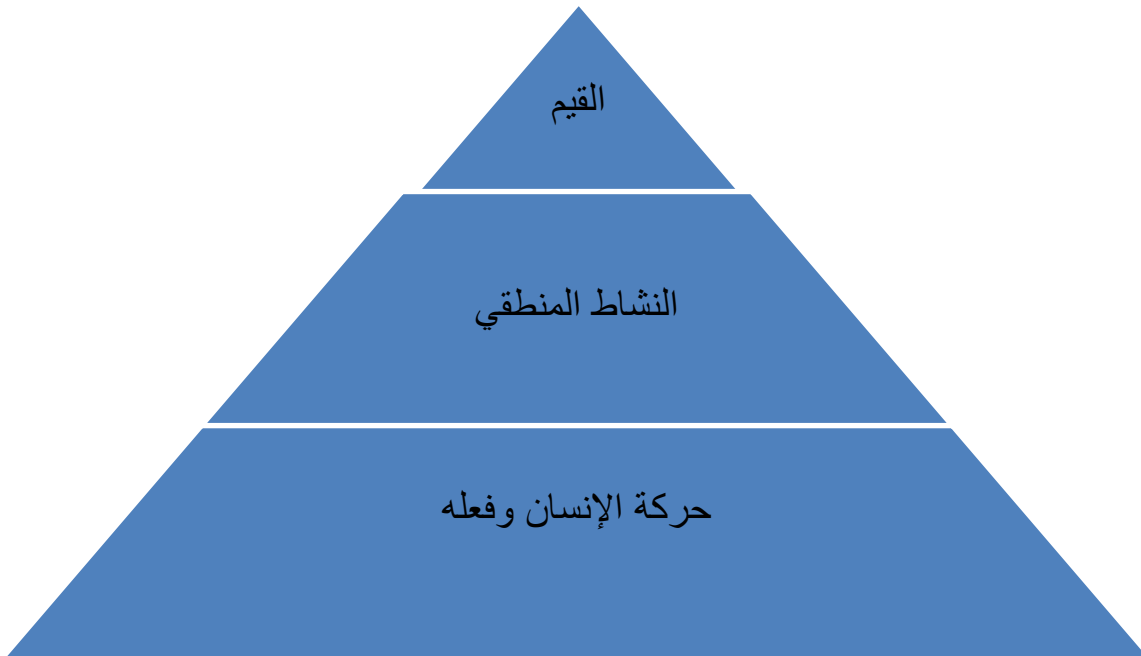
¹ - العربية الإسلامية، دمج للكلمتين العربية و الإسلامية .

² - عزي عبد الرحمن، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر اعلامي متميز، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص 49.

المعاصر، فهذه المفاهيم وليدة البيئة ومنسجمة مع الحضارة التي تنتمي إليها، وبالتالي رصد هذه المفاهيم والتوغل فيها من أجل فهمها يشكل نقطة إرتكاز في فهم النظرية.

• الثقافة:

يعرف عزى الثقافة على أنها كل ما يحمله المجتمع (الماضي)، وما ينتجه (الحاضر و المستقبل)، من قيم ورموز معنوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ)، والمكان (المحيط بما في ذلك النظام) إنطلاقاً من بعض الأسس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (بعد حضاري)¹. ويعرفها على أنها سلم يمثل مستواه الأعلى القيم ومستواه الأدنى سلوك الإنسان، فهي معايشة الواقع إنطلاقاً من القيم، ويعتبر هذا التعريف معياري، أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تكون عليها الثقافة.



الشكل 1: مفهوم الثقافة.²

¹ - عبد الرحمن عزى، المرجع نفسه، ص 107.

² - عبد الرحمن عزى، المرجع نفسه، ص 107.

. العولمة:

يعتبر الدكتور عزي من الأوائل في العالم العربي والإسلامي الذين تنبؤوا بحدوث وإستفحال ظاهرة العولمة خلال فترة (أواخر الثمانينات)، وقد صب هذا التنبؤ في المدلول الضمني للعولمة، كظاهرة وليس كمفهمة، كما تنبأ مكلوهان وإينس في الستينات بمدلولها التقني والكوني، حيث يقول عزي في محاضرة له سنة 1989: "ينذر تفجر الظاهرة المعلوماتية الإتصالية بتقلص ثقافات إفريقيا، آسيا، أمريكا اللاتينية والعالم الإسلامي وإنحصارها في شكل كيانات فكلورية هشة لا مكانة لها في المسار التاريخي والبناء الحضاري.... وتندر هذه الثورة الإتصالية التي لم تعد تتقيد بعوائق الوقت والجغرافيا بتحول العالم إلى ما سماه مكلوهان إلى وحدة قبلية أو قرية واحدة¹.

. التوضع، التمعقل، التمثيل:

يرى عبد الرحمن أن الواقع ليس بالضرورة هو الحقيقة كلها، فهو قد يجسد جزءا منها ويصبح آية لها، كما أن اللغة تعجز عن تجسيده بالتمام والكمال، ومن ثم فالإنسان يميل بطبعه إلى التأمل والتفكير، ويقود نفسه على طريق الحيرة، الإرتباك والشك، باحثا عن التغيير لوضعه الذي يراه غير سوي وهو ما يسميه عزي "بالتوضع"، فيطلب له بديل ومن ثم فإن هذا الإتجاه نحو البحث عن بديل يقود إلى إستعمال العقل والتفكير في الواقع لتغييره وهو "التمعقل"، أي إستعمال العقل بحثا عن الحقيقة وصولا إلى اليقين، وبالتالي يستعمل الإنسان الخيال لإعادة تصور الوضع (الواقع غير السوي)، بطريقة أفضل،

¹ - نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، منشورات مكتبة اقرأ قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 135/136.

وبذلك فإن التمثيل هو استعمال الخيال للوصول إلى أفضل الحالات فيما يتعلق بالوضع أو الواقع.

• القيم:

هي ما يسمو بالفرد ويرفعه من معاني يمكن إدراكها أو إستنباطها من النص القرآني والسيرة النبوية والنصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية، إضافة إلى النصوص النهضوية الحديثة... فالقيمة سبقت فعل الإنسان¹.

• الواقع:

ما لا يمكن التعبير عنه إلا من خلال معاشته، وهو في جوهره معنوي رغم أنه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في المسجد.

• الخيال:

هو ما يبتعد عن الواقع ليقترب منه، ويتجلى مستواه الأسمى في الأبنية الدينية (الإسلام فيما يخصنا)، كما يمكن أن يتبلور جزئياً في أحزمة ثقافية ليست أساسية كأنظمة التعليم، الإيدلوجيا، الفن، الآداب، المسرح، الغناء، الرقص، النكت،... الخ وكل ما يرتبط بالإنتاج المعنوي للإنسان.

• المخيال الإعلامي:

هو حالة تضمن المشاعر النفسية، الإجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي الإسلامي عامة من محتويات وسائل الإتصال من جهة وما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى²، وبصفه عزي على أنه مزيج هلامي تتداخل فيه الذاكرة الإجتماعية بمحتوياتها

¹ -المرجع نفسه، ص 21

² - عزي عبد الرحمن، الفكر الإجتماعي المعاصر والظاهرة الإتصالية الإعلامية ، بعض الإبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص155.

المعتمدة على إرث إستعماري سعى إلى تشويه بعض جوانبها، مع محتويات وسائل الإتصال الحديثة التي تنقل المشاهد والرؤى بما يمكن أن يتجاوز الواقع. كل ذلك في إطار بيئة تتيح فيها العصبية الخلدونية تمايزا للمجتمع يسهم في بلورة ملامح وخصائص الظاهرة الإتصالية في البيئة العربية الإسلامية.

• الزمن الإعلامي:

هو المجال الوقتي المرتبط بوثيرة ومضمون وسائل الإعلام والإتصال فحركية وسائل الإعلام في ديمومتها حركة زمنية، أي أن إستعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو إستعمال للوقت، ويتحدد هذا الوقت عبر الفترات، فيكون إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام، صباحا، ظهرا، مساء، ليلا، أو حسب الظروف. إن الزمن الإعلامي المعاصر تتصهر فيه الأزمنة التالية: زمن القراءة، زمن الإستماع، زمن المشاهدة، وزمن التصفح، كلها عبارة عن أزمنة إعلامية تتنافس حتى تحتل مكانة لائقة لدى الفرد المستخدم.

• الرأسمال الإعلامي الرمزي:

ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي، إذ يعبر عن الواقع باللغة، الصوت والصورة، فالإعلام ليس الواقع ذاته وإنما هو التعبير عن الواقع.¹

• الرأسمال القيمي:

أي المعاني التي تشكل نظريا أساس الحراك الثقافي والاجتماعي والتي تستمد أصولها المرجعية و المعرفية من المعتقد و الممارسات التاريخية المترتبة عن ذلك.

ركائز المنظور القيمي: يطرح عزى عبد الرحمن أربع ركائز أساسية لقيام إتصال متكامل يعتمد القيم المجتمعية ويستند على قاعدة فكرية حضارية هي:

¹ - نصير بوعلي و اخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية، مرجع سبق ذكره، ص 34.

- إعتقاد الإتصال على قاعدة الإبعاد الثقافية، الحضارية والفكرية التي ينتمي إليها المجتمع.
- إعتقاد الإتصال على تكاملية الإنماط و الوسائل: السمعي، البصري، المكتوب، الشفهي والشخصي مع التركيز على الإرتقاء بالمكتوب في عصر سيادة البصري بإعتباره أساس بناء الحضارات.
- أن يكون الإتصال إرتداديا باسطة لقنوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة وأن لا يكون إستقصائيا صفويا.
- أن يبني الإتصال قواعد الممارسة الإتصالية على قاعدة القيم الثقافية والروحية الملهمة لسمو الإنسان .

المنهج:

يعتبر منهج تحليل المضمون أحد المناهج المستخدمة على نطاق واسع في تحليل الوثائق، و مضمون الكتب المدرسية والمذكرات السياسية والصحف والرسائل الإعلامية لمعرفة الأفكار والإعتقادات والإيديولوجيات والصور المعرفية وأنماط القيادة¹، تعتمد دراستنا على أسلوب تحليل المضمون كمنهج لتناسبه وخصائص الموضوع محل الدراسة والأهداف المرسومة من ورائه، وإعتمدنا مقياس (ع، س، ن) كأداة. على أساس أن تحليل المضمون هو الوصف الكمي المتسق للمحتوى الظاهري للرسالة الإعلامية أو رسالة أخرى². ويعرفه سمير حسن على أنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي، يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها،

¹ - عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 98.

² - عزي عبد الرحمن، الأخبار عبر الثقافات: دراسة مقارنة، مجلة الفكر العربي، العدد50، مارس 1988، ص 45.

من حيث الشكل والمضمون تلبية للإحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث، أو فروضه الأساسية. طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث. وذلك بهدف إستخدام هذه البيانات بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الإتصالي العلني للقائمين بالإتصال، أو إكتشاف الخلفية الفكرية، الثقافية، السياسية والعقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، وللتعرف على مقاصد القائمين بالإتصال من خلال الكلمات، الجمل، الرموز، الصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا،¹ والتي يعبر بها القائمون بالإتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الإسلوب الكمي بصفة أساسية.

وتحليل مضمون مواد الإعلام والإتصال هو تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الإتصال الجماهيري، المكتوبة، المسموعة، المرئية من مضامين إتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الإتصال.² ويعرفه عزري عبد الرحمن: "هو أسلوب كمي وكيفي يسعى إلى دراسة مدى حضور القيم بشكل مباشر أو غير مباشر في مضامين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وأثر ذلك على المتلقي سلبا أو إيجابا بهدف معرفة درجة إرتباط تلك الوسائل بالمنظومة القيمية في المجتمع وآفاقها في

¹ - رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص 74.

² - محمد نوال عمر، مناهج البحث الإجتماعية والإعلامية، المكتبة الإنجلو-مصرية، القاهرة، 1986، ص 13.

الرقمي الإجتماعي والحضاري¹. تجدر هنا الإشارة إلى جانبين مهمين في هذا التعريف للدكتور عزي عبد الرحمن:

الجانب الأول : دراسة مدى حضور القيم بشكل مباشر أو غير مباشر في مضامين وسائل الإعلام

الجانب الثاني: درجة إرتباط تلك الوسائل بالمنظومة القيمية في المجتمع وأفاقها للرقمي الإجتماعي والحضاري.

أدوات البحث:

يحتاج أسلوب تحليل المضمون في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إلى إستمارة تحليل المضمون تقيس مدى حضور القيم في المضامين وسائل الإعلام على النحو الوارد أسفله، ويتم إختيار عينة من القيم من دليل القيمة وأبعادها، حسب طبيعة البحث وخصوصيته، ويمكن للباحث أن يضيف من القيم ما يتناسب وموضوع بحثه. كما يمكنه إضافة أي جدول آخر يتضمن البيانات إضافية تثري الموضوع من زاوية الخصوصية.² تتميز منهجية الحتمية القيمية في الإعلام بمقياس (ع، س، ن)³ الذي يعتبر إحدى أدوات الدراسة والتطبيق، و أداة منهجية تدرس مدى ظهور المنظومة القيمية في وسط إجتماعي معين ويعني "المقياس" أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور وفعالية القيم في وسائل الإعلام ولدى المتلقين في القول "أي الموقف المصرح به" والفعل "أي السلوك الإجتماعي" أخذا بعين الإعتبار خصوصية كل

¹ - عزي عبد الرحمن، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013، ص 50.

² - المرجع نفسه، ص 107.

³ - نسبة إلى الأساتذة الثلاثة: عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، نصير بوعلي وهم من طور وحكم هذا المقياس.

مجتمع. ويعتمد هذا المقياس على دليل الأبعاد المتعددة للقيمة¹، وهذا ما سيتم توضيحه أكثر في الجانب التطبيقي من الدراسة.

• مجتمع البحث و العينة :

لقد تم إختيار عينة قصدية حصصية وذلك لتناسبها مع أهداف الدراسة وخصائصها حيث جاءت هذه الدراسة للتحقق من القيم التي أستخدمت بهدف الإقناع خلال فترة الإستفتاء من أجل السلم والمصالحة الوطنية وذلك من 14 أوت إلى 29 سبتمبر 2005. والعينة غير الإحتمالية، الحصصية: هي العينة التي يتم إستخدامها في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة" الصحافة المكتوبة في الجزائر"، و التي لا يمكن للباحث حصر مفرداتها في شكل قوائم، لإستحالة الحصر و لضخامة التكاليف إنجازها، من حيث الوقت و الإمكانيات المادية. لذا يقوم الباحث بتحديد حجم العينة في إطار ما يحقق له الأهداف النهائية للبحث وعليه تم جمع المادة الأولية والممثلة في مجتمع البحث الممثل عن المجتمع الاصيلي، وهو جريدة الخبر خلال فترة الترويج لميثاق السلم والمصالحة الوطنية و قد تم إختيار قضية المصالحة الوطنية بإعتبارها قضية حظيت بالتحاف شعبي كبير كما تعتبر مشروع مجتمع سلمي و حضاري جديد، خلفا للأوضاع الأمنية وسياسية المتردية التي مرت بها البلاد إضافة إلى النتائج الإيجابية التي حققتها خلال الإستفتاء. أما عن الحصص فقد قسمت العينة إلى حصص حسب الفاعلين أو القائم بالإتصال.

تعد صحيفة الخبر؛ أول صحيفة ناطقة باللغة العربية، أنشئت بعقد توثيقي في 1/11/1990 وحسب الأستاذ فضيل دليو، قد عانت هذه الصحيفة الأمرين خلال فترة نشوئها أي ما بين سنة 1989 و 1992 ولم تتمكن من

¹ - المرجع السابق، ص 89.

الإقلاع إلا بعد الاندماج في السياق العام الذي أصبح غالبا على الساحة الإعلامية في الجزائر، إن جريدة "الخبر" هي الجريدة اليومية الجزائرية التي تصدرت و لفترة لا بأس بها الصحف الجزائرية من ناحية السحب: إذ تعد أول جريدة عربية خاصة، حيث ظهرت في المرحلة الرابعة من مراحل تطور الصحافة الجزائرية المكتوبة وبالضبط في 1 نوفمبر. 1990 واستطاعت أن تتحول خلال عشر سنوات تقريبا إلى الجريدة الأولى للقارئ الجزائري، حيث تجاوز سحبها منذ أواخر 1998 400.000 ، نسخة يومية وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى في الرواج ليس على المستوى الجزائري فحسب، وإنما أصبحت الجرائد الأولى على المستوى المغربي والعربي¹.

اخترنا جريدة الخبر كمجتمع بحث وذلك لعدة اعتبارات نذكر منها:

اعتبار التوزيع: إن جريدة الخبر توزع على نطاق وطني.

اعتبار السحب: لقد تصدرت جريدة الخبر قائمة الصحف اليومية في الجزائر من حيث مقدار الأعداد المسحوبة.

إعتبار الخط الإفتتاحي والإستراتيجية التحريرية: لقد أظهرت هذه الجريدة تميزا من خلال تناولها النقدي لكثير من المواضيع والقضايا الحساسة المحلية، الوطنية، والدولية.

وعليه فمجتمع البحث الخاص بدراستنا هو كل أعداد جريدة الخبر المنشورة خلال فترة الدعاية و الترويج لميثاق السلم و المصالحة الوطنية أي بدءا من 2005/08/14 إلى 2005/09/29. أي ما مقداره 45 يوما، علما أنه تم إسقاط الاعداد التي تصدر أيام الجمعة، مثل العدد 2005/08/19،

¹ -www.Elkhbar.com

2005/08/26 / 2005/09/02 ، 2005/09/09 ، 2005/09/16 / 2005/09/23.

• توزيع المقالات حسب تاريخ الصدور:

2005/08/15 ، 2005/08/17 (3، مقالات) ، 2005/1808 ، 2005/08/20 ،
 2005/08/21 ، 2005/08/24 ، 2005/08/25 ، 2005/08/25 ،
 2005/08/27 ، 2005/08/27 ، 2005/08/27 ، 2005/08/27 ،
 2005/08/29 ، 2005/09/03 ، 2005/09/05 ، 2005/09/07 ،
 2005/09/08 ، 2005/09/10 ، 2005/09/11 ، 2005/09/12 ،
 2005/09/12 ، 2005/09/13 ، 2005/09/13 ، 2005/09/15 ،
 2005/09/15 ، 2005/09/19 ، 2005/09/22 ، 2005/09/25 ،
 2005/09/25 ، 2005/09/25 ، 2005/09/26 ، 2005/09/27 ،
 2005/09/27 ، 2005/09/27 ، 2005/09/27 ، 2005/09/28 . و هو ما
 مجموعه: 38 مقال.

وتم لاحقاً إختيار باب الوطني و ذلك لأنه عُنِيَ بالأحداث الوطنية وتغطية التجمعات الحزبية و الشعبية التي نشطت خلال الفترة المذكورة آنفاً وتغطية الأحداث السياسية ومتابعة الوقائع ومجريات الخاصة ميثاق السلم والمصالحة الوطنية. ثم إتجهنا إلى المقالات التي غطت التجمعات الشعبية أو الحزبية لمجموعة من رؤساء الأحزاب أو الفاعلين في الساحة السياسية أو الإجتماعية، ثم قمنا بإختيار المقالات الأكثر تناسبا مع أهداف الدراسة وتم إقصاء المقالات المكررة والمتشابهة، وعليه تم تحديد 38 مقال للتحليل تضم كل الفاعلين الأساسيين خلال هذه الفترة.

وفي هذا الصدد يرى "ستامبل" أن زيادة حجم العينة في التحليل مضمون الصحف اليومية عن 12 عددا في السنة قد يكون إستثمارا فقيرا لوقت البحث¹، أي أن تجاوز حجم العينة 12 عدد في السنة، لا يخلق إختلافات معتبرة في النتيجة عند التطبيق.

فئة التحليل:

باعتبار أن هذه الدراسة تسعى إلى رصد القيم المستعملة في الصحافة المكتوبة في مجال الإقناع فإننا إستعنا بثلاث فئات وهي فئة الموضوع و المتمثل في المصالحة الوطنية و المواضيع التي جاءت تحت هذا السياق، و فئة القيم و هي أهم فئة تركز عليها الدراسة في تحليل النتائج و تحقيق الأهداف، و فئة الفاعلين كحاملين للقيم على إعتبار أن حضور هؤلاء الفاعلين و تأييدهم لهذا المشروع ساهم في عملية إقناع العام للرأي العام في الجزائر آنذاك.

وحدات التحليل:

تمثلت وحدة التحليل التي إعتمدت عليها دراستنا في وحدة العبارة التي قد تتكون من كلمة واحدة أو أكثر لتؤدي معنا واحد وهي الأنسب للتعبير عن القيم و تأطير مدلولاتها في إطار أوسع للمعنى الإجمالي أو السياق العام وهي الجملة.

¹-ستامبل، محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص

صياغة استمارة التحليل:

قمنا بتصميم إستمارة تحليل المحتوى بعد القراءة الشاملة لمختلف المقالات التي شكلت عينة الدراسة، و تضمنت هذه الإستمارة عدة محاور تصب كلها في خدمة الأهداف النهائية للدراسة، تم عرضها على أساتذة¹ مختصون، وأدخلت عليها التعديلات المطلوبة لتظهر في شكلها النهائي متضمنة الفئات التالية:

البيانات الأولية:

الجريدة.

تاريخ صدور العدد.

الصفحة.

البيانات الخاصة بالمواضيع:**فئة الموضوع:**

موضوع المصالحة الوطنية.

موضوع العفو الشامل.

موضوع التعويضات المالية.

موضوع المفقودين.

موضوع المعارضين للمشروع

مواضيع أخرى.

فئة القيم:

تم إختيار أبعاد القيم إستنادا الى دليل القيمة و أبعادها "مقياس ع، س، ن" في منهجية الحتمية القيمية لتحليل المضمون. وجاءت القيم كالتالي:

¹ - الأستاذ عزي عبد الرحمن، الأستاذ نصير بو علي، الأستاذ بدر الدين زواقة.

- القيم السياسية
- القيم الإجتماعية
- القيم الإقتصادية
- القيم الدينية
- القيم التربوية.
- القيم الزمكانية.
- القيم التواصلية.
- القيم التاريخية.

و جاءت مقسمة إلى جزئين يمثل الجزء الأول للتقسيم القيم الحاملة لمعان إيجابية

والجزء الثاني القيم الحاملة لمعان سلبية، وذلك لإبراز فكرة التضاد الثنائي.

فئة الفاعلين:

- الفاعل 1: عبد العزيز وتقليقة.
- الفاعل 2: أحمد أويحي.
- الفاعل 3: عبد العزيز بلخادم.
- الفاعل 4: لويضة حنون.
- الفاعل 5: التائبين.
- الفاعل 6: أعضاء من الحزب المحل.
- الفاعل 7: منظمات ضحايا الإرهاب.
- الفاعل 8: أئمة المساجد.
- الفاعل 9: شيوخ الزوايا.
- الفاعل 10: فاعلين آخرين.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه أعدها الأستاذ نصير بوعلي¹، تمثلت إشكالية البحث في التأثيرات التي يمكن أن يحدثها البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، وللإجابة عن هذه الإشكالية طرح عدة تساؤلات منها: ماهي أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية؟ ماهي نوعية البرامج أو المحتويات التي تشد إليها المشاهد والعوامل المؤدية إلى ذلك؟ ماهي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية؟ وإعتمد الباحث نصير بوعلي في دراسته على ثلاث عينات، تعلقت الأولى والثانية بالإرسال ل3 قنوات تلفزيونية فرنسية (tf1 .m6. f2) و36 فيلما دراميا، أما العينة الثالثة خاصة بالمتلقي، مكونة من 500 فرد، 250 فرد من ولاية قسنطينة و250 فرد من ولاية أم البواقي.

وانتهج الباحث أسلوب تحليل المضمون، واختار فئة القيم كأساس لتحليل الأفلام للتعرف على ما تعكسه لمشاهديها من قيم ثقافية إيجابية وقيم سلبية، وإستعان بإستمارة حصر فيها القيم الإنسانية الشائعة في معظم المجتمعات وحددها على النحو التالي: الأمانة، الشجاعة، التسامح، حب السلم، حب الخير، حب الوطن والتضحية و الكفاح من أجل هدف سامي، التعقل، الثقافة، العلم، المحافظة على النظام، إحترام القانون، الإيمان بالله، العمل والإنضباط. أما القيم السلبية فهي الأخرى 15 قيمة هي: الغش، الجبن، التعصب، الميل إلى الحرب، حب الشر، الخيانة، الكذب، الجنس والإثارة، مخالفة

¹ - بوعلي نصير، اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية و ميدانية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2003.

القانون، الجهل والتواكل، الإنتهازية والفردانية، الإيمان بأن الغاية تبرر الوسيلة، السرقة والإختطاف، والهدف من تحديد هذه القيم هو التعرف على مدى ما تعكسه الأفلام من قيم إيجابية وسلبية ونسبة كل منها إضافة إلى مدى تطابقها مع ثقافة المجتمع الجزائري. أما بالنسبة إلى أسلوب المسح فجاءت محاور الإستمارة على النحو التالي: أنماط إستعمال التلفزيون وعلاقة الفضائيات بالتعرض لوسائل الإعلام الأخرى وأثر الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الثقافية وكشفت الدراسة النتائج التالية:

إتضح إهتمام الأفلام وتركيزها على عرض الموضوعات السلبية أو ذات الإثر السلبي أكثر من المواضيع ذات الإثر الإيجابي، حيث بلغت نسبة القيم السلبية 68.8% من إجمالي كل القيم في عينة الدراسة والباقي قيم إيجابية. تبين أن الذين يشاهدون البرامج الفضائية يوميا هم أكثر عرضة للآثار السلبية الإجتماعية والسلوكية، وكلما إرتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات إزدادت الآثار و السلوكيات السلبية عليهم. كما توضح النتائج أن غالبية العينة تميل نسبيا إلى الثقافة الغربية إلى جانب ميلهم إلى الثقافة الأصلية.

أ. الدراسة الثانية:

الصحافة والحملة الإنتخابية لرئاسيات 2004 بالجزائر من إعداد الأستاذ نصير بوعلي، ديسمبر 2004 جامعة قسنطينة، وهي دراسة تحليلية إستطلاعية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي¹. بين الباحث من خلال دراسته مفهوم الحدث المتداول كمدخل نظري لفهم الحملة الإنتخابية، وتقييم المعالجة

¹ - بوعلي نصير، الصحافة و الحملة الإنتخابية لرئاسيات 2004، دراسة تحليلية استطلاعية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي، جامعة قسنطينة، 2004.

الإعلامية لها هي أساسه، ومن هذا المنطلق كان التساؤل الرئيسي للباحث: كيف عالجت عينة من الصحف الوطنية رئاسيات 2004؟

وضمن هذا التساؤل وجدت عدة تساؤلات فرعية نذكر منها: ماهي المساحة الكلية للحملة الانتخابية أثناء هذه الفترة؟ ماهي الموضوعات المعالجة من حيث المبنى والمعنى وما شكل هذه المواضيع؟ هل حاولت الصحافة تقديم قراءة خاصة ومميزة للحملة؟ وهل ألّمت الصحافة الوطنية بكل حيثيات القضية بما يتلاءم واحتياجات الجمهور الجزائري؟

وللإجابة على هذه التساؤلات إقتضت الحاجة إستعمال تحليل مضمون الصحف والقيام بإستطلاع آراء إتجاهات هذا الجمهور، أو على الأقل الإلمام إلى حد معين ببعض الإفتراضات المدروسة أو التحاليل التي تناولت واقع الجمهور ضمن نفس السياق الزمني، وهو مالم نجده في هذه الدراسة.

أهداف الدراسة: معرفة أهم الجوانب التي تطرقت إليها الصحيفتين محل الدراسة من خلال حدث الحملة الانتخابية. إستنتاج أهم القيم والإتجاهات نحو هذا الحدث.

معرفة الإختلاف في طريقة معالجة الحملة تبعا لكل صحيفة وإتجاهها الفكري.

المنهج: من خلال هذه الدراسة أشار الباحث إلى أهمية تحليل المحتوى كأسلوب في الدراسات الإعلامية وقدم له مجموعة من التعاريف إختلفت بإختلاف أصحابها ما بين تحليل المحتوى كأداة أو كمنهج .

العينة: إختار الباحث بطريقة عمدية صحيفتين من الصحف الجزائرية الخاصة وهما الشروق اليومي والخبر، إعتادا على معايير: التوزيع، المقروئية، البناء

الفكري، وقام الباحث بإخضاع جميع الأعداد الصادرة في فترة الحملة الانتخابية لعملية التحليل، أي أنه إستخدم أسلوب الحصر الشامل. أدوات جمع البيانات: إستخدم الباحث تقنية تحليل المحتوى حيث إختار في إطار فئة ماذا قيل؟ فئة الموضوع، فئة المصدر، فئة إتجاه المضمون. وإختار في فئة كيف قيل؟ فئة الموقع، فئة المساحة، فئة النوع الصحفي، فئة الإخراج الفني.

أما في وحدات التحليل فقد إستخدم وحدة السياق، وحدة المفردة الإعلامية أو النوع الصحفي.

أهم نتائج الدراسة: إحتل ملف الحملة الرئاسية عام 2004 مساحة كبيرة في الصحيفتين، غيرت من خطابها الإعلامي وأركانها الداخلية خلال مدة الحملة.

الصحيفتان تناولتا موضوع الحملة الرئاسية من خلال التقرير الصحفي والخبر بنسبة معتبرة مقارنة ببقية الأنواع الأخرى. الصحيفتان إهتمتا بشكل متساو تقريبا بموضوع الحملة. الإنحياز المفضوح من طرف كل صحيفة لمرشح معين دون الآخر.

دراسة الثالثة:

أثر وسائل الإعلام على القيم وسلوكيات الشباب من إعداد الأستاذ السعيد بومعيزة¹ وجاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على قضية أثر وسائل الإعلام على نشر القيم وتعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري عامة، وهذا في ظل الزحام الإعلامي الخارجي (العربي، الغربي) وتراجع الإعلام المحلي.

¹ - بومعيزة سعيد، اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية منطقة البلدية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام و الإتصال، 2006.

وقد عالج التساؤلات التالية: مدى إرتباط الشباب الجزائري بالقيم وتأثرهم بالأفكار الإستحدائية الوافدة عن طريق وسائل الإعلام بصفة رئيسية، وهل حافظوا على قيمهم الأصلية؟ هل تخلو عنها؟ هل تبنوا بعض الأفكار الإستحدائية و السلوكيات التي أبعدهم عن القيم أو حققت لهم بعض الغايات النفسية وفقا لبعض أشكال الإستجابة والتفاعل. وذلك نظرا للعلاقة الترابطية بين أنماط القيم على إختلاف أنواعها ومؤسسات التنشئة الإجتماعية ومنها وسائل الإعلام. وفي حال الجزائر يجدر التوكيد على أن القيم السائدة تتبع من العالم المجرد (أي المعتقد الديني)، وهي التي تضمن إنسجام المجتمع وتماسكه ووحدته، لكنها لا تتأسس بمعنى تتحول إلى المجسد، ولا يمكن المحافظة عليها ومعايشتها بالكيفية التي تتماشى ومقتضيات العصر الحديث، إلا إذا كانت هناك سياسة بعيدة المدى لدى الهيئات المسؤولة مبنية على إستراتيجية تدرس بواقعية الإمكانيات وترسم خطة وتسخر الأدوات لبلوغ الهدف.

منهج الدراسة وأدواته: إعتد الباحث في دراسته على المنهج المسحي الوصفي، بهدف: مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة، كالتأثير، الأثر والإستعمال، التعرض، الإدراك، التغير و القيم والسلوك و الشباب.

معرفة الوضع الحالي، بظروفه وإتجاهاته فيها يتعلق بإستعمال الشباب لوسائل الإعلام. كما إستخدم المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يشرح لماذا توجد إتجاهات محددة في وضع ما، وهذا من أجل إختبار فرضيات الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات.

العينة: جاءت عينة هذه الدراسة من النوع غير الإحتمالي، حاول الباحث أن يجعلها ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان وذلك بإتباع الإجراءات التالية: على

مستوى التمثيل الجغرافي: إعتد على المساحات أو المناطق مراعيًا في ذلك الكثافة السكانية وهذا على النحو التالي: البلدة 160 مفردة، أولاد يعيش 70 مفردة، بوفاريك 70 مفردة، الصومعة 30 مفردة، موزاية 50 مفردة، الشفة 30 مفردة، بني مراد 20 مفردة.

كما إعتد على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس، بمعنى 50% إناث و 50%

ذكور إلا أن عدد الإناث في النهاية بلغ 215 مفردة، وهذا يتوافق مع نسبتهم في المجتمع التي تفوق نسبة الذكور.

من أهم النتائج و الإستنتاجات التي توصل إليها الباحث:

من ناحية الإستعمال: التلفزيون هو الوسيلة الأكثر إستعمالًا من طرف المبحوثين الشباب. لا يزال التلفزيون وسيلة عائلية أكثر منها فردية. يقبل الشباب على مشاهدة التلفزيون الجزائري أكثر مما يشاهد التلفزيون الأجنبي.

من ناحية المضمون: أغلب أفراد العينة إختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام، المسلسلات، الرياضة.

من ناحية القيم: يعتقد أغلب المبحوثين الشباب أن إستعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على الإرتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي أن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا تعزيزها لدى الشباب.

من ناحية السلوكيات: إن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم وتحدث في البيئة الإجتماعية التي ينتمي إليها الشباب ويعيشون فيها.

الدراسة الرابعة:

اعدتها الطالبة نزهة حانون، تحت عنوان الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، ميثاق السلم و المصالحة الوطنية نموذجاً، دراسة لجريدتي النصر و الخبر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال. عالجت من خلالها اشكالية الاساليب الاقناعية التي استخدمتها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحريرها لمواضيع الميثاق. اعتمدت على منهج تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي و الكيفي لمواضيع المصالحة الوطنية المنشورة خلال الفترة الزمنية المحددة في عينة الدراسة، المتمثلة في العينة الدائرية، و قد حجم العينة ب: 6 اعداد من كل جريدة.

نتائج الدراسة: توصلت الباحثة الى ان الصحافة المكتوبة الجزائرية تستخدم كل الاساليب العلمية الاقناعية و المتمثلة في: اسلوب الوضوح و الضمنية، اسلوب تقديم الادلة و الشواهد (ادلة عقلانية، عاطفية، التخويف)، اسلوب عرض جانب واحد او الجانبين: المؤيد و المعارض، اسلوب ترتيب الحجج الاعلامية، اسلوب استخدام الاحتياجات الموجودة، اسلوب تأثير راي الاغلبية، اسلوب التكرار بالتنوع و التراكم، كما تستخدم الصحافة المكتوبة الجزائرية اساليب اخرى غير علمية، تمثلت في: اسلوب التحيز، اسلوب التعميم على اساس غير علمي، اعتماد اسلوب الصياغة الانشائية غي محددة و غير دقيقة، اسلوب الاستغلال السيئ للجوانب الدينية، اسلوب التطرف الى التخويف و الترغيب، اسلوب الاسناد الى اسماء لها احترامها لدى القارئ...، و قد تباينت نسبة استخدامها من موضوع الى آخر من جريدة الى اخرى.

مفاهيم الدراسة:

. القيمة:

تصدر القيمة مكانا في أحاديثنا المعتادة، وجوانب سلوكنا اليومي، كما تشغل مساحة فسيحة من موضوعات البحث في العلوم الإجتماعية. وتظل القيمة على هذا النحو مفهوما مراوفا ومثيرا للخصومة الفكرية، ولعل السبب في هذا الإضطراب والتضارب هو الخلط بين مجالين: الأول هو مجال الممارسة اليومية حيث تشارك في صوغها شؤون الحياة المعتادة و روافدها من المؤسسات الدينية، قواعد العمل، الذوق الشائع، ووسائل الإعلام. أما المجال الثاني فهو مجال الدراسة، حيث تتناول الفلسفة والعلوم الإجتماعية على نحو مختلف يفصل البحث في طبيعة القيمة وأنماطها ومصادرها.¹ وتعتبر القيم خاصة من خصائص المجتمع الإنساني فلا وجود لمجتمع إنساني دون قيم فهما ظاهرتان متماسكتان أشد التماسك ويشبههما كروبير (Kroeber) بأنها كسطحي الورقة في تلاصقها فإذا محونا من أي مجتمع إنساني قيمه، فإننا بذلك نكون قد سلخنا عنه بشريته.² مصدرها اللاتيني وهو « valere » و تعني القوة، الحزم، ترادف فضيلة الحرب، الشجاعة المعنوية.³ وقيم القوم هو الذي يقوم بشأنهم ويسوس أمرهم. وأمر قيم بمعنى مستقيم وكتاب قيم: أي ذو قيمة. ونقول قوام الشيء أي عماده ونظامه. والقيمة حسب سمير الجاد هي المعايير المعرفية، الثقافية لدى

¹ - صلاح قنصوه، نظرية القيم في الفكر المعاصر، ط2، دار التنوير للطباعة والنشر، لبنان، 1984، ص8/7.

² - البيهي فؤاد، علم النفس الاجتماعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص21.

³ - خليل احمد خليل، مفاتيح العلوم الإنسانية، معجم عربي-فرنسي-انجليزي، دار الطبيعة للطباعة والنشر، لبنان، ص341.

الأفراد والجماعات مرغوب فيها تستخدم كتوجيهات للحياة الإجتماعية.¹ ويعرفها تالكوت بارسونز بأنها: عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معياراً، أو مستوى للإختيار بين بدائل التوجيه في المواقف. وهي المعايير التي نحكم بها على كون الشيء مرغوباً فيه أو غير مرغوب فيه.

ويعرفها حلیم بركات: بأنها المعتقدات حول الأمور و الغايات، وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجه مشاعرهم، تفكيرهم، مواقفهم، تصرفاتهم، إختياراتهم وتنظم علاقاتهم بالواقع والمؤسسات والآخرين وأنفسهم والمكان، الزمان، وتوسع مواقفهم وتحدد هويتهم ومعنى وجودهم، أي تتصل بنوعية السلوك المفضل بمعنى الوجود وغاياته.²

يرى الدكتور زكي نجيب محمود أن القيم تقوم في نفس الإنسان بالدور الذي يقوم به الريان في السفينة، يجريها ويرسيها عن قصد مرسوم، وإلى هدف معلوم، ففهم الإنسان على حقيقته هو فهم القيم التي تمسك بزمامه وتوجهه.³ أما عن تعريفها الاجرائي فهي: معتقدات و اساليب للتفضيل ، توجه سلوك الفرد، يمكن من خلالها التأثير و التنبؤ بسلوكه.

• الصحافة:

لغة: جاء في قاموس أكسفورد، الصحافة بمعنى *presse*، وهي تعني شيء مرتبط بالطباعة والطبع، نشر الإخبار و المعلومات، وهي تعني أيضاً *journal* ويقصد بها الصحيفة، و *journalisme* ويقصد بها المهنة الصحفية

¹ - سمير جاد، معجم المصطلحات المعاصرة في العلوم الإنسانية، المكتبة الإنجلومصرية، القاهرة، 2008، ص 373.

² - بركات حلیم، المجتمع العربي المعاصر، بحث استطلاعي اجتماعي، ط4، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، ص 329.

³ - زكي نجيب محمود، فلسفة وفن، المكتبة الإنجلومصرية، القاهرة، 1963، ص 64، 65.

و *journaliste* بمعنى صحفي، فكلمة الصحافة تشمل إذن الصحفي و الصحيفة في آن واحد¹.

وفي المعجم الإعلامي يرى محمد منير حجاب أن الصحافة بكسر الصاد، من صحيفة جمع صحائف وصحف، والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب، أو ورقة كتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفتان فسميت صحيفة، وعلمها أو فنها يسمى الصحافة، والمزاول لها يسمى صحافيا، وهي التسمية الأكثر ملاءمة لعلم الصحافة².

إصطلاحا: تعرفها الموسوعة العربية العالمية بأنها إحدى أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم و أمتهم والعالم أجمع، كما تساعد الناس في تكوين الآراء حول الشؤون الجارية من خلال الصحف والمجلات، الإذاعة و التلفزيون و يشار إلى وسائل الإعلام المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية، كما يعرف الصحيفة بأنها كل سطح يكتب عليه، وجمعها صحائف و صحف³. يعرفها فضيل دايو بأنها: مطبوع دوري ينشر الإخبار في مختلف المجالات و يشرحها و يعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحف، المجالات العامة منها والخاصة⁴. يشمل مصطلح الصحافة جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء، التعليقات، إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم مما يهم الجمهور وكل عمل وفكر و رأي تثيره أحداث العالم يكون مادة أساسية للصحفي. ويختلف مفهوم الصحافة باختلاف وجهة النظر التي تصوغها، فالصحافة في عين الإنسان المثالي مسئولية وميزة، بينما يعتبرها

¹ - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1998، ص 37.

² - محمد منير حجاب، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص 165.

³ - الموسوعة العربية العالمية، ط2، مؤسسة أعمال للنشر والتوزيع، الرياض، مجلد 15، ص 45.

⁴ - فضيل دايو، وسائل الإتصال وتكنولوجياه، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2002، ص 56.

البعض مجرد تجارة و منهم من يرى بأنها نقل المعلومات بدقة وتبصر وسرعة
تخدم الحقيقة وتبرز الصواب وإن كان ببطء.¹

ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها عملية إجتماعية تساهم في تحقيق عدد من
الحاجات الإجتماعية التي يتطلع المجتمع إلى تحقيقها من خلال عدد من
المؤسسات الإجتماعية ومنها المؤسسات الصحفية، مهما اختلف الهدف من
قيامها، مرتبطة بطبيعة إجتماعية في تحقيقها لعدد من الحاجات الفردية التي
تجمع لفئة من الفئات، تشكل فيما بعد مجموع الأفراد أو الرأي العام أو جمهور
العملية الإتصالية.

ويعرفها زكريا فكري على أنها ذلك المطبوع الدوري الذي يصدر على فترات
زمنية منتظمة.²

التعريف الإجرائي: هي كل ما يطبع على ورق ويوزع بصفة دورية، ويختلف
من حيث الهيئة الشكلية حسب السياسة الإخراجية لكل صحيفة أو مجلة.

• المصالحة الوطنية:

لغة: كلمة مصالحة مأخوذة من صلح يصلح صلاحا و مصالحة.
والصلاح ضد الفساد، وأصلح الشيء بعد إفساده، أقامه وأصلح الدابة: أحسن
إليها فصلحت والصلح: تصالح القوم بينهم والصلح يعني السلم. والصلاح
بكسر الصاد: مصدرها المصالحة والعرب تؤنثها، و الإسم الصلح يعني أصلح
بينهم وصالحهم مصالحة وصلاحا.³ والمصالحة لفظ يفيد المشاركة في الصلح

¹ - محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص206.

² - زكريا فكري، الإخراج الصحفي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص21.

³ - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، 1988، المجلد11، ص 463.

والصلاح، والصلح في اللغة يدل بصفة عامة على خلاف الفساد.¹ وجاء في معجم مقاييس اللغة: صلح أصل يدل على خلاف الفساد، له عدة معاني تدخل جميعها تحت هذا المعنى العام منها السلم، الخير، الصواب، إزالة المخاصمة و العدوان و الشقاق.

إصطلاحاً: يعرفها العياشي دععوة بأنها السلم والمصالحة الوطنية إيجاد الحلول لكل ما ترفضه أمتنا و الإستجابة لكل ما يطمع إليه شعبنا.

ويعرفها السعيد السرداني: هي عبارة عن عقد أو معاهدة بين جميع أطراف الوطن وتركيباته المدنية والسياسية، يتوصل بها إلى رفع نزاع واقع و توقي أي نزاع يتوقع و الإخلاص في جلب المصالح له و دفع المفاصد عنه، وذلك بالقيام بالواجبات والحفاظ على حقوق الجميع في ظل وحدة التعدد والتوحد والتمايز والحفاظ على القيم الشخصية.² المصالحة الوطنية هي تعبير عن مرحلة، وذلك بعد أن بدأت أطراف النزاع في البلد تستشعر بسبب إكراهات داخلية ودولية وأخرى مجهولة وبعد وصول باقي الأساليب السابقة إلى الباب المسدود، أهمية الإتجاه في تسيير التناقضات بينها نحو أعمال منهجية مسالمة بدل منهجية المواجهة العنيفة وبعبارة أخرى إن المصالحة في هذا السياق هي توافق وطني يستهدف تقريب وجهات النظر المختلفة، و ردم الفجوات بين الأطراف المتخاصمة. و المصالحة الوطنية هي السعي المشترك نحو إلغاء عوائق الماضي و إستمراريتها؛ السياسية، التشريعية، الإقتصادية، الإجتماعية والثقافية وتصحيح ما ترتب عنها من غبن و مآسي وأخطاء و إنتهاكات وجرائم جسيمة، والقطع نهائياً و من قبل الجميع الحلول العنيفة في معالجة الملفات

¹ - السعيد السرداني، المصالحة الوطنية و تأصيلها من الناحية الشرعية، دار الهدى للطباعة و النشر والتوزيع، عين مليلة، 2005، ص 17.

² - المرجع نفسه، ص 31.

والقضايا المختلف حولها، والنظر بتفاؤل إلى المستقبل وذلك من خلال التأسيس في الحاضر للبنيات غير المزيفة أو الكاذبة للديمقراطية و للمشاركة المتساوية بين الأطراف المتخاصمة أو المتحاربة.¹ و المصالحة الوطنية كمشروع مجتمعي طويل الأمد تعني إنجاز توافق وطني بين مختلف مكونات الإطار الحضاري للمجتمع حول خطة شمولية ومتكاملة محددة، دقيقة، تسترشد بالمبادئ الأساسية المستخلصة من تجارب فض النزاعات بالطرق الهادئة وتخضع لمضمون القانون الدولي و إجراءاته الملزمة والآمرة للدولة وحكومتها المتعاقبة.

مفهوم المصالحة الوطنية حسب ميثاق السلم والمصالحة الوطنية²: إن المصالحة الوطنية غاية ينشدها الشعب الجزائري حقا وصدقا ذلك أنها مطلب غير قابل للتأجيل، نظرا لما تواجهه الجزائر من تحديات التنمية العديدة.³ التعريف الإجرائي: هي المحاولة الثالثة لحل الازمة الامنية التي مرت بها البلاد من جهة وهي فكرة تقوم على رفض لغة السلاح و الإخذ بلغة الحوار.

• الإقناع:

لغة: ترجع كلمة إقناع في أصولها اللغوية إلى (ق، ن، ع)، حيث نقول تقنع يدك في الدعاء أي ترفعهما. ويقابل هذه الكلمة في اللغة اللاتينية كلمة persuasion وتتكون من مقطعين: per و تعني عاطفي أو إنفصالي، suadre وتعني يحث. أي أن تجعل شخصا ما يفعل أو يعتقد في شيء ما من خلال الحث العاطفي أو العقلي. و جاء في معجم الوسيط: قنع بمعنى مال، فيقال

¹ - مصطفى صويلح، نقد التجربة المغربية في طي ملف الإنتهاكات الجسيمة لحقوق الإنسان، ط1، اللجنة العربية لحقوق الإنسان، الأهالي، 2005،

هي نتيجة الإصوات العبرة ب: نعم لصالح ميثاق السلم. % 97 30/10/2006 www.Présidence.dz -2

³ - جلول عليان، سماعين شامة، مدونة الوثام المدني والمصالحة الوطنية، دار هومه، الجزائر، 2007، ص 42.

قنعت الإبل والغنم معا، أي مالت لمأواها. وأقبلت نحو صاحبها. وفلان قنوع أي راض القسم فهو قانع. وقنيع إلى فلان أي إنصاع له وإنقطع إليه.

إصطلاحا: يعتبر مصطلح الإقناع من أبرز المصطلحات التي عرفت إهتماما ملحوظا، لاسيما علماء النفس، الإجتماع والسياسة، وحتى الأفراد العاديين، كل حسب إختصاصه وتوجهه وهدفه وللاقناع عدة تعاريف منها: الإقناع هو عمليات فكرية شكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر، وإخضاعه لفكرة ما.¹ ويعرفه جوديت لازار على أنه الفعل الذي يستند إلى مساع معمولة من أجل تغيير سلوك، عن طريق علاقات وتبادلات رمزية. وهو أن تجعل شخصا يقوم بعمل ما عن طريق النصح، الحجة والمنطق أو القوة. يوضح هذا التعريف الهدف من الإقناع الذي هو التأثير على الآخرين، كما يوضح طرق الإقناع التي تتمثل حسب رأيه في النصح، المنطق، القوة. وجاء في معجم المصطلحات الإعلامية إن الإقناع هو دفع القارئ أو المستمع أو المشاهد للإستجابة المطلوبة، بأن توفر له أسباب الإقتناع بالمزايا أو الفوائد التي يمكن أن تحققه السلعة، الخدمة المعلن عنها، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إشباع الحاجة أو مجموع الحاجات الفطرية و المكتسبة التي إستثارها المعلن في مرحلة خلق الرغبة، ولا يمثل الإقناع الأسلوب العقلي فقط القائم على الحجج السليمة و البراهين المنطقية، بل يمتد ليشمل النواحي الأخرى، مثل الأسلوب العاطفي و الإيحاء غير المباشر.² ويعرفه طارق سيد أحمد الخليفي على أنه:

¹ - عبد الله محمد الغوشن، كيف تقنع الآخرين، ط3، دار العاصمة للنشر و التوزيع، الرياض، 1996، ص18.

² - احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، انجليزي- فرنسي- عربي، ط2، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1994، ص53.

التأثير المقصود على الآراء و المعتقدات و القيم و الإتجاهات، من خلال قوة أو وكالة خارجية.¹

التعريف الإجرائي: هي مجموعة الأساليب والأفكار و القيم التي إعتمدتها الصحافة المكتوبة "جريدة الخبر" في تأثيرها على الجماهير من أجل الإستفتاء لصالح ميثاق السلم والمصالحة الوطنية.

¹ - طارق سيد احمد، معجم المصطلحات الإعلامية انجليزي-عربي، ط1، مصر، 2008، ص249.

الجانب النظري

الفصل الثاني:

القيم: علاقتها بالعلوم والتغيرات

النسقية.

المبحث الأول: ماهية القيم

مطلب الأول: إشكالية المفهوم.

