

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة منتوري - قسنطينة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
رقم التسجيل: .....  
الرقم التسلسلي: .....

# الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية

ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا  
دراسة لجريدتي النصر والخبر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:  
د. صالح بن النوار

إعداد الطالبة:  
نزهة حانون

الموسم الجامعي: 2008/2007

الصفحة	فهرس الموضوعات:
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
أ-ب.....	مقدمة.....
102-01.....	الإطار النظري.....
14-01.....	<b>الفصل الأول: إشكالية الدراسة</b> .....
04-01.....	1-1- تحديد الإشكالية.....
05.....	2-1- أسباب اختيار الموضوع.....
06-05.....	3-1- الأهمية والأهداف.....
11-06.....	4-1- تحديد المفاهيم.....
14-11.....	5-1- الدراسات السابقة والمثابهة.....
14.....	6-1- فروض الدراسة.....
57-15.....	<b>الفصل الثاني: الإقناع وأساليبه</b> .....
15.....	تمهيد.....
18-17.....	1-2- عملية الإقناع.....
24-19.....	2-2- عناصر العملية الإقناعية وشروط نجاحها.....
25-24.....	3-2- قواعد أساسية في عملية الإقناع.....
32-26.....	4-2- نظريات الإقناع.....
37-32.....	5-2- استراتيجيات الإقناع.....
43-37.....	6-2- الإستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية.....
53-43.....	7-2- مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبه الإقناعية.....
52-44.....	1-7-2- أساليب العملية الإقناعية العلمية في الرسالة الإعلامية.....
53-52.....	2-7-2- أساليب العملية الإقناعية غير الإعلامية في الرسالة الإعلامية.....
55-54.....	8-2- بعض الأساليب الإقناعية في الإذاعة والتلفزيون.....
56-55.....	9-2- بعض الأساليب الإقناعية في مجال الدعاية.....
57-56.....	10-2- العلاقة بين الإقناع والاتصال.....
102-58.....	<b>الفصل الثالث: الصحافة المكتوبة والإقناع</b> .....
59.....	تمهيد.....
64-60.....	1-3- أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة.....
62-60.....	1-1-3- أهمية الصحافة المكتوبة.....
64-62.....	2-1-3- خصائص الصحافة المكتوبة.....

74-64.....	2-3- وظائف الصحافة المكتوبة.....
70-65.....	1-2-3- الوظائف العامة للصحافة المكتوبة.....
74-70.....	2-2-3- الوظائف السياسية للصحافة المكتوبة.....
76-74.....	3-3- أنواع وتصنيفات الصحافة المكتوبة.....
76-74.....	4-3- الصحافة كسلطة رابعة.....
91-79.....	5-3- تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر.....
94-9.....	6-3- حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر.....
99-94.....	7-3- الصحافة المكتوبة والإقناع.....
102-99.....	8-3- الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.....
135-105.....	<b>الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر.....</b>
104.....	تمهيد.....
110-105.....	1-4- الجزائر ما قبل التعددية الحزبية (من 1962 إلى 1989).....
108-105.....	1-1-4- مرحلة 1979-1962.....
110-108.....	2-1-4- مرحلة 1979-1989.....
112-110.....	2-4- الإفتتاح السياسي سنة 1989 وظهور الأحزاب الوطنية.....
115-112.....	3-4- الإنتخابات التشريعية سنة 1991 وإلغاء المسار الانتخابي.....
119-115.....	4-4- الجزائر ودوامة العنف السياسي.....
135-119.....	5-4- تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر.....
267-139.....	الإطار التطبيقي.....
246-136.....	<b>الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة ونتائجها.....</b>
137.....	تمهيد.....
142-138.....	1-5- عينة الدراسة.....
143-142.....	2-5- منهج الدراسة.....
153-143.....	3-5- أدوات جمع البيانات.....
146-154.....	4-5- عرض وتحليل البيانات.....
256-247.....	5-5- نتائج الدراسة.....
.....	خاتمة.....
.....	المراجع.....
.....	الملاحق.....
.....	استمارة تحليل المضمون.....
.....	موثيق وقوانين.....

فهرس الموضوعات -----

.....	ملخص بالعربية
.....	ملخص بالفرنسية
.....	ملخص بالانجليزية

## مقدمة:

من الصعوبة أن يتقدم أو يتطور مجتمع ما لا يملك القناعة الكافية بضرورة الأخذ بوسائل الحضارة المتقدمة من تكنولوجيا وصناعة وتقنية اقتصادية ومهنية.... الخ، وهنا نلمح ضرورة الإقناع وأهميته في شتى أمور الحياة المتعددة.

وتتجلى هذه العملية في مختلف ميادين الحياة، فلكي تبلغ فكرة ما في أي ميدان لا بد من بذل جهد في عملية الإقناع بها، لكي يتم تنفيذها على أحسن وجه، فالناس يعتمدون على بعضهم ويتصرفون بالكيفية التي تحقق التوافق بينهم، فكل منه عليه أن يحدد الأساليب التي تجعل سلوكه المحقق لأهدافه مقبولا من الآخرين، ذلك لأن أنماط الحياة تؤكد أن الناس كائنات اجتماعية، فهم في حاجة إلى أن يكونوا في صحبة الآخرين ومقبولين منهم، فيأتي الإقناع كأسلوب يحاول به الناس أن يغيروا به سلوك الآخرين.

وأهمية الإقناع لا تقف عند هذا الحد، بل إن الأمر يتعدى ذلك إلى مجال التعليم والتربية، فالتعليم بعضه يقوم على التجارب والأرقام والأفكار والملاحظة، ولكل منهما نتائج يجب أن تكون صحيحة وإلا أصبحت الرسالة التعليمية المقدمة غير مقنعة.

كذلك تبرز أهمية الإقناع في مجال الدعاية والإعلام، فالدعاية التجارية والسياسية مثلا لا يمكن أن تؤدي هدفها المرسوم إذا خلت من أساليب إقناعية، وكذلك الإعلام لا يمكن أن يصل إلى غرضه المحدد ما لم يستخدم فيه الأساليب الإقناعية بصورة بارزة تساعد على تحقيق الغرض المتوخى، واستمالة الرأي العام نحو فكرة أو هدف معين هو هدف كل قائم بعملية الإقناع، ومن أجل ذلك ينصب اهتمام القائمين بالإقناع على أفضل السبل وأقلها كلفة ووقتا وجهدا في تغيير اتجاهات الرأي العام، أو بناء اتجاهات جديدة، أو لفت انتباه الجمهور نحو قضية معينة، وعلى هذا الأساس تراكمت البحوث العلمية في هذا الميدان، لاسيما بعد أن أصبح الإعلام من أخطر القضايا المعاصرة بعد الذي توصلت إليه الدول الكبرى من التحكم في وسائله واحتوائها، ووقعت المجتمعات التي لا تمتلك هذه الوسائل أسيرة الدول المالكة لها، وأصبح العالم اليوم وخصوصا الإسلامي والعربي يواجه تدفقا هائلا في المعلومات، وثورة في الأفكار المختلفة، وذلك عبر وسائل الاتصال المتنوعة والمتطورة.

وفي ظل المنافسة الكبيرة بين مختلف الفضائيات والإذاعات والكم الهائل من الجرائد والمجلات تبرز العديد من الطرق والأساليب التي تحاول جلب أكبر عدد ممكن من المتلقين وإقناعهم.

وانطلاقا من أهمية الوسائل الإعلامية لاسيما الصحافة المكتوبة التي سجلت ولا زالت تسجل فاعليتها في المجتمعات ودور الإقناع وأهميته، ارتأيت من خلال هذه الدراسة أن أسلط

الضوء على الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، لأكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة للإقناع بالأفكار الواردة في ميثاق السلم والمصالحة الوطنية من خلال تحليل بعض مضامين هذا الموضوع، والذي احتوى على جانبين، نظري وميداني. أما الجانب النظري فقد ضم أربعة فصول، في حين خصصت فصلا واحدا للجانب الميداني.

**الفصل الأول،** وقد عنوانته بإشكالية الدراسة حيث احتوى على: تحديد الإشكالية، ثم الأسباب التي دفعتني لاختيار الموضوع ثم الأهمية والأهداف المرجوة من الدراسة بغرض وضع القارئ في الصورة الواقعية، ثم تحديد المفاهيم، وبعدها تعرضت لبعض الدراسات السابقة أو المشابهة، ثم تليها فروض الدراسة.

**الفصل الثاني،** الإقناع وأساليبه: وتناولت فيه عملية الإقناع، عناصر العملية الإقناعية وشروط نجاحها، قواعد أساسية في عملية الإقناع، أهم نظريات الإقناع، استراتيجياته، الإستثمارات المستخدمة في الرسالة الإعلامية، مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبها الإقناعية، بعض الأساليب الإقناعية في كل من الإذاعة، التلفزيون وكذا في مجال الدعاية، وفي الأخير تطرقت للعلاقة الموجودة بين الاتصال والإقناع.

**الفصل الثالث،** الصحافة المكتوبة والإقناع: يتضمن أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة، وظائفها، أنواعها وتصنيفاتها، الصحافة كسلطة رابعة، تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر، حرية الصحافة في الجزائر، الصحافة المكتوبة والإقناع والأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.

**الفصل الرابع،** المصالحة الوطنية في الجزائر، وقد ضم: الجزائر ما قبل التعددية الحزبية (من 1962 إلى 1989)، الانفتاح السياسي سنة 1989 وظهور الأحزاب الوطنية، الانتخابات التشريعية سنة 1991 وإلغاء المسار الانتخابي، الجزائر ودوامة العنف السياسي، تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر.

**الفصل الخامس،** الإطار المنهجي للبحث والدراسة الميدانية: وقد تضمن الإطار المنهجي للدراسة وفيه؛ عينة الدراسة نوعها، حجمها، والمنهج المستخدم (منهج تحليل المضمون)، إضافة إلى الأدوات التي اعتمدها في جمع البيانات (استمارة تحليل المضمون)، لأصل في النهاية إلى عرض وتحليل البيانات والنتائج الخاصة بالدراسة، لتختم بخاتمة عامة.

وأخيرا المراجع والملاحق: والتي تضم: استمارة تحليل المضمون، قوانين ومواثيق، نماذج من بعض مضامين المصالحة الوطنية الخاضعة للتحليل، ملخص بالعربية، ملخص بالفرنسية، ملخص بالانجليزية.

## الأساليب الإقناعية في الصحافة الجزائرية المكتوبة

### ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجاً

دراسة مقارنة بين جريدتي النصر والخبر

#### مقدمة

#### الفصل الأول: إشكالية الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- الأهمية و الأهداف

1-4- تحديد المفاهيم

1-5- الدراسات السابقة أو المتشابهة

1-6- فروض الدراسة

#### الفصل الثاني: الإقناع وأساليبه

2-1- عملية الإقناع

2-2- عناصر العملية الإقناعية وشروط نجاحها

2-3- قواعد أساسية في عملية الإقناع

2-4- أهم نظريات الإقناع

2-5- استراتيجيات الإقناع

2-6- الإستمالات المستخدمة في الرسالة الإعلامية

2-7- مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبها الإقناعية:

2-7-1- أساليب العملية الإقناعية العلمية في الرسالة الإعلامية

2-7-2 - أساليب العملية الإقناعية غير العلمية في الرسالة الإعلامية

8-2 - بعض الأساليب الإقناعية في الإذاعة والتلفزيون

9-2 - بعض الأساليب الإقناعية في مجال الدعاية.

10-2 - العلاقة بين الإقناع والاتصال

### الفصل الثالث: الصحافة المكتوبة والإقناع

1-3 - أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة

1-1-3 - أهمية الصحافة المكتوبة.

2-1-3 - خصائص الصحافة المكتوبة.

2-3 - وظائف الصحافة المكتوبة

1-2-3 - الوظائف العامة للصحافة المكتوبة.

2-2-3 - الوظائف السياسية للصحافة المكتوبة

3-3 - أنواع وتصنيفات الصحافة المكتوبة.

4-3 - الصحافة كسلطة رابعة.

5-3 - تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر.

6-3 - حرية الصحافة في الجزائر.

7-3 - الصحافة المكتوبة والإقناع.

8-3 - الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.

### الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

1-4 - الجزائر ما قبل التعددية الحزبية (من 1962 إلى 1989):

1-1-4 - من 1962 إلى 1979.

2-1-4 - من 1979 إلى 1989

2-4 - الانفتاح السياسي سنة 1989 وظهور الأحزاب الوطنية

3-4 - الانتخابات التشريعية سنة 1991 وإلغاء المسار الانتخابي

4-4 - الجزائر ودوامة العنف السياسي.

4-5 - الانتخابات الرئاسية سنة 2004 والمصالحة الوطنية.

4-6 - تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر.

### **الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة**

5-1 - عينة الدراسة

5-2 - منهج الدراسة

5-3 - أدوات جمع البيانات

5-4 - عرض وتحليل البيانات .

5-5 - نتائج الدراسة

**الخاتمة.**



## الفصل الأول: إشكالية الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- الأهمية و الأهداف

1-4- تحديد المفاهيم

1-5- الدراسات السابقة أو المتشابهة

1-6- فروض الدراسة

## 1-1- تحديد الإشكالية:

يعد الاتصال من صور النشاط الإنساني الذي ظهر مع ظهور حاجة الإنسان للآخرين في تلبية حاجاته الأولية ودفع المخاطر وتحقيق الأمن والاستقرار، ومع تطور المجتمعات وتطور الأهداف والحاجات تطور النشاط الاتصالي وتطورت أساليبه ليتفق مع البناء الحضاري والثقافي الذي يميز كل مرحلة عن الأخرى، ولم يعد الاتصال بعد ذلك مجرد نشاط إنساني، ولكنه تطور ليصبح عملية اجتماعية تتسم بالتدفق والاستمرار وتضم أنساقا متعددة من العمليات السلوكية والنفسية ترتبط في جوانب كثيرة منها بتقلبات العصر ومخترعاته، ومن ثمة أصبح الاتصال عبارة عن عملية متكاملة تنطوي على مجموعة متنوعة من الوظائف، والتي أصبحت مرتبطة بتطلعات الأفراد إلى حياة أفضل يسيرها التعاون من الآخرين.

ومن هنا يمكننا التفرقة بين نوعين من الاتصال أولهما؛ اتصال يستهدف الإعلام والشرح والتفسير والتحليل وتقديم المعلومات والمواد المعرفية، وثانيهما؛ اتصال يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال عن قصد رسائله الإعلامية لإحداث تأثير مركز ومحسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة ومستهدفة من الجمهور، الأول عبارة عن نشاط إعلامي، أما الثاني فهو عبارة عن اتصال إقناعي يهدف التأثير والإقناع الذي لا يكتفي بمجرد استقبال الجمهور للرسالة وإنما يستهدف إحداث التأثير و الإقناع والاستمالة، وهنا العملية الاتصالية لا تكون اعتباطية بل الهدف منها هو إقناع الجمهور المستهدف بفكرة معينة وهذا هو الارتباط الحقيقي بين الاتصال والإقناع، أين نجد جل العمليات الاتصالية هادفة إلى إحداث عملية الإقناع وهذا منذ فجر التاريخ بظهور الأساليب الأولى لعمليات التأثير والإقناع والذي كان تحت مسميات مختلفة ك "البلاغة"، "الخطابة" وحتى "الاتصال"، فكلها كلمات مرتبطة زمنيا بحقبات مختلفة تعكس رغبة الإنسان الممتدة عبر التاريخ للتحكم في الإقناع، حيث مارس (الإنسان) هذا الفن في كل المجالات مهما كانت مستوياتها وكلما لزمته الضرورة إليها، بدءا من أبسط الممارسات داخل الأسرة إلى أعلى الاهتمامات الاقتصادية والسياسية والتجارية، وأصبح الإقناع نمطا من الأنماط المتعددة للاتصال الجماهيري حيث يهتم المختصون بتوظيف تقنياته لإثارة اهتمامات الجمهور وجذب انتباهه وأهدافه، كما أصبح (الإقناع) يمثل جزءا مهما من الحياة الإنسانية حيث جبل الإنسان بطبيعته على محاولة التأثير على الآخرين ممن حوله.

ومع تطور الاتصال الجماهيري، أصبح الإقناع عملية مدروسة ذات أسس وقواعد نفسية واجتماعية خاصة فيما يتعلق بالتأثير في الاتجاهات، حيث أجريت غالبية البحوث السيكولوجية الخاصة بتغيير الاتجاهات، ويرجع الفضل إلى إضافة قدر كبير من المعلومات الحديثة إلى البروفيسور "هوفلاند" وزملاؤه وتلاميذه، فساعدت دراساته على بناء نظرية وعلم بلاغة حديث يقوم على أساس

علمي، بحيث تكون الأدلة التي سوف يستخدمها أو التي يستبدها محددة، وكذلك الحجج التي سوف يسهب في وصفها، والتي يجب أن يختصرها، ونوعية الإستمالات التي يستخدمها ومدى قوتها، فتكون كل رسالة هي نتاج العديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومضمونها، والتي لا يملها الهدف الإقناعي للرسالة فقط، ولكن تملها أيضا خصائص الجمهور ومهارات المتحدث، وكذا استخدام الإقناع في وسائل الإعلام من أجل تغيير السلوك وبلورة الرأي العام.

وإذا كان المجال السياسي من أكثر المجالات استخداما للإقناع، فإن الاهتمام بالعلاقة بين وسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور السياسي قد بدأ منذ مطلع القرن العشرين، وبرز عدد من المتخصصين في هذا المجال في مقدمتهم الباحث " غوستاف لوبون" في كتابه الشهير "علم النفس الاجتماعي"؛ شرح من خلاله الفئات المتعددة للجماهير والوسائل الواجب إتباعها لإقناعها، وكذا التأثير في الرأي العام من خلال وسائل الإعلام، ودور تلك الوسائل في خلق الصورة الذهنية لدى الناس عن البيئة المحيطة بهم، إذ لا يقتصر دور وسائل الإعلام في نقل الأخبار والمعلومات، فهي تستعمل كذلك (وسائل الإعلام) في تفسير وإقناع وتشكيل الرأي العام، كما تستخدم لنقل وإيصال صوت الشعب إلى السلطة، ومناقشة القضايا السياسية المهمة من خلال مشاركة الأطراف الثلاثة (السلطة، الشعب، الإعلاميون).

ومن هنا يمكن أن نصفها بأنها (منبر) يستخدمها السياسيون لشرح أفكارهم وآرائهم ومواقفهم لعامة الناس بهدف تحقيق الإقناع لدى الجماهير، وتغيير السلوك السياسي لصالحهم، لاسيما وأن هؤلاء الساسة يحاولون تقديم أفضل ما لديهم من أجل الوصول إلى إقناع الشعب، وأن الإقناع السياسي يشكل الأساس المركزي في الممارسة الحديثة للسلطة إذ الخطابات والندوات والجولات الميدانية والحوارات التي يشارك فيها الزعماء السياسيون لا تهدف فقط إلى إقناع الجمهور بأفكارهم فحسب، وإنما تؤدي إلى بث شعور في نفوس الناس إزاء القائد السياسي، يقوم على مزيج من الإعجاب والرهبة والإقناع والتأييد.

وإذا كانت نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية دلت على أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، وكذلك تشير غالبية الأبحاث أن الإمكانيات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى ووفقا للجمهور الذي توجه إليه، فإننا نجد أنه رغم التقدم الهائل الذي أحرزته وسائل الإعلام السمعية والبصرية من درجة عالية في التحكم في الصوت والصورة، وتطبيق أحدث التقنيات التكنولوجية والرقمية من أجل الاستحواذ على ثقافة العين، وتسهيل اختراق وجدان الجماهير، لا تزال سلطة الإعلام المكتوب تلعب دورا هاما في المجتمع، ولم تتراجع مكانتها منذ القدم، وسجلت عبر حقبات التاريخ دورا فاعلا مساندا

أو معاندا لحكومات الدولة التي تصدر فيها ساعدت على تنوير عقول الجماهير رغم العقبات والعراقيل التي تلقفتها ولازالت تتلقاها، هذه الأهمية عرفت تزايدا مستمرا باتساع وظائفها من التثقيف والتحسين والإرشاد، وتقديم تفسيرات للأحداث، ومقالات ومعلومات متعددة تناسب معظم الأذواق، والتزام الصحيفة بالسياسة التي يرتضيها القارئ بتلبية احتياجاته وهذا يرجع أساسا إلى خصائص الإعلام المكتوب الذي يعطي للقارئ إمكانية التحكم في ظروف التعرض للرسالة الإعلامية وتحليلها، والمضامين والأخبار والموضوعات التي تقدمها يوميا وأسبوعيا، إضافة إلى أنها توجب على القارئ استحضار خياله لاستكمال مقومات الأشكال المختلفة للإدراك وتوزيع الضلال والتفسيرات، وما يزيد من تأكيد هذه الخصائص النتائج التي أظهرتها دراسات وتجارب "بيرلسون" و"لازار سفيلد" و"ايلز"، التي تشير نتائجها أن المطبوعات لها مميزات تجعلها تتفوق على غيرها من الوسائل، ومن منطلق المعلومات المقصودة يكون تأثير الفرد نتيجة تعرضه للصحيفة.

وإذا كان من المهم جدا بالنسبة للصحافة المكتوبة أن تواكب الأحداث وتسلط الأضواء على المواضيع والقضايا المطروحة بكثرة على الساحة المحلية والدولية، وبما أن المجتمع الجزائري يعرف تغييرا على المستوى الديمغرافي، السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي، فقد أدى ذلك إلى ظهور العديد من المشاكل والأحداث من أبرزها الانزلاق الخطير في الحياة السياسية والفشل في التحكم في الوضع الأمني الذي أدى إلى أبعاد مأساوية.

وأمام الفشل في إعادة الأمن وإنهاء المأساة الوطنية، نظمت انتخابات رئاسية مسبقة فاز فيها المرشح الحر عبد العزيز بوتفليقة بأغلبية، وهو ما فتح الباب لعهد جديد والذي جاء ببرنامج جديد تضمن جملة من الأولويات السياسية على رأسها استعادة السلم والأمن المدني، والتي أثمرت بإصدار قانون الوثام المدني الذي عرض على الاستفتاء الشعبي يوم 16 سبتمبر 1999، ثم مشروع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية والذي عرض على الاستفتاء هو الآخر يوم 29 سبتمبر 2005.

وانطلاقا من كل هذا وبالضبط من أهمية الإقناع ودوره في هذا المجال أصل إلى طرح تساؤل رئيسي يكون بمثابة العمل الموجه للخطوات اللاحقة:

- ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مضامينها؟.

اندرج تحته تساؤلين فرعيين:

- ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحريرها لمواضيع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟.

- ما هي الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما للإقناع بالأفكار الواردة بمضمون المصالحة الوطنية؟.

## 1-2- أسباب اختيار الموضوع:

من الصعوبات التي تواجه الباحث عند إجراء دراسة ما اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية، فقد يكون اختيار موضوع لأسباب ذاتية كترغبة الباحث في تجسيد فكرة ما، أو لأسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي، فتلعب دور المحفز للاختيار السليم لموضوع يكون جدير بالدراسة، ومن الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع ما يأتي:

- الرغبة في التوسع أكثر في معرفة الأساليب الإقناعية الذي أصبحت تفرض نفسها في كافة المجالات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية...)، وبوسائل متعددة (وسائل سمعية، سمعية بصرية، مكتوبة)، وأساليب متنوعة (تقديم الرسالة لأدلة وشواهد، الوضوح والضمنية...) من خلال الإحاطة بمختلف أبعاده (رغم قلة المراجع).

- وما دام الموضوع المختار يدور حول مسألة مهمة وحيوية في حياة المجتمع الجزائري والمتمثل في المصالحة الوطنية، أردت التوسع أكثر في هذا المفهوم والتعرف على مختلف الأساليب الإقناعية التي استخدمت في الصحافة المكتوبة الجزائرية لتحرير مضامين ميثاق السلم والمصالحة الوطنية من خلال دراسة نظرية تطبيقية.

- أهمية المصالحة الوطنية كسلوك سياسي انتهجته الجزائر للتوفيق بين مختلف التيارات السياسية المتصارعة.

- قلة الدراسات التي تجمع بين الإقناع في الصحافة المكتوبة كمتغير والمصالحة الوطنية كمتغير آخر (من وجهة نظري).

## 1-3- الأهمية والأهداف:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المعالج والذي هو: "الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية - ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا للدراسة-"؛ خاصة في وقتنا الحاضر الذي أصبح الإقناع يفرض نفسه (كما أشرت في الأسباب) في شتى المجالات وبشتى الأساليب والطرق، والذي يعد من أهم الظواهر التي سلط عليها الضوء في النصف الثاني من القرن العشرين، أين حضى بالدراسة العلمية بعد أن أدرك المتخصصون والمهتمون أهميته، والذي يعتبر من الأهداف الرئيسية لوسائل الإعلام بصفة عامة ومن بينها الصحافة المكتوبة التي تفننت في استخدامه للتأثير على جمهورها.

وإذا كان الهدف الرئيسي والأساسي لأي باحث هو الوصول إلى حقيقة تخص موضوع معين، والإحاطة به لإزالة الغموض؛ فإن من بين الأهداف الأساسية لهذه الدراسة ما يأتي:

1- محاولة التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة من طرف الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مواضيعها، من خلال تحليل بعض المضامين المنشورة في ميثاق السلم والمصالحة الوطنية كما تعرضت إليه بعض هذه الصحف.

2- التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي، والتحكم أكثر في تطبيق تقنية تحليل المضمون.

#### 1-4- المفاهيم الخاصة بالموضوع:

تعتبر المفاهيم المستخدمة في البحوث ذات أهمية كبرى، ذلك أن تحديد مشكلة البحث لا يتوقف عند نقطة صياغة هذه الأخيرة في شكل سؤال، بل القيام أيضا بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات التي تضمنها هذا السؤال.

##### 1-4-1- تعريف الإقناع:

أ- لغة: عند محاولة تحديد مفهوم الإقناع لا بد من إرجاع الكلمة إلى أصولها اللغوية المتمثلة في (ق. ن.ع) فأصله اللغوي مادة قنع، حيث نقول أقنع الرجل يده في القنوت أي رفعهما مسترحما ربه مستقبلا بها وجهه ليدعوا، وفي الحديث تقنع يدك في الدعاء أي ترفعهما.

وإذا رجعنا إلى أصل الكلمة في اللغة العربية نجد بأنها تقابل كلمة persuasion ذات الأصل اللاتيني وتتكون من مقطعين per وتعني عاطفي أو انفعالي، و suadre بمعنى يحث، أي أن تجعل شخصا ما يفعل أو يعتقد في شيء ما من خلال البحث العاطفي أو العقلي. (محمد منير حجاب، 370، 2003،

وجاء في المعجم الوسيط: قنع بمعنى مال فيقال قنعت الإبل والغنم معا، أي مالت لمأواها. وأقبلت نحو صاحبها، وفلان قنوع أي راض القسم والسير فهو قانع وقنيع إلى فلان أي أنصاع له وانقطع إليه (مجموعة من المؤلفين، دون سنة، 763)

وجاء في كتاب مجمل اللغة: قنع الرجل يقنع قنوعا إذا سأل وقنع بكسر النون قناعة إذا رضي:

والإقناع: مد البعير رأسه إلى الماء للشرب والإقناع إمالة الإناء نحو الماء المنحدر (الإقناع؛ الإقبال بالوجه على الشيء ومد اليدين عند السؤال والقناع معروف (أبو الحسن بن فارس بن زكريا، 1986، 735)

وفي القاموس المحيط: القنوع السؤال والتدلل والرضا والقسم، وقنع القناعة الرضا وقنعان رضي يقنع به أو بحكمة أو شهادته وقنعت الإبل مالت للمرتع أو مأواها، وامرأة مقنعة: ما تقنع به المرأة رأسها. (أمجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشرازي، 56)

ب- اصطلاحاً: ككل المصطلحات المهمة التي يكثر الجدل حولها، يعتبر مصطلح "الإقناع" من أبرز المصطلحات التي عرفت اهتماماً ملحوظاً، لاسيما من طرف علماء النفس، علماء الاجتماع والسياسيين، وحتى الأفراد العاديين، كل حسب اختصاصه وتوجهه وهدفه، وللإقناع تعاليف عديدة منها:

" الإقناع هو عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر، وإخضاعه لفكرة ما". (عبد الله محمد الغوشن: 2000، 18)

كما تعرفه **جوديت لازار** على أنه: "الفعل الذي يستند إلى مساعٍ معمولة من أجل تغيير سلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية".

" والإقناع هو أن تجعل شخصا يقوم بعمل ما عن طريق النصح، الحجة والمنطق أو القوة " (إبراهيم أبو عرقوب، 1993، 189)

ويوضح هذا التعريف الهدف من الإقناع الذي هو التأثير على الآخرين، كما يوضح طرق الإقناع التي تتمثل حسبها في النصح، المنطق والقوة.

