

(الصحافة المكتوبة وصناعة الرأي العام)

-دراسة تحليلية لجريدة الخبر الجزائرية حول سياسة التقشف-

د/ بلمداني سعد، جامعة سعيدة

ملخص:

إن الإعلام بوسائله الحديثة وبرامجه المتنوعة ، يصدر من خلال تصورات وأفكار ومبادئ تعمل على إحداث تغيير مقصود في المجتمع المستهدف، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام تعتبر الفرد متغير محوريا ضمن العملية الاتصالية، لجذبه إلى محتوياتها، وتعديل رأيه من خلال الوظائف التي تؤديها في المجتمع خاصة الوظيفة الإخبارية التي تمارس من خلالها الوسيلة أنواع مختلفة من التأثيرات على البنيات المعرفية والسلوكية للأفراد، وهو ما أشارت إليه نظرية الأجندة كإحدى نظريات التأثير الاتصالية التي بحثت في طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور بوسيلته الإعلامية ،معتبرة الصحافة المكتوبة أقوى الوسائل الإعلامية في ممارسة هذا الدور التأثيري. فإذا كان هذا هو الدور التأثيري الذي يجب أن تلعبه الصحافة المكتوبة داخل البنيات الاجتماعية التي تنشأ فيها ،فهل الصحافة المكتوبة الخاصة في الجزائر مارست نفس الدور من خلال معالجتها لقضية التقشف كقضية فرعية أكثر تخصص لدى المواطن الجزائري ، هذا ما سنحاول تسليط الضوء عليه وفق المقاربة النظرية لترتيب الأولويات (Agenda Setting) وذلك بتفحص العلاقة التي تربط الجمهور الجزائري بجريدة الخبر كمثل عن الصحافة الخاصة الجزائرية باحثين مدى تأثير أجندة الجريدة في صناعة رأي عام ظاهر حول موضوع التقشف الذي ظهر إلى الساحة جراء ظهور بوادر لأزمة الاقتصادية بالجزائر بانخفاض أسعار البترول وذلك من خلال رصد نقاط الاتساق و الانفصال بين ما تعرضه الجريدة حول الموضوع و ما يهم جمهورها و يتبناه .

الكلمات المفتاحية: الرأي العام ، الصحافة المكتوبة ، صناعة الرأي العام ، التقشف .

Abstract:

The media , modern means and its varied programs, are working to bring about a deliberate change in the target audience, which has made the media a key variable within the communication process, to attract it to its contents and to modify its opinion on certain issues. This is what the theory of the agenda has reached as one of the theories of communicative influence that examined the nature of the relationship that links the public to its media, considering the written press as the most powerful media in the exercise of this influential role. In this regard, we seek to know whether the private press in Algeria has played the same role by addressing the issue of austerity as a more specialized sub-issue for the Algerian citizen. This is what we will try to highlight in accordance with the theoretical approach to the agenda setting.

Keywords : public opinion, written press, public opinion industry, austerity.

الاشكالية:

تعتبر الصحافة المكتوبة أحد الفضاءات الإعلامية التي تنشط في السياق الجزائري الذي يتميز بخصوصيات تختلف اختلافا جذريا عن السياق الغربي الذي شهد ميلاد أولى الصحف . حيث لعبت دورا محوريا في محاولة تشكيل فضاء عمومي يحمل تلك

الخصوصية، غير أن تغير ملامح الساحة الإعلامية في الجزائر بانفتاح قطاع السمع البصري على عدة قنوات فضائية متخصصة بالإضافة إلى ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد الأمر الذي طرح أمام الصحافة المكتوبة رهان المحافظة على مكانتها لدى جمهورها، ومن أجل قياس التأثير الذي تلعبه الصحافة المكتوبة داخل بنية المجتمع الجزائري من خلال معالجتها لقضية التقشف كقضية أكثر تخصص ومن هنا نطرح الإشكالية التالية:

ما هو تأثير أجندة جريدة الخبر في صناعة رأي عام حول قضية التقشف؟

اهتمت نظرية ترتيب الأولويات بدور الإعلام في تكوين الرأي العام و تحولت بهذا الموضوع من الأطر النظرية العامة إلى مجال الدراسات والبحوث كما اجتمعت هذه النظرية في الإجابة على الكثير من الأسئلة والإشكاليات المرتبطة بهذا الدور مثل هل الصحافة من وسائل الإعلام التي تعكس النقاش الدائر في المجتمع وبالتالي الرأي العام أنها تخلق هذا النقاش وبالتالي الرأي العام، من هنا جاء اختيارنا لهذه المقاربة كون دراستنا تستهدف اختبار طبيعة العلاقة القائمة بين الصحافة المكتوبة الجزائرية و جمهورها وقدرتها (الصحافة) على صناعة رأي عام حول قضية اجتماعية ملموسة التقشف. يقوم المفهوم الأساسي لنظرية ترتيب الأولويات (agenda setting) على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام قد لا تنجح في كل الحالات في تعريف الناس كيف يفكرون ولكنها تنجح في تعريفهم فيما يفكرون وهذا يدل على أن هناك علاقة قوية وترابط تام بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة و بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور.

أ. وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:

يضطلع الاتصال الجماهيري باعتباره فرع من العملية الاجتماعية المحورية بعدة وظائف، يؤديها إلى النسق الاجتماعي وإلى الأفراد كبنيات من هذا النسق. ومن بين الوظائف التي يرى هارولد لازويل "Harold Laswell" ضرورة وجودها في أي مجتمع.

1. مراقبة البيئة: **Surveillance**: من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها سواء أكان داخل المجتمع أم خارجه، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام، لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات (341)، فالمراسلون الخارجيون لوسائل الإعلام يعملون لمراقبة البيئة الخارجية من خلال تقاريرهم المستمرة، والتي تحيط المجتمع علما بكل أنشطة (342) البيئة الخارجية، أما البيئة الداخلية فيتولى قادة الرأي مراقبتها.

2. الترابط: **corrélacion**: الوظيفة الثانية للاتصال الجماهيري عند لازويل، هي "تحقيق الترابط بين استجابة المجتمع ككل تجاه البيئة، ما يعني إيجاد الرأي العام، فالاتصال هو الذي يؤدي إلى وجود الرأي العام، وبدون الرأي العام لا تستطيع الحكومة أداء مهامها في المجتمعات الديمقراطية" (343) فلا بد أن يوجد نوع من الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية، ففي المجتمع الديمقراطي يتم توحيد الرأي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع (344).