تعددت الإفتراضات والمداخل لتفسير الحروب و النزاعات المتكررة التي عرفتها البشرية بدءاً من الإفتراضات الإقتصادية، العسكرية، وصولاً إلى الحضارية، الثقافية و القيمة حيث أصبح ينظر إلى أحداث العالم على إعتبار أنها قيم متصادمة تحرك حاملها، وعليه جاء الإهتمام بالقيم كعامل أساس في السلوك الإنساني و الحياة الفردية و الجماعية فكان هذا الأخير في الدراسات الفلسفية، الدينية، الإقتصادية، الإجتماعية، علوم التربية، علم النفس، علم النفس الإجتماعي، و علوم الإعلام و الإتصال. ودراستنا هي الأخرى ضمن الدراسات التي تولي القيم الكثير من الإهتمام على إعتبار أنها متغير مستقل يؤثر في متغير آخر تابع و هو السلوك الإنساني بصفة عامة. إذ يمكن من خلال دراسة القيم تحديد الإديولوجيا أو الفلسفة العامة للمجتمع¹ فالقيم ماهي إلا إنعكاس للأسلوب الذي يفكر به الأشخاص في ثقافة معينة، و فترة زمنية معينة² "...و إنما ينشأ غموض معنى القيمة من لا ماديتها. فالقيمة شرط كل وجود، ولكنها ليست بذاتها وجوداً. فهي تبدو لنا في ثوب نرغب فيه، أو هدف نبتغي نواله، أو توازن نسعى إلى تحقيقه.

"عادل العوا"

تعدد المداخل العلمية التي تناولت موضوع القيم لما أحاط هذا المفهوم من غموض في إستخدامه، حيث تعدد إستخدامه من تخصص لآخر بل وحتى داخل التخصص الواحد. إذ لا يوجد تعريف عام وموحد لها، لذا إرتأينا إدراج بعض التعاريف للإحاطة بالمفهوم.

¹ - D.N value Problems and Present Contribution, In: D.N Barnett(Ed), Values In America ,Notre Dame , India: Univ. of Notre Dame Press.19961, p79

² -عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص14.

• القيم في اللغة:

كلمة القيمة التي إنتشر إستعمالها في عصرنا بمعنى الكلمة الفرنسية valeur، تدل أصلا على إسم النوع من الفعل قام، بمعنى وقف، إعتدل، انتصب، بلغ، و إستوى¹. القيم جمع قيمة وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم. يقول علماء الصرف لفظ القيمة إسم هيئة من قام يقوم و أصله قومة بالواو. سكنت الواو و كسر ما قبلها فقلبت ياء لمناسبة الكسرة². يقول ابن منظور: القيمة ثمن الشيء بالتقويم، وسمي الثمن قيمة لأنه يقوم مقام الشيء، وقومته عدلته، وتقوم الشيء: تعدل وإستوى. وقيمة الشيء: قدره و قيمة المتاع ثمنه، ومن الإنسان طوله. ويقال ماله قيمة إذا لم يدم على الشيء و لم يثبت. لذا فكل من ثبت على شيء وتمسك به فهو قائم عليه. و القائم بالدين هو المتمسك به الثابت عليه³. لقوله تعالى: "عذاب مقيم"⁴. و قوله: "ان المتقين في مقام أمين"⁵ و قوله: "ذلك دين القيمة"⁶ فقال ابن كثير في تفسير هذه الآية: دين الملة القائمة العادلة أو الأمة المستقيمة و المعتدلة، و قيل المراد دين الكتب القيمة، أما وصف الكتب بالقيمة كما

¹ - ربيع ريمون، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية و المطلقية، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1980، ص 27.

² - ناصر الدين الأسد، نظرات في لغة المصطلح و في مضمونه، دورية ازمة القيم و دور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، 2000، ص 21.

³ - ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، د، ت، م12، ص 500.

⁴ - سورة الشورى، الآية 45.

⁵ - سورة الدخان، الآية 51.

⁶ - سورة البينة، الآية 5.

قال الماوردي: كتب الله المستقيمة التي جاء القرآن بذكرها وثبت فيه صدقها، أو فروض الله المكنونة العادلة¹.

يقول صاحب أساس البلاغة: القيمة ثبات الشيء و دوامه و يشير إلى أن القيمة ترد بمعنى الأمر الثابت الذي يحافظ عليه الإنسان و يستمر في مراعاته.² ومن الناحية الموضوعية يطلق لفظ "القيمة" على ما يتميز به الشيء من صفات و مزايا تجعله جديرا بالتقدير قلّ ذلك التقدير أو أكثر.³ كما تحمل القيم معنى السياسة و القيادة حيث أنها توجه سلوك الناس و تقودهم إلى الغايات التي ينشدونها.⁴

المطلب الثاني : المداخل التفسيرية للقيم:

أُستخدِم مفهوم القيمة منذ القديم من طرف الفلاسفة القدامى من أمثال أفلاطون، و قصدوا به الخير، الخير الأسمى و الكمال و قيم الحق و العدل و الجمال⁵. و أول من أستخدم لفظ القيمة بالمعنى الفلسفي و عمل على نشره هو لوتز و ريتشل. و علماء الإقتصاد النمساويون كما تشير إلى ذلك إحدى الدراسات⁶.

• مفهوم القيم في بعض الدراسات الفلسفية:

تعكس الدراسات المختلفة والمتعددة لموضوع القيم بالغ الأهمية التي يحظى بها هذا الموضوع لما له من علاقات متشعبة و متصلة بجميع

¹ - صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمن بن محمد بن عبد الرحمن بن ملح، موسوعة نظرة التعليم في مكارم اخلاق الرسول صلى الله عليه و سلم، ط1، دار الوسيلة للنشر و التوزيع، جدة، 1998، ص76.

² - المرجع نفسه، ص78.

³ - جميل صليبي، المعجم الفلسفي، مادة: القيم، دار الكتاب اللبناني، بيروت 1973، ص 225.

⁴ - مساعد عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 27.

⁵ - محمد احمد البيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص125.

⁶ - فوزية دياب، القيم و العادات الإجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الإجتماعية، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1980، ص15.

نواحي الحياة الإنسانية، إضافة إلى دورها في توجيه السلوك وتحديد منحاه، ومن هذا المنطلق كانت دراسة القيم و لا تزال محور خلاف أساسي بين الإجتانهاات الفكرية. يقول فون مرنج: (هناك في ميدان البحوث في القيم على وجه الخصوص جذب في النظريات المتناسقة و خصب في النظريات المتضاربة¹). وعليه يلحظ الباحث في هذا الميدان كثر الإنتاج الفكري الخاص بالقيم و تعدد زوايا المعالجة بتعدد مشارب الباحثين والمهتمين بالمجال، يقول ريمون رويه: "لعل المرء لا يعجب من تشتت المؤلفات التي تبحث موضوع القيم بحثا قاصدا، إذا فطن أن نظرية القيم لم تنبثق عن جهد فيلسوف واحد و إنما تضافرت في صنعها طائفة من العقول الممتازة التي عملت بصورة متفرقة مبعثرة"². و القيمة كمدرک فلسفي، سمي قيمة إستعارة من علم الإقتصاد. وأول من أطلق عليه مفهوم قيمة هم الفلاسفة الوضعيون في فيينا بعد الحرب العالمية الأولى، ومرادهم من ذلك جعل الصالح صالحا و الخير خيرا فإنتهوا إلى إلزامية وجود عامل مشترك بين جميع الأشياء الخيرة، هذا النوع من التجريد الفكري هو الذي أدى إلى وضع كلمة أو مدرک جديد مثل كلمة القيم في المجال الفلسفي³. يقول جون ديوي: "إن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الإعتقاد من ناحية بأنما يسمى قيما في الواقع ليس سوى إشارات انفعالية أو تعبيرات صوتية، و بين الإعتقاد في أن المعايير القلبية و العقلية ضرورية و يقوم

¹ - ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، اشراف احمد حسين اللقاني، (د، م، ن)، مؤسسة الخليج العربي، 1984، ص 10.

² - هلا محمد ابراهيم، القيم و العادات و التقاليد في العائلة اللبنانية، مجلة دراسات عربية، العدد 04، بيروت، فيفري 1986، ص 95

³ - محمد احمد محمد بيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1981، ص 30.

على أساسها كل من الفن، العلم و الأخلاق¹ والقيم في مفهوم أولئك الفلاسفة تنقسم إلى ثلاثة أقسام كبرى، تتصوي تحتها شتى المعاني التي تضبط مسالك الإنسان في خضم حياته و هي: الحق والخير والجمال. يقابلها الإدراك، السلوك و الوجدان و هي المداخل الثلاثة التي تحلل من خلالها حياة الإنسان الواعية². فالإدراك يفترض أن يكون إدراكا صحيحا لا مضللا ولا مغلوطا حتى يجيء السلوك على أساس سليم و هنا تبدو قيمة الحق فالإنسان بفطرته ينشد الحق و عليه يبني علومه. أما السلوك فيقيس الإنسان صوابه بمقياس الخير الذي هو قيمة عنده ليس له عنها غنا حتى وهو يقترب الإثم و يفعل الشر. أما القيمة الثالثة و هي حلقة وسطى بين الإدراك و السلوك و هي ما يسمى النشوة الجمالية أو الحالة الوجدانية التي على أساسها يختار المرء ثيابه و منزله. و القيمة ليست شيء مستقلا عن الأشياء التي ترتبط بها مفاهيم الناس و إنما هي صفات وخصائص تميز الأشياء في المواقف، فيمكن أن نحكم على هذه الأشياء بمعايير تتضمن الحق وهو الجانب المعرفي (تحديد صفات الشيء في الزمان والمكان)، ثم الخير وهو الجانب الخلقى (تحديد الآثار الناجمة عن تفاعل هذا الشيء في حياة الأفراد والجماعة وتأثيره على رضاهم و سعادتهم)، ثم الجمال و هو الجانب التنوقي أي درجة الإستمتاع. والحقيقة أنه لا يمكن الفصل بين هذه الجوانب الثلاثة إلا قصد التحليل وذلك لتأثر وتأثير كل منها في الآخر. كما يجدر بنا عدم إغفال الدراسات والجهود العلمية في مجال الفلسفة لدراسة موضوع القيم خاصة منها الجهود العلمية لنيته و ما

¹ - محمد عماد الدين إسماعيل و آخرون، كيف نربي اطفالنا، التنشئة الإجتماعية للطفل في الإسرة العربية، ط

2، دار النهضة العربية، القاهرة، ص223، 1974.

² - مساعد بن عبد الله المحيا، القيم في المسلسلات التلفازية، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع، السعودية،

ص32.

تلأنها و التي شكلت في الأخير ما يسمى بفلسفة القيم، خلصت بصفة عامة إلى صورتين للمفهوم الفلسفي للقيم : صورة مثل أعلى و صورة غاية، مفصلها التطلع لدى هيجل و هوسرل بيد أنها لم تبقى وقفا على الفلسفة. فعلم اللغة، الانطولوجيا و علم الإجتماع و علم النفس أضافوا لهذه الكلمة دلالات جديدة.¹

• القيم في بعض الدراسات النفسية:

يرى ليفيتون leviton أن تأخر الإهتمام بدراسة القيم في علم النفس يرجع إلى الاعتقاد الذي ساد لدى علماء النفس بأن دراسة الأحكام القيمية تقع خارج نطاق الفحوص الإمبريقية، كما أنها لا تخضع للقياس، و ينظر إليها على أنها بمثابة قوى عميقة لا عقلانية، لا تخضع للمعالجة التجريبية العملية². ثم جاء الإهتمام بهذا الموضوع في الثلاثينات و الأربعينات من القرن الماضي. ويرجع الفضل في ذلك إلى إثنين من علماء النفس و هما ثرستون، و ما قدمه من تصور لمعالجة القيم في إطار المنهج العلمي، و شبرانجر الذي نشر خلال هذه الفترة نظريته في أنماط الشخصية. و الذي حاول فيها تصنيف الناس إلى أنماط بناء على القيمة التي تسيطر على أذهانهم و تحرك أفعالهم، فوزع الناس إلى ستة أنماط شخصية في ضوء القيم: النمط النظري، النمط الإقتصادي، الجماعي، النمط الإجتماعي، السياسي، النمط الديني. إستمر الإهتمام بدراسة القيم يتزايد تدريجيا داخل مجالات علم النفس خاصة منه علم النفس الإجتماعي و علم النفس التربوي. حيث تعرف وفقا للمفهوم السيكولوجي على أنها :

¹ - جون بول ريقير، فلسفة القيم، تر عادل العوا، دار عويدات للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2001، ص111.

² - عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم: دراسة نفسية، عالم المعرفة، الكويت، ابريل 1992، ص 14.

"تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية مصممة نحو الأشخاص والأشياء و المعاني التي توجه رغباتنا و إتجاهاتنا نحوها، و القيمة مفهوم مجرد ضمنى غالبا ما يعبر عن الفضل أو الإمتياز و درجة التفضيل التي ترتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني".¹ عرفها ماكس فيبر على أنها مجموعة من التصديقات السيكولوجية المتولدة عن الإعتقاد الديني و الممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي الذي يلتزم به الفرد.² و تعرف على أنها حالات إدراكية واقعية توجه جميع أفعال الفرد في مختلف المواقف الفردية و الجماعية، أهم ما يميزها هو إتصالها بثقافة المجتمع و حضارته مباشرة.³ يرى د. فاروق أحمد الدسوقي أن القيم هي موجّهات للسلوك و ضوابطه و هي حراس الأنظمة و حامية البناء الإجماعي فخطرها في حياة المجتمعات عظيم.⁴ وينظر للقيم على أنها مجموعة من القوانين و المقاييس تنبثق من الجماعة ما وتتخذها معايير للحكم على الأعمال و الأفعال و التصرفات و يكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام و الضرورة و العمومية وأي خروج عنها أو انحراف عن إتجاهاتها يصبح خروجا عن مبادئ الجماعة و أهدافها و مثلها العليا. و تلعب القيم دورا أساسا في مجال علم النفس الإجماعي بوصفها معايير للخير و الشر تقبلها الجماعة و تلزم أفرادها بإتباعها فهي معايير إجتماعية ذات سمة انفعالية قوية عامة. تتصل

² - احمد مصطفى خاطر، الخدمة الإجتماعية وتنمية المجتمع الريفي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1980، ص 109.

² - نورهان منير مرسي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإزاريطة، 1999، ص 196

³ - عفاف بنت ابراهيم بن الدباغ، المنظور الإسلامي للرعاية الإجتماعية، سلسلة اسلامية المعرفة: التوجيه الإسلامي للخدمة الإجتماعية: المنهج و المجالات، ط 1، مكتبة المعهد، القاهرة، 1996، ص 76.

⁴ - مساعد بن عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 40.

بالمستويات الأخلاقية التي تضعها الجماعة و يمتصها الفرد ليقيم بها موازين يزن بها أفعاله، و عليه تعد القيم إطار نفسي إجتماعي معياري متقن¹.

يعرفها رايت وايت بأنها مصطلح ينطوي على الأهداف و معايير الحكم فالهدف يعني أي شيء يطمح إليه الإنسان ذاتيا بصورة مباشرة أو غير مباشرة أما مصطلح معيار الحكم فإنه يعني معيار إصطلاحي يحكم به على الإنسان كالصدق و الإخلاص أو الجبن.. الخ². يرى ثورندايك ان القيم تفضيلات وأن القيمة الإيجابية منها والسلبية تكمن في اللذة أو الألم الذي يشعر بهما الإنسان، فإذا كان حدوث شيء لا يؤثر مطلقا في إحداث اللذة أو الألم لدى الفرد حاليا أو مستقبلا فإنه يكون عديم القيمة على الإطلاق. و على هذا فلا يكون خيرا أو شرا³. و تأتي أهمية القيم في تفسير السلوك و الدافع إليه لأن القيم من أهم الوسائل التي تزيد فهمنا للشخصية الإنسانية و تمكنا من تفسير الاختلافات في السلوك. تنتظم القيم مع بعضها البعض في نظام قيمي بحيث تمثل كل قيمة في هذا النظام عنصرا من عناصره، و على قدر ما يوجد من تعدد في مجالات الحياة و السلوك يوجد تعدد في تنظيم القيم الموجهة لسلوك الفرد⁴. مما سبق يبدر لنا القيم هي بصفة عامة عامل نفسي له أثره على شخصية الفرد و سلوكه إذ ان القيمة ليست هي ذلك الشيء الذي يمكن رصده بصفة

¹ - احمد مصطفى خاطر، مرجع سبق ذكره، ص110.

² - مساعد بين عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 40..

³ - محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، مقدمة في علم النفس الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003، ص61.

⁴ - سهير نعيم احمد، انساق القيم الإجتماعية- ملامحها ظروف تشكلها و تغيرها في مصر، مجلة العلوم الإجتماعية، الكويت، عدد2، يونيو، السنة 10، ص122/123.

ذاتية لكن لها من المؤشرات و الدلالات ما يجعلها موجودة في كل حالات التي يمر بها الفرد و تتحكم بطريقة تصرفه و ردود أفعاله. و يؤكد التربويون أن القيم من أكثر سمات الشخصية تأثرا بالثقافة العامة التي يعيش فيها الإنسان. ومصدر الثقافة هو تاريخ المجتمع و تراثه المنقول من جيل لآخر بفعل التربية و التنشئة.¹

تتمثل إهتمامات علم النفس بموضوع القيم من ثلاث جوانب عامة²:

- الإهتمام بدراسة الفروق الفردية في القيم.
- دراسة القيم في علاقتها بالقدرات المعرفية للفرد، بإعتبار أن القيم عملية تتأثر بإدراك الفرد.
- مجال إكتساب القيم و إرتقائها عبر العمر، و العوامل المؤثرة أو المرتبطة بذلك.

• القيم في الدراسات الإجتماعية:

جاء في معجم العلوم الإجتماعية أن القيمة هي كل ما يعتبر جديرا بإهتمام الفرد و عنايته و نشدانه لإعتبرات إجتماعية أو إقتصادية أو سيكولوجية، والقيم أحكام مكتسبة من الظروف الإجتماعية ينشر بها الفرد وحكم بها وتحدد مجالات تفكيره و سلوكه و تؤثر في تعلمه، فالصدق والأمانة والشجاعة و الولاء و تحمل المسؤولية كلها قيم يكتسبها الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه، تختلف القيم بإختلاف المجتمعات، بل و الجماعات الصغيرة³. وبالرغم من أهمية القيم و مكانتها في الحياة الإجتماعية للأفراد و الجماعات، إلا أنها ظلت و لفترة طويلة بعيدة عن

¹ - مساعد بن عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² - عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 15.

³ - احمد زكي بدوي، معجم العلوم الإجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1979، ص 439.

الإهتمام العلمي لعلماء الإجتماع، شأنهم في ذلك شأن بعض الفلاسفة و علماء النفس المناوئين لدراسة القيم منطلقين من فكرة مؤدائها أن الظواهر الأخلاقية تتسم بالذاتية ولا تمثل حقائق موضوعية قابلة للدراسة العلمية و تقع خارج دائرة العلم مما يؤثر على الموضوعية التي يتميز بها كل علم و التي يسعى علم الإجتماع إلى تحقيقها.¹ والقيم كمصطلح لم يلق من الباحثين في العلوم الإجتماعية عناية وإهتماما إلا في السنوات الأخيرة إذ يعد كل من "توماس و زنانكي" أول من إستخدم هذا المصطلح في كتابهما " الفلاح البولندي في أوروبا و أمريكا".²

و قد عزّف الباحثان القيمة الإجتماعية على أنها: "أي معنى ينطوي على مضمون واقعي و تقبله جماعة إجتماعية معينة، كما أن لها معنى محددًا حيث يصبح بضوئه موضوعا معينًا أو نشاطا خاصًا"³ من أبرز التعريفات للمشتغلين بالعلوم الإجتماعية:

روبرت بارك و ا. و. برجس بريان: " إن أي شيء يحظى بالتقدير

و الرغبة هو قيمة"

ريتشار لا بيير: " القيم هي تعبير عن دوافع الموضوعات ان الصفة أو الحالة التي تشبع دافعا هي قيمته".

فيما ذهب دوركايم إلى أن كل مجتمع من المجتمعات البشرية له نظام أخلاقي يمثل حقيقة إجتماعية، و يلعب هذا النظام دورا في نظام تقسيم العمل، و القاعدة الإخلاقية لا تتبع عن الفرد و لكن المجتمع أساس القيم و

¹ - طاهر محمد بوشلوش، التحولات الإجتماعية و الإقتصادية و اثارها على القيم في المجتمع الجزائري 1967-1999، دار بن مرابط للنشر و الطباعة، الجزائر، ص72، بتصرف.

² - محمد احمد البيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1981، ص 146.

³ - محمد عاطف غيث، قاموس علم الإجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979، ص505.

مصدرها، بل هو الحارس للقيم الإنسانية، ومن ثم فهو نتاج إجتماعي لعوامل إجتماعية.¹

كلود كلوكهون: "القيمة هي تصور ظاهر أو مضمّر لما هو مرغوب، يميز الفرد أو الجماعة، يؤثر في الإختيار بين الوسائل و الغايات المتاحة للسلوك."

نيل سملسر: القيم هي الغايات المرغوبة التي توجه النشاط الإنساني أو هي القضايا العامة للغايات الشرعية الموجهة للفعل الإجتماعي. فيليب جاكوب و جيمس نلينك: "القيم هي مستويات معيارية يتأثر بها الإنسان في إختياره بين بدائل السلوك المدركة.

ميلتون روكيش: "القيمة هي معتقد يحظى بالدوام، و يعبر عبر تفضيل شخصي أو إجتماعي لغاية من غايات الوجود بدلا من نمط سلوكي أو غاية أخرى مختلفة"

ويعرف عدد من علماء الإجتماع العرب القيم : " مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الإستمرار النسبي، و التي تمثل موجّهات للأشخاص نحو غايات أو وسائل تحقيقها، أو أنماط سلوكية يختارها و يفضلها هؤلاء الأشخاص بديلا لغيرها. و تنشؤ هذه الموجّهات عن تفاعل بين الشخصية والواقع الإجتماعي، الإقتصادي، و الثقافي و هي تفصح عن نفسها في المواقف، الإتجاهات و السلوك اللفظي و السلوك الفعلي و العواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة².

¹ - طاهر محمد بشلوش، التحولات الإجتماعية والإقتصادية واثرها على القيم في المجتمع الجزائري 1967-1999، مرجع سبق ذكره، ص 75.

² - محمد على محمد، غربي احمدو على عبد الرزاق حليبي، المجتمع و الثقافة و الشخصية، سلسلة علم الإجتماع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1983، ص 356.

جورج لندبرغ: " إن شيئاً ما يصبح هو في ذاته قيمة حينما يسلك الناس إزاءه سلوكاً يستهدف تحقيقه أو تملكه."

أنتوني غيدنز: من العناصر الجوهرية في جميع الثقافات منظومة الأفكار التي تحدد ما هو مهم و محبذ و مرغوب في المجتمع. و هذه الأفكار المجردة أو القيم هي التي تضي معنى محدد، و تعطي مؤشرات إرشادية لتوجيه تفاعل البشر مع العالم الخارجي. أما المعايير فهي قواعد تعكس أو تجسد القيم في ثقافة ما.¹

مانيلوفسكي: القيم إتصال قوي و حتمي بموضوعات أو قيم أو معايير أو أشخاص ينظر إليهم باعتبارهم وسيلة لإرضاء حاجات كائن².

تالكوت برسونز: القيم هي عنصر في نسق مشترك يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف، إذن القيم تمثل معايير عامة و أساسية يشارك فيها أعضاء المجتمع، و هي تؤدي وظيفة هامة في المحافظة على إستقرار البناء الإجتماعي و من خلالها يخلق التماسك والتضامن في المجتمع. كما أن القيم تتأثر و تؤثر في بقية البناء الإجتماعي³. من خلال ما سبق يستطيع الباحث أن يدرك أن القاسم المشترك بين هؤلاء العلماء هو أن القيم تعد موجهاً للسلوك الإنساني الذي يجسد الفكر، التصورات والقيم التي تحدد المرغوب فيه و المرغوب عنه كما تؤثر القيم في تحديد الغايات والوسائل.

¹ - ان توني غيدنز، علم الإجتماع، تر: فايز الصياغ، ط 4، مركز الوحدة العربية، بيروت، ص 82/83.

² - نوبصر بلقاسم، التنمية و التغيير في نسق القيم الإجتماعية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علم الإجتماع، جامعة قسنطينة، 2011، ص 24.

³ - طاهر محمد بوشلوش، مرجع سبق ذكره، ص 76م.

• أما في الدراسات الإعلامية فقد أوجز الدكتور عزي عبد الرحمن تعريفه للقيمة في:

القيمة ما يسمو و يرقى من المعان، مصدرها المعتقد، يمكن أن تتجسد في سلوك الإنسان بأبعادها الإثني عشر المتنوعة" تصنيف نظرية الحتمية القيمة في الإعلام": الإيمانية، الإتصالية، الزمنية، المكانية، اللسانية، النفسية، الإجتماعية، الإقتصادية، التربوية، السياسية، الجمالية، الإنسانية¹. والقيمة هي الإرتقاء، أي ما يسمو في المعنى، و القيمة معنوية قد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما إرتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى. وهي ما يعلو عن الشيء و يرتبط بالمعاني الكامنة في الدين². ومن خلال هذا التحليل يمكن تجاوز تحدي الإثار الإيجابية و السلبية من خلال إعادة القيمة إلى مكانتها كقوى مرجعية في حركية المجتمع، ومن ذلك الحركية الإتصالية للمجتمع التي يمكن لوسائل الإعلام عن طريقها أن تتحول إلى قنوات تتحرك في إطارها القيم بدل أن تكون عاملا في إبعادها و دفع الإنسان إلى تقديس لذاته و هواه، والقيمة إعلاميا تتضمن المعنى، التقنية الفنية و النوعية، ذلك أن القيمة من دون منتجات إعلامية فنية و نوعية تبقى على المستوى المجرد الذي يصعب الإرتقاء إليه في المجتمع الجماهيري الحالي. و الفنون غير المؤطرة بالقيمة

¹ - عزي عبد الرحمن، منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2013، ص 87.

² - عزي عبد الرحمن، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2011، ص 10.

أشبهه بأشجار نخيل خاوية، يرافق ذلك تنمية ثقافة المكتوب كحزام أساسي في نقل التراث و الثقافة و المهارات¹.

المطلب الثالث: أهمية القيم:

تتبع أهمية دراسة موضوع القيم من فاعلية دورها ووظيفتها على المستوى الفردي و الجماعي في تحديد السلوك وضبط جموح النفس.

➤ تلزم القيم الفرد و تحدد له عادات الصواب من الخطأ المقبول من المرفوض في السلوك الإنساني.

➤ تعد القيم مرشدا للسلوك، من خلالها يحدد التصرف و يتم الإختيار.

➤ تحتل القيم مكانة مركزية أكثر أهمية من الإتجاهات في بناء شخصية الفرد و نسقه المعرفي².

➤ تعتبر معايير للحكم و التقييم.

➤ تكون وظيفة القيمة كمخطط لحل الصراعات و لإتخاذ القرارات قد يستثار هرم قيمي و ليس قيمة واحدة وهنا يدخل الفرد في صراع من أجل الإختيار.

➤ القيم طاقات للعمل و دوافع للنشاط، متى تكونت القيم المرغوبة لدى المرء فإنه ينطلق في إنجاز العمل الذي يريد تحقيقه. مما يعني أن القيم تمثل قوة دافعة للعمل و كل ما يتعلق من إحترام الوقت، الأداء بإتقان، بذل الجهد، و الإخلاص.

¹ - عزي عبد الرحمن، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص 49.

² - عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الإجتماعي، اصوله، مبادئه، دار المعرفة الجامعية، (د.ت.ن)، مصر، ص 210.

➤ تؤمن التماسك الإجتماعي: تعتبر القيم عاملا مهما و فعالا للتماسك الإجتماعي، فالقيم و العادات الإجتماعية يمكن النظر إليها كقيود وضوابط تنظم و تكبت الميول و الدوافع الأنانية أو العدوانية المفرقة، وبذلك تعمل على التماسك الإجتماعي فهي أنماط سلوكية و فكرية و عملية علينا أن نفكر و نعمل تبعا لها، حتى ينتظم التعامل و الإتصال بين الناس، و حتى يكون هناك عنصر من ¹عناصر التنبؤ، فيعرف كل ما يتوقعه غيره منه من تصرفات، و بذلك يكون هناك ما يحقق مظهر متحد في الأفكار و التصرفات، يدل على التماسك².

➤ تشبع الحاجات النفسية: ترتبط القيم ببعض الحاجات و الدوافع النفسية والإنسانية، و منها ثلاث أنواع من الحاجات التي تشكل حقلا مهما من حقوق علم النفس الإجتماعي: الحاجة إلى القوة التي تتصل بحب الجبروت و النفوذ و التسلط و التحكم و التأثير في مجريات الأمور، والحاجة إلى إقامة علاقات ودية مع الآخرين، فترافقها قيم الإنتماء والصدقة و التضامن والمحبة والتعاون والحاجة للتحصيل التي تتبع منها إتجاهات قيمية كحب النجاح والحصول على الثروة والمكاسب والإقتناء والتنافس وتحقيق المكانة الإجتماعية.

➤ تساعد على تحقيق الأهداف: إن وحدة القيم و تجانسها و وضوحها،

ووضوح سبل و معايير تجسيدها، يساعد الأفراد على إختيار أهدافهم الإجتماعية بدقة، و إختيار الوسائل المثلى لتحقيق هذه الأهداف.

¹ - عبد الفتاح محمد دويدار ، مرجع سابق، ص 212.

² - فوزية دياب، مرجع سابق، ص 341.

وتسمو القيمة عندما يكون إرتباط الشخص بها كبيرا مثل الجندي الذي يرتبط علم بلاده فيتوجه نحو الخطر بدون خوف فتكون الشجاعة قيمة أخلاقية بامتياز¹.

و تتميز القيم بالعوامل التالية:

معتقدات مصدرها الثقافة و التفاعل الإجتماعي، و هي تتطوي على 3 عناصر:

➤ **العنصر المعرفي:** معياره الإختيار الشعوري أي إنتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب إنتقاء كل بديل و يتحمل مسؤولية إنتقائه بكاملها، وهذا يعني أن الإختيار اللاشعوري لا يشكل إختيارا يرتبط بالقيم، حيث يعتبر الإختيار المستوى الأول لسلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من ثلاث خطوات متتالية وهي: إكتشاف البدائل الممكنة، النظر في عواقب كل بديل، ثم الإختيار الحر.

➤ **العنصر الوجداني:** معياره التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والإعتزاز بها و الشعور بالسعادة لإختيارها و الرغبة في إعلانها على الملأ، و يعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم و يتكون من خطوتين متتاليتين هما: الشعور بالسعادة لإختيار القيمة، ثم إعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

➤ **العنصر السلوكي:** و معياره الممارسة و العمل أو الفعل و يشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك، تتكون الممارسة من خطوتين هما:

¹ -célestin Bouglé, Leçons de sociologie sur l'évolution des valeurs 1922, p 13.

ترجمة القيمة إلى ممارسة و بناء نمط قيمي. فالقيمة معرفة لما هو مرغوب و مفضل وهذا ما عبر عنه كلو كهون بمفهوم تصور مرغوب فالزعم بأن شخصا ما يتبنى قيمة معينة إنما يعني أنه يعرف الطريق الصحيح للسلوك الذي ينبغي إتباعه من أجل تحقيق هذه القيمة و هي تتضمن جانبا عاطفيا لأن المرء يسعى للتوافق مع كل ما يتوافق مع هذه القيمة و يتجنب ما يخالفها. أما العنصر السلوكي فهو يفصح عن نفسه من خلال الحقيقة التي مؤدائها إن القيم هي متغيرات وسيطة تحفز على إتيان سلوك معين حين تستثار تفصح القيم عن نفسها من خلال أنماط التفضيل والإختيار بين البدائل المتاحة. فالقيمة ليست شيء مرغوب، لكنها تتضمن تصورا لما هو مرغوب، وهذا يعني تفضيلا لنمط سلوكي في مواجهة نمط آخر كنتاج لعملية مقارنة بينهما. وهذا ما يدعو لإعتبار القيمة بمثابة محكات ينهض عليها الإختيار و الحكم و التفضيل، بل هي الأسس التي يقوم عليها صنع القرارات الخاصة بأنماط السلوك في مختلف مجالات الحياة. فأن نقول التعليم شيء جيد لأنه يزيد من الكفاءة الإقتصادية، فنحن بهذا القول نشير إلى حكم يحفز الأشخاص على إتباع نمط سلوكي دون آخر.

القيم تتسم أيضا بالإستمرار النسبي و تخضع في الوقت نفسه للتغيير وبالتالي لا يمكننا تصور قيم دائمة دواما مطلقا، وإلا أصبح معها التغيير على المستوى الشخصي و الإجتماعي مستحيلا، وكذلك لا يمكن لها أن تكون دائمة التغيير و التبدل و إلا تعذر إستمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الإجتماعية. إذن للقيم أهمية نسبية تتحدد داخل ما يعرف بإسم تدرج أو سلم القيم، فالفرد يكتسب من خلال التعليم و عملية

التنشئة الإجتماعية هذه القيم و التي تدخل بعضها مع بعض في منافسة حول الأهمية النسبية، وينتج بالضرورة عن هذه المنافسة ترتيب متدرج للقيم. وهو يخضع للتغيير كلما إستحدثت خبرات إستدعت أحداث هذا التغيير. لذلك فإن دراسة سلم القيم إنما يتم في ضوء المواقف الإجتماعية و التحولات الثقافية و المادية التي تحدث في المجتمع. تسهم القيم في إعطاء نوع من التماسك لمجموع القواعد والنماذج الثقافية في مجتمع معين و التي إذا أخذت منفصلة سوف يكون من الصعوبة إيجاد تفسيرات لها. فالروابط التي توحيها ليست دائما شفافة أو ظاهرة. فالرجوع إلى القيم التي تتضمنها يعطي النماذج بعدا و معنى أكثر عمقا. فالقيم تبقى دائما على شيء من الإلتباس و الغموض. تتضمن بعض الصراخ و التناقض. و لكنها مع هذا تتعايش و الشحنة الإنفعالية التي تربط القيم برباط وثيق. و هذا ما يؤدي إلى وحدة الأشخاص النفسية والمقصود هنا أن للقيم وظيفة نفسية، إجتماعية تظهر عند الأشخاص و المجموعات بما يسمى " أسلوب الحياة" المستوحى من بعض القيم السائدة. وعليه تسهم القيم في تماسك و تكامل إدراك الذات و العالم و كذلك في نوع من وحدة الحوافز الداخلية للأشخاص. أما المجتمعات فليست مجرد تبادل للمصالح و تعاون للقوى و لكن شراكة و إتحاد للمشاعر، فوحدة العرق لا تكفي و حدها لتحقيق هذه الشراكة (...). كما لا يكفي الترويض الميكانيكي و لا التعليم الفكري المحض لنحافظ و ندعم كافة القيم التي تعتبر أحسن مبرر لانتمائنا إلى مجتمع ما¹.

¹ - Célestin Bouglé, Leçons de sociologie sur l'évolution des valeurs, p 30 .

المبحث الثاني: القيم: المصادر و الخصائص

المطلب الأول: التصنيفات القيم.

تعد مسألة تصنيف القيم مسألة خلافية تعكس الخلاف الموجود في تعريفاتها المتعددة و المختلفة حسب كل ميدان و كل عالم و عليه نجد أن هناك عدة تصنيفات و نماذج للقيم. هناك من تحدث عن القيم الغائية و الوسائلية، الخارجية و الكامنة، و هناك من قسمها إلى الثابتة و العملية، و هناك تصنيف حسب الإهتمام إلى القيم الإيجابية و السلبية و هناك تصنيف حسب المضمون قيم إقتصادية، إجتماعية... الخ نورد في هذه الدراسة بعض التصنيفات لإعطاء نظرة عامة و لتحديد متطلبات بحثنا.

• تصنيف الأول: حسب درجة إلزاميتها:

- القيم الإلزامية: تشمل الواجبات و المنهيات. و هي القيم التي تلزم الثقافة بها أفرادها و يرفع المجتمع تنفيذها بقوة و حزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام أو عن طريق القانون و العرف معا.
- قيم التفضيلية: هي القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على الإقتداء بها ولكنها لا تحتل مكانة الإلزام التي تتطلب العقاب الصارم و الحاسم لمن يخالفها إلا أن هذا لا يعني أنها ضعيفة الأثر في حياة الناس و في سلوكهم، فقد تبلغ مبلغا عظيما من شدة الأثر في توجيه السلوك و ذلك عن طريق أساليب الثواب و العقاب الثقافية التي يتعرض لها الأفراد بإلتزامهم لها أو خروجهم عليها.

¹ - مساعد عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 36.

➤ القيم المثالية: "الطوبائية" هي و إن كان المجتمع بأفراده و فئاته المختلفة يحس بإستحالة تحقيقها بصورة كاملة إلا أنها تؤثر مع ذلك تأثيرا كبيرا في توجيه سلوك الأفراد.

• **تصنيف الثاني: على أساس محتضني القيمة:**

ينصب الإهتمام على من يحتضن القيم مثل القيم الشخصية، قيم العمل، قيم النخب العليا، القيم القومية و التي تنتشر على نطاق المجتمع بأسره.

• **تصنيف الثالث: على أساس العلاقة بين محتضن القيمة و الفائدة:**

يقصد بهذا التصنيف ملاحظة أن الشخص يحتضن قيمة معينة لأنه يرى في وجودها فائدة بالنسبة إليه أو بالنسبة للآخرين، مثل القيم الأسرية، المهنية، القومية، المجتمعية و الجمالية...²

• **تصنيف الرابع: حسب موضوعات القيم:**³

ينصب فيه الإهتمام على موضوعات محددة تكتسب خاصية قيمة فيتم مثلا تقويم الرجال على أساس نسبة الذكاء و الأمم على ضوء عدالة النظم السائدة فيها ومدى شرعيتها مثال:

نمط القيمة: تفسير موضوع التقويم: - نماذج من القيم:

قيم الأشياء	الخصائص المرغوبة في الأشياء	السرعة- الجودة- النقاء.
قيم بيئية	الخصائص المرغوبة في البيئة	الجمال- التناسق- الهدوء.
قيم فردية	الخصائص المرغوبة في الأفراد	الشجاعة- الذكاء- الكرم.
قيم إنسانية	الخصائص المرغوبة في المجتمع	الخلق- القدرات- العادات.

¹- عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم و الإشكاليات، مرجع سبق ذكره، ص 148.

²- عبد الغني عماد، المرجع السابق، ص 150

³- عبد الغني عماد، مرجع نفسه، ص 148.

قدمت فوزية دياب بعض التصنيفات نذكر منها:

• **التصنيف الخامس: حسب المحتوى:**

أحسن تصنيف للقيم من حيث محتواها ما قدمه سبرانجر في كتابه أنماط الرجال والذي سبقت الإشارة إليه حيث تحدث عن ستة أنماط من القيم وهي:

النمط النظري: تتحكم فيه القيمة النظرية، بمعنى أنه تسيطر عليه الرغبة في المعرفة واكتشاف الحقيقة.

النمط الإقتصادي: و تتحكم فيه القيمة الإقتصادية و التي تهتم بما هو نافع ماديا أي القيم النفعية.

النمط الجمالي: و تتحكم فيه القيمة الجمالية أو الفنية و التي تهتم بالشكل والتناسق و التماثل.

النمط الإجتماعي: تتحكم فيه القيمة الإجتماعية و الإنسانية التي تهتم بما يفيد الآخرين و ينفعهم.

النمط السياسي: تتحكم فيه القيمة السياسية أو قيمة حب الحرية و القوة والسيطرة على الناس، حتى يرتفع شأنه و مركزه الإجتماعي و سلطته عليهم.

النمط الديني: تتحكم فيه القيم الدينية أو الروحية و التي ترفع من شأن المعتقدات و المشاعر الدينية.

• **التصنيف السادس: حسب المقصد¹:** تنقسم إلى مقصدين:

وسائلية: وهي القيم التي ينظر إليها الأفراد و الجماعات أنها وسائل لغايات أبعد.

¹ - فوزية دياب، القيم و العادات الإجتماعية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص67.

هدفية أو غائية: وهي الأهداف التي تضعها الجماعة لنفسها ويرى أولئك الباحثون أن التمييز بين القسمين ليس أمرا سهلا كما يبدو لأول وهلة وخاصة عند تطبيق ذلك على الحياة العملية، والتمييز بينهما يكون في الغالب نسبيا.

• **تصنيف السابع: حسب الوضوح¹:** و تنقسم إلى قسمين:

قيم ظاهرة أو صريحة وهي التي يعبر عنها بالكلام.

قيم ضمنية وهي التي تستخلص و يستدل على وجودها من ملاحظة الإختيارات و الإتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد بصفة منتظمة.

• **التصنيف الثامن: حسب الدوام²:** تنقسم إلى قسمين.

قيمة عابرة وهي القيم الوقتية عارضة قصيرة الدوام مثل القيم المرتبطة بالموت.

قيمة دائمة و يعني أولئك الباحثون بالدوام النسبي، و هي القيمة التي تبقى زمنا طويلا مستقيمة في نفوس الناس يتناقلها جيل عن جيل كالقيم المرتبطة بالعرف و التقاليد.

• **التصنيف التاسع:**

يرى ثورندايك: أن القيم تفضيلات وأن القيمة الإيجابية منها و السلبية تكمن في اللذة أو الألم الذي يشعر بها الإنسان. فإذا كان حدوث شيء لا يؤثر مطلقا في أحداث اللذة أو الألم لدى فرد حاليا أو مستقبلا فإنه يكون

¹ - مساعد عبد الله المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 55.

² - حامد عبد السلام زهران، علم النفس الإجتماعي، ط6، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 160.

عديم القيمة على الإطلاق¹. يقسم الأستاذ عبد القادر المغربي القيم إلى أربعة أقسام:²

- قيم أخلاقية شخصية إيجابية.
- قيم أخلاقية شخصية سلبية.
- قيم أخلاقية إجتماعية إيجابية.
- قيم أخلاقية إجتماعية سلبية.

تدور هذه القيم على قطبي الواجبات الشخصية و الواجبات الإجتماعية، ويرى أن بعض القيم لا يمكن أن يقدر حق قدره إلا بمضاداته السلبية، حيث يرى أن الحث على الواجبات الإيجابية يتضمن في الوقت نفسه الحث على الكف عن فعل نقيضاتها. ففضائل العمل و السعي يتضمن بطبيعة الحال نبذ الكسل و التواكل اللذان يعبران عن قيمتين سلبيتين. كما يلزم الصدق أن يبتعد صاحبه عن الكذب، و الأمر نفسه يقال عن الواجبات الإجتماعية كالإتحاد و الفرقة، العدل و الظلم، الأمن و اللأمن، السلم و الحرب....الخ. وهو ما سنحاول إخضاعه للدراسة من خلال إيجاد القيم الإيجابية و السلبية التي تم توظيفها في الحملة الدعائية لميثاق السلم و المصالحة الوطنية، و دمجها مع دليل الأبعاد المتعددة للقيمة أو ما يسمى مقياس (ع، س، ن) ضمن منهجية الحتمية القيمية³.

• دليل الأبعاد المتعددة للقيمة:

يشتمل هذا الدليل على عدد معتبر من أبعاد القيمة الأساسية و لكنه لا يحصيها بالضرورة، و هي مصنفة حسب الأبعاد المختلفة للقيمة وفق أسس

¹ - ابراهيم السيد احمد السيد، البناء القيمي و علاقته بالتنشئة الإجتماعية و الدافعية للإنجاز، جامعة الزقازيق، 2005، ص 17.

² - مساعد بن عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 72.

³ - للمزيد انظر الجانب التطبيقي.

نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، و عليه يمكن للباحث أن يختار من الدليل أسفله القيم التي تناسب موضوعه.

المجال	القيمة
البعد الإيماني للقيمة	الإيمان الله ، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التفقه في الدين.
البعد التواصلّي	حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، توظيف فن التفاوض و الحلول الوسطى، الجدل بالتي هي أحسن، التبسم للآخر... الخ
البعد الزمني	إحترام الوقت، أداء العبادات في أوقاتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته... الخ
البعد المكاني	العناية بالمكان الداخلي " البيت"، العناية بالفضاء الخارجي العام، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة.. الخ
البعد اللساني	إستخدام كلمات إيجابية " القيمة" في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر.. الخ
البعد النفسي	الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الإستهلاك، الوقار، الإعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الإستقامة، الحياء، الإحتشام، الكرم، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة النفس، كتم السر.. الخ
البعد الإجتماعي	حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي،

<p>مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الإجتماعي، إحترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، إحترام المرأة، التسامح، حسن الظن الآخرين، صلة الرحم، التراحم، الخ</p>	
<p>حب العمل، إتقان العمل، الإستثمار الحلال، الكسب الحلال، الإعتدال في الانفاق، الإِدخار، الوفاء الدين..الخ.</p>	<p>البعد الإقتصادي</p>
<p>حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية..الخ</p>	<p>البعد التربوي</p>
<p>العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر... الخ.</p>	<p>البعد السياسي</p>
<p>الذوق، الجمال... الخ</p>	<p>البعد الجمالي</p>
<p>إحترام الإنسان كإنسان، إحترام التنوع الثقافي و اللساني و السياسي، العرقي، إحترام الأديان الأخرى... الخ</p>	<p>البعد الإنساني</p>

المطلب الثاني: خصائص القيم:

تتعدد خصائص القيم بتعدد مداخل النقاش و ميادين دراسة القيم نذكر منها:

• خاصية الذاتية:

يقصد بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة الإنسانية والاجتماعية و السيكولوجية العامة للإنسان الفرد، التي تشمل الرغبات والميول و العواطف و غيرها من عوامل نفسية، فالقيمة باعتبارها أحكام تصدر على الأشياء، تتضمن معان كثيرة مثل الإهتمام و الاعتقاد، الرغبة، وكل هذه الأحكام و المعاني تعبر عن عناصر شخصية ذاتية تتضمن القيمة عنصرا عاطفيا إلى جانب العنصر المعرفي و السلوكي.

• خاصية الموضوعية:

نعني بها أن القيم خارجة عن ذوات الأفراد و عن تجسيداتهم الفردية، وهي مرتبطة بمعنى أنها تتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية¹.

• خاصية النسبية:

نعني بنسبية القيم أنها تختلف من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى ومن زمن لآخر. بل أنه تختلف لدى الشخص الواحد حسب رغباته و حاجاته. و لا يمكن فهم القيمة إلا في المجال السلوكي و في الإطار الثقافي الذي يعيش فيه الفرد. فمعناها لا يتحدد و لا يتضح في النظر إليها و الحكم عليها في حد ذاتها مجردة عن كل شيء بل لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه و الحكم عليها ليس بصفة مطلقة بل يكون حكما ظرفيا مؤقتا، و ذلك بنسبتها إلى المعايير التي

¹ - سهير كامل احمد، علم النفس الاجتماعي بين النظرية و التطبيق، ب ط، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2001، ص 190.

يضعها مجتمع معين وفي زمن معين، و بإرجاعها دائماً للظروف المحيط بثقافة المجتمع¹.

• خاصية الترتيب:

إنفق العلماء على وجود سلم للقيم فالترتيب ينتج عنه وضع الأشياء في مراتب ودرجات بعضها فوق بعض، و لذلك تهيمن بعض القيم على غيرها، فنجد الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعاً، لكن إذا حدث تعارض بينهما فإن بعضها يخضع للبعض الآخر، وفقاً لترتيب خاص به فهناك قيمة لها أولوية في حياة الفرد عن باقي القيم و عليه فالأفراد لا يختلفون في عدد القيم و إنما يختلفون في الأولوية التي يعطونها لها و يطلق عليها منظومة القيم أو نسق القيم، الهرم القيمي إذا ترتبت القيم فيما بينها ترتيباً هرمياً².

• خاصية الثبات و الإستقرار:

لا تتساوى كل القيم من ناحية الثبات و الإستقرار، فالقيم تتفاوت قدرتها على مقاومة التغيير الإجتماعي، و عليه فثباتها نسبي و ليس مطلقاً. ذلك أن التغيير في القيم يكون عميقاً و يحدث فيها شروخاً كما هو الحال في التغييرات الإجتماعية السريعة و الإصلاحات الشاملة.

• خاصية الإكتساب:

القيم عبارة عن مجموعة من المكتسبات يتعلمها الفرد من مؤسسات التنشئة سابقة الذكر.

¹ - مومن بكوش الجموعي، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² - محمد عابر الجابري، العقل الإخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص 21-22.

• خاصية القابلية للترشيد:

تتطلب عملية ترشيد القيم فهما و معايشة و ممارسة لهذه القيم، إذا تعطلت هذه القيم وجب إستبدالها أو تفعيلها إما بقيم أخرى أو تبسيط عملية تطبيق القيم، من خلال التربية والإعلام.

• الخاصية الإجتماعية:

تعتبر القيم و العادات الإجتماعية مظهران من مظاهر العقل الجمعي والسيطرة الإجتماعية، فهما يعملان على إندماج الفرد في المجموع لتحقيق التوافق والتماسك، الضبط و التنظيم الإجتماعي. ووسيلتها في ذلك ما يفرضانه من جزاء على من يتبعها أو يخالفها و يخرج عن أوامرها¹.

المطلب الثالث: مصادر القيم:

تعود عملية ظهور قيم ما و تصدرها السلم في أي مجتمع و أفول أخرى لعدة عوامل تتحكم في هذه العملية هذه الأخيرة التي تعد في عمومها ضمن مؤسسات التنشئة الإجتماعية التي تعرفها مادلين غرافيتس: أنها السيورة التي يتم من خلاله إندماج الفرد في المجتمع من خلال إستنباطه للقيم والمعايير و الرموز، ومن خلال تعلمه للثقافة عامة. تتم هذه العملية في إطار مجموعة من المؤسسات:

• الأسرة:

وهي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد، كما أن طبيعة الخصائص التي تميزها تجعلها أكثر المؤسسات الإجتماعية تأثيرا في عملية التنشئة

¹ - فوزية دياب، القيم و العادات الإجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1980، ص341-342.