وجاء في معجم مصطلحات الإعلام أن: "الإقناع هو دفع القارئ أو المستمع أو المشاهد للاستجابة المطلوبة، بأن توفر له أسباب الاقتناع بالمزايا أو الفوائد التي يمكن أن تحققه له السلعة، أو الخدمة المعلن عنها، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إشباع الحاجة أو مجموع الحاجات الفطرية والمكتسبة التي استثارها المعلن في مرحلة خلق الرغبة، ولا يمثل الإقناع الأسلوب العقلي فقط القائم على الحجج السليمة والبراهين المنطقية، بل يمتد ليشمل النواحي الأخرى، مثل الأسلوب العاطفي والإيحاء غير المباشر" (أحمد زكي بدوي: دون سنة، 53)

وفي هذا التعريف ركز على تحقيق الاستجابة بإشباع حاجات الفرد وأساليب الاقتناع.

### ت- التعريف الإجرائي للإقناع:

ومن هنا يمكننا تعريف الإقناع بأنه: العملية التي تقوم بمحاولة جعل شخص يقبل رأياً أو فكرة أو يقوم بعمل معين.... ولكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل

الأخرى، كذلك تختلف الإمكانيات النسبية للوسائل الإعلامية عن مهمة إقناعية إلى أخرى أي حسب الموضوع ووفقا لنوع الجمهور الذي توجه إليه.

#### 1-4-2- تعريف الصحافة المكتوبة:

أ- لغة: جاء في قاموس أكسفورد، الصحافة بمعنى PRESS وهي شيء مرتبط بالطباعة والطبع ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا JOURNAL ويقصد بها الصحيفة، وjournalisme بمعنى المهنة الصحفية، وjournalist بمعنى الصحفي، فكلمة الصحافة تشمل إذن الصحفي والصحيفة في آن واحد. (فاروق أبو زيد، 1998، 37)

وجاء في المعجم اللغوي البستان أن الصحيفة تعني الكتاب والقرطاس المكتوب" (عبد الله البستاني، 1992، 594)

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 صفحتان فسميت صحيفة، وعلمها أو فنها يسمى صحافة، والمزاويل لها يسمى صحافيا، وهي التسمية الأكثر ملائمة لعلم الصحافة، حيث أنها لم تخرج عن نطاق الصفحة والصحيفة" (محمد منير حجاب، 2004، 165)

وجاء في القاموس المحيط للفيروز أبادي: الصحيفة هي الكتاب وجمعها صحائف، وفي المصباح المنير تعني الصحيفة قطعة جلد أو قرطاس كتب فيه (محمد منير حجاب، 2003، 1489)

ب- اصطلاحا: تعرفها الموسوعة العربية العالمية بأنها " إحدى أهم المهن التي تنتقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم والعالم أجمع، كما تساعد الناس في تكوين الآراء حول الشؤون الجارية من خلال الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، ويشار إلى وسائل الإعلام المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية، كما تعرف الصحيفة بأنها: " كل سطح يكتب عليه، وجمعها صحائف وصحف". (الموسوعة العربية العالمية، 1999، 45).

ويعرفها فضيل دليو بأنها: "مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة منها والخاصة". (فضيل دليو، 2002، 56)

ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها: " عملية اجتماعية تساهم في تحقيق عدد من الحاجات الاجتماعية التي يتطلع المجتمع لتحقيقها من خلال عدد من المؤسسات الاجتماعية ومنها المؤسسة الصحفية،

مهما اختلف الهدف من قيامها، مرتبطة بطبيعة اجتماعية في تحقيقها لعدد من الحاجات الفردية التي تجمع لفئة من الفئات، تشكل فيما بعد مجموع القراء، أو الرأي العام، أو جمهور العملية الاتصالية". (محمد عبد الحميد ، 1992، 23)

ويقول محمد منير حجاب بأن الصحافة المكتوبة تعني الصحف " (محمد منير حجاب، 2003، 1491)

### ت- التعريف الإجرائي للصحافة المكتوبة:

هي كل ما يطبع على ورق ويوزع في مواعيد دورية، وينقسم من حيث الهيئة الشكلية وطبيعة المضمون إلى الجرائد والمجلات

### 1-4-3- تعريف المصالحة الوطنية:

أ- لغة: كلمة مصالحة مأخوذة من صلح يصلح صلاحا ومصالحة.

والصلاح ضد الفساد، وأصلح الشيء بعد إفساده: أقامه. وأصلح الدابة: أحسن إليها فصلحت

والصلح: تصالح القوم بينهم. والصلح: السلم

والصلاح بكسر الصاد هي : مصدر المصالحة، والعرب تأنثها، والاسم الصلح ويعني أصلح ما بينهم وصالحهم مصالحة وصلاحا. (ابن منظور، 1988، 463).

والمصالحة لفظ يفيد المشاركة في الصلح والصلاح بكسر الصاد، والصلح في اللغة يدل بصفة عامة على خلاف الفساد. (السعيد السرداني، 2005، 17)

وجاء في معجم مقاييس اللغة: صلح أصل يدل على خلاف الفساد، وله عدة معاني تدخل جميعها تحت هذا المعنى العام منها السلم، الخير والصواب، إزالة المخاصمة والعدوان والشقاق.

ب- اصطلاحا: يعرفها العياشي دعوة: " السلم والمصالحة الوطنية" إيجاد الحلول لكل ما ترفضه أمتنا والاستجابة لكل ما يطمح إليه شعبنا". (محمد لعقاب، 2005، 48)

ويعرفها السعيد السرداني: " هي عبارة عن عقد أو معاهدة بين جميع أطراف الوطن وتركيباته

المدنية والسياسية، يتوصل بها إلى رفع نزاع واقع وتوقي أي نزاع يتوقع، والإخلاص في جلب المصالح له ودفع المفاسد عنه، وذلك بالقيام بالواجبات والحفاظ على حقوق الجميع في ظل وحدة التعدد والتوحد والتمايز والحفاظ على القيم الشخصية" (السعيد السرداني، 2005، 31)

إن المصالحة الوطنية، هي تعبير عن مرحلة ، و ذلك بمعنى أن أطراف النزاع في البلد بدأت تستشعر، بسبب من إكراهات داخلية و أخرى جهوية و دولية و بعد وصول باقي الأساليب السابقة إلى الباب المسدود ، أهمية الاتجاه في تسيير التناقضات بينها نحو أعمال منهجية مسالمة بدل منهجية المواجهة العنيفة؛ و بعبارة أخرى إن المصالحة في هذا السياق هي توافق وطني يستهدف تقريب وجهات النظر المختلفة و ردم الفجوات بين الأطراف المتخاصمة.

و بالإضافة إلى ذلك إن المصالحة الوطنية هي السعي المشترك نحو إلغاء عوائق الماضي و استمراريته السياسية و التشريعية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و تصحيح ما ترتب عنها من غبن و مآسي و أخطاء و انتهاكات و جرائم جسيمة، و القطع نهائيا من قبل الجميع مع الحلول العنيفة في معالجة الملفات و القضايا المختلف حولها، و النظر بتفاؤل إلى المستقبل و ذلك من خلال التأسيس في الحاضر للبنات غير المزيفة أو الكاذبة للديمقراطية و للمشاركة المتساوية بين الأطراف المتخاصمة أو المتحاربة ( المصطفى صوليج، 2005) .

- " و المصالحة الوطنية كمشروع مجتمعي طويل الأمد تعني إنجاز توافق وطني بين مختلف مكونات الإطار الحضاري للمجتمع حول خطة شمولية و متكاملة، محددة، و دقيقة، تسترشد بالمبادئ الأساسية المستخلصة من تجارب فض النزاعات بالطرق الهادئة و تخضع لمضمون القانون الدولي و إجراءاته الملزمة و الأمانة للدولة و حكوماتها المتعاقبة. ( [www.achr.nu](http://www.achr.nu) ) .

#### ت - مفهوم المصالحة الوطنية حسب ميثاق السلم و المصالحة الوطنية:

" إن المصالحة الوطنية غاية ينشدها الشعب الجزائري حقا و صدقا، ذلك أنها مطلب غير قابل للتأجيل نظرا لما تواجهه الجزائر من تحديات التنمية العديدة" ( مشروع الميثاق من أجل السلم و المصالحة الوطنية، ديباجة المشروع، 7)

#### ث - التعريف الإجرائي للمصالحة الوطنية:

هي مطلب سياسي و شعبي جاء كرد فعل على تدهور الوضع الأمني من جهة، و لأجل تطويق الأزمة السياسية و الأمنية التي وصلت إليها البلاد من جهة، و هي فكرة تقوم على رفض لغة السلاح و الأخذ بلغة الحوار .

#### 5-1- الدراسات السابقة و المشابهة:

غالبا ما لا نكون السباقين لأي موضوع نريد دراسته حيث نجد الكثير من الباحثين و المهتمين بمثل هذه الدراسات قد بحثوا فيها، و لما كانت لهذه الدراسات أهمية في توجيه مسيرة البحث العلمي، و تنوير

الباحث، واعترافا منه بمجهودات سابقه في ذلك الميدان، وجدت نفسي مضطرة إلى البحث عن دراسات تكون ذات علاقة بدراستي، فوجدت على سبيل المثال الآتي:

### 1-5-1- الدراسة الأولى: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.

أعدت هذه الدراسة من طرف الطالبة: ذهبية سيدهم، السنة الجامعية 2005/2004 بجامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاجتماع والديمغرافيا، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور: دليو فضيل.

**إشكالية الدراسة:** ركزت هذه الدراسة على كون الاتصال عبارة عن تفاعل إما بسيط وإما معقد يتضمن أهداف، وأن الإقناع سلوك اتصالي يهدف التأثير على المتلقين، مما أدى إلى الاهتمام بالاتصال الإقناعي من خلال بعض البحوث، كبحوث هوفلاند والتوصل إلى وضع نظريات "نظرية التعلم، التلقيح..." ، وبهذا أصبح الإقناع يستخدم استراتيجيات وأساليب لتوجيه الرأي العام وقولبة الأفكار، ومن هنا ركز بعض الباحثين اهتمامهم على كيفية استخدام الإقناع وخاصة في وسائل الإعلام لا سيما منها الصحافة المكتوبة، التي لا تزال تلعب دورا هاما في المجتمع وخاصة في الميدان الصحي بمواكبة الحياة الصحية وتغطية جوانبها المختلفة بشكل يقدم للقارئ المعلومات والحقائق، وأنهت الإشكالية بسؤال رئيسي: ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في الصحافة المكتوبة؟ اندرجت تحتها أسئلة فرعية وهي:

ما هي الكيفية التي تغطي بها جريدة الخبر الأحداث والظواهر الصحية؟

ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة في تحريرها للمواضيع الصحية؟

أهداف الدراسة: تهدف الباحثة من خلال دراستها إلى:

- التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي والتعمق أكثر في تطبيق تقنية تحليل المضمون.
- الكشف عن الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة من خلال تحليل المضمون الصحي لجريدة الخبر.
- الكشف عن مدى دور الجريدة اليومية في التوعية والتثقيف الصحي.
- أسباب الدراسة: لخصت الباحثة أسباب اختيارها لهذه الدراسة في:
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

- الرغبة في التوسع أكثر في مجال الإقناع.

- ندرة الدراسات المعمقة في مجال الإقناع.

- حداثة الموضوع.

**المنهج وأدوات جمع البيانات:** اعتمدت الباحثة منهج الدراسات والوصفية من خلال الوصف الكمي والكيفي للظواهر المختلفة، وهي دراسة وصفية تحاول الكشف عن أساليب الإقناع للصحافة المكتوبة ومن هنا يكون المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو منهج تحليل المحتوى .

كما اعتمدت أسلوب المقابلة واستمارة تحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات.

**أهم نتائج الدراسة:** توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يتفاوت استخدام الأساليب الإقناعية في الوسائل من مادة إلى أخرى بحسب النوع الصحفي، وبحسب طبيعة الموضوع المعالج، كما يتوقف على نوعية التأثير المطلوب إحداثه على جمهور معين وعلى مصدر الرسالة ومعدّها.

- الصحافة المكتوبة تستخدم في تحريرها للمواضيع الصحية كل الأساليب الإقناعية.

### 1-5-2- الدراسة الثانية: أساليب الاتصال الإقناعي عند رسول الله صلى الله عليه وسلم

أعدت هذه الدراسة من طرف الطالب عبد المالك صاولي، السنة الجامعية 2006/2005 بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور: نصير بوعلي.

**إشكالية الدراسة:** ركز الباحث على كون الإعلام من أخطر القضايا الثقافية المعاصرة بعد الذي توصلت إليه الدول الكبرى من التحكم في وسائله ووقوع الدول الأخرى كأسيرة لهذه الدول المالكة لها ووقوع المسلمين كضحايا للعولمة الثقافية والإعلامية، أين أصبحنا نعيش مرحلة ما يسمى بالدولة الإعلامية الواحدة وأصبح الواحد يعيش دولة بلا تراب، مما يستلزم علينا النهوض والارتقاء بأساليب الاتصال الإقناعي للخطاب الإسلامي المعاصر بجعله إعلاماً مؤثراً من منطلقات مخططة، وذلك بإدراك المخاطر المحدقة به ليتمكن من معالجتها ومن تم التعبير عن رسالة الإسلام بثقافته وحضارته متجاوزين للصورة المنفردة التي يظهر عليها المسلمون اليوم، وهنا وصف الخطاب الإسلامي بكونه خطاب سلبي بعيداً عن الواقع أو مهتم بقضايا مسكوت عنها على حد تعبير ( الطالب عبد المالك صاولي) أو مطروح بقضية أحادية ذاتية، ليعود بعد ذلك ليصف محتوى الإعلام الإسلامي في واقعنا

المعيش بكونه عبارة عن آذان في وسيلة إعلامية، أو صفحة دينية أو تراثية معزولة أو أحاديث دينية رتيبة في أجهزة الإعلام ونسي القائم على هذه الوسائل أن الإعلام هو السفير المعبر عن رسالة الإسلام ويجب أن نرتقي به ليستفيد من كل التقنيات الإعلامية الحديثة مع ضبط مضامينها بالقيم الإسلامية.

وأهى إشكاليته بسؤال رئيسي: كيف يمكن أن نعيد للتراث الإسلامي بريقه حتى يكون مؤثرا وقادرا على التغيير؟ اندرج تحته تساؤل آخر هو:

- إلى أي مدى يمكن توظيف سيرة المصطفى صلى الله عليه وسلم كإطار مرجعي في مختلف العمليات الإعلامية والاتصالية.

أسباب الدراسة: لخص الباحث جملة الأسباب التي دفعته للبحث في هذا الموضوع في الآتي:

- الانحسار الرهيب للإعلام الإسلامي في مقابل الهيمنة الشرسة للإعلام الغربي.

- الغياب الفادح للدراسات في الموضوع، سيما من وجهة النظر الإسلامية.

- ضعف القدرة الإقناعية لدى رجل الإقناع المسلم.

- العجز عن تكييف الوقائع والأحداث من وجهة النظر الإسلامية.

أهداف الدراسة: يود من خلال هذه الأسباب تحقيق الأهداف الآتية في إطار الهدف العام الذي هو:

- التأسيس لبناء إعلام إسلامي له تقاليد ثابتة ومتغيرات هادفة نابعة من تراثنا.

- الإعداد لمواجهة العولمة الإعلامية المعاصرة والحد من الهيمنة الثقافية المدمرة للقيم.

- إطلاع رجل الإعلام المسلم أن في تراثنا الإسلامي ما يكفي لتأطير أي عملية إعلامية جادة.

- تكوين رجل الإعلام المسلم تكوينا متميزا معتمدا في ذلك على المرجعية الإسلامية.

- ضرورة طرح البديل الإسلامي في جميع المجالات وفي المجال الإعلامي خصوصا.

وتكمن أهمية الدراسة الأولى بالنسبة للدراسة التي أنوي القيام بها من النتيجة الأخيرة التي توصلت إليها الباحثة، فكانت بمثابة فرضية انطلقت منها في دراستي.

والخلاصة أن الدراسات حول الموضوع رغم قلتها فإنها أعطت لي خلفية نظرية وتطبيقية عن البحث في مجال الإقناع.

**1-6- فروض الدراسة:** سأحاول من خلال دراستي هذه الإجابة على الفروض الآتية:

- 1- استخدمت الصحافة المكتوبة الجزائرية كل الأساليب العلمية للعملية الإقناعية في تحريرها لمواضيع المصالحة الوطنية.
- 2- تستخدم الصحافة المكتوبة الجزائرية إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب غير علمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية.
- 3- تتباين نسب استخدام الأساليب الإقناعية من موضوع إلى آخر في الجريدتين.

## الفصل الثاني: الإقناع وأساليبه

- 1-2- عملية الإقناع
- 2-2- عناصر العملية الإقناعية وشروط نجاحها
- 3-2- قواعد أساسية في عملية الإقناع
- 4-2- أهم نظريات الإقناع
- 5-2- استراتيجيات الإقناع
- 6-2- الإستراتيجيات المستخدمة في الرسالة الإعلامية
- 7-2- مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبها الإقناعية:
  - 1-7-2- أساليب العملية الإقناعية العلمية في الرسالة الإعلامية
  - 2-7-2- أساليب العملية الإقناعية غير العلمية في الرسالة الإعلامية
- 8-2- بعض الأساليب الإقناعية في الإذاعة والتلفزيون
- 9-2- بعض الأساليب الإقناعية في مجال الدعاية.
- 10-2- العلاقة بين الإقناع والاتصال

## تمهيد

لما كان الإنسان كائنًا اجتماعيًا بطبعه، كان يسعى لإيجاد أساليب ليجعل من سلوكه أكثر قبولًا من الآخرين، فيأتي الإقناع كأسلوب يحاول به الناس أن يغيروا من سلوك الآخرين وتصرفاتهم.

وتتجلى هذه العملية في مختلف الميادين، فلكي تبلغ فكرة ما في أي ميدان لا بد من بدل جهد في عملية الإقناع بها، لكي يتم تنفيذها على أحسن وجه، فالإقناع في الميدان التجريبي يكون بالملاحظة ومتابعة النتائج، والنتائج الرياضية تقنع بها بالبرهان، وهكذا مع سائر العلوم، وكذلك الشأن في الميدان الإعلامي، فلا ينجح العمل الإعلامي إلا إذا وظف أساليب إقناعية كفيلة بالاستمالة نحو هدفه.

وفي هذا الفصل سوف أتطرق إلى الإقناع كعملية، عناصر العملية الإقناعية وشروط نجاحها، قواعد أساسية في عملية الإقناع، بالإضافة إلى أهم نظريات الإقناع واستراتيجياته، والإستمالات المستخدمة، وكذا مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبها الإقناعية، حيث قسمت إلى نوعين: أساليب علمية، وأساليب غير علمية، كما سأتطرق إلى بعض الأساليب الإقناعية في الإذاعة والتلفزيون وكذا في مجال الدعاية، لأعرض في النهاية العلاقة بين الإقناع والاتصال.

## 2-1 - عملية الإقناع:

قبل التعرض للإقناع كعملية لا بد أن أشير إلى تعريف الإقناع، حيث يعرفه الدكتور عامر مصباح بأنه: "عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات، إما إحياء أو تصريحا، عبر مراحل معينة، وفي ضل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال" (عامر مصباح، 2005، 17).

وإذا ما دققنا النظر في الإقناع نجد أنه عبارة عن عملية، تنقسمها عدة مراحل حتى تصل إلى النتيجة المرجوة، والتي هي التأثير في سلوك الفرد إما بتغييره أو تعديله، أو بناء رأي أو اتجاه جديدين.

كما نجد "ولبر شيرام"، و"دونالد روبرت" يعرفان الإقناع كعملية بأنه: "عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة تقييم إدراكه لمحيطه أو إعادة النظر في حاجاته وطرق التقائهما، أو علاقاته الاجتماعية، أو معتقداته، أو اتجاهاته". (جيهان أحمد رشتي، 1975، 171).

ومن هنا تعتبر عملية الإقناع بأنها عملية ترمي إلى توضيح وبيان طرق إشباع حاجات الفرد وتحقيق رغباته، ولكن في حقيقة الأمر عملية الإقناع أوسع وأدق في نفس الوقت من ذلك، فعملية الإقناع هي ظاهرة تؤدي عبر مراحل معينة، وحتى تؤدي غرضها وتحقق هدفها يجب أن تحترم هذه المراحل (عامر مصباح، 2005، 20).

ويرى "هربرت ليونبرجير" أن عملية الإقناع تتم عبر المراحل التالية :

( أحمد الخشاب و أحد النكلوي ، 1974 ، 25 )

### 1- مرحلة إدراك الشيء:

وهي المرحلة التي يختبر فيها الفرد أو الجماعة لأول مرة الفكرة أو التصور أو الاتجاه الجديد، وهنا قد يتحفظ الفرد مما قيل له وقد يرفض ذلك مطلقا، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية الاقتناع والتبني. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 1998 ، 258 )

## 2- مرحلة المصلحة والاهتمام:

وفيها يحاول الفرد أو الجماعة تلمس مدى وجود مصلحته في هذا الأمر أو الاتجاه ( عامر مصباح عامر، 2005، 21)، و تتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة.

## 3- مرحلة التقسيم أو الوزن:

وفيها يبذل الفرد الجهد للمقارنة بينما يمكن أن يقدمه هذا الأمر أو الاتجاه الجديد وبين ما تقدمه له ظروفه الحالية فعلا، ينتهي به الأمر إلى أن يخضع الفكرة للتجريب العملي.

## 4- مرحلة المحاولة:

اختبار أو تجريب أو جس نبض الشيء من قبل الفرد أو الجماعة من ناحية، ومحاولة التعرف على كيفية الاستفادة منها من ناحية ثانية، وإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبّقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجودها فإنه يقرر رفضها.

## 5- مرحلة التبنى:

وفيها يصل الفرد أو الجماعة إلى حالة الاقتناع الكامل شفهيًا وعمليًا بالفكرة الجديدة وتصبح جزءًا من الكيان الثقافي والاجتماعي للفرد و الجماعة.

من هنا نخلص أن عملية الإقناع هي عمل متكامل، لا يقف عند حد تقديم وجهات النظر والأفكار والقناعات للطرف الآخر، إنما يتطلب من الطرف الثاني أن يتفهم ويرحب ويميل نحو أفكار الطرف الأول ومن ثم أن يكون مستعد للاستماع أو بالأحرى للإنصات للطرف الأول ( القائم بعملية الإقناع) من أجل فهمها يرغب بتوصيله إليه وبالتالي إذا أراد التعاطي مع الفكرة وتبنيها، فيمكن القول بأن عملية الإقناع تمت بنجاح وحقت هدفها بأن اقتنع الطرف الثاني بفكرة الطرف الأول، وعملية الاقتناع ليست بالأمر السهل، فهي تتطلب إيمان العقل والقلب معا .

في عملية الاقتناع يقوم المصدر بمهمة الإقناع أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الاقتناع، وتحتاج عملية الإقناع إلى أكثر عن مهارة المصدر، ونحتاج - في نفس الوقت- إلى وجود بعض الاستعداد لدى المستقبل أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه.

## 2-2- عناصر العملية الإقناعية :

تعد عناصر العملية الإقناعية هي نفسها عناصر عملية الاتصال الموضوعي التي وردت في نماذج الاتصال المعروفة ( نموذج لا سويل، ويلبر شرام ... ) التي تتكون من المصدر، الرسالة، الوسيلة والمستقبل.

أولاً: المصدر ( المرسل، المقنع ، القائم بالاتصال ): وهو الطرف الذي يبدأ عملية الاتصال بطرف آخر بقصد إيصال معلومات إليه أو التأثير فيه، وفي الإقناع يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذي يسعى إلى إقناع طرف آخر بفكرة ما مستخدماً في سبيل تحقيق ذلك العديد من التقنيات المساعدة، والمصدر هنا يكون العاملون في مجالات العلاقات العامة والصحافة، الإذاعة والتلفزيون، التسويق، الدعاة، رجال السياسة.

أما في دراستي هذه فأقصد بالقائم بالاتصال أو المصدر : الصحافة ورجال السياسة والمسؤولين، وحتى يستطيع القائم بعملية الإقناع أن يكون مقنعا بذاته وبالرسالة والوسيلة التي يستخدمها ينبغي أن يميز بالعديد من الصفات: كالثقة، المصداقية، المعرفة بجميع العوامل المؤثرة على المتلقي، وأن يكون قادراً على استخدام وسائل الاتصال بفعالية، ولديه القدرة على تكوين وتصميم الرسائل الاتصالية بأسلوب مقنع، وبالتالي تكون لديه القدرة في دراستي هذه على تصميم رسائل اتصالية بأسلوب مقنع في موضوع المصالحة الوطنية، وأن يكون ملتزماً بالأفكار والمبادئ التي يسعى لإقناع الآخرين بها، والمصدر يمكن أن يكون شخص بذاته أو شخصية اعتبارية. وقبل الشروع في عملية الإقناع يلتزم بالإعداد الجيد والكامل للمادة التي يتم من خلالها إقناع الطرف الآخر بالفكرة وضرورة تحديد الوقت المناسب للشروع في عملية الإقناع.

ثانياً: المضمون : ( الرسالة، الرموز، المحتوى ): يعد مضمون عملية الاتصال أو الرسالة من أهم العناصر التي تستخدم في عملية الإقناع، لأنها العنصر الذي يتم من خلاله نقل الفكرة من المرسل إلى المتلقي، لذا فإنها تحدى كبير لدى القائمين بعملية الإقناع من صحفيين وسياسيين، فهي تعد بمثابة الأداة التي يستخدمها في ممارسة مهنتهم، لذلك يفترض أن يتمتعوا بقدرات عالية على التعبير، واستخدام مفردات اللغة الاستخدام الأمثل، فمقدرة الصحفيين والسياسيين على الكتابة والتعبير ترتبط باستخدامهم للمفردات والمصطلحات السهلة والبسيطة التي من شأنها أن تعبر عن

أفكارهم و أفكار مؤسستهم دون تعقيد لأن وظيفة الرسالة هي نقل الأفكار والمعلومات والأحداث ( علي برغوث، 2004، 14 ) .

وتعد الكتابة في الوسيلة الاتصالية الرئيسية لاسيما في الصحافة المكتوبة والتخطيط للكتابة أحد أهم العوامل المساعدة في عملية الإقناع بإعداد مضمونا اتصاليا يتناسب وطبيعة واحتياجات المتلقي، وعادة ما يراعي عند إعداد الرسالة الاتصالية المقنعة ما يأتي :

- فكر في المضمون في كل عوامل إعدادة .
- أشعر بالمسؤولية نحو مؤسستك ومجتمعك معا .
- حاول الاعتماد على القيم الايجابية في الكتابة والابتعاد عن السلبية قدر الإمكان .
- كن موضوعيا وأمينا في كتابتك .
- استخدم اللغة السهلة والبسيطة.
- حاول أن تقلل من المجادلة والمحاجة عند الكتابة للجمهور العام.
- أحرص على استخدام الأدلة والبراهين والترتيب المنطقي .
- أحرص على أن يكون النص مقنعا بذاته
- حاول دائما الإجابة عن الأسئلة الستة (لماذا، من، متى، أين، كيف، لماذا. ) .

**ثالثا: الوسيلة:** يفترض أن يتمتع القائمون بالاتصال في مجال الصحافة والسياسة بمعرفة واسعة بإمكانيات كل وسيلة، وحدود تأثيرها على الجمهور، وجوانب قوتها أو ضعفها، ومعرفة كافية بمدى ملائمة الوسيلة مع الجمهور المستهدف، فالجمهور العام ( نفسه ) ينقسم إلى أنواع منه النشط، العامل، المثقفين و أنصاف المثقفين ....الخ، فبعض الوسائل تؤثر في جماهير دون الأخرى وبالتالي تكون أكثر إقناعا من غيرها، لذا ينبغي استخدام الوسيلة الأنسب لكل جمهور من أجل تحقيق عملية الإقناع، حيث أعتبر كل من " بترسون" و "تروستوني" في عام 1933 أن الاختيار المحكم للوسيلة هو جزء لا يستهان به لنجاح العملية الاقناعية ( نبيلة بوخيزة، 1995، 81 ) .

فنجاح العملية الاقناعية وحصول التغيير في المتلقي وأفكاره ومعتقداته لا يعتمد فقط على مضمون الرسالة وصياغتها، ولا على مهارات المرسل والبناء العلمي للرسالة، ومدى تلبية مضمونها لحاجات المتلقي ورغباته وتتبع ظروفه النفسية والطبيعية ومراعاتها فقط، بل الأمر

مرتبط أيضا بالوسيلة المستخدمة في نقل مضمون الرسالة، إذ لها أهمية كبيرة في إقناع الطرف المتلقي وتغيير سلوكه والتأثير عليه. ( عبد الله محمد الغوشن، 1996، 38- 39 ).