3. نقل الميراث الاجتماعي: نقل الميراث الاجتماعي من جيل إلى آخر مهمة تولها المدرسون والآباء والأمهات، إلا أن وسائل الإعلام في هذا العصر تؤدي الكثير من هذه المهمة، فالصحافة والراديو والتلفزيون والسينما وسائر أشغال الاتصال الجماهيري توفر الأطر المرجعية، العامة اللازمة لأي مجتمع (345) وتعمل على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية.

341. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سابق، ص 71.

342. حمدي حسن، **الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دط، القاهرة: دار الفكر العربي، 1991، ص 11.

343. حمدي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 11.

344. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، مرجع سابق، ص 71.

345. حمدي حسن، مرجع سابق، ص 11.

ويرى لازويل أيضا ، أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام " (346) ، إذ يتولى الاتصال الشخصي تفعيل الوجود الاجتماعي في هذا النوع من البيئات ، لكن الظروف التي خلقت صفة الانعزالية والتناثر للوجود الاجتماعي هو الذي حمل وسائل الإعلام عدة مسؤوليات ، ربما أولاها خلافة أو تقاسم الخلافة مع الأسرة والمدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي . غير أن هذه الوسائل . وسائل الإعلام . قد تكون في لحظة ما أو لظرف ما غير وظيفية وهذا عندما نستخدم لتضليل الناس . بتأديتها لوظيفة الدعاية . مما يصعب من مهمة خلق جو ديمقراطي ، لعدم تطوير الرأي العام أو التلاعب بالمعلومات التي تبث إليه ، هذا بالإضافة إلى التتميط الذي تمارسه وسائل الإعلام الجماهيرية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، بقصد أو بدونه على تجسيده داخل الأنساق الاجتماعية ، مما يعطل مهمة الحراك الاجتماعي الذي يعتبر أهم متغير لديناميكية الجماعة .

تصنيف لازارسفيلد (LAZARSFEILD) وميرتون (MERTON) لوظائف وسائل الإعلام:

حدد الباحثان ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع :

1. تبادل الآراء: إن ظهور وسائل الإعلام خلق إطار جديد و فضاء واسع للتشاور بين شرائح اجتماعية واسعة وهذا ما كانت تقوم به النوادي قبل ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية.

2. تدعيم المعايير: أصبحت وسائل الإعلام حامي للمعايير في المجتمع المعاصر حيث تمارس الرقابة على المؤسسات والشخصيات العمومية وبذلك تجعل النشاط شفاف أمام الرأي العام ، و إي خروج عن المعايير الاجتماعية التي يتم

تداولها من طرف وسائل الإعلام يؤدي إلى توتر ينتهي بالتغيير³⁴⁷

3. الخلل الوظيفي (التخدير): لقد كان هناك اعتقاد بأن ضخ المعلومات بكميات كبيرة يؤدي إلى تعبئة الرأي العام على نحو فعال إلا أن لازارسفيلد و ميرتون أكدا أن تقديم جرعات كبيرة من الإعلام إلى الجمهور يؤدي إلى مواقف سلبية "اللامبالاة" حيث تضعف قدرة الناس على المشاركة أو اتخاذ قرارات ترتبط بمصيرهم³⁴⁸ ، فالجمهور يقضي وقتا كبيرا في تعلم القضايا من وسائل الإعلام حتى لا يصبح لديه وقت كاف لعمل شيء تجاه هذه القضايا.

تصنيف دونيسماكويل لوظائف وسائل الإعلام: يطرح دونيسماكويل خمس وظائف لوسائل الإعلام³⁴⁹:

1. الإعلام :تتمثل هذه الوظيفة في جمع و تخزين و معالجة و نشر الأنباء و البيانات و الصور و الحقائق و الآراء و التعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئة الوطنية و الدولية.

2. تحقيق التماسك الاجتماعي :تعزز وسائل الإعلام الروابط بين أفراد المجتمع عن طريق تقديم تفسيرات و تحاليل تدعم تشكيل رأي عام حول فكرة معينة .

3. التواصل الاجتماعي: تعمل وسائل الإعلام على تعزيز ما يربط أفراد المجتمع بعضهم إلى بعض وكذا التواصل بين الأجيال ، وهي بذلك تسهم في عملية التنشئة الاجتماعية.

³⁴⁶ حسن عماد مكاي ، ليلي حسن السيد ، مرجع سابق ، ص 72 .

³⁴⁷فاطمة الزهراء تنيو ، دور وسائل الإعلام في المجتمع و الاستفادة من النفس الجديد للوظيفية، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية و الإعلامية ، العدد 27، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر و التوزيع ،السداسي الثاني ، 2014، ص 70.

³⁴⁸منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي ، القاهرة: دار النشر للجامعات، ط1، 2007، ص 93.

³⁴⁹فاطمة الزهراء تنيو ، مرجع سابق ، ص 71.

4. الترفية: بدأت وظيفة الترفيه تزداد بروزا أكثر عبر وسائل الإعلام حيث أصبح هناك ميل أكبر لأركان الترفيه بهدف تخفيف التوتر في مجتمع يعاني من ضغط الحياة اليومية و قد أصبح هذا اللون من الإعلام يأخذ حيزا كبيرا من برامج الإذاعة و التلفزيون التي تنتج اليوم في العالم باعتبارها مواد إعلامية ترويجية.

5. التعبئة: وسائل الإعلام من أهم أدوات حشد الرأي العام خلال الأزمات التي يمر بها المجتمع حيث أنها تتحول إلى فضاء للنقاش مما يسمح بصياغة الأفكار و يساعد على اتخاذ أفضل القرارات للخروج من الأزمات.

تصنيف " ليزلي مولر " Leslie Moeller " لوظائف وسائل الإعلام :

يرى بأن وسائل الإعلام تقوم أو يجب أن تقوم بتسع (09) وظائف في المجتمع :

1. وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات ومراقبة البيئة.
2. الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه ، وما يفعلونه .
3. الترفيه ، وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغط والمشكلات .
4. التنشئة الإجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الجماعية .
5. التسويق ، وهدفه ترويج السلع والخدمات .
6. قيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع .
7. خلق المثل الاجتماعية ، وذلك بتقديم النموذج الإيجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون .
8. الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه .
9. التعليم (350).