الإجتماعية¹. الأسرة هي أول فضاء يتعلم فيه الطفل أبجديات الحياة الإجتماعية و كيفية التعامل مع الآخرين، و عليه يعد هذا الحيز بالغ الأهمية في ترسيخ المعلومات، المعتقدات، السلوكيات، تقاليد العائلة والقيم والمبادئ بصفة عامة التي تعتمدها الأسرة وقواعد العيش من خلالها. إضافة إلى دورها كناقل للقيم من المجتمع إلى أفرادها، و تقوم بعملية تنظيم هذه القيم و تحديد أفضليتها و درجة أهميتها، وتمنح أفرادها بعض الخصوصيات المتعلقة بها فهي ترتبط مع مجتمعها بقيم عامة مشتركة وفي نفس الوقت تضع لكيانها نظام خاص من القيم يتأثر به أفراد الأسرة. فهم يشكلون أنظمة قيمية متشابهة في العموم لكنها تختلف في بعض الخصوصيات:

• المدرسة:

هي مؤسسة إجتماعية، تربية حظيت بالإهتمام والدراسة منذ زمن طويل، وذلك لثقل المهمة الموكلة إليها من قبل المجتمع، وعظم التوقعات المنتظرة منها ابتداء من دخول الطفل إليها إلى أن يتخرج إطارا كبيرا منها². تلعب المدرسة دورا مكملا لدور الأسرة إذ تعمل على ترسيخ القيم التي يتلقاها الفرد في الأسرة و تضيف عليها قيم أخرى، تدعم المعتقدات و الإتجاهات و القيم الحميدة التي تكونت لدى الطفل في البيت. يلج الطفل إلى المدرسة مع مجموعة من المعارف الأولية، فهو قادر على التحدث

¹ - مومن بكوش الجموعي، القيم الإجتماعية و علاقتها بالتوافق النفسي الإجتماعي لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير/ 2003، ص 36.

² - مصباح عامر، التنشئة الإجتماعية و السوك الانحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 85.

بلغة بلده و يتصرف وفقا لقيم إجتماعية و دينية معينة، ومع ذلك ينقصه الشيء الكثير ليتعلمه وتقوم المدرسة بتزويده به¹.

• المسجد:

يعد الدين مصدر رئيسي لكثير من القيم الإنسانية، فقد جاء القرآن الكريم، الحديث الشريف بالأسس القيمة التي تربط المجتمع المسلم بشكل خاص، والمجتمع الإنساني بشكل عام من حيث صدق المعاملة، إيفاء الوزن، الجد في العمل وإتقانه، عدم الغش و تنظيم العلاقة بين الرئيس والمرؤوس من حيث السلطة و المسؤولية و الطاعة و الأجر². والأديان عموما عبارة عن مجموعة من القيم تحدد سلوك الفرد و توجهه عن طريق الأوامر و النواهي وما ينجر عنها من عقوبات أو جزاء.

• الصحبة و الأصدقاء:

إذا إنطلقنا من مقولة صاحب صاحب، أو المثل الجزائري قل لي من صديقك أقول لك من أنت، سنلحظ أهمية الدور الذي يناط بجماعة الرفاق و حساسيته في التأثير على أفرادها كون هذه العلاقة تنشأ في مرحلة حاسمة من نمو الطفل، أين يبحث الطفل عن ذاته خارج الأسرة و إشباع حاجاته و دوافعه الإجتماعية. و بذلك تسهم الصحبة بشكل أساسي في قيام و تشكيل شخصية الطفل و قيمه و إتجاهاته. فعن طريق الأصدقاء يتبنى الطفل عدة سلوكيات إما بطريقة شعورية أو لا شعورية. بل نجده يتصرف من تلقاء نفسه وفق نموذج سلوك معين، هذه النمذجة هي الأخرى

¹ - رشوان حسين عبد الحميد احمد، التربية و المجتمع، ط1، المكتب العربي الحديث، مصر، 2002، ص81.

² - كامل محمد المغربي، السلوك التنظيمي مفاهيم و اسس سلوك الفرد و الجماعة في التنظيم، ط2، دار الفكر

للنشر والتوزيع، عمان، 1995، ص 160

لها من الأهمية مكان في تعلم الطفل القيم و الإتجاهات و الآراء و الميول. بإعتبار أن جماعة الرفاق لا تملك سلطة قهرية على أفرادها و عليه يكون تأثيرها تلقائي و غير رسمي¹.

• وسائل الإعلام:

تؤثر وسائل الإعلام بمختلف أنواعها: المطبوعة، السمعية، السمعية البصرية و الوسائط المتعددة من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية إخبارية، ترفيهية، تعليمية... على معلومات الأفراد، آرائهم، معتقداتهم، ميولهم، قيمهم. وتعمل وسائل الإعلام على تشكيل صورة معينة من خلال المواد المبنوثة تؤدي إلى تبني أفكار أو سلوكيات أو قيم إما بطريقة واعية أو غير واعية. ويتفق علماء الاجتماع والاتصال على أن التغيير الاجتماعي المقصود في المجتمع لا بد أن يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام². إذ يستحيل أن يتم التغيير في المجتمع بدون استخدام وسائل الإعلام بما لها من سطوة في بناء قيم وترسيخها، و قدرتها على هدم القيم و إبدالها. والوسائل الحديثة المتطورة لها القدرة على التأثير في المتلقي و تزداد قوتها كلما كان المستهدف صغيرا في السن. أما بالنسبة للدكتور **عزي عبد الرحمن** فإن هذا التأثير قد يكون إيجابيا أو سلبيا تبعا لإرتباط الرسائل الإعلامية بالقيمة أو إبتعادها عنها³.

¹ - محمد محمد نعيمة، التنشئة الاجتماعية و سمات الشخصية، ط1، دار الثقافة العلمية، مصر، 2002، ص29.

² - السيد محمد عبد البديع، اثر القنوات على القيم الإسرية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2010، ص 73.

³ - Bouali Naci, L'information, ente Marshall Mac-luhan et Azzi Abdeahmane de la Technologie a la Compétence morale, Lectures sur la théorie : Déterminisme de la valeur Morame de l inormatio, ikraa, 2009,p 12/13.

المبحث الثالث: التغير في النسق القيمي

المطلب الأول: النسق القيمي.

إنبثقت فكرة نسق القيم من تصور مؤداه أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك مدرج أو نسق هرمي تنتظم فيه القيم حسب أهميتها بالنسبة للفرد أو الجماعة وبذلك يشير نسق القيم إلى تلك المجموعة من المعايير التي يتبناها أعضاء النسق الاجتماعي كموجهات لسلوكهم. وهي مجموعة المبادئ التي تساعد الفرد على الارتباط بهوية المجتمع و تنظيم العلاقات بين الأفراد، بطريقة تضمن التوازن، الوحدة، كما أنها تحقق التماسك و تمنح الفعل الاجتماعي شكلا و تعطيه معنى. تتجسد مظاهره في اتجاهات الأفراد والجماعات، أنماط سلوكهم، مثلهم ومعتقداتهم، معاييرهم ورموزهم الاجتماعية ويرتبط ببقية مكونات البناء الاجتماعي، يؤثر ويتأثر بها¹. و نسق القيم عبارة عن بناء أو تنظيم شامل لقيم الفرد و تمثل كل قيمة في هذا النسق عنصرا من عناصره، تتفاعل معا لتؤدي وظيفة معينة بالنسبة للفرد²، وهو مجموعة من المبادئ التي تربط الفرد بهويته و تقاليد مجتمعه وتنظم العلاقات داخل المجتمع. وهو المعايير و المبادئ التي يتمسك بها المجتمع أو أغلب أفراده سواء صراحة أو ضمنا، وكل نظام يتضمن قيم أقرها المجتمع وعليه نستطيع أن نتكلم عن قيم إجتماعية، سياسية، إقتصادية... الخ³. يتبنى النسق القيمي وسيلتين لإحداث التغيير و هما: أسلوب الفرض و تمليه الدولة بوسائلها القانونية و الإدارية، وقد تتخذ وسيلة الفرض صورة التفريغ

¹ - كمال التابعي، الإتجاهات المعاصرة في دراسة القيم و التنمية، دار المعارف، القاهرة، 1983، ص 44.

² - ابراهيم سعد الدين، مصر في ربع قرن 1952-1977، دراسات في التنمية و التغيير الاجتماعي، معهد الانماء العربي، 1978، ص 42.

³ - محمد احمد بيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، بدون تاريخ، ص 114.

القيمي و تعتمد أساسا على إزالة الجذور الإقتصادية للقيم المعوقة و الأوضاع المانعة للتغيير، و بالتالي تفقد وظيفتها و تتعطل دورها الحضاري¹. كما تتأثر منظومة القيم بعوامل شتى بدءا من النمط المعيشي السائد في المجتمع وصولا إلى المنظومة الإقتصادية، الإعلامية، الثقافية..

قدم تالكوت بارسونز عدة مفاهيم تحليلية متقدمة رغم أنها تطورت بداية ردا على تحديات ماركسية، إلا أنها بطرحها "البنوية الوظيفية" قدمت نظرية عامة عن المجتمع حيث كان يرى الحياة الإجتماعية من خلال أفكار البشر وخاصة معاييرهم و قيمهم². و المعايير هي تلك القواعد المقبولة إجتماعيا التي يستخدمها البشر في تقرير أفعالهم. أما القيم فهي ما يعتقد به البشر كما يجب أن تكون عليه الحياة، و لها تأثير في تحديد أفعال البشر، و أهم العمليات الإجتماعية عند بارسونز هي عملية توصيل المعاني، أي الرموز والمعلومات، لا تقام هذه العمليات في فراغ بل وسط بيئة مكونة من عدد من العوامل المادية، الإجتماعية، و تحتوي هذه البيئة على معايير وقيم تحظى بالقبول العام. يتكون نسق الفعل عند بارسونز من العلاقات القائمة بين الفاعلين، وهذا النسق يركز على معايير و قيم تشكل مع فاعلين آخرين جزءا من بيئة الفاعلين، و بالتالي إذا ما دخل الفرد في تفاعل مع الآخرين و حصل في ذلك التفاعل إشباع، فذلك مدعاة لتكرار التفاعل ليصل الأمر بالفاعلين بعد حين إلى أن يتوقعوا إستجابات معينة من بعضهم البعض، و بذلك سنتشكل بينهم قواعد و معايير إجتماعية مع قيم متفق عليها تكون ضمانا لاستمرارية تلك الإستجابات. مما سبق نلاحظ

¹ - محمد البيومي، القيم و موجهاات السلوك الإجتماعي، درا المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص 6.

² - عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم و الإشكاليات...من الحداثة إلى العولمة، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص94.

أن بارسونز يشترط حصول الإشباع خلال عملية التفاعل، هذا الإشباع مرتبط بالخصائص المادية، الإجتماعية، النفسية للفاعل، لذلك يتوجب خلال التواصل أو التفاعل مراعاة خصائص الطرف الثاني و هو الجمهور في الوضع الراهن و جمهور الصحافة المكتوبة الجزائرية بصفة خاصة. تحرك أنساق القيم تصرفاتنا لكي تبدوا أمام الآخرين بالصورة التي نفضلها، وهي مستويات توجهنا في إقناع الآخرين و التأثير فيهم لتبني مواقف ومعتقدات أو إتجاهات أو قيم نعتقد أنها جديرة بالإهتمام. إنها مستويات يعتمد عليها الأشخاص في الإحتفاظ بالتقدير الذاتي عاليا بإستمرار و عادة ما تؤدي المواقف الإجتماعية التي يواجهها الأفراد في حياتهم اليومية إلى إستثارة عدد من القيم داخل "النسق" و من الطبيعي أن يؤدي هذا إلى صراع بين أكثر من نمط سلوكي، ولهذا فإن إحدى وظائف نسق القيم الأساسية هي الإسهام في خفض حدة الصراع و التوتر و المساعدة على إتخاذ القرار على أساس الإختيار بين البدائل حينئذ يمثل نسق القيم مخططا عاما أو مجموعة من المبادئ و القواعد كبنيان عقلي أكثر شمولاً¹.

المطلب الثاني : عوامل التغير القيمي

يشير البرت مور إلى أن القيم و تغييرها شرط أساسي من شروط التغير والتحول الإجتماعي، إن القيم من الظواهر الإجتماعية التي قد تعوق التغيير أو تساعد في حدوثه بما يساير المتطلبات الإجتماعية، و بذلك يشير مفهوم التغير القيمي إلى التغيرات التي قد تطرأ على منظومة القيم بفعل عوامل إجتماعية، ثقافية، إقتصادية، و طبيعية، سواء كان هذا التغيير سطحيا أو عميقا، بطيئا أو سريعا. يكون التغير القيمي نتيجة لتفاعل

¹ - عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 147.

مستمر بين الفرد ومحيطه، تبعا لعوامل إجتماعية و ثقافية و عليه فالتغير الذي شهدته المدينة الجزائرية نتج عن تغير في البناء الإجتماعي و الثقافي، وتتوع الظروف المادية والمعنوية، وإختلاف المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع الجزائري. ويمكن رصد التغيير في المجال الإجتماعي من حيث فتور العلاقات الإجتماعية والإنتقال من العائلة الممتدة إلى الأسرة النووية، وإنتشار ملحوظ لقيم الفردانية وطغيان الماديات وظهور عادات وقيم إتصالية، إجتماعية جديدة.

• العوامل المؤثرة في التغيير القيمي¹ :

رغم الثبات النسبي للقيم إلا أن الثابت في الحياة هو التغيير، هذا الأخير لا ينطلق من فراغ، بل تتحكم فيه مجموعة من العوامل التي تؤثر بنسب مختلفة حسب كل مجتمع وكل فرد في حد ذاته فتشكل ذلك وبصفة تراكمية تغييرا قيميا:

➤ أثر العامل الإقتصادي في تغيير القيم :

يلعب الوضع الإقتصادي للفرد والمجتمع دورا فاعلا في تحديد نوع وطبيعة القيم السائدة والتي تتحدد من خلالها مكانة الفرد ومقدار ما تحظى به من تقدير وإحترام داخل المجتمع، فمن المعروف والمعتاد عليه أن الأفراد الذين يتمتعون بمستوى إقتصادي جيد أو عالي عادة ما يحضون بإحترام وتقدير جيدين وبمكانة إجتماعية متميزة بين أفراد المجتمع على عكس أولئك الذين يعانون العوز والفقير حيث تكون مكانتهم متدنية. هذا الوضع قد يؤدي إلى تغيير في طريقة تفكير بعض الأفراد مما يسمح بسيطرة القيم المادية نظرا لما واجه الفرد من خبرات.

¹ - صونيا براهيمية، الغير القيمي قراءة في ابعاد المفهوم، مجلة العلوم الإجتماعية عدد 08، ماي 2009، جامعة

سطيف . . http://revues.univ-setif2.dz/index.php?id=352 .

➤ أثر العامل السياسي في تغيير القيم :

للأوضاع السياسية و كذا طبيعة ونوع السلطة السياسية الحاكمة في المجتمع دورا فعلا في تعزيز ورفع قيمة معينة على حساب أخرى حيث أن الأهداف التي تطمح إليها القيادات السياسية تفرض وجود إحاطة ودعم للقيم المتبناة من طرف هذه الأخيرة ومحاولة تعميمها على المجتمع من خلال الإستعمال المتعدد لكل منصات الإتصال الجماهيري، وذلك لخلق وتعزيز وترسيخ هذه القيم لدى الرعية ليتشكل نوع من التناسق والإندماج بين الحاكم والمحكوم مما يؤدي إلى توافق في الفعل والقول وحتى في الفكر وعليه عدم وجود هزات عنيفة تزعج الحاكم أو السلطة. أما القيم المناهضة لقيم السلطة فإنها تخضع لكل طرق وأساليب الطمس .

➤ أثر العوامل الإجتماعية في تغيير القيم :

تمثل الظروف، الأوضاع و طبيعة العلاقة السائدة في المجتمع عاملا محوريا في إبراز القيم المسيطرة على المجتمع، ذلك أن الطابع الإجتماعي لكل زمان ومكان له بصمته في الأفراد المشكلين لهذا المجتمع وعليه تبرز قيم خاصة بهم من خلال هذا الحيز الإجتماعي وأي تغير فيه ينعكس على منظومة القيم المعمول بها.

➤ أثر العامل الديني في تغيير القيم :

من أبرز العلماء الذين تناولوا هذا الموضوع بإهتمام هو العالم الفرنسي (إيميل دوركايم) والذي أشار إلى أن المجتمعات البدائية تقسم نظمها الدينية وفق أساسين هما: العقائد (أي الأفكار) والطقوس والشعائر (الممارسات والسلوكيات) ويشير إلى أن كلا منهما يكمل الآخر، كما أنها تعمل معا وترتبط وتتغلغل في جميع جوانب الحياة الأخرى الإقتصادية، الإجتماعية، السياسية والتربوية، ويرى بعض المهتمين بهذا الموضوع ان العقائد الدينية

والروحية والطقوس التي ترافق كل ديانة تعكس المبادئ والقيم التي تقوم عليها هذه الديانة وتسعى إلى فرضها وتوطيدها في نفوس معتقلي هذا الدين. رغم أن القيم في بعض الأحيان تتسم بالعالمية و الإنسانية ذلك لإتفاق كل البشر عليها: الصدق، الأمانة، الصداقة.... وذلك بعيدا عن الإختلافات العقائدية والتباين الحضاري والثقافي.

المطلب الثالث : الإعلام و التغير القيمي:

ترتبط سرعة التغير الإجتماعي في المجتمعات الإنسانية بمجموعة من المحددات التي تعمل على تقبل هذه المخترعات و القيم الإجتماعية التي تصاحبها. و عملية تبني هذه القيم تؤدي إلى تغير إجتماعي وثقافي¹، و كما يرتبط مقياس تحضر الأمم و رقيها بتقدمها الثقافي، بكل دلالات اللفظ ومحتوياته، فالثقافة الإعلامية هي المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من مصادر الإعلام، وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم و تقاليدهم وأنماط حياتهم. وتعد وسائل الإعلام من أكثر وسائل التأثير على الرأي العام حيث أصبحت مصدرا أساسيا للثقافة العامة، و إمتد أثرها إلى كافة أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من محتويات². غير أن الإختراق الثقافي كآلية متطورة تسعى إلى تكريس منظومة معينة من القيم الوافدة تتفاعل داخل المجتمعات و تسري ببطء ولكن بثبات مخترقة منظومة القيم الثقافية الوطنية و تعمل على تفتيتها وتمزيقها من الداخل وإحلال قيم ذات طابع إستهلاكي محلها و

¹ -فلاح جابر الغرابي، وسائل الإتصال الحديثة ودورها في أحداث التغير الإجتماعي، مجلة القادسية في الإداب والعلوم التربوية، مجلد 8، العدد 2، 2009، ص20.

² -احمد عبد اللطيف ابو سعد، سامي محسن ختاتنة، علم النفس الإعلامي، ط1 دار الميسرة للنشر و التوزيع، الأردن، ، 2010، ص 251.

ذلك على حساب أي محاولات للنهوض أو الإستقلال أو التمايز الثقافي¹. كما هو معروف فإن القيم تغرس في الفرد من خلال التربية و التنشئة الإجتماعية كما تغرس عن طريق العقوبات المادية و المعنوية، المعتقدات و الممارسات الروحية و كذا التقاليد والآداب العامة، الفنون، الرموز، الأغاني الشعبية والأساطير. لكن و بدءا من القرن العشرين حدث نوع من التغير بسبب ظهور منافس قوي لمختلف مؤسسات التنشئة الإجتماعية و هو وسائل الإعلام التي خصصت لدراسة أثرها عدة دراسات خلصت إلى مجموعة من النظريات حاولت تأطير كيفية حدوث الأثر الذي قد يضيق ليظهر في ردود فعل أنية تختفي بسرعة و قد تتسع لتمس عمق الحضارة و التقاليد و اللغة و القيم والثقافة، و تبدأ هذه التغيرات محدودة الحجم و تتسع شيئا فشيئا مع مرور الزمن لتصل إلى القيمة و تقولبها في شكل جديد. والتغيير في مضمون القيم وتوجهاتها يصاحبه تغيير في البناء الإجتماعي، لذلك يستلزم أن نكون أكثر حذرا و وعيا لما سينجر عن هذه التطورات التكنولوجية، الإختراقات الثقافية من مخاطر على منظومتنا القيمية وتراثنا الثقافي، فقد أكدت العديد من الأبحاث أن الطفل العربي و المسلم يتعرض لمؤثرات مواد إعلامية مدروسة و موجهة من قبل مختصين و لعل ما يؤكد ذلك هي تصريحات شمعون بيريز رئيس وزراء الكيان الصهيوني السابق حينما قال: " لسنا نحن من سيغير العالم العربي و لكنه ذلك الطباق الصغير الذي يضعونه على سطوح منازلهم"²، وفي الكفة الأخرى، نجد أن لوسائل الإعلام الجماهيرية فعالية في تثبيت قيم المجتمع وهذا لقدرتها على

¹ - حسن عماد المكاوي، عادل عبد الغفار، الإعلام و المجتمع في عالم متغير، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 25.

² - العمري عيسات، التنشئة الإجتماعية في الأسرة الجزائرية، قراءة سوسيوثقافية لمظاهر ودلالات التغير القيمي، مجلة العلوم الإجتماعية، العدد8، جامعة سطيف، 2009. <http://revues.Univ-setif.dz>

إحداث تأثير خاص لدى أفرادها، ويتوقف ذلك على نجاح الرسالة الإعلامية التي تقدمها¹ ويظهر ذلك من خلال :

تعمل وسائل الإعلام على مراقبة المحيط و إبراز كل ما يمكن أن يؤثر في نظام القيم² و تثبيت هذه الأخيرة في المجتمع من خلال نقلها من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، وحسب هارولد لاسويل، فإن المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة وكان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون القيم والتراث الثقافي عبر الأجيال، ولكن تطور المجتمعات والتمدن أحدث نوعا من الإنعزال مما إستوجب قيام وسائل الإعلام بدور ناقل للقيم. ³ تعمل وسائل الإعلام من خلال آلية التكرار على تثبيت القيم وترسيخها. وحسب ويلبر شرام، فإن وسائل الإعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد القيم والمعتقدات والمهارات التي يقرها المجتمع، كما تقوم بدعم القيم الشائعة وتحقيق التواصل الإجتماعي من خلال التعبير عن الثقافات السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية.

وقد أشار كل من :لازارسفيد ومورتون في دراستهما عن أثر وسائل الإعلام على القيم إلى أن وسائل الإعلام لا تدعم المعتقدات والقيم السابقة فقط بل والإتجاهات وأنماط سلوك المجتمع أيضا، فالنشر الإعلامي سد الفجوة بين الإتجاهات والقيم الفردية و الآداب العامة السائدة في المجتمع، ويؤكد موريس ميتز أن لوسائل الإعلام دور في نقل التراث من جيل إلى

¹ - محمد نوفل الغلايني، وسائل الإعلام واثارها في وحدة الأمة، ط 1، دار المنارة، السعودية ، 1985، ص 39.

² - Aude Riom, Thierry Libaert, Assael Adary, Communication, DUNOD , paris, 2010, p 7.

³ -حسن عماد الدين المكأوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدارالمصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص72.

جيل، كما تجمع المعلومات التي تساعد على مراقبة البيئة والإشراف عليها عن طريق ربط القيم السائدة في المجتمع بمختلف الأفراد. ¹تظهر أهمية وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف خاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تبين للفرد ما يتبناه من أفكار وقيم ومعلومات، فيتحقق بالتالي التكيف الإجتماعي بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه. وتدعم وسائل الإعلام القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة وتوحدتها مع قيم المجتمع. أما بالنسبة للدكتور عزي عبد الرحمن الذي بين من خلال كتابه الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، أن وسائل الإعلام تقوم وبصفة تدريجية غير ملحوظة بتفكيك مجموعة من الرواسب الثقافية المتمثلة في الزمن، اللغة، المكان، والهوية... و غيرها و يمكن تبين ذلك فيما يلي:

➤ تفكيك العلاقة بالزمن:

إعتبر مالك ابن نبي ان الزمن " الوقت " أحد العناصر الثلاثة في بناء الحضارة " الإنسان، الأرض، و الزمن"²، فهي في نظره مجموعة من العلاقات التي تغرسها حضارة ما في الأشياء و الأفكار، و تكون هذه العلاقة إما حركية عندما تقوم الحضارة بصنع التاريخ أو ساكنة" يكون الزمن فيها ثابتا" فتعيش الحضارة على أطراف التاريخ. إن إنتشار و تنوع وسائل الإعلام زاد من أهمية الزمن الإعلامي " وهو المجال الوقتي المرتبط بوتيرة و محتويات وسائل الإعلام و الإتصال، وإستعمال وسائل الإتصال

¹ - عدنان ابراهيم احمد، محمد مهدي الشافعي، علم الإجتماع التربوي الانساق الإجتماعية التربوية، جامعة سبها، ليبيا، 2001، ص264

² - مالك ابن نبي، شروط النهضة، تر عمر كامل مسقاوي، عبد الصبور شاهين، ط11، دار الفكر، دمشق، 2013، ص 49.

هو في نهاية المطاف إستعمال للوقت¹، على حساب الإزمناة الأخرى: الإجماعي، الديني، القيمي، حيث إستحوذت وسائل الإعلام على الزمن - بإعتباره أفعالا معاشة ومكون أساسي في البناء الثقافي والقيمي - أبعادا زمنية جديدة كالوتيرة و النمط التواصلي الثقافي.

➤ الوتيرة:

إن الزمن الإعلامي هو زمن رمزي مرتبط وتيرة و مضمون وسائل الإعلام هذه الأخيرة التي تفضي شكليا وتيرة أسرع من تلك التي يقوم عليها التحول الإجماعي الشيء الذي يجعله في حالة عدم توازن وعدم إستقرار فردي و إجماعي، فما يتعرض له الفرد في عدد من السنوات إجماعيا يواجهه في لحظات معدودة على الزمن الإعلامي، فبعض المفردات والسلوكيات والصور تقدم للفرد الناشئ على مراحل مراعاة لدرجة نضج الفرد نفسيا وروحيا وجسديا، أما الزمن الإعلامي فيخترق جل هذه الحدود و يقفز فوق كل هذه المراحل و بالتالي فالزمن الإعلامي يدوس في لحظات ما تم إستثماره في الزمن الإجماعي. كما أن كثرة التعامل مع الزمن الإعلامي يبطئ حركة الزمن الإجماعي و العكس صحيح. أضف إلى ذلك أن العلاقة بين الزمن الإعلامي و المجتمع تحددها طبيعة المضامين الإعلامية إذا ما كانت تنسجم أو تتعارض مع قيم المجتمع و مرجعيته. ففي الواقع العربي نجد أن الزمن الإعلامي أثر سلبا على الزمن القيمي، إذ ان جل مضامين الزمن الإعلامي وخاصة المسموعة و المرئية مرتبطة بالزمن الغربي، وحتى تلك المنتجة محليا من مسلسلات، أفلام.. و هي

¹ - بوعلوي نصير، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص 141.

بذلك تحمل أنماطا و سلوكيات غير قيمية، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم التأثيرات السلبية¹ إلى:

- إن استخدام الزمن الإعلامي بشكل مفرط يكون على حساب الزمن القيمي.
- كثرة استخدام الزمن الإعلامي تحدث الإحساس العزلة.
- كثرة استخدام الزمن الإعلامي تؤثر سلبا على مهارات الإتصال الشخصي و يضعف النسيج الإجتماعي.
- يؤثر سلبا الزمن الإعلامي على الزمن العائلي و الأصدقاء، أي تضيق المحيط، مما يؤثر سلبا على العلاقات و الوظائف و المسؤوليات الإجتماعية للفرد. كما تؤثر على الصحة النفسية و الجسدية كالقلق وضعف البصر.
- سوء استخدام الزمن الإعلامي و إختيار المضامين يؤدي إلى إهدار القيم و تحييدها مما يدفع إلى إضعاف الحساسية و الحياء تجاه الممنوعات الثقافية، حيث يتحول التركيز من قادة الرأي إلى النجوم والمشاهير و تتم عملية التقمص الوجداني.
- يساعد الزمن الإعلامي على توسيع العالمي و عولمة المكان و الزمان على حساب المحلي. كما يساعد على تنمية النزعة الإستهلاكية.
- يؤدي سوء استخدام الزمن الإعلامي إلى المزج بين الحقيقي و الرمزي؛ فالأفراد الذين يشاهدون الأخبار بكثرة يعتقدون أن العالم أقل أمنا مما هو عليه².

- عزي عبد الرحمن، الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة في الرواسب الثقافية، ط 1،

الدار المتوسطة للنشر و التوزيع، تونس، 2009، ص 34 .¹

²- المرجع السابق، ص 40.

➤ تفكيك العلاقة المكان:

تلعب وسائل الإعلام دورا فعالا في فك الارتباط بين الفرد والمكان في المنطقة العربية، لا من حيث التواصل القائم على تجاوز المكان ولكن من حيث تغييب القيمة في علاقة الفرد بالأرض أو التراب بالمفهوم المجسد "فضاء منتج للثروة" و "المجرد" الحيز التاريخي والحضاري" وبذلك تصبح الأرض حيزا جغرافيا تتعدم فيه عناصر التاريخ و القداسة والتفاعل الحضاري في الوقت الذي يعمل الإعلام على تسويق أمكنة رمزية رومنسية تمثل مجال جذب على حساب المكان المحلي الذي تعرض إلى العديد من أشكال التشوه التاريخي، و لعل هذا ما يمكننا من تفسير حركة الهجرة المتسارعة، فالأبعاد الجديدة التي أضفتها وسائل الإعلام على المكان جعلته - المكان - غير مرتبط بالواقع المعاش، ويأخذ الفرد رمزيا إلى أمكنة لم يكن ممكنا الوصول إليها¹، مما قلل من أهمية المكان كعامل في تأسيس ذات الفرد و انتمائه و شخصيته في المجتمع المعاصر، و عليه فالمكان الإعلامي" الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الإعلام" يعمل على تكوين أنماط من الصور المكانية الخارجة عن دائرة الواقع المعاش، فتدخل على الفرد مكانا رمزيا متباعدا و مألوما مع كثرة الإعتماد على وسائل الإعلام، وكثرة إستخدام وسائل الإعلام يؤدي إلى نوع من الإغتراب عن المكان المعاش و التعلق المكان الرمزي المؤلف².

في الأخير تجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام عبارة عن نسق جزئي يعمل داخل نسق أكبر و هو المجتمع وأن أي نجاح للرسالة

¹ - المرجع السابق، ص 55.

² - بوعلي نصير، قراءات في نظرية الحتمية القيمية، مرجع سبق ذكره، ص 143.

الإعلامية له علاقة بمدى تعبيرها ودعمها للقيم الموجودة في النسق الإجتماعي الذي تنشط فيه، فمن الطبيعي أن يميل بنو البشر للتعرض إلى الرسائل التي تتفق مع أفكارهم ومعتقداتهم، وقيمهم ويتجنبون الرسائل التي تتعارض مع توجهاتهم وأفكارهم مما يجعلهم في حالة من اللاتوازن. كما يعد النظام الإجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على عملية إنتقاء الإخبار و بثها إذ يحمل أي نظام إجتماعي قيم و مبادئ يسعى القائم بالإتصال إلى إقرارها و يعمل على تقبل المواطنين لها ، و هي وظيفة التنشئة أو التطبيع الإجتماعي و تعكس وسائل الإعلام هذا الإهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والإجتماعية السائدة. إذ يؤكد الدكتور عزي عبد الرحمن على ضرورة أن ينقل الإتصال والإعلام قيم ثقافية و روحية تدفع الفرد والمجتمع إلى التقدم والإزدهار والنبيل الذي ينعكس إيجابا على المحيط المادي و المعنوي للفرد محليا و عالميا¹. ويحرص حارس البوابة الإعلامية في الدول العربية على مراعاة الإعتبارات الثقافية للجمهور العربي، والخلفيات الإجتماعية والسياسية مما يسهل عملية إختيار الأخبار التي تقابل هذه الإحتياجات الإيديولوجية، السياسية و الدينية. و بالتالي تعد القيم محددات قوية في إختيار الإخبار و تقييمها².

¹ -Bouali Nacir, L'information entre Marshall Mac- luhan et Azzi Abderrahmane de la Technologie a la compétence moale, p12.

² - حسن عماد الدين المكاوي، الإخبار في الراديو و التلفزيون، الدار العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2009، ص 283.

الفصل الثالث:

المنظومة الإعلامية والأنساق
الإجتماعية

سنعالج من خلال هذا الفصل المنظومة الإعلامية و علاقتها بالأنساق الأخرى المكونة للمجتمع بداية من المجتمع و أفراده و الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام فيه و العلاقة التي تربطها بالمجتمع عامة أما في الطرف الآخر فستكون المنظومة القيمية كبنية عليا و وسائل الإعلام التي تمثل من خلال هذه العلاقة الوسيط بين البنية الفوقية المتمثلة في القيم و البنية التحتية الممثلة في المجتمع و أفراده.

تبرز الأهمية التي تحظى بها وسائل الإعلام و الوظائف المناطة بآدائها من خلال إستخداماتها للقيم في عملية تمرير الرسائل و الحصول على النتائج المطلوبة على أساس أن الإتصال وفق المنظور السوسولوجي هو ذلك التفاعل الإجتماعي التلقائي الذي يرتبط بقواعد السلوك الفردي و المجتمعي وعليه يفترض أن المنظومة القيمية هي التي تحدد مسار المنظومة الإعلامية ولا يمكن لهذه الأخيرة أن تقوم بوظائفها دون الإعتماد على القيم¹، التي وسمت وبإمتياز الفترة من 1930 إلى 1960 إلى جانب المصطلحات النظرية التحفيزية الأخرى مثل: الحاجات، الأهداف، التحفيزات الإجتماعية، المشاعر، المثيرات².

¹ - بلقاسم برون، وسائل الإعلام و المجتمع، دراسة في الابعاد الإجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص 14.

² - Marie- Pierre Fourquet, Un siècle de théories de l'influence : Histoire du procès des medias, MEDIATION ET INFORMATION, N10, 1999, univerecité Pais 8.

المبحث الأول: المنظومة الإعلامية و المجتمع

المطلب الأول: وسائل الإعلام كنسق اجتماعي:

يعتبر النظام الاجتماعي مجموعة متشابكة من السلوك الثابت و المتكرر والمقلد الذي يعد إلى حد ما تعبيراً عن الثقافة التي يشاركه الأفراد فيها من خلال أداء أدوارهم، و لهذا يعتبر النظام الثقافي والنظام الاجتماعي، السياسي والإتصالي، أنظمة إجتماعية ينتمي إليها الفرد ليؤدي وظيفته في إطار من التفاعل داخلها. يعرف بارسونز النسق الاجتماعي بأنه النسق الذي تشكله أوضاع وعمليات التفاعل الاجتماعي بين الوحدات في حالة فعل¹. ويرى بارسونز أن النسق الاجتماعي يحوي أنساقاً فرعية أخرى هي:

القيم : وظيفتها دعم الأنماط الثقافية.

المعايير: وتؤدي وظيفة تكامل الأنساق الاجتماعية.

الجماعات: تؤدي وظيفة تحقيق الغايات الجماعية.

الأدوار: وظيفتها التكيف.

أما بالنسبة لوسائل الإعلام فالتحليل الوظيفي ينطلق من إعتبارها نسقا إجتماعيا يعمل ضمن نظام خارجي معين، وهو مجموعة الظروف الاجتماعية والثقافية، أو المجتمع ككل² ويرى ديفلور أن تحليل الأنساق الاجتماعية، وعلى الرغم من صعوبته التي تكمن في صعوبة التحديد الدقيق لحدود أي نسق وإسهاماته وإرتباطاته مع الأنساق الأخرى، إلا أن هذا التحليل هو الأكثر إفادة في فهم ظاهرة وسائل الإعلام، أو أي ظاهرة إجتماعية أخرى. و عليه فإن المنظومة الإعلامية تعمل عبر وسائل الإتصال الجماهيري في مختلف الأنساق الاجتماعية على القيام بوظيفة التوازن داخل المجتمع و مؤسساته،

¹ - Ibid, P 69.

² - ملفين ديلور، ساندرابول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 193.

أكثر من قيامها بوظيفة التحويل والتغيير، وهي بهذا وسيلة كل المؤسسات الاجتماعية، الإقتصادية، الثقافية لتوصيل رسائل مرمزة للمجتمع ككل. إذن ستظل النظم الإتصالية قائمة مادامت تحافظ على وظائفها و وسائل الإعلام ستبقى كنظام ثابت نسبيا بسبب الوظائف الهامة التي تقدمها للمجتمع، و ما دامت هذه الوسائل تلبى حاجات أساسية للمجتمع: إقتصادية، دينية، سياسية، ثقافية، تعليمية، ترفيهية فستستمر محافظة على مكانتها¹، و يفسر عزري عبد الرحمن علاقة وسائل الإعلام النسق الثقافي و القيمي على إعتبار أن وسائل الإعلام تمثل العالم الرمزي (اللغة، الصورة...) بينما تتمثل الثقافة في مستويين معنوي " البعد الفكري" و مادي " البعد السلوكي"، تتكامل العلاقة السليمة بين المادي و المعنوي، حينما يستند المادي على المعنوي كمرجع و موئل بمعنى أن تكون القيم مصدر لفكر الثقافة ومعرفتها و علمها، وتكون أدوات الإتصال تعبيراً جزئياً عن الثقافة، وتسهم في إستكمال دائرتها من خلال العوالم الرمزية المختلفة كالآداب، الفنون، الفكر.. التي تستند إليها الثقافة في بعديها المجرّد " الفكر" و"المجسد " الفعل و السلوك" إستناداً تاماً للتعبير عنها و ذلك لقدرة العوالم الرمزية على ذلك وعليه فهي ليست محايدة عن الثقافة و القيم، بل وسائل إيجابية لدعم و تعزيز وتثبيت القيم، بحيث لا تكون وسائل الإعلام هي التي تقود المجتمع بل الثقافة². وذلك ما عبر عنه صاحب الإجتهد النظري بالقول: "إن الإنتقال الدال قيميا يكون من الثقافة إلى وسائل الإتصال و ليس العكس" هذه الأخيرة التي تعتبر مؤسسات إجتماعية تقدم أحزمة ثقافية محلية أو وافدة، فهي الناقل و المحول الذي يسهم في "جتمعة" الفرد و إحداث الألفة

¹ - بلقاسم بروان، المنظومة الإعلامية و علاقتها بالقيم، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص 120.

² - محمود قلندر، الحتمية القيمية الإعلامية مقارنة تأصلية لعلوم الإتصال، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، اعداد بوعلي نصير، مكتبة اقرا، 2009، ص 32/30.

مع محيطه¹، كما تحدث الإحساس بالإنتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم، الثقافة، اللغة، التاريخ، التجربة و الحيز الجغرافي. و يزداد هذا الدور في المجتمعات متعددة الأجناس واللغات و المعتقدات، فيكون دور وسائل الإتصال لم الشمل و تعزيز العلاقات الإجتماعية. فأفراد الجمهور لا يكتفون عادة بما يقرؤونه أو يسمعون أو يشاهدون في وسائل الإعلام، بل يتحدثون عن تجاربهم الإعلامية مع ذويهم و أقرانهم. وقد بينت نظرية التدفق على مرحلتين ذلك. في الوقت الذي توصلت دراسة محمد بن عبد العزيز² إلى أن وسائل الإعلام تدعم الحراك الإجتماعي و تعزز التواصل، فقد وجدت عدة دلائل تشير إلى حقيقة أن التكنولوجيا هي أحد العوامل الرئيسة في تغيير الواقع الإجتماعي³ و تنظيم المجتمع⁴.

المطلب الثاني: القيم و المجتمع :

تعتبر القيم عنصراً رئيسياً في تشكيل ثقافة⁵ أي مجتمع فهي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كما أنها تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور من حولهم و تصورهم للعالم المحيط بهم، و تعتبر مرتكزات أساسية تقوم عليها عملية التفاعل

¹ - عزي عبد الرحمن، دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر اعلامي متميز، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص 112.

² - محمد بن عبد العزيز الحيران، إستخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي، الرياض، 1998، ص 39/31.

³ - حمدي حسن ابو العينين، الإعلام الجديد في العالم الاسلامي، الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، العدد1، 2012، الورسم، الجزائر، ص 9.

⁴ - ارمان و ميشيل ماتلار، تاريخ نظريات الإتصال، تر: نصر الدين لعباضي، صادق رايح، ط 1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 173.

⁵ - الثقافة حسب مالك بن نبي هي مجموعة من الصفات الخلقية و القيم الإجتماعية التي يلقاها الفرد منذ و لادته كرسائل اولي في الوسط الذي ولد فيه، و الثقافة هي المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه و شخصيته. للمزيد انظر: مالك بين نبي، شروط النهضة، تر -- عمر كامل مسقاوي، عبد الصبو شاهين، ط11، دار الفكر، ديمشق، 2013، ص 88.

الإجتماعي، وتعد جانبا مهما من جوانب البنية الفوقية للمجتمع، لذلك نجد أنه مع كل تغيير في التركيب البنائي للمجتمع، لابد من أن تتغير القيم لتواكب التركيب البنائي الجديد للمجتمع، وينشأ صراع قيمي بين القيم الجديدة أو المستهدفة من التغيير والقيم السائدة بالفعل في المجتمع . إذا نظرنا إلى القيم نجد أنها تتضمن عناصر الإنتقاء والتفصيل، الأمر الذي يجعلها تختلف من مجتمع لآخر بل تختلف عند الشخص الواحد تبعاً لرغباته وإحتياجاته وتنشئته¹ و تزداد أهمية القيم في عالمنا المعاصر في ظل التقدم العلمي و التقني و الذي غدا يمس، كل مكونات الحياة الإنسانية، بالرغم من ذلك لم يستطع أن يحل مشكلات حياة الإنسان المعاصرة²، و هذا في كافة المجالات الثقافية و المعرفية وحتى على النسق القيمي للفرد، مما أدى إلى إعادة تشكيل الكثير من المعرفة و المفاهيم عن الحياة وتقويض أغلب تصورات الإنسان عن ذاته و عالمه، الأمر الذي أدى إلى تذبذب و عدم إستقرار في القيم الموروثة والمكتسبة على حد سواء، و عدم قدرة المجتمع على التمييز بين الخطأ والصواب بمعنى عدم القدرة على الإختيار بين القيم المتصارعة، أي بين القيم الموجودة في المجتمع و القيم الوافدة. لذلك كان من الضروري الإنتقال بالقيم من مستوى التنظير³، إلى مستوى التطبيق في كافة المجالات حيث أصبح بثها في الناشئة أمراً مهماً للغاية. و مما يبرز أهمية القيم أيضاً أن الناس يحسون بالإلتزام نحو أوضاع معينة و يحاولون الوصول إليها و الإبقاء عليها و يبذلون في ذلك الشيء الكثير، فالناس يسرون بحسب ما تمليه عليهم قيمهم، و عندما تلتقي قيم الفرد مع رغباته ينتقي عنه الصراع بين ما يعتقد في ضرورته، و ما يحس بالرغبة فيه أو النزوع عنه وهنا تبرز أهمية القيم في تحقيق التوازن النفسي للفرد و تحقيق

¹ - منى كشك، القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر و التوزيع، مصر، ص 58.

² - صالح محمد علي ابو جادو، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، ط1، دار الميسرة، 1998، ص 206.

³ - منى كشك، مرجع سبق ذكره، ص 58.

تكيفه مع الجماعة و فقدانها إنما يؤدي إلى فقدان هذا التوازن و ما يصاحبه من شعور بالضيق و العجز، أي أن القيم و جفاف نبعها ومعانيها، يؤدي إلى التوتر والقلق¹. إن أي تنظيم إجتماعي في حاجة ماسة إلى نسق القيم الذي يضمن له أهدافه و مثله العليا التي تقوم عليها حياته و نشاطه و علاقاته، حيث تتحدد الأدوار داخل أي نظام إجتماعي وفقا لمشاعر داخلية و أفكار و إتجاهات و قيم معينة، وتلعب هذه الإعتبارات السيكولوجية الداخلية دورا هاما في تحديد الأسلوب الذي سيؤدي بمقتضاه الأفراد أدوارهم في أي نظام من النظم. و لا يجب أن يكون نطاق التنوع و الإختلاف كبيرا بين الأفراد داخل النظام و إلا تفكك النظام و إنحل²، فإستقرار النظام و ديمومته يرتبط بمدى الإتفاق و الإجماع و المشاركة في الأفكار والرموز القيم و الجوانب الثقافية عامة. فإذا تضاربت هذه القيم أو لم تتضح فإنه سرعان ما يحدث الصراع القيمي الإجتماعي. فالقيم تضمن للجماعة روحها وتماسكها داخل أهدافها التي وضعتها لنفسها، و هي تساعد المجتمع بأفراده وجماعاته المختلفة على التمسك بمبادئ ثابتة و مستقرة، تحفظ له هذا التماسك والثبات اللازمين لممارسة حياة إجتماعية سليمة و مستقرة، تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه من خلال الإختيار الصحيح الذي يسهل للناس حياتهم و يحفظ للمجتمع إستقراره، و تصون كيانه في إطار واحد³. تتكامل فيه الوظائف الفردية مع الوظائف الإجتماعية للقيم، بحيث تعطي في النهاية نمطا معيناً من الشخصيات الإنسانية القادرة على التكيف الإيجابي مع ظروف الحياة، لأداء دورها الحضاري المنشود، كما و تعطي المجتمع شكله المميز و من أجل هذا يحرص المجتمع على تنشئة أفراد متشبعين و متشربين

¹ - المرجع السابق، ص 84.

² - جيهان احمد رشتى، الاسس العلمية لنظريات الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 225.

³ - المرجع نفسه، ص 85.

بثقافته و قيمه، فالمجتمع بإطاره الثقافي هو الذي يزود أفرادَه بنظرتهم للأشياء وطريقة الحكم عليها، وكيف يصفون عليها قيمة موجبة أو سالبة، و من هنا تختلف القيم من مجتمع لآخر ومن أمة لأخرى، و لهذا فإن لكل مجتمع من المجتمعات نماذج و أنماط تحدد ما يجب أن يكون عليه أفرادَه، هذه النماذج تتبلور في صيغ مجردة تشكل ما يسمى بقيم المجتمع التي تنتقل في النهاية لأعضاء المجتمع الجدد عن طريق عملية التنشئة الإجتماعية التي تهدف إلى خلق الشخصية المثالية للمجتمع و بنفاذ هذه القيم إلى أعضائه كما أسلفنا تكتسب معناها و رسوخها في النفوس، فتشكل بذلك مقاييس توجه السلوك اليومي للأفراد ويتم إعتمادها في إصدار الأحكام والمقارنات والإختيار بين البدائل و المناهج المتوفرة والوسائل والغايات والأهداف المنشودة، و من القيم تستمد المعايير والأعراف والعادات والتقاليد المتبعة في المجتمع¹.

المطلب الثالث : الإعتما د على وسائل الإعلام.

مبدئياً لا بد أن نفهم كيف يشكل الإتصال مرجعاً و عملية في غاية التعقيد نظراً لمكانتها من القيم، و التعايش الثقافي الذي يعتبر أكبر رهان في السلم العالمي للقرن 21²، فجل وسائل الإعلام تعتمد على تحقيق مجموعة من الوظائف الإجتماعية والفردية، بدءاً من توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بنا و نشر الأخبار، ونقل التراث الثقافي من جيل لجيل، بما في ذلك من قواعد لضبط السلوك و معايير التصرف الإجتماعي، ناهيك عن نقل القيم الإجتماعية و المساعدة على التكيف وتنشئة الجيل الجديد من الأطفال أو الوافدين الجدد على المجتمع، الترفيه عن الجماهير و تخفيف أعباء الحياة

¹ - حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر، بحث في تغير الاحوال والعلاقات، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 388.

² - Dominique Wolton, Audience et public : économie, culture, politique, HERMES, L'AUDIENGE Presse, Radio, Télévision, Internet, CNRS EDITION, 2003, p 33.

عنهم¹، إضافة إلى تحقيق الإجماع أو الإتفاق بين أفراد الشعب الواحد، عن طريق الإقناع و الإعتماد عليه في السيطرة على الجماهير و ضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة. يشير النموذج المتكامل الذي وضعه مؤسس النظرية ملفين دي فلور وساندرا بول روكيش إلى الآثار المحتملة على الأفراد نتيجة الإعتماد على وسائل الإعلام، و تقوم هذه النظرية على فكرة مفادها أن إستخدام وسائل الإتصال ليس معزل عن تأثيرات النظام الإجتماعي الذي نعيش فيه، و نتفاعل مع وسائل الإعلام بما تعلمناه من المجتمع²، كما يشير إلى العلاقات بين الأفراد، و وسائل الإعلام، والنظم الإجتماعية. وهو على النحو التالي:

أولاً: تتدفق الأحداث من المجتمع، فيحدث نتيجة لذلك علاقة إعتداد بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الإجتماعي. ولكل مجتمع ثقافة مختلفة عن المجتمعات الأخرى، تنطلق هذه الثقافة من المعتقدات، والقيم، والعادات المتأصلة في المجتمع. وتؤثر هذه الثقافات على درجة الإعتماد على وسائل الإعلام والنتأثر بها.

ثانياً: تؤثر ثقافة المجتمع الذي توجد به وسائل الإعلام على عمل الوسيلة نفسها. ويشمل ذلك تحديد أهداف الوسيلة وأدائها وظائفها المعلوماتية، ومصادر المعلومات، والتمويل، وهذا بدوره يؤثر على السياسية العامة للوسيلة. ثالثاً: تنتقي وسائل الإعلام جملة من القضايا والأشخاص، وتسلط عليهم الضوء دون غيرهم مما يشكل أهمية لدى الجمهور.

¹ - جيهان احمد رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

² - محمود حسن ابراهيم اسماعيل، مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998، ص 278.

رابعاً: العنصر الأساس في هذا النموذج المتكامل للنظرية هو الأفراد. خامساً: لا يكون لوسائل الإعلام تأثير يذكر في الأفراد إذا كان الواقع الإجتماعي مفهوماً للأفراد مما يلبي حاجاتهم. بمعنى أن يكون المجتمع على قدر من الترابط، وألا تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد للتوجيه. سادساً: تدفق المعلومات يكون من الأفراد إلى وسائل الإعلام والعكس، وكل من الطرفين يؤثر في الآخر. عليه تؤثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع من خلال ثلاث أنواع من التأثيرات هي: التأثيرات المعرفية، الوجدانية والسلوكية¹.