وتدل نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية على أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، كذلك تشير غالبية الأبحاث إلى أن الإمكانيات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى ( أي حسب الموضوع ) ووفقا للجمهور الذي توجه إليه (جيهان أحمد رشتي، 1987، 361 )، حيث أن المقدرة الإقناعية لوسائل الاتصال تختلف من وسيلة إلى أخرى بالنظر إلى خصائص الوسائل التي تنقل رسائلها وتؤثر على نظرة الجمهور إلى هذه الأخيرة، فإذا كانت الوسيلة تتمتع بثقة جمهورها تكون قدرتها الإقناعية عالية، كما أن تعرض هذا الجمهور من عدة مراكز لنفس الرسالة يزيد من فاعليتها، ومع ذلك تشير خلاصة العديد من الدراسات حسب " كلاير " إلى أن التأثير الشخصي ( الاتصال المباشر ) أكثر إقناعا على العموم من أية وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية ( فضيل دليو، 2002، 126- 127 ).

حاولت من خلال العرض أن أوضح تفاوت المقدرة الإقناعية لوسائل الاتصال، وبطبيعة الحال فإن التفاوت ناجم عن خصائص كل وسيلة، فمن الوسائل ما يعتمد على حاسة البصر فقط كالصحيفة والكتاب، أو السمع كالإذاعة، ومنها ما يعتمد على حاستي السمع والبصر معا كالتلفزيون.

ونجاح الوسيلة في أدائها يعني ضرورة توفر عناصر خاصة بها كطريقة العرض وتقديم مضمون الرسالة وعلى فن الإخراج وقرب الوسيلة من المتلقي أو بعدها عنه وكذلك استمرارها، بل إن التأثير والإقناع يصبح أمكن عندما تستخدم لنقل الرسالة أكثر من وسيلة مميزة كالصحيفة والتلفزيون، ويلاحظ ذلك في الحملات الإعلامية والدعايات السياسية من أجل الحصول على المزيد من التأثير والإقناع ( عبد الله محمد الغوشن، 1996، 39 ).

أما عن أفضلية الوسائل في تقدير الجمهور فهي تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن زمن إلى آخر، إلا أنها تكمل بعضها البعض لأن المجتمع الجماهيري غير متجانس (غوستاف لوبون، 1997، 54 )

لكن الملاحظ أن الكثير يفضل القراءة على غيرها من الوسائل الأخرى مهما كانت مغرباتها، ولأن موضوعي متعلق بإحدى الوسائل المطبوعة ألا وهي الصحافة المكتوبة وقدرتها على الإقناع،

فسوف أستعرض في الفصل الثالث إلى أهم خصائص الصحافة المكتوبة والتي سوف أبرز فيها أهم السمات الإقناعية للرسالة المطبوعة .

رابعاً: المتلقي: ( المستقبل - الجمهور المستهدف ): تتعدد الجماهير كما تتعدد خصائصها ( السن، النوع، الدخل، المهنة، المستوى الثقافي، نوع الخبرة ... ) وهكذا فلكل جمهور سمات خاصة به واحتياجات قد تكون مختلفة من جمهور لآخر، وعند ما تكون القضية المراد إقناع الآخرين بها واضحة، يكون تحديد هدفها سهلاً إلى حد بعيد، وتحديد الجمهور المستهدف عملية أكثر سهولة، فبمجرد تحديد الجمهور ينبغي تحديد خصائصه واتجاهاته واحتياجاته، فبمعرفة المرسل لخصائص الجمهور واحتياجاته وإشباعاته تزداد فرص نجاح عملية إقناعه .

نلاحظ أنه كلما انخفض عدد الجماهير التي تكتب لها كلما زاد التركيز في موضوع الكتابة، وبالتالي تكون المعلومات أكثر عمقا وتخصصا، وكلما كانت الكتابة لجمهور متخصص كلما ازدادت حاجة الكاتب لاستخدام استراتيجيات اتصالية أكثر ذكاءا للتعبير عن الفكرة ويكون فيها استخدام المصطلحات أيا كانت صعوبتها متاحا، شرط أن تكون متعلقة بالمجال الذي يكتب فيه .

وكما أن على المرسل أن يكون قادرا على الإقناع فإنه يتوجب لنجاح العملية الإقناعية

على المتلقي أن يكون مستعدا للاقتناع.

فالمتلقين لا يمثلون صفحات بيضاء تتعامل مع الرسالة الإقناعية بهدف الاستجابة الآلية، لكن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على نجاح العملية الإقناعية، وتتعلق في شق كبير منها بالمتلقي، ومن أهم هذه ما يتعلق بالخبرة والذكاء والاستعداد للفهم والحاجة للمعرفة والمعرفة القبلية، والخبرات السابقة، فيرى "شوان علي شيبية" أن المعرفة السابقة تتفاعل مع عملية تمثيل المعلومات، فعندما يكون المستوى المعرفي للأفراد منخفضا فإن ذلك يعزز من عملية تمثيل المعلومات، وعندما يكون المستوى المعرفي مرتفعا فإن الأفراد يبذلون جهدا معرفيا أقل لإستدماج أو تمثيل المعلومات (شوان علي شيبية، 2005، 120 )، ويشير إلى أن الخبرات السابقة إيجابية كانت أم سلبية وخاصة في المجال السياسي تستتبع بتقييمات إيجابية أو سلبية، فالمعرفة السابقة والخبرة تسهم في مساعدة الملنقي على بلورته في اتجاهاته وآرائه كما تؤثر على عملية الإقناع، وتعتبر بمثابة مجدندات لتقييم المعلومات الواردة في مضمون الرسالة الإقناعية .

فالملاحظ أن عملية التوافق ما بين المتلقي والرسالة الإقناعية تزيد من احتمالات الاستجابة الإقناعية من خلال ممارسة التأثير في الاتجاهات على مستوى القيمة التعبيرية أو النفعية، كما تمثل الحاجة إلى المعرفة عاملا محددًا لارتفاع أو انخفاض مستوى تمثيل المعلومات بين أولئك الذين يكونون أكثر أو أقل حاجة للمعرفة وخاصة عند التعرض للرسالة الإعلانية .

**خامسًا: التأثير:** يتمثل الهدف النهائي لعملية الإقناع في تحقيق أغراض محددة على مستوى السلوك أو الاتجاه، كما تتمثل الخطوة الأخيرة في عملية الإقناع في تحديد الأثر المتوقع فعليًا ومقارنة النتائج بالأهداف الأصلية، وذلك في ضوء الدراسة المتعمقة للاتجاهات وللعملية الاتصالية في علاقة تبادلية تأثيرية، إذ يتميز السلوك الإنساني بالتكامل بين الجانب العقلائي والعاطفي والانفعالي، ولذلك فإن الإقناع لا بد أن يستخدم تقنيات تلائم خصوصية الجانبين .

فالتأثير الإقناعي في الاتجاهات يمثل عملية معقدة حيث يتضمن التعامل مع متغيرات مهمة مثل: الخبرة الشخصية والبيئة الاجتماعية، فضلًا عن السمات الشخصية والفروق الفردية للمتلقين. ومن ثم يمكن النظر إلى عملية الإقناع كما لو كانت عملية تعلم أو عملية انفعالية، ويتضمن تصميم الرسائل العلمية الإقناعية توجيه الاستجابة والإدراك والدوافع والعوامل الاجتماعية والنفسية .

فالرسالة الإقناعية الفعالة هي تلك التي تستطيع أن تغير من الوظيفة النفسية للأفراد بما يحقق الاستجابة المعلنة نحو موضوع الإقناع أو الهدف منه والمتمثل في ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بما تهدف إليه ، أو أنماط السلوك الذي يسعى المرسل أو القائم بالإقناع إلى تحقيقها .

وبإيجاز يمكن اعتبار العملية الإقناعية الفعالة تلك التي تتمكن من تعديل البناء النفسي الداخلي للفرد بحيث تؤدي تلك العلاقة الديناميكية النفسية بين العمليات الداخلية الكامنة مثل الدوافع والمواقف والأفعال المعلنة إلى أفعال مقصودة من قبل المتلقي الذي يتعرض للإقناع.

ولقد أكدت النظريات السيكلوجية على متغيرات مهمة تؤثر على عملية الإقناع مثل الآراء والمواقف والمخاوف وتصور الذات وإدراك مصداقية المصدر والتعزيز النفسي.

وفيما يتعلق بميثاق السلم والمصالحة الوطنية كموضوع للعملية الإقناعية فإنه يهدف إلى تحقيق الذبوع عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات، فالجملة تنطوي على جملة من الكلمات والصور والرسوم لترميز الرسالة بصورة مقنعة، ولكي تتوافر في الرسالة سمات العملية الإقناعية لا بد أن يكون تصميم الرسالة الإقناعية بصورة تجذب انتباه الجمهور المستهدف، وأن

تستخدم صورا أو رموزا وعبارات ذات إطار دلالي موحد بين المرسل والمستقبل، وأن تعمل الرسالة الإقناعية على استشارات الحاجات لدى المستقبلين بما يتفق مع القيم الاجتماعية السائدة. (سمير محمد حسين، 1984 ، 147 - 150).

والعملية الإقناعية في مجال المصالحة الوطنية تسعى للإقناع والاستمالة بهدف التأثير الإيجابي على اتجاهات الجمهور من منطلق تفهم الطبيعة الخاصة لتلك الاتجاهات .

## 2-3- قواعد أساسية في عملية الإقناع :

إن نقطة البدء في عملية الإقناع هي أهم ما في العملية الإقناعية، وعلى أساسها تتجح فيما تريد أن تقنع به الآخرين، فإذا كنت مستمعا جيدا فتق أنك مقنعا جيدا أيضا، فنقطة البدء هي الاستماع الإيجابي، إنه ليس بمقدورنا إقناع الآخرين ما لم نستمع لوجهات نظرهم جيدا، ونفهم ماذا يقولون بالضبط، لنتمكن من إقناعهم ومحاورتهم، وهناك الكثير من القواعد التي يمكن اشتقاقها من طبيعة القضية أو الموقف الإقناعي منها:

- اقتناع المرسل تمام الاقتناع بالفكرة التي يرغب بإقناع المتلقي بها.
- وضوح الفكرة وسلامتها ومعقوليتها.
- قدرة المرسل في تقديم الفكرة وعرضها .
- قدرة المرسل على إيضاح الفكرة وتفسيرها .
- توافر الصفات الإيجابية الضرورية في المرسل ( الصدق ، الأمانة، الأخلاق .....).
- الجاذبية الشخصية (حسن الخلق، أناقة المظهر، الثقافة الواسعة، اتساع المعرفة).
- معرفة شخصية المتلقي وقيمه واحتياجاته مع تحديد ترتيبها، وقد ينبغي عليك تقمص شخصيته لتعرف على دوافعه ووجهة نظره، كما يجب معرفة حيله وأبعابه.
- اختيار الظروف المناسبة لتطبيق عملية الإقناع: زمانية، مكانية، نفسية، جسدية.
- معرفة خصائص الجمهور وقيمه وأولوياته.
- التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال، وإجادة فنون الحوار مع الالتزام بأدابه.

- إن عملية الإقناع متكاملة العناصر، وينبغي ( لكي يتحقق الإقناع ) إتباع إستراتيجية ملائمة و آليات تتسجم وتلك الإستراتيجية، ولكن هذا ينبغي أن يتوافق مع الالتزام بالعديد من القواعد المساعدة لنجاح العملية الإقناعية وهي : ([www.amjah.net](http://www.amjah.net))
- لا بد أن تكون مقتنعا جدا بالفكرة التي تسعى لنشرها لأن أي مستوى من التذبذب سيكون كفيلا أن يحول بينك وبين إيصال الفكرة للمنبر .
- استخدم الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحددة مثل: بما أن، إذن، وحينما يكون... الخ، فهذه الألفاظ فيها شيء من حصر المعنى وتحديد الفكرة.
- كون رسالتك من جزأين أساسيين هما:
  - أ- **المقدمات المنطقية:** وهي تلك البيانات أو الحقائق أو الأسباب التي تستند إليها النتيجة وتؤدي إليها.
  - ب- **النتائج:** وهي ما يرمي إليه المرسل ( القائم بعملية الإقناع ).
- احرص على أن تربط بداية حديثك بنهاية حديث الملتقى لأن هذا سيشعره بأهمية كلامه لذلك و أنك تحترمه وتهتم بكلامه ثم بعد ذلك قدم له الحقائق و الأرقام التي تشعره بقوة معلوماتك و أهميتها وواقعية حديثك ومصداقيته .
- ملائمة مستوى الرسالة ( المضمون الإقناعي ) مع مستوى المتلقي حيث لا بد أن يختلف الحديث و أدوات الإقناع من جمهور إلى آخر فالعوام غير المثقفين والرجال غير النساء وكبار السن غير الشباب وهكذا فلكل مقام مقال .
- كلما ابتعدت عن استخدام (الأنا) في الحديث كلما كان أفضل أو العكس يجعل المستمعين يتمسكون بما هم عليه وتزداد صعوبة عملية الإقناع أكثر .
- جهودك الإقناعية ستكون ميسرة لأنك تفهمت معتقدات المتلقي بالإضافة إلى سلوكه أيضا، إذ ستكون استجابة المستمعين إليك حين تبدأ تمس معتقداتهم، إنها الأجزاء الحساسة والمهمة لديهم، ولذلك لا بد من مراعاتها بدقة متناهية .

## 2-4- نظريات الإقناع :

إن الإقناع لا ينطلق من فراغ، بل من قاعدة نظرية تتجسد من خلال العديد من النظريات، نذكر منها ما يأتي:

2-4-1- نظرية التآفات الثلاثة: حسب " ميشال لوني" (*MICHEL LE NID*) فإن الإقناع والتأثير في سلوك الأفراد يتم عبر ثلاثة مراحل وهي: التوعية، التشريع والتتبع أو المراقبة، فكلها تبدأ بحرف التآ ومن هنا جاء أسمها.

### أ- المرحلة الأولى "التوعية":

وتتضمن آليات الإقناع اللساني والتوضيح وتعزيز كل ذلك بالبراهين المقنعة التي تتساق إلى عقول المتلقين، ويشترط في كل معلومات المرسل أن تكون بسيطة حتى يسهل فهمها وإدراكها، كما يشترط فيها عدم التناقض لتتال المصدقية كما يجب أن تكون صياغة الرسالة وتحديد محاورها بصورة واضحة حتى تكون أكثر إقناعاً، إذ يجب فهمها دون الحاجة إلى بذل جهد زائد من المتلقي، كما يشترط في التوعية حتى تكون فعالية الموضوعية وعدم التحيز أو الانطلاق من أفكار ذاتية أو مسبقة في التعامل مع الجمهور والتي يمكن أن تقف في مسار التوعية وتمنع المرسل من الوصول إلى أهدافه.

### ب- المرحلة الثانية "التشريع":

تظهر أهمية هذه المرحلة في الحملات الإعلامية العمومية، فهي تنص على إدراك أن التوعية لا تلبي الغرض لوحدها، فهي تبين مخاطر الموضوع وفوائده، لكن التشريع يلعب دوراً إيجابياً في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي من أجل مسايرة المرسل فيما يدعوا إليه.

### ت- المرحلة الثالثة "التتبع":

إذ لا بد للمرسل أن يعرف أين وصل من أهدافه، فحسب " ميشال لوني" فإن نجاح عملية الإقناع والتأثير مرتبط بالمتابعة والمراقبة للعملية ككل، لأن الإنسان بحاجة إلى التذكير والتأكيد باستمرار

حتى في أموره اليومية البسيطة، إن عملية المتابعة على عكس المرحلة السابقة تجد مكانها، فهي تمكن المرسل من مواصلة بث رسائله أو إلغائها واستبدالها بأخرى.

**2-4-2- نظرية التنافر المعرفي:** هذه النظرية أتى بها "ليون فستنجر" (LEON FESTINGER) في 1962، تنطلق من فكرة أن الإنسان كيان نفسي يسعى دائماً إلى انسجام مواقفه وآرائه والمواضيع التي يتلقاها مع شخصيته وبنيته النفسية، فنظرية التنافر المعرفي ترمي إلى كون الإنسان يتعارض ويقاوم كل شيء يتعارض وبناءه المعرفي. (جيهان أحمد رشتي، 1978، 267)، تتركز هذه النظرية على أن الفرد يحاول بذل مجهود من أجل الحفاظ على توازنه النفسي، من خلال جعل هذه العناصر أكثر توافقاً، فالتنافر هو حالة من حالات الدافعية بحيث تدفع الفرد إلى تغيير سلوكياته وآرائه، فوفقاً لصاحب النظرية فإن هناك ثلاثة أنواع من العلاقات بين عناصر معرفتنا هي: (عامر مصباح، 2005، 65)

1- علاقة اتفاق بين هذه العناصر.

2- قد لا تكون هناك علاقة اتفاق بين هذه العناصر.

3- قد تكون هناك علاقة تناقض وتعارض بين هذه العناصر.

إذ يضطر الفرد غير الحالة الأخيرة إلى إلغاء هذا التناقض أو التقليل من حدته إما بتبني العنصر الجديد والاستغناء عن القديم، أو عن طريق خلق نوع من الانسجام، أو مقاومة العنصر الدخيل عن طريق التجاهل والتغافل عن مصدره، أو تصنيفه ضمن العناصر غير المنطقية التي لا يمكن التعاطي معها أو حتى التفكير فيها، في هذا الإطار يأتي "ليون فستنجر" بثلاثة أمثلة يظهر فيها التناقض المعرفي في أجل صورته وهي اتخاذ القرار، آثار الكذب وآثار الإغراء (عامر مصباح، 2005، 66).

- اتخاذ القرار: إن تخيير الإنسان بين شيئين يضطره إلى ترك بديل واحد بالضرورة، لكن بعد اتخاذ القرار يرى بعض الخصائص الجيدة في البديل المتروك، في سبب التنافر المعرفي وللقضاء على هذا التعارض أو التقليل من حدته أمام الفرد حلين: الأول يحتم عليه إقناع نفسه بأن البديل

المتروك غير جذاب وأن خصائص البديل المختار لا تملك قوة التأثير في قراره. أما الثاني فيلجأ فيه إلى تبرير اختياره من خلال إعطاء مجموعة من العوامل التي تؤيده كالمبالغة في وصف خصائص البديل المختار.

- آثار الكذب: يظهر التعارض هنا إذا أقدم الفرد على القيام بما يخالف العناصر والمواقف التي يؤمن بها، وتتوقف قوة التنافر على عنصرين، الأول كلما تعارض قوله وقراره مع اعتقاده الشخصي كلما زاد التنافر، بينما في الثاني تقل قوة التنافر كلما سعى الفرد إلى تبرير رغم معارضته الداخلية لها.

- آثار الإغراء: في هذه الحالة يظهر لدى الفرد ميولا داخليا، أو فعل شيء يخالف اعتقاده، وتتعدد هنا أسباب النفور كأن يكون بعيد المنال أو مخالفة صريحة لمعتقداته أو غير مشروع أو يورطه في مشاكل لا نهاية لها.

2-4-3- **نظرية التحليل المعرفي للإعلام:** تنطلق هذه النظرية من كون الإنسان كائن عاقل، بحيث يقوم العقل تلقائيا بالتفكير في أي عنصر جديد بوضعه في ميزان المنطق والمعتقد من خلال تحليل المعطيات والمعلومات المكونة للعنصر الجديد لمعرفة مدى قوته ومنطقيته وموافقته للبيئة التي يعيش فيها.

لقد أتى بهذه النظرية الباحث "مارتن فيشباين" (*MARTIN FISHBIEN*)، حيث يركز على العامل المعرفي في عملية الإقناع وتغيير الاتجاهات وتعديلها، فالمعلومات المكونة للعنصر الجديد الذي يصل إلى إدراك المتلقي هي التي تدفعه إلى التعامل معه أو إلغائه

2-4-4- **نظرية التوازن المعرفي:** تشير هذه النظرية إلى مفهوم أساسي يشكل حاجة إنسانية باعتباره شخصية متشكلة من تناسق مجموعة من المركبات، هذه الأخيرة تفرض على الفرد خلق نوع من التوازن حتى يعيش حياة طبيعية، إذ يصبح معها التوازن حاجة نفسية ومطلب له أهميته، يسعى الفرد إلى الحفاظ عليها وحتى إيجادها إن فقدت.

ويرى صاحب هذه النظرية أن مفهوم حالة التوازن هو وجود مواقف معينة، أين تصبح معها الوحدات الإدراكية والتجارب الوجدانية تعمل دون ضغط، أي أن يخلق الفرد التوازن والانسجام بين مكونات شخصيته، أي التوازن بين المستوى الداخلي والسلوك العلني.

لقد قدم هيدر فريتز (FRITZ HEIDER) أول نماذج التوازن التي تركز على العلاقات القائمة بين ثلاثة عناصر. شخص "ش" وشخص آخر "ف"، وشخص أو شيء آخر "أ"، لقد اهتم هيدر بمدرجات "ش" وما يمثله "ف" و "أ" والعلاقات التي تربط العناصر الثلاثة (جيهان أحمد رشتي، 1978، 245).

كما يركز "هيدر" من خلال نظريته على نوعين من العلاقات بين الناس والأشياء:

- علاقات متصلة بالمشاعر.

- علاقات متصلة بالوحدة.

أ- علاقات متصلة بالمشاعر (SENTIMENT RELATION): هي نتيجة للطريقة التي نشعر ونقيم بها الأشياء، وتتضمن مشاعر الحب والإعجاب والقبول ونقيض هذه المشاعر.

ب- علاقات متصلة بالوحدة (UNIT RELETION): تركز هذه العلاقات على الوحدات التي تتشكل من خلال الربط بين مجموعة من العناصر. فعلى سبيل المثال الرجل وزوجته عبارة عن وحدة، شأنه في ذلك شأن الأستاذ وطلبتة، وترتكز هذه العلاقات حسب "هيدر" على عدة أساسيات كالتماثل (الهداف في فريق كرة القدم) والاتصال (المؤلف والكتاب)، أو الملكية (الرجل وكلبه) (جيهان أحمد رشتي، 1978، 246).

2-4-5- نظرية العلاقات الاجتماعية: تنطلق هذه النظرية من افتراض أهمية العلاقات الاجتماعية بين الأفراد داخل جماعة واحدة، أو حتى بين عدة جماعات أولية في تعامل الفرد مع الرسائل الإقناعية، فهذه الرسائل تمر عبر العلاقات الاجتماعية لتصل بصورة واضحة إلى إدراك الفرد، في هذا الإطار ولإثبات دور الفئات الاجتماعية والعلاقات السائدة بينها، قام كل من "لازار سفيند وقودين و بيرلسون" عام 1940 بإعداد دراسة اختاروا لها عينة من مدينة "إيري كاونتي" بولاية "أوهايو الأمريكية"، حيث ضمت 600 شخص، كما حددوا عينة إضافية للحكم على مدى صدق

النتائج المتوصل إليها، إلا أن الموضوع كان سياسي يهدف إلى معرفة ميول الأفراد أثناء التصويت معتمدين في ذلك على عدة محددات كالسن والجنس والانتماء السياسي، حيث خلصوا إلى أن الفرد بحكم انتمائه إلى جماعة معينة لديه ميولا كاملا لسلوك علني محدد (عامر مصباح، 2005، 76)، كما تظهر أهمية هذه النظرية إلى جانب أهميتها في الاتصال السياسي في الاتصال التجاري، فالفرد قبل أن يختار منتج معين يقوم باستشارة أفراد جماعته التي ينتمي لها، فمن غير المعقول اتخاذ الفرد لقرارات نهائية عشوائيا تكلفه غالبا وتدفعه إلى الندم.

2-4-6- نظرية التنظيم الاجتماعي: تنطلق هذه النظرية أيضا من افتراض أساسي يرتبط بطبيعة الإنسان، فهو كائن اجتماعي بطبعه، إذ يميل إلى الاجتماع مع بني جنسه والانضواء تحت لواء جماعة بشرية معينة متفقة مع حاجاته ودوافعه واتجاهاته النفسية، إن الفرد لا يمكنه العيش بمفرده من منطلق عدم قدرته على تلبية جميع حاجاته مع تنوعها، فلا يمكن مثلا أن يكون منتجا ومسوقا ومستهلكا في الوقت نفسه، كما أن الجماعات مهما كانت طبيعتها لا يمكن أن تحافظ على استقرارها واستمرارها هكذا عفويا، بل يجب أن تضع مجموعة من القواعد المتعارف عليها من جميع أفرادها، فهذه النظرية تقوم على فكرة أساسية وهي أن الأفراد في الجماعات الإنسانية تنظمهم قواعد تنظيمية معينة يفهمها الأفراد ويتعاملون على أساسها، كما تتيح لهم قدرا أكبر لفهم أدوارهم وواجباتهم وحقوقهم والسلوك الذي يجب أن يتبعوه، وهذه القواعد التنظيمية هي التي تؤدي إلى نماذج سلوكية معينة، تسمى في مجموعها بالتنظيم الاجتماعي، أي تنظيم سلوك الفرد الاجتماعي (عامر مصباح، 2005، 77).

إن التنظيم الاجتماعي يعني ضبط العلاقات من خلال تحديد الأدوار والحقوق والواجبات، فعملية ضبط الاجتماعي مهمة جدا في عملية الإقناع، فإذا ما أردنا أن نقنع جمهور مؤسسة بالمصالحة الوطنية فما علينا إلا أن نعمل على إرضاء المدير وهو المخول باتخاذ القرار في هذا التنظيم الاجتماعي (المؤسسة)، وما على فريق العمل إلا تطبيق ما يتخذه المدير من قرارات، من هذا المنطلق كان على المقنع أن يدرس طبيعة الجماعات المستهدفة والعلاقات القائمة بين أفرادها إذا ما أراد الحصول على اقتناعهم.

2-4-7- نظرية التأثير الانتقائي: إن تطور العلوم الإنسانية أثبت أن وسائل الإعلام هي جزء بسيط من المجتمع الكلي، فالفرد قبل أن يتعرض إلى هذه الوسائل تعرض إلى تأثير عوامل أخرى مرتبطة بالتنشئة الاجتماعية.

تجسدت هذه الفكرة من خلال ما توصل إليه "ميلفن دفلر" وزميلته "روكتش" بناء على فكرة أن الطاقة الاستيعابية للفرد لا يمكنها أن تستوعب الكم الهائل من الرسائل التي يتعرض لها يوميا، فهو لا يدرك كل ما يتلقاه، بل ينصب تفكيره على إدراك وفهم الرسائل التي تحتوي على مفاهيم تهمة أو على الأقل هو في حاجة إليها، فالمواضيع لا تفرض على المتلقي وإنما يختار ما يريد ويترك ما لا يحتاج إليه وتتجسد هذه النظرية من خلال عدة مفاهيم: (عامر مصباح ، 2005 ، 80).

- التعرض الانتقائي: يشير إلى حرية المتلقي في اختيار ما يتعرض له، فهو لا يتعرض إلى جميع الرسائل التي تبث عبر وسائل الإعلام، بل يهتم ببعضها ويهمل الأخرى

- الإدراك الانتقائي: يرتبط هذا العنصر بالمواضيع التي اهتم لها الإنسان، فهو لا يدرك كل ما يتلقاه بل يركز إدراكه على بعض المواضيع التي اختار التعرض لها.

- التذكر الانتقائي: يعمل الفرد على التركيز على بعض مدركاته لتخزينها في ذاكرته ليقوم بعملية استرجاعها متى أراد ذلك.

- التصرف الانتقائي: هو آخر عنصر من عناصر نظرية التأثير الانتقائي، فهو يعني حمل المتلقي على عملية الفعل مع ترك الحرية في كيفية التصرف.

- إذن هذه أشهر النظريات التي يتوصل بها المرسل من أجل إقناع المتلقي، فهي عبارة عن معطيات ومحاور يركز عليها لتصميم رسالته الإقناعية التي تضمن له وصول الرسالة بفعالية للمتلقي.

## 2-5- استراتيجيات الإقناع :

تؤكد بعض النظريات الاتصالية على السلوك العلني الذي يمكن ملاحظته في حين يرى البعض الآخر أنه الشيء التابع القابل للتغيير والصارم بشكل سافر، وهناك وسائل أخرى لتعريف الإقناع منها ما يؤكد على التغييرات في الأفكار، والآراء الذاتية للفرد أو مواقفه، باعتبارها معيار الدلالة على نجاح الإقناع (عبر العزيز شرف، 2003، 27).

و تفترض مثل هذه التعريفات، أنه إذا كانت التغييرات والعوامل الذاتية التي من هذا القبيل، فإن تعديلات في السلوك سوف تتبع ذلك للتأكيد، ومن أجل بعض الأغراض فإن الإقناع القائم على مفاهيم أو أفكار بهذه الطريقة قد يكون على درجة كبير من الأهمية.

وهذا الفصل يقوم على أساس أن التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف الذي يستهدفه الإقناع، باعتباره الشيء التابع القابل للتغيير في الصياغات النظرية، وباعتباره المعيار لتقرير ما إذا كانت العملية الاتصالية قد نجحت أم لا. (عبد العزيز شرف، 1994، 377).

يؤكد بعض الباحثين على أن السلوك العلني باعتباره المعيار الناجح للإقناع، تأسيسا على أن السلوك هو العامل المهم في دنيا الحملات السياسية، ونداءات الاستعطاف وما إلى ذلك، وقد يكون تغيير أفكار الناس ومشاعرهم شيئا مستحبا ولكن مثل هذه النتائج تقل أهميتها إذا قورنت بالسلوك العلني في محاولة التنشيط والاقتراح التبرع وما إلى ذلك .