هذا ويطرح ملفين Melvin Defleur ساندر بول روكيتش Sandra J Ball Rokeach أربع وظائف للإعلام تتمثل في :

- إعادة بناء الواقع الاجتماعي .
- تكوين الاتجاهات لدى الجمهور إذا اعتمد على معلومات وسائل الإعلام .
- ترتيب الأولويات لدى الجمهور " وظيفة وضع الأجندة " .
- توسيع نسق المعتقدات لدى الناس " (351)

والملاحظ عن الوظائف التي قدمها الباحثون للاتصال الجماهيري تشترك في عدة نقاط مع وجود اختلافات فرضتها الزاوية أو التخصص الذي يتبناه كل باحث ، والذي يرتبط بأنسجة المجتمع المختلفة والمتميزة كانت هذه وظائف وسائل الإعلام الجماهيرية في المجتمع بنظرة "ماكروسوسولوجية" ، أي باعتبار وسائل الإعلام تتخلل البيئة الاجتماعية وتعكس في الوقت ذاته محددات البناء الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي.

ب. الراي العام : المفهوم والانواع والخصائص .

عرفت العلوم الإنسانية في تناولها للرأي العام عدة تعاريف له ، وهذا راجع لطبيعته ، التي تحمل خاصية القابلية للجدل ، إضافة إلى تعدد واختلاف تخصصات وخبرات العلماء والباحثين في هذا الحقل ، الذي تحتضنه العلوم الاجتماعية والإنسانية كلها تقريبا باعتباره يرتبط مباشرة مع أصعب متغير وهو الفرد. ولهذه الاعتبارات سنقوم بإيراد بعض أهم التعريفات في الحقل الغربي والعربي

³⁵⁰ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد ، مرجع سابق ، ص 76 – 75 .

³⁵¹ صالح خليل أبو أصبع ، مرجع سابق ص 207 .

تعريف كلوريد ج كنج: "الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات عملية وافية" (352).

تعريف I doob ليونارد دووب: "والرأي العام يعني اتجاهات الناس ومواقفهم إزاء موضوع معين حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة" (353).

تعريف يانج james t. young: "هو الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة زمامها العقل والمنطق، وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة" (354).

مفهوم الرأي العام عند هيرماس:

تناول هير ماس مصطلح الرأي العام في دراسته لفترة القرن 18 أوروبا والتي شهدت بروز نقاش عام في الأماكن العامة لتأييد أو معارضة مواضيع في الشأن العام لاسيما في دول انجلترا وفرنسا و ألمانيا في الصالونات الأدبية والمقاهي تلك الأماكن سماها هيرماس بالفضاء العام للمجتمع والذي كان يتسم بالحرية حيث كانت تقرأ القصص والروايات في البداية ثم الصحف والمجلات وكان من بين أسس هذه المنتديات الانفتاح العام و النقاش العقلائي، تجاهل الوضع الاجتماعي للحاضرين، وذلك بنية خلق جو لحل القضية المطروحة أي بعث الرأي العام ويؤكد بهذا الصدد هابرماس أن الفضاء العام هو مصدر الرأي العام³⁵⁵ يمثل الفضاء العمومي عند هابرماس حلبة النقاش العام التي تدور فيه المساجلات و تتشكل فيها الآراء و المواقف حول القضايا التي تجسد اهتمامات الناس و همومهم³⁵⁶.

ويرى هابرماس أن الرأي العام لم يعد يتشكل من خلال النقاشات العقلانية المفتوحة بل غدا مصلحة لعمليات الاستمالة و التلاعب و السيطرة المفروضة عليه. فالرأي العام دائما في حالة تغير مستمر و هذا يتوقف على السياق الذي يستخدم فيه المصطلح³⁵⁷.

تعريف إسماعيل علي سعد للرأي العام:

"هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن من الشؤون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم، والتي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال، التي قد تؤثر نسبيا أو كلها في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولي" (358)، يركز هذا التعريف على أسلوب تكوين الرأي ومكوناته ويصبغه بصبغة اجتماعية.

خصائص الرأي العام وطبيعته:

يتميز الرأي العام ببعض الخصائص الأساسية التي تحدد طبيعته، يمكن إيرادها فيما يلي:

1. "يتسم الرأي العام. بالثبات والاستقرار النسبي، أي أن الجمهور يظل ساكنا ما لم يطرأ حدث يمس مشاعره أو مصالحه". (359)

³⁵² أحمد بدر: الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر 1998، ص 64.

³⁵³ هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط 1، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسة والنشر والتوزيع، 1998، ص 18.

³⁵⁴ محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، ط 1، الهرم، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص 16.

³⁵⁵ فرحات مهدي، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر، رسالة ماجستير: مدرسة الدكتورالية للعلوم

وهران، 2009-2010، ص 127.

³⁵⁶ خالد مختار، الفضاء العمومي عند هابرماس [www.ahewar.org/debat/show.art.asp aid 418856](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp%20aid%20418856) الساعة 17:00 يوم 2017-12-23

³⁵⁷ حنين عماد، الرأي العام نظرة تاريخية الجزء الأول، www.alwatancentre.net/p=4176، الساعة 13:30 يوم 1017 12-02

³⁵⁸ إسماعيل علي سعد وآخرون، علم اجتماع الاتصال والإعلام، د ط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع 2001-ص 99.

³⁵⁹ فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير، ط 1، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2005، ص 82.