ويمكن توظيف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام لخدمة أهداف هذا البحث من خلال محاولة توظيف فروض النظرية حتى يمكن فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث تشير النظرية إلى أن زيادة الصراعات في المجتمع يزيد من إعتماد الفرد على وسائل الإعلام. ويمكن توظيف هذه الفكرة المهمة في هذا الوقت بالذات؛ الحرب على الإرهاب، وتعقب المطلوبين أمنياً. فهذه الأحداث (بناء على فكرة النظرية) تزيد من إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وذلك للظروف الإجتماعية والسياسية التي مرت بها هذه البلاد، فكلما زادت الصراعات الإجتماعية والأزمات إزدادت حاجة الفرد إلى المعلومات، والتوجيه مما يزيد من إعتماده على وسائل الإعلام. "و قد جاءت نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام لتكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. ويمكن القول أن: نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام هي

¹ - منال ابو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي، اساسيات و تطبيقات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2014، ص

"نظرية بيئية"¹ والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع بإعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث عن كيفية إرتباط أجزاء من النظم الإجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الإجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الإجتماعية الأخرى وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة. وكما يوحي إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الإعتدال بين وسائل الإعلام والنظام الإجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف - المجلات - الراديو - التلفزيون - السينما. وتقوم علاقات الإعتدال على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والإجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي:

المصدر الأول: جمع المعلومات فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج معرفتها ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب والمرح أو الإسترخاء.

¹ - حسن عماد الدين المكاوي، ليلي حسين السيد، نظريات الإتصال، ص 315 وما تلاها.

المصدر الثاني: تنسيق المعلومات ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو بالنقصان لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

المصدر الثالث: هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود.

ويستخدم مؤسسا النظرية "مفلين دفلر" و"ساندرا بول روكيتش" مصطلح "المعلومات" للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن الأخبار شيء يتعلق بالمعلومات في حين أن التسلية ليست كذلك فالفروق مظلمة حيث أن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين: أنه يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم أو العوالم الكبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة ولتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين وقصر فكرة المعلومات على الأخبار فقط سوف يوحي بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها أو على طبيعتهم للمجتمع. عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات فإننا نقل دور اللعب في الحياة الشخصية الإجتماعية رغم الطبيعة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك فاللعب بصفة عامة يعامل بشكل خاطئ وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية. و تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد و المجموعات و المنظمات و النظم الإجتماعية لتحقيق أهدافهم و علاقة الإعتماذ هذه ليست ذات إتجاه واحد، و إنما تعتمد وسائل الإعلام على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون كالنظم الإقتصادية والإجتماعية و السياسية، هذه الأخيرة التي تعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

زيادة و تدعيم القيم السياسية مثل: الحرية، المساواة، الطاعة القوانين، التصويت الإنتخابي، و في حالة الجزائر، قيم التسامح، الأمن، السلم... الخ الحفاظ على النظام السياسي و تحقيق التكامل الإجتماعي، من خلال بث روح الإجماع، و تكوين الرأي العام، و تدعيم الشعور بالمواطنة، التحكم و كسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراع بين النظام السياسي و النظم الإجتماعية الأخرى. أما بالنسبة لعلاقة الأفراد بوسائل الإعلام فإنه يتحدد بحاجاتهم لفهم أنفسهم و بيئاتهم الإجتماعية، فهم يستخدمون هذا الفهم لتوجيه أعمالهم و فقا لعلاقاتهم المتبادلة مع الآخرين، كما تعتبر التسلية هدفا جوهريا موازيا لأهداف الفهم و التوجيه، فالتسلية هي سمة لكل المجتمعات، فهي أكثر من مجرد وسيلة للهروب أو التخلص من التوتر، إذ تعد عامل لكي نصبح إجتماعيين و نتعلم الأدوار والقواعد والقيم بالتسلية مع الآخرين. و تبدأ هذه العلاقة بإنقاء الفرد لمحتوى معين من وسائل الإعلام، و يتوقع أن التعرض يساعده على إختيار هدف أو أكثر من الفهم والتوجيه و التسلية و تعتمد التوقعات على¹ تجارب و خبرات سابقة، تحادث مع أصدقاء أو زملاء عمل، إشارات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام، و تختلف شدة إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام بإختلاف:

- الأهداف الشخصية.
- الوضع الشخصي و الإجتماعي.
- التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية.
- سهولة الوصول إلى المحتويات.

وتعكس هذه الأهداف متغيرات في بيئة الأفراد، فكلما كانت هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد، يزداد إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام، إذ أن

¹ - المرجع السابق، ص 207.

الوصول إلى مصادر المعلومات غالبا ما يكون ضروريا لحل الغموض، وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل، ثم الإشتراك والمساهمة النشطة في تنسيق المعلومات، فالأشخاص الذين أُثيروا إدراكيا وعاطفيا سوف يشتركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض لوسائل الإعلام. والأفراد اللذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام، وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية و المواقف، المعرفية، والقيم، أكثر من الآثار الوجدانية¹.

ويمكن تلخيص العلاقات بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية والجماهير بتدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الإجتماعية التي تحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات إعتماذ متبادلة بين هذه النظم الإجتماعية ووسائل الإعلام. ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم و التقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية. و تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة، و تشمل هذه الفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على إستقراره من خلال الإجماع والسيطرة و التكيف الإجتماعي. وقد تؤثر عناصر الثقافة والبناء الإجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجابا أو سلبا، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف، الموارد، التنظيم، البناء، العلاقات المتبادلة. وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد وسائل الإعلام المتاحة، مع درجة مركزيتها. كما تؤثر عناصر الثقافة و بناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية، الفئات

¹ - ميلفين ديفلير، ساندرا بول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1993، ص 417/427

الإجتماعية، العلاقات الإجتماعية، و يعمل النظام الإجتماعي أيضا على خلق حاجات الأفراد مثل الحاجة إلى الفهم و التوجيه والتسلية.

المبحث الثاني: الإقناع.

يشكل الإقناع ركيزة مهمة من ركائز العمل الإعلامي الذي يهدف إلى التأثير في تكوين الرأي العام وتغيير المعتقد، الموقف والسلوك، ولدراسة المواقف أهمية بالغة لما يعتقد من وجود علاقة قوية بين كل من المعتقد، الموقف و السلوك، يعد الموقف تلخيص لمجموعة واسعة من المعتقدات، التي إذا إستطعنا تغييرها إتجاه قضية معينة أو تنظيم أو شخص محدد فإننا نستطيع تغيير المواقف و السلوكيات¹ لتصبُ إلى الأهداف التي رسمناها. ومعرفة الأساليب و الطرق التي تؤدي إلى الإقناع ضرورية لكل العاملين في الحقول الإعلامية، السياسية، الإجتماعية، الدينية و الإعلانية و التسويقية وغيرها ممن يقصدون إستمالة الجماهير و إستقطابها.

المطلب الاول: إستراتيجيات الإقناع.

يرتبط محتوى الرسالة بالقدرة على الإقناع فقد كان أفلاطون يعرف البلاغة بأنها كسب عقول الناس بالكلمات، و يرى أرسطو البلاغة بأنها القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها. وعليه يظهر أن فكرة الإقناع قديمة قدم المجتمعات الإنسانية، حيث كان علم البيان أو الفصاحة يستخدم للإشارة إلى فن إستخدام اللغة للتأثير في أفكار الآخرين². غير أننا نركز تحليلنا على الإستخدام المتعمد لوسائل الإتصال الجماهيرية للتأثير على الأفراد، و عليه فإن الإقناع في السياق الحالي، يشير إلى إستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمدا لإستنباط سلوكيات معينة من جانب جماهير القراء، المستمعين، المشاهدين. لذلك يعتبر التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف.

¹ - علي رزق، نظريات في اساليب الإقناع، دراسة مقارنة، ط1، دار الصفوة، بيروت، 1994، ص11.

² - حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي، نظريات الإعلام، بدون بلد النشر، 2008، ص 319.

عرض ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيش ثلاث إستراتيجيات نظرية للإقناع، يخاطب كل منها نفس المتغير التابع وهو السلوك العلني، لمتغيرات مستقلة هي:

الإستراتيجية السيكودينامية: تم إدماج الإقتراحات الأساسية لعلم النفس في إطار تعبير المؤثر و الإستجابة عند الفرد، و يشير هذا التعبير إلى نتيجة عامة لأحداث نفسية، أو وجود مؤثرات نفسية و إدراكية تؤدي إلى السلوك، وذلك من خلال ما يلي¹:

- إن المؤثرات تُستقبل بواسطة الأحاسيس من المحيط الخارجي.
- تحدد خصائص الكائنات البشرية نوع الإستجابة المحتملة.
- يتبع ذلك بعض أشكال السلوك.
- و عليه يمكننا الإفتراض بأن العوامل الوسيطة بين المؤثر و الإستجابة تشمل ما يلي:
- مجموعة من الخصائص البيولوجية أو الموروثة للبشر.
- مجموعة أخرى من العوامل البيولوجية جزئياً، و المكتسبة جزئياً مثل: الحالات و الظروف الإنفعالية.
- مجموعة من العوامل المكتسبة التي تم تعلمها لتنظيم البناء الإدراكي للفرد، إذ هناك مؤثرات تتحكم فيها مجموعة من المتغيرات الوسيطة أو الطارئة أو الفرد في التعبير، و هي بناء معقد من مكونات بيولوجية، عاطفية، إدراكية، من الشخصية التي تعطي إتجاها إلى الإستجابة أو السلوك. ومن بين هذه الأنواع الثلاثة لا بد أن تركز إستراتيجيات الإقناع إما على عوامل عاطفية أو على عوامل إدراكية إذ من المستحيل تعديل العوامل البيولوجية الموروثة مثل: (الطول - الوزن - العنصر - النوع)، تنقل الرسائل إلى الجماهير ومن

¹ - المرجع السابق، ص 320 و ما تلاها .

الممكن إستخدامها لإثارة حالة إنفعالية كالغضب والخوف والتي يمكن أن تكون مهمة عندئذ في تكوين الإستجابة. وتسعى الإستراتيجية السيكودينامية إلى ربط الإثارة الإنفعالية بأشكال معينة من السلوك وذلك من خلال التأثير في العوامل الإدراكية لتحقيق الإفتراضات التالية :

إن العوامل الإدراكية مكتسبة من عملية التنشئة الإجتماعية فهي أهداف أولى لحمات تحاول الترويج لتعليم جديد بحيث يتم تعديلها بوسائل يرغب فيها رجل الإعلام، حيث أن العوامل الإدراكية هي مؤثرات على السلوك الإنساني فإذا كان من الممكن تغيير العوامل الإدراكية فسوف يتسنى عندئذ تغيير السلوك. إن الإعتقاد بأن السلوك الإنساني يتخذ إتجاها معيناً بواسطة عمليات داخلية ذاتية هو إعتقاد راسخ إلى حد كبير فمن بين العمليات الداخلية التي يقال أنها العوامل المحددة للسلوك توجد مجموعة خصبة من المفاهيم: الإحتياجات والدوافع والمعتقدات والمصالح وأسباب القلق والمخاوف والقيم والآراء والمواقف بالإضافة إلى عشرات المفاهيم الأخرى. وثمة مثال جيد لحالة نفسية داخلية مكتسبة يقال أنها تؤثر على السلوك في التنافر الإدراكي ووفقاً لما يقوله "ليون فيستنجر" إذا لاحظنا تقلبات في معتقداتنا أو سلوكنا فسوف يصيبنا إحساس قوي بالقلق "التنافر الإدراكي" ويعمل هذا كدافع لتغيير ما نفعله حتى نستعيد التوازن. فعلى سبيل المثال: إذا طلب منا أحد الأصدقاء المساعدة في الغش في إمتحان ما وإذا إعتقدنا أن مثل هذا الغش خطأ فإننا سوف نوضع في حالة "تنافر إدراكي" ولكي نقلل من هذا القلق علينا أن نعمل شيئاً ما سيكون أماناً ثلاثة بدائل في هذه الحالة: إما أن نرفض طلب صديقنا لنا، أو نقنعه بالتخلي عن خطة الغش، أو نغير معتقداتنا بأن الغش خطأ. والواقع أن أيّاً من هذه البدائل سوف يقلل التنافر، وسوف يتوقف التغيير الذي نختاره على مدى تقديرنا للصدقة أو مدى قوة شعورنا تجاه الغش وعلى أي حال فإن التنافر

_هو حالة نفسية داخلية _ يعمل كدافع لكي نغير من معتقداتنا أو سلوكنا. وتعتبر الحاجات والدوافع من المفاهيم المهمة في فهم الإقناع، فالحاجة أساسا هي حالة حرمان فالكائن الحي يحرم من بعض المواد الضرورية كالطعام أو الماء اللازمين للعمل بشكل كاف، أو قد يكون نشاطا كالجنس أو الرياضة التي يتطلبها الجسم لمواصلة أنشطته العادية. وتسبب حالة الحرمان إثارة للطاقة للحصول على ما يشبع الحاجة. إن حالة الإثارة هذه هي الدافع، ومن المعلوم أن بعض الحاجات هي نتاج لطبيعتنا البيولوجية كالطعام والشراب والجنس وبعضها الآخر نتاج للتعلم في بيئة إجتماعية. وقد ناقش علماء النفس قائمة طويلة من الحاجات المكتسبة مثل الحاجة للإنجاز والإنساب لأسرة أو جماعة وممارسة السلطة والتوافق الإجتماعي وكفالة الرعاية والمشاركة في اللعب، وهي مجرد أمثلة قليلة وكل هذه الحاجات قابلة للإقناع على إفتراض أنه من الممكن تعديلها. وبينما تعتبر المفاهيم المشار إليها أنفا مهمة فإن العامل النفسي الداخلي الذي تجري مناقشته في أغلب الأحيان هو الموقف أو وجهة النظر التي يتبناها الفرد، فقد كان هناك إقتناع عميق بأن أنواعا عديدة من السلوك ترتبط مباشرة بمواقف الفرد، وكان المفترض أنه إذا عرف المرء موقف شخص ما إتجاه موضوع معين أو فئة من الناس أو مسألة ما فإنه من الممكن التنبؤ بالسلوك العلني لهذا الفرد حيال هذا الموقف. ومن ثم فإن الإتجاه السيكو ديناميكي للإقناع يؤكد على القوى الداخلية للفرد من تكوين السلوك وذلك بإعتبار البناء الداخلي للنفس البشرية هو نتاج التعليم وهذا التأكيد هو الذي يجعل من الممكن إستخدام وسائل الإتصال الجماهيرية لتعديل هذا البناء بحيث يغير السلوك. إن جوهر الإستراتيجية السيكو ديناميكية هو إستخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد لكي يستجيبوا لهدف القائم بالإتصال أي أن مفتاح الإقناع يكمن في تعليم

جديد من خلال معلومات يقدمها القائم بالإتصال لكي يغير البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف. " الإحتياجات- المخاوف- التصرفات" مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه. ومن المشكلات المزعجة بشأن هذه الإستراتيجية أنه لا يبدو أنها تعمل بشكل ثابت ولا يدري أحد لماذا؟ و إن كانت تبدو منطقية للغاية ويفترض الإدراك السليم أن هذه الطريقة التي ينبغي أن تستخدمها وسائل الإعلام لتحقيق الإقناع على الرغم من قلة الأدلة المؤيدة لها. ويرى "جيرالد ميللر" أنه على الرغم من الشعبية الدائمة للإستراتيجية الإدراكية فإن الأدلة لا تؤيدها باعتبارها نهجا مشوقا لتحقيق تغيير سلوكي عن طريق الإقناع حيث يقول "لا يمكن أن نتوقع أن يتصرف الناس بطرق موصوفة لهم في روسته الإعلامية إذا لم يكونوا ميالين بصورة مناسبة نحو هذه الروشة". وإلى أن تظهر أدلة جديدة تدعم إستراتيجية السيكودينامية يجب أن يبقى هذا التفسير للإقناع باعتباره محاولة تجريبية.

الإستراتيجية الإجتماعية الثقافية:

بينما تقوم الإفتراضات الأساسية لعلم النفس على أن السلوك يمكن السيطرة عليه من قوى داخل الفرد فإن العلوم الإجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد. ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على التأثير القوي للثقافة على السلوك، كما يؤكد علم السياسة على هياكل الحكم وممارسة السلطة. أما علم الإجتماع فإنه يدرس تأثير النظام الإجتماعي على سلوك الجماعة وتضم كل هذه العلوم أساسا ما للنتبؤ بطبيعة العمل البشري. وقد لعبت تفسيرات السلوك البشري التي بحثت العوامل خارج الفرد دورا أصغر بكثير في وضع إستراتيجيات الإقناع مما فعلته الإستراتيجية الإدراكية التي تنظر إلى الداخل ومع ذلك، فإنها تضم أساسا خصبا تقوم عليه نظريات بديلة. وليس من العسير أن تظهر القدرة القوية

للتقافة في السيطرة على السلوك البشري، إذ أن المرء يستطيع بسهولة أن يشير إلى أمثلة من أعمال مبكرة من الصعب تفسيرها بعبارات أخرى، فـقانون "بوشيدو" الذي عُرس في نفوس العسكريين اليابانيين خلال الحرب العالمية الثانية، أدى إلى أن يقوم أفراد منهم بأعمال لم تكن القوات الأمريكية التي كانت تواجههم تستطيع أن تفهمها كلها فقد كان قادة الطائرات الإنتحارية-الكاميكازي-يخلقون بطائرات مثقلة بحمولات من القنابل وهم متلهفون للطيران وليس لديهم من الوقود إلا ما يكفي للوصول إلى أهدافهم وكانوا يعتمدون السقوط فوق السفن البحرية الأمريكية، ولم يكن هؤلاء الأشخاص مجانين، بل كانوا يتصرفون بشكل طبيعي للغاية في إطار متطلبات ثقافتهم. وحتى الجنود البريون كانوا يلقون بأنفسهم من فوق الصخور أو يبقرون بطونهم بالسكاكين لتفادي الوقوع في الأسر، ليس لأنهم يخافون معاملة الأسرى، وإنما هو عار الإستسلام للعدو، وهو شعور تم غرسه¹ بعمق بواسطة التنشئة الإجتماعية وفقا لمعتقدات "بوشيدو" التي تجعل الأسر أو الإستسلام شيئا فوق طاقة تحملهم، وكان الموت بأيديهم حلا مشرفا وبديلا مفضلا لديهم. ومن الممكن تجميع قائمة لا نهاية لها من أمثال هذه السلوكيات التي تتناقض كلية مع ما نعتقد أنه صواب، وسوف تشمل عادة "الساتي" في الهند التقليدية وهي واجب الزوجة الوفية بأن تلقي بنفسها على محرقة زوجها المتوفي، ومثل هذه العادات كانت طبيعية ومشرفة في إطار الجماعات التي تحدث فيها. وهكذا لا يوجد شك كبير في أن كلا من العوامل الإجتماعية والثقافية تكفل خطوطا توجيهية للسلوك البشري، ولهذا السبب، فإن مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تهين أساسا للإقناع مع إفتراض أنه يمكن للفرد تحديدها أو التحكم فيها². إن ما

¹ - حسن عماد الدين المكاوي، ليلي حسين السيد، نظريات الإتصال، مرجع سبق ذكره، ص 200 و ما تلاها.

² - المرجع السابق، ص 202.

تتطلبه إستراتيجية ثقافية إجتماعية فعالة هو أن تُحدد وسائل الإقناع الخاصة بالسلوك الإجتماعي، أو المتطلبات الثقافية للعمل الذي سوف يحكم الأنشطة التي يحاول رجل الإعلام أن يحققها. وقد أُستخدمت هذه الإستراتيجية طوال عقود عديدة في علم الإعلان لإعادة تكوين الأفكار تجاه منتج ما، وقد كان من الصور الكلاسيكية، الإعلان عن السجائر في أعقاب الحرب العالمية الأولى مباشرة ، عندما كان التدخين بالنسبة للنساء من الأمور المرفوضة إجتماعيا، وكان تخطيط حملة إعلامية لتشجيع النساء على التدخين مهمة صعبة، إذ كان من الصور الراسخة بين الجمهور على نطاق واسع أن النساء اللاتي يدخن يفقدن قيمهن الأخلاقية ومع ذلك، فقد أدرك المعلنون عن السجائر أن نصف السكان لا يدخنون، وأنهم إذا استطاعوا إعادة تعريف قواعد السلوك لجعل النساء يدخن، فإن مبيعاتهم سوف ترتفع إرتفاعا شديدا. ومع أن الأمر قد تطلب بعض الوقت، فإنهم نجحوا في ذلك بوضوح وكان بين الإعلانات الشهيرة في ذلك الحين منظر رجل أنيق وامرأة جميلة يجلسان على ضفة نهر تغمرها الحشائش، وهو ينفث دخان سيجارته بعيدا وعلى وجهه علامة رضا، بينما تميل المرأة نحوه في شوق قائلة "أنفت قليلا نحوي" وبعد فترة قصيرة فقط، بدأت الإعلانات تظهر فيها نساء يدخن السجائر، وأخذ التحول يمضي في طريقه. وعليه فإن إحدى الإستراتيجيات الراسخة، هي تصور التوقعات الإجتماعية التي سيحدث داخلها العمل، ومع تقديم تعريفات ثقافية لأي تصرف مناسب، والمهم هو أن تكفل الرسالة ظهور توافق جماعي في الرأي. أي أن التعريفات المعروضة يجب أن تلقى تأييدها من الجماعة المناسبة، وإن الفشل في أن تحذوا حذوهم سوف يمثل سلوكا شادا غير مقبول. في الأخير تستخدم هذه الإستراتيجية بكثرة في الحملات الإعلامية من خلال

تعيين شخصية معروفة جماهيريا أو أحد كبار المسؤولين لإثارة الحماس والتعاون من جانب المنظمات المختلفة و أفراد الجمهور .

إستراتيجية بناء المعنى:

النهج الثالث للإقناع يكفله التأثير في المعاني، أو بناء الصورة الذهنية الإيجابية وتستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية في إنشاء ودعم الصورة الذهنية من خلال مصادر غير محدودة للمعلومات المتنافسة، التي تصوغ أو تعدل المعاني التي أُخبرها الناس عن كل شيء من المنتجات التجارية إلى الشؤون السياسية. كان إفتراض أن المعرفة تكوّن الفعل، هو أول مبدأ أساسي لما نسميه الآن علم السلوك، و إكتشف علماء الإجتماع أن مفاهيمنا الداخلية (المعرفة) عن النظام الإجتماعي تزودنا بتعريفات للمواقف، فإذا إعتقدنا أن موقفا ما حقيقي فإننا سوف نتصرف وكأنه حقيقي، وكذلك أعاد علماء النفس إكتشاف المبدأ القديم بمفهومهم عن "الخطة لمعاني الواقع" Schemata، والتأثير القوي لبناء المعاني على السلوك البشري. ثم أدمج علماء الإتصال هذا المبدأ القديم في صياغتهم لتفسير تأثير وسائل الإعلام على السلوك البشري، فوسائل الإعلام تكون "الصور في رؤوسنا" و"تتمي" معتقداتنا عن العالم الحقيقي، وتؤثر في سلوكنا، كما أنها تنشئ، وتوسع، وتغير، وتثبت المعاني لكلمات في لغتنا، وتؤثر هذه التعديلات للمعاني في إستجابتنا للموضوعات المختلفة. وإذا إفترضنا أن وسائل الإعلام يمكن أن تعدل المعاني وتؤثر على السلوك بدون قصد، فإن هناك أسسا كافية للإعتماد على إستراتيجية بناء المعاني بغرض تغيير السلوك عن قصد، فالمعلومات التي تنقل إلى الجماهير يجب أن تكون فعالة. وفي حين أن إستراتيجية بناء المعاني تعد تعبيراً جديداً، فإن النهج ذاته له أصوله القديمة، ومن الأمثلة الجيدة عن مدى الأهمية التي كانت لهذه الإستراتيجية في الماضي، يمكن رؤيتها في تغيير كبير حدث في الإعلان عن

السيارات في منتصف العشرينيات، حيث كانت صور الإعلانات تؤكد على المزايا الميكانيكية الموثوق بها، الأمانة، والتوفير، والمتانة، ثم جاء إدوارد جوردان مؤسس شركة سيارات جوردان، وإنتهج إستراتيجية جديدة تعتمد على إظهار سيارة تعلق وسط رسم رومانسي كبير، تبدو فيه امرأة حسناء فوق صهوة جواد قوي وذلك للربط بين إقتناء السيارة والرومانسية والجمال والمرح بلا حدود¹.

المطلب الثاني: القيم كمدخل للإقناع.

تعمل المؤسسات الإعلامية من خلال نظام إجتماعي، و تؤثر في آدائها مجموعة من العوامل: كمعايير المجتمع و قيمه و تقاليده، والمعايير ذاتية التي تشمل عوامل التنشئة الإجتماعية و التعليم، الإتجاهات، الميول، الإلتماءات و الجماعات المرجعية. إضافة إلى المعايير المهنية و تشمل سياسية الوسيلة الإعلامية و مصادر الأخبار المتاحة، و علاقات العمل و ضغوطه، و معايير الجمهور. يرى الباحث "وارين بريد" ² Warren Breed، أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالإتصال على تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، و ليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي، و لكن القائم بالإتصال يغفل تقديم عرض الأحداث إحساساً منه بالمسؤولية الإجتماعية و للحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية، فقد تُضحى وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، و ذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع و تقاليده، كما تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع، مثل الرأسمالية، الولاء للوطن، إحترام رجال الدين، القضاة،

¹ - المرجع السابق، ص 207.

² - حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الراي العام، القاهرة، 2007، ص 299.

المجتمعات المحلية، توقيير كبار السن، القادة، الأمهات، رجال القوات المسلحة، و غالبا ما تتجنب وسائل الإعلام إنتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع. كما نجد أن الإهتمام تزايد بالقيم كآلية للإقناع في البحوث و الدراسات التي تناولت السلوك الإستهلاكي للأفراد، حيث وجدت عدة دراسات لتفسير سلوك المستهلك، و معرفة الطريقة التي تؤثر بها القيم في تحديد الإختيار، على إعتبار أن أي رسالة إعلامية ما هي إلا إنعكاس لنظام قيمي و مواقف ذهنية و جمالية في أي مجتمع من المجتمعات في الوقت الذي تعد القيم نتاجا لظروف ثقافية، و من صنع البيئة الإجتماعية و تعبير عنها. توصل كارمن إلى أن القيم ترتبط بصفة مباشرة بنمط حياة الفرد، فيما توصل "لامونت" و "فينسون" و "سكون" أن للقيم دورا نشطا و متزايدا في عملية إتخاذ المستهلك للقرارات الشرائية، كما يساعد فهم القيم الأساسية للمستهلكين أو الجمهور و ربطها بالمنتجات أو الرسائل الإعلامية على خلق فرص تسويقية جديدة، و عليه يجادل منظرو الخصائص النفسية انه يمكن أن تكون الصورة النفسية للجمهور أكثر أهمية من العوامل الديمغرافية" العمر، المستوى، الدخل"¹ إذن فللقيم من الأهمية مكان عند و ضع إستراتيجيات الإقناع في الرسائل الإعلانية و ذلك لعدة أسباب هي²:

- أنها تقدم مؤشرات إيجابية عن المنتجات والخدمات التي سيتم تقديمها.
- تقترح منتجات جديدة يمكن أن تجذب المستهلكين.
- تساعد رجال الإشهار على وضع البرامج الإشهارية، حيث تشير إلى الأنشطة و المواقف التي يمكن إستخدامها.

¹ - ارثر اسا بيرغر، تر: صالح خليل ابو اصبع، وسائل الإعلام و المجتمع وجهة نظر نقدية، عالم المعرفة، الكويت، مارس 2012، ص 79.

² - طلعت اسعد، التسويق الفعال، كيف تواجه تحديات القرن 21، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2000، ص 120.

أعد "كاهل" Lynn Kahle، قائمة للقيم تتكون من ثمانية قيم أساسية: إحترام النفس، الأمن، العلاقات الدافئة مع الآخرين، الشعور بالإنجاز، تحقيق الذات، الإحترام من الآخرين، الإحساس بالإنتماء، اللهو و المتعة و الإثارة.

وإستخدمها "كاهل" للمقارنة بين القيم المستخدمة في الإشهار في كل من الدانمارك، و غرب ألمانيا و الولايات المتحدة الأمريكية، و تأثيرها على قيم الطلبة و آبائهم، و إتضح من خلال الدراسة إن قيم: المرح، المتعة، الإنجاز كانت أهم القيم لدى الأبناء في هذه الدول، بينما إختار الآباء قيمة الأمن كأهم قيمة لديهم. و توصل "كاهل" إلى إعتبار القيم كمتغير مساعد على فهم إختيارات المستهلكين، فنجد أن المستهلكين الذين تتوفر لديه قيمة المتعة و الترفيه يرغبون و يبحثون في الرسائل الإشهارية عن إستخدام ماركة محددة مثلا من القهوة لمذاقها المنعش، بينما نجد أن المستهلكين الذين تتوفر لديهم قيمة الأحساس بالإنجاز يرغبون عن الرسائل التي تقدم لهم ماركة محددة من القهوة لزيادة قدرتهم على الإنتاج، بينما المستهلكين الذين تتوفر لديهم قيمة العلاقات الدافئة مع الآخرين، يرغبون في إستخدام ماركة من القهوة ك مجال من مجالات المشاركة الإجتماعية، و عليه فالأفراد الذين يلتزمون بهذه القيم يعتبرون سوقا هاما و مستهدفا عند الإشهار، حيث يعتبرون مصدرا للتأثير و التأييد الإجتماعي. أما الأفراد الذين تتوفر لديهم قيمة الإنجاز فهم يستخدمون المنتجات التي تعتبر رموزا لمكانتهم مثل السيارات و الأثاث¹. كما وجدت بعض الدراسات التي قامت بتصنيف الجمهور إستنادا إلى القيم الشخصية التي تحكم سلوكياتهم، حيث وضع "ارنولد ميشيل" أحد الباحثين بمركز البحوث بجامعة ستانفورد الأمريكية (S R I) الذي تستخدمه العديد من الوكالات الإشهارية يطلق على هذا الشكل من الأشكال التجزئة "نظام القيم وأسلوب

¹سلوى العوادلي، ص 46/45.

الحياة "value and lifestyle system" ويرمز له إختصاراً بـ VALS إذ قام مركز البحوث بجامعة ستانفورد الأمريكية بوضع فالس 1 سنة 1970 وتقديمه عام 1978 وهو محاول رائدة لوصف كيف تشكل القيم الشخصية للمستهلكين في أمريكا قراراتهم الشرائية وفي أواخر عام 1981 قام المركز بدراسات أخرى تم على أساسها تعديل نموذج فالس 1 وتقديم فالس 2 وذلك عام 1989 أين يصف نظام فالس 1 ثلاثة أشكال أساسية من المستهلكين ولكل شكل قيمه الشخصية التي توجهه وهي:

الذين تقودهم إحتياجاتهم وتضم: هؤلاء المستهلكون مقيدون بالمال و يجدون صعوبة في توفير إحتياجاتهم الأساسية. و ينقسمون إلى:
الناجون: الفقراء ، كبار السن و البعيدون عن الثقافة السائدة.
الذين يقاسون: الشباب، الحرفيون، و الذين هم على حافة الفقر، و لكنهم يريدون المضي قدما في العالم.

الذين يتوجهون من الخارج:

وتضم (المنتمون، المقلدون، المنجزون)

المنتمون: محافظون تقليديون في أذواقهم، عاطفيون، يحنون إلى الماضي

و لا يميلون نحو التجربة.

المحاكون: منتقلون شكل كبير، واعون بأوضاعهم، تنافسيون، و لا يتقون في المؤسسة، إنهم يريدون تحقيق نجاحات كبيرة.

المنجزون: قادة المجتمع الذين نجحوا في عالم المهنية، في مجال الأعمال الخيرية، و الحكومة لديهم مراكزهم، شهرتهم، و قيمهم المادية.

الذين يوجهون من الداخل:

يميل هؤلاء المستهلكون إلى شراء المنتجات لتلبية حاجاتهم الداخلية بدلا

من التفكير في آراء الآخرين وتضم :

المعتدون: شباب، نرجسيون، إستعراضيون، مبتكرون، و فرديون بشدة.
التجريبيون: هم نسخة أقدم من المعتدين، مهتمون بالنمو الداخلي و المذهب الطبيعي¹.

الأفراد الواعون مجتمعيًا:

المؤمنون في المعيشة البسيطة المتواضعة والمؤيدون لقضايا مثل حماية البيئة، النزعة الإستهلاكية، التنمية المستدامة.

المندمجون: و هي فئة فرعية أخيرة، تتميز بالنضج النفسي، التسامح، الثقة، وفلسفة تحقيق الذات. هؤلاء الناس يميلون إلى تجاهل الإعلانات، حيث أن عدد قليل من الإعلانات يستميلهم. إذن تختلف شرائح الجمهور عن بعضها البعض على أساس القيم و المعتقدات.

أما فالس 2 فقد قدم ثمانية أشكال من المستهلكين وهو:

محققو الذات - الناضجون - المنجزون - المجربون - الإعتقاديون - المناضلون الحرفيون - المكافحون.

يعتبر نموذج فالس(1) و(2) دراسة المستهلكين ومعرفة قيمهم عنصرا هاما عند تصميم الرسائل الإشهارية، حيث أنها تساعد على إختيار الإستمالات الإشهارية الملائمة لكل فئة، كما يعتبر نظام فالس وسيلة يمكن من خلالها ربط خصائص المستهلك بأنماط شراء المنتجات المختلفة التي تربط بذات المستهلك "ego Consumer" وبالتالي الوصول إلى التأثير في قرارات المستهلكين الشرائية فعلى سبيل المثال نجد أن الأفراد الذين يولون للمتعة كقيمة أهمية يستجيبون أكثر للإشهارات التي تركز على روح المرح والشباب مثل إشهارات المشروبات الغازية. كما أن إستعمال الإشهار للقيم هو في الحقيقة تجسيد لفكرة أن القيم ما هي إلا إنعكاس للأسلوب الذي يفكر

¹ Naturalisme : يرى اتباع المذهب الطبيعي ان قوانين الطبيعة هي التي تحكم بنية و سلوك الكون.-

الأشخاص به في نطاق ثقافة معينة وفي فترة زمنية معينة، كما أنها تساعد على توجيه سلوك الأفراد وأحكامهم في ضوء ما يضعه المجتمع من قواعد ومعايير وقد لا تتجاوز الأهداف المباشرة للسلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة فهي على حد تعبير "روكيش" إحدى المؤشرات الهامة لنوعية الحياة. فلكي نقول أن الشخص لديه قيمة معينة يعني أن لديه معتقدا ثابتا نسبيا يمثل تفضيلا وهذا ما يفسر ذلك الربط الذي تقوم به الرسائل الإشهارية عند الحديث عن المنتجات وربطها بالقيم حيث أن هذا الربط يجعل من المستهلكين يسعون إلى التفضيل وإقتناء السلع والخدمات لأنها تحمل رموزا حضارية فهم يفتنون رموزا مرتبطة بقيم إقتناء المنتج في حد ذاته وبذلك فهم يفضلون من خلال المنتج شكلا من أشكال السلوك أو هدفا من أهداف الحياة، فبمجرد أن يتمثل الشخص القيمة في المنتج وتصبح بصورة شعورية أو غير شعورية معيارا أو محكما لتوجيه السلوك والإتجاهات وإستمرارها نحو الموضوعات والمواقف المرتبطة بها والمقدمة في الرسالة الإشهارية. إذن معرفة قيم الناس تمكن المسوقين والإعلاميين من معرفة الكثير عن الجمهور وأذواق أفرادهم وتفضيلاتهم في مختلف المجالات¹.

المطلب الثالث: التغير الإجتماعي و التغير الثقافي.

يعد التغير سمة من سمات الكون، يمس جوانب الحياة المادية والمعنوية، و يمس الأفراد والجماعات و المجتمعات، يمس القيم، العادات والثقافات، و يرتبط بالتحضر، التنمية، التقدم و النمو، التكنولوجيا و الإعلام، أسلوب الحكم كما يمس التنشئة الإجتماعية و طريقة الحياة. و التغير الإجتماعي هو التغيرات التي تحدث في التنظيم الإجتماعي، أي في بناء المجتمع و وظائف

1 - ارثر اسا بيرغر، ت خليل ابو اصبع، مرجع سابق، ص 80.

هذا البناء المتعددة و المختلفة¹، و قد يمس هذا التغيير القيم الإجتماعية فيساهم هذا التغيير في تغير مضمون الأدوار و التفاعل الإجتماعي.

و يؤكد تالكوت بارسونز على إمكانية تعدد مصادر التغير الإجتماعي، بمعنى أن التغير قد ينبثق من أي من أجزاء النسق الإجتماعي، و يستند تأكيد هذه المقولة إلى فهم معنى علاقات التساند، التي تعني أنه لا يمكن لأجزاء معينة في النسق الإجتماعي أن تصبح مصادر مستقلة لإثارة التغير الإجتماعي²، و بذلك يشكل النسق الإجتماعي في علاقته بالأنساق المحيطة نسق الفعل الإجتماعي كإطار عام و شامل، إذ يعتبر النسق الإجتماعي حلقة في سلسلة الأنساق المحيطة كالنسق الثقافي و القيم ، نسق الشخصية، و البيئة الفيزيقية، و إرتباطا بذلك لابد أن نؤكد على أن لكل نسق من الأنساق حدوده التي تفصل بينه و بين الأنساق المجاورة. و من وجهة بارسونز فإن نسق الثقافة و القيم هو الذي يمتلك إمكانية الضبط و السيطرة بالنسبة لنسق الفعل الإجتماعي وذلك من خلال بعدين أساسيين:

أولاً: من خلال القواعد المعيارية (المعايير و التقاليد، الأعراف، العادات و القانون) التي تتولى تنظيم التفاعل داخل النسق الإجتماعي. أما الثاني فيؤدي فاعليته من خلال إستيعاب الأفراد لمكون الثقافة و القيم السائدة في المجتمع عن طريق عمليات التنشئة الإجتماعية- و التي تؤدي وسائل الإعلام دورا فيها- حيث تصبح الثقافة عنصرا مكونا في البناء الدافعي لبناء الشخصية؛ يعني ذلك أن التغير في الثقافة يؤدي إلى تغير في نسق الشخصية والنسق الإجتماعي و العكس ليس صحيحا بالضرورة. إذ أن أي تغير يحدث لا بد أن

¹ - محمد عاطف غيث، التغير الإجتماعي و التخطيط، ط2، دار المعارف، القاهرة، 1996، ص 25.

² - علي محمود ليلة، محمد محمود الجوهري، علياء علي شكري، التغير الإجتماعي و التغير الثقافي، ط1، 2010، دار الميسرة للنشر و التوزيع، الاردن، ص 125.

يظل خاضعا لقيم الأنساق الإجتماعية المسيطرة و التي تعتبر أعلى مكونات البناء من حيث فاعليتها، في حين قد تتغير الأساليب التي تطبق من خلالها القيم، بل أن الوحدات الإجتماعية التي تعمل فيها هذه الأساليب قد تتغير أيضا، و يؤكد بارسونز أن نمط القيم ثابت لا يتغير بالرغم من حدوث تباين في بناء النسق و عليه فإن تغير بناء النسق لا بد أن يتوافق مع الإلتزامات القيمية الأساسية في ظل سيطرة نسق الثقافة¹. الذي يفتح لنفسه نافذة من خلال وسائل الإعلام التي توفر الأفكار والصور يوظفها الناس في فهم وتأويل قدر كبير من تجربتهم اليومية، وتميل وسائل الإعلام إلى توكيد القيم المشتركة ورموز التماثل بالإضافة إلى التشديد على القواعد التي يعمل في ظلها النظام الإجتماعي²، فهي تبني الواقع بكيفية تضيي الشرعية على البناء الإجتماعي، والتغيرات التكنولوجية التي مست وسائل الإعلام أثرت بطريقة متعدية في حدوث تغيرات إجتماعية متسارعة في القيم، المعايير، المؤسسات والعلاقات الإجتماعية³.

¹ - المرجع السابق، ص 130.

² - عزي عبد الرحمن، سعيد بومعيزة، الإعلام و المجتمع، مرجع سابق، ص 365.

³ - ماجد الزيود، الشباب و القيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الاردن، 2006، ص 75.

الفصل الرابع:
المنظومة الإعلامية والظروف
السياسية في الجزائر.

رغم الأهمية الكبرى الذي يحظى بها تاريخ الإعلام في الجزائر إلا أننا إرتبنا حصر هذا التاريخ في مرحلة ما بعد الإستقلال و مرحلة التي شهدت تغيرات في المنظومة الإعلامية مع الإشارة إلى أن هذه التغيرات مست الصحافة المكتوبة فقط. دون مؤسسات الإذاعة و التلفزيون التي بقيت حkra على السلطة حتى صدور القانون العضوي سنة 2012. أين فتح مجال السمعي البصري .

كانت الصحافة المكتوبة رهينة الأوضاع السياسية و تقلباتها، فعشية الإستقلال ورثت الجزائر وضعية سلبية جدا سواء على المستوى الإقتصادي حيث الخراب و غياب قاعدة إنتاجية أو على المستوى الإجتماعي حيث مخلفات الحرب من يتامى وأرامل...الخ على المستوى الثقافي حيث إرتفاع نسبة الأمية و غياب للإطارات و الهياكل. أما المستوى السياسي فلم يلبث الشعب الجزائري أن إستمتع بحلاوة الإستقلال، حتى إندلع صراع حاد على السلطة بين مختلف الأقطاب المشكلة لحزب جبهة التحرير الوطني¹. و كان ذلك واضحا منذ مؤتمر الصومام 20 أغسطس 1956، وفي مؤتمر طرابلس عام 1962. وكان يجب إنتظار مؤتمر الجبهة لسنة 1964، حيث تقرر النموذج الإشتراكي للتنمية. عموما فإن الخطوط التي كانت تسير عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر بقيت نفسها بعد الإستقلال. و بقي إشكال الوسائل و الإمكانيات المادية و البشرية مطروحا، إذ إن من نتائج الثورة الجزائرية في ميدان الإعلام هو العجز المسجل في الإطارات الإعلامية سواء من حيث الكم أو الكيف، فجل الصحفيين آنذاك كانوا مناظرين سواء قبل الثورة أو خلالها و البعض منهم و هم قليل قد تم تكوينهم في الخارج خاصة

¹ - يوسف تمار، الإتصال و الإعلام السياسي، الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام و الجمهور، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 54.

فرنسا أو البلدان العربية¹. هذا العجز عرقل إيجاد سياسة إعلامية لطموحات الشعب و التي تختلف بالضرورة عن طموحات و مطالب أبناء ثورة التحرير². بعد حصول الجزائر على الإستقلال في 5 جويلية 1962 ظهرت عدة صحف تعكس مختلف الإتجاهات السياسية. ففي الفترة ما بين جويلية و نوفمبر 1962 إستقدمت جبهة التحرير الوطني صحيفة "المجاهد" التي كانت تصدر بتونس إلى الجزائر و عادت صحيفة Alger Republican، ذات النزعة الشيوعية الموقوفة سنة 1955، إلى الظهور و حزب الشعب الجزائري بإصدار صحيفته رغم أنها لم تدم طويلا.³ ففي أوت 1963 أعلن البرلمان الذي يمثل نوابه جبهة التحرير الوطني الدولة ذات نظام الحزب الواحد و كنتيجة لذلك فقدت الصحافة تنوعها. و عليه تميزت هذه الفترة من 1962 إلى 1965 ب:

- ✓ إنشاء صحف يومية جديدة تابعة للدولة مثل الشعب في سنة 1962 الجزائر، والجمهورية في وهران و النصر في قسنطينة 1963، و الجزائر هذا المساء سنة 1964.

✓ تأميم الصحافة الاستعمارية.

✓ مراقبة الصحافة الوطنية.

¹ - Lahouari sayah .Les moyens d'information et le développement national en Algérie, Paris :

Mémoire de l'institut français de presse, université de paris, 1969, p 35.

² - صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية و الممارسة 79 - 1990، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، ص 129.

³ - عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام و المجتمع، دار الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ص 44.

المبحث الاول: التجربة الإعلامية في الجزائر من الحزب الواحد إلى التعددية

المطلب الاول: مرحلة الأحادية الحزبية.

بدأت هذه المرحلة في النصف الثاني من عام 1965 وافرزت وضعا جديدا في طبيعة العلاقة بين الصحافة المكتوبة والسلطة السياسية، فمع بداية حكم الرئيس بومدين بدأت الدولة تقوي مؤسساتها واستعادت هيمنتها على القطاعات الكبرى للبلاد. ففي المجال الإعلامي اسندت مهام صياغة السياسة الإعلامية إلى وزارة الإعلام التي هيمنت على كل وسائل الإعلام مع الغاء المديرية العامة للصحافة المكتوبة في اكتوبر 1965 وبناءا عليه تحولت وزارة الإعلام إلى مؤسسة قوية في خدمة السلطة السياسية القائمة واصحبت منبرا للتوجيه السياسي والاجتماعي بواسطة وسائل الإعلام الجماهيرية لاسيما القطاع السمعي البصري الذي حضي بعناية كبيرة من طرف السلطة وبعود ذلك لعدة أسباب:

- الهيمنة الكاملة على مؤسسة التيلفزيون والراديو من طرف السلطة .
- طبيعة هذه الوسائل التي كانت من أحسن القنوات في تواصل الحكومة بالشعب الذي كان يعاني من الأمية .
- ضعف حركية الصحافة المكتوبة بضعف الإحتراف الصحفي عند الكثير ممن كانوا يشغلون مناصب إعلامية آنذاك .¹

لم تكن الصحافة المكتوبة من ضمن إهتمامات السلطة السياسية على الأقل في بداية حكم الرئيس بومدين الذي ركزت سياسته الإعلامية على تنمية القطاع السمعي البصري لإستعماله منبر للدعاية السياسية وإعتبرها الوسيلة

¹ - يوسف تمار، الإتصال والإعلام السياسي، الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام والجمهور، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012 ص 57 .

التي تنتشر عبرها أفكار الثورة وقد جاء في أحد خطاباته: "الصحفي ليس موظفا بسيطا ولكنه مسؤول حقيقي... يجب على صحافتنا أن تتبنى الأفكار التي تقودنا ويجب عليها ان لا تكتفي بالموقف الوسط أو تتخذ موقفا معارضا.¹ رغم الإهتمام الضعيف الذي أولته السلطة السياسية لقطاع الصحافة المكتوبة ورغم تسيير العمل الإعلامي وتجنيد لخدمة الثورة ومبادئها الإيديولوجية، فإن هذه الصحافة المكتوبة شكلت منبرا للدعاية السياسية ووسيلة من وسائل التعبئة الجماهيرية الإستراتيجية الأكثر أهمية لدى صانع القرار آنذاك. فالحوادث التي وقعت في 19 جوان 1965، ادت إلى إختفاء جريدة " الجي ريبوبليكان" وهي اليومية الخاصة الوحيد التي لم يمسه التأميم كما توقفت صحيفة "لوبوبل" وتم تعويضها بجريدة "المجاهد" الناطقة باللغة الفرنسية والتي لاتزال إلى يومنا هذا و يعتبر إصدار جريدة المجاهد حدثا إعلاميا هاما لأن اللغة الفرنسية هي التي كانت آنذاك مسيطرة على الوضع الإعلامي والثقافي وأصبحت جريدة المجاهد تمثل الصحافة المكتوبة في الجزائر نظرا لحجم سحبها الذي بلغ سنة 1970 مائة ألف و تسع مئة نسخة. ولم يقع تغيير آخر بالنسبة للجرائد التي أسستها الحكومة الجزائرية مما يبرز جهود الحكومة المبذولة من أجل القضاء على الملكية الخاصة في الميدان الإعلامي.² تواصلت الجهود من طرف الحكومة الجديدة لتمتين الوضع الجديد وإقامة نظام إشتراكى للإعلام، و يتمثل هذا النظام في إلغاء الصحافة الخاصة وتوجيه الصحافة الحكومية و الحزبية لتصبح أداة تستعملها الدولة لتعزيز سياستها. تضخيم أعمالها الإيجابية و إخفاء الأعمال السلبية و تسترها. هتان النقطتان:

¹ - بن بوزة صالح، السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية والممارسة 1979-1990، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 16، ص31،

² - زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 130-131 .

إلغاء الملكية الخاصة و توجيه الصحافة المكتوبة تعتبران من القواعد الأساسية التي بني عليها النظام الإشتراكي للإعلام في الجزائر، أما فيما يخص التوجيه فقد أصبح سهلا بعد أن أصبحت جميع الصحف اليومية تابعة للحكومة. إن إقامة النظام الإشتراكي للصحافة في الجزائر لم يتم دون الإصطدام ببعض المشاكل الموضوعية منها مشكلة التوزيع ومشكلة الأمية و التعريب. فقد قامت الحكومة بإتخاذ قرار بتاريخ 19 أوت 1966 بإنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع وإعطائها صلاحية الإحتكار في ميدان توزيع الصحف دون طبعها أي أن توزيع الصحف ممنوع إذا لم يتم عن طريق هذه الشركة التي لا توزع إلا الصحف الحاصلة على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة¹. و بعد ذلك عمدت الحكومة إلى تأميم شركة "هاشت" التي كانت تتولى عملية توزيع الصحف في الجزائر². إضافة إلى إتخاذ إجراءات التعريب التي طرحت كمشكل سياسي يفرض تغيير سيطرة اللغة الفرنسية في الميدان الثقافي والإعلامي فكان لزاما إتخاذ بعض الإجراءات التي تتجاوب مع هذا الوضع الجديد، فعُربت أولا الجريدة المصورة في التلفزيون سنة 1970، ثم عربت جريدة النصر بقسنطينة 1972، كما تقرر تعريب الإشهار سنة 1974، وبعدها جريدة الجمهورية بوهان 1976³. وعموما فالسياسية الاعلانية المتبعة في هذه الفترة تميزت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد النظري أو الميداني اذ انه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الانشطة الإعلامية و يحدد الاطار العام لمهنة الإعلام، و هذا الفراغ القانوني

¹ - نصر الدين نواري، الصحافة و الارهاب في الجزائر، البيازوري للنشر و التوزيع، الاردن، 2015، ص 55.

² - عزي عبد الرحمن و اخرون، عالم الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 132.

³ - زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 133.

له انعكاساته السلبية على نشاط وسائل الإعلام و بالتالي اصبح الوضع الإعلامي يميل اكثر إلى الركود¹.

المطلب الثاني: من سنة 1979 إلى سنة 1988.