وتأسيسا على هذا الفهم فإن العملية الإقناعية تقوم على استراتيجيات أساسية في تخطيط الحملات الإقناعية الناجحة بهدف تشجيع نوع معين من السلوك، خاصة وأن الإقناع حسب "كار لينز ويلسون" كان كفن يمارس منذ قرون، أما علم الإقناع الذي انشق فهو نتاج القرن العشرين، ومن ثم فإن القول على أساس المعلومات بأن الوقت لا يزال سابقا لأوانه للحكم عليه، ففي الوقت الذي تتطور فيه أساليب الإقناع من الفن إلى العلم، فإنها سوف تزداد فعاليتها في السيطرة على السلوك. (Mawinkalins and herpert. Appelson .1970.2).

فرغم العرض الهائل من الصفحات التي دونت والدراسات التي تخص الإقناع يقول "جيرال ميلر" فإن كثيرين من الدارسين لوسائل الاتصال يجدونه أنه من المستحيل هزم الشعور بعدم الارتياح، لأن ما لدينا من معرفة قيمة يوثق بها ذات صلة اجتماعية في هذا السياق قليل، وللأسف فإن عملنا الجماعي عن الإقناع أمر شائع. (Gerald R .miller 1987. 446)

وعلى الرغم من أثر الصورة غير المتفائلة فإن هناك من العلماء والباحثين من يواصل محاولة فهم النشاط المعقد في الإقناع، وهي محاولة تقوم في كثير من مظاهرها على افتراضات قابلة للبحث والدرس .

ومن نتاج ذلك الإستراتيجيات النظرية التي تتوجه نحو السلوك العلني وهي في حد ذاتها ليست نظرية مفصلة بعناية فعلا، أو معلنه في فروض مسلم بها، ولكنها في أفضل الأحوال خطوط توجيهية تشير إلى أن العوامل والمتغيرات التي ينبغي أن توضع في تغيرات أكثر تفصيلا للإقناع (عبد العزيز شرف، 1994، 379).

#### 2-5-1- تعريف الإستراتيجية:

يعرفها "ميلفين ل" و "ديفلير" و آخرون بأنها " خطوط توجيهية تشير إلى أنواع العوامل المتغيرات التي ينبغي أن توضع في تفسيرات أكثر تفصيلا للإقناع ". (عبد العزيز شرف، 1994، 379)

وهي استخدام وسائل الإعلام لتقديم رسائل مخططة عمدا لاستنباط أشكال معينة من العمل من جانب جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين. (عبد العزيز شرف، 2003، 34).

#### 2-5-2- أنواع الاستراتيجيات :

يضع "ملفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيشش" ثلاث استراتيجيات للإقناع هي بمثابة خطط توجيهية تشير إلى أنواع العوامل والمتغيرات التي ينبغي أن توضع في الرسالة الإقناعية بصورة أبسط مما هي عليه في النظريات السابقة الذكر وهي :

#### 2-5-2-1- الإستراتيجية السيكو ديناميكية:

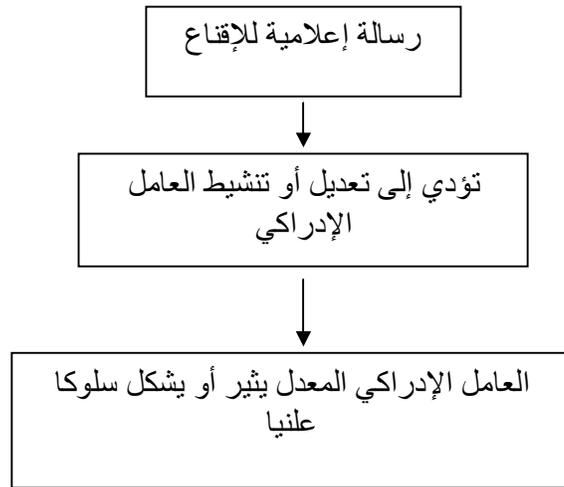
ما زالت نظرية الفروق الفردية من وجهة نظر معينة تعتبر نظرية أساسية في الاتصال الجماهيري، المتضمنة في عدد كبير من الدراسات السيكلوجية الاجتماعية لعملية الإقناع التي تميزت بالتراكم في السنوات الأخيرة (سامية محمد جابر، 1994 ، 151 )، حيث أفادت هذه الدراسات في علم النفس الفردي الذي يبحث فيما بين الأفراد من فروق في الاتجاهات والاستعدادات العقلية، وفي منشأ هذه الفروق وفي تأثيرها في سلوك الأفراد، وهنا يذهب الكثيرون من الباحثين إلى أن الرسالة الإقناعية، هي تلك التي تتميز بخصائص جديدة بتبديل أو تحويل الوظيفة السيكلوجية للفرد

على نحو يجعله يستجيب علنا اتجاه الفرد التي تمثل موضوع الإقناع، يعني هذا أنها تنطلق من افتراض " أن أداة الإقناع إنما تكمن في تعديل البناء السيكولوجي الداخلي للفرد، بحيث تؤدي العلاقة الديناميكية السيكولوجية بين العمليات الداخلية الكامنة، والسلوك العلني الظاهر إلى أفعال يريدها القائم بالإقناع. ( حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد، 1998، 1999 ).

وإذا كانت الافتراضات الأساسية لعلم النفس قد أدمجت في تعبير المؤثر والاستجابة عند الفرد، فإن هذا التعبير يشير إلى نتيجة عامة لأحداث نفسية، يفترض أنها تشترك في تحديد الاتجاهات في السلوك (ملفين ل-ديفلير، ساندورابول روكيتش، 1994، 379 )

وتأسيسا على ذلك فإن المخلوقات البشرية وهي العامل الطارئ أو الفرد، هي تركيب معقد من مكونات بيولوجية وعاطفية وإدراكية من الشخصية التي تعطي اتجاهها إلى الاستجابة، وهذه النظرية قد تم استنتاجها أساسا من النموذج الأساسي للإدراك الذي تطور في نطاق علم النفس، هذا النموذج كما يقول "ديفلير" و"روكيتش" يعتبر متغيرا من وجهة النظر الأساسية في السلوك الإنساني، ولذلك افترض العلماء أن هناك ألوانا مختلفة من العوامل المؤثرة التي تعمل بين جانبي الحافر والاستجابة عند التعبير عن ذلك.

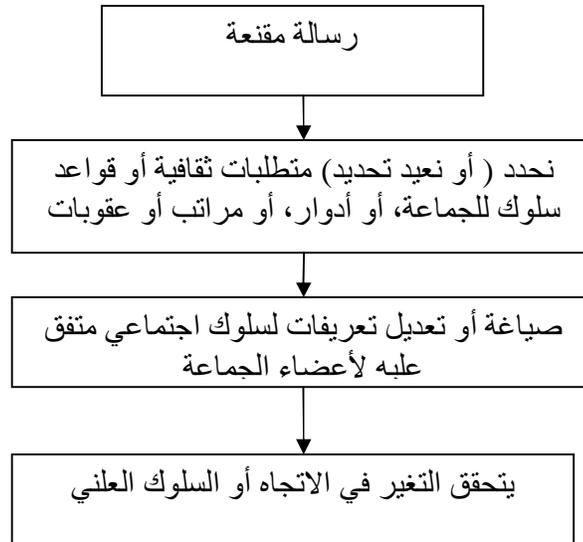
والشكل الأتي يوضح إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية:



الشكل(1): إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية

## 2-2-5-2- الإستراتيجية الثقافية - الاجتماعية:

يقول "ميلفين ديفلير" و "ساندرا بول روكيتش" "بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه في الداخل، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد. (ملفين ل-ديفلير، ساندورابول روكيتش، 1994، 286)، ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على تأثير القوى الثقافية على السلوك، بينما يؤكد علم السياسة على هياكل الحكم وممارسة السلطة، أما علم الاجتماع فيدرس تأثير التنظيم الاجتماعي على سلوك الجماعة، فكل هذه الأساليب لها مزايا، وكل منها يقدم أساسا شرعيا بطريقة ما للتنبؤ بطبيعة العمل البشري، وعليه فإن ما تتطلبه إستراتيجية ثقافية - اجتماعية فعالة هو أن تحدد رسائل الإقناع للفرد قواعد السلوك الاجتماعي، أو المتطلبات الثقافية للعمل التي سوف تحكم التنشئة التي يحاول رجل الإعلام أن يحدثها، أو إذا كانت التحديات موجودة فعلا تصبح المهمة هي عملية إعادة تحديد هذه المتطلبات، والمفتاح هو أن الرسالة يجب أن تكفل ظهور توافق جماعي في الرأي، أي أنه يجب إظهار أن التعريفات المقدمة تلقى تأييدا من الجماعة المناسبة، وأن الفشل في أن تحدوا حدودهم سوف يشكل سلوكا شاذا غير مقبول (ملفين ل-ديفلير، ساندورابول روكيتش، 1993، 386-390) والشكل الموالي يوضح ذلك:



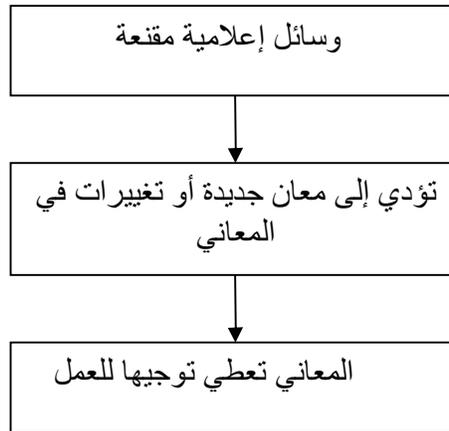
الشكل (02): الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية للإقناع

### 2-5-2-3- إستراتيجية إنشاء المعاني:

هناك نهج ثالث للإقناع بكلفة التأثير في المعاني، وقد عرفنا أن الرابطة بين المعرفة والسلوك عرفت منذ وقت بعيد إلى المدى الذي يمكن أن يأخذنا إليه التاريخ المسجل فمئذ قرون كانت -المعرفة- أي المعاني يشكلها الأفراد من خلال عمليات تطبيع اجتماعي تقوم على أساس انتقالات شفوية فقط، كان الناس يتعلمون المعاني المقبولة للرموز والأحداث الطبيعية تعقيدات نظامهم الاجتماعي، وقد وسعت الطباعة هذه المعاني إلى حد كبير، والآن في عصر وسائل الإعلام والاتصال بال جماهير تقدم وسائل الإعلام قنوات جاهزة لمجموعات هائلة من السكان بقصد الإنشاء المتعمد للمعاني، وتستخدم هذه القنوات كما هو واضح بواسطة عدد صادق من مصادرها المعلومات المتنافسة التي تريد أن تصوغ وتنظم أو تعدل المعاني التي خيراها الناس عن كل شيء من المنتجات التجارية إلى الشؤون السياسية (عبد العزيز شرف، 2003، 54)، فالمعرفة هي نتاج عملية تراكم المعلومات التي عرفها الإنسان منذ القديم بشتى السبل، اكتسب الإنسان من خلالها رموز متعددة عفويا .

وهكذا نؤكد أن العلاقة بين المعرفة والسلوك ستظل مبدءا أساسيا للسلوك البشري، وأن المعاني تشكل أعمالنا فعلا، و قد بقيت صحة هذا الافتراض آلاف السنين، وفي الحقيقة لقد استطاعت وسائل الإعلام أن تحدث تغييرات في السلوك بدون قصد، هذا لا ينفي وجود أسس كافية للاعتماد على إستراتيجية إنشاء المعاني بغرض تغيير السلوك عن قصد، فالمعلومات التي تنقل إلى الجماهير يجب أن تكون فعالة كأى نوع آخر من تغيير المعاني التي ينسبها لبعض الأشياء كالمنتجات أو القضايا أو المرشحين أو المسائل، وإذا أمكن تحقيق هذه المتغيرات، فإن تعديلات السلوك نحو هذا الهدف من الإقناع يجب أن تأتي في أعقابها، وهي تعتمد على الإستراتيجيين السابقين كثيرا، فإذا كان نهج الإستراتيجية الديناميكية النفسية، تعلم-أستمر-أعمل، والإستراتيجية الثقافية الاجتماعية، تعلم – وافق- فإن نهج إستراتيجية إنشاء المعنى هو - تعلم و اعمل-

والشكل الموالي يوضح عملها (ملفين ل-ديفلير، ساندرابول روكيتش ، 1993، 397-399)



الشكل (03): إستراتيجية إنشاء المعاني

## 2-6- الإستimalات المستخدمة في الرسالة الإقناعية:

يعتبر الموقف الإقناعي المحدد الأساسي لنمط الاستمالة المستخدمة، ففي بعض الأحيان تكون الإستimalات الواقعية أكثر فاعلية في موقف ما دون الآخر، وفي أحيان أخرى تكون الإستimalات الانفعالية أو العاطفية أكثر جدوى، وهذا يعتمد على طبيعة الجمهور المستهدف ومدى ما يتمتعون به من مشاركة في العملية الإقناعية، فضلا عن المستوى التعليمي كعامل محدد للاستجابة، وقد ينجح القائم بالعملية الإقناعية في مجال المصالحة الوطنية في دفع المتلقي إلى القيام بسلوكيات أو أفعال مؤيدة، حيث ينطوي عقل المتلقي على عدد من العوامل والتأثيرات قبل اتخاذ القرار المؤيد، ولذلك فإنه من الضروري مراجعة التأثير السيكولوجي ذاته، وتعد الاستمالة من أهم الأدوات السيكولوجية لاسيما وأن أفعال الفرد و سلوكه محكوم إلى أمد بعيد باحتياجاته ورغباته .

ويقوم نموذج التخطيط الإقناعي على فكرة أساسية مؤداها أن: التأثير في الاتجاهات يعتمد أساسا على توظيف الإستimalات الإقناعية الفعالة، على أساس أن الاتجاه عندما يبني على أساس سليم من الوعي والمعرفة تكون الاستجابة أكثر احتمالا، ومن ثمة يجب التوظيف الأمثل للبناء النفسي الاجتماعي لاستمالات الإقناع لمالها من دور مهم في التأثير على عمليات الانتقاء الإدراكي وعمق تمثيل المعلومات، والاتجاهات في التأثير على عمليات الانتقاء الإدراكي، فهي تمثل في نهاية العملية مثيرات لسلسلة من العمليات العقلية التي تعد مداخلات تنبؤية بالمخرجات السلوكية (شوان علي شبيبة، 2005، 143).

- إن تطوير الإستimalات في مجال المصالحة الوطنية يتطلب مجموعة من الخطوات أهمها :
- توفير المعلومات حول نمط الاستمالة المستخدمة وفقا لطبيعة الاستجابة المتوقعة.
  - أيضا الخصوصية الاجتماعية والسياسية لمتلقي الرسالة الإقناعية .
  - بالإضافة إلى توظيف المعلومات الثابتة المتغيرة لإخراج إطار مناسب للرسالة الإقناعية،
- وفيما يتعلق بالاتجاهات فلا بد من تحديد أهداف الإستimalات المستخدمة في الرسالة الإقناعية بالمصالحة الوطنية وطبيعة الموقف الاتصالي الذي توظف فيه، والعوامل الخاصة بالمتلقي وتحديد الجمهور المستهدف، فضلا عن الاستعانة بأراء الجمهور لانتقاء أفضل المصادر والقنوات الاتصالية لترويج الأفكار والمعلومات مع التركيز على دراسة الجانب التركيبي للرسالة الإقناعية و أهدافها. (شوان علي شبيبة، 2005، 1432).

#### 2-6-1- تعريف الاستمالة:

تقع تأثيرات العملية الإقناعية عن طريق توظيف استمالات البحث والتحفيز في ضوء علاقتها بتنظيم المضمون الإقناعي، ويعرف "شوان علي شبيبة" الاستمالة في كتابه "الإعلان بين النظرية والتطبيق بأنها: " منبهات ومثيرات ترفع في مستوى التحفيز سلبا أو ايجابيا بقبول توصيات أو توجيهات الرسالة الإقناعية"، كما يعرفها بأنها: "عملية الحفر التي تستهدف إثارة المشاعر المتعلقة بالخوف أو الأمان بين المتلقين بهدف الحصول على استجابة سلوكية معينة".

والاستمالة ما هي إلا تقنية اقناعية تستخدم وفقا لخصوصية الموقف الاتصالي، ويتميز بالتنوع والمرونة ومخاطبة العقل، أو المشاعر أو كليهما معا بهدف تحقيق نتائج معينة على مستوى الاتجاه والسلوك (شوان علي شبيبة، 2005، 143)؛ وهي العملية التي نقوم بها للتأثير في الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية والميول، والرغبات لتقبل ما نقدمه لهم من أفكار وآراء، أو القيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة (محمد منير حجاب، 2003، 260).

#### 2-6-2- أنواع الإستimalات :

تتوزع الإستimalات المستخدمة في الرسالة الإقناعية بين " الترهيب والترغيب" ومنها العاطفي ومنها العقلاني أيضا (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 1998، 85)، وتوجد ثلاث أنواع

من الإستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية هي: الإستمالات العاطفية، الإستمالات العقلانية وإستمالات التخويف، وسوف أعرض لكل منها على النحو الآتي :

## 2-6-2-1- الإستمالات العاطفية :

يذهب علماء الاجتماع إلى أن الجماعة تقبل الإستمالات العاطفية والوجدانية أكثر، وقال بعض الباحثين في أحوال الجماعات: إن الخطيب إذا خاطب العاطفة أَرْضَى ثمانين في المائة من السامعين و أثار أهمها منهم ( عبد العزيز شرف، 2003، 85 )، على أن أفضل الإستمالات إنما يحدده السياق الاتصالي للرسالة الإقناعية، والواقع أن فاعلية الإستمالات العاطفية تتوقف إلى حد كبير على إقناع الأفراد بالتفكير المنطقي في بعض الأمور التي تثار، ولكي تكون الحجج المنطقية فعالة فإنها يجب أن تعتمد إلى حد ما على استمالة دافع الفرد ( جيهان أحمد رشتي، 1978، 213 ).

وتعتمد الاستمالات العاطفية على : ( حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، 1998، 188 )

- استخدام الشعارات و الرموز: بتلخيص هدف الإقناع في صيغة واضحة و مؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها.

- استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه، الاستعارة، الكناية، وكل الأساليب التي من شأنها تقريب المعني وتجسيد وجهة نظر القائم بالإقناع، وكذا دلالات الألفاظ التي هي من أساليب تصريف المعني اعتمادا على الألفاظ المستخدمة باستخدام الكلمات والصفات والأفعال المحملة بالمشاعر. وكذلك يمكن استبدال كلمة بكلمة أخرى لها دلالة معنوية بانتقال الذهن من مفهوم اللفظ إلى ما يلازمه.

- صيغ أفعال التفصيل: أو استخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون الترجيح على هذا المفهوم.

- الاستشهاد بالمصادر: مثل التشبيه بمن هو أكثر شهره أو أعلى سلطة أو من يحضى بمصداقية عالية من جانب المتلقي.

- عرض الرأي على أنه حقيقة و ذلك رغم عدم الألفاظ و الإجماع عليها.

- استخدام غريزة القطيع: وذلك باستغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي تنتمي إليها و يمكننا أن نطلق عليها "العدوى النفسية".

ودراسة التأثير في مجال المصالحة الوطنية غالباً ما يرتبط بالمشاعر والانفعالات، وغالباً ما يستخدمها الممارسون في هذا المجال للإشارة إلى العلاقة ما بين الرسالة الإقناعية ومحددات الاستجابة به لها، ولإثارة الميول والرغبات لابد من: الاعتقاد بصحة ما يدعو إليه وقد قال "غوستاف لوبون" في كتابه "سيكولوجية الجماهير" في وصف قائد الجماعة: "إنه يكون مسحوراً بالفكرة التي صار إليها حتى استولت على نفسه استيلاء لا يرى معه إلا ما كان له منها، وأن كل ما خالفها وهم باطل" (غوستاف لوبون، 1997، 54).

ويجب أن يحس (القائم بالإقناع) بإحساس الجماعة ويشعر بشعورها يغضب لما يغضبها، ويفرح لما يفرحها، ألامها ألامه، ليكون الاتصال الروحي أداة تأثير فيها، ويستخدمه في استفزاز مشاعرها أو تهدئة ثائرتها وليملي عليها ما يريد من أراء، إذ أن ذلك الإحساس المشترك بينهما يجعله قادراً على إثارة ميولها وإصابة أهوائها.

## 2-2-6-2- الاستمالات العقلانية

وتعتمد مخاطبة عقل الملتقى وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتستخدم في ذلك: (حسن

عماد مكاي، ليلي حسن السيد، 1998، 190)

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية .

- تقديم الأرقام والإحصاءات.

- بناء النتائج على مقدمات .

- تنفيذ وجهة النظر الأخرى.

ولذلك يذهب **أرسطو** إلى أن الخطابة والمنطق يشتركان في طرق التقرير والبرهنة والتنفيذ، ولكن المنطق يستخدم على الأخص للوقوف على قيمة التعريفات في ذاتها، وبهذا يمكن أن يكون أداة للمعارف العلمية فلا أثر في المنطق لمزاعم الجمهور، بل السير فيه وراء هذه المزاعم خطأً، في حين تنظيم الخطابة بالمنطق تكون ذات أثر في جمهور معين ولا بد فيها من الملائمة بين العبارات والحجج وظروف الجمهور، وتظل العبارات منها ذات طابع منطقي في الأداء (عبد العزيز شرف، 2003، 106).

وتشير الدراسات الإعلامية المعاصرة إلى أثر أساليب عرض محتوى على الإقناع وإلى

الاعتبارات التي تؤدي إلى اختيار أسلوب معين لتقديم النص الإقناعي واستخدام نوع معين من

الإستمالات بما يتفق مع طبيعة الموضوع وخصائص الجمهور الملتقي. (حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، 1998، 193) .

## 2-6-2-3 - إستمالات التخويف:

من أهم التقنيات المستخدمة في المجال الإقناعي، ويشير إلى إثارة مخاوف أفراد الجمهور من الآثار السلبية لقضية ما أو موضوع معين بهدف تغيير الاتجاه نحوه، وتعد استمالات التخويف رسائل إقناعية توضح الأضرار الاجتماعية التي تترتب على عدم الاستجابة لمحاذاير الرسالة الإقناعية؛ والهدف من استخدام إستمالات التخويف ليس مجرد آثار الرعب بين المتلقين، لكن الشرح والتفسير وتقديم الحقائق الموضوعية المقنعة وصولاً إلى الاتجاه الإيجابي بالضغط على وتر الخوف كاستجابة انفعالية لما قد يهدد حياة الإنسان وأمنه وصحته، وهنا يؤكد "روجر" أن استمالات التخويف تعمل من خلال تصوير أو توضيح خطورة أو مضر مشكلة معينة، والتأكد على احتمالية حدوث هذه المضار والتعرف على الآثار الإيجابية للاستجابة الوقائية، وتتوقف تلك المتغيرات على مستوى التخويف المطلوب (شوان علي شيبية، 2005، 145) .

ويمكننا تمثيل ذلك في مجال المصالحة الوطنية بتوضيح أضرار و أخطار الوضع الأمني والسياسي الذي آلت إليه الجزائر، وكذا مخاطر عدم التصويت لصالح المصالحة الوطنية.

كما يشير مصطلح استمالة التخويف إلى مضمون الرسالة الذي يشير إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اقتناع المتلقي أو قبوله لتوصيات القائم بالاتصال، وسوف تنشط أمثال تلك الاستمالات درجة معينة من التوتر العاطفي، تزيد أو تقل وفقاً لمضمون الرسالة، وكثيراً ما تلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية إلى استخدام الوسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل. (جيهان أحمد رشتي ، 1978، 465)، وتؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

- شدة الإثارة العاطفية والتي تشكل حافز لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.
- توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار، وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة. (محمد منير حجاب ، 2003 ، 264) .

وينطوي بناء استمالات التخويف في مجال المصالحة على جانبين :

- يتمثل الأول في المحتوى التهديدي، ويسعى إلى توضيح الأضرار الناتجة عن عدم الاستجابة لرسالة المصالحة الوطنية، كما يعنى بتشخيص المخاطر التي تنطوي عليها الرسالة بحيث لا يتسرب للمتلقي الارتياح أو عدم الثقة.

- بينما يتمثل الجانب الثاني في المحتوى السلوكي، حيث ترتبط الإستمالات الفعالة بالمتطلبات السلوكية للرسالة الاتصالية على مستوى الكفاءة الذاتية والاستجابة الفعالة، حيث تتعلق الكفاءة الذاتية بتوقعات الجمهور المستهدف نحو متطلبات الرسالة الإقناعية، وترتبط فعالية الاستجابة بقدرة الرسالة الاتصالية على إزالة أو تقليل المحتوى التهديدي بما لا يؤدي إلى نفور المتلقي أو عزوفه عن تلك الرسالة.

ووفقا لنظرية " الفعل السببي " فإنه لتحديد الاتجاهات الكامنة للجمهور المستهدف حول الإستمالات التخويفية، فلا بد من التعرف على التأثير المرجعي للجماعات فضلا عن الاهتمام بالمعايير الذاتية. ( james prit jerold.,1995 , 65 )

وبالرغم مما تمثله استمالات التخويف من أهمية إلا أنها في المقابل تتسم ببعض السلبيات في بعض الحالات: وخاصة عند ما يكون حذر المتلقي غير كاف، وتعجز عن المساس بالتصورات الشخصية للمتلقي، وهنا تسيطر الاتجاهات القائمة بالفعل، وقد يؤدي إلى ازدياد النشاط العقلي للفرد بحيث يضطرب التفكير بدرجة تصيب المتلقي بعدم القدرة على استيعاب المضمون الفعلي للرسالة الإقناعية، وكذلك حدوث تغيرات غير مطلوبة على الاتجاهات، كأن يلجأ المتلقي إلى حلول بديلة لتهدئة التوتر، وفي بعض الأحوال تتجح الاستمالة في إثارة التوتر العاطفي لكنها تعجز على تحقيق التغيير المطلوب، نظرا لأن التأكيدات التي يقدمها القائم بالاتصال لا تتحقق، هنا يظهر المتلقي العداء نحو القائم بالاتصال وشك المتلقي في مقصد المرسل قد يقاوم التأثير الإقناعي بها (جيهان رشتي، 1978، 476 )

## 2-7- مضمون الرسالة الإعلامية وأساليبها الإقناعية:

استعرضت في الصفحات السابقة عنصرين من العناصر الأساسية في الرسالة الإعلامية وهما الإستمالات والإستراتيجيات، ومما لا شك فيه أن المضمون الإعلامي وأساليب تقديم الموضوع لها تأثير كبير على الإقناع، حيث تفيد الدراسات الحديثة في مجالات البلاغة وعلم النفس

والإتصال في استخلاص أساليب محددة لترتيب محتوى الرسالة بما يتضمنه من معلومات وحجج وأدلة وأمثلة بطريقة تساعد على تحقيق الهدف وهو الإقناع.

وفي هذا الصدد تروي بعض الأساطير أن الشمس والرياح تراهنتا على إجبار رجل على خلع معطفه وبدأت الرياح في محاولة كسب الرهان بالعواصف والرياح الشديدة، غير أن الرجل يزداد تمسكا بمعطفه وإصرارا على ثباته وبقائه حتى حل اليأس بالرياح فكفت عنه وجاء دور الشمس فتقدمت وبزغت وبرزت للرجل بضوئها وحرارتها التي أخذت تشتد شيئا فشيئا حتى خلع معطفه راضيا مختارا( نادر أحمد أبو شيخة، ، 1999، 181-182) ، هذا المثال يشير إلى الطريقة الأمثل للتعامل مع الرجل صاحب المعطف، وهذا المثال يساعدنا في ابتداء الأساليب الأنسب للتعامل مع الملثقى، والتي تتناسب ومعطيات كل موقف يحتاج لممارسة عملية الإقناع.

كما يوضح أن الإكرام والمضايقة توجب المقاومة وتورث النزاع بينما الإقناع والمحاوره يبقيان على الود والألفة ويقودان للتغيير بسهولة ويسر ورضا.

فالإقناع هو لغة الأقوياء وطريقة الأسوياء، وما استخدمه كمنهج إلا كان الاحترام والتقدير

نصيبه من قبل الأطراف الأخرى بغض النظر عن اقتناعه من عدمه. ([www.amjah.net](http://www.amjah.net))

وينبغي أن تتم عملية الإقناع بشكل مخطط ومدروس، فعند التخطيط لعملية الإقناع، فإن القائم بعملية الإقناع يهتم بتطوير الأسلوب الذي يراه مناسباً للتأثير في الطرف الآخر وإقناعه بما يريد، فبعض الجماهير يسهل إقناعها، وأخرى العكس، وأخرى وسط هاتين الفئتين، وكل فئة من هذه الفئات تحتاج لأسلوب مناسب لها، لكي يتم تحقيق الهدف المنشود من العملية الإقناعية.