2. " هو تلك الصور والأفكار في رؤوس الناس عن أنفسهم وحاجاتهم وأهدافهم وعلاقاتهم " (360).
3. " يعبر عن حالة فكرية أو وجهة نظر جماعية ظاهرة أو كامنة تمحورت حول حدث معين ، وتكونت بفعل مؤثرات إعلامية متعددة وهذا ما يميزه عن التقاليد التي تكون غالبا سلوكا مفروضا بالضبط الاجتماعي " (361).
4. " هناك نوعين من الرأي العام : الستاتيكي والديناميكي (الثابت والمتحول) ، وهذه الخصائص نسبية أي أن التحول والثبات نسبيا ، لأن الاستثارة الدائمة للرأي العام ترتبط بدوائر اهتمامات الناس في القضية المثارة ، أو أن أحداث مستمرة بدرجة عالية من التوتر تؤمن شحن المشاعر والأفكار بما يضمن استمرارية الاهتمام بالموضوع المثار " (362).
5. " يمكن تحويل الرأي العام الساكن إلى رأي عام ظاهر أو صريح عن طريق الاهتمام الإعلامي بالقضية أو الموضوع وطرحه بدرجة تزيد من اهتمام الأفراد به " (363).
6. " تؤدي الجهود الإعلامية والاتصالية القائمة على أساس الدراسة الفعلية للرأي العام إلى زيادة اهتمام فئات الجماهير المختلفة بالقضايا والموضوعات المثارة ، من خلال النشاط الإعلامي ، وهو ما يساعد على تحقيق الاهتمام المستمر للرأي العام بهذه القضايا وتكوين وبلورة رأي عام مستنير نحوها " (364) وتلعب وسائل الاتصال دورا مركزيا في تطوير مراحل الصراع عند مناقشة الجمهور للقضايا التي تدخل في اهتماماته ، وهذا بنشر المعلومات التي تساهم في حل المشكلات الاجتماعية ، فالصحافة مثلا يمكنها أن ترفع من مستوى التفاهم العام داخل المجتمع من خلال التكرار. أي تكرار القضايا والمعلومات التي تسعى لجعلها محل اهتمام لتكون رأي عام بشأنها .
- تأثير الإعلام على الرأي العام.
- يؤثر الإعلام في الرأي العام أثناء عملية تكوينه أثناء عملية توظيفه ففي الأولى يركز الإعلام اهتمام الناس بالمسائل الملحة للحياة الاجتماعية مفسرا معناها و في الثانية يضع أمامه مهمة رفع فاعلية الرأي العام ليست وسائل الإعلام مجرد أداة للتسلية والترويح عن النفس كما يظن البعض أو مصدر من مصادر الأخبار والمعلومات فحسب ، ولكنها وفي خضم الثورة التكنولوجية والطرق السريعة للمعلومات ، وشبكة الانترنت وغيرها أداة فاعلة في صناعة الرأي العام ، الذي لم يعد مستقبلا للمعلومة أو الخبر فقط ، بل أصبح يتفاعل ويتأثر عقليا وفكريا وسلوكيا بما تبثه وسائل الإعلام.
- هناك عدة طرق تستخدم بها وسائل الإعلام في الحياة السياسية كما يقول ريتشارد فاجن richard fagen : " قد تستخدم كمؤشر لبيان من هو مهم وما هو مهم ، وما الذي يستحق أن يكون خبرا أو له صلة سياسية " .
- وتستخدم كأداة لتحريك الرأي العام .
- توظف كمصدر معلومات لأولئك الذين لديهم خطط أو مشكلات أو طموحات " (365)
- تتسق وسائل الإعلام في كل مجتمع مع الإيديولوجية السائدة فيه ، والتي تعني حسب رأي والترز walterz " نظام عقيدة يشرح ويصوغ نظاما سياسيا مفضلا لمجتمع ما سواء أكان قائما أو مقترحا ، ويوفر هذا النظام إستراتيجية " عمليات " وترتيبات مؤسسية (برامج) لتحقيقها " (366) واعتبارا لهذا فهي مستعدة لإعداد الجمهور لاعتناق الرأي الذي ينسجم مع إيديولوجياتها استنادا على

360. مليوني سفاري ، وآخرون ، مرجع سابق ، ص 115 .

361. هاني الرضا ، رامز عمار ، مرجع سابق ، ص 26 .

362. المرجع نفسه ، ص 26 .

363. محمد منير حجاب ، أساسيات الرأي العام ، مرجع سابق ، ص 62 .

364. المرجع نفسه ، ص 62 .

365. صالح خليل أبو أصيب ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، مرجع سابق ، ص 301 .

366. المرجع نفسه ، ص 301-302 .

جدولة أعمالها ، وهذا بالقيام بترتيب مجموعة قضايا تخدم الإيديولوجية التي تروج لها وتشرع في بثها باعتماد أسلوب التكرار والتأطير اللغوي ، العناوين المؤثرة والمخصصة للخبر ، الاعتماد على أخبار الشريط (bandes) بالإضافة إلى التحكم في فترات البث في التلفزيون خاصة أو النشر في الصحافة المكتوبة .

وفي هذا الإطار ، فقد درس برنارد بيرلسون (bernardberelson) تأثيرات وسائل الإعلام على الرأي العام في مقالة له بعنوان " الاتصال والرأي العام " حيث اقترح المعادلة التالية:

" بعض أنواع الاتصال تجذب انتباه بعض الناس ، لبعض أنواع القضايا تحت بعض أنواع من الظروف ، ويكون لها بعض الأنواع من التأثيرات " (367)

تتضمن هذه المعادلة المتغيرات الرئيسية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في تمرير رسائلها بشكل يضمن لها تحقيق التأثير ، ومن ثم الوصول إلى هدفها المرسوم بجعل الجمهور يكون رأي عام مفروض عليه . إن صح التعبير . وإن كان يرى غير ما ترى الرسائل الإعلامية

1. أنواع الاتصال :

" كلما زادت الطبيعة الشخصية لوسائل الاتصال تزداد فعاليتها في تحويل الآراء ، فعظم حجم الشخصية " personnalisme " في العمل الاتصالي من المفترض أن يحقق فعالية أكثر ، ولأن الأفراد يتم تشكيل آرائهم في سياق روابط اجتماعية رسمية وغير رسمية ، حتى تندمج مع آراء بعضهم البعض ، وتندمج في تنظيم معين " (368) . من هذا المنطلق فتأثير الراديو على الفرد أكثر من تأثير الجريدة ، وتأثير التلفزيون المتخصص في الأخبار مثلاً أكثر من التلفزيون ذي البرامج المتنوعة ، فتخصص الوسيلة في مضمون معين يمكنها من امتلاك قدرة كبيرة على كسب ثقة المتلقي ، الذي يسهل آراءه وحمله على اعتناق ما تبثه رسائلها ، الوسيلة الإعلامية .

2. أنواع القضايا :

يرى بيرلسون بأن فعالية الاتصالات في التأثير على الرأي العام تختلف باختلاف القضايا والموضوعات ، ويكون مضمون الاتصال أكثر تأثيراً على الرأي العام إذا كانت القضايا جديدة وغير معادة ، ويكون تأثير الاتصال على الآراء حول الشخصيات أكثر فاعلية من تأثيرها على الآراء حول القضايا .