تعتبر المرحلة اللاحقة لوفاة الرئيس هواري بومدين اي منذ 1979 مرحلة الاهتمام بقطاع الإعلام بعدما شهد نوعا من الإهمال في المرحلة السابقة، والبدائية كانت بإنعقاد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني ما بين 21 و 27 جانفي 1979 إذ يعتبر منعرجا هاما في ميدان الإعلام حيث وافق المؤتمر و لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام بعدما تأكدت أهميته الكبرى في التنمية. وُضِعَ قطاع الإعلام بعد إنعقاد هذا المؤتمر تحت رعاية السلطة السياسية و الحزب اللذين هيمننا بصفة كلية عليه مما تسبب في تدهور الوضع الإعلامي إذ أثبتت عدم فاعليتها و عرقلت ظهور النظرة الموحدة للمشكلة الإعلامية و معالجتها حسب ما تقتضيه من أولويات. هذا الإشراف خلق نوعا من الصراع بين الحكومة و الحزب حيث حاولت الحكومة إبقاء السيطرة على أجهزة الإعلام بينما أراد الحزب أن يجعل منه أداة الثورة التي تلعب دورا بارزا في التربية الايديولوجية والتوعية النضالية و التوجيه السياسي. و تُرجمَ هذا الصراع بإعادة تنظيم -قطاع الإعلام- قانونيا بإصدار بعض اللوائح والتشريعات أهمها لائحة الإعلام الصادرة عن مؤتمر جبهة التحرير الوطني وقانون الإعلام لسنة 1882. و التقرير الشامل الذي حدد السياسة الإعلامية والمنبثق عن الدورة الخاصة للجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني. وتضمنت لائحة المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني مجموعة من المحددات الأساسية لإشكالية تطوير الممارسة الإعلامية وهي:

¹ - قزادري حياة، الصحافة و السياسة، طاكسيج كوم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص68.

المخرج الصحفي، الرسالة الإعلامية، الجمهور والوسيلة، تلاها سنة 1982 قانون الإعلام المكوّن من 128 مادة تدور في فلك النشر والتوزيع والممارسة المهنية و توزيع النشريات و الدوريات، الإيداعات الخاصة والمسؤولية، حق الرد، الأحكام الجزائية، وكان توجه القانون نحو حماية الأسس والركائز التي يقوم عليها النظام، و تغليب جانب الواجبات و الممنوعات والعقوبات في اكثر من 50% من مواد هذا القانون¹. ما تميزت به هذه الفترة هو إستغلال نصوص قانون الإعلام لسنة 1982 كذرائع لحجب المعلومات والأخبار عن الصحفي بحجة أنها من أسرار الدولة، رغم ان القانون يؤكد على حق المواطن في الإعلام و الذي جاء به ميثاق 1976. كما تميزت بالإستعمال التعسفي لمصطلح الثورة الذي إعتلى خطب و مقالات السياسيين و ندد بالإعلام الإمبريالي الثقافي و بالتالي ضرورة حماية الإعلام الوطني والثورة بتوجيه الإعلام و إتخاذ مفهوم الثورة كقناع للتصرف والتحدث. و شهدت الفترة إستمرار تفضيل الإذاعة و التلفزيون على الصحافة المكتوبة وتفوق الصحافة الحكومية على الصحافة الحزبية و الصحافة المكتوبة الفرنسية. و إقتصر دور الإعلام في تلك الفترة على نقل النشاط الرسمي لتطورات الحياة الإقتصادية والإجتماعية، فإفتقرت التحقيقات لعمق المعالجة، و عليه فقد كانت الصحافة صحافة سلطة و الإعلام عن الزيارات الرسمية للمسؤولين و تنقلاتهم وخطبهم. فلم تكن إلا بمثابة الحاضر الغائب².

في الأخير إن طبيعة النظام السياسي الذي ساد الجزائر في هذه الفترة والذي تميز بنظام الحزب الواحد و تركيز السلطات في فئة القيادة السياسية، جعل وسائل الإعلام في الجزائر مجرد قناة ناقلة لخطاب السلطة السياسية،

¹ - دليلة غروية، دور الصحافة المستقلة في ترسيخ الديمقراطية، أطروحة دكتوراه، جامعة عنابة، 2010، ص 74.

² - دليلة غروية، المرجع نفسه، ص 75، 76.

ونظرا لإحتكار السلطة لقطاع الإعلام وفرضها الرقابة على الأخبار ما أدى إلى غياب ثقة الجمهور في المؤسسات الإعلامية .

المطلب الثالث: مرحلة التعددية الإعلامية:

لقد أعطت أحداث أكتوبر 1988 دفعا قويا للصحافة الوطنية، فالملاحظ أن التغيير الذي شهدته الساحة الإعلامية في الجزائر قد مس بنسبة كبيرة الصحافة المكتوبة، بعد أن نادى العديد من الأصوات وأكدت على ضرورة تسريح القنوات المسدودة و توفير الظروف الملائمة لحرية التعبير إلى جانب التغييرات الجذرية التي مست المجال الإقتصادي، الثقافي، السياسي خاصة بعد إقرار دستور 1889 الذي أجاز التعددية السياسية والإعلامية ونص على الحرية الإعلامية بإنشاء المؤسسات الصحفية المستقلة في شكل شركات مساهمة¹. تجسدت هذه التعددية من خلال بعض الإجراءات التنظيمية والقانونية نلخصها فيما يلي²:

- ✓ إصدار منشور 19 مارس 1990 الذي سمح بتشكيل رؤوس أموال جماعية وإستثمارها في مجال الإعلام.
- ✓ المصادقة على قانون الإعلام 07/90 المتضمن الأحكام المتعلقة بحرية التعبير والتعددية الإعلامية.
- ✓ وضع وسائل تنظيمية جديدة للتكفل بصلاحيات السلطة العمومية، وضمان إستقلالية المهنة وتمثلها على مستوى مصادر القرار، أي وزارة الثقافة والاتصال، المجلس الأعلى للإعلام والمجلس الوطني السمعي البصري.
- ✓ إقرار مرسوم تنفيذي يقضي بإعادة تنظيم المؤسسات الوطنية للإذاعة والتلفزيون والبت ووكالة الأنباء الوطنية والوكالة الوطنية للأحداث المصورة

¹ - قزادري حياة، الصحافة و السياسة، مرجع سبق ذكره، ص 71.

² - نصر الدين نوري، الصحافة و الارهاب في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 60/59.

على شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي و تجاري طبقا للمادة 12 من قانون الإعلام و المادتين 44 و 47 من القانون 01/88 والمتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية.

✓ تنظيم عناوين صحافة القطاع العام في شكل شركات ذات أسهم، وإعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار في شكل مؤسسة عمومية إقتصادية منذ 1989.

عاشت الصحافة في بداية هذه المرحلة فترة وجيزة من الحرية الواسعة والمثيرة فيما بين 1990 إلى 1992، حيث ظهر أكثر من 50 حزب معترف به و كل يسعى إلى إمتلاك صحيفة تتحدث بلسانه و تنشر أفكاره و تكسبه قاعدة جماهيرية واسعة¹. كما تنوعت صحف تلك الفترة الوجيزة من: حكومية، حزبية، فردية²:

◀ الصحف الحزبية: إستطاعت الأحزاب أن تصدر جرائدها و كانت جلها أسبوعية ناطقة باللغة العربية، الفرنسية أو الأمازيغية.

◀ الصحف المستقلة: في الحقيقة هي صحف خاصة يمتلكها خواص من أرباب الاموال

◀ وهي يوميات أو أسبوعيات تصدر باللغة العربية أو الفرنسية.

◀ الصحف الحكومية: تابعة للقطاع العام و هي يوميات أو أسبوعيات تمتلكها الدولة وتصدر باللغة العربية أو الفرنسية.

شهدت الصحافة بشكل عام إزدهارا كبير في بداية هذه الفترة، حيث ظهرت العشرات من العناوين كما عرفت تطورا نوعيا و عدم وقوع إصطدام

¹ - عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام و المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص 46.

² - زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 159/158.

بين السلطة السياسية و الصحافة حيث وصل عدد الصحف من بداية ديسمبر 1991 إلى 103 من بينهم 16 يومية.

بعد تولي أحمد غزاي رئاسة الحكومة، بدأ إحتجاب عدد من الصحف عن الصدور، كما ظهر نوع من الصراع بين الصحافة الخاصة و السلطات السياسية. تتمثل مظاهره في امتثال عدد كبير من الصحفيين امام المحاكم و المجالس القضائية. و بما أنه لم تكن هناك ضوابط و قيود واضحة تحكم عملية إصدار الكثير من الصحف، و كذا عدم توفر شروط الممارسة المهنية مما أدى إلى إختفاء عدد هام من هذه الصحف. في الفترة الموالية التي إمتازت سياسيا بإستقالة الرئيس الشاذلي بن جديد و ظهور المجلس الأعلى للدولة في 14 جانفي 1992، و إلغاء نتائج الدور الأول للإنتخابات التشريعية التي جرت يوم 26 ديسمبر 1991 و إعلان حالة الطوارئ يوم 9 جوان 1992، وإصدار القرار المتضمن قرار إحتكار السلطات للأخبار الأمنية. تعد هذه الفترة مرحلة غير مستقرة في تاريخ الجزائر المعاصرة، فبعد إلغاء الدور الأول من الإنتخابات التشريعية التعددية وإقرار حالة الطوارئ، جمّد العمل بدستور 1989 و قانون الإعلام 1990 الذي كرس حرية الصحافة¹.

أثر إعلان حالة الطوارئ أثر ذلك على الصحافة حيث:

- ◀ حل المجلس الأعلى للإعلام من طرف رئيس الحكومة آنذاك، وفتح المجال أمام مضايقات واسعة على الممارسة الإعلامية .
- ◀ هيمنة السلطة السياسية على الصحافة خاصة بحجة إسترجاع هيبة الدولة، وذلك عن طريق إقتحام عناصر الأمن المقرات الصحفية، وإعتقال صحفيين، وتوقيف الصحف عن الصدور بقرار من وزارة الداخلية .

¹ - نصر الدين نوري، الصحافة و الارهاب في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 63.

« إختفاء الكثير من عناوين الصحافة الحزبية بسبب تعليق نشاط أغلب الأحزاب إلى حين توفر الظروف المناسبة.

ولكن، بعد إغتيال محمد بوضياف، رئيس المجلس الأعلى للدولة يوم 29 جوان 1992، وتولي رضا مالك رئاسة الحكومة في جويلية 1993، لوحظ أن غالبية الصحف إنسجمت مع خطاب السلطة، فنظرا لعلاقة رضا مالك الوطيدة بالصحفيين، ونظرتهم له بإعتباره أحد الوجوه الصحفية القديمة. وأصبحت بعض الصحف المستقلة مناير لبعض الأحزاب، مثل "Liberete" التي كانت تدافع عن القضايا التي يطرحها حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية وجريدة "La tribune" التي كانت تدافع عن مصالح حزب جبهة التحرير الوطني. في الوقت الذي أصبح "الإشهار" وسيلة في يد السلطات للضغط على الصحافة الخاصة، التي أصبحت رهينة بالنسبة لشركات الطباعة، ومؤسسات التوزيع¹. أما الأسباب الإعلامية فتكمن في ضعف هذه الصحف من حيث الشكل والمضمون وكذا المنافسة التي وجدتتها من طرف الصحافة المستقلة التي بدأت تصدر إبتداءا من 3 سبتمبر 1990 حيث ظهر أن الطابع الإخباري للصحف المستقلة أكثر مصداقية من طابع الرأي الذي تمتاز به الصحف الحزبية. وبعد القرار الوزاري بين وزارتي الثقافة والإتصال والداخلية والجماعات المحلية والمؤرخ في 07 جوان 1994 واحدا من أهم الإجراءات التي كان لها الأثر على مستقبل العديد من الصحف، بموجبه قررت السلطات إحتكار الأخبار الأمنية ومنع نشر كل خبر لا يأتي من القنوات الرسمية، وكان هذا القرار متبوعا بحملة من التوصيات المتعلقة بكيفية معالجة الأخبار الأمنية من قبل وسائل الإعلام وبعض تقنيات توجيه الرأي العام . وهذا ما يبرره التراجع الرسمي عن حرية الأداء الإعلامي، في إطار مهني وهو ما عبر

¹ -نصر الدين نواري، المرجع السابق، ص64.

عنه إبراهيم إبراهيم في حديثه عن وضعية ممارسة المهنة الصحفية بين سنوات 1992 و1995: لاحظنا عودة للصحفيين الذين كانوا قد شغلوا مناصب ومسؤوليات قبل سنة 1988، فهؤلاء الموظفون في قطاع الثقافة إسترجعوا بين أيديهم القناة التلفزيونية الوحيدة ووكالة الإشهار والصحف الحكومية. عودة المراقبة الذاتية في المؤسسات العمومية للإعلام، الضغوط المالية المتبوعة بإجراءات أكثر خطورة ضد الصحفيين : الإعتقالات التعسفية، المضايقات القضائية، حجز الصحف، المراقبة الوقائية للأخبار الأمنية والتي طرحت منذ جانفي 1993 لتطبق بعد ذلك من خلال تشكيل خلية الإتصال في جوان 1994 في وزارة الداخلية وتشكيل لجان القراءة في نهاية 1994 في مؤسسات الطباعة¹.

عرفت هذه المرحلة من 1994 وما تلاها تدهورا في العلاقة بين السلطة السياسية والصحافة بسبب الرقابة على نشر وتوزيع الأخبار وتدهور حرية التعبير والركود التام لنشاطات الأحزاب السياسية مما أثر على النشاط الإعلامي للصحف حيث سجلت سنة 1997 إختفاء الصحافة الحزبية من الساحة الإعلامية بصفة شبه كلية²، بعد صدور التعليمات الرئاسية رقم 17. و التراجع الرسمي على القوانين التي أقرت حرية الصحافة فيما سبق بحجة صعوبة المرحلة وخطورة الوضع الأمني آنذاك حيث عرفت الفترة بين 1993 و1997 إغتيال العشرات من الصحفيين وعمال قطاع الإعلام .

بعد تولي أحمد أويحيى رئاسة الحكومة في ديسمبر 1995 عقب إستقالة مقداد سيفي وإلى غاية 2001 عرفت الصحافة نوعا من الإستقرار حيث إستطاعت بعض العناوين الوصول إلى درجة من المحافظة على قراءها،

¹ - Brahim Brahimi, le pouvoir, la presse et les droits de l'homme, Algerie:marinoor,1998,p108.109

² - رشيد ايوب، دليل الجزائر السياسي، المؤسسة الوطنية لفنون المطبعية، الجزائر، 1992، ص 37

وإبتداء من سنة 2001 عرفت الصحافة تراجعا مقارنة بالسنوات السابقة كما فشلت السلطات في وضع قانون إعلام جديد يتماشى والتغيرات التي فرضت نفسها على الساحة الإعلامية، كما واصلت الدولة تجديد قبضتها على القطاع وذلك بفرض الرقابة وعدم فتح القطاع السمعي البصري، كما أن قرار تعديل قانون العقوبات بحجة الحفاظ على المؤسسات والهيئات النظامية من الإهانات والشتم والقذف أدى إلى تكميم أفواه الصحفيين وتشديد الخناق عليهم¹. رغم المحاولات الواسعة التي جاء بها قانون الإعلام 07/90 لفتح المجال واسعا للممارسات الإعلامية في الجزائر، و نقلها من الممارسة السياسية في إطار الحزب الواحد إلى تعدد العمل الصحفي في إطار إعلامي، إلا أنها لم تكن لتعكس الطموحات التي كان ينتظرها الملاحظون والممارسون الإعلاميون في الجزائر، إذ شهد قانون 07/90 عدة تناقضات جعلت منه محل إنتقاد عدة جهات " الصحفيون، المفكرون، رجال السياسة" ففي مادته الثانية والمتعلقة بالحق في الإعلام، لم تتحدد كيفية ممارسة المواطن حقه في المشاركة في الإعلام وممارسة الحريات الأساسية في التفكير و الرأي و التعبير.

لف هذا الحق نوع من الغموض و لم تحدد الكيفية حماية و تقنين هذه الممارسة. أما عن فصل العناوين الصحفية عن عملية الطبع و النشر المشار إليها في المادة 08 من قانون 07/90 فإن تطبيقها واقعا أدى إلى ظهور مشاكل عديدة في تعامل الصحافة مع المطابع التابعة للدولة². مما سبق يتضح لنا أن النقائص المحتوات في قانون 07/90 جعلت الممارسة الإعلامية في فراغ قانوني، خلق للصحافة عدة مشاكل. إذ تم بإسم القانون توقيف عدد من الصحف في حين إمتثل عدد من الصحفيين أمام العدالة، لفهمهم الخاطئ

¹ -نصر الدين نواري، المرجع السابق ذكره، ص65

² - يوسف تمار، الإتصال والإعلام السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 65،64.

لحرية الإعلام. و هكذا فإن الضمانات غير المحددة في قانون الإعلام جعلت الصحافة تصدر في محيط من الضغوط السياسية والإقتصادية. في السنوات اللاحقة لم يتغير الوضع في الساحة الإعلامية إذ لا يزال إعتقاد قانون الإعلام 07 /90 و لا يزال العمل الإعلامي يسير و فق لما جاء في مواده، حتى صدور القانون العضوي 05/12 و الذي لم يغير الكثير بالنسبة للصحافة المكتوبة غير أن الجديد الذي جاء به هو إقرار فتح المجال السمعي البصري للملكيات الخاصة.

المبحث الثاني: الصحافة: دورها و علاقتها بالنظام السياسي:

المطلب الأول: علاقة الصحافة بالنظام السياسي.

يعرف Almond et Coleman النظام السياسي بأنه: نظام التفاعل، يتواجد في كل المجتمعات المستقلة و الذي يؤدي وظائف التكامل و التكيف عن طريق اللجوء إلى الإكراه البدني المشروع نوعا ما. النظام السياسي هو النظام الشرعي الذي يحافظ على نظام المجتمع أو بالعكس هو الذي يقوم بتحويل هذا المجتمع¹. أما بخصوص العلاقة التي تربط الصحافة و وسائل الإعلام بصفة عامة فإنها تتحدد حسب طبيعة النظام و المجتمع الذي تنشط فيه هذه الوسائل. وفي تفسير هذه العلاقة بين الصحافة و السلطة قد وجدت مجموعة من النظريات التي حاولت تفسير وتأطير و تفكيك عناصر هذه العلاقة فنجد²:

➤ النظرية السلطوية:

نشأت هذه النظرية في القرنين السادس عشر و السابع عشر في إنجلترا وتستند إلى فلسفة السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته أو لكلاهما معا و يظهر ذلك في نظريات أفلاطون، أرسطو، ميكيافيلي، هيجل و غرضها السياسي هو حماية و توطيد سياسية الحكومة القابضة على زمام الحكم و خدمة الدولة. يعمل في الصحف و يصدرها من يستطيع الحصول على ترخيص من الحاكم وتشرف الحكومة على الصحف و تفرض رقابة عليها و يحظر في إطار هذه النظرية، نقد الجهاز السياسي و الموظفين الرسميين ودعمها . ترى النظرية أن الصفة التي تحكم الدولة هي التي تملك أن توجه العامة التي تعد غير مؤهلة

¹ - جون ماري كونتري: مقدمة في الإتصال السياسي، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد4، 1990، ص 119.

² - منير ممدوح الشامي، صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام السياسي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012، ص 166 وما تلاها.

لإتخاذ القرارات السياسية، والشخص الذي يعمل في الصحافة يكون عمله بمثابة إمتياز خاص يمنحه إياه القائد، لذلك فهو مدين بالإلتزام للقائد وحكومته. وحرية وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية تتحدد بالقدر الذي تسمح به القيادة الوطنية في أي وقت.

➤ النظرية الليبرالية:

تعود هذه النظرية بشكل أساسي إلى عصر النهضة الأوروبية، وبالتحديد القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، إذ بلور عدد من المفكرين الأوروبيين كثيرا من المبادئ التي تحددت الأفكار السلطوية حتى بداية عصر النهضة الأوروبية وكان من أبرزهم المفكر الإنكليزي جون ميلتون الذي كتب عام 1964 يقول: إن حرية النشر بأي واسطة ومن قبل أي شخص مهما كان إتجاهه الفكري حق من حقوق الطبيعة لجميع البشر ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر بأي شكل وتحت أي عذر". أما جون لوك فقد عرف الحرية على أنها: "الحق في فعل أي شيء تسمح به القوانين". وكان لوك قد قدم للبرلمان الإنجليزي عام 1965 بيانا يهاجم فيه تقييد حرية الصحافة وإضطر البرلمان في ذلك الوقت إلى إلغاء قانونه بفرض الرقابة الوقائية على الصحف. لم يتحقق الإنتصار الأول للنظرية الليبرالية على النظرية السلطوية أو نظرية السلطة إلا خلال القرن الثامن عشر حين أصدر البرلمان البريطاني قرارا أكد على حصر أي رقابة مسبقة على النشر كما أباح للأفراد إصدار الصحف من دون الحصول على ترخيص من السلطة وقد جاء هذا التعاون نتيجة لأفكار المفكر الانكليزي باكستون الذي أكد أن حرية الصحافة ضرورية لوجود الدولة الحرة وذلك يتطلب عدم وجود رقابة مسبقة على النشر ولكن يمكن أن يتعرض الصحفي للعقاب بعد النشر إذا تضمن هذا النشر جريمة وكل انسان حر أن ينشر ما يشاء على الجمهور ومنع ذلك يعد تدميرا لحرية الصحافة. جاء دستور

الولايات المتحدة الأمريكية ليحضر بشكل كامل تدخل الدولة في مجال حرية الصحافة إذ نص على أنه يحظر على الكونغرس أن يصدر أي قانون يقيد حرية التعبير والصحافة. وتقوم أفكار الليبراليين على أساس أنه لا بد من تقديم كل أنواع المعلومات والأفكار للجمهور وأن النقد الحر ضرورة لتحقيق الرفاهية والتقدم وأن الجماهير مجتمعة أو أغليبتها تستطيع إتخاذ القرارات التي تكون دائما أقرب إلى الحقيقة وهذه الثقة بالجماهير تجعلها قادرة على إنتخاب ممثليهم وتوجيههم وتغييرهم عندما يكون ذلك ضروريا. ويحدد المفكر الإعلامي السويدي دينيس ماكويل العناصر الرئيسية لنظرية الحرية فيما يلي:

- أ_ إن النشر يجب أن يتحرر من أية رقابة مسبقة .
- ب_ إن مجال النشر والتوزيع يجب أن يكون مفتوحا لأي شخص ولأي جماعة من دون الحصول على رخصة مسبقة من الحكومة .
- ج _ إن النقد الموجه إلى أي حكومة أو حزب سياسي أو مسؤول رسمي يجب ألا يكون محلا للعقاب حتى بعد النشر.
- د_ ألا يكون هناك أي نوع من الإكراه أو الإلزام بالنسبة للصحفي.
- هـ_ عدم وجود أي نوع من القيود على جمع المعلومات ونشرها بالوسائل القانونية.
- و_ ألا يكون هناك أي قيد على تلقي أو إرسال المعلومات عبر الحدود القومية.

ز_ يجب أن يتمتع الصحفيون بالإستقلال المهني داخل مؤسساتهم الصحفية. أسهمت النظرية الليبرالية بشكل كبير في تحرير الصحافة من سيطرة الدولة فأنهت وجود الكثير من القيود التي تفرضها السلطة على الصحافة وإستطاعت دول الشمال (أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية) أن تتمتع خلال القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين بقدر كبير من التعددية والتنوع في مجال

الصحافة وإستطاعت الصحافة أن تدير في هذه المجتمعات مناقشة حرة بين كافة الإتجاهات السياسية وأن تنقل هذه المناقشات إلى الجماهير وهو ما أسهم في تقدم هذه المجتمعات وزيادة حيويتها. ولكن أوضاع الصحافة في أوروبا وأمريكا خلال النصف الثاني من القرن العشرين إبتعدت بشكل كبير عن تلك الأفكار الليبرالية فتناقضت تعددية الصحف وقل تنوعها وقلت بالتالي قدرتها على القيام بوظائفها في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها للجماهير. وقد لعب تزايد الإتجاه إلى الإحتكار والتركيز في ملكية الصحافة دورا أساسيا في تعريض هذه النظرية للنقد من كافة الإتجاهات السياسية وبرزت رؤية أخرى حتى من جانب المؤمنين بهذه النظرية تقول " أن حرية الصحافة وحرية التعبير لا يمكن ضمانها إلا في حالة ما يكون إنتاج الأفكار وتوزيعها بعيدا عن السيطرة الرأسمالية من ناحية والسيطرة البيروقراطية السياسية من ناحية أخرى".

◀ نظرية المسؤولية الإجتماعية social responsibility :

بدأت المراجعات النقدية للنظرية الليبرالية للصحافة إبتداء من العقد الثاني من القرن العشرين ولكنها بلغت ذروتها بعد نهاية الحرب العالمية الثانية عندما تشكلت لجنة حرية الصحافة من عثني عشر أستاذا أكاديميا يتراأسهم البروفيسور روبرت هوتشنز وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية مثل وليم ديفرز وتيودور بيترسون. أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة تايم الأمريكية، ودائرة المعارف البريطانية وقدمت تقريرها في كتاب أعدته اللجنة كاملة عام 1947 بعنوان: "صحافة حرة مسؤولة". ولقيت دعوة اللجنة إلى صحافة حرة ومسؤولة صدى داخل الولايات المتحدة وخارجها في بلدان أوروبية وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949 ودعت إلى إلتزام العاملين

في الصحافة بمسئوليتهم الإجتماعية وتشكيل مجلس للصحافة. ونص تقرير لجنة حرية الصحافة عام 1947 على أن صناعة الإعلام في الولايات المتحدة يجب أن يستمر في يد القطاع الخاص واطعة في إعتبارها المصلحة العامة ووضعت اللجنة مجموعة تصورات حول وظائف الصحافة في المجتمع الحديث وعدد من التوصيات للحكومة والمؤسسات. فمن حيث وظائف وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر رأت اللجنة أن الصحافة يجب أن تقوم بالوظائف التالية¹:

- أ_ تقديم تقرير صادق وشامل وذكي عن الأحداث القومية.
 - ب_ أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
 - ج_ أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
 - د_ أن تبرز أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها.
 - هـ_ أن توفر معلومات كاملة عما يجري يوميا.
- أوصت لجنة حرية الصحافة الحكومة بتطبيق الضمانات الدستورية لحرية الصحافة وأن تعمل على تسهيل ظهور وسائل إعلام جديدة وإستمرار المنافسة بين الوسائل القائمة كما طالبت اللجنة بإلغاء التشريع الذي يحظر على الأفراد مساندة إجراء تغييرات ثورية على المؤسسات القائمة لأن هذا التشريع يهدد المناقشات السياسية والإقتصادية. وأوصت اللجنة المؤسسات الإعلامية بتقديم خدمة تتسم بالتنوع والكم الملائم لإحتياجات الجماهير فضلا عن زيادة مراكز الدراسة الاكاديمية والبحث والنشر في مجال الإعلام وإنشاء هيئة جديدة مستقلة لتقييم أداء الصحافة لعملها وتقديم تقرير سنوي حول هذا الأداء كما أوصت اللجنة العاملين بمجال الإعلام بالنقد المتبادل وأن يقبلوا مسئوليتهم كناقل عام للمعلومات والمناقشة. كما قدم الأستاذ امريكي كيرتس مونتجري في

¹ - منير صلاح ممدوح، صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 170

كتابه 'مسؤولية رفع المعايير' رؤية جديدة للمسؤولية تقول أنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعات قيمهم فهذه نصف المسؤولية ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير إتجاه المادة المذاعة التي هي بدورها تجاه أنفسهم إذ يجب على الجمهور أن يتعامل مع ما يقدم من خلال الصحافة والتلفزيون على انه وجبة كتلك التي يشتريها من السوبر ماركت بل عليه أن يدرك الواقع ولا يتقبلها كما يقرأها أو يسمعها بل يزن الأفكار التي تتفق أو تختلف مع ميوله ويضع إفتراضاته الأساسية محلا للنقاش. يساوي روبرت راي في كتابه "مسؤولية الجرائد" بين المسؤولية الإجتماعية وصدق الأخبار والحيادية لأنها أساس حق القراء في المعرفة ثم المناقشة الديمقراطية الحقة في المجتمع والتي تسهم في تطويره. إذن ووفقا لهذه النظرية يقوم المجتمع ببعض الرقابة أو السيطرة على ما يتم إستقباله، ويستخدم هذا الحق بشكل أساسي لحماية أعضاء المجتمع¹.

◀ النظرية الشيوعية:

شهد الربع الأول من القرن العشرين ميلاد نظرية الصحافة الشيوعية والتي يعد كارل ماركس الأب الروحي لها، تركز هذه النظرية على وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي، و هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء و توسع النظام الإشتراكي، إن هذه الوسائل يجب أن توجد، لنشر السياسة الإشتراكية و ليس لها أن تبحث عن الحقيقة. وفي ظل هذه النظرية فإن وسائل الإعلام الجماهيرية تعد أدوات للحكومة، وجزء لا يتجزأ من الدولة التي لها أن تقوم بتشغيل هذه الوسائل و الحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، و تسمح النظرية الشيوعية بالنقد الذاتي، مثل الحديث عن الفشل في تحقيق الأهداف الشيوعية.

¹ - بسيوني ابراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 227

تفترض النظرية الشيوعية أن الجماهير اضعف و أجهل من أن تحاط علما بكل ما تقوم به الحكومة، و وسائل الإعلام يجب أن تعمل دائما من أجل الأفضل. و الأفضل عادة هو ما تقوله القيادة و يتفق بطبيعة الحال مع خط النظرية الماركسية، ومن ثم فإن كل ما تفعله وسائل الإعلام كي تدعم وتساهم في إنجاح الشيوعية يعد أخلاقيا في حين أن كل ما تفعله لعرقلة الإنجاز الشيوعي يعد غير أخلاقيا. و يمثل الإرسال من خلال هذه النظرية حقا للفرد فيما يمثل الإستقبال حقا للمجتمع¹. إستخدمت النظرية الشيوعية مفردات كثيرة للدعاية اكثر منها للتنظير العلمي كشعارات تكافؤ الفرص، المساواة والعدالة الإجتماعية، التقدم الثقافي ورفع الإستغلال عن طبقات الشعب العامل. وبإنهيار الشيوعية وسقوط الإتحاد السوفياتي عام 1998 على يد الرئيس الروسي ميخائيل غورباتشوف تهاوت النظرية الشيوعية في الإعلام. نخلص من خلال ما سبق عرضه أن دور الصحافة و وسائل الإعلام يتحدد عموما من خلال النظام الإجتماعي و السياسي الذي تعمل في إطاره.

المطلب الثاني: دور الصحافة في صنع القرار السياسي

ترتبط السياسة الإعلامية بالأوضاع السياسية و الإقتصادية والأمنية والإجتماعية، وعليه فإن الإعلام يرتبط بقوى الدولة شاملة ومن ثم فهو يسعى بطريقة غير مباشرة لتحقيق الأمن و الإزدهار و التطور على كافة المستويات من خلال توعية المواطن وتوسيع معارفه، تحصينه من أي غزو ثقافي أو فكري و قيمى معاد لما هو سائد في مجتمعه و الناتج عن تراكم تجارب حياتية وتاريخية سابقة. يلاحظ العديد من المهتمين و المتتبعين للمجال الإعلامي والسياسي أن التغيير الإعلامي له علاقة وطيدة بالتغيير السياسي. فالإعلام

¹ - بسيوني ابراهيم حمادة، الصحافة و صنع القرار السياسي في الوطن العربي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012،

وما يرتبط به من وسائل، مضمون، أدوات، يؤثر في التغيير السياسي وذلك بتطوير القيم و المعتقدات السياسية في اطار التوجه نحو مجتمع حديث والتأثير في الرأي العام. و عليه فإنه من الأهمية بمكان الدور السياسي الذي يلعبه الإعلام من خلال التوعية و التنشئة السياسية عن طريق بث أنماط للسلوك و للتنقيف السياسي، المعارف و المعتقدات، قيم و التجارب سياسية، في هذا الاطار تقوم وسائل الإعلام بتغذية عملية صنع القرار السياسي بتيار مستمر من المعلومات تمثل المدخلات الأساسية للعملية، و ذلك عن طريق توجيه الإهتمام بشكل إنتقائي إلى جوانب معينة في البيئة. وهي لا تعمل فقط كقناة لعرض المطالب على صانعي القرار و لكنها تستشير و تشرح و تبني مدخلات عملية صنع القرار، و هذا ما يسمى في دراسات الإعلام بترتيب الأولويات، أي أولويات الإهتمام السائدة لدى أفراد المجتمع، و كذا أجندة صانعي القرار أي أولويات صانعي القرار¹. كما يمكن للصحافة أن تخلق دينامية في صنع القرار، إذ توفر الصحافة و غيرها من وسائل الإتصال المعلومات القابلة للإستخدام داخل عناصر و أطراف صنع القرار، و هي بذلك تسمح بإحكام دائرة المعلومات داخل الحكومة، كما أنها تيسر مهام صانعي القرار الخاصة بجمع و تشغيل المعلومات، و ترجع أهمية هذه الوظيفة إلى القيمة السياسية و الإقتصادية للمعلومات من خلال علاقتها بالسلطة أو عن طريق سيطرتها على أفعال الآخرين². تؤكد سناء محمد الجبور أن وسائل الإعلام مهما كانت رسمية معارضة أو مستقلة لا تعمل في فراغ بل ضمن منظومة متكاملة من البنيات السياسية و الإقتصادية

¹ - بسيوني ابراهيم حمادة، الصحافة و صنع القرار السياسي في الوطن العربي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012، ص 186.

² - المرجع السابق، ص 191.

والاجتماعية والثقافية في الدولة. وهي تتبادل التأثير والتأثر مع تلك البنيات ضمن مكونات النظام السياسي الواحد¹، هذا الأخير الذي تربطه علاقة دائرية و دينامية بالرأي العام إذ يؤثر ويتأثر كل منهما بالآخر غير أن هذه العلاقة قد تختلف حسب طبيعة النظام السياسي السائد، وحسب عوامل كثيرة أخرى، كنوع القضية المطروحة ودرجة تماسك الجماهير و وجود المؤسسات الدستورية التي تتيح تدفق رأي عام حر ومؤثر في السياسة العامة²، خلال هذه الجزئية تتدخل وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا للمعلومات تسمو إلى درجة إعتبارها سجلا تاريخيا للحياة السياسية والاجتماعية. هذا فيما أظهرت بعض الأبحاث أن تشكيل شخصية الفرد وإتجاهات الجماعات والشعوب لا يتم في معزل عن ما يحيط به من ثقافات و سياسات إجتماعية وحضارية، ذلك أن الفرد عادة ما يتجنب الأخبار التي تتعارض مع إتجاهاته بالإضافة إلى أن الذاكرة والإستيعاب يختاران ما يتفق و إتجاه الفرد و كلما خالف محتوى الصحيفة إتجاهات القارئ كلما إبتعد المحتوى عن المجال الشعوري و الفكري وأن التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام عامة و الصحافة بصفة خاصة ما هو إلا دليل على وجود إستعدادات سابقة لدي الجمهور من أجل التغيير.

المطلب الثالث: جمهور وسائل الإعلام في الجزائر

جاء الإهتمام بدراسات الجمهور مع التغيير الذي طرأ على العملية الإعلامية من إتصال خطي إلى عملية يتفاعل أطرافها، ويؤثر كل منهم في الآخر و بالتالي لم يصبح الجمهور في إطار هذه العملية سلبيا في إتجاهاته وتأثيراته، بل أصبح يمثل عنصرا إيجابيا في العملية يؤثر في إتجاهات

¹ - سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2009، ص 99.

² - بسيوني ابراهيم حمادة، الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012، ص 161.

المصدر نحوه و إتجاهاته نحو المحتوى، كما يؤثر في الوسيلة من خلال الإختيار المتبادل، فالوسيلة تميل إلى إختيار جمهورها من خلال المحتوى والجمهور يميل إلى إختيار الوسيلة من خلال المحتوى أيضا¹. وتبرز أهمية دراسات الجمهور من خلال مجالات ثلاثة²:

« فهم ومراعاة إتجاهات وآراء و تفسير الجمهور للأحداث و الوقائع الإجتماعية والنشاطات السياسية.

« رسم البرامج الإعلامية المناسبة للإتجاهات العامة و توجيهها بشكل يحقق الإقناع للجمهور المراد الوصول إليه.

« إختيار أنسب الوسائل لتحقيق الأهداف الجزئية. فقد تفيد الإذاعة كجهاز إعلامي في تحقيق هدف معين، بينما يعجز التلفزيون أو الصحف عن تحقيق هذا الهدف. وتتم هذه العمليات مع مراعاة الإطار المرجعي للجمهور وهو الإطار العام لنماذج السلوك المكتسبة و المتوارثة و الخفية التي تفسر إتجاه الأفراد في الجماعات و المجتمعات إلى الإستجابة الموحدة لنفس المثيرات أو المثيرات المتشابهة التي تشمل التعاليم الدينية و الأخلاقية والتقاليد و العادات والأعراف و طرق التفكير التي تميز الجماعات و المجتمعات. وعليه تعتبر المعايير الثقافية أحد النماذج الأساسية في عملية التأثير و تقوم على أساس إرتباط ما تقدمه وسائل الإعلام و ما تؤكد عليه من أفكار المعايير الثقافية السائدة، أو النماذج التي يلتزم بها الجمهور نحو موضوع معين، ذلك أن السلوك الفردي أيضا يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج. من هنا يتضح إتجاه كل من رسائل الإعلام و الجمهور التي تبني الموضوعات و النماذج

¹ - محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 24.

² - عبد الله بوجلال، الراي العام: مفهومه، تكوينه، خصائصه، مظاهره و اهمية قياسه، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 05، 1991، ص 23.

التي ترتبط بهذه المعايير¹. إن نخلص إلى أن وسائل الإعلام عامة تعمل بحكم الضرورة على تدعيم القيم الثقافية السائدة و عكس و جهات النظر أو القيم التي لا يعترض عليها أحد أي ترديد ما يقبله الجميع فقط و تعيد تقديس الأشياء المقدسة، فالفرد في جمهور وسائل الإعلام لا يتفاعل كشخصية منعزلة و لكن كعضو في جماعات ينتمي إليها و يتفاعل معها و إن السلوك الإتصالي هو جزء من السلوك الإجتماعي². علما منه بأهمية الجمهور في العملية الإتصالية حاول الأستاذ يوسف تمار الإحاطة بسمات و خصائص ومميزات جمهور وسائل الإعلام في الجزائر ومدى تطابقها مع خصائص وصفات الجمهور بصفة عامة. هذا الأخير - جمهور وسائل الإعلام في الجزائر - الذي يمتاز بأربع سمات هي:

- ضعف التواصل الإجتماعي بين أفراد الجمهور، وذلك بسبب إنتشارهم وكثرة الدوائر الإجتماعية التي ينتمون إليها.
 - إختلاف سمات أفراد هذا الجمهور و خصائصهم من المستوى العلمي إلى التباين الإقتصادي و المهني.
 - يمتاز هذا الجمهور بكثرة عدد الأفراد المكونين له و إنتشارهم المكثف مما جعل تبادل الرسائل مع القائم بالإتصال غير ممكن في معظم الحالات.
 - عدم وجود معرفة كافية للقائم بالإتصال لسمات الجمهور و خصائصه.
- أما عن جمهور وسائل الإعلام في الجزائر فيمتاز ب³:

¹ - محمد عبد الحميد المرجع السابق، ص 72.

² - محمد عبد الحميد، المنظور الإجتماعي في دراسة جمهور وسائل الإعلام، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، العدد 1، 1988، ص 66.

³ - للمزيد انظر: يوسف تمار، نظرية الاجندة سيبتغ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005، ص 179 وما تلاها.

• التماسك العضوي بين أفراد الجمهور الجزائري: جعلت الروابط بين أفراد المجتمع الجزائري القائمة على أساس القرابة و العلاقات الأسرية و تقديس الصداقة و الولاءات المختلفة و ظاهرة الجوار و الحي و المدينة، التماسك العضوي بين أفراد المجتمع الجزائري قوي، وهي ناتجة عن تمجيده لروح الجماعة سواء في المدن الكبرى و الأرياف و التي تضرب في أعماق الثقافة العربية و الدين الإسلامي. فالفرد في المجتمع الجزائري يعتبر الجماعة، سواء داخل الأسرة أو خارجها، المصدر الأساسي لحمايته، و في إطارها يمكنه أن يحدد مكانته، فهو موجود ما وجدت الجماعة، و المعلومات المتداولة في وسط الجماعة هي المعلومات الأكثر أهمية و الأكثر عرضة للنقاش و تبادل الأفكار، وحتى تلك التي يتحصل عليها خارج إطار الجماعة تكون محل نقاش أيضا داخلها ليحدد مدى أهميتها. وعليه يمكن أن يكون هذا المنطلق أحد المداخل الأساسية لدراسة جمهور وسائل الإعلام في الجزائر أي من خلال مكانة الفرد في الجماعة و مكانة الجماعة في السياق الإجتماعي العام. و كنتيجة عامة فإن التلاحم العضوي بين أفراد المجتمع، يجعل هذا المجتمع كتلة يصعب على و وسائل الإعلام و الصحافة المكتوبة بصفة خاصة أن تصبح طرفا فعالا في التفاعلات التي تمزها، و عليه أعتبرت كمتغير خارج عن الجماعة يجب التعامل معه بشكل خاص و هذا ما دفعنا إلى إختيار عينة من مقالات التي كانت عبارة عن تغطية صحفية لمجموعة من التجمعات الحزبية و الشعبية التي تم تنشيطها خلال حملة الدعاية لميثاق السلم و المصالحة الوطنية.

• طبيعة الثقافة الشفهية: لقد أكدت عدة دراسات أن إستعمال وسائل الإعلام في الدول العربية ومنها الجزائر، لم يصل بعد إلى المستوى المطلوب، إذ أكد عزي عبد الرحمن أنه رغم إنتشار الصحافة العربية إلى هذا حد إلا أن قنوات

الإتصال التقليدية لاتزال مهمة في المجتمع العربي، و تشمل هذه القنوات العائلة، أوساط الأصدقاء، حلقات الحديث والمحادثة.. الخ و جلها تناقش وتعوض الصحافة المكتوبة في مجال الإعلام والإتصال، حيث أثبتت دراسة أجريت على عينة من سكان ولاية بومرداس حول الإتصال الشفهي، أن أكثر من 65% من العينة يستعملون الإتصال الشفهي المباشر اكثر من الوسائل الأخرى. فيما أثبتت دراسة أخرى حول قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية أن الفئات المهنية الأكثر قراءة للصحف هي من الإطارات والإطارات السامية 43.21% من العينة والموظفين 22.86%.¹

• إنتشار الأمية في أوساط المجتمع الجزائري:

لقد إزدهرت فنون التعبير الشفهي في غياب معرفة القراءة والكتابة وفي غياب إلمام الناس باللغة العربية الفصحى التي ظلت محضرة التعليم والتداول على نطاق واسع بأوامر صارمة من سلطات الإحتلال، و من المؤكد أن التعرض لمضمون الصحافة المكتوبة يتطلب مستوى معين من معرفة الفرد للقراءة والكتابة وإن الإستعمال المكثف لها يتوقف على هذا الشرط خاصة فقد أثبتت عملية سبر الآراء التي قامت بها جريدة Liberté الجزائرية على عينة من قرائها أن 54.1% من هؤلاء (2064 شخص) لديهم مستوى تعليمي عالي و 09.1% لديهم مستوى متوسط و 36.1% لديهم مستوى ثانوي وعلما أن درجة الأمية لازالت تقارب 31.66% تبقى الوسائل السمعية البصرية أكثر إستعمالا من الوسائل المقروءة الأخرى إذا كانت هذه الملاحظة طبيعية حتى في الدول الغربية لما لهذه الوسائل من مميزات كالجمع بين الصوت والصورة وإنها من الوسائل الباردة على حد تعبير ماكلوهان لأنها لا تتطلب جهدا كبيرا عند

¹ - بنت عطا الله بكار، قراءة الصحف اليومية، و القيم الشخصية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر: قسم علوم الإعلام و الإتصال، 2001، 67.

التعرض لمضمونها ولأنها تحتوي على معلومات منخفضة ودرجة وضوحها منخفضة أيضا فإن وضعيتها في الجزائر تجعل الصحافة المكتوبة جد متخلفة في هذا المقام (الإنتشار) وهي عرضة لفئة معينة من الأفراد ممن يحسنون القراءة والكتابة.

• الطابع الشاب لجمهور وسائل الإعلام في الجزائر:

تشكل فئة الشباب أكثر 57% من المجتمع الجزائري هذه النسبة جعلت منها الهدف الذي تسعى معظم وسائل الإعلام بلوغه سواء من خلال الوسائل السمعية البصرية أو الصحافة المكتوبة حيث خصصت لهذه الفئة عدة برامج تليفزيونية وإذاعية وحتى عناوين صحفية تتناول قضايا الشباب بمختلف أنواعها الهدف منها محاولة إستقطاب أكبر عدد ممكن من هذه الشريحة وإلا فإنها سوف تلتفت إلى مضامين وسائل الإعلام الأجنبية كلما عجزت وسائل الإعلام الوطنية على تلبية رغباته وهذا يعني أن المشكل ليس في السلوك الإعلامي _إن صح التعبير_ للشباب الجزائري بل في إستراتيجية مضامين وسائل الإعلام الجزائرية التي لم تعرف بعد طبيعة جمهورها _خاصة الشباب منهم_ ولم تعرف أيضا ما يريدونه ويخص الحديث هنا أكثر على الصحافة المكتوبة منه على وسائل السمعية البصرية الأخرى لأن الطابع التجاري الذي تمتاز به الصحافة المكتوبة يفرض هذا النوع من المعرفة (الجمهور) وألا فإن مصيرها ضعف الإقبال عليها ومنه زوالها وعليه تبقى تجربة الصحافة الجزائرية في ميدان إستقطاب الشباب ضعيفة لم تصل إلى إقناع الشباب بالإلتفاف حول مضمونها ففي عملية سبر الآراء المشار إليها سابقا تؤكد أنه كلما تقدمنا في السن كلما زاد التعرض لمضمون الصحافة المكتوبة والعكس أي الشباب أقل تعرضا لها. حيث يتراوح سن قراء الصحف في الجزائر ما بين 15 و 45 سنة فقد وجدت جريدة Liberté أن سن أغلبية قرائها يتراوح بين 25

و34 سنة وفي الدراسة التي قامت بها بنت عطا الله بكار تأكد هنا أيضا أن أكبر الفئات قراءة للصحف هي التي تتراوح سنها ما بين 15 و44 سنة حيث مثلت أكثر من 89% من العينة لكن يجب التنبيه أن التعرض للقراءة من طرف هؤلاء لا يعني المواظبة عليها إذ في نفس الوقت أثبت ذات سبر الآراء أن الكهول وذوي السن المتقدم أكثر إقتناء للصحيفة من الشباب ومعنى ذلك أيضا أن الإقتناء والقراءة لا يلتقيان في درجة التعرض فهما ليسا شئيين متكاملان إذ أن الإقتناء ليس بالضرورة القراءة فهذا السلوك يرتبط بأبعاد أخرى ذات طابع نفسي واجتماعي. لا تتعدى في الأغلب الأعم قراءة الصحف لدى الشباب الساعة الواحدة وهذا ما وصلت إليه الدراسة المشار إليها وذلك نظرا لميل هؤلاء إلى المواضيع الخفيفة والمقالات القصيرة فقد وصلت هذه النسبة إلى 50.2% وقد يفسر هذا بوجود أنواع أخرى من الوسائل التي قد يلجأ إليها الشاب الجزائري وقد تكون كثيرة ومختلفة على غعتبار أنه لا توجد دراسة في هذا الشأن.

إن شاب الجزائري غير راض عن محتوى التلفزيون الجزائري لأنه يساهم في عملية تهميش للواقع من خلال عدم الإهتمام بمواضيعه ومخاطبته بلغة لا يفهمها الكثير منهم هذا الحكم لا يعني التلفزيون لوحده بل الصحافة المكتوبة أيضا فقد توصلت دراسة مصطفىاوي بلقاسم حول إستعمال وسائل الإعلام أن معظم قراء الجرائد يرون أن الرسائل التي تحملها لا تجيب عن الإنشغالات التي يطرحونها حول حياة الوطن وفي دراسة أخرى حول جمهور الصحافة الوطنية اليومية تأكد أن 57% من المستجوبين يرون أن هذه الصحافة لا تلبى رغباتهم. والقضايا التي تهم أي الشاب الجزائري غالبا ما تتمحور حول الرياضة والقضايا الإجتماعية وبعض الأمور الخاصة بنجوم السينما أو الاحداث الجارية وتبقى السياسة من المواضيع الأقل تتبعا لديه ففي عملية سبر

الآراء قامت بها مؤسسة سيجما SIGMA حول برامج التلفزيون الجزائري أن 4% فقط من العينة المدروسة فقط يتابعون الحصة السياسية "منتدى التلفزيون" و4% أيضا يتابعون الحصة السياسية "في دائرة الضوء" و17% يتابعون نشرة أخبار الثامنة بينما 39.1% يتابعون الحصة الترفيهية "صراحة راحة" و35.75% يتابعون الحصة الثقافية "آخر كلمة" وهذه النسب دليل على تأخر المواضيع السياسية عن الترفيه لدى الفرد الجزائري وهذا قد يعود إلى أن القضايا السياسية غير مطروحة بالطريقة التي تثير فضوله أما لأنها تتناول مواضيع لا يحس انه معني بها مباشرة أو أن الثقة في الإتصال الشفهي فيما يخص القضايا السياسة لها صدى بالنسبة إليه أكثر من مضمون وسائل الإعلام وتبقى المسببات كثيرة في كون الشاب الجزائري مازال مجهولا إعلاميا.

المبحث الثالث: الظروف السياسية التي رافقت التعددية.

المطلب الاول: الأزمة الأمنية في الجزائر.