ومعرفة الإقناع لخصائص وطبيعة الجمهور قد تعرض عليه استخدام أكثر من أسلوب، وتحديد أولويات البدء حسب كل موقف إقناعي، فمن الأسئلة الهامة التي يطرحها المرسل قبل عرض مضمونه الإعلامي للملثقى هي: هل يجب أن يبدأ بتقديم الحجج القوية أم يحتفظ بها حتى النهاية؟ وهل المضمون الذي يذكر هدفه محدد أكثر فعالية من المضمون الذي يترك هدفه ضمني ليستنتجه الملثقى، وغيرها من الأسئلة التي تشكل الإطار الأساسي لبناء الشكل النهائي للرسالة، وسأحاول فيما يأتي عرض ومناقشة هذه الأساليب التي يقسمها بعض العلماء إلى أساليب علمية وأخرى غير علمية:

## 2-7-1- الأساليب العلمية في عملية الإقناع:

### 2-7-1-1- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمناً:

قد يتساءل الكثير عن معنى الوضوح والضمنية كأسلوب للإقناع؟ والجواب هو كالتالي: الوضوح هو ذكر النتائج في الرسالة أما الضمنية فعلى العكس من ذلك وكما يدل عليها اللفظ: فهي عدم التصريح بالنتائج علانية. ( زهية سيدهم، 2004-2005، 130).

فلدرجة الوضوح في الرسالة أهمية كبيرة في إقناع المستهدفين، فكلما كانت الرسالة واضحة ولا تحتاج لجهد في تفسيرها واستخلاص النتائج أصبحت أكثر إقناعاً لدى أنواع معينة من الجماهير خاصة محدودي التعليم، بينما يمكن أن يؤدي وضوح الرسالة مباشرة إلى عدم إقناع أنواع أخرى من الجماهير وربما مقاومتها بعض الأحيان، لأنهم قد يشعرون بأنها تستخف بقدراتهم العقلية وقدراتهم العلمية والمعرفية خاصة المتعلمين والمتقنين ثقافة عالية، وغموض الرسالة ووجود أهداف تضمينية فيها، يترك للمتلقي الفرصة لكي يعمل ذهنه ويستنتج الهدف بنفسه وقدراته، ويشعر بالاحترام من قبل المرسل بما يساعد على تحقيق الهدف المنشود من الرسالة.

ويشير كل من "حسن عماد مكاوي" و"ليلي حسين السيد" في كتابهما الاتصال ونظرياته المعاصرة" أن الإقناع يكون أكثر فعالية عندما نذكر أهداف الرسالة أو نتائجها بوضوح، بدلاً من نترك للجمهور عبئ استخلاص النتائج بنفسه، وفي هذا الإطار وجد الباحثان "هوفلاند"، و"ماندال" أن نسبة الأفراد الذين عدلوا اتجاهاتهم لما يتوافق مع أهداف الرسالة بلغت الضعف حينما قدم المتحدث نتائجهم بشكل محدد، وذلك بالمقارنة إلى نسبة الذين غيروا اتجاهاتهم بعد أن تعرضوا لرسالة ترك المتحدث نتائجها ليستخلصها. (حسن عماد مكاوي ، وليلي حسين السيد ، 193، 1998).

وهذا ما أكدته "كاتز و لازاسفيلد"، حيث وجدوا أنه كلما كان الاقتراح الذي يقدمه القائم بالاتصال محددًا، ازداد احتمال إتباع النصيحة، ونجد أن هذه الاعتبارات تذهب إلى أبعد من مجرد مشكلة الوضوح والضمنية وهي تتوقف على ظروف أخرى كثيرة مثل:

- مستوى نكاه وتعليم المتلقي.

- درجة صلة الموضوع بالمتلقي وأهميته.

- نوع القائم بالاتصال.

فنسبة ذكاء الملتقى تعتبر عاملا هاما للإقناع، حيث يمكنه استخلاص الهدف ضمنا إذا كان يتمتع بالذكاء، في حين قد لا ينجح وحده في الوصول إلى النتائج الصحيحة إذا كان أقل ذكاءا، كذلك الأمر إذا كان الملتقى مهتما بالموضوع وإذا كان الموضوع هاما بالنسبة له، هذا يجعله يدقق ويتمتع في فحص حجج القائم بالاتصال ونتائجه، مما ينبغي إمكانية استخلاصه النتائج أمر وارد، وفي حالة أخرى ربما يكون من الأفضل تقديم النتائج بشكل محدد إذا كان الموضوع معقدا.

نستنتج مما سبق أن الرسالة تقدم سلسلة من الحجج المعقدة وغير المألوفة عن الموضوعات الغير شخصية للأفراد الأقل ذكاءا، تصبح أكثر فعالية حينما تقدم نتائجها بشكل محدد عما إذا تركت الجمهور يخرج بنتائجه لوحده.

## 2-1-7-2- تقديم الرسالة لأدلة وشواهد:

إن الاعتماد على الأدلة والشواهد يعد من الأساليب التي تحقق الإقناع وتضفي الشرعية على الرسالة لا سيما إذا كانت ذا طابع علمي، فيلجأ أغلب القائمين بالاتصال إلى تدعيم رسائلهم الإقناعية بتقديم أدلة وعبارات تتضمن معلومات واقعية وآراء منسوبة إلى مصادر أخرى ويمكننا تقديم بعض التقييمات حول تقديم الأدلة والشواهد منها:

يرتبط استخدام الأدلة والشواهد في الرسالة بإدراك الملتقى لمصادقية المصدر فكلما زادت مصادقية المصدر قلت الحاجة لمعلومات تؤيد ما يقوله.

- تحتاج بعض المعلومات لأدلة كثيرة من غيرها وخاصة لتلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للملتقى.

- يقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع أي دليل.

- تقديم الأدلة يكون أكثر تأثيرا على الجماهير الذكية أي أولئك الذين يطمحون إلى إثبات للأفكار المعروضة عليهم.

- يتوقف تأثير الدليل على ما إذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحا أو غير صحيح وعلينا أن ندرك أن الدليل الذي يقدم حقائق غير الدليل الذي يقدم آراء، فتأثيرهما مختلف، والواقع أن هذا الاحتمال لم يخضع للدراسة في الأبحاث التي تناولت الأسانيد على الإقناع (حسن عماد مكوي ، وليلى حسين السيد، 1998، 194-195).

ونخلص في النهاية أن الدليل الذي يقدم حقائق يختلف عن الدليل الذي يقدم آراء، فتأثيراتهما تختلف.

### 2-7-1-3- عرض جانب واحد من جوانب الموضوع أو عرض الجانبين المؤيد والمعارض:

يقوم هذا الأسلوب على عرض الآراء المتعددة للموضوع الواحد و الكشف عن كافة أوجه النظر المتعلقة به، وعرض الآراء المؤيدة والمعارضة للفكرة أو للموضوع. وينبثق هذا الأسلوب على مجموعة من النقاط التي يمكن الاعتماد عليها في تقديم الرسالة الإقناعية، وذلك بالاعتماد على طبيعة و نوعية وخصائص المتلقي:

- من يؤدي عرض الجانب المؤيد لرأي المتلقي إلى تدعيم رأيه والحصول على تفاعله مع فكرة المرسل.

- الرسالة التي تعرض جانبا واحدا من الموضوع تكون قادرة على إقناع الأفراد ودفعهم إلى تبني وجهة النظر المعروضة .

- تزداد احتمالات النجاح في عملية الإقناع عند تقديم الرأي المؤيد والمعارض معا، بالنسبة للفرد الخبير، فعندما يقوم المرسل بعرض وجهتي النظر بجهد يمكن أن يكون التأثير والإقناع القوي، ويصبح لدى المستقبل لوجهة النظر درجة أعلى من القناعة من وجهات النظر المضادة بعد ذلك.

فمنذ أكثر من ألفي عام مضى وجه "أرسطو" النصح إلى الخطباء لمواجهة الآراء المعارضة بالتنفيذ المباشر قبل البدء في عرض وجهة نظر جديدة، وقد أخذ الخطباء من بعده النصيحة وفي عام 1951 أكد "فيينا نس" على ضرورة الاعتراف بالآراء المعارضة والمؤيد عليها.

وقد اكتشف "هوفلاند" و " شيفيلد" عام 1949 أن تقديم وجهة النظر المؤيدة فقط أكثر تأثيرا في إحداث التحول في حالتين:

أ/ حينما يكون المستمع متقفا أساسا مع الرأي الذي يدعو إليه المتحدث.

ب/ حينما يكون المستمع قليل الحظ من التعليم.

بينما يكون تقديم وجهتي النظر أكثر تأثيرا في الحالتين الأخريتين أي:

أ/ حينما يكون المستمع معارضا أساسا لرأي القائم بالاتصال.

ب/ حينما يكون المستمع على قدر كبير من التعليم.

وقد أضاف "لمزدين" و "جانسين" في 1953 في هذه الدراسة بعدا جديدا بمقارنة تأثير عرض وجهة النظر المؤيدة وحدها، وعرض وجهتي النظر عندما تتلوها رسالة معارضة، وقد أثبتت الدراسات أن عرض وجهتي النظر يحمي الرأي الجديد الذي اقتنع به الفرد من تأثير أي رسالة إعلامية معارضة تأتي بعد ذلك. (على عجوة، 1986، 203-204)

وقد أضافت الدراسات التالية عنصرا جديدا إلى جانب الموقف المبدئي للفرد ومستواه التعليمي هو شخصية القائم بالاتصال، فقد أكدت التجارب أن تأثير الحجج المقدمة إلى الأفراد لا تتوقف فقط على مدى الثقة في المتحدث على الإقناع والاستمالة للفوز بموافقة المستمعين على ما يسوقه إليهم.

وعندما تقدم مضمونا متصلا بالسياسة للصفوة أو صانعي القرار أو الإعلاميين من الأفضل تقديم كل جوانب الموضوع.

وتؤكد "جيهان أحمد رشتي" بأن تقديم جانب واحد للموضوع أكثر فعالية حين يحاط الجمهور علما بنية القائم بالاتصال في إقناعه، وحين يكون اتجاه الجمهور إيجابيا نحو المصدر، وحين لا يكون مدركا للحجج المضادة، وحين يكون الهدف مجرد إحداث تعبير مؤقت في الرأي (جيهان أحمد رشتي، 1978، 486-494).

#### 2-7-1-4- ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة:

يقوم هذا الأسلوب على ترتيب الحجج والأفكار بطريقة منطقية ومبنية إحداهما على الأخرى، فهناك أنواع من الجماهير تحتاج إلى تحليل الأفكار المطروحة في الرسالة وبيان حجمها ويؤخذ بعين الاعتبار عند ترتيب الحجج والبراهين والأدلة عرض الحجج الأقوى في البداية ثم التدرج في عرضتها حتى الحجة الأضعف، لأن المتعرض للرسالة يظل طوال الوقت يقارن بين الحجة الأولى "الأقوى" والحجج الأخرى "الأضعف"، ويظل طوال الوقت مستقر على قبول الحجة الأولى، أي أن الحجج التالية للحجة القوية تكون عاملا مساعدا في تعزيز الحجة الأقوى "الأكثر تأثيرا على المتلقي"

إن إثارة الاحتياجات، ثم تقديم الرسالة التي تشبع تلك الاحتياجات تكون أكثر تأثيرا من تقديم المحتوى المقنع، وهنا يتعين على المرسل تقديم الحجج المؤيدة أولا لأن ذلك سيقوي موقعه، ويدفع

المتلقي نحو رفض الحجج المعارضة التي سوف تأتي بعد إقناعه بالحجج المؤيدة التي وردت في البداية.

ولكي تكون الحجج التي تتضمنها الرسالة الإقناعية فعالة، لا بد أن تكون منظمة ومرتبطة بصفة تكون أكثر إقناعاً، فالسؤال المطروح هو: متى تكون الحجج مقنعة؟ عندما تقدم في أول الرسالة أم تلك التي تقدم في آخر الرسالة.

وللإجابة على هذا السؤال يجب أن يقرر القائم بالاتصال ما إذا كان سيقدم حججه الأساسية في البداية أم يحتفظ بها للنهاية، هذا في حالة تأييد الرسالة لوجهة نظر معينة وفي الحالة الثانية حين يعرض القائم بالاتصال جانبي الموضوع المؤيد والمعارض، وهنا يختار بين الإتيان بحيث يكون عرض أحد الموضوعين مؤثراً على الرأي.

أ/ حينما تقدم جانباً واحداً فقط للموضوع:

يشار إلى الرسالة التي تترك أقوى وأهم الحجج حتى النهاية بأنها تستخدم ترتيب الذروة، حيث تؤمن بأن تأثير ما يقدم في النهاية أقوى، وهي عكس الرسالة التي تقدم الحجج الرئيسية في البداية والأضعف في النهاية فهي تتبع ترتيب عكس الذروة، وهنا أظهرت الدراسات نتائج متعكسة فبينما يعترف بعضها بتأثير الحجج التي تقدم في بداية الرسالة وفعاليتها في الإقناع تؤكد الأخرى العكس.

وفي هذا الصدد يقول " هاري ميلز " إن الرسالة الحقة هي ما يتذكر الشخص الآخر، لا ما تتفوه به أنت " (هاري ميلز، دس، 152).

فتغيير الاتجاهات تتوقف على مقدرة المتلقين على فهم المضمون وترتيب الذروة أفضل بالنسبة للموضوعات المألوفة للجمهور والموضوعات التي يهتم بها، ولكن ترتيب عكس الذروة يكون أفضل بالنسبة للموضوعات غير المألوفة حينما يكون الجمهور مهتماً، فحينما يكون المتلقي غير مهتم بالموضوع يجب لفت انتباهه وإثارة اهتمامه بعرض الحجج القوية والأكثر إثارة للاهتمام في البداية لكن عندما يكون لدى المتلقي حب الاستطلاع ورغبته في معرفة الموضوع فإن إعطاء الحقائق الهامة في البداية سوف يقلل من اهتمامه.

ب/ حينما يقدم جانبي الموضوع على التوالي:

وجد "هوفلاند" وزملاؤه في إثارة الاحتياجات؛ أن تقديم مواد إقناعية لها علاقة بتلك الاحتياجات أكثر فعالية من تقديم المواد المقنعة أولاً، ثم إثارة الاحتياج إليها بعد ذلك.

كما أظهرت الدراسات أنه إذا قدم القائم بالاتصال في رسالة واحدة حججاً متناقضة فالمواد التي تقدم أولاً لها تأثير أكبر على المتلقي وبإعطاء جانبي الموضوع المؤيد والمعارض يستطيع أن يحقق تغيير أكبر على آراء الجمهور في الناحية المطلوبة، إذا قدم الحجج المؤيدة أولاً فالجمهور بعد أن يهياً لقبول الحجج المؤيدة ستقوى هذه الحجج موقفه بحيث لن تستطع الحجج المعارضة تغييره إلا إذا كانت هامة جداً.

ومن هنا نشير أنه ليست هناك قاعدة أو قانون عام لترتيب الحجج في عملية الإقناع، ولكن علينا أن نفهم على الأقل الظروف التي يفضل فيها استخدام ترتيب بدلا من الآخر.

#### 2-7-1-5- استخدام الاحتياجات والاتجاهات الموجودة:

يعتمد هذا الأسلوب على التعرف على احتياجات واتجاهات وأهداف المتلقي، والتركيز على تلك الموجودة لديه أصلاً، حيث يعتمد عليها تكوين بنية الرسالة الاتصالية الإقناعية "حسب هذا الأسلوب"، واستخدام تلك الاحتياجات والاتجاهات والأهداف في صياغة الرسالة الاتصالية يساعد كثيراً في تهيئة المتلقي لقبول المضمون الذي يسعى القائم بالاتصال لإيصاله للمتلقي.

إن الاعتماد على الاحتياجات والاتجاهات والأهداف كمدخل لإقناع المتلقي يوفر الكثير من الجهود المبذولة لتكوين الاحتياجات وأهداف جيدة، لأنها تكون نابعة منه أصلاً، إذ يتلقى الأفكار الجديدة وكأنها نابعة منه أصلاً.

فاقتناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب أن ينطلق من إحساس الفرد بأن هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف كان لديه من قبل أو بدأ التفكير فيه من قبل على الأقل.

وقد تناولت الدراسات هذا الموضوع كثيراً نظراً لأهميته ومقدرته على تغيير اتجاهات الجمهور إلى الموضوع والمواقف الجديدة، حيث يشير علماء الاجتماع والعلاقات العامة والسياسة إلى أن الأفراد أكثر استعداداً لتحقيق احتياجاتهم الموجودة، عن تطويرهم لاحتياجات جديدة عليهم تماماً فالفرد يكون أكثر استعداداً للاستماع إلى الرسالة الإعلامية التي تحقق احتياجات قائمة لديه فعلاً، عن الرسالة التي تسعى لخلق احتياجات جديدة، فكلما كان الرأي أو السلوك الذي تقترحه

الرسالة يبدو للمتلقي على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، زاد احتمال تحقيقها للتأثير المطلوب. (جيهان أحمد رشتي، 1991، 161)

وفي هذا الصدد نؤكد أنه كلما تم ربط الرسالة السياسية باحتياجات الفرد كاحتياجاته للسلم والوثام... الخ، كلما زاد من احتمال تغيير سلوكه واحتياجاته.

وتدعم أبحاث الاتصال هذه الدراسات وتشير إلى أن الرسالة تصبح أكثر فعالية حينما تجعل الرأي والسلوك الذي تعرضه يبدو للجمهور على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، وعلى العكس من هذا فإن خلق احتياجات جديدة وإجبار الجماهير على إتباع أسلوب لإشباعها يعتبر مهمة أكثر صعوبة (حسن عماد مكاوي، 1998، 197)، كما يؤمن بعض الدراسيين والباحثين في مجال الإعلان بأن فعالية الإعلان ترجع أساسا لاهتمامه المطلق بربط الرسائل بالاتجاهات القائمة، وقد لاحظ "لازار سفيلد" و "ميرتون" أن الإعلان يميل إلى استغلال أنماط السلوك والاتجاهات السائدة، ونادرا ما يسعى إلى غرس اتجاهات جديدة أو خلق أساليب جديدة تماما .

#### 2-7-1-6- التكرار بالتنوع وتأثير تراكم العرض:

يعد التكرار من العوامل التي تساعد على الإقناع، ويمكن أن يؤدي تكرار عرض الرسالة إلى تعديل الاتجاهات العامة للجمهور نحو أية قضية أو موضوع، إلا أن التكرار في بعض الأحيان قد يسبب الضيق والملل للمتلقي، وهذا يدفع المرسل لتكرار رسائله باستخدام أساليب متنوعة ومتجددة وجذابة، وتقيد التجارب بأن من تعرض لنفس المضمون بأكثر من أسلوب، وأكثر من سبب أو مبرر أكثر استعدادا للاقتناع من الذين تعرضوا لنفس المضمون بنفس الأسلوب ونفس المبررات. إذن؛ فاحتمالات الاقتناع عن طريق التعرض المتراكم للموضوع أكبر من احتمالات الاقتناع نتيجة التعرض لنفس الموضوع مرة واحدة، وتكرار الرسالة يعد عاملا مهما من عوامل الإقناع، وهذا ما تقوم به الحملات الإعلانية التي تعتمد على تكرار الرسالة الإعلانية، وقد برزت في هذا لمجال دراسات لعديد من العلماء والباحثين "جوبر"، "روز" و"جوزيف" وغيرهم، إلا أن التكرار قد يبعث الملل في نفس المتلقي من موضوع الرسالة فيتلاشى تأثيره تدريجيا، مما يتطلب التوجه نحو التكرار مع التنوع، حيث أكدت الدراسات التي أجراها "بارتليت" أن تكرار الرسالة بالتنوع يقوم بتذكير المتلقي باستمرار بالهدف من الرسالة، وفي نفس الوقت إلى احتياجاته ورغباته (حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، 1998، 193).

لذلك كان من الأفضل عند تخطيط حملات التوعية تقسيم الموضوع إلى أفكار رئيسية وأفكار فرعية، ثم تناول كل فكرة محددة في رسالة وتكرارها لعدد محدود من المرات، ثم الانتقال لفكرة أخرى، ويتطلب هذا جمع معلومات متكاملة حول القضية، ومعالجة الأبعاد المختلفة بشكل يتسم بالتكامل وبأساليب متنوعة في التقديم. (جيهان أحمد رشتي، 1978، 161).

#### 2-7-1-7-2- تأثير رأي الأغلبية:

وجد "لازارسفيد" وزملائه أن نسبة كبيرة من سكان منطقة "إيري" ذكروا أن معرفتهم أن "روزفلت" سوف ينتصر في نتائج الانتخابات الأولية التي سمعوا جعلهم يصوتون في صالحه (ذهبية سيدهم، 2005، 135)، فالمعلومات التي تتفق مع الرأي السائد يزيد من احتمال تأييد الآخرين لها، في حين أن الرسائل التي تردد رأي الأقلية لا يحتمل أن تجذب المؤيدين، فكلما بدت المعلومات وكأنها تتفق مع الرأي السائد ازداد احتمال قبول الفرد لها، فضلا على ذلك نجد أنه كلما بدت الرسالة وكأنها تعكس رأي الخبراء زاد تقبل الجمهور لمضمونها، فالفرد يكون أكثر تقبلا للسلوك أو الرأي باستخدام عبارات "الكل يجمع"، "الكل يرى". (جيهان أحمد رشتي، 1978، 161)

وقد أظهرت نسبة كبيرة من الأبحاث أن الجماهير تعتقد بعض الآراء لأنها تؤمن بأن تلك الآراء تتفق مع رأي الأغلبية أو الرأي الشائع، وهذا ما يؤكد بأن طبيعة الاتصال ونجاحه يتأثر بالظروف التي يتلقى فيها الفرد المعلومات.

وفي هذا الصدد نجد أن المواضيع السياسية مواضيع معقدة ومتشابكة تتطلب استشارة الخبراء والمتخصصين لإيضاحها وتقديم معلومات حولها، وذكر الإجراءات اللازمة اتخاذها عند التعامل معه، وهي أمور تستلزم على القائم بالاتصال إدراجها في رسالته الإعلامية لتزداد مصداقيتها، ومن ثمة يزيد تقبلها من طرف الجمهور وهي تمثل رأي الأغلبية.

#### 2-7-2- الأساليب غير العلمية في عملية الإقناع:

يستخدم بعض رجال الإعلام من صحفيين ومعدنين للبرامج ومقدمين، وكذلك خبراء الدعاية بعضا من الأساليب غير العلمية، والتي تنشر بشكل أكبر في مجال الصحافة والتلفزيون يوجزها " عبد الله محمد الغوشن" في كتابه " كيف تفقح الآخرين" في ما يأتي: (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 89)

1- التحيز: يقوم المصدر (مصدر المادة الإعلامية) بالتأييد لموقف أو قضية ما لمجرد التحيز لأحد الأطراف أو للقضية ذاتها، بعيدا عن المنهجية أو الحياد المطلوب، ويهدف من ذلك التحيز إقناع المتلقي برأيه، أو فكرته المطروحة، والتحيز قد يكون للحكومات أو للأشخاص كمشاهير العلماء والمفكرين والمنتخبين، وأحيانا التحيز للنوادي والجمعيات والأحزاب أحيانا.

وفي هذا الموضوع التحيز يكون اتجاه موضوع المصالحة الوطنية إما بالإيجاب أو بالسلب، بمعنى أن القائم بالاتصال يحاول إقناع المتلقي برأيه اتجاه المصالحة الوطنية، بالتأييد إذا كان مؤيدا وبالمعارضة إذا كان معارضا.

2 - التعميم على غير أساس علمي كقول كل الشعب ينتخبون ذلك الرجل، أو القول بأن كل الشعب ينتخبون على ميثاق السلم والمصالحة الوطنية "بنعم"، وهنا فلا يمكن أن تتفق آراء جميع أفراد المجتمع مع اختلاف طبقاته ومستوياته التعليمية والاجتماعية حول قضية سياسية تهم المجتمع، وإطلاق التعليم من غير دليل لا يعد أسلوبا علميا للإقناع.

3- اقتباس فقرات دون دقة ونقل عبارات وأفكار لا تنطبق على الفكرة أو الموقف، والاستشهاد بها دون التحقق من تأييدها، وذلك لأجل التأثير وإقناع المتلقي.

4- الاعتماد الكلي على صياغات إنشائية غير دقيقة ومحددة، لا تقدم الصورة الصحيحة لذلك الخبر أو الموقف، فاللعب في استخدام الألفاظ والعبارات وإتقان المهارات اللغوية لإقناع القارئ بها أحد الأساليب المشهورة والتي تنتهج في كثير من الصحف العربية والأجنبية.

5- الاستغلال السيئ للجوانب الدينية، كالاستشهاد بجزء من الآيات الكريمة أو مقاطع من الأحاديث الشريفة، ونقل بعض أقوال العلماء المشهورة ومحاولة المحرر توظيفها في تأييد الخبر وتسخيرها لخدمة الموقف حتى يحصل على اقتناع القارئ.

6- المبالغة في التخويف والترهيب، فأسلوب الترغيب والترهيب لما يستخدم استخداما سيئا لا يؤدي الغرض الذي وضع من أجله، وذلك بسبب الإكثار منه والمبالغة فيه، فمثلا المبالغة في الترهيب بذكر النار والعقاب المنتظر يؤدي إلى اليأس عند المتلقي، كما أن المبالغة في الترغيب بالعفو

المطلق وبالنعيم الدائم يؤدي إلى التساهل والاستهانة بأمر ما وبالتالي لا يحصل اقتناع المستقبل في كثير من الأحيان.

7- التركيز على النواحي العاطفية، فأحيانا يقوم بعض الخطباء والصحفيين بمحاولات مكثفة لاستدراج عاطفة الجمهور نحو قضية ما، قد تكون دينية أو سياسية مع غياب جانب التعقل والمنطق، وذلك من أجل التأثير على الرأي العام وإقناعه ومن ثمة كسبه، وإن كان ذلك مجديا في الدعايات السياسية فإنه يعتبر أسلوبا ونهجا غير علمي في المجال الإعلامي، لأن الإعلام يعتمد أساسا على الحقائق والمعلومات، لا مجرد العاطفة.

## 2-8- بعض الأساليب الإقناعية في الإذاعة والتلفزيون:

الإذاعة والتلفزيون تقدمان كل يوم ساعات طويلة من الأخبار المنوعة والبرامج التي تسعى من خلالها لكسب أكثر المستمعين والمشاهدين، وذلك بتحقيق رغباتهم وهواياتهم وتطلعاتهم الثقافية، وإشباع نهمهم الفكري، وتحقيق ألوان من التسلية والإمتاع إلى جانب الإقناع. (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 62).

وأساليب الإقناع في الإذاعة والتلفزيون تأخذ اتجاهين، أحدهما يخص المذيع أو المقدم، والآخر يخص المواد المذاعة والمرئية، حيث يلعب صوت المذيع دورا مهما في الإقناع، كرفع الصوت عند الاستفهام، والتعصب وانتقاء الألفاظ القادرة على إثارة مناظر حية بأكملها في ذهن المستمع (نوال محمد عمر، 1984، 123).

كما أن من أساسيات الإقناع في المواد الإذاعية والتلفزيونية علم المقدم بنفسية المستمعين والمشاهدين الذين يوجه إليهم حديثه، وسبيل ذلك الإلمام بشئ من علم النفس الاجتماعي حتى يتعرف على طبائع النفوس وعواطفها، ويعلم ما يثير المجتمع أو يهدئه، وما يرضيه أو يغضبه، واقتناع المذيع بما يقوله يعكس اقتناع المستمع، وكذا طريقة الوقوف أو الجلوس لا بد أن تتناسب مع المادة المقدمة، وهز الرأس إلى الأسفل يوحي بالاقتران، ومن المهم أن يستخدم المقدم سواء في الإذاعة أو التلفزيون حركات اليدين في التعبير، ولتعبيرات الوجه كذلك دورهم في الإقناع والتأثير. أما فيما يخص النصوص فلا بد من استخدام عنصر التشويق في الأخبار، وهو أسلوب للإقناع، حيث تقدم البيانات التي لها ثقل خاصة في المجال السياسي، لأن المستمع لما يسمع الخبر

لأول مرة فإنه يترك فيه طابعا أو شعورا معيناً خصوصاً إذا كان لديه شعور مسبق بمصادقية هذه القناة أو الإذاعة .

كذلك تسعى الإذاعة والتلفزيون إلى استخدام أسلوب الاستعانة بالأكاديميين لعرض تحقیقاتهم وأرائهم الإخبارية، وهؤلاء طبعا ليس لهم علاقة لا بالإذاعة ولا بالتلفزيون من أجل الإيحاء للمستمع بصدق الخبر وتأكيدة تقوم بالاتصال بمراسليها في الخارج والذين وقفوا على الحدث نفسه لتقديم المزيد من التوضيح والتعليق.

ولا ننسى أسلوب صياغة الخبر وما له من تأثير مهم جداً، وكذلك الاستعانة بالصورة الحية، وأيضاً الجدية والرزانة في تقديم الخبر واستضافة المسؤولين ورجال الفكر للتعليق على بعض الأخبار وتحليلها.

والبرامج الإذاعية والتلفزيونية تشمل الأركان المختلفة والندوات والمقابلات، وقد ينفرد برنامج بأسلوب معين، ولكن غالبية البرامج تتخذ أساليب مشتركة في الإقناع، حيث تعتمد أكثر البرامج على الحقائق والإحصائيات والأرقام، وأسلوب الإقناع فيها يكون في الإثبات بالحجة والبرهان العقلي والتكنولوجي، لأنها لا تستمد قوتها وتأثيرها من عوامل الإقناع في مادتها التي تقدمها، وكذلك الاستعانة بالمشاهد والصور المختلفة، فالصور الحية تعد أحد الأساليب الجيدة في تأكيد المعلومة والاقتناع بها. (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 67).