3. أنواع الناس (369):

يختلف تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام باختلاف نوعيات الناس ، إذ أن التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الرأي العام يمكن ممارسته على جزء فقط من الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام المختلفة ، وإنه كلما كان اقتناع الناس بقضية ما قوي ، فإنه يصعب على الرسائل الإعلامية تغييرها أو تعديلها ، والعكس عندما تقل خبرة الأفراد حول قضايا أخرى ، وهنا يلعب متغير الثقافة ، المستوى الاقتصادي والاجتماعي وشخصية الفرد والتنشئة الاجتماعية دوراً كبيراً في تغيير آراء الناس أو الأفراد .

4. أنواع الظروف المحيطة بالاتصال :

" إن فعالية الاتصال في التأثير على الرأي العام تتنوع باختلاف طبيعة الظروف المحيطة به ، فتأثير الاتصال على تغير الرأي في ظرف يكون فيه احتكار الاتصال أقوى منه في ظرف يكون فيه تنافس الاتصال (370) ، معنى هذا أن المناخ الإعلامي السائد في كل نسق اجتماعي يؤثر تأثيراً كبيراً على : أولاً ظهور رأي عام وثانياً على تشكيله وصناعته

367. المرجع نفسه ، ص 303 .

368. المرجع نفسه ، ص 304 .

369. المرجع نفسه ، ص 305 .

370. المرجع نفسه ، ص 305 .

ويضيف بيرلسون مؤشرا آخر: هو الانتقائية في التعرض للمضامين الإعلامية التي تؤثر على تأثير الرسائل في الأفراد ومن ثم في تشكيل وصياغة رأي عام.

6. أنواع التأثيرات (371):

تملك وسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على إنتاج اهتمام بالشؤون العامة التي تهتم الجمهور، وذلك عن طريق استدعاء انتباه الناس بها باستمرار، فكلما زاد تركيز وسائل الإعلام على القضية السياسية كلما قل عدم اتخاذ الجمهور قرارا بشأنها.

الصناعة الإعلامية الرأي العام:

الدور الرئيسي لوسيلة الاتصال هو أن تنهي اتفاقا جماعيا في الرأي بالمجتمع فمن خلال التعرض للمعلومات نفسها والتأويلات نفسها للأحداث، فإن الناس يتعلمون أن يفكروا في الاتجاه نفسه، وليس بالضرورة أن يصلوا إلى النتائج نفسها على الرغم من أن ذلك وارد، ولكنهم يركزون على عناصر المشكلة نفسها التي تطرحها وسائل الاتصال. (372)

ويتم مثل هذا التوجه والتحكم بالمادة الاتصالية من خلال ما يمكن تسميته "صناعة الرأي العام" أو تشكيل اتجاهات الجماهير أو صناعة الفكر والإقناع، خاصة بعد أن تطورت صناعة الرأي العام وتقدمت في إطار النظام السياسي والاتصالي الغربي، حيث يستخدم الاتصال استخداما علميا قويا يتغلغل في النفوس أو ينتشر بين الكافة على نطاق واسع، ويتزايد تأثيره يوما بعد يوم، حيث أصبح الإعلام ذراعا من أذرع الحكومة أو جزءا من جهازها العصبي على حد قول "كارل دويتش" ونشأ في إطار ذلك نوع من الصراع الثقافي والإعلامي، من أجل السيطرة على القوى التي تشكل المعتقدات وتبني الاتجاهات وتبلور الآراء وسواء كانت فردية أو جماعية، فالاتصال يملك سلطة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية، إنها سلطة التأثير على العقل البشري، فهو في المحصلة النهائية محاولة من المرسل للتأثير على اتجاهات وأفكار المستقبل (373).

التحليل الكيفي لمضمون المقالات محل الدراسة:

سنحاول تفسير ما جاء في التحليل الكمي للمقالات المدروسة وترتيبها حسب المساحة التي احتلتها بحيث يتم تحليل كل مقالة على حد. احتلت قضية التقشف الإجراء الذي طرحته الحكومة الجزائرية منذ مطلع سنة 2015 للحفاظ على التوازنات الداخلية و الخارجية للبلاد جراء انخفاض أسعار البترول و حدوث اختلال في ميزان المدفوعات، وكرسها قانون المالية لسنة 2017 الذي تم مناقشات التصويت عليه مع أواخر نوفمبر الفارط، مكانة متوسطة في صحيفة الخبر محل التحليل حيث وصلت مساحتها إلى 21.42% و بمساحة قدرت بـ 4728.35 وتكرار وصل إلى 23 مرة خلال فترة دراستنا. وهي مساحة متوسطة بالنظر إلى الأهمية التي يكتسبها موضوع التقشف لدى الجمهور الجزائري، وسنحاول فيما يلي تفسير تكرار و مساحة كل مقال من مقالات الدراسة:

● 0.67% هي نسبة المساحة التي احتلتها المقال الأول في الدراسة و المعنون ب التقشف يدفع الحكومة للتخلي عن قاعدة

51/49 جزئيا و بمساحة قدرت بـ 149.04 سم² أي ما يعادل 21.85% من مساحة الصفحة الثانية التي ورد ضمنها المقال

وهي مساحة بارزة على الصفحة الثانية التي تعتبر ثاني أهم صفحة بعد الأولى

وتناولت الجريدة في هذا المقال تداعيات تواصل انهيار أسعار المحروقات و لجوء الحكومة لدراسة إمكانيات التخلي عن قاعدة 51/49 المنظمة للاستثمار الخارجي بالجزائر وفتح مجال تمويل المشاريع الكبرى التي لا يمكن تجميدها كمشروع ميناء الجزائر

³⁷¹ صالح أبو أصيب، مرجع سابق ص 307 .

³⁷² كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، ط 1، بيروت، المكتب الإسلامي، 2004، ص 58 .

³⁷³ المرجع نفسه، ص 58 .