يدفعنا الحديث عن الظروف السياسية التي رافقت التعددية الحزبية و الإعلامية أو ما يسمى بالتحول الديمقراطي في الجزائر إلى الحديث عن ما صاحبها من أزمة أمنية وسياسية. تميز المحيط الداخلي الذي جرى فيه الإنتقال نحو الديمقراطية في الجزائر بعدة سمات على مختلف الأصعدة السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية و على المستوى السياسي وصل نظام الحزب الواحد في الجزائر إلى حدوده القصوى بحث بدت بوادر الضعف و الهزال واضحة على الدولة و الحزب الذي فقد سيطرته شبه المطلقة على المجتمع الذي عبر عدة مرات عن رفضه و سخطه على النظام القائم بشكل مثير للإنتباه من خلال حركات إحتجاجية عنيفة عرفتها مناطق متعددة من البلاد بداية من الثمانينات التي تميزت بإحتجاجات شعبية عنيفة جرت خارج الأطر الرسمية التقليدية" الأحزاب والنقابات" لأنها نابعة من تامل المجتمع، وجاءت في صيغة حركات إجتماعية كانت بدايتها الربيع الأمازيغي الذي قاده الحركة الثقافية البربرية 1980 في منطقة القبائل وتلتها إضطرابات في الأحياء الشعبية في العاصمة مثل القصبة و جاءت بعدها الإضطرابات التي عاشتها منطقة شرق البلاد، قسنطينة- سطيف، و عنابة 1986، تلتها الإنتفاضة الشعبية التي شملت كل مناطق البلاد في أكتوبر 1988¹، وكانت أكثرها عنفا و تأثيرا على مستقبل النظام و المجتمع على حد سواء. جاءت هذه الحركات تعبيرا عن وضعية الإقصاء و التهميش الذي طال شرائح واسعة

¹ - عياشي عنصر، التعددية السياسية في الجزائر الواقع و الافاق، ورقة مقدمة للندوة التي نظمتها جامعة ال البيت و المعهد الدبلوماسي الاردني حول "الانتقال الديمقراطي في المنطقة العربية" بتاريخ 18-19 ماي 1999، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية، ص2.

من المجتمع و حالة الظلم الإجماعي الناتج عن نظام سياسي قائم على إحتكار السلطة و الإمتيازات من قبل أقلية سلطوية متمركزة في أجهزة ومؤسسات الدولة. هكذا دخل النظام منذ منتصف الثمانينات في أزمة عميقة هي أزمة النظام الإجماعي القائم على بيروقراطية الدولة و الربيع النفطي مؤديا إلى نتائج إقتصادية و خيمة و وضعية سياسية و إجتماعية متفجرة بفعل الإنسداد الذي و صلت إليه الأوضاع نتيجة التكلس الذي أصاب أجهزة الدولة وهياكلها بفعل الصراع المستديم بين الزمر المتواجدة في الحكم على النفوذ والإمتيازات، رغم محاولات الرئيس شادلي القيام بإصلاحات سياسية وإقتصادية منتصف الثمانينات بهدف إنعاش النظام و إعطائه دفعا جديدا، لكنه لم يستطع الذهاب بعيدا في مهمته لعدة أسباب منها ما يتعلق بطبيعة التصور الضيق الذي إستندت إليه تلك الإصلاحات و منها ما يتعلق بالمقاومة التي أبدتها أطراف متعددة مستفيدة من النظام الريعي القائم وفي مقدمتها قيادة حزب جبهة التحرير الوطني في ذلك الوقت. و عليه فقد أدت وضعية الإنسداد التي ميزت الصراع بين زمر النظام المتنافسة إلى تفاقم الوضع السيئ للبلاد وصولا إلى أحداث أكتوبر 1988 التي شكلت منعطفا حاسما في تاريخ الجزائر الحديث، لأنها كانت بمثابة المخاض الذي تولدت عنه فترة الإنتقال نحو الديمقراطية، بداية من 23 فيفري 1989 الإستفتاء على دستور جديد إعتبر لأول مرة¹ في تاريخ الجزائر المستقلة بالتعددية السياسية التي جرى تقنينها بموجب قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي الصادر في 5 جويلية 1989. لقد عاشت الجزائر في الفترة ما بين إعتقاد دستور 23 فيفري 1989 وإلغاء الإنتخابات التشريعية الأولى سنة 1992 حلما ديمقراطيا جذب أنظار

¹ - المرجع السابق، ص 3.

الكثير من المتتبعين سواء السياسيين أو الباحثين¹. إلى أن جاء موعد الانتخابات في ظل إجواء مفعمة بالديمقراطية و أُعتبرت هذه الانتخابات بمثابة إمتحان لجميع الفاعلين السياسيين. فبحلول 12 جوان 1990 كانت أول إنتخابات تعددية عرفتها الجزائر، و وجد الناخب الجزائري نفسه أمام صناديق الإقتراع ليختار من يشاء بكل حرية و شفافية. كان متوسط مشاركة المواطنين في حدود 64.15% و بلغ عدد الأحزاب المشاركة 11 حزب من بين 25 حزب معتمدا آنذاك. و جاءت نتائج الانتخابات بفوز ساحق للجبهة الإسلامية للإنقاذ ب 853 مجلس بلدي²، و عليه فقد اعادت إنتخابات جوان 1990 المحلية ترتيب خارطة السياسة للجزائر، رفعت من شأن الإسلاميين وإنهارت بموجبها اسطورة قيادة جبهة التحرير الشعب الجزائري. تلتها الانتخابات التشريعية عام 1991 مما أثار العديد من التساؤلات حول مستقبل المنطقة على المستوى الداخلي و الخارجي، و دفع إلى إلغاء الانتخابات في 11 جانفي 1992، و حل الجبهة الإسلامية للإنقاذ بقرار أصدرته المحكمة العليا وسجن قياداتها وعليه فقد إتخذ الصراع السياسي شكلا آخر وهو العنف المسلح الذي أسس لبداية مرحلة جديدة تميزت أساسا بإنهيار الشرعية الدستورية، و بإعلان لحالة الطوارئ³ - من هنا بدأت بوادر العنف تظهر، وإستطاعت الأقلية المتبنية للعنف أن تحتل الساحة. و بدأ النشوء الفعلي لعدة تنظيمات إرهابية أهمها⁴:

¹ - محمد بوضياف، مستقبل النظام السياسي في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم السياسية و العلاقات العامة، جامعة الجزائر، 2008، ص 146.

² - BENYOUB, Rachid, Annuaire Politique de l'Algerie 2000, Alger, 2000, p104.

³ - BEN JAMIN Stora ,Du terrorisme autopsie de la tragédie algérienne Aujourd'hui, ed Rocher Noir, France, Paris, 1995, p 24.

⁴ - نصر الدين نواري، الصحافة والارهاب في الجزائر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص 101.

الحركة الإسلامية المسلحة MIA التي أسسها عبد القادر شبوطي بجبال الزبير 1991 و هي الحركة التي جمعت بقايا الحركة الإسلامية التي كان يتزعمها مصطفى بويعلي. كما ظهرت جماعة إرهابية أخرى تسمى " الحركة لأجل الدولة الإسلامية" MEI أسسها سنة 1991 سعيد مخلوفي، و"الجيش الإسلامي للإنقاذ" سنة 1992 الجناح العسكري للجبهة الإسلامية للإنقاذ بإمارة مدني مزراق، و الباقر على العهد" التي تأسست بمبادرة من سعيد مخلوفي وقمر الدين خريان في جويلية 1991، و الجبهة الإسلامية للجهاد المسلح" FIDA التي تأسست عام 1993 و إستهدفت إغتيال الضباط الكبار والشخصيات السياسية، الفنانين، المثقفين، الصحفيين، بقيادة عبد الوهاب العمارة و حسين كاشا، كما ظهرت جماعة أخرى تسمى " التكفير و الهجرة" التي أسسها قدامى محاربي أفغانستان كان يقودها نور الدين صديقي و أحمد بوعمرة و هذه الجماعة تنادي بالصراع المسلح. إضافة إلى الجماعة الإسلامية المسلحة GIA التي تعد أخطر جماعة إرهابية على الإطلاق في أكتوبر 1992، والتي قامت بتوحيد صفوف الجماعات الإرهابية. يمكن القول أن تلك الجماعات الإرهابية تنافست على قتل الأبرياء خصوصا بعد إعلان "الجيا" الحرب الشاملة على المجتمع سنة 1994 و أصبحت لا تفرق بين المواطن البسيط و رجل الدين، المثقف و رجال الأمن، رجال السياسة والأعمال، ولم ينج من الأعمال الإرهابية لا المثقفين، لا صحفيين، ولا حتى الرضع والرهبان¹. مع نهاية 1996 بدأ الإنشقاق يدب في صفوف "الجيا" تحت إمارة أميرها الوطني جمال زيتوني الذي لم يحظ بالإجماع داخل الجماعة مما أدى إلى إنشقاق حسان حطاب عن " الجيا" وتأسيسه للجماعة السلفية للدعوة والقتال.

¹ - المرجع السابق، ص 102.

في الأخير فقد كانت حصيلة الأزمة الأمنية ثقيلة جدا إذ لا يقل عدد ضحاياها عن مئة ألف حسب التقديرات ورغم أنه لا يوجد إحصاء رسمي معروف لعدد الضحايا إضافة إلى دمار المنشآت القاعدية و تعطيل الإنتاج، فالكلفة باهظة لهذه الحرب التي بلغت حوالي 5 بالمئة من الناتج القومي¹.

المطلب الثاني: قانون الرحمة و الوئام المدني.

في عهد اليمين زروال بدأت مرحلة جديدة و معقدة من مراحل العنف والمواجهة بين النظام السياسي و المؤسسة العسكرية من ناحية والجماعات الإرهابية من ناحية أخرى، و تم إنشاء لجنة الحوار الوطني في نهاية المرحلة الإنتقالية للمجلس الأعلى للدولة في بداية عام 1994 وترأس هذه اللجنة: يوسف الخطيب، الجنرال الصنهاجي، الجنرال محمد تواتي، الجنرال الطيب دراجي، قاسم كبير، عبد القادر بن صالح. وتجسدت بوادر الحوار والمصالحة بإطلاق سراح إثنين من قادة الفيس وهما علي جدي و عبد القادر بوخمخ كما حاول إقناع قادة الفيس بالمشاركة في ندوة الوفاق الوطني، إلا أن كل المحاولات باءت بالفشل خاصة بعد أن تبين أن علي بلحاج قد أصدر بيانا يدعم فيه الجماعة الإسلامية المسلحة، مما جعل الرئيس زروال يعلن عن فشل الحوار الوطني

ويعلن عن إجراء إنتخابات رئاسية قبل نهاية 1995 وفي المقابل نظمت قوى المصالحة عقد روما، و أهم ما جاء فيه مطالبة الرئاسة بالشروع في مفاوضات غير مشروطة مع المعارضة بما في ذلك الجبهة الإسلامية للإنقاذ² من أجل إيجاد تسوية سياسية للأزمة إلا أن هذا العقد قوبل بالرفض من طرف

¹ - عبد الحميد مهري، الأزمة الجزائرية: الواقع و الافاق، الأزمة الجزائرية الخلفيات السياسية و الإجتماعية و الإقتصادية و الثقافية، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999، ص 184.

² - بوشنافة شمسة، قبي ادم، ادارة النظام السياسي للعنف في الجزائر 1988-2000، مجلة الباحث، العدد3، 2004، ص 128.

السلطة و المجتمع المدني. خاصة وأنه بعد أيام على عقد روما حدثت عملية إرهابية تمثلت في انفجار سيارة مفخخة أمام مقر مديرية الأمن الوطني بالعاصمة. و بعد إنتخاب زروال رئيسا للجمهورية و تعيين مقداد سيفي رئيسا للحكومة خلفا لرضى مالك، تم إغلاق المحتشدات و المراكز الأمنية و إطلاق سراح شاغليها، و شرع زروال الحوار مع الشركاء السياسيين. و بالموازاة مع الحوار السياسي حدث توجه آخر نحو تطويق الأزمة الأمنية كشكل من أشكال التصالح و تجلى ذلك في قانون التوبة أو ما يعرف ب قانون الرحمة لعام 1994 الذي صدر على شكل أمر يحتوي على 12 مادة مقسمة إلى ثلاثة فصول، هدف إلى تحقيق التآلف، التواد و التآخي، بين أبناء الشعب الجزائري، ورغم أنه مكن كثيرا من حملة السلاح من العودة إلى المجتمع، وأعتبر قانون الرحمة دفعة نحو وضع حد للنزيف الدموي إلا أن عدم إشراك السياسيين الذين يعدون طرفا في الأزمة حال دون تحقيق النتائج المرجوة. بعد تعديل دستور 1996 و إجراء الإنتخابات التشريعية والبلدية وفي ظل الظروف الأمنية المتدهورة، فاجأ الرئيس اليمين زروال المتتبعين السياسيين بإستقالته من الرئاسة و من ثم من الحياة السياسية، وأعلن عن إجراء إنتخابات رئاسية مسبقة في أفريل 1999 لتشكل بذلك إستقالة الرئيس صدمة كبيرة أوساط الشعب الجزائري والطبقة السياسية¹. ترشحت عدة شخصيات سياسية لهذه الإنتخابات غير أن الفوز كان من نصيب عبد العزيز بوتفليقة الذي ألق خطابا في أوت 1999 أعلن من خلاله عن إستحداث آلية جديدة لإستعادة الأمن والسلم الوطني أطلق عليها إسم الوثام المدني الذي وردت أحكامه في 43 مادة موزعة على فصول هي: تدابير الإعفاء من المتابعات، الوضع رهن الإرجاء،

¹ - نعيمة عزوف، سياسة الوثام المدني بين المبدأ و الواقع، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية و الإعلام، 2006/2005، ص 20.

تخفيف العقوبات، تدابير لصالح المسلمين أنفسهم، ضحايا الإرهاب¹ و الغاية من هذا القانون هي تأسيس تدابير خاصة بغية توفير الحلول الملائمة للأشخاص المتورطين في أعمال إرهاب أو تخريب و الذين يعبرون عن إرادتهم في التوقف بكل وعي عن نشاطاتهم الإجرامية². إرتكز هذا القانون على أربع محاور هي:

- التمسك بالدستور و تنفيذ القوانين.
- إحقاق حق ضحايا العنف و التكفل بهم.
- العرفان إزاء المؤسسات و جميع المواطنين الذين كان لهم دور في إنقاذ الجزائر

• فسح المجال لعودة كل من ضل بهم الطريق لسبب أو لآخر، ورغم نجاح هذا المشروع إلى حد ما في تخفيف من الأزمة إلا أنه لم يكن الحل الأخير والجزري و رغم عودة الآلاف من المقاتلين فقد صرح الرئيس قائلا إن سياسة الوئام الوطني هذه لازالت أواصل تطبيقها لم تضع حدا نهائيا لأعمال الإرهاب³. وعليه تم إصدار ميثاق السلم و المصالحة الوطنية كجرعة ثالثة لحل الأزمة الأمنية.

المطلب الثالث: ميثاق السلم و المصالحة الوطنية.

بعد نجاح قانون إستعادة الوئام المدني في تخفيف من حدة ظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية بشكل ملحوظ، وإستفادة أعداد هائلة من

¹ - صحراوي، يسعد شريف، مسالة المشروعية و تأثيرها على الاستقرار السياسي، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص 101.

² - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 08/99 المتعلق باستعادة الوئام المدني المؤرخ في 29 ربيع الاول والموافق ل 13 يوليو. (الجريدة الرسمية، العدد 46، 29 ربيع الاول 1420، الموافق ل 13 يوليو 1999)، ص 03.

³ - بخالد عبد الرزاق، المصالحة الوطنية في ظل السياسة الجنائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون الجنائي والعلوم الجنائية، جامعة قسنطينة، 2010، ص 51.

الإرهابيين من إحكامه و تأكدت الجزائر من أن المعالجة التحفيزية لظاهرة الإرهاب هي السبيل الأنجع للقضاء على الظاهرة، و إذا إعتبرنا أن المصالحة الوطنية هي وسيلة من وسائل حل الخلافات، المنازعات والأزمات بين الأشخاص والأطراف و الدول وديا وسلميا وهي تمتاز عن غيرها من الوسائل الرسمية لتسوية الخلافات وحل المنازعات بأنها الأكثر بساطة ورشادة من حيث التكاليف و الجهود و الوقت والفعالية والشمولية ومن حيث جذرية الحل¹، كما تعد قرار سياسيا عقلانيا، رحبت به الجزائر ولقي القبول لدى غالبية الشعب، وتندرج هذه السياسة ضمن إستراتيجية عامة²، وبعد إنتهاج مثل هذه السبل لتحقيق السلم الداخلي مكسبا إجتماعيا ثمينا تدعمه الثوابت الإجتماعية و الثقافية للمجتمع وما يحمله من قيم و عادات وتقاليد من أجل السلم و التسامح و التصالح . وتعود جذور المصالحة الوطنية إلى الإغريق الذين عرفوا سجالات و نقاشات كثيرة حول موضوع المصالحة وحقوق الإنسان. وحسب رأي عدد كبير من الملاحظين تعتبر المصالحة الوطنية في الجزائر نجاحا وتقدما فهي لم تفرض ضد حقوق الانسان المعترف بها للمواطن بموجب نص الدستور، كما أنها لم تضرب بالالتزامات الجزائر عرض الحائط، وهي أرضية لخدمة حقوق الإنسان، حيث سمحت بحقن دماء الآلاف من الأرواح وأعادت الأمل إلى المواطنين وإستعادت الأستقرار الذي لولاه لما تم الشروع في أي مشروع لفائدة الأجيال الحالية و اللاحقة³. وقد جاء ميثاق

¹ - محمد بوضياف، مستقبل النظام السياسي الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2008، ص225.

² - احمد قورية، بوتليقة رجل الاقدار ورجل المصالحة الوطنية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004، ص24.

³ - اللجنة الاستشارية الوطنية لترقية حقوق الانسان و حمايتها، تقرير سنوي عن وضعية حقوق الانسان في الجزائر، 2009، ص 15

السلم والمصالحة الوطنية في شكل وثيقة تضم مجموعة من البنود إذ لم يتضمن مواد قانونية واضحة، وبالنسبة إلى محتواه فقد تحدث في ديباجته عن بطولات الشعب عبر مختلف المراحل التاريخية، مرجعا ذلك إلى تمسكه بقيمه وأخلاقه كما تحدثت الديباجة عن طبيعة الشعب الجزائري التي تأتي الإستعباد، وذكر الشعب بالمعارك التي خاضها في سبيل إعادة بناء الدولة والنهوض بالأمة والدولة، وطلب الميثاق من الجزائريين أن يتساموا عن المأساة التي شهدتها العشرية السابقة مبرزا أهمية ذلك في تحقيق الأمن العمومي والشخصي، ثم أشاد الميثاق بدور الجيش الوطني الشعبي وقوات الأمن وكافة الوطنيين الذين إضطلعوا بصبر وحزم بتنظيم مقاومة الأمة لمواجهة ذلك "العدوان الإجرامي اللاإسلامي"¹ وتحدث ميثاق السلم والمصالحة أيضا عن مسؤولية الدولة في التعويض أسر ضحايا المأساة سواء كان هذا التعويض ماديا أو معنويا، كما تحدث عن قضية الإرهاب وتنافيها مع قيم الدين الإسلامي وقيم المجتمع الجزائري، وإعتبر الميثاق أن الجزائريين عرفوا أنه لا تنمية بدون السلم والأمن ثم دعا _ بناء على ما تقدم _ إلى ضرورة تحقيق مصالحة وطنية مبررا ذلك بأن " المصالحة غاية ينشدها الشعب الجزائري حقا وصدقا ذلك أنها مطلب غير قابل للتأجيل نظرا لما تواجهه الجزائر من تحديات التنمية العديدة²، وقد إعتبر الميثاق أن سياسة الوئام المدني كانت أنجع من سياسة الرحمة حيث عبر الشعب بكل أريحية عن موقفه من قانون

¹ -الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم الرئاسي رقم 278-2005 المتضمن استدعاء الهيئة الناخبة للاستفتاء المتعلق بالمصالحة الوطنية يوم 2005/09/29، الجريدة الرسمية العدد 55، ص 4.

² - المرجع السابق، ص 4.

- الوئام في الإستفتاء الشعبي على عكس قانون الرحمة، و قد هدف المشروع الأخير لإستعادة الأمن و السلم الوطني " المصالحة الوطنية" إلى¹:
- الحفاظ على مكتسبات أول نوفمبر 1954 والتذكير بضم الإستعمار مما يعني ضرورة التنبه بأن الأولوية اليوم هي بناء المجتمع لا العمل على تدميره على إعتبار أنه لا يحس بنعمة الإستقلال إلا من عايش فترة الإستعمار وهذا تنويه من النخبة على أن معركة البناء هي الأساس.
 - تصحيح الإنحراف عن المسار الوطني الذي خلف خسائر مادية وبشرية معتبرة وكاد أن يقوض أركان الدولة في فترة ما ومحاولة محو آثار المأساة الوطنية التي كان ضحيتها كل أطراف الشعب الجزائري دون إستثناء .
 - إستعادة الأمن والنظام العام على إعتبار أمن ممتلكات الناس و أرواحهم وحتى أعراضهم مسألة حيوية سواء في نظر الإسلام وحتى تحت حماية القانون .
 - التأكيد على حصانة الجيش الشعبي الوطني وكذا أسلاك الأمن بإعتبارهم حماة الجمهورية الذين تحملوا القسط الأكبر من المأساة الوطنية في سبيل الحفاظ على الجمهورية وهو أمر يستحق التقدير والإحترام.
 - التأكيد على سماحة الإسلام دين الدولة ورفض أي إستعمالات أو تشويهات مغرضة بإسم الإسلام ومنافية للوطنية على إعتبار أن الإسلام دين تسامح وسلم لا دين عنف.
 - الحفاظ على مقومات الهوية الوطنية والتأكيد على مقوماتها.
 - تهيئة الأرضية للتنمية السياسية والإقتصادية من خلال عودة الإستقرار والأمن للمواطنين.

¹ - بخالد عبد الرزاق، المصالحة الوطنية في ظل السياسة الجنائية، مذكرة ماجستير في القانون الجنائي والعلوم الجنائية، قسم الحقوق والعلوم القانونية، جامعة قسنطينة، 2010، ص 54/53.

- إستكمال مشروع الوئام الوطني وسياسة الرحمة التي سبقتها وتثبيط كل الأعمال المناوئة لهذا المسعى.
 - تحسين صورة الجزائر الدولية من خلال الإلتزامات بتعهداتها الوطنية على إعتبار أن حرية المواطن وحرمة و أمن ممتلكاته من أهم أولويات السياسة الوطنية وكذا الهيئات الدولية ومنظمات حقوق الانسان.
- وبعد عشرية دامية حصدت أرواح مئات آلاف الجزائريين و حطمت أركان إقتصادهم وشوهت صورة بلدهم، و قطعت أوصل مجتمعهم و مزقتهم كل ممزق، بعد كل هذه الفظاعة كان لابد من تحقيق هبة تحسم أمر هذه الفتنة وتكفل بتبعاتها تكفلا تميزه الرأفة و يطبعه العدل، ويزكيه الحلم و حسن الصبح والتسامي عن الحقد والبغض والضغينة التي قد تترسخ في الأذهان وتتوارثها الأجيال¹، وعلى هذا الأساس جاء مشرع المصالحة الوطنية لطي صفحة الماضي الأليمة، وتكريس قيم ومبادئ الشعب وجنوحه نحو السلم والتسامح. وقد عاد الشعب الجزائري من خلال هذه الحركة المؤدية إلى الإستقرار والتلاحم الإجتماعي في واقع الأمر إلى ربط الصلة بتقاليده في مجال السلم والمتجذرة في أقدس مقدساته: "إنما المؤمنون إخوة فاصلحوا بين أخويكم." سورة الحجرات الآية 10.

أبعاد المصالحة الوطنية:

المصالحة الوطنية الشاملة كإستراتيجية إختارتها قيادة المرحلة الجديدة، يقصد بها كما أوضح رئيس الجمهورية: "إعادة بناء الروابط والأواصر التي إنفصمت بين أفراد مجتمع تمزقت أوصاله، لا بفعل أعمال العنف فحسب، بل بفعل إيديولوجيات الضلال، و الغي بوجه خاص، وعليه فإنها لا تقتصر في نظري على مجرد إيقاف أعمال العنف.... بل إنها تعني في غايتها القصوى

¹ - دليلة بركان، عبد العزيز بوتفليقة: رجل السلام و التحدي، الجزائر، المكتبة العصرية، د.ت.ن، ص 31.

إعادة بناء الوفاق بين الجزائريين أيا ما كانت مشاريتهم ومناهلهم، وبت روح السلم في الصدور، وضمان الأمن ولأمان للجميع في محاولة لنسيان ما صار.....وهي تعني كذلك مصالحة رسمية و سياسية بين الجزائريين، وتعبئة جميع الأطراف في سبيل تجديد وطني يكون كفيلا من خلال إصلاح الدولة، وإعادة تنظيم الساحة السياسية، و الإصلاحات الهيكلية، والقضاء على الأسباب التي أدت إلى إنفجار الأزمة، وإنشاء علاقات إجتماعية جديدة¹.

¹ - خطاب رئيس الجمهورية، السيد عبد العزيز بوتفليقة امام اطارات الامة، نادي الصنوبر "قصر الامم"، جريدة الشعب، العدد 12522، تاريخ 2001/04/28، ص04.

الجانب التطبيقي

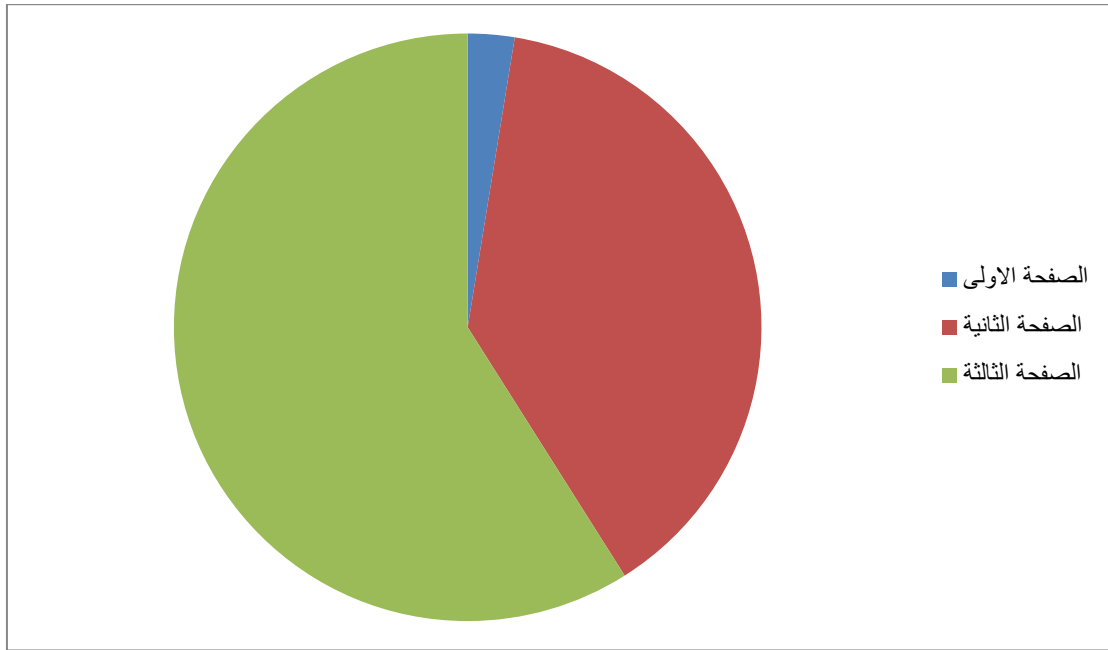
الفصل الخامس:

الجانب التطبيقي.

نتائج الدراسة التحليلية:

الجدول 01: خاص بترتيب المقالات حسب الصفحات:

النسبة المئوية	التكرار	الصفحة
%2.56	1	الصفحة الاولى
%38.46	15	الصفحة الثانية
%57.89	22	الصفحة الثالثة
%100	39	المجموع



رسم توضيحي لترتيب المقالات حسب صفحات الجريدة

التعليق على النتائج:

تلعب وسائل الاعلام دورا خطيرا في الحياة السياسية، ولا سيما في العقود الأخيرة، حيث تطورت وأصبحت أكثر قوة من أي وقت مضى، حيث قدم الإعلام تغطية متوازنة و عادلة لكثير من القضايا، كما أيقظ وعي الناس على

الظلم و الفساد، و سوء إستخدام السلطة و التبذير، إضافة إلى دوره في تشكيل الرأي العام، و عليه فهو قوة فعّالة للعمل السياسي، و سبيل لإيصال آراء معظم المشاركين في اللعبة السياسية¹، غير أن عامل العرض الصحفي و طريقة إخراجها قد تقلل من قيمة المحتوى الإعلامي أو الحدث وفقا لما تريد كل جريدة إبرازه و تماشيا مع السياسة الإخراجية لكل صحيفة، إذ تتوزع الأخبار و المقالات على صفحات الجريدة بما يبرز أهميتها و يتم إدراجها بأبناط مختلفة و عناصر تبيوغرافية مميزة لها عن بقية المحتويات الإعلامية الأخرى حيث يتم إبراز قيمة المضامين الإعلامية من خلال عرض المواضيع و الاخبار على مساحات معينة، في صفحات محددة و تحت عناوين مقررّة و مقدرة في عدد مناسب من الأعمدة² و عليه، يتبين لنا من خلال الجدول و الرسم البياني أن جل المقالات جاءت في الصفحة 03 تحت باب الوطني ، بنسبة 58.97% تلتها الصفحة 02 تحت نفس الباب بنسبة 38.46% ، ثم الصفحة الأولى بنسبة 2.56% من خلال هذا الترتيب نستنتج أن جريدة الخبر سعت لتحقيق نوع من الألفة بين القراء و الجريدة خاصة منهم مبتغى موضوع المصالحة من خلال تخصيص هذه الصفحات و هذا الباب تحت نفس العنوان لنشر مواضيع ذات علاقة بالتجمعات السياسية و الشعبية و مستجدات الأوضاع الأمنية في الجزائر. أما عن الصفحة الأولى فقد إستغلّتها في بعض الأحيان لجلب إهتمام القراء بالأحداث إذ تقوم بنشر مقدمة المقال أو جزء منه في الصفحة الأولى أما الباقي فيكون في الصفحات الداخلية. أما عن الصفحة 03 فالقارئ عندما

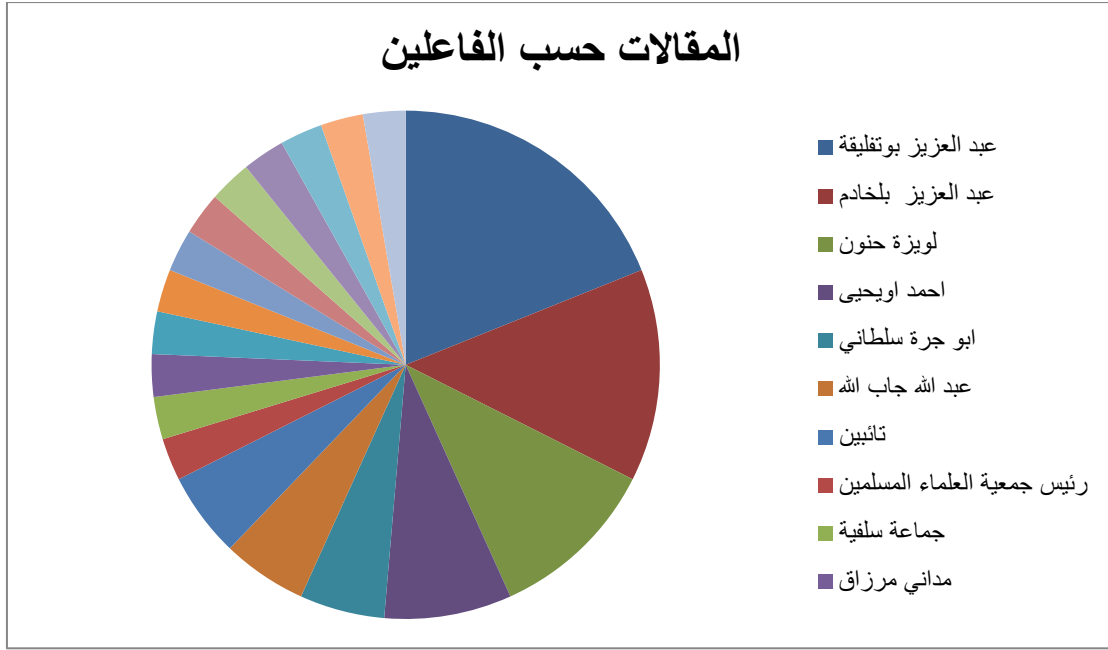
¹ - فضيل دليو، الصحافة المكتوبة في الجزائريين الاصالّة و الاغتراب، المستقبل الري، العدد 255، بيروت، ماي 200، ص 47، 54.

² - محمود علم الدين، الاخراج الصحفي، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ص 10

يفتح الجريدة غالبا ما تقع عينه على الجانب الأيسر لها لذلك إستغلت الجريدة ذلك في سياستها الإخراجية.

الجدول 02: خاص بتقسيم المقالات حسب الفاعلين:

الفاعلين	المقالات	النسبة المئوية
عبد العزيز بوتفليقة	07	%18.42
عبد العزيز بلخادم	05	%13.15
لويزة حنون	04	%10.52
احمد اويحيى	03	%7.89
عبد الله جاب الله	02	%5.26
احمد بن بلة	01	%2.63
ابو جرة سلطاني	02	%5.26
ولد عباس	01	%2.63
تائبين	02	%5.26
شيوخ الزوايا	01	%2.63
ائمة المساجد	01	%2.63
جماعة هدام	01	%2.63
منظمة ضحايا الارهاب	01	%2.63
عبد الحق العيادة	01	%2.63
جمعية العلماء المسلمين	01	%2.63
جماعة سلفية	01	%2.63
مداني مرزاق	01	%2.63
حسان حطاب	01	%2.63
ميلود شرفي	01	%2.63
رابح كبير	01	%2.63
المجموع	38	%100



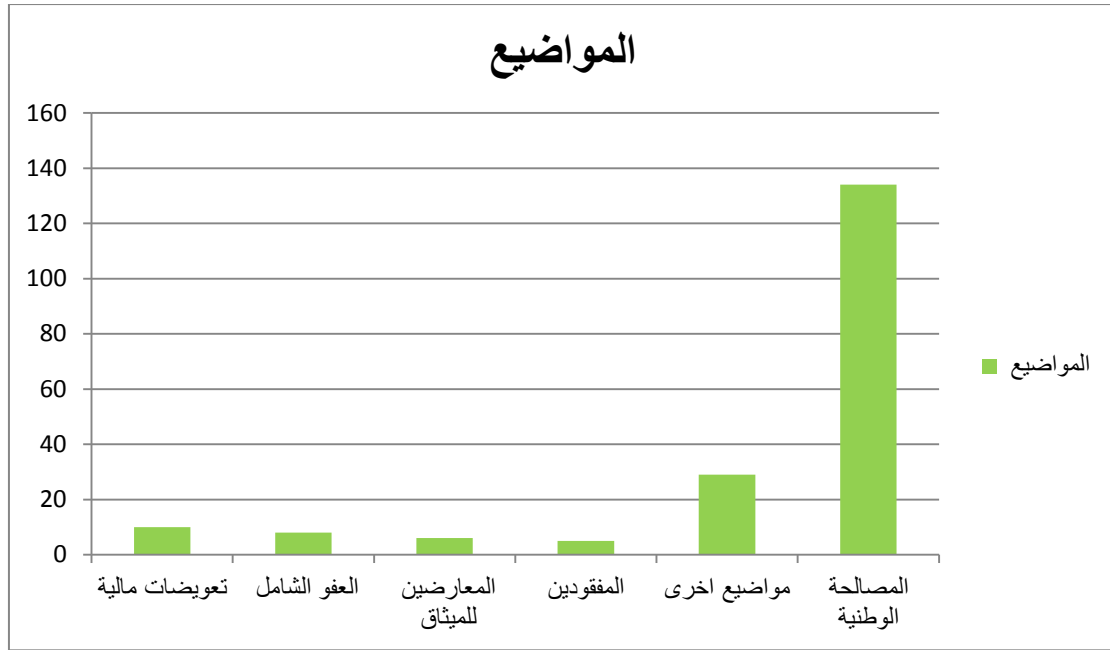
تعليق على النتائج:

إن اعتماد فاعلين معينين خلال عملية الدعاية و الترويج لميثاق السلم والمصالحة الوطنية لم يتم بطريقة إعتباطية فما نلاحظه بشكل عام هو تعدد الفاعلين و إختلاف رؤاهم للموضوع إضافة إلى تعدد مشاربهم السياسية وحتى إختلاف أدوارهم الإجتماعية : قادة سياسيين، رؤساء أحزاب، ممثلين عن الضحايا الإرهاب، شخصيات دينية... كما نلاحظ إتفاق الفرقاء السياسيين حول قضية المصالحة الوطنية وأهمية إسترجاع الأمن و السلم الوطنيين: قادة سابقين في الحزب المنحل وفي جماعات إرهابية، أحزاب الإئتلاف الرئاسي مثل: عبد الحق العيادة: الأمير السابق للتنظيم الإرهابي الجماعة الإسلامية المسلحة" الجيا"، خطاب حسان" الأمير السابق و مؤسس التنظيم الإرهابي: الجماعة السلفية للدعوة و القتال عام 1998، مداني مزرارق: المسؤول السابق عن التنظيم المسمى: الجيش الإسلامي للإنقاذ، التائبين.... هذا الاختلاف والتنوع يوحي بمسعى الصحافة إلى توجيه رسائلها إلى كافة أطراف المجتمع الجزائري، و أفراده القادرين على التصويت. و الفاعلين أو الشخصيات في مثل

هذا المقام الذي تسعى من خلاله إلى الإقناع لا بد أن تتوفر فيها مجموعة من العوامل تساعد في عملية الإقناع مثل: المصداقية، الثقة، الجاذبية....
وعليه فقد حصد عبد العزيز بوتفليقة أكبر عدد من المقالات بنسبة 18.42% كونه قام بأكبر قدر من التجمعات الشعبية للدعاية لمشروع ميثاق السلم و المصالحة الوطنية، تلاه عبد العزيز بلخادم بنسبة 13.15%، ثم لويزة حنون بنسبة 10.52%، يليها أحمد أويحي بنسبة 7.89%، ليتساوى أخيرا وليس آخرا كل من عبد الله جاب الله، أبو جرة سلطاني و التائبين، بنسبة 5.26% ثم جاءت نسبة 2.63% لكل من: أحمد بن بلة، ولد عباس، شيوخ الزوايا، أئمة المساجد، جماعة هدام، منظمة ضحايا الإرهاب، رئيس جمعية العلماء المسلمين، ميلود شرفي و رابح كبير

الجدول 03: خاص بالمواضيع

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع
69.79%	134	المصالحة الوطنية
5.20%	10	تعويضات مالية
4.16%	08	موضوع العفو الشامل
3.12%	06	المعارضين للميثاق
2.60%	05	موضوع المفقودين
15,10%	29	مواضيع اخرى
100%	192	المجموع



رسم توضيحي لفئة المواضيع

التعليق على النتائج:

تختلف التجربة التاريخية التي عايشتها الجزائر في التسعينات من حيث التحولات الإقتصادية والسياسية عن المراحل السابقة من تاريخها المعاصر، إذ تحول النسق الإقتصادي من الإقتصاد الموجه إلى الإقتصاد الحر وعليه إنفتح المجتمع الجزائري على العالم الخارجي مما سمح بتعاظم الآثار والانعكاسات على المنظومة القيمية، إضافة إلى مخلفات التحولات الإجتماعية و السياسية، فتوارت بذلك قيم العمل، الجد و المسؤولية و الإتقان، الشرف والامانة، التسامح و الإخاء، و غيرها من القيم الإيجابية، و تحولت جميعها إلى قيم سلبية، مشوهة كاللامبالاة، المحسوبية، الرشوة، والتهافت على الثراء المادي بدون أي جهد، فضلا عن العدوان و العنف، و ضعف الإلتزام الوطني، كما توترت المعاملات بين الأفراد و الجماعات داخل المجتمع وحدثت هزة عنيفة في أنساق القيم الإجتماعية، و حدث إنقلاب في ترتيب سلم القيم في المجتمع، وتأسيسا على ذلك و بناء عليه كيف حاولت الصحافة خلال هذه الفترة المتأخرة من العشرية السوداء(2005)، تغيير الأحداث والوقائع الإجتماعية

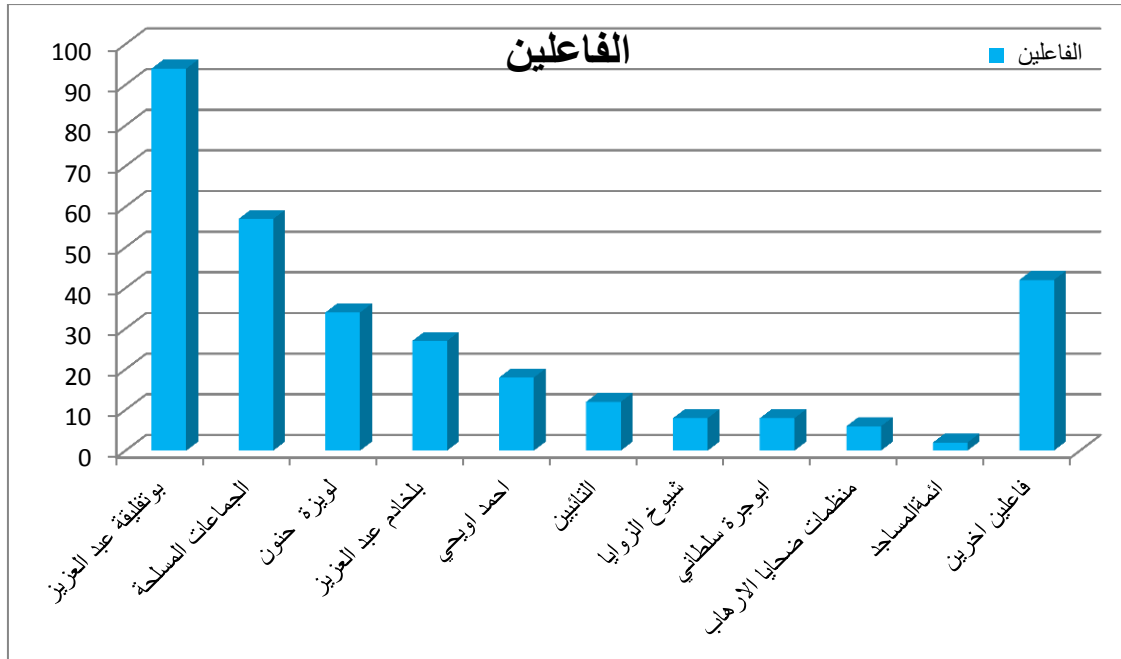
والسياسية من خلال مغايرة القيم المسيطرة آنذاك وإستبدالها بقيم جديدة تعتلي سلم القيم الإجتماعية، و ذلك عن طريق طرق مختلف أبواب التواصل الاجتماعي، و عرض شتى المواضيع ذات العلاقة بإستعادة الأمن والسلم الوطنيين، و نلاحظ من خلال الجدول والرسم البياني الخاص بالمواضيع التي تم تناولها من قبل الصحافة خلال هذه الفترة الممتدة من 14/08/2005 إلى 29/09/2005، وهي فترة الدعاية و الحملات التحسيسية بميثاق السلم والمصالحة الوطنية. وعليه فقد كانت حصة الأسد من نصيب الميثاق في حد ذاته فالمجتمعات التي نشطها كل من بوتفليقة، أويحي، بلخادم، و أعضاء التحالف الرئاسي بصفة عامة إضافة إلى فاعلين آخرين كانت جلتها تدور حول شرح الميثاق وتفسير بنوده إضافة إلى تبسيطها من خلال التجمعات الشعبية والحزبية التي نشطوها. و ذلك بنسبة 69,79 % إضافة على تعريجهم على موضوع العفو الشامل بنسبة 4,16 % وحضي موضوع التعويضات المالية بنسبة 5,20 % بينما جاءت مواضيع المعارضة بنسبة 3,12 % وكانت متفرقات أخرى بنسبة 15,10 % وكانت أهم هذه المواضيع التخلي عن العمل المسلح، الأزمة الأمنية، إغتيال الدبلوماسيين وقضايا العروش.... الخ من أبرز هذه المواضيع. و لقد تم التركيز على موضوع المصالحة لأنها كانت الحدث الأبرز والأهم بالنسبة للصحافة حينذاك وحتى بالنسبة للمجتمع المدني والمواطنين وحتى على الصعيد الوطني والعالمي وحسب الصديق شهاب: " إستراتيجية المصالحة الوطنية من حيث القيم والدلالات التي تضمنها ميثاق السلم والمصالحة الوطنية، تهدف إلى بلورة حل شامل للأزمة الوطنية بإجتثاث جذورها ومعالجة آثارها ثم تطوير سياسات لقيادة المجتمع الجزائري على أساس

الحكم الصالح و التنمية الوطنية الشاملة، من أجل مواجهة تحديات المرحلة داخليا و خارجيا، بكل وعي و مسؤولية¹.

الجدول 04: الخاص بالفاعلين :

النسبة	التكرار	الفاعلين
%30,51	94	بوتفليقة عبد العزيز
%18.50	57	الجماعات المسلحة
%11.03	34	لويزة حنون
%8.76	27	بلخادم عبد العزيز
%5.84	18	اويحي احمد
%3,89	12	تائبين
%2,59	08	الزوايا شيوخ
%2,59	08	أبو جرة سلطاني
%1,94	06	منظمات ضحايا الإرهاب
%0.64	02	ائمة المساجد
%13,63	42	فاعلين آخرين
%100	308	المجموع

1- الصديق شهاب، المصالحة الوطنية: مسار...قيم... و ضمانات، الفكر البرلماني، العدد08، مارس 2005، ص 80/75.



رسم توضيحي لفئة الفاعلين

تمت سابقا الإشارة إلى أن العينة تم إختيارها بطريقة حصصية نسبة إلى الفاعلين الذين نشطوا تجمعات شعبية او حزبية للدعاية و الترويج لميثاق السلم و المصالحة الوطنية، و قد كان هؤلاء الفاعلين أعضاء في التحالف الرئاسي الذي يعبر عنه عبد العزيز بلخادم بقوله: "إن هذا التكامل لا يقتصر على الانتخابات الرئاسية فحسب بل سيستمر ليعزز العمل الجماعي الذي بدأناه منذ 5 سنوات، إننا نريد من هذا التحالف أن يرتقي ليصبح قطبا بالمفهوم الواسع للوطنية، لأن هذه الأخيرة من دون إحترام المثل، القيم، و العقيدة، لا تؤدي معناها في البناء الوطني، نريد من هذا الائتلاف ان يكون نصرة للحق و اداة لتحقيق الاصلاحات التي شرعنا في تنفيذها¹. " و يضيف في هذا الصدد السيد أحمد أويحي: " نحن في التجمع الوطني الديمقراطي مثل شركائنا في هذا التحالف مقتنعون أننا ننتمي إلى أمة مسلمة، ننتمي إلى أمة هي جزء من أمة العربية الإسلامية، و ننتمي إلى شعب متجذر في الأمازيغية، ونحن

¹ - السيد عبد العزيز بلخادم، الامين العام لحزب جبهة التحرير الوطني في كلمة بمناسبة التوقيع على وثيقة التحالف، فند الاوراسي، 16 فيفري 2004.

في إنتلاف الأمس و التحالف اليوم مقتنعون أن الجزائر في إنتظار البناء وأن الجزائر في إنتظار التشييد¹. إضافة إلى فاعلين آخرين من قادة الفيس المحل أو قادة الجماعات الإرهابية سابقا أو تائبين و ممثلين عن حقوق الإنسان، جماعات من السلفيين ممثلين عن المجتمع المدني و منظمات ضحايا الإرهاب. حيث كان بوتفليقة أكثر من نشط تجمعات و حظي بإهتمام الصحافة و ذلك لأنه صاحب المشروع ورئيس الدولة حيث كانت النسبة 30,51% ، تلاه في ذلك التجمعات التي نشطها أعضاء سابقين إما في الحزب المحل الفيس أو في الجبهة الإسلامية للإنقاذ أو في جماعات مسلحة نأخذ على سبيل المثال وليس الحصر مدني مرزاق، حسان حطاب، عبد الحق العيادة... الخ بنسبة 18.50% ثم أعضاء التحالف الرئاسي :بلخادم بنسبة 8.76%، اويحيى بنسبة 5.84% لويزة حنون بنسبة 11.30% وتمتاز لويزة حنون درجة عالي من الوعي السياسي، و وضوح في الرؤية و الروح النضالية، و هي على رأس أحد الأحزاب التروتسكية في العالم " حزب العمال الجزائري" تدعو إلى الديمقراطية، وتحذر من المؤامرات الغربية للقضاء على الدولة القومية و على سيادة الشعوب، لوضع اليد على ثرواتها ومقدراتها وتفكيك مؤسساتها وشركاتها الوطنية، و إستباحة أسواقها وتشريد عمالها، سواء بحجة الشراكة مع أوروبا أو تحت ستار الإنضمام إلى منظمة التجارة العالمية²، كما ساهم في عملية الترويج والإقناع لبنود السلم والمصالحة الوطنية التائبين وهم أفراد كانوا سابقا ضمن الجماعات الإرهابية ثم تَخَلَّوْا عن عملهم الإرهابي، وذلك بنسبة 3.89% إضافة إلى أئمة المساجد بنسبة 0.64% .

¹ - السيد احمد اويحي، الامين العام لجذب التجمع الوطني الديمقراطي في كلمته بمناسبة التوقيع على التحالف الرئاسي، فندق الاوراسي، 16 فيفري 2004.

² - جورج الراسي، الدين و الدولة في الجزائر، دار القصبه للنش و التوزيع، الجزائر، 2008، ص 772/773.

إعتمدت الجبهة الإسلامية في عملية تواصلها مع الجماهير على المساجد، كما تمكنت من تعبئة فئة كبيرة من المجتمع لصالح خطابها¹، و من ذلك برزت أهمية الإرتكاز على المساجد بإعتبارها منابر للدعاية و التواصل مع مختلف فئات المجتمع و عناصره، إضافة إلى شيوخ الزوايا بنسبة 2.59 % فلا يخفى على احد حضور الزوايا في المجتمع المغربي؛ أولا كونها مؤسسة دينية تمارس فيها العبادة و الذكر و التعليم، و ثانيا كتنظيم إجتماعي سياسي لعب دورا رئيسا في حياة المغرب العربي، وذلك عبر التأثير النافذ في الحياة السياسية والإجتماعية والعسكرية، وقدرتها على خلق تضامنيات ومساندات وتحالفات على مستوى الجماعات القبلية والريفية².