ولأسلوب الإخراج دور أيضاً في التأثير والاستمالة والإقناع، فالخدع السينمائية وتطور التكنولوجيا تساهم فيه إذا ما استخدمت استخداماً صحيحاً، فلغة الكاميرا تعتبر من أساليب الإقناع. (كرم شلبي، دون سنة ، 66).

## 2-9- بعض الأساليب الإقناعية في مجال الدعاية:

بما أن الدعاية هي "فن إقناع الجماهير ليتبنوا فكرة ما، أو اتجاهها، أو سلوكاً ليسلكوا سلوكاً ما كانوا ليفعلوه بدون الجهود الاتصالية المبدولة في سبيل ذلك". (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 73) وهي "محاولة التأثير في عقول الناس، ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين، وزمن معين". (عبد اللطيف حمزة، 1978، 159)

فإن الدعاية تعتمد على التأثير والتغيير، بل هي فن إقناع الآخرين بأن يسلكوا في حياتهم سلوكاً معيناً.

وبما أن أصحاب الدعايات يستخدمون الوسائل الإعلامية للوصول إلى مآربهم من إذاعة وتلفزيون وصحافة ومعارض ونشرات ومقابلات.

فإن للإقناع في مجال الدعاية أساليب كثيرة، منها ما يتعلق بالوسيلة المستخدمة في بث الدعايات وتوصيلها، ومنها ما يتعلق بالقائم ببث الدعاية من حركات اليدين والعينين ( أنظر أساليب الإقناع في الإذاعة وتلفزيون).

ومن الأساليب المرتبطة بمضمون الدعاية ما يأتي :

#### أ - أسلوب التكرار:

وهو من أهم أساليب الدعاية التجارية والسياسية، فلقد اهتمت الدعاية البريطانية والألمانية بهذا الأسلوب في مجال السياسة والحرب الباردة.

وللتكرار أغراض منها: استمالة المستمعين والرأي العام لإتخاذ موقف يميل إلى الهدف المرسوم، وخلق عادة فكرية لدى المستمع. (أحمد طاهر، 272، 1980)

#### ب - أسلوب الكذب والاختلاف:

وهذا الأسلوب يكون بالتحريف أو التزييف أو الحذف أو البتر، وكل ذلك يندرج في أسلوب الكذب، فقد تقوم وسائل الإعلام بتقديم مع بتر جزء مهم منه مما يغير المعنى إلى العكس تماما.

#### ت - أسلوب الاستضعاف والاستعطاف:

وقد استخدمه الألمان في الحرب العالمية، أين كانت ألمانيا تتأشد الشعوب الخارجية العطف على النساء والأطفال الذين أصيبوا في الغارات الجوية، وفي نفس الوقت كانت تظهر الحصار البريطاني في صورة عمل غير إنساني، وذلك بمخاطبة المشاعر والعواطف (عبد الله محمد الغوشن، 76، 1996)، وكثيرا ما تستخدمه الصهيونية واليهود أمام الرأي العام الأمريكي والأوروبي ضد الدول العربية والإسلامية كقولهم "أعطونا لنعيش". (عبد الله حمزة، 165، 1978)

#### د - أسلوب الشعارات:

وهو عبارة عن كلمات تصدر عن زعماء كبار تتناقلها الوسائل الإعلامية للتأثير على المستمعين والمشاهدين والقراء. (عبد الله محمد الغوشن، 77، 1996).

## 2-10- العلاقة بين الإقناع والاتصال :

من الأمور التي قد لا يدركها الكثير من الناس عمليات الاتصال بين أفراد المجتمع بعضهم ببعض بأنها ضرورة من ضرورات الحياة، فالإتصال يربط الأفراد بما يجري حولهم في بيئتهم ومجتمعهم، ويؤثر على الأفراد الآخرين في مواقفهم وآرائهم و أنماط سلوكهم.

والإتصال يعزف على أنه عمليات التبادل المعلومات والحقائق و الأفكار و الآراء بين طرفين بقصد تحقيق الفهم المشترك بينهما( عبد الله محمد الغوشن، 1996، 19 ) .

فقد أكدت التجارب أن الإنسان لا يستطيع العيش دون اتصال فترة طويلة، لأن الإتصال يحقق له وجوده ككائن اجتماعي، كما أكدت الدراسات العلمية أن الإتصال هام وحيوي لعمل كل جماعة إنسانية تنشئ تحقيق مصالحها و أهدافها وللمحافظة على وجودها وحضارتها.

والعلاقة بين الإتصال الإقناع قديمة ووثيقة، فتاريخ الإتصال الذي يمتد إلى كتابات البابليين والمصريين قبل القرن الخامس قبل الميلاد، والذي يزيد عمره على 1500 سنة (برنت روبن، 1412، 93)، حيث ظهرت خلال تلك السنين نماذج عديدة للإتصال، وبتحليل تلك النماذج ظهرت عدة تغيرات ومفاهيم وكانت من أهم أساليبها البلاغة والبيان، وتطورت الاهتمامات والمفاهيم لتشمل حديث العام والخاص والتسليية إضافة إلى الإقناع.

فالإقناع هو أحد الاستخدامات الأساسية للإتصال وليس عملية مستقلة، لأجل هذا يوصف الإقناع بأنه عملية اجتماعية تماما كالاتصال والفرق بينهما هو أن الإتصال عملية اجتماعية أساسية بينما الإقناع عملية اجتماعية ليست أساسية بل ثانوية.

ويمكننا التفريق بين العمليتين بتحديد المواصفات التي ينبغي توافرها من أجل أن عملية الإتصال ما هي عملية إقناع أيضا فلقد تمكن بعض الباحثين من الإشارة إليها أو تحديدها بأربع نقاط، وهي : (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 12)

1- إذا قامت عملية الإتصال على محاولة متعمدة وواعية من أحد الأفراد والجماعات لتغيير سلوك فرد آخر أو جماعة أخرى من خلال رسالة أو أكثر، وجهها الطرف الأول إلى الطرف الآخر فيمكن اعتبار هذه العملية عملية إقناع و ذلك لوجود عنصر عمد المحاولة الواعية .

- 2- إذا أدى الاتصال إلى تغيير في السلوك عند الفرد المستهدف أو الجماعة المستهدفة مع وجود النية المقصودة في ذلك فيمكن اعتبارها عملية إقناع .
- 3- إذا أمكننا الحكم على نتائج الإقناع بتحديد درجة نجاح في إحداث التغيير المطلوب أو تحديد فشله في إحداثه، فيمكن أن نصف هذه العملية بعملية إقناع كذلك.

## الفصل الثالث: الصحافة المكتوبة والإقناع

### تمهيد

- 3-1-1- أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة
- 3-1-1-1- أهمية الصحافة المكتوبة.
- 3-1-2- خصائص الصحافة المكتوبة.
- 3-2- وظائف الصحافة المكتوبة
- 3-2-1- الوظائف العامة للصحافة المكتوبة.
- 3-2-2- الوظائف السياسية للصحافة المكتوبة
- 3-3- أنواع وتصنيفات الصحافة المكتوبة.
- 3-4- الصحافة كسلطة رابعة.
- 3-5- تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر.
- 3-6- الصحافة المكتوبة والإقناع.
- 3-7- الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.

## تمهيد

تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الإعلام التي فرضت نفسها على المستثمرين والسياسيين والقراء على حد سواء، وأصبحت تعتبر جزءاً هاماً من الجهاز السياسي لكل دولة، وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات وتطورها إذا أحسن استخدامها.

كما تعتبر من أهم وسائل الإقناع والتأثير في الرأي العام، ذلك أن من وظائفها الأساسية الإعلام والتوجيه والإقناع، فالصحف تقدم للناس الأخبار والمعلومات والآراء التي تساعدهم في تكوين الرأي في المسائل العامة وما قد يعترضهم من مشكلات وخاصة من الناحية السياسية، الاجتماعية والاقتصادية.

وفي هذا الفصل سوف أتطرق إلى أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة، وظائفها، التي قسمناها إلى الوظائف العامة والوظائف السياسية كون أن اهتمامي الذي هو المصالحة الوطنية هو موضوع سياسي بالدرجة الأولى، أنواع وتصنيفات الصحافة المكتوبة، الصحافة كسلطة رابعة، ثم في الأخير أتناول الصحافة المكتوبة والإقناع والأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة.

### 3-1- أهمية وخصائص الصحافة المكتوبة:

#### 3-1-1- أهمية الصحافة المكتوبة:

- معروف اليوم أن الصحف والمجلات أصبحت من حيث نسبة مقرئتها وتوجيهها للرأي العام من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي لا يمكن الاستغناء عنها، خاصة في المجتمعات الحديثة، كما أن وسائل الإعلام المطبوعة كانت ولا زالت أكبر مؤثر من حيث قدرتها على التغيير ونقل الأفكار والمشاعر على نطاق واسع، خاصة بعد أن أصبح هذا العصر عصر الصحافة باعتبارها من أبرز القوى التي تعمل فيه، فهي تعتبر بحق من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة والصحافة كوسيلة اتصال تقرأ لعدة أغراض نذكر منها:
- الإطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال محيطها الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، والسياسي رغم كثرة المخاوف التي أحيط بها على الساحة الإعلامية.
  - معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام بأول.
  - أو حتى لمجرد التسلية والانتساع بما فيها من طرائف وتسلية ونوادر أدبية.

فهي إذن تلبي لقرائها مختلف الخدمات والإشباع والرغبات على اعتبار أنها أصبحت جزء من نسيج الحياة اليومية للأفراد، كما أنه من الواضح أنها تلعب دورا في نظام الاتصال على الرغم مما عرف عنها في السابق أنها كانت تخدم مصالح فئة قليلة متميزة خاصة من الناحية الثقافية، وإن كانت السلطات والحكومات الرسمية في جميع بلدان العالم إلى اليوم تستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة، وخصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها. وفي هذا الصدد ندرك أهم مشكلة تواجه الصحافة المكتوبة وهي ما يسمى بحرية الصحافة فهي تواجه ضغوطا وممارسات تعسفية من كل لون غالبا ما تجعلها متعلقة بالمطبعة التي تملئها مراكز القرار السياسي، الاقتصادي والثقافي... لذلك غالبا ما تتعرض لارتجاجات في مصداقيتها.

وعلى الرغم من كل هذا فإن هذه الصحافة تبقى دائما منبرا مهما للرأي العام، ومن أنجع وأقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه، وعلى هذا تبقى الصحافة جزءا مهما في الجهاز السياسي لكل دولة وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذا أحسن استعمالها طبعا، كما أن لها أهميتها في توجيه الرأي العام، إلى جانب هذه الهيئة فهي تمتاز بسعة الانتشار الذي ساعد في ظهور الصحافة الجماهيرية كمؤشر آخر على أهميتها، وقد ارتبط هذا الانتشار أو التوزيع بنسبة التعليم ما يحدث مثلا في اليابان حيث توزع 122 جريدة مجتمعة أكثر من 72 مليون نسخة يومية (أشهر يومية يابانية "يوميوري" توزع لوحدها أكثر من 14 مليون نسخة يوميا في طبعتين (صباحية ومسائية) مع

العلم أن عدد سكان اليابان يبلغ حوالي 120 مليون نسمة فقط بالمقارنة مما يجعلها تتميز بأكبر نسبة من القراء في العالم.

وباتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة الخاصة في الغرب وارتباطها بالسياسة والاقتصاد، وفي السياق العام لانتشار التعليم والثقافة وتطور الترقية الاجتماعية للعمل في المجتمع، وظهور وسائل إعلامية جديدة اتسعت مجالات المعارف التي يقدمها الإعلام لتشمل الرياضة، العلم، البيئة، التكنولوجيا، الصحة والثقافة، ولم يعد الإعلام العام وبما فيه الصحافة المكتوبة قادرا على مواجهة هذا التحدي الجديد المفروض، والأمر الذي دفع إلى ظهور إعلام التخصص مما يكفي ظهور الصحافة المتخصصة تعمل على تقديم معالجة نوعية بمستوى عال من الجدية والعمق والتمويلية كمؤشر هام على ضمان بقاء الصحافة المكتوبة بوجه عام على الساحة الإعلامية كوسيلة لمواكبة متطلبات العصر.

لكن ومن جهة أخرى فإنه على الرغم مما عرفت الصحافة من هبة وسعة انتشار، فقد أصبحت تعاني هي الأخرى من منافسة الوسائل التكنولوجية الحديثة خاصة وأن خبراء الاتصال لا يستطيعون الاعتماد عليها كلية، أما عامة الناس فلا يقبلون في الغالب على قراءتها واللجوء إلى استخدام وسائل أخرى خاصة منها السمعية البصرية بما أنها أنسب له.

ومع ذلك تبقى الجريدة اليومية في مجال الاتصال المطبوع الذي هو محور هذا الفصل الوسيلة الوحيدة التي فرضت نفسها على صانعي المواد والقراء على حد السواء، كما أن شبكة توزيعها ( نظام المراسلات، الوكلاء، التوزيع المباشر أو الاشتراك) أكثر كثافة وانتظاما من غيرها من الوسائل المطبوعة الأخرى كالكتاب مثلا.

### 3-1-2- خصائص الصحافة المكتوبة :

إن الحديث عن الصحافة المكتوبة يقودنا بالضرورة في الحديث عن أهم خصائصها التي تميزها عن باقي وسائل الاتصال الجماهيري التي تعتبر إحداهما، خاصة وأنها حظيت بأهمية خاصة منذ القديم وتقدمت جنباً إلى جنب مع الحياة البشرية، لمحت لنا محطاتها هذه الخصائص أو السمات على حد التعبير، سمحت لها بالصمود أمام التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال بما حملت من مغريات وخذع في ظل عالم الصورة وثقافة العين، ولا شك في أن الصحافة المكتوبة تشترك مع وسائل الاتصال الأخرى كالتلفزيون، الراديو... في مميزات ما ولكن ليست كلها، فمثلا نجد تقديم الأخبار في الراديو أو التلفزيون أسرع من تقديمها في الصحف، كما أن هذه الأخيرة إن احتفظت بالمعلومات فإنها لا تستطيع الاحتفاظ بالشكل الذي يقوم الكتاب به مثلا، كما لا تستطيع

تقديم وجهات نظر طويلة كما هو الحال في المجلات، ولا شكل أقرب إلى الواقع كما هو في التلفزيون، لكن هذا لا يمنع بأن تقدم كل هذا بوجه مختلف وربما أفضل من أي وسيلة أخرى، طالما أنها جزء هام لا يمكن تجزئته من حياة الأفراد واعتبارها من أقدم وسائل الإعلام ( أقدم من السينما، الراديو والتلفزيون بما يزيد عن 250 سنة). (جيهان احمد رشتي، 1978، 365)

تميزت الصحافة المكتوبة بالمحافظة على حضورها داخل المجتمع الجماهيري رغم مزاحمتها من طرف وسيلة الاتصال السمعية البصرية والتي في مقدمتها التلفزيون بما يقدمه من مواد ترفيهية خاصة ساعدت على انجذاب الجماهير نحوه، ومع هذا فإذ للصحيفة خاصتها في كونها تتيح للقارئ فرص أكبر للاختيار من بين عدد كبير من الرسائل. (عاطف عدلي العبد، 1993، 181)، والمضامين أو الموضوعات التي تقدمها يوميا أو أسبوعيا حيث انه بإمكانه تجاهل أي مادة وبكل بساطة لا تتماشى مع معرفته أو ثقافته أو اتجاهاته الفكرية والسياسية، على العكس من ذلك أمام الوسيلة السابقة فهو يتابع المواد المعروضة عليه مضطرا وإن كان ذلك يتنافى مع احتياجاته.

تتيح الصحيفة فرصة أكبر للقارئ ومتابعها في اختيار الوقت أو الزمان والمكان المناسب له وبالطريقة التي يريدتها هو ( تسمح له بالسيطرة على ظرف التعويض)، أو من أين يبدأ و أين ينتهي، مع إمكانية قراءة المادة الإعلامية بغض النظر عن نوعها أكثر من مرة، وهذا ما يعطيه وقت كافيا لاستيعاب المعنى والتدقيق في مختلف التفاصيل.

والصحيفة يمكن حملها والاحتفاظ بها وكذا اقتناءها بتكاليف أقل، وإن كانت هذه الخاصية متوفرة أيضا في الوسائل الأخرى بعد التكنولوجيا الأخيرة التي مكنت من استخدام وسائل التسجيل الصوتية والفيلمية، إلا أن ذلك يتطلب تكاليف باهظة كما دعمت على حساب الصحيفة التي أصبحت هي الأخرى تسجل في وثائق مصغرة بمقاسات محددة تمكن من استرجاعها وقراءتها وقت الحاجة عن طريق استخدام أجهزة القراءة، ومع هذا تبقى الصحيفة الورقية كما سبق وان ذكرنا أسهل وانجح بكثير.

بما أن الصحيفة تمكن الفرد من السيطرة على ظرف التفرد فهي: " بالضرورة تسهل عملية الاستجابة لديه وترسخ الأفكار من خلال عنصر تكرار القراءة، وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار الصحيفة أفضل في استخدامها لتقديم المواد الطويلة والمعقدة التي طبعنا نجاح من القارئ إلى التفرع بها " (جيهان احمد رشتي، 1978، 366).

الخطاب المكتوب لا يستدعي من القارئ الكثير من الجهد أو توظيف جميع حواسه على اعتبار أنه يتفاعل مع حاسة واحدة ومع هذا، " توجب الصحيفة على القارئ استحضار خياله الذي يؤدي إلى الإدراك ويسهل عليه عملية التفسير بصورة سليمة بعيدة عن الكثرة من المنبهات السمعية

والبصرية، وهكذا تكتمل لديه عملية الاقتناع بصورة واضحة، فالصحافة كما يقول ماكلوهان: "من الوسائل الباردة في ذاتها ولكنها ساخنة في تعديها إلى جمهورها." (محمد عبد الحميد، 1997، 45)، وقد أكدت نتائج الدراسات نجاح المطبوع في تحقيقه لفهم أحسن للرسائل بغض النظر عن نوعها أو محتواها من خلال تأكيد مدى الاندماج الذي تتيحه الوسائل المطبوعة مع الرسائل مقارنة مع الوسائل السمعية البصرية.

### 3-2- وظائف الصحافة المكتوبة:

أصبح دور الصحافة المكتوبة وتأثيرها من الموضوعات المتداولة في الدراسات الإعلامية، وغالبا ما يتم الخلط بين (الوظائف) و (التأثيرات)، إذ بينما الوظائف تهتم بالدور العام الذي تؤديه الصحافة المكتوبة، نجد أن التأثيرات هي نتائج لهذا الدور العام، فعلى سبيل المثال إذا اعتبرنا (الترفيه) هو إحدى الوظائف الاتصال الجماهيري بصفة عامة، فإن هذه الوظيفة قد تحقق تأثيرات نفسية واجتماعية مختلفة عند الجمهور، والتي قد تكون إيجابية أو سلبية، كذلك إذا اعتبرنا أن عملية (الإخبار) هي إحدى هذه الوظائف، فإنه يمكننا أن نجد تأثيرات متباينة لهذه الوظيفة من حيث ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور الذي يقرأ الأخبار أو يسمعها، أو يشاهدها. (صالح خليل أبو أصبع، 1995، 103)

وللصحافة وظائف متعددة سنقوم بذكر البعض منها وليس من أجل إهمال البعض الآخر كالوظيفة التجارية والترفيهية وغيرها، وإنما بغرض التوسل في بعض الوظائف والوصول إلى ما سيخدمنا ويفيدنا في دراستنا.

### 3-2-1- الوظائف العامة للصحافة المكتوبة:

تؤدي الصحافة المكتوبة أكثر من وظيفة تتميز هذه الوظيفة بحسب متطلبات الواقع وخصوصية كل مرحلة من التطور المتميز بطابعه الديناميكي، لذلك فهي تختلف من مجتمع إلى آخر وكذلك باختلاف درجة التقدم الحضاري للمجتمع الذي تصدر به الصحيفة لتلبي احتياجات التطور الذي يحققه المجتمع خلال كل مرحلة تاريخية، وهكذا أثبتت الصحيفة قدرتها في مواكبة المستجدات مما أدى إلى تطور ملحوظ في وظائفها التي نحن بصدد معرفتها من خلال ربط سياقها التاريخي مع الوقوف على سبب ظهور كل وظيفة.

كما أن للصحيفة جمهورها الخاص الذي ليس بإمكانه التخلي عنها بسهولة أو حتى استبدالها بالوسائل السمعية البصرية، والذي ينتظر دائما أن تفيده. (محمد منير حجاب، 2000، 207) - معلومات عن الأحداث المحلية والوطنية العالمية.

- تحليل إخباري يساعد على فهم الأخبار وتقييمها.
  - تقديم تفسيرات للأحداث.
  - معلومات ومقالات متعددة تناسب معظم الأذواق.
- وكل هذا يتوقف على مدى التزام الصحيفة بالسياسة التي ارتضاها القارئ، وتلبية احتياجاته رغم اختلافها وتفاوت أمزجة القراء.

### 3-2-1-1- الوظيفية الإخبارية:

نقصد بالخبر هنا "الرصيد المشترك من المعرفة الذي يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ودوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ويدعم التأثير والوعي الاجتماعي، وبذلك يكفل مشاركة نشاطه في الحياة العامة (ماكرايد وآخرون، 1981، 51)، فهو الوظيفة الأساسية للصحافة إذ تعمل على تزويد الشخص بمجموعة من المعطيات والدلالات التي تجعله دائم الاتصال بالمحيط الذي يتواجد فيه، وأكثر اندماجاً معه فالفرد بطبعه ميل للإطلاع، وهذا ما أقرته الدراسات في مجال علم النفس، لأن صفات أي فرد التجديد والتغيير، وفي هذا الصدد يقول فاروق أبو زيد ظهرت الصحافة في البداية لتؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار دون تعليق عليها. (فاروق أبو زيد، 1998، 56)

ومن هنا يمكننا القول أن وظيفة الإخبار هي وظيفة تتمثل في نقل الأخبار، سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية مهما كان نوعها اقتصادية، سياسية، اجتماعية أو فنية، وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في عالمه الصغير والكبير، وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي وتزويده بما يستجد من أخبار. (محمد فحسي، 2002، 86) ، وأن الخبر هو العمود الفقري للخدمة الإعلامية حيث أصبح البحث عن الأخبار والنقاطها والسباق إليها وانتشارها جوهر صناعة الإعلام المعاصر، فهي تشكل المادة الرئيسية لأغلب الصحف المكتوبة في العصر الراهن، وقد توسعت الصحف المكتوبة في نقل الحدث وقت وقوعه (فاروق أبو زيد، 1984، 380)، ولم يعد ثمة شك في أن الصحافة المكتوبة تعد اليوم من الوسائل الرئيسية في الإخبار.

### 3-2-1-2- وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير على الرأي العام:

بجانب الخبر بدأت الصحف تفتح صفحاتها لتثقيف القراء، فظهر المقال الصحفي لترويج الأفكار والفلسفات الجديدة من أجل إشباع رغبات القارئ بالمحتوى الثقافي الذي يمكن من بناء المجتمع المتحضر، فالتثقيف حسب "عبد الحليم فتح الباب" و"إبراهيم حفظ الله" في كتابهم "وسائل الإعلام؛ التعليم هو زيادة لمعرفة الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة ما يتصل بنواحي

الحياة العامة وتساهم هذه الزيادة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما يدور حوله من أحداث، إضافة إلى تنمية الفكر الإنساني بمختلف الوسائل المتاحة في المجتمع .

والصحافة تؤدي وظيفة التوعوية والتنقيف والتأثير في الرأي العام، من خلال تعريف الناس بعاداتهم وتقاليدهم الحضارة وطقوس وأنماط سلوكها، مما يهيئ الفرد للتعامل مع الناس والتكيف مع البيئة، فقد ثبت الآن في دراسات علم النفس وعلم الإنسان وعلم الاجتماع أن التنقيف له دور كبير في تشكيل الاتجاهات النفسية والرأي العام. كما تقوم بهذه الوظيفة من خلال إثارة مناقشات حول القضايا والمشاكل التي تشغل أذهان الناس عن طريق فنون الكتابة الصحفية الملائمة سواء التعليق أو الإفتتاحية أو المقال .

### 3-1-2-3- الوظيفة الإقناعية:

حتى تتمكن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة من الوصول إلى نتائج تتفق إلى حد كبير مع الأهداف المرسومة ضمن سياسة الجريدة أو المجلة فلا بد أن تعتمد على فلسفة إقناعية معينة حتى تكون موضوع اهتمام الجماهير، فالاعتماد على الإقناع يكون بالتركيز على الواقع كما يراه الجمهور دون تزييف أو تحريف، والوظيفة الإقناعية للجمهور فلسفة محددة أو رأي معين باستعمال عدة أساليب للتأثير على الناس عن طريق النواحي العاطفية عموماً (عبد العزيز شرف، 1990، 192).

معنى هذا أن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يبتسم بحيوية أكثر واقعية قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة، ومساعدة النظام الاجتماعي على تحقيق إجماع أو ثقافة بين الأفراد الشعب الواحد، كل هذا يتم عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة بعيداً عن العنف.

ومن هنا يمكن القول أن دور الصحافة المكتوبة لا تقتصر على نقل الأخبار والمعلومات فهي تستخدم كوسيلة تغيير وإقناع وتشكيل للرأي العام، مثلما يمكن أن تكون وسيلة لإيصال صوت الشعب إلى السلطة أو مناقشة القضايا السياسية المهمة، من خلال مشاركة الأطراف الثلاثة ( السلطة، الشعب ، الإعلاميون)، وفي هذه الحالة فإن الصحافة المكتوبة يمكن أن توصف بأنها (منبر) يستخدمه السياسيون لشرح أفكارهم وآرائهم ومواقفهم لعامة الناس، بهدف تحقيق الإقناع وتغيير السلوك السياسي لصالحهم، حيث أصبح غالبية الساسة يحاولون تقديم أفضل ما لديهم من أجل الوصول إلى (إقناع) ذلك (الأخر)، وأن الإقناع الاجتماعي يشكل الأساس المركزي في الممارسة الحديثة للسلطة. (محمد فليحي، 2002، 103).

### 3-2-1-4-وظيفة الإعلان:

إن ظهور الإعلان مقترن بظهور الصحف إلا أن اعتباره كوظيفة من وظائف الصحافة أجل إلى فترة لاحقة ( حوالي منتصف القرن 19م )، بسبب فرض الحكومات الضرائب على الإعلانات كوسيلة للحد من نمو الصحافة، لكن التطور الآن الذي حصل في المجتمعات الأوروبية خاصة بعد الثورة الصناعية انعكس على أهمية الإعلان، حيث ساعد الإعلان على تصريف الإنتاج الذي عرف تزايداً كبيراً، ومع زيادة إيرادات الصحف من الإعلان انخفض سعر الصحف الأمر الذي أحدث انقلاباً في الصحافة أدى إلى ظهور الصحافة الجماهيرية.

### 3-2-1-5-تكوين الآراء والاتجاهات:

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام، وإذا كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة، التي تعنى بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة، ومهما تعددت أنواع الاتصال الجماهيري، فسيظل هدف هذا الاتصال هو تحقيق عملية (الإقناع)، ومن ثم محاولة الوصول إلى تغيير السلوك الفردي والجماعي. (محمد فليحي، 2002، 88)

### 3-2-1-6-الوظيفة التاريخية:

مع مرور الوقت وتعدد وظائف الصحافة وشمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني صارت الصحافة تقوم بوظيفة هامة وهي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية، وبالتالي صارت مصدراً من مصادر التاريخ، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية، كما تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع والكشف عن أبعادها ودلالاتها. (فاروق أبو زيد، 1984، 12)، فعن طريق الصحف يستطيع المؤرخ رصد الاتجاهات الفكرية وتكوين مصدر التاريخ أيضاً عندما يتعلق الأمر بدراسة الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية لمرحلة من المراحل التاريخية في مجتمع وهنا تقوم هذه الصحافة بوظيفتين:

- رصد الوقائع وتسجيلها والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تصبح من مصادر التاريخ .
- قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء الوقائع أو القضايا التاريخية.