الكبير إلى المستثمر الأجنبي مقابل حصوله على امتياز استغلال تصل إلى 25 سنة و هو الحل البديل أمام الحكومة بدل اللجوء إلى الاستدانة كما ورد في آخر المقال . نلاحظ أن الجريدة حاولت طرح الموضوع بمنظور اقتصادي وبموقف حيادي دون إبراز موقفها

- سياسة التقشف تعاقب مرضى السكري عنوان المقال بمساحة قدرت بـ 291.50 سم² ونسبة 1.32 % من المساحة الكلية للجريدة و بعنوان في الصفحة الأولى و تتم في الصفحة الثانية حيث تعرضت فيه الجريدة إلى انعكاسات سياسة التقشف على الجانب الصحي للمواطن وتعليمية صندوق الضمان الاجتماعي الموجهة إلى الصيادلة التي تلزمهم فيها بضرورة تقليص علب الأشرطة المخصصة لقياس معدل السكر في الدم الممنوحة لمرضى السكري وغيرها من الإجراءات التي تمس شريحة مرضى السكري ، وتعتبر الجريدة من خلال كاتب المقال أن الأدوية من أهم المجموعات التي طالتها سياسة التقشف.

- وفي الموضوع ذاته جاء المقال في الصفحة السابعة تحت عنوان الحكومة تمنع استيراد 350 دواء بسبب التقشف بمساحة ضعيفة و وصلت إلى 0.37 % من المساحة الكلية للجريدة أي 81.94 سم² تضمن المقال القرار الوزاري القاضي بمنع استيراد الأدوية الواسعة الاستهلاك و التي يتم تصنيعها محليا وهو ما اعتبرته الجريدة إجبار للمواطنين على استهلاك الدواء الجينيس رغم صورته المتزعزعة لدى المواطن الجزائري.

- وصحيا دائما صدر مقال تجميد 05 مشاريع مستشفيات كبرى بمساحة وصلت إلى 377.16 سم² و بنسبة 1.78 % من المساحة الكلية للجريدة و هي مساحة معتبرة خاصة وأن هذا المقال تصدر أخبار الجريدة بعنوان "مانشيت و صورة إبراز"، وتضمن هذا المقال إجراء وزارة الصحة بتجميد انجاز مشاريع 05 مستشفيات في كل من ورقلة، تلمسان ، قسنطينة، تيزي وزو و العاصمة وهذا بعد عدم اقتناع الوزارة بالعروض المقدمة من طرف المؤسسات الأجنبية المنجزة ، و أشار المقال في الأخير إلى قرار وزارة الصحة بمنع استيراد الأدوية التي يتم تصنيعها محليا.

من خلال هذه المقالات التي دار مضمونها حول تأثير إجراء التقشف على القطاع الصحي و الذي يعتبر من القطاعات الإستراتيجية لارتباطه بالمواطن بشكل مباشر ، نلاحظ أن الجريدة و رغم تخصيصها لمساحة متوسطة للموضوع إلى أنها جعلته متصدر للأخبار وأوردته ضمن الصفحات المهمة بتكرار 03 مرات و مساحة إجمالية وصلت إلى 750.60 سم² ووقفت موقف معارض من تطبيق سياسة التقشف على الأدوية و تقليص فاتورات استيرادها بقرارات إدارية ملزمة .

- مخاوف من تحول العراك البرلماني إلى غضب شعبي هذا ما افتتحت به جريدة الخبر الاخبار بظهوره في الصفحة الأولى وتتم في الصفحة الثالثة ضمن أخبار الوطن ومساحة قدرت بـ 393.75 سم² ما يعادل نسبة 1.78 % من المساحة الإجمالية للجريدة حيث أعطت الجريدة أهمية للفوضى التي عمت قبة البرلمان بين معارضين للتصويت عن قانون المالية 2016 و المواليين له وطرح كاتب المقال مخاوف من تحول هذه الفوضى إلى الشارع الذي اعتادت الحكومة وقت البحبوبة على إسكاته بالفوائض البترولية.

- واصلت جريدة الخبر حديثها عن قانون المالية الذي وصفته بـ " قانون المالية ظالم للشعب" حيث ظهر هذا المقال في الصفحة الثانية التي تعتبر من أهم الصفحات من حيث المقروئية بمساحة 186.96 سم² ونسبة 0.84 % من المساحة الإجمالية للجريدة و استعرض المقال موقف المعارضة التي تستنكر تمرير القانون باستعراض العضلات

- وفي المقابل صدر مقال بعنوان قانون المالية لا يتحدث عن التقشف محتلا مساحة قدرها 119.28 سم² نسبة 0.54 % مساحة قليلة مقارنة بأهمية الصفحة التي صدر ضمنها المقال، الذي أورد رئيس المجلس الشعبي الوطني على المعارضة

التي رفضت التصويت على قانون المالية 2016 معتبرا إياه أنه لا يتحدث عن التقشف ، وهنا نلمس الاعتدال الذي تنتهجه جريدة الخبر في طرح مواضيعها و التي تعطيها مصداقية كبيرة لما تكتبه و تعكس تجربتها الكبيرة في الإعلام باعتبارها وليدة التعددية الإعلامية .

• 286.25 سم² هي المساحة التي شغلها المقال "توقعات قانون المالية في مهب الريح" ونسبة 1.29% من إجمالي مساحة الجريدة ، تحدث هو الآخر عن قانون المالية لسنة 2016 الذي جسد التقشف وارتكز كاتب المقال على رأي الخبير فارس مسدور الذي توقع زيادة عجز الميزانية مقارنة بالتوقعات التي بنت عليها الحكومة قانون المالية 2016 ، مشيرا إلى ضرورة إعطاء أهمية لقطاع الفلاحة كمورد بديل و دائم.

• انخفض اهتمام الجريدة بقانون المالية و الذي تحدثت عنه من الجانب الديني تحت عنوان " الخوف المتأرجح بين قانون المالية والثقة بالله " الذي ورد في الصفحة 21

بمساحة 176.48 سم² و 0.79 % من المساحة الإجمالية للجريدة ، وقد جاء هذا المقال لتهدئة التوتر الذي طرحه الوضع الاقتصادي الحرج للبلاد و تعاطف الضجة الإعلامية حول قانون المالية وإجراءات التقشف حاولت الجريدة التخفيف من التهويل بطرح بديل الثقة بالله لتخفيف التوتر لدى جمهورها ، حيث أن جريدة الخبر تبتعد في طرحها الإعلامي عن التهويل و السيل الإعلامي الذي يخلق فوضى في تفكير القارئ.