منظمات ضحايا الإرهاب بنسبة 1.94 % إضافة إلى أبو جرة سلطاني بنسبة 2.59 % وقد عبر عن دعمه للميثاق على إعتبار أنه يتلاقى مع أطروحات حمس، ونشطاء آخرين بنسبة 13.63 % من بينهم أحمد بن بلة، رئيس جمعية العلماء المسلمين، ولد عباس.... وغيرهم.

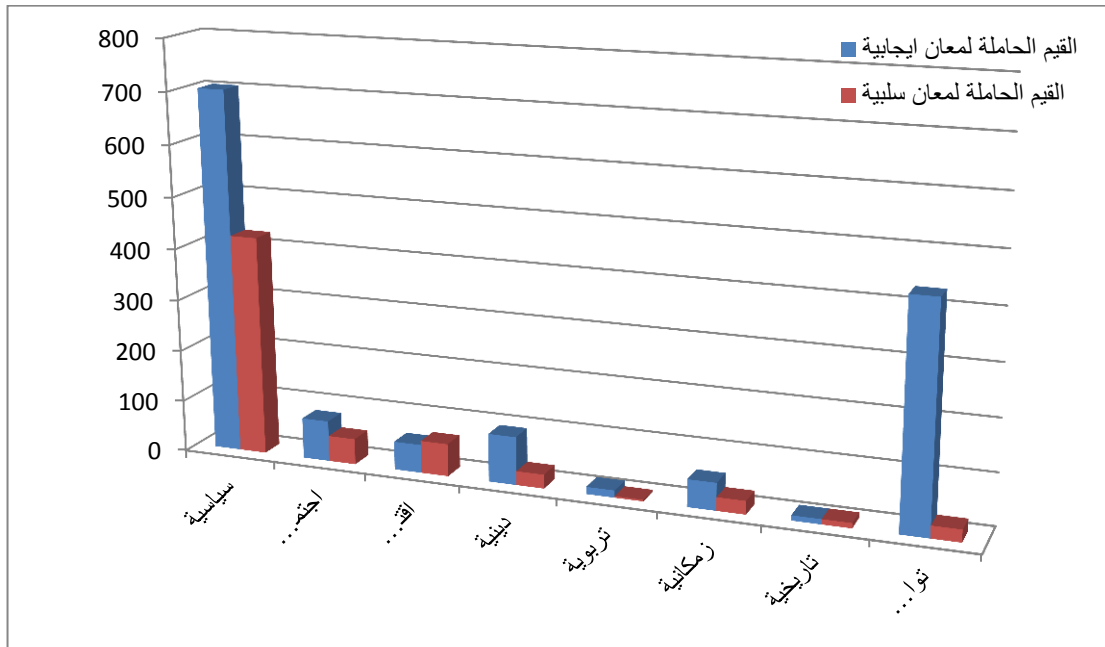
¹ - عمار بلحسن، الكتابة و المنبر الغائب: المجالات الثقافية في الجزائر، الازمة الجزائرية، الخلفيات السياسية و الإجتماعية و الإقتصادية و الثقافية، مرجع سابق، 535¹

² - عبد السلام فيلاي، الجزائر الدولة وبالمجتمع، ط1، دار الوسام العربي للنشر و التوزيع، الجزائر، 2013، ص

الجدول 05: الخاص بفئة القيم:

الحاملة لمعان إيجابية الحاملة لمعان سلبية :

القيم الحاملة لمعاني سلبية			القيم الحاملة لمعاني إيجابية		
النسبة %	التكرار	القيم	النسبة %	التكرار	القيم
61.95 %	425	السياسية	48.88 %	703	السياسية
7.28 %	50	الإجتماعية	5.49 %	79	الإجتماعية
9.18 %	63	الإقتصادية	3.82 %	55	الإقتصادية
3.93 %	27	الدينية	6.46 %	93	الدينية
0.43 %	3	تربوية/علمية	0.97 %	14	تربوية/علمية
3.79 %	26	زمانية/مكانية	3.68 %	53	زمانية/مكانية
1.45 %	10	التاريخية	0.69 %	10	التاريخية
11.95 %	82	التواصلية	29.97 %	431	التواصلية
100 %	686	المجموع	100 %	1438	المجموع



رسم توضيحي للقيم الواردة في المقالات

التعليق على النتائج:

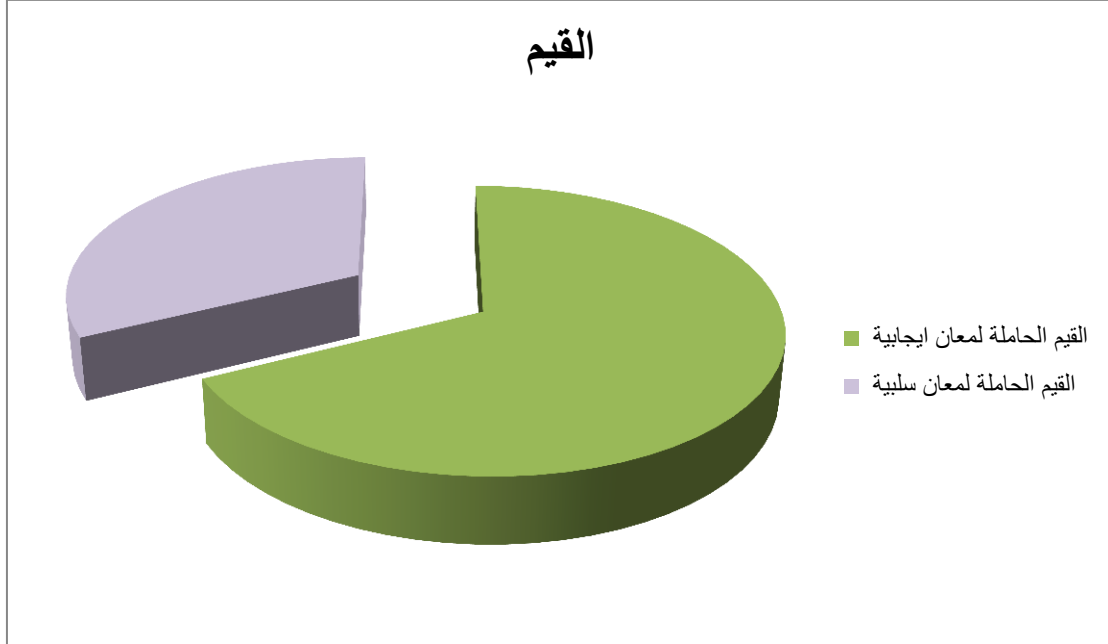
لا يعتمد نجاح العملية الإقناعية على مهارة المرسل فقط و مضمون الرسالة ومدى تلبيتها لحاجات ورغبات المتلقي بل يشترط أن تتوافق هذه المضامين مع فكر و معتقد، ثقافة الجمهور و مرجعيته بصفة عامة، مما يؤكد ضرورة مراعاة خصوصية المجتمع الجزائري وإحترام قيم أفراده، للحد من الإختلال والإضطراب الذي آلت إليه المدينة الجزائرية، خاصة مع تصادم الخطابين الإسلامي و العلماني، إذ يصف بعض المحللين هذا الوضع بتشوه الوعي، الذي قد يتطور ليصل إلى مرحلة تغييب الوعي، أين تحتل المنظومة القيمية العلمانية المتكاملة مكان المنظومة المختلة القائمة في ظل التحولات والتغيرات التي مست البناء الإجتماعي للمجتمع الجزائري في العقود الثلاثة الأخيرة، فظهرت قيم إجتماعية جديدة، بعضها يشبه القيم السائدة في المجتمعات الشرقية، والبعض الآخر يشبه القيم في المجتمعات الغربية.

نتج عن هذا اللاتجانس والإخلاف صراع مادي و رمزي متعدد الجوانب، كان أهمها ما ظهر في شكل عنف سياسي وأمني الذي بدأ منذ التسعينات. لكن كيف ساهمت الصحافة في تعديل هذا الوضع و ما هي القيم الجديدة التي مررتها الصحافة لتحل مكان القيم السائدة في هذه الفترة المأساوية من تاريخ الجزائر. وعليه فقد خلصت الدراسة ونتائجها إلى أن إستخدام القيم السياسية كان أكثر نسبة، ذلك كون القضية سياسية بالدرجة الأولى، فجاءت نسبة القيم السياسية الإيجابية 48.88 % وهي عبارة عن قيم مشجعة ومدعمة من أجل إقناع أفراد المجتمع بالإستفتاء بنعم لصالح ميثاق السلم والمصالحة الوطنية فجل هذه القيم تدور في فلك السلم، الأمن والإستقرار، الديمقراطية. فيما نجد القيم السياسية السلبية بنسبة 61.95 % وهي على النقيض من ذلك تبرز مخلفات السياسة السلبية للعشرية السوداء للإرهاب

من اللأمن والخوف، تلت القيم السياسية القيم التواصلية، فكانت بنسبة 29.97% الإيجابية و 11.95% السلبية، وذلك لما لأسلوب الحوار وطريقة إيصال المعلومة من أهمية في عملية الإقناع أو التأثير ناهيك عن الثقافة الشفهية في المغرب العربي عامة، إضافة إلى أن أغلب هذه المقالات كانت كتغطية لتجمعات شعبية، وعليه فإن الخطاب الملقى في مثل هذه المناسبات هو عمود نجاحها أو فشلها وقد جاءت الإيجابية على سبيل المثال: يدعو، يطلب ... أما السلبية على شكل: يمنع اتصالهم بعائلاتهم، يهدد... الخ ثم جاء التركيز على القيم الدينية الإيجابية، والتي تتدرج تحت راية الإسلام وتنطلق من مبادئه الحنيفة مثل: إصلاح ذات البين، لا تزر وازرة وزر اخرى، التسامح... وجاءت هذه القيم الإيجابية بنسبة 6.46% أما السلبية فجاءت نسبتها 3.93% وكان على سبيل المثال إستعمال الدين لأغراض منافية لمبادئه. جاءت القيم الإجتماعية الإيجابية بنسبة 5.49% تمثلها ب: قيم التكافل، التآزر الاجتماعي، قيمة التسامح، التعايش ... أما القيم الإجتماعية السلبية فجاءت نسبتها 7.28% وهي كالتالي: التشتت إنعدام الثقة، الخوف... الخ

أما الجانب الاقتصادي فكانت قيمته الإيجابية 3.82% أما السلبية بنسبة 9.18% دلت في مجملها على الخسائر الاقتصادية والتكلفة الباهظة التي دفعتها الجزائر خلال هذه الأزمة من تخريب لممتلكات الدولة والأفراد، وأموال طائلة دفعتها في السلاح والذخيرة... الخ. ثم جاءت القيم الزمكانية وهي إما قيم للزمان أو للمكان جاءت الإيجابية بنسبة 3.68% أما السلبية فكانت 3.79% ثم القيم التاريخية بنسبة 0.69% للإيجابية إذ تدور في مجملها حول كفاح الشعب ضد الإستعمار، وتعاونهم في أخذ حريتهم وتحرير أرضهم، أما السلبية وهي نسبة 1.45% مثلت قيم الإستعمار الغاصب، الإحتلال... الخ

أما بالنسبة للجانب التربوي فكانت نسبة 0.97 % للإيجابية وهي حول تربية الأجيال القادمة على السلم، الأمن، التسامح والعفو... الخ. أما السلبية فنسبة 0.43 % حول الأحقاد وسوء المعاملة... الخ



دائرة بيانية للقيم الايجابية و السلبية

كما لا يخفى على من يطلع على الجدول أعلاه والرسم البياني أن القيم الحاملة لمعان إيجابية فاقت القيم الحاملة لمعان سلبية بأكثر من ضعفين حيث: $1438 \div 686 = 2.096$ وهو ما يمكننا من خلاله إثبات الفرضية الأولى من نظرية الحتمية القيمية والتي تتمثل في أن الأثر يكون إيجابي إذا ما ترابط المحتوى الاعلامي " رأسمال رمزي" مع الرأسمال القيمي. ويتجلى الأثر الايجابي في عمومته في:

تعزيز القيم:

لا تسعى وسائل الاعلام إلى تغيير آراء الناس ومواقفهم قدر ما تعمل على تدعيمها، على إعتبار أن العلاقات الإجتماعية أساس تكوين الآراء

والمواقف، وأن الاعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته، شرط أن يوافق العامل الاعلامي مع العامل الاجتماعي¹.

تحقيق الانسجام و الترابط الاجتماعي:

إضافة إلى دورها الفعال في عملية التنشئة الإجتماعية التي تعد معيار وأساس لكل سلوك إجتماعي يتم من خلالها إكتساب قيم المجتمع و ثقافته تقوم وسائل الإعلام بإعتبارها مؤسسات إجتماعية تقدم أحزمة ثقافية تتماشى مع المجتمع الذي تنشط فيه، وعليه فهي تعزز الترابط الإجتماعي وتحقق الإنسجام، من خلال نشر الإحساس بالإنتماء إلى مجتمع تربطه صفات مشتركة، كالقيم، اللغة، التاريخ، الحيز الجغرافي...الخ، كما تعمل وسائل الإتصال على لمّ الشمل، تعزيز العلاقات الإجتماعية بين أفراد الجمهور الذين يناقشون مع بعضهم البعض ما يشاهدونه أو يقرؤونه في وسائل الاعلام².

الجدول الخاصة بالفاعلين واستخدمهم للقيم:

➤ الجدول 06: لويزة حنون:

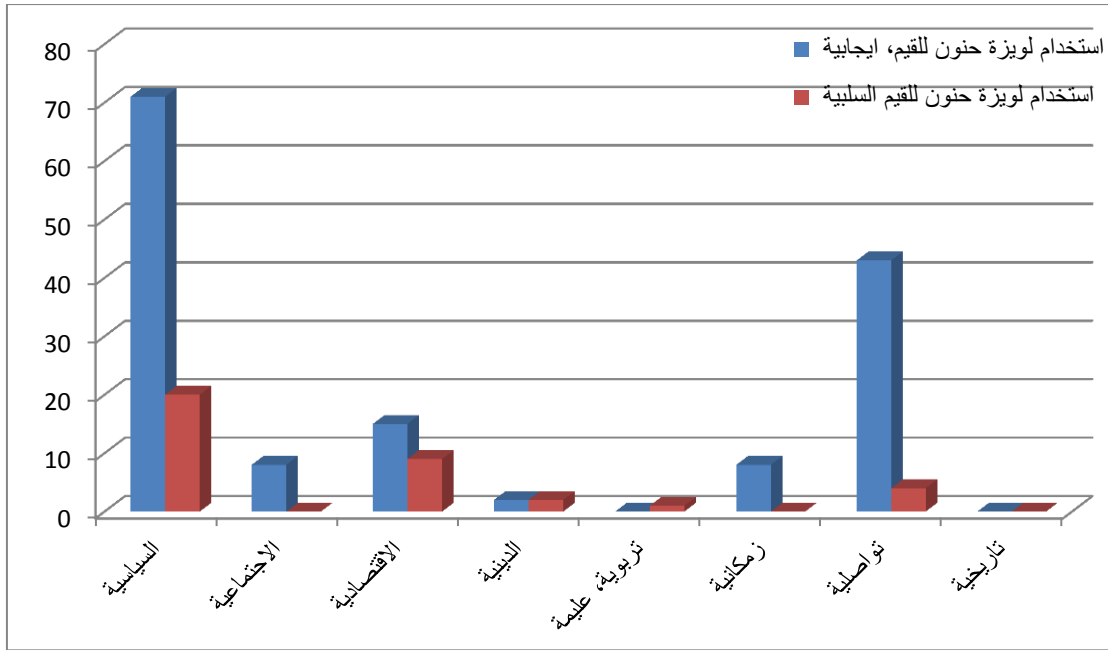
*ق، إ: القيم الإيجابية. *ق، س: القيم السلبية.

النسبة المئوية	التكرار	لويزة حنون	القيم
السياسية			
38.79%	71		ق، إ
10.92%	20		ق، س
الإجتماعية			

¹ - عزي عبد الرحمن، نحو فكر اعلامي متميز، ص 112.

² - المرجع السابق، ص 113.

ق، إ	8	% 4.37
ق، س	0	% 00
الإقتصادية		
ق، إ	15	% 8.19
ق، س	9	% 4.91
الدينية		
ق، إ	2	% 1.09
ق، س	2	% 1.09
تربوية/علمية		
ق، إ	0	% 00
ق، س	1	% 0.54
الزمانية		
ق، إ	8	% 4.37
ق، س	0	% 00
التواصلية		
ق، إ	43	% 23.49
ق، س	4	% 2.18
التاريخية		
ق، إ	0	% 00
ق، س	0	% 00
المجموع	183	100%



رسم توضيحي لاستخدام لويزة حنون للقيم

تعليق على النتائج:

اشتهرت زعيمة حزب العمال¹ السيدة لويزة حنون بتدخلاتها بخصوص الوضعية الاقتصادية والاجتماعية، فقد بلورت خطابا سياسيا يعارض كل ما من شأنه تعزيز و دعم سياسات الاصلاح من منظور ليبرالي، وتقترح استمرار الدولة في دعم القطاع العمومي والتكفل المطالب الاجتماعية للمواطنين، من صحة، تعليم، سكن، اضافة إلى مشاركتها في عقد وما الذي سعى إلى ايجاد حل امني للازمة في الجزائر و عليه فقد اهتمت الامينة العامة لحزب العمال بالقيم الاقتصادية بعد السياسة بنسبة 8.19% للقيم الاقتصادية الإيجابية حيث شددت على ضرورة استعادة السلم حتى يتسنى لنا مناقشة القضايا الاجتماعية و الاقتصادية مثل: التكفل بذوي المفقرين، التعويضات المالية، ادماج العمال،

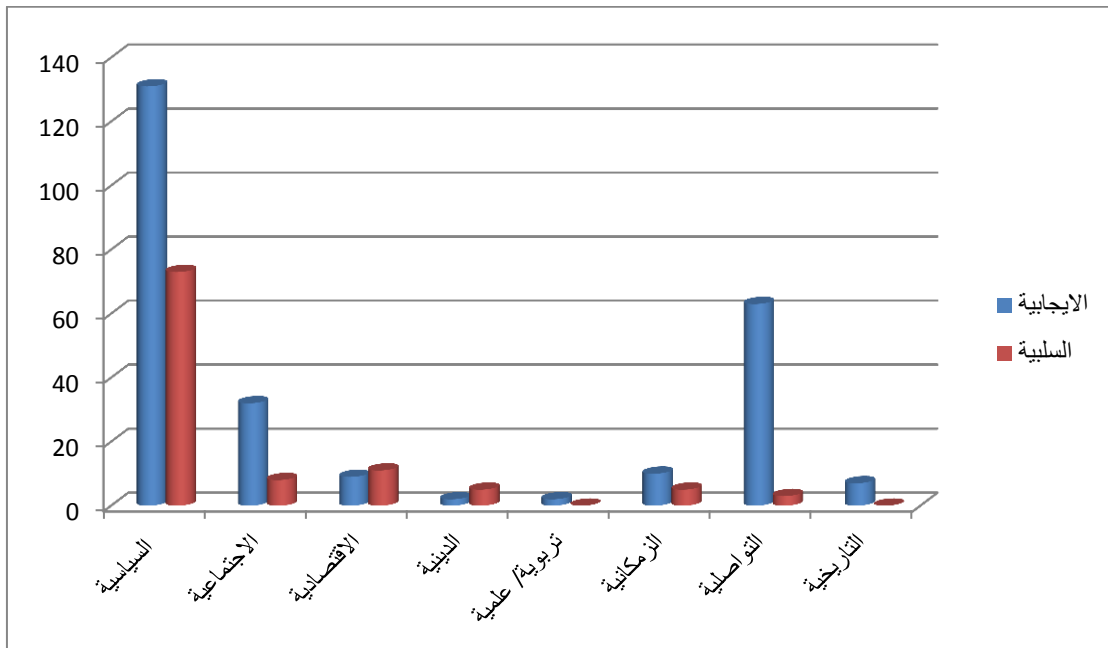
¹ تأسس حزب العمال سنة 1990 وهو امتداد للمنظمة الاشتراكية للعمال التي كانت تعمل في السر قبل الاعلان عن التعددية في الجزائر عام 1989. وهو حزب يساري معارض، اعلن عن تضامنه مع العمال و الطبقات الاجتماعية الاكثر عرضة للاستغلال ، وقف في وجه الخصخصة و دعا إلى تدخل الدولة لحماية المستهلك . -

و4.91% للقيم الإقتصادية السلبية مثل: غلق المؤسسات، استغلال موارد الجزائر، الفقر، البطالة، اما السياسية مثل: استعادة السلم، حل جزائري، تقليل العنف، نختر من بين مخططات السلام، التصويت، حل وسط... الخ فكانت بنسبة 38.79% للإيجابية و10.92% للسلبية مثل: الازمة، انبطاح امام الضغوط الدولية... الخ، كما كان الاهتمام موصولا بالقيم التواصلية بنسبة 23.49% للإيجابية مثل: رحبت، يثمن، عدم المعارضة، اقتناعها، نقاش يشارك الكل فيه، دعوة، التعبير عن مواقفهم... الخ، و2.18% للسلبية وحظيت القيم الإجتماعية الإيجابية بنسبة 4.37% مثل: السلم الاجتماعي، التضامن... الخ ونفس النسبة للقيمة الزمكانية الإيجابية مثل: ترسيم السلم يكون يوم 29 سبتمبر، اما الدينية فكانت بنسبة 1.09% لشقيها .

الجدول 07: خاص بالشخصيات السياسية التي شاركت في الدعاية للميثاق
 جاءت مشاركة هؤلاء الفاعلين كمتفرقات و لم يكن لهم برنامج خاص للترويج للميثاق، و عليه ارتئينا ادراجهم في نفس الفئة وذلك لعدم توفر اكثر من مقال لكل فاعل.

النسبة المئوية	التكرار	شخصيات سياسية	القيم
34.56%	131	ق، ا	السياسية
19.26%	73	ق، س	
8.44%	32	ق، ا	الإجتماعية
2.11%	8	ق، س	
2.37%	9	ق، ا	الإقتصادية
2.90%	11	ق، س	

الدينية	ق، إ	02	%0.52
	ق، س	05	% 1.31
تربوية/علمية	ق، إ	02	% 0.52
	ق، س	0	% 00
الزمكانية	ق، إ	10	% 2.63
	ق، س	05	% 1.31
التواصلية	ق، إ	63	% 16.62
	ق، س	03	% 0.79
التاريخية	ق، إ	07	% 1.84
	ق، س	00	% 00
المجموع		379	%100



رسم توضيحي لاستخدام بعض الشخصيات السياسية للقيم

تعليق على النتائج:

يتعلق هذا الجدول بالشخصيات التالية : **بن بلة** الرئيس السابق للجزائر، **ابو جرة سلطاني** ، **عبد الله بن جاب الله** قائد حزب النهضة الذي يعتبر من احزاب المعارضة و تتبنى نهج الاخوان المسلمين من حيث الايديولوجية و الفكر، يقوم على مجموعة من المبادئ هي: الاسلام دين الدولة الجزائرية و المصدر الاساسي للتشريع و قوة الهام للامة و توجهاتها، نضالات الشعب الجزائري عبر التاريخ و موروثه الحضاري و الثقافي، مبادئ اول نوفمبر 1954، تتمثل التوجهات الفكرية للحزب في انه ذو توجه اسلامي يتبنى موقفا وسطا ، يرفض العنف، يتبنى مبدا الشورى، يطالب بالوئام و التسامح، شارك في اجتماع روما و دعي إلى المصالحة الوطنية كما سعى إلى مد جسور الحوار بين الاحزاب معارضة للسلطة و نادى بضرورة الحوار كوسيلة مثلى للخروج من الازمة¹، **ميلود شرفي**، **ولد عباس** وهم مجموعة من الشخصيات السياسية المشاركة في الحملة التحسيسية والترويجية لميثاق السلم والمصالحة الوطنية . كانت النسب كالتالي :

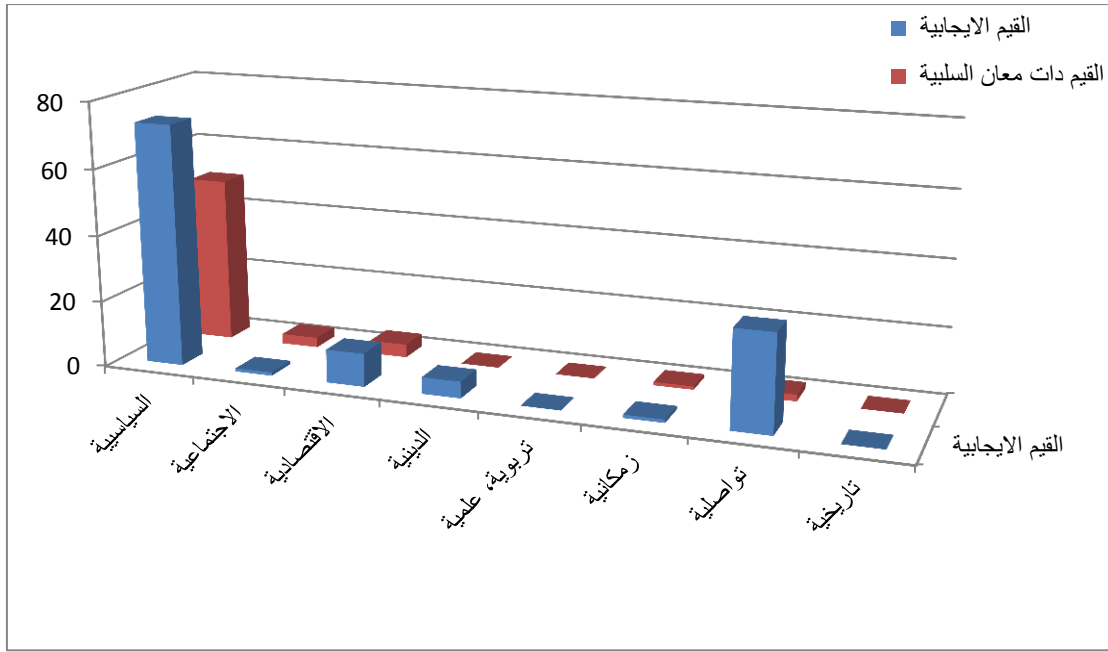
القيم السياسية الإيجابية بنسبة 34.56% مثل: الوطنية، تحقيق السلم، المساواة، رفع حالة الطوارئ... الخ تلتها القيم السياسية السلبية بنسبة 19.26% مثل: الاقتتال، اراقة الدماء، التنافر، استمرار الازمة، غياب الامن و الاستقرار، حالة الطوارئ. ثم القيم التواصلية الإيجابية بنسبة 16.62% مثل: الاقتناع، اقتراحات، التعبير عن الراي، ادعو... الخ، ثم القيم الإجتماعية الإيجابية بنسبة 8.44% مثل : التكفل بضحايا الازمة، تسوية الوضعية الإجتماعية، التضامن، الاخاء... الخ ثم القيم الدينية الإيجابية بنسبة 0.31% مثل: الحمد لله، مشيئة الله، حقن دماء المسلمين، التكفل الروحي و الايماني، سماحة الدين

¹ - عمر برامة، الجزائر في المرحلة الانتقالية: احداث، مواقف، دار الهدى، الجزائر، 2001، ص 62-69.

الاسلامي...الخ عادلتهما القيم الزمكانية السلبية مثل عرقلة المسار الانتخابي في جانفي 1992. ثم القيم الإقتصادية السلبية بنسبة 2.90% مثل العولمة المتوحشة، تجار الموت، اثرياء الحرب، الرشوة، المحسوبية، خسائر المادية...الخ. ثم القيم الزمكانية الإيجابية بـ 2.63% مثل: 60 ثانية، العد التنازلي لربع الساعة الاخير...الخ ثم التاريخية الإيجابية بـ 1.84% مثل: الثورة التحريرية 1945، 1961، 1962، 29 سبتمبر 2005. بعد القيم الإقتصادية الإيجابية بـ 2.37% مثل: الدولة غنية، خزائن مملوءة... الخ ثم القيم الإجتماعية السلبية 2.11% الجوع و الخوف، ضحايا الارهاب، المغبونين...الخ، واخيرا وليس اخرا القيم التواصلية السلبية بـ 0.79% ثم القيم التربوية العلمية بـ 0.52% مثل: ، التربية، فهم الدين...

الجدول 08: خاص استخدام عبد العزيز بلخادم للقيم:

النسبة المئوية	التكرار	بلخادم عبد العزيز	
		القيم	
% 40.78	73	السياسية	ق، ا
% 27.93	50		ق، س
% 0.55	01	الإجتماعية	ق، ا
% 1.67	03		ق، س
% 5.58	10	الإقتصادية	ق، ا
% 2.23	04		ق، س
% 2.79	05	الدينية	ق، ا
% 00	00		ق، س
% 00	00	تربوية/علمية	ق، ا
% 00	00		ق، س
% 0.55	01	الزمانية	ق، ا
% 0.55	01		ق، س
% 16.20	29	التواصلية	ق، ا
% 1.11	02		ق، س
% 00	00	التاريخية	ق، ا
% 00	00		ق، س
% 100	179	المجموع	



رسم بياني يوضح استخدام عبد العزيز بلخادم للقيم

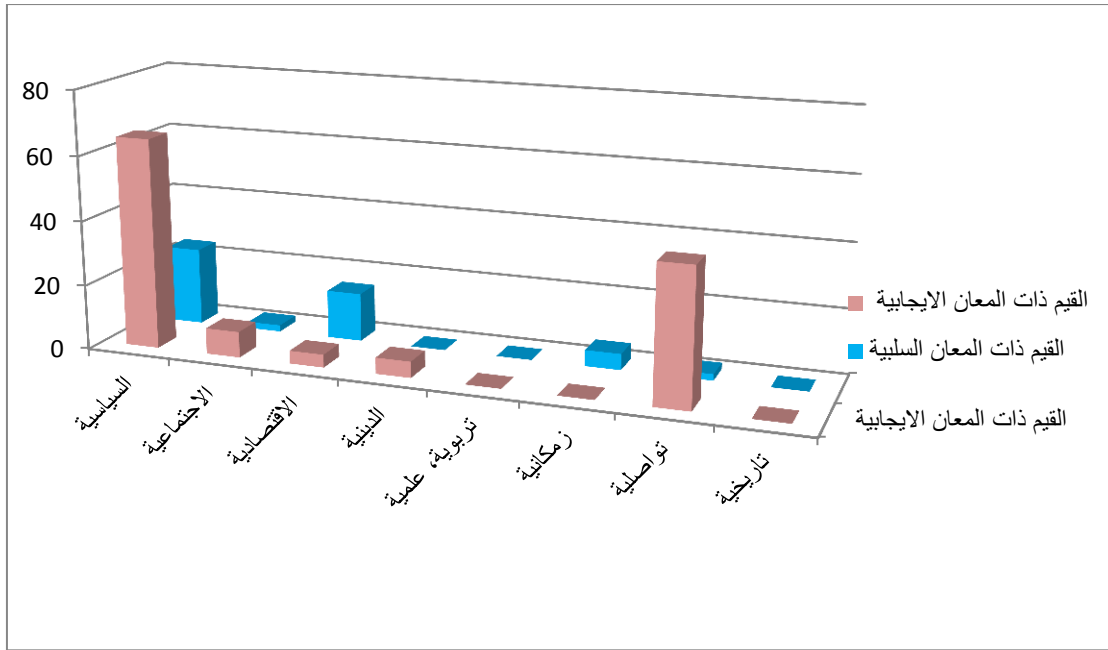
التعليق على النتائج:

ركز عبد العزيز بلخادم الامين العام لحزب جبهة التحرير الوطني من خلال خطاباته على القيم السياسية الإيجابية حيث جاءت نسبتها 40.78% مثل: التصالح، الوئام، توفير الامن و الاستقرار، حق الاحزاب، التصويت، استرجاع المكانة... الخ تلتها القيم السياسية السلبية بنسبة 27.93% مثل: العشرية السوداء، المجازر، اغتياالات، ويلات الارهاب... الخ ثم التواصلية الإيجابية بنسبة 16.20% مثل: دعا، يلح، رافع، تعبير بكل حرية... ثم الإقتصادية الإيجابية بـ 5.58% مثل: تنمية البلاد، ثورة الانعاش الاقتصادي، النهوض... ثم الدينية الإيجابية بـ 2.79% مثل: فرض عين، ثم الإقتصادية السلبية بنسبة 2.23% مثل: الدمار و التخريب، خسارة... لتأتي الإجتماعية السلبية بنسبة 1.67% مثل: الاتكالية، الاغتصاب...، ثم التواصلية السلبية بـ 1.11% مثل: شدد... الخ ثم الإجتماعية الإيجابية مثل: الشجاعة، عودة الثقة، نبذ الاحقاد... و القيم الزمكانية الإيجابية والسلبية بنفس النسبة وهي 0.55%. فيما

غابت القيم الدينية السلبية والتربوية العلمية، إضافة إلى القيم التاريخية في خطابات بلخادم وتجمعاته .

الجدول 09: الخاص باستخدام احمد اويحي للقيم:

النسبة المئوية	التكرار	احمد اويحي القيم
37.79%	65	السياسية ق، ا
13.95%	24	ق، س
4.65%	08	الإجتماعية ق، ا
1.16%	02	ق، س
2.32%	04	الإقتصادية ق، ا
8.72%	15	ق، س
2.90%	05	الدينية ق، ا
00%	00	ق، س
00%	00	تربوية/ علمية ق، ا
00%	00	ق، س
00%	00	الزمانية ق، ا
2.90%	05	ق، س
24.41%	42	تواصلية ق، ا
1.16%	2	ق، س
00%	00	تاريخية ق، ا
00%	00	ق، س
100%	172	المجموع



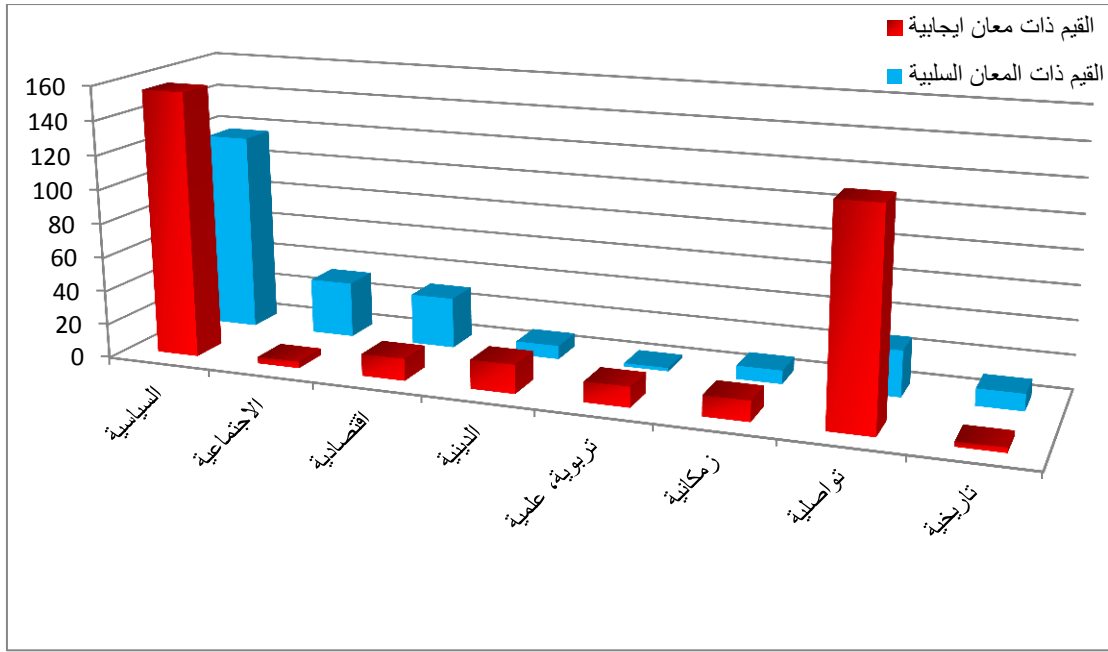
رسم بياني لاستخدام احمد اويحي للقيم .

التعليق على النتائج:

انصب اهتمام احمد اويحي بصفة عامة على القيم السياسية بـ 37.79 % للإيجابية مثل: الامة الجزائرية، اعادة الامن و السلم.... و 13.95 % للسلبية مثل: زعزعة الاستقرار، سنوات الجمر، التطاحن، تدهور الوضع الامني... ثم جاء بالقيم التواصلية بنسبة 24.41 % للإيجابية مثل: الاقتناع، الالتفاف، يهديكم الله اجعوا.... الخ تلتها القيم الإقتصادية السلبية بنسبة 8.72 % مثل: الرشوة، اللصوصية، الفساد، التهريب، تخريب الاقتصاد... الخ ثم الإجتماعية الإيجابية بنسبة 4.65 % مثل: العودة إلى احضان المجتمع....، لتليها الزمكانية السلبية بنسبة 2.90 % مثل احداث 5 اكتوبر...، والدينية الإيجابية بنفس النسبة لتأتي الإقتصادية الإيجابية بـ: 2.32 % واخيرا التواصلية السلبية بنسبة 1.16 % .

الجدول 10: الخاص بعبد العزيز بوتفليقة و استخدامه للقيم:

النسبة المئوية	التكرار	عبد العزيز بوتفليقة القيم
% 27.08	156	السياسية
% 20.31	117	ق، ا ق، س
% 0.69	4	الإجتماعية
% 5.72	33	ق، ا ق، س
% 2.25	13	الإقتصادية
% 5.20	30	ق، ا ق، س
% 2.95	17	الدينية
% 1.38	8	ق، ا ق، س
% 2.08	12	التربوية / العلمية
% 0.34	2	ق، ا ق، س
% 2.08	12	الزمكانية
% 1.38	8	ق، ا ق، س
% 21.52	124	التواصلية
% 4.68	27	ق، ا ق، س
% 0.52	03	التاريخية
% 1.73	10	ق، ا ق، س
% 100	576	المجموع



رسم توضيحي لاستخدام عبد العزيز بوتفليقة للقيم

التعليق على النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة ركز من خلال خطابه في التجمعات التي نشطها على القيم السياسية بصفة عامة، والسياسية الإيجابية بصفة خاصة مثل: الإستفتاء، مصالحه، العفو... الخ، اذ حظيت هذه الاخيرة بنسبة 27.08 % من اجمالي القيم التي وظفها في خطابه، تلتها في ذلك السياسية السلبية ب: 20.31 % مثل: عدم اللجوء إلى الشعب، اضعاف الجزائر، واهتم عبد العزيز بوتفليقة بالناحية التواصلية وطريقة اصال مقترحاته، مشروعه، وشرحه فكانت القيم التواصلية الإيجابية بنسبة 21.52 % ثم جاءت القيم الإجتماعية السلبية بنسبة 5.72 % وذلك لإبراز اهم المخلفات الإجتماعية الخراب والدمار الذي اورثته لنا العشرية السوداء من ايتام ومشتتين وارامل... الخ اضافة إلى القيم الإقتصادية السلبية بنسبة 5.20 % وذلك ابراز الاضرار الإقتصادية الناجمة عن سنوات الجمر، مثل الفساد، ثم تلتها التواصلية السلبية وهي عبارة عن عبارات التهديد او الامر الشديد التي كانت جلها موجهة للجماعات الارهابية التي لم تستجب لنداء

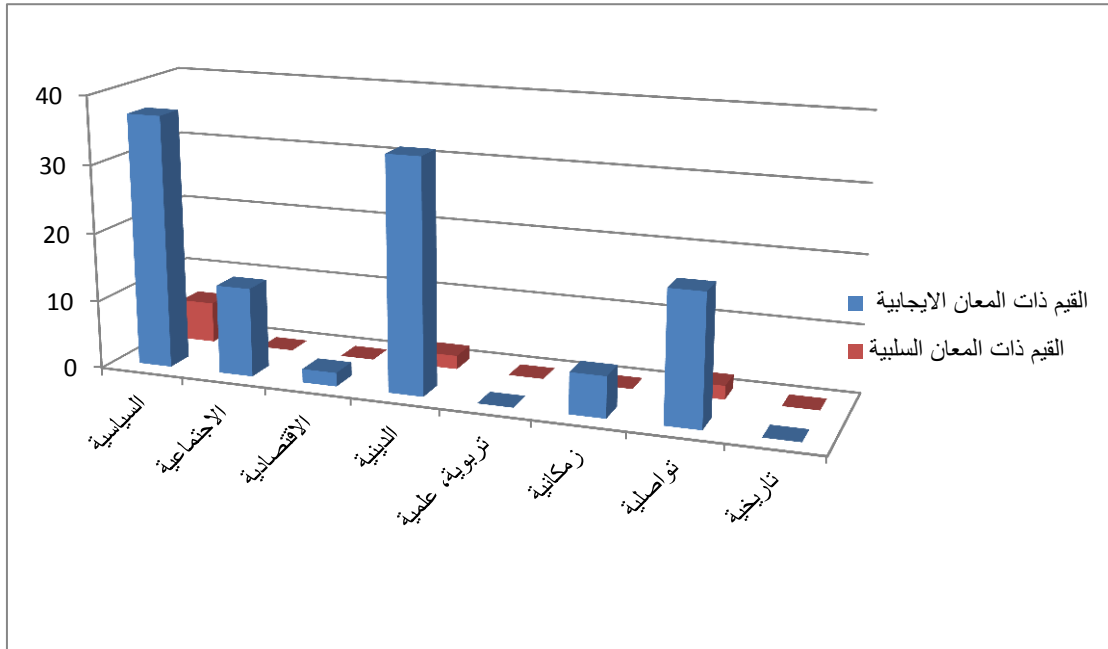
قانون الرحمة ،الوئام ثم المصالحة الوطنية . كما وظف بوتفليقة الجانب الديني من الناحية الإيجابية بنسبة 2.95 % و وصف القيم التربوية/العلمية بنسبة 2.08 % والإقتصادية الإيجابية بنسبة 2.25 % مثل خفض المديونية ،كما وظف القيم الزمكانية الإيجابية بنسبة 2.08 % تلتها القيم التاريخية السلبية بنسبة 1.73 % وهي في اغلبها مرتبطة بالفترة الاستعمارية ،ثم جاءت القيم الدينية السلبية والتي تعلقت بسوء فهم الدين ،او تحقيق مصالح باسم الدين وما إلى ذلك بنسبة 1.38 % وهي نفس النسبة للقيم الزمكانية السلبية ،ثم التاريخية الإيجابية وهي قيم الثورة بنسبة 0.52 % ،ثم الإجتماعية بنسبة 0.69 % ثم التربوية /العلمية السلبية بنسبة 0.34 % مثل: البحث، انتاج النخب، صناعة العقول...الخ.

الجدول: الخاص بفاعلين اخرين:

1- الجدول 11: ائمة المساجد ، شيوخ الزوايا:

النسبة المئوية	التكرار	القيم
30.57 %	37	السياسية ق، ا
2.47 %	06	ق، س
10.74 %	13	الإجتماعية ق، ا
00 %	00	ق، س
1.65 %	02	الإقتصادية ق، ا
00 %	00	ق، س
28.08 %	34	الدينية ق، ا
1.65 %	02	ق، س
00 %	00	تربوية/علمية ق، ا
00 %	00	ق، س

الزمكانية	ق، ا	06	2.47%
	ق، س	00	00%
التواصلية	ق، ا	19	15.70%
	ق، س	02	1.65%
التاريخية	ق، ا	00	00%
	ق، س	00	00%
المجموع		121	100%



رسم توضيحي لاستخدام الفاعلين الدينيين للقيم.

التعليق على النتائج:

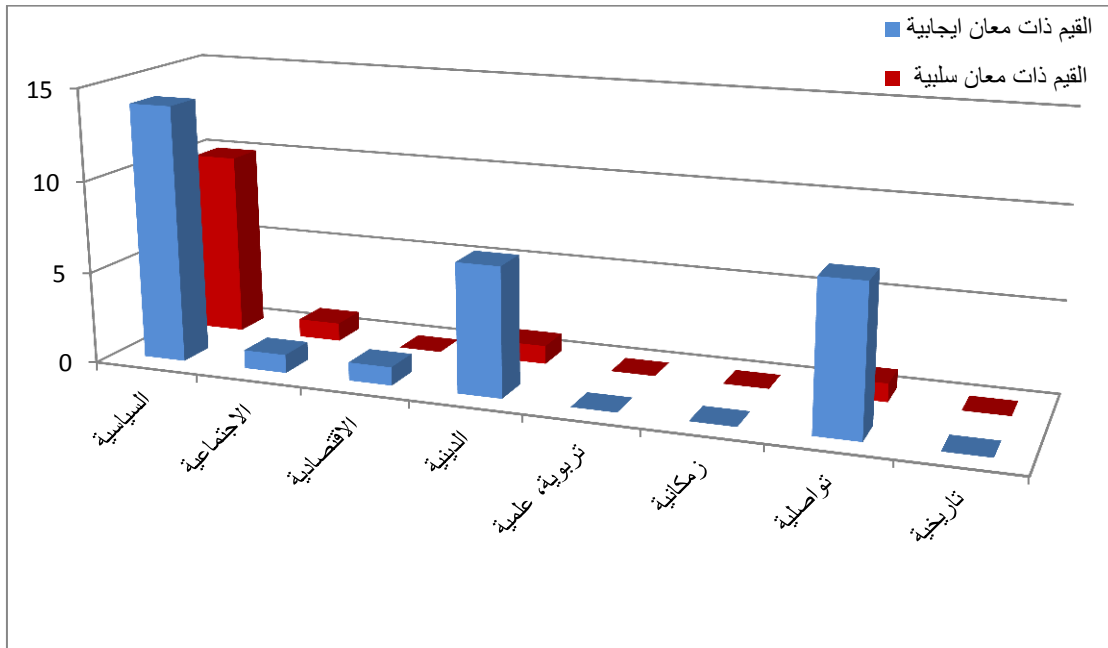
من خلال الجدول اعلاه يتبين ان ائمة المساجد و شيوخ الزوايا اولو اهمية كبيرة للقيم السياسية و ذلك لما يفرضه الموضوع و المناسبة، فموضوع الامن والسلم والحرب الاهلية التي كانت تتخبط فيها الجزائر هي مواضيع سياسية بامتياز حيث حظيت القيم السياسية الحاملة لمعان إيجابية بنسبة 30.57 % مثل: الحق في المواطنة...، اما السياسية السلبية فكانت نسبتها

2.47% ، ثلثها من حيث الأهمية و الاعتماد القيم الدينية الإيجابية بنسبة 28.08 % مثل: العودة إلى جادة الصواب، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، إصلاح ذات البين،... الخ وذلك راجع للمرجعية الدينية لكل من المؤسستين " المساجد، الزوايا" ، ثم القيم التواصلية الإيجابية بنسبة 15.70 % مثل: دعا، يعد فرصة، إيصال مفهوم المصالحة، التحسيس، الحملة الدعائية، الخطاب الخ و يمكننا تفسر ذلك بالقاعدة الإسلامية في الحوار " وجادلهم التي هي احسن" لينتقل التركيز إلى الجانب الاجتماعي حيث جاءت نسبته ب 10.74 % للقيم الإيجابية مثل : الحق في الدراسة، و في شهادات الميلاد، التكافل الاجتماعي، مواجهة الانحرافات، مساعدة الأراذل الخ و 2.47 % للقيم الزمكانية الإيجابية، ثم وردت القيم الاقتصادية الإيجابية، مثل: المساعدات والتعويضات..... الخ التواصلية السلبية مثل: هذه الفرصة الأخيرة، محذرين ..، و الدينية السلبية بنفس النسبة و هي: 1.65 %، مثل: الفتنة ، ، فيما نلاحظ غياب الحديث عن القيم الأخرى كالأجتماعية والإقتصادية السلبية، التاريخية بشقيها ، التربوية و العلمية هي الأخرى بشقيها، حيث كانت نسبتها 00 %.

2- الجدول 12: جمعية علماء المسلمين، منظمات ضحايا الإرهاب

القيم	التكرار	النسبة المئوية
السياسية	14	31.81 %
	10	22.72 %
الإجتماعية	01	2.27 %
	01	2.27 %
الإقتصادية	01	2.27 %

00	00	ق، س
15.90 %	07	الدينية ق، ا
2.27 %	01	ق، س
00 %	00	التربوية/العلمية ق، ا
00 %	00	ق، س
00 %	00	الزمانية ق، ا
00 %	00	ق، س
18.18 %	08	التواصلية ق، ا
2.27 %	01	ق، س
00 %	00	التاريخية ق، ا
00 %	00	ق، س
100 %	44	المجموع



رسم توضيحي لاستخدام المجتمع المدني للقيم.

التعليق على النتائج:

جاء نصيب كل من جمعية العلماء المسلمين و منظمة ضحايا الارهاب كـمـمـثـلـيـن عن المجتمع المدني¹، الذي يركز على قيم الاحترام والتعاون والتسامح و مفهوم المواطنة، و حقوق الانسان، المشاركة السياسية و الشعبية والادارة السلمية للتنوع و الاختلاف²، ومن اهم ما يؤديه من وظائف هي دعم ثقافة السلم و التسامح، الدفاع عن حقوق الانسان. و عليه فقد اهتم كل منهما بالقيم السياسية الإيجابية بنسبة 31.81 % مثل: رشد السياسة، وطني، الامان.... الخ تلتها القيم السياسية السلبية بنسبة 22.72 % لإبراز الاثار السلبية للعشرية السوداء و ما حملته من دمار شامل لكل البلاد و على كافة الاصعدة الداخلية و الخارجية و المجسدة فيما شكلت القيم التواصلية الإيجابية نسبة 18.18 %، مثل: دعا... ثم الدينية الإيجابية بنسبة 15.90 %، مثل: الاصلاح في الاسلام، حكمة الدين، اسلامي..... الخ ثم تساوى الاهتمام بالقيم الإجتماعية الإيجابية، تكفل اجتماعي و نفسي والقيم الإجتماعية السلبية، الإقتصادية الإيجابية، مثل: الازدهار،... الخ الدينية السلبية مثل: الفتنة، الشتات،... الخ و التواصلية السلبية بنسبة 2.27 % لكل قيمة اما عن الباقي من اليم فقد عدت نسبته " القيمة التربوية العلمية، التاريخية، الزمكانية، الإقتصادية السلبية بنسبة 00 %.