### 3-2-2- الوظيفية السياسية للصحافة المكتوبة:

عرفت المجتمعات البشرية القديمة مقاييس وأساليب عديدة للوصول إلى السلطة وممارستها، وكانت القدرة على معاينة الآخرين بدنيا، أما في المجتمعات الحديثة، فقد أصبحت القدرة على إقناع الآخرين تشكل السمة الأساسية للشخصية الفعالة (محمد فليحي، 2002، 88)، وفي هذا الصدد حاول بعض الباحثين أن يبرهن على أنه يمكن فهم الحياة السياسية، وتفسير ظواهرها من خلال العملية الاتصالية، فالإتصال السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي، والقرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة ومناسبة، وقنوات اتصال جيدة وفعالة تنتقل إليهم نبض الجماهير وتطلعاتها وأرائها ومواقفها واتجاهاتها الحقيقية، وتنتقل للمواطنين تعليمات وأوامر الحكام بدقة (يوسف مرزوق، 1988، 195-196)، وفي ضوء الدراسات التي تناولت الوظائف السياسية لوسائل الإعلام عموماً، والصحافة المكتوبة خصوصاً، يمكن أن نخلص إلى تحديد أبرز هذه الوظائف:

### 3-2-2-1- الوظيفة التفسيرية:

الصحافة المكتوبة لا تقوم بتغطية الأحداث ووضعها في بؤرة الاهتمام العام فحسب، ولكنها تقوم بتفسير معانيها، ووضعها في سياقها العام، وتوقع نتائجها، ولا شك أن كثير من الأحداث تقود إلى تفسيرات مختلفة، والتفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التالية، (محمد فليحي، 2002، 93) ومن ثمة فإن الاصطلاحات التي تستخدمها الصحافة المكتوبة لإيصال نقطة ما أو تشخيصها أو وصف الفاعل السياسي هامة في تشكيل الآراء وتطوراتها.

### 3-2-2-2- التنشئة السياسية والتثقيف السياسي:

التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها أن تتشكل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها، أو تغييرها، والسمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان، (محمد فليحي، 2002، 94)، أما الثقافة السياسية فيعرفها غازي فيصل بأنها "مجموعة القيم والأفكار والمعتقدات التي تتبلور في مجتمع، يتميز في ضوئها عن المجتمعات الأخرى، وهي العامل الذي يؤثر في الأفراد من خلال القيم، لبناء سلوك سياسي اتجاه السلطة السياسية، مع التأثير في اتجاهات السلطة نحو الأفراد، وترتبط الثقافة السياسية بأداة مهمة أخرى من أدوات التنشئة السياسية هي التنشئة التي تعني اكتساب الإنسان للأفكار والقيم بفعل تكوينه وتربيته لتحمل موقف اجتماعي معين، فالتنشئة والثقافة، أدوات متفاعلة لبناء السلوك السياسي (غازي فيصل، 1993، 156-157)، وتلعب الصحافة المكتوبة دوراً هاماً في بث قيم المجتمع، فهي لا تقدم معلومات تنمي المهارات الذهنية فحسب، وإنما تحمل رؤى فيها صور المجتمع في ماضيه وحاضره.

ويمكن القول أن الصحافة المكتوبة تستطيع أن تلعب دورا هاما في التنشئة السياسية من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة، أو من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم السياسية. (محمد فلحي، 2002، 94)

### 3-2-2-3- التهيئة السياسية:

إن عملية التهيئة السياسية هي خطوة أبعد من الإقناع إذ أنها تهدف إلى تحشيد وكسب الرأي العام بنحو اتجاه سياسي أو قضية معينة (محمد فلحي، 2002، 106)، وقد أصبحت الصحافة المكتوبة من أفضل الوسائل للاتصال بين الحكومات والمواطنين، أين تقوم السلطة بتعريف مواطنيها بالقوانين والأنظمة التي تضعها، والإجراءات التي تنفذها وتتظم بها حركة المجتمع، كما أصبحت (الصحافة المكتوبة) تلعب دورا مهما في معارك التنافس السياسي في أثناء الحملات الانتخابية، حيث يجد فيها المرشحون لمنصب الرئاسة أو غيره منبرا قويا للتأثير لإيصال برامجهم الانتخابية إلى مواطنهم، وكسب تأييدهم.

ويبرز دور الصحافة المكتوبة المؤثر من خلال الأزمات السياسية والعسكرية من جانب الجماهير من جانب آخر، فيما يخص شؤون الحرب إلى جانب مساهمته في تثمين الجبهة الداخلية ورفع الروح المعنوية للمواطنين من خلال ما تنشره من أخبار، وينكيف مواضيعها بما يتلاءم مع متطلبات الظرف، وبصورة عامة فإن أغلب الدول العربية تحرص على توظيف الصحافة المكتوبة في أغراض سياسية مثل تأكيد الوحدة الوطنية، وتعزيز الاندماج الوطني وحشد الطاقات الجماهيرية.

### 3-2-2-4- الصحافة المكتوبة وصنع القرار السياسي:

عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وتعرف بأنها العملية التي تم اختيار من خلالها مشكلة لتكون موضوعا لقرار ما، وينتج عن ذلك الاختيار ظهور عدد محدود من البدائل، يتم اختيار أحدهما لوضع موضوع التنفيذ والتطبيق. (محمد فلحي، 2002، 95)

ويرى الدكتور حامد ربيع أن القرار السياسي يعني "إرادة أو عمل إرادي من جانب السلطة يتجه نحو معانقة الواقع، ويفترض وجود مشكلة معينة تحددت زمانا ومكانا وموضوعا، وأن القرار من ثمة هو تصميم إرادي يعني الانتقال من الإطار المجرد الذي يمكن أن نصفه بأنه عالم الغايات والأهداف إلى الواقع الذي نستطيع أن نحدده بأنه مشكلة أو عقبة أو صعوبة واجهت القيادة السياسية وتعين تصفيتها" (حامد ربيع، 1984، 132).

وتتضح أهمية الصحافة المكتوبة في عملية صنع القرار السياسي من خلال ما يأتي:

- أ- أنها تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياساتهم.
- ب- تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب، بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل النقاش الجماهيري والرأي العام.
- ت- توفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة السياسية، داخل الحكومة وخارجها، ومن خلالها تتاح الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهاجمة مواقف معارضتهم.
- ث- تتيح للمسؤولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور بعرضهم المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية.

ج- كما تؤثر الصحافة المكتوبة في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض سياسات القادة والحكومات، ولا ينكر ما لها من دور في إحداث تغييرات جذرية في السياسات وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشاكل التدخل الحكومي أو بنشرها لمطالب الرأي العام. (محمد فليحي، 2002، 96)

وخلاصة القول: إن الصحافة المكتوبة تلعب دوراً مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي، فهي تنقل المعلومات السياسية لصانع القرار السياسي، وكذلك للمواطنين، وأي تشويه في المعلومات يؤثر في صنع القرار السياسي، كما أنها يمكن أن تطرح بعض البدائل التي يمكن أن يختار بينها صانع القرار السياسي، كذلك تؤثر في مرحلة تكوين ونقل المطالب السياسية إلى صانع القرار، وتؤثر إدراك صناع القرار للرأي العام، وتؤثر أيضاً في إدراك صناع القرار للرأي العام، كذلك قد يستخدمها صناع القرار للتأثير في الرأي العام من أجل خلق المساندة اللازمة لقراراتهم.

### 3-3-أنواع وتصنيفات الصحافة المكتوبة :

إن الصحف المكتوبة يمكن تصنيفها إلى عدة أصناف، وذلك باختلاف أشكالها ومضامينها:

#### 3-3-1- من حيث المحتوى الإعلامي (صحف الرأي و صحف الخبر):

كانت أخبار العسكرية والدبلوماسية تملأ حتى نهاية القرن الثامن عشر أعمدة الصحف، وتطغى على غيرها من الأخبار، وظل الخبر في القرن 19 عشر وحتى اليوم العنصر الأساسي في الصحف، وعندما بزغت شمس الديمقراطية الحديثة وظهرت حرية الرأي وألغيت الرقابة، وأصبحت الصحيفة أداة لنشر الأفكار والآراء ومناقشتها.

واستنادا إلى هذا السرد التاريخي؛ هناك من يصنف الصحف إلى صحف خبر وصحف رأي لكن هذا التقسيم قد لا يجدي نفعاً عندما ندرك جلياً أن الخبر في حد ذاته رأي وأن الرأي يتسلل إلى صحف الخبر كما يتسلل الهواء والغبار إلى الغرف المحكمة الإغلاق. ( خليل الصابات، 1995 ، 19).

### 3-3-2- حسب مواعيد صدورها ( صحافة يومية، وصحافة دورية):

ذلك أن الصحف اليومية تختلف كثيراً عن الصحف الأسبوعية والنصف شهرية أو الشهرية، كونها تحمل شعار " قليل من كل شيء في كل يوم" وباقي الأنواع بما فيها المجلات تبنى صيغة "قليل من كل شيء في كل دورة".

### 3-3-3- من حيث انتشارها ( جرائد قومية، وجرائد محلية) :

تهتم الجرائد القومية بجمع الأخبار المتعلقة بالدولة ويزيد اهتمامها إلى الأخبار العالمية في حين لا تهتم الجرائد المحلية بمثل هذه الأخبار وتكتفي بالقضايا المحلية الخاصة بالإقليم أو المحافظة التي تصدر عنها.

هذا فيما يخص الانتشار على المدى المكاني، أما على المستوى الزماني فهناك:

### 3-3-4- صحف صباحية وصحف مسائية:

وهي الصحف الصادرة في الصباح وتسمى صحف صباحية، أما الصحف المسائية فهي التي تصدر في المساء وتتكامل وتتابع الأخبار التي سبق نشرها في الجرائد الصباحية، وتتفرد بنشر الأخبار الجديدة التي تتمكن الجرائد الصباحية من الحصول عليها، مثل الأخبار الحكومية، ونتائج بعض المباريات الرياضية وغيرها (فاروق أبو زيد، 1990، 179).

### 3-3-5- صحف جماهيرية وصحف نخبوية: وذلك طبقاً لنوع صدورها:

الصحف الجماهيرية هي الصحف ذات التوزيع المرتفع، وهي رخيصة الثمن وكثيراً ما تهتم بالأخبار والموضوعات التي تثير اهتمام القارئ العادي؛ مثل الجرائد، الفن، الرياضة...، وتمتاز بسهولة أسلوبها، في حين صحف النخبة توزيعها أقل، لكن أسلوبها وافي ويولي اهتماماً كبيراً بتفسير الأخبار، ضف إلى ذلك ثمنها المرتفع، وتهتم بنشر الأحداث الدولية والاقتصادية والسياسية.

### 3-3-6- من حيث نوعية مضمونها فهي عامة ومتخصصة:

إذا كانت الجرائد العمومية خاضعة لسيطرة الدولة والجرائد الخاصة تتمتع باستقلاليتها وتفتحها على مختلف الآراء والاتجاهات والمذاهب السياسية والفكرية والاجتماعية، فالصحافة الغربية هي التي تعبر عن فكر سياسي معين أو اتجاه أو مذهب إيديولوجي خاص، تدافع عنه وعن مواقف وسياسته (فاروق أبو زيد، 1990، 197).

### 3-4- الصحافة كسلطة رابعة:

عندما نعود شيئاً ما إلى تاريخ الصحافة نجد أن هذه الأخيرة كانت مقتصرة في القرن 17 على طبقة النبلاء، أي الطبقة البورجوازية بمعنى أن هاته هي التي كانت لها الحظ في التعليق دون سواها مما أتاح لها الفرصة لممارسة إعادة القراءة دون الفئات الاجتماعية الأخرى التي كانت محرومة من نعمة التعليم، وهذا الحاجز هو الذي جعل قراءة الصحف في تلك الفترة مرتبطة بأبناء الطبقة الراقية أو مجتمع أفراد المستوى الأول، غير أن تطور الأحداث وبروز الأفكار الثورية التحريرية المعادية لفكر الملكية والطبقية، ولاحتكار الأقلية على حساب الأقلية الكبيرة للشعوب الطامحة للتغيير، كل هذا كان له أثر كبير على جمهور الصحافة التي أصبحت ممزوجة ببذور التغيير الاجتماعي والتحرر من الاستغلال الاقتصادي، فانتقلت الصحافة من مجرد أخبار ومعلومات إلى الإطلاع على وظائف أكثر مصداقية، فالصحافة لم تبق بتلك الهيئة الثقافية والفكرية ذات البعد المعرفي، بل أصبحت المنظومة الإعلامية جزءاً من البيانات الأساسية للنظام القائم من ناحية، ومن ناحية أخرى بمقترن المادة الصحفية الإعلامية بطابع محتوى سياسي بالدرجة الأولى، ويرتبط بأداة المنظومة السياسية ومفاهيم الديمقراطية والحرية، كما أصبح لها طابع اقتصادي وتجاري، فهي تسعى إلى تلبية أذواق الناس والحصول على الربح الذي يعني استمراريتها.

غير أننا عندما نحاول الولوج في عملها ومعرفة طبيعتها التي تميزها على القطاعات الأخرى نصطدم مباشرة بمسألة تحديد المفاهيم فالصحافة كسلطة رابعة تأتي بعد السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية، نرى بأن تعريف الصحافة يختلف باختلاف التوجهات الإيديولوجية التي يعتمدها التوجه الإعلامي القائم في المجتمع، وتلك الإيديولوجية هي نتاج فلسفة سياسية واقتصادية وثقافية، بمعنى أن النظام إذا ما اتبع فلسفة معينة في فترة معينة وبالتالي فإن الصحافة تصبح لصيقة بالتغيير أو المنهج السياسي المتبع.

وفي الفترة السابقة هناك شكلين متبعين في قطاع الإعلام، وهما الفكر الليبرالي والرأسمالي الحر، وكذا الفكر الاشتراكي الأحادي النظر، وتقريباً كان الإعلام العالمي ينقسم بين هاتين الفكرتين:

**الأول:** يعتبر الصحافة هي حق يكمل باقي الحقوق السياسية والفكرية المعطاة للفرد في إطار ممارسة حقه في التعبير والتفكير وحرية ممارسة النشاط فالنظرية الليبرالية مثل حرية التعبير وحرية الانتقاد والتجمهر والاجتماع وكذا حرية الاعتقاد والتصور.

**الثاني:** الذي ساد لفترات معينة ثم اندثر باندثار المنظومة السياسية التي كانت تقديه، ونقصد بذلك المفهوم الاشتراكي للصحافة، بحيث يعتبرها من الناحية العامة نوعا من النشاط الاجتماعي الذي يهدف إلى ربط الحكام بالمحكومين منه خلال تزويدهم بالمعلومات والأفكار التي تهم الرأي العام، بمعنى اعتبارها وسيطا غير مهما بديل، وهو جزء غير منفصل عن التوجه العام للنظام السياسي فهو إذن لسان حال السلطة إلا أن التطورات التي حدثت في عالم الاتصالات عجلت عن رحيل المنظومة الاشتراكية وانتصار الفكر الليبرالي.

كما أن الأفكار والآراء حول اعتبار الصحافة سلطة رابعة قد اختلفت بعد السلطة التشريعية، والتنفيذية، والقضائية، فاتجه رأي إلى أنه يجب تقنينها على أنها سلطة كما نص الدستور: إلا أنها في حقيقة الأمر ليست كذلك كون الأصل اللغوي للكلمة السلطة يعني التسلط والقهر بحيث يمكن للسلطة إلزام الأفراد بأمر وتكليفهم قسرا أو جبرا، بوسائل السلطة العامة باستغلاله وتنفيذ هذه التكاليفات فالناس ملزمون بما تصدره السلطة التشريعية من قوانين، والسلطة التنفيذية تحمل الناس حملا على تنفيذ القوانين والقرارات والسلطة القضائية تكره الناس جبرا على تنفيذ أحكامها إن لم ينفذوها طواعية، وفيما يتعلق بالصحافة فإنه ليس في يدها هذه الماكينات من الصبر والقصر فليس في يدها أن تحمل الناس حملا على أمرها، والناس أحرار فيما تخاطبهم الصحافة به، اتبعوه أم اجتنبوه.

وقد ذهب الرأي الآخر إلى مصدر سلطتها في الرقابة على أجهزة الدولة المختلفة، ومن هنا فإن أثرها في حياة الشعوب لا يقل في أهميته عن أثر القرارات التي تصدرها السلطات التقليدية في الدولة، وقد حاول هذا الاتجاه أن يوجد نوعا ما من التشبه بين السلطة القضائية وسلطة الصحافة، والواقع أنه يكفي الصحافة فخرا أنها لا تعتمد على السلطات الدول بل لا تستهتر بحريتها إلا إذا انفصلت عنها، وفي الولايات المتحدة الأمريكية كان المؤرخ السياسي الإنجليزي "بابي نجو بماكو لي" هو أول من لاحظ أن الشرفه يجلس بها المنوبين الصحفيون داخل قاعة البرلمان، قد أصبحت تمثل السلطة الرابعة في المملكة.

وعلى العموم فإن الصحافة كسلطة قد تكون مستقلة استقلال لا يجعلها تمارس سلطتها بشكل حر وفعال، وهذا لا يمنع من أن التاريخ يختزن مواقف إعلامية كبيرة استطاعت الصحافة من خلالها

أن تصنف كسلطة رابعة بين السلطات، وأن التطورات التي عرفتها جعلتها تحظى بالكثير من الاعتراضات من طرف أفراد المجتمع.

### 3-5- تطور الصحافة في الجزائر:

#### 3-5-1- الصحافة في عهد الحزب الواحد:

لقد عرفت الجزائر بعد الاستقلال عرقلة من طرف المعمرين الفرنسيين تمثلت في وجود صحافة يومية استعمارية قوية استمرت تصدر تطبيقا لاتفاقيات "إيفيان"، حيث لم يلغى النظام الليبرالي للإعلام الذي يتنافى والسياسة الجديدة التي إ انتهجتها الجزائر، و رغم ذلك كانت تسعى لوضع نظام اشتراكي في الميدان الإعلامي والقضاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام خصوصا الصحافة(عزي عبد الرحمان و آخرون ، 1992 ، 124 )

فإذا نظرنا إلى تطور الصحافة في عهد الحزب الواحد فإننا نجدها قد مرت بثلاث مراحل تكون كل مرحلة منها متكاملة ومرتبطة بالمرحلة الأخرى:

#### المرحلة الأولى : (1962-1965 )

كانت الصحافة المكتوبة في هذه المرحلة رهن الظروف ولا تخضع لخطة معينة، امتازت بغياب نصوص جزائية تنظم هذا القطاع، حيث بقي العمل سائر بالقوانين الفرنسية ونخص بالذكر قانون 1881 المتعلق بحرية الصحافة، حيث اتخذ المجلس الوطني التأسيسي في 31 ديسمبر 1964 قرارا بأن جميع القوانين التي كانت مطبقة في الجزائر قبل الاستقلال يجري التعامل بها إذا لم تمس بالسيادة الوطنية (عزي عبد الرحمن و آخرون ، 1992 ، 128 ) .

وتطبيق هذا القانون نتج عنه حرية في التعبير، و إنشاء الصحف التابعة للملكية الخاصة، وصدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب الحاكم، وبدأت تمارس نشاطها بكل حرية بحيث أصبحت توجد ثلاث أنواع من الصحف. (صحف حكومية ، صحف حزبية ، صحف خاصة ).(زهير احد ادن : 1998، 96 )

غير أن هذه الحالة لم تكن تتماشى والسياسة التي تود الحكومة والحزب وضعها، وعلى هذا فقد عملت على إنشاء يوميات جزائية ، القضاء على الصحافة الاستعمارية والبحث عن حل لقضية (ألجي ريوبيلكان) Alger Republicain التي كانت تابعة للقطاع الخاص، هذه الأحداث الثلاث تتلخص في فكرة واحدة هي البحث عن طريقة لهيمنة الحزب والحكومة على الصحافة المكتوبة. (عزي عبد الرحمان و آخرون ، 1991، 129 ) .

لقد صدرت اليومية الجزائرية الأولى في 19 سبتمبر 1962 أعطي لهذه الجريدة اسم ( الشعب ) le peupl ، وكانت محررة باللغة الفرنسية تلتها اليومية الوحيدة باللغة العربية في 11 سبتمبر 1962، وبعد ذلك صدرت يوميتان جهويتان بالفرنسية، الأولى بوهران بتاريخ 01 مارس 1963 الثانية بتاريخ سبتمبر 1963.

وفي شهر أبريل 1964 تأسست المسائية الأولى (Alger Le Soir) كما أصدرت الحكومة أسبوعية جديدة تحمل اسم (Révolution Africaie) في 2 فيفري 1963 ومجلة (الجيش) الشهرية بالفرنسية في جانفي 1963، وبالعربية في مارس 1964، ومجلات متخصصة أخرى مثل (الشهاب) و ( المعرفة ) وغيرها، كما أنه يجب الإشارة إلى صدور عدد من الصحف التابعة للملكية الخاصة مثل جريدة ( الجماهير ) التي أصدرها الكاتب (الطاهر وطار) والجريدة الناطقة باسم الحزب الشيوعي في سبتمبر 1963 (Alger Républicain)

اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني مع أول دستور للبلاد وفي 8 سبتمبر قرر تأميم هذه الصحف، فتوقفت عن الصدور و عوضت بصحف أخرى تحمل أسماء جديدة مثل EnNasr بدلا عن (La Dépêche de Constantine) والجمهورية El Djoumhouria بدلا عن L Echo D'Ora و صدرت اليوميات الوطنية الثلاثة الشعب، النصر و الجمهورية وفي 18 سبتمبر 1963 و بعناوين ضخمة في الصفحة الأولى تخبر بتأميم اليوميات الاستعمارية، ويقول القرار أن هذه الصحافة تذكر بالعهد الاستعماري و أن وجودها لا يتلاءم مع السيادة الوطنية برغم موقفها الحالي المعتدل ومع وجود صحافة ناشئة لا تقوى على المناقشة (عزي عبد الرحمان و آخرون، 1991، 129) .

أما (Alger Républicain) ورغم أنها أصبحت تؤيد أعمال الحكومة والحزب وبرامجها نحو الاستقلال التام ونحو الثورة الزراعية والتقدم الاجتماعي وتحديد الثقافة الوطنية، ولكنها بهذه الصفة بقيت حرة لا تقوى عليها الصحافة الحكومية، كان هذا الوضع يقلق كثيرا الدولة الجزائرية ويعرقل سياستها اتجاه وسائل الإعلام (عزي عبد الرحمان و آخرون، 1991، 313)، فطرح المشكل أمام مؤتمر جبهة التحرير الوطني الذي انعقد سنة 1964 حيث قرر إجراء مفاوضات مع مسؤولي هذه اليومية حتى يتم إدماجها في الصحف الحكومية، لكن هذا لم يحصل إلا بعد 19 جوان 1965 أين توقفت الجريدة بإرادة من مسيريهما (زهير احادن، 1991، 97)، وبزوال هذه الجريدة تمت بصفة نهائية هيمنة الحكومة والحزب على الصحافة المكتوبة، وزالت معها الملكية الخاصة في الميدان الإعلامي.

### المرحلة الثانية: ( 1965-1979 ) .

عرفت هذه المرحلة تغيرا كبيرا في الميدان السياسي و الإعلامي إثر أحداث 19 جوان 1965 ووصول الرئيس ( هواري بومدين) إلى الحكم بعد الخلافات التي كانت قائمة بين الحكومة وقيادة الجيش وكذا ظهور جريدة (المجاهد) اليومية باللغة الفرنسية، حيث شهدت تطورا كميّا وتوسعا معتبرا ( حوالي 400 ألف نسخة توزع في 1200 نقطة بيع )، وظهر أول لائحة خاصة بالإعلام وأولت للصحافة دور الخدمة العمومية فندت تبعيتها للحكومة، وسيطرت يومية المجاهد El moudjahid على ساحة الإعلام المكتوب حيث بلغ سحبها سنة 1970 حوالي 100900 نسخة، وعام 1978 حوالي 203 ألف نسخة، وظلت باقي يوميات المرحلة الأولى على حالها مع ظهور أهم أسبوعية مفرنسة بعد الاستقلال (Algérie Actualite) في أكتوبر 1965 وعدة مجلات وزارية بالعربية (الثقافة)، (الأصالة)، (الألوان)، (الوحدة)، (الشرطة). (فضيل دليو، 2000، 47-67) بالإضافة إلى ذلك فقد تميزت هذه المرحلة بإقامة نظام اشتراكي للإعلام، وهذا يندرج في السياسة العامة للبلاد التي هي اشتراكية في الميدان الصحفي، وفي الاتجاه يظهر أمرين أساسيين (زهير احد ادن، 1991، 99) .

- ملكية الصحافة: حيث أن الصحافة أصبحت ملكا للحكومة أو للحزب ووقع هذا تدريجيا دون أن يتخذ في ذلك قانونا صريحا .

- تحديد وظيفة معينة للصحافة وخاصة اليوميات تختلف حسب اختلاف الأنظمة السياسية، ففي النظام الرأسمالي تؤدي الصحافة مهمة تبليغية بالدرجة الأولى، أما في النظام الاشتراكي فإنها تقوم بمهمة تكوينية وحتى و إن اختارت الجزائر النظام الاشتراكي إلا أنها حاولت تطبيق الوظيفتين معا، فقد بقيت حتى غاية 1968 دون خطة، وكانت الصحافة في حالة أصبحت تشيد بالنشاط الوطني وتحاول أن تقنع قراءها بجدوى سياسة البلاد حتى تخلق لديهم وعيا بضرورة هذه السياسة، ولكن درجة النوعية كانت تخلو من الشروح المركزة على إيديولوجية معينة، والحقيقة أن هذه الأخيرة لم تتبلور إلا في سنة 1976 بعد الموافقة على الميثاق الوطني.

فالإعلام عموما والصحافة المكتوبة في نهاية الستينيات وخصوصا في السبعينات كانت طرفا فعالا في إنجاز كبريات مهام البناء الوطني من الثورة الزراعية إلى الطب المجاني إلى التسير الاشتراكي للمؤسسات، وبناء مؤسسات الدولة في إطار اشتراكي، وعملت على توعية الجماهير بأهمية المشاركة في الانتخابات من أجل الوصول إلى إقامة مؤسسات مبنية على مبادئ ديمقراطية وتجنيد الفئات الشعبية حول هذه المهام الوطنية التي ترجع بالفائدة على عدد أوسع من الفئات الشعبية .

تميزت هذه المرحلة أيضا بحل بعض المشاكل التي عرقلت إقامة نظام اشتراكي للصحافة في الجزائر، ومنها مشكلة التوزيع ومشكلة الأمية والتعريب، فالتوزيع يعتبر أحد العوامل المساعدة على تطوير الصحافة إذا كان مسايرا لها وملائما لمتطلباتها، ويكون عائقا لها إذا كان عكس ذلك، والجزائر لم تنتهج في هذا الميدان سياسة معينة وواضحة من البداية، فلقد بقيت رهينة الوضع الذي ورثته من الاستعمار سنين عديدة، هذا التفاوت جعل الشركة الوطنية للنشر والتوزيع تتمسك بتوزيع الصحافة الأجنبية وتعتبرها كمورد أساسي لها، ولا يخفى أن هذا الوضع كان خطيرا بالنسبة للسياسة الوطنية وللنوعية التي كانت ينبغي أن تقوم بها الصحافة الوطنية، وهذا راجع لأن الصحافة الأجنبية تعرض أنواع مختلفة تتعلق بجميع النشاطات الحبوية ومستواها يفوق مستوى الصحافة الوطنية (زهير احدون، 1991، 100).

ولم يظهر الاعتناء بتحسين هذه الشبكة إلا في بداية 1977 حيث أصبحت شبكة التوزيع تغطي أكثر من نصف البلديات الموجودة في الجزائر، وتواصلت هذه الجهود كذلك في سنة 1978 وسنة 1979 وقد أدت هذه الجهود إلى ارتفاع في مبيعات اليوميات (عزي عبد الرحمان وآخرون، 1991، 138)، أما مشكلة الأمية وكما هو معروف فهي تعتبر عائق كبير أمام تطور الصحافة، فنسبة الأمية سنة 1962 كانت تفوق 70 % منهم من يقرؤون بالفرنسية، وهذه الوضعية خلقت من مشكلة الأمية والتعريب مشكلتين، ولكن السياسة التي اتبعتها الحكومة والحزب من سنة 1962 إلى سنة 1972 تجاهلت الصلة الموجودة بين المشكلتين وحاولت أن تتغلب على الأمية دون أي اعتبار للغة، وهذه السياسة أدت من جهة إلى نتيجة إيجابية حيث أصبح حوالي 9 ملايين من الجزائريين يستطيعون قراءة الصحف، ومن جهة أخرى أدت إلى نتيجة سلبية حيث أنها زادت من تعقيد المشكل الثقافي الموجود في الجزائر وهي أن نسبة المفر نسين أكبر من المعربين (زهير احدون، 1991، 102).

أما سياسة التعريب بالنسبة للجرائد فإن الجريدة الوحيدة التي كانت تصدر باللغة العربية في ميدان الصحافة هي جريدة الشعب، أما اليوميات الأخرى فكانت بالفرنسية، وفي السبعينات بدأت تطرح قضية التعريب كمشكل سياسي يفرض تغيير سيطرة اللغة الفرنسية في الميدان الثقافي الإعلامي، وهكذا فقد عربت جريدتي (النصر و الجمهورية) بالتدريج، الأولى سنة 1972 الثانية تم تعريبها سنة 1976 كما تقرر تعريب الإشارات سنة 1974 .