• رغم أن الحكومة الجزائرية طرحت موضوع التقشف منذ مطلع سنة 2015 وبدأ الحديث عنه إعلاميا منذ هذا التاريخ خاصة في الجريدة محل التحليل إلا أنها كثفت تغطيتها للموضوع مع بداية مناقشات قانون المالية إلى تاريخ التصويت عليه ، معتبرة إياه الإطار القانوني الذي أجبر المواطن الجزائري على الالتزام بهذا الإجراء الذي مس جيوب المواطنين في شكل ضرائب.

• سلطت جريدة الخبر الضوء على الانتقادات الموجهة لقانون المالية من طرف ممثلي المجتمع المدني حيث تحدثت كتبت مقال معنون ب "قانون المالية سيحجوع العمال المهنيين" والذي خصصت له مساحة 111.6 سم² أي 0.50% عن بيان النقابة الوطنية للأسلاك المشتركة و العمال المهنيين لقطاع التربية الموجه إلى الوزير الأول المتضمن انتقادهم للقانون معتبرينه متجاهلا البعد الاجتماعي ، وأشار المقال في الأخير إلى دعوة النقابة للعمال إلى التجنيد لتسوية وضعيتهم. كما أشارت الجريدة في الصفحة 23 من عدد 26 ديسمبر 2015 إلى تخوف عمال الضرائب من إجراء التقشف الذي سيحرمهم من المنح التي يستفيدون المرتبطة بطبيعة عملهم وقد شغل هذا المقال مساحة ضعيفة مثلت 0.28 من مساحة الجريدة الإجمالية.

ربطت جريدة الخبر قضية التقشف بقانون المالية في 06 مناسبات (06 مقالات) بشكل صريح ، باعتبار أن قانون المالية جاء مكرسا لقضية التقشف من خلال قرارات و تعليمات إدارية ملزمة للمواطن الجزائري الراض لهذا الموضوع .

• "التقشف ينصف مشاريع ثقافية بـ26 مليار دولار ببومرداس" جاء هذا المقال للتأكيد على عمومية سياسة التقشف على كل المجالات بما في ذلك القطاع الثقافي الذي مسه التقشف بتجميد مشاريع ثقافية ببومرداس ، و كذا الاحتفالات بالاعیاد الوطنية التي أفقدها التقشف بريقها فمرت دون برامج إعلامية و أجواء احتفالات. هذا ما تحدثت عنه مقال "ذكرى 11 ديسمبر و التقشف" الذي ظهر في الصفحة 23 (سوق الكلام) بمساحة قدرت بـ54.65 سم² ونسبة 0.24% من المساحة الكلية للجريدة. وبنفس الظهور جاء آخر مقال ضمن عينة دراستنا والذي تناول إجراءات التقشف التي مست جوائز المهرجان الثقافي الأمازيغي. بتخفيض قيمة جائزة هذا المهرجان أثار استياء منظمي المهرجان

تناولت جريدة الخبر انعكاسات موضوع التقشف على القطاع الثقافي بمساحة ضعيفة وبتكرارات وصلت إلى 03 مقالات .

- "التقشف يمس البكالوريا" العنوان الذي تضمنته الصفحة الأولى والمستحوذ لمساحة قدرت بـ 253.53 سم² أي 1.14% من المساحة الكلية للجريدة وهي مساحة مهمة و معتبرة نظرا لما يمثله امتحان البكالوريا للجزائريين باعتباره امتحانا وطنيا مهما، وتضمن المقال قرار تقليص مدة الامتحان إلى 3 أيام لكل التخصصات في خطوة لترشيد نفقات قطاع التربية و هو الأمر الذي وقفت منه الجريد موقف مؤيد.
- "غير معني بالتقشف" شغل هذا المقال مساحة قدرت بـ 36.5 سم² و 0.25% من المساحة الكلية للجريدة وهي مساحة ضعيفة جدا تناول المفارقات بين الإجراءات الصارمة للحكومة في ترشيد الإنفاق وما قام به والي ولاية البلدية من إعادة تأييث مكتبه بمبالغ مكلفة لخزينة الدولة.
- لم تغفل جريدة الخبر أثر التقشف على قطاع الرياضة فقد ظهر مقال بعنوان التقشف يدفع لتفعيل الاحتراف ضمن أخبار الرياضة في الصفحة 13 بمساحة قدرت بـ 271.95 سم²، وبنسبة 1.23% من المساحة الكلية لجريدة الخبر وهي مساحة مهمة أبدت فيها الجريدة إجراء التقشف القاضي بترشيد الإنفاق على النوادي الرياضية التي لا تحقق نتائج بالإضافة إلى إلزام رؤساء النوادي بضرورة دفع اشتراكات الضمان الاجتماعي للاعبين. وهو الإجراء الذي استحسنته الجريدة ووقفت منه موقف المساند لهذا الإجراء.
- وفي نفس مجال الرياضة تطرقت الجريدة إلى المشاريع الرياضية التي عصفت بها سياسة التقشف و المتمثلة بالثانوية الرياضية بالمسيلة التي جمد مشروعها إلى أجل غير مسمى حيث برز هذا المقال في بمساحة قليلة وصلت إلى 68.14 سم² ما يعادل نسبة 0.30% من المساحة الكلية لجريدة الخبر.
- "البطالون يهددون بالتصعيد" عنوان المقال التاسع ضمن عينة الدراسة بمساحة وصلت إلى 181.37 سم² بنسبة 1.23% من المساحة الكلية للجريدة، من خلال هذا المقال أعطت جريدة الخبر بعدا اجتماعيا أمنيا لانعكاسات التقشف على الجهة الاجتماعية، من خلال نقل تهديدات قيادات اللجنة الوطنية للدفاع عن حقوق البطالين و لجنة الإطارات الجامعية البطالة في الجنوب التي توعدت الحكومة بالرد على قانون المالية المكرس للتقشف في الشارع.
- "2016 الأضعب أمنيا و اجتماعيا على الجزائر" بعنوان مانشيت وتتمة للمقال في الصفحة الثانية بمساحة 533.7 سم² بنسبة 2.41% من المساحة الكلية للجريدة و هي ثاني أكبر مساحة في إطار عينة دراستنا تناولت من خلاله الجريدة التقرير الأمني الذي تداولته قيادات الجيش الوطني الشعبي الذي تحدث عن مستوى التهديد الأمني في سنة 2016 على الصعيد الداخلي جراء تأثير إجراءات التقشف على مزاج الجزائريين وعلى الصعيد الخارجي المتمثل في التهديد الإرهابي. أعطت جريدة الخبر أهمية بالغة لتأثيرات التقشف على الجانب الأمني و الاجتماعي بمساحة كبيرة و بتموقع جد مهم نظرا لأهمية هذا الجانب وحساسيته لدى الجمهور الجزائري الذي يجعله ضمن أولوياته نظرا لما عايشه خلال العشرية السوداء جراء انفلات الأمن.
- "الجزائريون الزوالية مولوا الخزينة بـ 42 ألف مليار" بمساحة قدرت بـ 553.65 سم²، 2.50% من المساحة الإجمالية لجريدة الخبر وهي أعلى مساحة جاء بها مقال يتحدث عن التقشف ضمن عينة دراستنا، والوارد في الصفحة الثانية ضمن أخبار الوطن وهو ما يفسر تركيز الجريدة على الجانب الاجتماعي للجمهور الجزائري وترى أن سياسة التقشف تمس المواطن المواطن "الزوالي" من خلال الضرائب المفروضة على الدخل، فاتورات الكهرباء و الغاز، وغيرها مما يجعل المواطن يواجه الوضع الاقتصادي للبلاد ويمسه بصفة مباشرة، وهو ما عارضته الجريدة واعتبرته حفرا في جيوب المواطنين