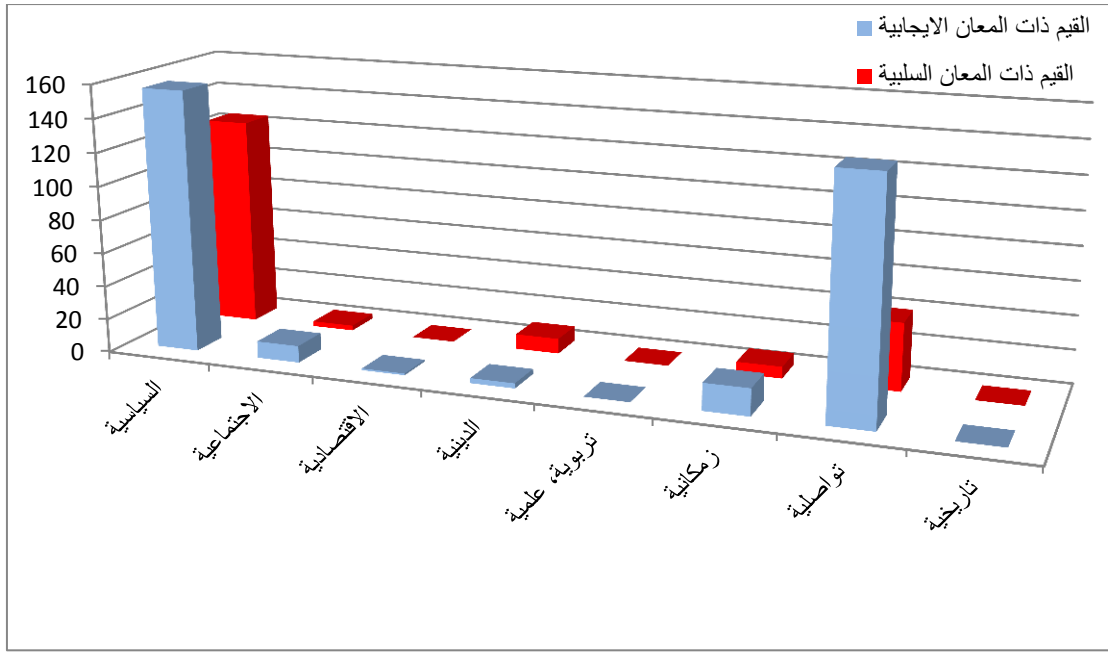
¹ - يعرف حسنين ابراهيم توفيق المجتمع المدني انه مجموعة الابنية السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية و القانونية، تنتظم في اطارها شبكة معقدة من العلاقات و الممارسات بين القوى و التكوينات الإجتماعية في المجتمع ، يحدث ذلك بصورة دينامية و مستمرة من خلال مجموعة من المؤسسات التطوعية التي تعمل و تنشأ استقلالية عن الدولة.

² - محمد فتحي عيد، دور مؤسسات المجتمع المدني في خفض الطلب على المخدرات، مركز الدراسات و البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2009، ص 125.

3- الطرف الآخر في المعادلة:

و هم عبارة عن اشخاص شكلوا او انضموا إلى جمعات ارهابية خلال العشرية السوداء، ثم تخلو عن العمل المسلح رغبة في العودة إلى احضان المجتمع و اقتناعا بان العنف ليس الحل الانسب. و تشكلت هذه الفئة من تائبين، قادة
الجدول 13: الفيس ، قادة في الجماعات المسلحة .

النسبة المئوية	التكرار	القيم
30.64 %	156	السياسية ق، ا
24.55 %	125	ق، س
1.95 %	10	الإجتماعية ق، ا
0.58 %	03	ق، س
0.19 %	01	الإقتصادية ق، ا
00 %	00	ق، س
0.58 %	03	الدينية ق، ا
1.76 %	09	ق، س
00 %	00	التربوية/العلمية ق، ا
00 %	00	ق، س
3.14 %	16	الزمانية ق، ا
1.37 %	07	ق، س
27.30 %	139	التواصلية ق، ا
7.85 %	40	ق، س
00 %	00	التاريخية ق، ا
00 %	00	ق، س
100 %	509	المجموع



رسم توضيحي لاستخدام القيم .

التعليق على النتائج:

انطلاقاً من البيانات الموضحة في الجدول نلاحظ ان القيم السياسية الإيجابية تصدرت سلم القيم بنسبة 30.64 % مثل: الجهود الوطنية، مساهماتها الصحيحة، المشاركة، الحريات الأساسية، احترام التداول، السلم، المصالحة،... الخ تلتها القيم التواصلية الإيجابية بنسبة 27.30 % مثل: تعهد، ابدى، الحوار قناعاته، الثقة، الخ، التي شكلت في عمومها تعبيراً عن اقتناعهم بمسار السلم والامن الوطنيين، ودعوتهم لباي الافراد في الجماعات المسلحة والرابضة بالجبال إلى اللحاق بهم لاستكمال مسيرة التسامح والتصالح الوطني الشامل، ثم جاءت القيم السياسية السلبية بنسبة 24.55 % مثل: عرقلة، الاخطار، سنوات المحنة، قتل الدبلوماسيين، نهج انتحاري، الخيانة، اعتداء ضد المدنيين، حالة تمرد... الخ، وهي القيم المفندة لأعمال العنف التي ارتكبتها هؤلاء والتي توحى بخطيئتهم تجاه الشعب والوطن، ثم التواصلية السلبية بنسبة 7.85 %، مثل: لا يستطيع الحديث، خلاف، مساومة، زورا،... الخ ثم الزمكانية الإيجابية بنسبة 3.14 %، فيما لم تتباعد نسب القيم الاخرى وهي

1.95 % للقيم الإجتماعية الإيجابية، 1.76 % مثل: نهضة المجتمع، العدالة، الحقوق المدنية،... الخ، و القيم الدينية السلبية، 1.37 % مثل: منهج تكفيري،... الخ للقيم الزمكانية السلبية، و 0.58 % للدينية الإيجابية، مثل: حقيقة الاسلام.... و القيم الإجتماعية السلبية مثل: التوترات الإجتماعية، الخوف... الخ و نسبة 00 % للقيم الأخرى.

معامل الصدق و الثبات:

تعد دراستنا ضمن الدراسات الأولى الباحثة في المجال التطبيقي لنظرية الحتمية القيمية، وعليه فقد حاولنا قدر المستطاع احترام وتطبيق كل الخطوات المنهجية المتعلقة بها. وسعياً منا لنكون أكثر موضوعية ومصداقية، نورد المعلومات التالية: اعتمدنا من خلال دراستنا هذه على مقياس (ع، س، ن) الذي أعده وحكمه الأساتذة "عزي عبد الرحمن، وعلي نصير، سعيد بومعيزة" وعليه فإن هذا المقياس لا يحتاج إلى التحكيم حسب ما أورده الأستاذ عزي عبد الرحمن مجيباً على سؤال بخصوص الصدق وثبات المقياس في الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية بجامعة عمار ثلجي بالاعواط. غير أننا وسعياً للتأكد أكثر قمنا بتقديم الاستمارة للتحكيم من قبل الأساتذة التالية أسماءهم:

➤ عبد الرحمن عزي. رمزنا له "أ"

➤ نصير بوعلي. رمزنا له "ب"

➤ بدر الدين زواقة. رمزنا له "ج"

بعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين، وهي طريقة هولستي لحساب معامل الثبات، و تقوم على القاعدة الرياضية التالية:

عدد المحكمين × متوسط الاتفاق بين المحكمين

1+(عدد المحكمين-1) متوسط الاتفاق بين المحكمين

جاءت النتائج العملية للمرمزين الثلاثة كالتالي:

المحلل (ا) قام بترميز 35 وحدة

المحلل (ب) قام بترميز 36 وحدة.

المحلل (ج) ام بترميز 39 وحدة.

بعد تفريغ اجوبة المحكمين توصلنا إلى ان المحكمين الثلاثة اشتركوا في ترميز

35 وحدة. لمعرفة متوسط الاتفاق بينهم يجب اتباع الطريقة التالية:

الرمز ا و ب:

$$0 = 35 - 35$$

$$01 = 35 - 36$$

$$36 = (0+1)+35$$

$$\text{ومنه } 97.22 = \frac{100 \times 35}{36} \text{ أي } 0.97$$

الرمز ا و ج:

$$0 = 35 - 35$$

$$4 = 35 - 39$$

$$.39 = (0+4)+35$$

$$\text{ومنه: } 89.74 = \frac{100 \times 35}{39} \text{ أي } 0.89$$

الرمز ب و ج :

$$1 = 35 - 36$$

$$4 = 35 - 39$$

$$40 = (1+4)+35$$

$$\text{و منه: } 87.5 = \frac{100 \times 35}{40} \text{ أي } 0.87$$

اما متوسط الاتفاق بين المحكمين الثلاثة يتم بجمع النسب السابقة و تقسيمها على مجموعها كالتالي:

$$\%0.91 = \frac{0.87+0.89+0.97}{3}$$

و بهذه النتيجة التي تمخض عنها حساب معامل الثبات و هي 0.91 % و هي نتيجة كافية و تفوق النسبة المطلوبة و هي 80 % و المعتمدة في بحوث الاعلام.

الإستنتاج العامة:

ان نظام القيم في أي مجتمع انساني هو احد المركبات الاساسية المكونة له، و التي تمنحه الخصوصية و تميزه في كل مكوناته الإجتماعية والبنائية الوظيفية، ومن خلاله تتبلور الملامح السلوكية لأفراده و جماعته، و عليه فالقيم الإجتماعية تشير بشكل عام إلى تلك الزمرة او القائمة المكونة من المبادئ والمعايير التي يضعها مجتمع ما في ضوء تراكم خبرات ، تتكون نتيجة عمليات انتقاء جماعية، يتفق عليها افراد المجتمع لتنظيم العلاقات بينهم، كما انها الحكم الذي يصدره الانسان على شيء مستهديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه¹. و عليه فقد جاءت عدة نظريات اهتمت بالمجتمع وبالفواعل والعوامل المؤثرة فيه وفي وظائفه وللايجاد حلول منطقية لهذا الاشكال تتالت الدراسات المفسرة للظواهر الإجتماعية، وصولا إلى الدراسات الاعلامية التي اهتمت بتأثير وسائل الاعلام على المجتمع وتأثيره فيها: ومن ضمن النظريات التي اولت اهتماما بالمجتمع و ثقافته في التأثير على المضامين الاعلامية نجد النظرية او المقترح القيمي الذي حاول تفسير طبيعة التأثيرات الإيجابية السلبية التي تحدثها وسائل الاعلام على افراد

¹صالح محمد علي، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، ط 4، دار الميسرة، 2004، ص 202.

المجتمع وذلك بإرجاع طبيعة هذا التأثير إلى القيم المتضمنة في الرسائل الاعلامية باعتبار ان القيمة هي الرسالة عكس نظرية ماكلوهان القائلة بان الرسالة هي الوسيلة. من خلال دراستنا هذه و التي حاولنا من خلاله اختبار بعض فرضيات نظرية الحتمية القيمية و هي طبيعة المضامين، القيم والرسائل الاعلامية التي حملتها الصحافة المكتوبة خلال فترة الدعاية لميثاق السلم والمصالحة الوطنية، وفكرة التضاد الثنائي (مقابلة المعنى بوضده ليتضح). علما ان نتائج الإستفتاء كانت إيجابية بنسبة 97.36%. من خلال تحليل 38 مقال خلال هذه فترة وهي 45 يوم رغم ان بعض الاعداد الموافقة ليوم الجمعة لم تصدر. كشفت نتائج الدراسة ان جريدة الخبر خصصت باب تحت مسمى "الوطني" للحديث عن كل ما يخص الأحداث الوطنية خاصة منها السياسية آنذاك و ذلك حسب متطلبات السياسة الاخراجية للجريدة والرامية إلى احداث نوع من الالفة بين القارئ و الجريدة. كما بيت عملية التحليل لمحتوى جريدة الخبر للتجمعات الشعبية و الحزبية التي نشطها فاعلين سياسيين، و غير سياسيين، تصدرهم السيد عبد العزيز بوتفليقة، صاحب المشروع، حامل لقيمة الجهاد، الولاية- رئيس الدولة-....الخ تلاه في ذلك قادة سابقين في الجماعات المسلحة باختلاف مشاربهم، عبروا عن تأييدهم لمشروع الامن والسلم الوطني، اهتمت الجريدة بتغطية التجمعات الشعبية التي نشطوها او التصريحات والبيانات سعيا منها لإبراز مساندتهم له و حث الباقيين في العمل الارهابي على اللحاق بهم، حملوا قيمة السلم بدل العنف والمواجهة المسلحة، قيمة دفع المضرة بدل من جلب منفعة او مصلحة شخصية و قيمة القيادة، اضافة إلى القادة الدينين كشيخ الزوايا وائمة المساجد تمت الاستعانة بهم لما لهم من مكانة في المجتمع الجزائري يحملون قيم دينية، قيمة القيادة باعتبارهم قدوة لأفراد المجتمع اضافة إلى كونهم ممثلين لاهم مؤسسات التنشئة الإجتماعية ففي

الدول العربية والاسلامية. ترصد الدراسة انه تم استعمال القيم الحاملة لمعاني سلبية بنسبة 32.29% خلال تطرقها للإرهاب و مخلفات العشرية السوداء على الحياة السياسية، الإقتصادية والإجتماعية فيما ركزت على القيم الإيجابية بنسبة 67.70% في تناولها للسلم وفضائل المصالحة الوطنية مما يدفعنا إلى القول انها وظفت الية التضاد الثنائي في عملية الإقناع و ذلك عملا بمبدئ لا يظهر المعنى الا بضده، وهي من منطلق نظرية الحتمية القيمية الية نتمكن من خلالها من اظهار المعاني التي يصعب تعريفها او ايجاد مرادفات لها فيكون التعريف بضدها وعليه فان نفس الالية مطبقة في عملية الإقناع من خلال ابراز مزايا المصالحة الوطنية وذكر مساوئ الارهاب ومخلفات سنين الجمر على الجزائريين عامة. وبذلك نكون قد اجبنا على الاشكالية الكبرى للدراسة وهي هل وظفت جريدة الجبر القيم في عملية إقناع الجماهير بالإستفتاء بنعم لصالح الميثاق؟ كما نلاحظ من خلال ما سبق ان الفاعلين السياسيين قاموا تفصيل اهداف و بنود ميثاق السلم و المصالحة الوطنية التي بنيت على اساس الخلفية المرجية للمجتمع. كما نستنتج ان المضامين الاعلامية لجريدة الخبر جاءت ترابطية ، لان نسبة القيم الإيجابية اكبر من القيم السلبية تركز استراتيجية المصالحة الوطنية باعتبارها نسقا قيميا على فكرة الحل الشامل لازمة الوطنية باجتثاث جذورها والقضاء على مسبباتها ومعالجة اثارها(انظر جدول المواضيع)، وعلى فكرة تطوير سياسات قيادة المجتمع الجزائري على اسس الحكم الصالح والديمقراطية والتنمية الوطنية الشاملة والعدالة الإجتماعية، وتوفير عوامل قوة الدولة الجزائرية وهيبتها في كل المجالات¹. وترسيخا لقيم التصالح والعفو و اعادة بناء الدولة كفكرة مرجعية لا غنى للمجتمع الجزائري عنها فان

¹ - الصديق شهاب، " المصالحة الوطنية: مسار...قيم...وضمانات"، الفكر البرلماني، العدد08 مارس 2005، ص

لثقافة السلم والمصالحة الوطنية بعدا اخر هو الجمع بين الفرقاء السياسيين (انظر جدول الفاعلين) من خلال الائتلاف الحكومي الذي يهدف إلى ترقية العمل المشترك من اجل تعزيز استقرار البلاد و مكافحة الارهاب وعدم الخلط بينه وبين الاسلام و بينه و بين حق الشعوب في الكفاح ضد الاستعمار والدفاع عن الوحدة الوطنية بأبعادها الثلاثة و دعم المواقف الجزائرية على المستوى الدولي، وتعميق الاصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في اطار القيم الوطنية، كما ناضل التحالف الرئاسي من اجل الديمقراطية التي تحتاج إلى امن سياسي وبناء هذه الديمقراطية و استقرارها يحتاج إلى زمن (انظر جدول القيم - القيم الزمنية-) لا بد من احترامه¹. و قد سعت المصالحة الوطنية في شقها الامني إلى وقف الاقتتال و انتهاء الحرب الاهلية التي دامت اكثر من عقد بين الجزائريين، ونزع فتيل الفتنة بين ابناء الشعب الواحد واقناعهم بانه لا غالب اليوم ولا مغلوب (انظر جدول القيم - القيم السياسية). و أكد ميثاق السلم والمصالحة الوطنية تصميم القيادة الوطنية على ترسيخ قدم الامة في الحداثة و اعلن عزمه على العمل من اجل ترقية شخصيته وهويته، وتحميل كل المؤسسات مسؤولية اتخاذ الاجراءات الكفيلة للحفاظ على الشخصية والثقافة الوطنية وترقيتها من خلال احياء مآثر التاريخ الوطني والنهوض بالجوانب الدينية و الثقافية واللسانية² (انظر جدول القيم: الدينية، التواصلية). كما تضمن ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بعدا اقتصاديا و اجتماعيا حيث أكد رئيس الجمهورية على ضرورة توفر شرط السلم من اجل تنمية الاقتصاد وضرورة التنمية الاقتصادية من اجل الاستقرار والسلم الاجتماعي³ (انظر جدول القيم:

¹ - فاروق ابو سراج الذهب، هل تحقق حلم الشيخ محفوظ نحناح في بناء الجماعة الوطنية؟، البناء، العدد 376، 01 مارس 2004، ص 13.

² - محمد بوضياف، مستقبل النظام الساسي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 232.

³ - المرجع السابق، ص 232.

القيم الإقتصادية والإجتماعية). قد شكلت كل هذه الابعاد محاور ارتكز عليها الفاعلين السياسيين في عملية إقناع الشعب بضرورة الإستفتاء بنعم لصالح ميثاق السلم والمصالحة الوطنية وقد اثبتت نتائج الإستفتاء نجاح هؤلاء الفاعلين حيث عكست التأييد الشعبي الواسع لهذا المشروع حيث صوت ما نسبته 2.57% ب لا اي الرفضة لمبادئ الميثاق ومواده ونسبة 97.43% ب نعم لصالح ميثاق السلم والمصالحة الوطنية¹، وعليه يمكننا تأكيد الاجابة بان الصحافة الجزائرية ساهمت في تغيير الاوضاع التاريخية للبلاد من خلال تغيير مصفوفة القيم للمجتمع من مجتمع يغوص في العنف و لا امن إلى مجتمع يجنح إلى السلم والامن الوطنيين. في الاخير يمكن القول انه من الاهمية مكان الدور الذي تؤديه القيم في عملية الإقناع، التغيير الاجتماعي والثقافي، هذا الاخير الذي به تتغير الانماط الثقافية و الحياتية للشعوب انطلاقا من مغايرة النسق القيمي الذي ينشط من خلاله المجتمع و يستجيب لمتطلباته ومعاييره.

¹-انظر محتوى اعلان المجلس الدستوري رقم 01/د.م./05 المؤرخ في 27 شعبان عام 1426 الموافق لاول اكتوبر عام 2005، المتعلق بنتائج استفتاء 29/09/2005 حول ميثاق السلم و المصالحة الوطنية، الجريدة الرسمية، العدد 67 المؤرخة في 2005/10/5

الخاتمة

أعلن صعود الهيمنة الأوربية ، والغربية عامة في العالم أجمع، نهاية المدينيات الكلاسيكية وبداية تحلل بنياتها الاساسية، وأدخلها في أزمة تاريخية طويلة مادية وروحية. ولم تكن المدينة العربية بمعزل عن هذه الهزة التاريخية بل كانت في قلبها. وقد أدى تأكد الغلبة العسكرية والحضارية منذ القرن الثامن عشر الى تحلل أكبر إمبراطورية إسلامية تدريجيا وتطاير اشلائها في كل الإتجاهات. لقد نخرت هذه الغلبة الأسس الثابتة والتقليدية للهيمنة الداخلية والسلطة الاجتماعية. فالمجتمعات العربية اليوم تجيش بالصراعات والانفجارات مما يبرز الأبعاد الروحية و المادية لهذه الأزمة الحضارية، و لعل أعمق تجلياتها هي فقدان الأمن و الطمأنينة، زوال كل يقين، الخوف من العالم والميل إلى الإنطواء على النفس و التخلي عن كل موقف إيجابي تجاه الواقع، الخلود إلى السلبية الشاملة و المتمثلة في رفض الذات و الآخر معا، و غياب فاعلية كل المثل الكبرى الباعثة للأمل و الحاثثة على العمل و المحفزة للإرادة. إن هذه الوضعية تبين درجة خطورة هذه الأزمة وانتقالها من مستويات دنيا الى اخرى أرفع، وغوصها من السطح الى العمق، وتجاوزها السياسي الى الثقافي¹، هذا الأخير الذي تشكل وسائل الإعلام و الإتصال أبرز حامل له و أسرع الطرق لنشره و إيصاله إلى اكبر عدد ممكن من الجماهير في أقل وقت متاح، فقد أكدت إحدى الدراسات² أن إنتقال الثقافة إلى وسائل الإعلام عملية بنيوية تولد تأثيرات إيجابية تارة سلبية تارة اخرى. لقد أفرزت العولمة عالما وصل فيه الإغتراب عن القيم السماوية، عن الجار، و عن الذات إلى حد لا يمكن التغطية عليه بإستهلاك الإيديولوجيا و كما أظهرت العولمة الحاجة الى توحيد

¹ - برهان غليون، اغتيال العقل محنة الثقافة العربية بين السلفية و التبعية، ط4، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2006، ص 5 وما تلاها ، بتصرف.

² - عزي عبد الرحمن، الثقافة و حتمية الاتصال: نظرة قيمية، المستقبل العربي، السنة26، العدد295، سبتمبر 2003.

خاتمة

القيم و الأخلاق، فقد أوصل النظر في واقع النظام العالمي و أصوله و رؤى مستقبلية كما يقول صديقي الدجاني إلى الشك في قدرته على أن يثمر تعاوننا دوليا لحل مشاكل عالمنا. إن كل ما تستطيع أن تفعله هذه العولمة هي نوع من التجنيس الثقافي، تتحول فيه ثقافات الشعوب إلى مهرجانات وطنية وعقائدها إلى مجرد طقوس، ومآثر تراثها إلى وثائق أرشيف ومقتنيات المتاحف¹، هذه الخطورة تحملها وسائل الإعلام إلى كل مكان و إلى كافة الأفراد مما يجعلنا في حاجة إلى التركيز و الحفاظ على ممتلكاتنا الثقافية والحضارية بعيدا العولمة و آثارها، و ذلك بإحياء قيمنا و غرسها في الناشئة.

¹ - نبيل علي، الثقافة العربية و عصر العولمة، عالم المعرفة، الكويت، 2001، ص 412.

قائمة المراجع:

1. قائمة المصادر:

1. سورة الشورى، الآية 45 .
2. سورة الدخان، الآية 51.
3. سورة البينة، الآية 5.
4. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 08/99 المتعلق باستعادة الوئام المدني المؤرخ في 29 ربيع الاول و الموافق ل 13 يوليو.(الجريدة الرسمية، العدد 46، 29 ربيع الاول 1420، الموافق ل 13 يوليو 1999).
5. اللجنة الاستشارية الوطنية لترقية حقوق الانسان و حمايتها، تقرير سنوي عن وضعية حقوق الانسان في الجزائر، 2009.
6. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم الرئاسي رقم 2005-278 المتضمن استدعاء الهيئة الناخبة للاستفتاء المتعلق بالمصالحة الوطنية يوم 2005/09/29، الجريدة الرسمية العدد 55.
7. ابن منظور، لسان العرب، المجلد 11، بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، 1988.
8. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، انجليزي- فرنسي- عربي، لبنان: دار الكتاب اللبناني، ط2، 1994.
9. أحمد زكي بدوي، معجم العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1979.
10. إعلان المجلس الدستوري رقم 01/د.م/05 المؤرخ في 27 شعبان عام 1426 الموافق لأول اكتوبر عام 2005، المتعلق بنتائج استفتاء 29/09/2005 حول ميثاق السلم و المصالحة الوطنية، الجريدة الرسمية، العدد 67 المؤرخة في 2005/10/5.

11. السيد أحمد أويحيى، الامين العام لحزب التجمع الوطني الديمقراطي في كلمته بمناسبة التوقيع على التحالف الرئاسي، فندق الاوراسي، 16 فيفري 2004.
12. السيد عبد العزيز بلخادم، الامين العام لحزب جبهة التحرير الوطني في كلمة بمناسبة التوقيع على وثيقة التحالف، فندق الاوراسي، 16 فيفري 2004.
13. جميل صليبييا، المعجم الفلسفي، مادة: القيم، دار الكتاب اللبناني، بيروت 1973.
14. طارق سيد أحمد، معجم المصطلحات الإعلامية انجليزي-عربي، ط1، مصر، 2008.
15. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
16. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979.
17. محمد منير حجاب، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004.
18. سمير جاد، معجم المصطلحات المعاصرة في العلوم الإنسانية القاهرة: المكتبة الانجلو مصرية، 2008.
19. الموسوعة العربية العالمية، ط2، مؤسسة أعمال للنشر والتوزيع، الرياض، مجلد 15.
20. خليل أحمد خليل، مفاتيح العلوم الانسانية، معجم عربي-فرنسي - انجليزي، لبنان: دار الطبيعة للطباعة والنشر.

21. خطاب رئيس الجمهورية، السيد عبد العزيز بوتفليقة امام اطارات الامة، نادي الصنوبر "قصر الامم"، جريدة الشعب، العدد 12522، تاريخ 2001/04/28.

قائمة الكتب:

1. البيهي فؤاد، علم النفس لاجتماعي، القاهرة: دار الفكر العربي، 1985.
2. ابراهيم السيد أحمد السيد، البناء القيمي و علاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، جامعة الزقازيق، 2005.
3. ابراهيم سعد الدين، مصر في ربع قرن 1952-1977، دراسات في التنمية و التغيير الاجتماعي، معهد الانماء العربي، 1978.
4. أحمد مصطفى خاطر، الخدمة الاجتماعية و تنمية المجتمع الريفي، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر، 1980 .
5. أحمد عبد اللطيف ابو سعد، سامي محسن ختاتنة، علم النفس الاعلامي، دار الميسرة للنشر و التوزيع، الاردن، ط1، 2010.
6. أحمد قورية، بوتفليقة رجل الاقدار و رجل المصالحة الوطنية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004.
7. انتوني غيدنز، علم الاجتماع، تر: فايز الصياغ، ط4، مركز الوحدة العربية، بيروت.
8. اسعد طلعت، التسويق الفعال؛ كيف تواجه تحديات القرن 21، مكتبة عين شمس، القاهرة، 2000.
9. السعيد السرداني، المصالحة الوطنية و تأصيلها من الناحية الشرعية، دار الهدى للطباعة و النشر والتوزيع، عين مليلة، 2005.
10. السيد محمد عبد البديع، اثر القنوات على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.

11. ارثر اسا بيرغر، تر: صالح خليل ابو اصبع، وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، عالم المعرفة، الكويت، مارس 2012.
12. ارمان و ميشيل ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، تر: نصر الدين لعياضي، صادق رابح، ط 1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.
13. اشرف صالح و محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، (د، ت، ن).
14. بوعلي نصير وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، منشورات مكتبة اقرأ قسنطينة، 2009.
15. بلقاسم بروان، وسائل الاعلام و المجتمع، دراسة في الابعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007.
16. بسيوني ابراهيم حمادة، الصحافة و صنع القرار السياسي في الوطن العربي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012.
17. بركات حليم، المجتمع العربي المعاصر، بحث استطلاعي اجتماعي، ط4، بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية. (د، ت، ن).
18. برهان غليون، اغتيال العقل؛ محنة الثقافة العربية بين السلفية والتبعية، ط4، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2006.
19. جلول عليان، سماعين شامة، مدونة الوثام المدني والمصالحة الوطنية، الجزائر: دار هومه، 2007.
20. جون بول ريقبر، فلسفة القيم، تر عادل العوا، دار عويدات للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2001.
21. جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، (د، ت، ن).

22. دليلة بركان، عبدالعزيز بوتفليقة؛ رجل السلام والتحدي، المكتبة العصرية، الجزائر، (ب ت ن).
23. زهير احدان، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
24. زكي نجيب محمود، فلسفة وفن، القاهرة: المكتبة الانجلو مصرية، 1963.
25. زكريا فكري، الإخراج الصحفي، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2006.
26. حسن عماد الدين المكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2004.
27. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط6، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
28. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مركز بحوث الراي العام، القاهرة، 2007.
29. حسن عماد الدين المكاوي، الاخبار في الراديو والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
30. حسن عماد الدين المكاوي، عادل عبد الغفار، الاعلام و المجتمع عالم متغير، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
31. حلیم بركات، المجتمع العربي المعاصر، بحث في تغير الاحوال والعلاقات، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
32. طاهر محمد بوشلوش، التحولات الاجتماعية والاقتصادية واثارها على القيم في المجتمع الجزائري 1967-1999، دار بن مرابط للنشر والطباعة، الجزائر.

33. يوسف تمار، الاتصال والاعلام السياسي، الثقافة السياسية بين وسائل الاعلام و الجمهور، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
34. كامل محمد المغربي، السلوك التنظيمي مفاهيم واسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1995.
35. كمال التابعي، الاتجاهات المعاصرة في دراسة القيم والتنمية، دار المعارف، القاهرة، 1983.
36. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2006.
37. محمد نوال عمر، مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، المكتبة الانجلو-مصرية، القاهرة، 1986.
38. محمد أحمد البيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1990.
39. محمد البيومي، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.
40. محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
41. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، بيروت، 2008.
42. محمد فتحي عيد، دور مؤسسات المجتمع المدني في خفض الطلب على المخدرات، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2009.
43. محمد عماد الدين اسماعيل واخرون، كيف نربي اطفالنا، التنشئة الاجتماعية للطفل في الاسرة العربية، دار النهضة العربية، ط 2، 1974.

44. محمد على محمد، غربي أحمدو على عبد الرزاق حلي، المجتمع والثقافة والشخصية، سلسلة علم الاجتماع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1983.
45. محمد شفيق، الانسان والمجتمع، مقدمة في علم النفس الاجتماعي، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003.
46. محمد عابر الجابري، العقل الاخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001
47. محمد عاطف غيث، التغير الاجتماعي والتخطيط، ط2، دار المعارف، القاهرة، 1996.
48. محمد محمد نعيمة، التنشئة الاجتماعية وسمات الشخصية، ط1، دار الثقافة العلمية، مصر، 2002.
49. محمد نوفل الغلايني، وسائل الاعلام واثارها في وحدة الامة، ط 1، دار المنارة، السعودية، 1985.
50. محمد فاضل البدراني، الاعلام وتشكيل الراي العام وصناعة القيم، ط1، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
51. محمود حسن ابراهيم اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998.
52. مصطفى صويلح، نقد التجربة المغربية في طي الانتهاكات الجسيمة لحقوق الإنسان، اللجنة العربية لحقوق الإنسان، الأهالي، ط1، 2005.
53. مصباح عامر، التنشئة الاجتماعية والسوك الانحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2002.
54. مصباح عامر، البحث في علوم السياسة والاعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

55. مساعد بن عبد الله المحيا، القيم في المسلسلات التلفازية، ط1، دار العاصمة للنشر والتوزيع، السعودية، (د، ت، ن).
56. ملفين ديلور، ساندرابول روكيش، نظريات وسائل الاعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
57. منير ممدوح الشامى، صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام السياسي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
58. منى كشك، القيم الغائبة في الاعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، مصر.
59. منال ابو الحسن، علم الاجتماع الاعلامي، اساسيات وتطبيقات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2014.
60. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر العولمة، عالم المعرفة، الكويت، 2001.
61. نورهان منير مرسى، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، الازايطية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
62. نصر الدين نواري، الصحافة والارهاب في الجزائر، اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
63. صالح محمد علي ابو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط1، دار الميسرة، 1998.
64. صلاح قنصوه، نظرية القيم في الفكر المعاصر، لبنان: دار التنوير للطباعة والنشر، ط2، 1984.
65. صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمن بن محمد بن عبد الرحمن بن ملوح، موسوعة نظرة التعليم في مكارم اخلاق الرسول صلى الله عليه و سلم، ط1، جدة: دار الوسيلة للنشر والتوزيع، 1998.

66. عبد الرحمن عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاتصالية الإعلامية، بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر، 1995 .
67. عبد الرحمن عزي وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
68. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009.
69. عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2013.
70. عزي عبد الرحمن، دعوة الى فهم نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2011.
71. عبد الرحمن عزي، الاعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة في الرواسب الثقافية، ط 1، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2009.
72. عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، الاعلام والمجتمع، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
73. عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الاجتماعي، اصوله، مبادئه، دار المعرفة الجامعية، مصر، (د، ت، ن).
74. عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم، دراسة نفسية، عالم المعرفة، الكويت، ابريل، 1999.
75. عبد الحميد مهري، الازمة الجزائرية: الواقع والافاق، الازمة الجزائرية الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ط2، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999.

76. عبد الله محمد الغوشن، كيف تقنع الآخرين، الرياض: دار العاصمة للنشر والتوزيع، ط3، 1996، ص18
77. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والاشكاليات... من الحداثة الى العولمة، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 2008.
78. علي رزق، نظريات في اساليب الاقناع، دراسة مقارنة، ط1، دار الصفاة، بيروت، 1994.
79. عدنان ابراهيم أحمد، محمد مهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي الانساق الاجتماعية التربوية، جامعة سبها، ليبيا، 2001.
80. عفاف بنت ابراهيم بن الدباغ، المنظور الاسلامي للرعاية الاجتماعية، سلسلة اسلامية المعرفة: التوجيه الاسلامي للخدمة الاجتماعية: المنهج والمجالات، ط1، مكتبة المعهد، القاهرة، 1996.
81. علي محمود ليلة، محمد محمود الجوهري، علياء علي شكري، التغيير الاجتماعي والتغير الثقافي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2010.
82. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1998.
83. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، القاهرة: دار النهضة العربية بيروت، ط2، 1980.
84. فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2002.
85. سهير كامل أحمد، علم النفس الاجتماعي بين النظرية و التطبيق، ب ط، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2001.

86. ستامبل، محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979،
87. سناء محمد الجبور، الإعلام و الرأي العام العربي والعالم، ط1، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن، 2009.
88. قزادري حياة، الصحافة والسياسة، طاكسيج كوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
89. رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
90. ربيع ريمون، نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية و المطلقية، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1980.
91. رشوان حسين عبد الحميد أحمد، التربية والمجتمع، المكتب العربي الحديث، مصر، ط1، 2002.
92. رشيد ايوب، دليل الجزائر السياسي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1992.
93. ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، اشراف أحمد حسين اللقاني، (د، م، ن)، مؤسسة الخليج العربي، 1984.

قائمة الكتب الاجنبية:

1. BENYOUB, Rachid, *Annuaire Politique de l'Algerie2000*, Alger, 2000.
2. D.N *value Problems and Present Contribution*, In: D.N Barnett(Ed), *Values In America-* ,Notre Dame , India:Univ.of Notre Dame Press.1961 .
3. BEN JAMIN Stora ,*Du terrorisme autopsie de la tragédie algérienne Aujourd'hui*, ed Rocher Noir, France, Paris, 1995.
4. Bouali Nacir, *L'information, ente Marshall Mac-luhan et Azzi Abed el Rahman de la Technologie a la Compétence morale, Lectures sur la théorie : Déterminisme de la valeur Morale de l'information* , ikraa, 2009,p 12/13.¹

5. Bouali Nacir, *L'information entre Marshall Mac- luhan et Azzi Abderrahmane de la Technologie a la compétence morale.*
6. Brahim Brahimi, *le pouvoir, la presse et les droits de l'homme*, Algerie: marinoor, 1998.
7. Célestin Bouglé, *Leçons de sociologie sur l'évolution des valeurs 1922.*
8. Aude Riom, Thierry Liberty, Assael Adary, *Communication*, DUNOD , paris, 2010.
9. Marie- Pierre Fourquet, *Un siècle de théories de l'influence : Histoire du procès des medias*, MEDIATION ET INFORMATION, N10,1999,univerecite Pais 8.
10. Dominique Wolton, *Audience et public : économie, culture, politique*, HERMES, L'AUDIENGE Presse, Radio, Télévision, Internet, CNRS EDITION, 2003.
11. Lahouari sayah .*Les moyens d'information et le développement national en Algérie*, Paris : Mémoire de l'institut français de presse, université de paris, 1969.

قائمة الدراسات :

1. بومعيزة سعيد، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية منطقة البلدية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2006.
2. بنت عطا الله بكار، قراءة الصحف اليومية، والقيم الشخصية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر: قسم علوم الاعلام و الاتصال، 2001.
3. بوعلي نصير، اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية و ميدانية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2003
4. بوعلي نصير، الصحافة و الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004، دراسة تحليلية استطلاعية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي، جامعة قسنطينة، 2004.

5. بخالد عبد الرزاق، المصالحة الوطنية في ظل السياسة الجنائية، مذكرة ماجستير في القانون الجنائي و العلوم الجنائية، قسم الحقوق و العلوم القانونية، جامعة قسنطينة، 2010.
6. دليلة غروبة، دور الصحافة المستقلة في ترسيخ الديمقراطية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة عنابة، 2010.
7. يوسف تمار، اجندة سيونغ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2005.
8. مومن بكوش الجموعي، القيم الاجتماعية و علاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير / 2003.
9. محمد بوضياف، مستقبل النظام السياسي في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة العلوم السياسية و الاعلام، الجزائر، 2008.
10. نوبصر بلقاسم، التنمية و التغيير في نسق القيم الاجتماعية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2011.
11. نعيمة عزوف، سياسة الوثام المدني بين المبدأ و الواقع، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية و الاعلام، 2006/2005.
12. صحراوي، يسعد شريف، مسالة المشروعية و تأثيرها على الاستقرار السياسي، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزائر، 2009.
13. سيدهم ذهبية، الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في

علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، قسم الاجتماع و الديموغرافيا، سنة 2005.

قائمة المقالات:

1. ابو سراج فاروق الذهب، هل تحقق حلم الشيخ محفوظ نحناح في بناء الجماعة الوطنية؟، النبأ، العدد 376، 01 مارس 2004.
2. الصديق شهاب، "المصالحة الوطنية: مسار...قيم....و ضمانات"، الفكر البرلماني، العدد 08 مارس 2005.
3. بلقاسم بروان، المنظومة الاعلامية و علاقتها بالقيم، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004.
4. بوشنافة شمسة، قبي ادم، ادارة النظام السياسي للعنف في الجزائر 1988-2000، مجلة الباحث، العدد 3، 2004.
5. بخالد عبد الرزاق، المصالحة الوطنية في ظل السياسة الجنائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون الجنائي و العلوم الجنائية، جامعة قسنطينة، 2010.
6. جون ماري كوتري: مقدمة في الاتصال السياسي، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 4، 1990.
7. هلا محمد ابراهيم، القيم و العادات و التقاليد في العائلة اللبنانية، مجلة دراسات عربية، العدد 04، بيروت، فيفري 1986.
8. حمدي حسن ابو العينين، الاعلام الجديد في العالم الاسلامي، الدراسات الاعلامية القيمة المعاصرة، العدد 1، الورسم، الجزائر، 2012.
9. ناصر الدين الاسد، نظرات في لغة المصطلح و في مضمونه، دورية ازمة القيم و دور الاسرة في تطور المجتمع المعاصر، الرباط: مطبعة المعارف الجديدة، 2000.

10. صالح بن بوزة، السياسة الاعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية و الممارسة 1979 - 1990، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد13، 1996.
11. محمد عبد الحميد، المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الاعلام، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، العدد1، 1988.
12. عبد الرحمن عزي، الاخبار عبر الثقافات: دراسة مقارنة، مجلة الفكر العربي، العدد50، مارس 1988.
13. عبد الرحمن عزي، الثقافة و حتمية الاتصال: نظرة قيمية، المستقبل العربي، السنة 26، العدد 295، سبتمبر 2003.
14. محمود قلندر، الحتمية القيمية الاعلامية مقارنة اصلية لعلوم الاتصال، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، اعداد وعلي نصير، مكتبة اقرا، 2009.
15. صونيا براهيمية، الغير القيمي قراءة في ابعاد المفهوم، مجلة العلوم الاجتماعية عدد 08، ماي 2009، جامعة سطيف <http://revues.univ-setif2.dz/index.php?id=352>
16. عبد الله بوجلال، الراي العام: مفهومه، تكوينه، خصائصه، مظاهره و اهمية قياسه، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد05، 1991
17. فاروق ابو سراج الذهب، هل تحقق حلم الشيخ محفوظ نحاح في بناء الجماعة الوطنية؟، النبأ، العدد 376، مارس 2004.
18. فلاح جابر الغرابي، وسائل الاتصال الحديثة ودورها في احداث التغيير الاجتماعي، مجلة القادسية في الاداب والعلوم التربوية، مجلد 8، العدد 2، السنة 2009.
19. عياشي عنصر، التعددية السياسية في الجزائر الواقع و الافاق، ورقة مقدمة للندوة التي نظمتها جامعة ال البيت و المعهد الدبلوماسي الاردني

حول "الانتقال الديمقراطي في المنطقة العربية" بتاريخ 18-19 ماي 1999، عمان، المملكة الاردنية الهاشمية.

20. العمري عيسات، التنشئة الاجتماعية في الاسرة الجزائرية، قراءة سوسيو ثقافية لمظاهر و دلالات التغير القيمي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد8، جامعة سطيف، 2009. [http:// revues. Univ- setif.dz](http://revues.Univ-setif.dz)

21. سهير نعيم أحمد، انساق القيم الاجتماعية- ملامحها ظروف تشكلها و تغييرها في مصر، الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية، عدد2، يونيو، السنة 10.

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

بسم الله الرحمن الرحيم

هذه استمارة نقدمها في اطار انجاز اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال تحت عنوان:
المنظور القيمي في الصحافة المكتوبة، تحليل محتوى جريدة الخبر خلال فترة الترويج لميثاق
السلم و المصالحة الوطنية

نسعى من خلال هذه الدراسة الى اختبار بعض فروض نظرية الحتمية القيمية، و محاولة انزال
هذه المفاهيم المعيارية الى الميدان التطبيقي و ذلك بالاجابة على التساؤل التالي: هل استعملت
جريدة الخبر القيم في علية اقناع الجماهير بالاستفتاء بنعم لصالح ميثاق السلم و المصالحة
الوطنية؟

نطلب من سيادتكم الاطلاع على الاستمارة و التمعن فيها.

نرجو من سيادتكم كتابة الملاحظات التي ترونها على ظهر الورقة او في ورقة مستقلة.

تحت اشراف:

براهيم احمد.

من اعداد الطالبة:

بوخرص سيهام

1- البيانات الاولية:

			1	جريدة الخبر
4	3		2	تاريخ الاصدار
7	6		5	الصفحة

2- بيانات حول الموضوع:

12	11	10	9	8	فئة الموضوع:
----	----	----	---	---	--------------

فئة القيم:

16	15	14	13	القيم الحاملة لمعنى ايجابي:
----	----	----	----	-----------------------------

20	19	18	17
----	----	----	----

24	23	22	21	القيم الحاملة لمعنى سلبي:
----	----	----	----	---------------------------

28	27	26	25
----	----	----	----

33	32	30	29	فئة الفاعلين:
----	----	----	----	---------------

37	36	35	34
----	----	----	----

40	39	38
----	----	----

دليل الاستمارة:

المربع 1: جريدة الخبر.

المربع 2 الى 4 تاريخ الاصدار .

المربع من 5 الى 7 الصفحة 2 او 3 او صفحات اخرى.

المربع من 8 الى 12 تمثل فئة الموضوع وهي على التوالي:

المربع 8: موضوع المصالحة الوطنية

المربع 9 : موضوع العفو الشامل.

المربع 10: موضوع المفقودين.

المربع 11 : موضوع التعويضات المالية.

المربع 12: موضوع المعارضين للميثاق.

المربع 13: مواضيع اخرى.

المربع 14 الى 25 تمثل فئة القيم وهي من 14المربع الى 19المربع 19تمثل القيم الايجابية و هي على التوالي:

المربع 14: القيم السياسية.

المربع 15: القيم الاجتماعية.

المربع 16: القيم الاقتصادية.

المربع 17: القيم الدينية.

المربع 18: القيم التربوية.

المربع 19: القيم الزمكانية.

المربع 20: القيم التواصلية

المربع 21: القيم التاريخية.

المربع من 22 الى المربع 27 تمثل القيم الحاملة لمعاني سلبية و هي على التوالي:

المربع 20: القيم السياسية

المربع 21: القيم الاجتماعية.

المربع 22: القيم الاقتصادية.

المربع 23: القيم الدينية.

المربع 24 : القيم التربوية.

المربع 25: القيم الزمكانية

المربع 26: القيم التواصلية.

المربع 27: القيم التاريخية.

المربعات من 29 الى 40 تمثل فئة الفاعلين و هي على التوالي:

المربع 29: بوتفليقة

المربع 30: أحمد اويحي .

المربع 31: بلخادم.

المربع 32: لويزة حنون.

المربع 33: التائبين.

المربع 34: الجماعات السلفية.

المربع 35: اعضاء الفيس.

المربع36: منظمات ضحايا الارهاب.

المربع37: ائمة المساجد.

المربع38: شيوخ الزوايا.

المربع39: فاعلين اخرين.

خطة البحث	
أ	المقدمة.....
05	الفصل الأول: الجانب المنهجي
06	الإشكالية.....
08	أهمية الدراسة.....
09	أهداف الدراسة.....
10	نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.....
14	ركائز المنظور القيمي.....
15	المنهج.....
17	أدوات البحث.....
18	المجتمع و العينة البحث.....
21	فئات التحليل.....
21	وحدات التحليل.....
22	صياغة الاستمارة.....
24	الدراسات السابقة.....
31	مفاهيم الدراسة.....
الفصل الثاني: القيم: علاقتها بالعلوم و التغيرات النسقية.	
41	المبحث الأول: ماهية القيم.....
41	المطلب الأول: اشكالية المفهوم.....
43	المطلب الثاني: مداخل تفسيرية للقيم.....
54	المطلب الثالث: أهمية القيم.....
59	المبحث الثاني: القيم: المصادر و الخصائص.....
59	المطلب الأول: تصنيفات القيم.....
66	المطلب الثاني: خصائص القيم.....
68	المطلب الثالث: مصادر القيم.....

72	المبحث الثالث: التغيير في النسق القيمي.....
72	المطلب الاول: النسق القيمي.....
74	المطلب الثاني: عوامل التغيير القيمي.....
77	المطلب الثالث: الاعلام و التغيير القيمي.....
89	الفصل الثالث: المنظومة الاعلامية و الانساق الاجتماعية
90	المبحث الاول: المنظومة الاعلامية و المجتمع.....
90	المطلب الاول: وسائل الاعلام كنسق اجتماعي.....
92	المطلب الثاني: القيم و المجتمع.....
95	المطلب الثالث: الاعتماد على وسائل الاعلام.....
103	المبحث الثاني: الاقناع.....
103	المطلب الاول: استراتيجيات الاقناع.....
111	المطلب الثاني: القيم كمدخل للإقناع.....
116	المطلب الثالث: التغيير الاجتماعي و التغيير الثقافي.....
19	الفصل الرابع: المنظومة الاعلامية و الظروف السياسية في الجزائر
122	المبحث الاول: التجربة الاعلامية في الجزائر من الحزب الواحد الى التعددية الاعلامية.....
122	المطلب الاول: مرحلة الاحادية الحزبية.....
125	المطلب الثاني: من سنة 1979 الى سنة 1988.....
127	المطلب الثالث: مرحلة التعددية الحزبية.....
134	المبحث الثاني: الصحافة، دورها و علاقتها بالنظام.....
134	المطلب الاول: علاقة الصحافة بالنظام.....
140	المطلب الثاني: دور الصحافة في صنع القرار.....
142	المطلب الثالث: جمهور وسائل الاعلام في الجزائر.....
150	المبحث الثالث: الظروف السياسية التي رافقت التعددية.....
150	المطلب الاول: الازمة الامنية في الجزائر.....

154	المطلب الثاني: قانون الرحمة و الوثام المدني.....
156	المطلب الثالث: ميثاق السلم و المصالحة الوطنية.....
163	الفصل الخامس: الجانب التطبيقي.
164	ترتيب المقالات حسب الصفحات.....
166	ترتيب المقالات حسب الفاعلين.....
168	الجدول الخاص بالمواضيع.....
171	الجدول الخاص الفاعلين.....
175	الجدول الخاص بالقيم الحاملة لمعان سلبية و ايجابية.....
179	الجدول الخاص باستخدام لويضة حنون للقيم.....
182	الجدول الخاص باستخدام شخصيات سياسية للقيم.....
186	الجدول الخاص باستخدام عبد العزيز بلخادم للقيم.....
188	الجدول الخاص باستخدام أحمد أويحي للقيم.....
190	الجدول الخاص باستخدام عبد العزيز بوتفليقة للقيم.....
192	الجدول الخاص باستخدام أئمة المساجد و شيوخ الزوايا للقيم.....
194	الجدول الخاص باستخدام جمعية العلماء المسلمين، منظمة ضحايا الارهاب للقيم.....
197	الجدول الخاص باستخدام الطرف الآخر للقيم.....
201	الاستنتاج العام.....
206	الخاتمة.....
209	قائمة المراجع.....
	الملاحق.
	الفهرس

المخلص:

يمكن اجمال دراستنا في انها محاولة امبريقية لاختبار بعض فروض نظرية الحتمية القيمية في الاعلام هذه الاخيرة التي يتساءل العديد من الباحثين عن امكانية التحقق منها و كيفية انزال معانيها المعيارية الى الميدان التطبيقي، اعتمدنا على اسلوب تحليل المحتوى كمنهج و مقياس (ع، س، ن) كأداة لتحليل 38 مقال من جريدة الخبر اثناء الحملة الدعائية لميثاق السلم و المصالحة الوطنية. بحثا عن القيم التي وظفت في الاقناع و الكيفية التي جاءت بها.

RESUME:

On peut considère notre étude comme un essai expérimentale, afin de tester quelques hypothèses de la théorie **LA VALEUR DETERMINISME EN COMMUNICATION**, par l'utilisation de l'analyse de contenu comme méthode de recherche et « **A, S, N** » comme outil de recherche. On analyse 38 articles du journal « **AL LKHABARE** » pondant la période de la propagation du **projet de charte pour la paix et la réconciliation nationale**, en cherchant la façon d'utiliser les valeurs pour persuader.