خاتمة:

سعت هذه الورقة البحثية إلى تفحص مكانة الصحافة المكتوبة الخاصة في الجزائر الممثلة بجريدة الخبر من صناعة رأي عام لدى جمهورها حول قضية التقشف التي طرحها النظام السياسي كحل ملح للخروج من الأزمة الاقتصادية جراء الانخفاض الكبير لعائدات البترول، بالاعتماد على مقارنة وضع الأجندة انطلاقاً من فرضها الرئيس الذي يتلخص في أن الجمهور لا يتعلم القضايا والموضوعات العامة فقط من وسائل الإعلام، ولكنه يتعلم مقدار الأهمية التي يمنحها لقضية معينة من خلال تركيز وسائل الإعلام عليها، وما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة هو أن جريدة الخبر طرحت موضوع التقشف من زوايا متعددة تمس جميع فئات الجمهور الجزائري وأدركنا وجودها لدى أفراد العينة إلا أن التأثير لم يتعد هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الأهمية من الجريدة إلى الجمهور حيث ظهرت اختلافات في الترتيب بين جدول اهتمامات الجريدة لقضايا التقشف وجدول اهتمامات المبحوثين لنفس القضايا مع وجود تطابق في بعض القضايا كالثقافة والرياضة مثلاً.

قد تنجح الصحافة في تشكيل نوع من الاهتمام حول قضية التقشف باعتبارها قضية اجتماعية ملموسة بالنسبة للجمهور، ومن هنا يمكن القول أن جريدة الخبر تجعل من اهتمامات الجمهور الجزائري متغير في بناء أجندها الإعلامية في محاولة لجذبه (الجمهور)، بعد أن استحوذت عليه وسائل الإعلام ذات التكنولوجيات المتعددة كالانترنت، القنوات التلفزيونية التفاعلية،... رغم ذلك لا يمكن أن نجزم بقدرة جريدة الخبر على صناعة رأي عام ظاهر حول موضوع التقشف والذي استحسنه أفراد العينة كحل اقتصادي، فيما عارضته الجريدة في أكثر من مقال.

هناك ضبابية تطبع علاقة الصحافة المكتوبة بجمهورها والتي تحول دون تبصر علاقة واضحة المعالم في التأثير والتأثر بين الطرفين، تجعل الفضاء العمومي الجزائري غير مكتمل البنيات، أو ربما في بداية التشكل بفضاء إعلامي جديد متمثل في شبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

- (1) أبو أصعب، خليل صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة الطبعة الخامسة، عمان (الأردن)، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، 2006.
- (2) أبو الحسن، منال، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط، 2007.
- (3) أبو شنب، جمال محمد: الاتصال والإعلام والمجتمع، ط2، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- (4) التهامي مختار، عدلي العبد عاطف، الرأي العام، القاهرة، مركز بحوث الرأي العام، دس.
- (5) خليل، الاتصال ووسائله في المجتمع، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1997.
- (6) بدر، أحمد، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر، 1998.
- (7) بسيوني، إبراهيم حمادة، دور وسائل الإعلام في صنع القرارات في الوطن العربي، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.
- (8) بن مرسل، أحمد/مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2010،
- (9) بوعلي، نصير، الإعلام والقيم، دراسات في نظرية عزي عبد الرحمان، عينمليلة، دار الهدى للنشر و التوزيع، 2005.

- (10) تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعين ، الطبعة الأولى، طاكسيج كوم للدراسات و النشر والتوزيع ،الجزائر، 2007.
- (11) حجاب، محمد منير ، أساسيات الرأي العام، الطبعة الأولى، الهرم، دار الفجر للنشر و التوزيع، 1998.
- (12) حمدي ،حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دط، القاهرة، دار الفك العربي، 1991.
- (13) طلعت محمود، منال، مدخل إلى علم الاتصال، دط، المكتب الجامعي للحديث، الإسكندرية(مصر)، 2005.
- (14) عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، د ط، القاهرة، عالم الكتب، 1997.
- (15) عبده، عزيزة، الإعلام السياسي والرأي العام، الطبعة الأولى ، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- (16) عزي ، عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.
- (17) لازار، جوديت، (ترجمة علي وطفة، هيثم سطايجي)، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، د ط، دمشق، دار الينايع، 1994.
- (18) مكاوي حسن عماد، حسن السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002.
- 19) Breton(Philippe), Proulx(Serge), *L'explosion de la communication*, Alger, Casbah édition, 2000
- 20) François Bernard(Huyghe), *Comprendre le pouvoir stratégique des Medias*, Paris, Eyalles édition , 2005
- (21) حجاب منير محمد : الموسوعة الإعلامية ، المجلد الأول، الطبعة الأولى ، الهرم: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003.
- (22) فاطمة الزهراء تنيو، وسائل الإعلام في المجتمع و الاستفادة من النفس الجديد للوظيفية مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية ، العدد 27، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، السداسي 2014، 2.
- (23) ليلي بولكعبيات ، انتقاء الأخبار في وسائل الإعلام : خدمة هادفة للجمهور أم استراتيجية للتلاعب بالعقول؟. (مجلة العلوم الإنسانية عدد 38)، ديسمبر 2012، جامعة قسنطينة