لقد اهتمت الحكومة الجزائرية بهذه العملية رغم المشاكل الفنية والمادية الموجودة، وبذلك أصبح عدد اليوميات التي تظهر بالعربية ثلاثة، في حين لم تبقى تظهر بالفرنسية إلا يومية واحدة هي EL Moujahid التي كان حجم سحبها يطغى على الصحافة المكتوبة (عزي عبد الرحمان وآخرون، 1991، 132)، وفي هذه الحالة حاولت الحكومة الجزائرية وضع قوانين حول حرية الرأي والتعبير

وتنظيم القوانين التي تحكم المؤسسات الاتصالية والعاملين بها، والملاحظ أن هذه النصوص التشريعية غير كاملة تحتوي على بعض الغموض أحيانا (زهير إحدان، 1991، 132) وقد حدد دستور 1976 في المواد (53-54-55-56) أن حرية الرأي والتعبير والتجمع مضمونة للمواطنين في الإطار الذي تحدده ما لم تتخذ كذريعة للمساس بالثورة الاشتراكية، وكذلك فإن الميثاق الوطني لسنة 1976 قد تحدث عن الإعلام، و أن حق المواطنين في الإعلام كامل وموضوعي حول جميع المشاكل الوطنية والدولية حيث نص على أن الدولة تضمن هذه الحقوق ولذلك يجب أن تتولى قيادة الحزب وتوجيهه ومراقبة الإعلام .

### المرحلة الثالثة: (1979-1989)

وقد استمرت هذه المرحلة من 1979، وهي السنة التي تزامنت مع وفاة الراحل هواري بومدين وبداية عهدة الرئيس الشاذلي بن جديد إلى أحداث 5 أكتوبر 1988، وأهم ما ميز هذه المرحلة هو توضيح الوضع القانوني للإعلام حيث أن السلطة السياسية أصدرت نصوصا يمكن اعتبارها كقاعدة أساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر، ففي سنة 1979 صدرت لائحة خاصة بالإعلام وسنة 1982 ظهر قانون الإعلام الذي أقر السياسة الإعلامية في البلاد، وقد شمل الوضع القانوني للإعلام على عدة توجهات وتوصيات أهمها ما يلي :

- الإعلام قطاع استراتيجي والمساس به يعني المساس بالسيادة الوطنية.
- إلغاء الملكية الخاصة لوسائل الإعلام .
- توحيد التوجه السياسي في الإعلام الذي يكون في خدمة الحزب الواحد.
- إعطاء المؤسسات الإعلامية صبغة ثقافية عوضا عن الطابع الصناعي والتجاري.
- تحديد حقوق الصحفي وواجباته.
- أن يكون الإعلام حقا للمواطن كحقه في الدراسة والعمل وحقه في العلاج ....

إن هذه التوصيات بقيت في الغالب نظرية ولم تدخل حيز التطبيق إلا أنها ديناميكية جديدة للإعلام، والصحافة المكتوبة تدفع إلى التقدم والتطور نحو ممارسة تمكن الوسائل الإعلامية من القيام بمهامها على ما يرام.

لقد شهدت هذه المرحلة تجهيز اليوميات بأجهزة عصرية نظرا لما تشهده البلاد من تطورات كما قدمت إعانات لمختلف اليوميات، فمثلا قدمت سندات مالية إلى يومية "المجاهد" الناطقة بالفرنسية تمكنها من طبع أكثر من 100 ألف نسخة في الساعة (عبد الرحمان عزي و آخرون 1996). (140-141).

وقد كان الأهم في هذه الفترة هو توزيع الصحافة المكتوبة وذلك بإصدار صحف جهوية و أخرى متخصصة لخلق حركة جديدة، وقد تم ذلك بإصدار يوميتين مسائيتين "المساء" بالعربية و Horizons بالفرنسية سنة 1985، وقد أحدثت هاتين المسائيتين نوعا في الصحافة المكتوبة كما صدرت خلال هذه المرحلة بعض الصحف المتخصصة في الرياضة والاقتصاد... (عبد الرحمان عزي و آخرون، 1992، 142).

لقد شهدت هذه المرحلة محاولة إقامة إعلام موضوعي نوعا ما، بحيث تكون هناك ثقة بين الصحافة المكتوبة وقرائها، حيث تقوم الصحافة بإعلام القراء بما يحدث أولا وقبل كل شيء ثم لها الحق بعد ذلك في التعليق على الأحداث وشرحها وتفسير الأسباب. كما شهدت هذه الفترة تحولا محتشما في المسار السياسي للبلاد والذي أراد إعطاء صبغة ثقافية للمؤسسات الإعلامية بدعم هذا القاع بتجهيزات وإمكانيات مادية، وهو ما ساعد على تنشيطه وتدعيم المنافسة بين مختلف اليوميات. (فضيل دليو، 2002، 115)

وبالرغم من الانفراج الطفيف الذي عرفته الصحافة المكتوبة في هذه المرحلة وخاصة الإصدارات الجديدة إلا أنها بقيت صحافة موجهة من احتكار الحزب الواحد أو الحزب الحاكم.

### 3-5-2- الصحافة في عهد التعددية :

والتي تظم بدورها مرحلتين بارزتين هما: المرحلة الممتدة بين (1989-1991) والثانية بين (1992-1998):

#### المرحلة الأولى: (1989-1991)

يمكن اعتبار أن هذه المرحلة جاءت كنتيجة منطقية للمرحلة التي سبقته، وقد جاءت إلى الوجود إثر أحداث 5 أكتوبر 1988 والتي اعتبرت منعرجا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي وجميع الميادين الأخرى وخاصة الإعلام المكتوب، حيث عرفت مرحلة ما بعد التعددية والانفتاح "05 أكتوبر 1988"، في الجزائر نشوء الصحافة المستقلة التابعة للقطاع الخاص، بعد أن تتأدى العديد من الإعلاميين والمنقفيين ورجالات الفكر بضرورة الانفتاح على التعددية الإعلامية وفسح المجال لخلق صحف مستقلة يديرها أشخاص متخصصون في الميدان (نوار الباهي، 2006، 11)، وقد ترتب عن هذه الأحداث دستور فبراير 1989 الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية وحرية الصحافة و تنوعها (فضيل دليو 1998، 115).

وقد تم تدعيم الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة ( النهار، العقيدة، العناب، الأوراس...) كما تم إنشاء الصحف الخاصة بالعربية منها (الخبر، السلام الجزائر، اليوم، الشروق، العربي و أخرى بالفرنسية Lequotidiend'Algérie Le soir d'algerie, Elwatan, Le Matain, Liberté, Hebdo وقد أنشأت الأحزاب صحفا خاصة بها إما ظاهرة أو متتكرة خلف عنان معين في هذه المرحلة أو التي تلتها مثل "الإرشاد" و "التضامن" المقربتان من (حماس) "البلاغ" و " For Kane " المقربتان من الفيس، و " الحق " "EL Haq" المقربة من (الأفافاس) وبالرغم من الانفجار الإعلامي الحر الذي بلغ حوالي 140 عنوانا عموميا خاصا، أو حزبي(النصر: 01-02-1991) الذي لم يسبق له مثل في العالم العربي الإسلامي، حيث شهدت هذه الفترة زيادة معتبرة في السحب خاصة الصحف الناطقة بالعربية و التي بلغ إجمالي سحبها مجتمعة حوالي: 2.000.000 نسخة مقابل حوالي 500.000 نسخة للصحف الصادرة بالفرنسية، إلا أن السحب تضاعف وتناقص، كما أن هذا الانفجار الإعلامي الحر لم يعمر طويلا حيث ظهرت بوادر انحرافه منذ بداية ( ارتفاع تكاليف السحب، مشاكل التوزيع، الإشهار والطباعة )، حيث نجد أن الصحف المعارضة وطيلة هذه المرحلة اعتمدت على المبيعات والتطوع وذلك بعد أن همشت صحفها، ورفع عنها الدعم الحكومي المباشر أو غير المباشر للصحف والصحفيين.

إن هذه المرحلة من تاريخ الصحافة المكتوبة في الجزائر قد سمحت لأول مرة بتعبير إعلامي حر يعكس إلى حد بعيد اهتمامات غالبية الشعب الجزائري وتطلعاته لغة وتوجه فكريا، إلا أنها شهدت في نهايته شبه انسداد إعلامي وذلك مع ظهور بوادر الأزمة السياسية الخطيرة التي شهدتها البلاد في صائفة 1991، وهو ما يمكن اعتباره بداية ظهور مرحلة جديدة تميزت بالتعليق، التهديد والاعتقالات في محيط أقل ما يمكن أن يقال عنه أنه شهد هيمنة فرانكفونية حادة ومشاكل وأزمات متعددة، ويمكن اعتبار هذه المرحلة القصيرة نقطة لبداية مرحلة تاريخية أخرى أشد خطورة وأشد تعقيدا. (فضيل دليو، 1997، 58)

### المرحلة الثانية : (1992)

يمكن اعتبار هذه المرحلة هي الأعنف في تاريخ الجزائر المستقلة، حيث شهدت البلاد اضطرابات وإنزلاقات سياسية خطيرة كادت في كثير من الأحيان أن تعصف بكيان الدولة، خاصة بعد توقيف المسار الانتخابي وفرض حالة الطوارئ المفتوحة، بالرغم من هذا فقد كانت أهم الصحف مقروئية في بداية هذه المرحلة هي (الشروق العربي، الصح آفة)، وذلك قبل توقفها أو توقيفها، هذا إلى جانب بعض العنوانين الناطقة بالفرنسية، إلا أن هذا لم يعمر طويلا، حيث أن حالة الطوارئ المفروضة في البلاد أثرت كثيرا على قطاع الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة التي عانت الحجز،

التوقيف، التعليق، التهديد و حتى الاغتيالات التي مست عشرات الصحفيين من مختلف القطاعات، كما تميزت بتعليق الصحف إداريا، هذا ونشير إلى أن التعليق الإداري سواء القانوني منه وغير القانوني الذي تحول إلى توقيف نهائي رغم انتهاء مدة التوقيف القانوني لم يسمح لها بمعاودة النشاط، واقتصر على الصحف المعربة فقط أما التعليق المؤقت والمخفف فقد شمل بعض الصحف الناطقة بالفرنسية وهو ما أدى إلى تراجع كبير في السحب والمقروئية حيث وصل إلى 600 ألف نسخة دوريا مقارنة مع المرحلة السابقة التي تجاوز فيها المليون نسخة دوريا وذلك جراء الإختفاء تارة أو التوقف الاضطراري تارة أخرى، حيث أن هذا التوقف أو التوقيف لأهم الصحف الحزبية والخاصة التي كانت تتميز بمقروئية عالية أدى إلى انخفاض المقروئية وبالتالي انخفاض السحب و ما أنجر عنه من تغير جذري لا يتماشى مع طبيعة وتركيبية المجتمع الجزائري الثقافية، وذلك جراء عدم التكافؤ الذي شهدته هذه المرحلة بعد توقيف أهم العناوين للصحف العربية إلى جانب احتكار الصحف الفرنكوفونية أو المفرنسة للساحة الإعلامية، من جهة أخرى فقد كانت أهم العناوين الناطقة بالعربية هي: (الخبر، العالم السياسي، إلى جانب النصر والجمهورية الجويتين) مقابل عدد كبير من اليومية الوطنية الصادرة بالفرنسية وهي " Le Soir , Le Matin,Liberté , L'Authentique d'Algerie,ELAcil,ELMoujahid,La Tribune, Le Matin,Liberté

وعلى الرغم من هذه الأعداد الهائلة من الصحف الناطقة بالفرنسية إلا أن جريدة "الخبر" وهي أول صحيفة عربية خاصة استطاعت أن تفرض وجودها وسط هذا السيل العارم من العناوين حيث تجاوز سحبها 180 ألف نسخة (فضيل دليو، 1997، 10-12) .

ومنه يمكن القول بخصوص تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر أنه كان لها بعد الاستقلال العديد من التطورات التي شهدتها من خلال المراحل التي مرت بها والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- شهدت المرحلة الأولى تغييرا في النظام السياسي بعد حصول الجزائر على الاستقلال و أهم ما ميزها هو نظام الحزب الواحد، حيث قامت الدولة بإلغاء الملكية الخاصة لوسائل الإعلام ( ما خلفته فرنسا من صحافة في الجزائر).

- لقد شهدت المرحلة الثانية نظام اشتراكي إعلامي أنجز عنه توسيع شبكة توزيع الصحافة وكذلك شهدت تعريب بعض اليوميات.

- لقد شهدت المرحلة الثالثة صدور أول خاصة بالإعلام وظهور قانون 1982.

- تميزت المرحلة الرابعة بصدور دستور فبراير 1989 الذي سمح بحرية الصحافة وتنوعها هو ما أنجز عنه هو حوالي 140 عنوانا ما بين عمومي خاص وحزبي، كما أنها تعد أول تجربة في العالم العربي الإسلامي.

- أما المرحلة الخامسة فقد شهدت تراجعاً وركوداً مقارنة مع التي سبقتها حيث شهدت قطاع الإعلام تهميشاً للصحافة الناطقة بالعربية إلى جانب اختفاء الصحف الحزبية فقدان العشرات من الصحفيين نتيجة الأزمة الحادة التي سادت البلاد في هذه المرحلة .  
من خلال ما سبق ذكره نصل إلى استنتاج هام هو أن الصحافة المكتوبة في الجزائر كانت ولا تزال تخضع دائماً لطبيعة النظام السائد وكذلك ارتباطاً بزيادة انتشار الصحافة بالحريّة الإعلامية السائدة.

### 3-6- حرية الصحافة المكتوبة في الجزائر :

كان الوضع القانوني للإعلام في الجزائر بعد الاستقلال ثابتاً لم يتغير. حيث أن الدولة الجزائرية لم تصدر في تلك الفترة قانوناً تشريعياً خاصاً بالإعلام (عزي عبد الرحمان وآخرون 1992، 122) وبالتالي لم تكن مسألة الإعلام متناولة بشكل وافي حيث كانت الصحافة تحت سيطرة ورقابة الدولة . ويتم تبرير هذه السيطرة بدعوى أن الدولة المستقلة حديثاً مكبلّة بالمشاكل الداخلية والخارجية التي تتطلب الوحدة والتكاتف ولا تحتمل أي اختلاف ذاتي بين أفراد الشعب .  
فأول حدث مهم يمكن الإشارة إليه خلال فترة ما بعد الاستقلال مباشرة هو صدور الميثاق الوطني الأول سنة 1976 التي تعددت نصوصه بالآراء والاقتراحات المقدمة التي أولت قطاع الإعلام أهمية قصوى ، وقد حددت هذه الوثيقة بكل وضوح لأول مرة دور الصحافة وجميع وسائل الإعلام الأخرى في نشر ثقافة كفيلة بالاستجابة للحاجات الأيديولوجية .

وبحلول سنة 1982 يكون قد مضى على الميثاق الوطني الأول 6 سنوات وهو تاريخ صدر قانون الإعلام 6 فيفري 1982 وهو القانون الذي يعتبر أول قانون ينظم النشاط الإعلامي في الجزائر، تناول بالتحديد الحقوق والواجبات المفروضة للصحافة هذه القواعد اعتبرها رجال الإعلام أشد العوائق لحرية الصحافة فمن خلال معظم المواد التي ينص عليها هذا القانون فإنه يضمن حرية الصحافة ولكنه ينص أيضاً على عوائق تحد من حريتها ، حيث أنه جاء بأحكام تنظيمية لبعض أعمال الإعلام لم يضطلع أبداً بمهمة توضيح إشكالية مهنة الصحفيين.

فحرية الصحافة في الجزائر كانت تريد أن تقنع قراءها بجدوى سياسية البلاد وصلاحيتها، وبهذا كان الجو الإعلامي في الجزائر منذ الاستقلال وحتى الثمانينيات إعلاماً حكومياً وخط واحد (محي الدين مختار، 1993، 57-58)؛ ليأتي الدستور الصادر بتاريخ 23 فيفري 1989 الذي يعتبر من أبرز الأحداث التي عرفت الساحة الوطنية بعد الاستقلال فأول مرة نص الدستور الجديد على مبدأ التعددية الإعلامية وحقوق أخرى لم تنص عليها الدساتير السابقة، لاسيما المتعلقة منها بحرية التعبير وإنشاء الجمعيات، بالإضافة إلى مبدأ الفصل بين السلطات الثلاث: التشريعية، القضائية و التنفيذية.

وكان من ثمار دستور 1989 أن ظهر قانون الإعلام الصادر بتاريخ 14 أبريل 1990، جاء هذا القانون أساسا لتمكين المواطن من الحصول على إعلام نزيه، وكذا ليعدل سابقة أي قانون 1982، ويفتح نوعا ما مجال الممارسة التي كانت حكرا على المؤسسات العمومية لتصبح تعني القطاع الخاص الذي عرف بما يسمى بالصحافة المستقلة، والتي أصبحت تجربة جديدة وجديرة بالاهتمام، غير أن هذا لا يعني أن الإعلام سوف يفتح على محيطه وتلغى القيود التي كانت تتحكم فيه من قبل، بل أن المتخصص للوثيقة التي تضمنت من خلالها المادة الأولى والثانية يجد أن الدور الذي أعطي للإعلام ينحصر بشكل مميز في شرح الاختبارات السياسية والمواقف الحزبية، الشيء الذي جعل العاملون بالإعلام و الصحافة يرون أنه لم يلبي الرغبات والحاجيات الإعلامية الجديدة ولم يضيف جديدا لكنه أضاف عراقيل وعوائق قيدت الصحفي أثناء عمله، وتظهر مضاعفة العقوبة في قانون الإعلام 1990 في المادة 86 .

وهذا ما أدى بالصحفيين إلى إطلاق اسم قانون العقوبات على قانون 1990 و إلى المطالبة بتغييره بقانون نابع من الصحفيين أنفسهم ويعكس انشغالاتهم واهتماماتهم واقتراحاتهم المرتبطة بالواقع من أجل ضمان الحرية الكبيرة وتكريس الديمقراطية.

وفي ظروف خاصة و استثنائية شهدت البلاد فيه فراغا دستوريا ومؤسساتيا، جاء دستور 28 نوفمبر 1996 ليكرس الوحدة الوطنية ويرفع اللبس عن الكثير من المسائل التي كانت غامضة في دستور 1989، وكذلك ليكرس الحريات والحقوق ويحميها ويمكن تصنيفه ضمن الدساتير الديمقراطية المحايدة ؛ ولو أمعنا النظر في هذا الدستور لوجدنا أن التعديلات التي جاء بها قد مست الناحية الاقتصادية والسياسية، أما فيما يخص الناحية الإعلامية فلم يصدر نص جديد حيث يبقى العمل ساريا وفقا لقانون الإعلام لسنة 1990 .

ففي الوقت الذي بدأت الحدود والضوابط المهنية ترتسم في ساحة حرية الصحافة وفي الوقت الذي بدأت فيه قواعد المهنة تشكل نسيجها وحدودها وفق مفهوم جديد فرضه التحول العام الداخلي والخارجي، وصنعته الخريطة الإعلامية الجديدة التي بدأت سنة 1990 مع ظهور الصحافة غير الحكومية في هذا الوقت بالذات يأتي مشروع تعديل قانون العقوبات (يومية الخبر : 2001، العدد 3169) ، هذا القانون الذي يعتبر في نظر الصحفيين يعكس خيارات سياسية جديدة على خلفية مساع تهدف إلى رسم الخريطة الإعلامية التي ارتسمت أساسا عام 1990 مع بروز الصحافة المستقلة وتوسيع نطاق المجال الإعلامي، فقد شدد هذا القانون العقوبة على الصحف فيما يتعلق بتهم القذف والشتم والسب والتي تتراوح ما بين سنة إلى ثلاث سنوات سجن والتي أعتبرها الصحفيين وسيلة قانونية جديدة لإعادة تكييف النصوص القانونية السابقة، لا سيما المادة 298 من قانون العقوبات التي

تنص على أن عقوبة القذف يمكن أن تصل إلى ما بين 5 أيام وسنة سجن، وغرامة مالية ما بين 150 دينار و 300 دينار ( يومية الخير : 3 ماي 2000 العدد 3155)  
ومن خلال ما سبق نجد حرية الصحافة في الجزائر تأثرت بالوضع، أو كانت قبل دستور 1989 تحاول تجسيد ما تسعى إليه الدولة، أما بعد دستور 1989 فقد عرفت نوعا من الحرية، إلا أنها بقيت مقيدة بقانون الإعلام سنة 1990.

### 3-7- الصحافة المكتوبة و الإقناع:

تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم وسائل الإقناع و التأثير في الرأي العام، ذلك أن من وظائفها الأساسية، الإعلام، التوجيه.... التعبئة السياسية، فالصحافة المكتوبة تقدم للناس الأخبار المعلومات و الآراء التي تساعد على تكوين رأي صحيح في المسائل العامة و ما قد يعترضهم من مشكلات سواء من الناحية السياسية، أو الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية...  
والصحافة المكتوبة تعرف الناس بالحقائق فيما تنشره من أخبار ومعلومات، وما تشرحه وتفسره عن تلك الحقائق والتعليق عليها و إبداء الرأي في صورة المقالات الرئيسية و الأعمدة اليومية ( سهير جاد، 2003 ، 132 )

وإذا كانت الصحف يختلف بعضها عن البعض الآخر في طريقة عرض الأخبار و الأفكار نظرا لاختلاف خطها الافتتاحي وسياستها التحريرية، فإن بعض الصحف إخبارية وبعضها الآخر صحافة رأي و فكر تعتنق مذهبها سياسيا معينا، أو تدافع عن وجهة نظر معينة.

وقد أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية دراسات عن دور الصحافة المكتوبة كأداة لتوصيل واستقبال المعلومات، واعتبرت الحملات الانتخابية مجالا خصبا للتعرف على أثر الصحافة المكتوبة في تعديل الاتجاهات والأفكار، و أظهرت الدراسة أن الصحافة المكتوبة لا تنجح في تحويل اتجاهات الناخبين بالرغم من أن الناخب يميل إلى قراءة الصحيفة التي تنشر أقوال كافة المرشحين ولا تقتصر على أقوال المرشح الذي تناصره فحسب، ولكن الذي يحدث أن آراء الناخب تزداد رسوخا بدلا من أن يطرأ عليها تغيير حتى ولو قرأ الناخب صحيفة تناصر مرشحا غير الذي يناصره، فالصحيفة قد تناصر مرشحا معينا ولكنها مادامت تنشر أقوال المرشحين كلهم فإن الناخب سيتمكن من تحصين نفسه ضد أي تحول في رأيه .

ويظهر أثر الصحافة المكتوبة أثناء الحملات الانتخابية في أنها تصبح أداة للإقناع أو تحويل الآراء، فهي تنير الاهتمام الكامن في الناخب، وهي أن تفعل هذا لتثير ما قد يكون كامنا أيضا عن معتقدات و آراء، أي أن ما يقرؤه الناخب في الصحف يقنعه من ناحية، ويثير من ناحية أخرى كوامن ذكرياته المتعلقة بمعتقداته التي غالبا ما تكون متعارضة مع ما يقدم إليه عن طريق

الصحافة، ولذلك فإن الأثر الأساسي الذي تحدثه الصحف كوسيلة إعلامية أثناء الحملات الانتخابية هو جذب اهتمام الجمهور إلى الانتخابات والقضايا التي تنطوي عليها.

وفي دراستي هذه أثر الصحافة المكتوبة يكمن في جذب اهتمام الجمهور إلى موضوع السلم والمصالحة الوطنية الذي عرضه رئيس الجمهورية السيد: عبد العزيز بوتفليقة، وبذلك تعتبر الصحافة المكتوبة أداة فعالة في إثارة الوعي وتهيئة الأذهان .

ويلاحظ أن اختلاف الصحف في طريقة عرض الأفكار و الأخبار قد أنتج عدة طرق في تحرير العنوان ومقدمة الخبر بحيث يمكن القول أن اختلاف الصحف في طريقة العرض يأتي بنتائج مختلفة عن ناحية الإقناع؛ فالصحف حين تقدم التصريحات السياسية عن الزعماء أو الساسة أو خطبهم يعتمد في العادة إلى اقتباس أهم الفقرات وتلخيص ما تبقى، وقد تلخص التصريح أو الخطبة دون اقتباس أية فقرة منها، ولهذا كله أثره في القارئ من ناحية الإقناع .

ومن هنا فإن الصحافة المكتوبة تحتوي على ثلاثة أنواع رئيسية عن المضمون الإقناعي :

أولها: الإعلان والعلاقات العامة.

ثانيها: المضمون الذي يراد به أساسا الترفيه أو الإعلام بحيث يكون الإقناع منتجا فرعيا

محتملا.

ثالثها : الدعوة المقصودة كالمقالات الافتتاحية والرسوم الكاريكاتورية، الأعمدة والمقالات التفسيرية التي تؤدي بالقارئ إلى الوصول إلى استنتاج، فهذه المقالات المتتابعة التي تنشرها الصحف من يوم إلى آخر حول موضوع معين أو فكرة معينة، ومع أنه من مهام الصحافة الأساسية أن تتحرى الموضوعية في رواية الأخبار والاقتباس عن الصحف الأخرى أو محطات الإذاعة أو الخطب التي يلقيها الزعماء والساسة والحكام، فالخبر يثير اهتمام القارئ وفي نفس الوقت يدرك الفكرة الرئيسية المراد إيصاله عليها دون أن يشعر .

وللصحافة كأداة في بحوث الرأي العام نقاط قوة تكمن في كونها أداة تأثير مباشر وغير مباشر، بمعنى أنها تتيح الفرصة لتداول الآراء و الأفكار حتى بين الجمهور الذي لا يقرأ الصحف عن طريق التوصيل غير المباشر للمعلومات و الأفكار من جانب قراء الصحف أنفسهم، كما أن الجمهور يتقبلها دون أن ينصرف الشك إلى ذهنه في أنها ليست صادقة، وهنا يكون التأثير نتيجة للتقبل ونتيجة لوجود ثقة قبلية للصحافة كوسيلة إعلامية، وتضم كذلك ألوانا عديدة من المعرفة يمكن أن تلبى مختلف الأذواق والميول.

والإعلان كشكل من أشكال الاتصال الإقناعي يتوسل بالصحافة المكتوبة في توصيل رسالته

الإعلانية .

كما تحتل الصحافة المكتوبة المقام الأول من بين وسائل الإعلام كلها في الإقناع والتأثير في الرأي العام لعدة أسباب يلخصها عاطف عدلي العبد العيد في كتابه "مدخل إلى الاتصال والرأي العام" في:

أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية و الاجتماعية ومناقشتها بإسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة، ويميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف تتفاوت نسب إقناعها وتأثيرها على الرأي العام بحسب الفئة الاجتماعية التي تستعملها وهي: (عاطف عدلي العبد العيد، 1993، 132)

#### الصحافة المتخصصة:

وهي التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمتفكرون ثقافة عالية، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع وفئاته.

#### الصحافة المتميزة:

وهي الصحافة الإخبارية التي تعتمد أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة وتشمل مضامينها على أهم الأنباء، وعلى تقديم خلفيات إضافية لها. كما تتعرض لوجهات النظر المختلفة، وتقوم بالتحقيقات والمتابعات، وتجري المقابلات مع المسؤولين من الصفوة الذين يحددون القضايا والموضوعات، وتقدم تحليلات وتعليقات تتصف بالمعرفة والنكاء، ويقرأ هذه الصحف أفراد الصفوة والمتفكرون والمطلعون وعدد من أفراد الجمهور العام.

#### الصحافة الشعبية:

ويقدم هذا النوع من الصحافة مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه، كما أن عرضها للأخبار يكون سطحيا وسريعا وغير متعمق، يميل نحو الإثارة وتمضية الوقت في معالجته للموضوعات المختلفة، وتركز هذه الصحافة على الجوانب الشخصية والثقافة بدلا من الجوانب العامة، كما تركز على الشخصيات البارزة من أفراد الصفوة بدون الخوض في التفاصيل الكافية.

\* تأثير محتويات الصحيفة والإقناع: قسمها الأستاذ الدكتور مختار التهامي إلى:

### قسم له علاقة مباشرة بالإقناع:

كالافتتاحية والكاريكاتير والأعمدة ويريد القراء والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، والنقد الأدبي والفني والإعلانات حيث يتسم هذا النوع من مواد الجريدة بالتحيز المعتمد الذي يرمى للتأثير في الرأي العام.

### قسم له علاقة غير مباشرة بالإقناع:

فيرغم أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للإقناع والتأثير في الرأي العام إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية، مما لا بد أن ينعكس أكثره على أحكام الرأي واتجاهاته عاجلاً أو آجلاً (عاطف العبد العبد عدلي، 1993، 186).

### قسم ليس له علاقة عادة بالإقناع:

ومن المواد الصحفية التي تتدرج تحت هذا القسم صفحة الوفيات والنشرة الجوية وبرامج الإذاعة والتلفزيون والسينما، فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليست موجهة في الظروف العادية إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة وإن كانت هناك أحيانا استثناءات تفرضها أوضاع بعينها، ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المفروضة التي قد تقوم بها بعض الجهات والتي تستعمل عادة كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

## 3-8- الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة:

تختلف الصحافة المكتوبة عن الإذاعة والتلفزيون في أداء الرسالة الإعلامية من عدة جوانب، نذكر منها:

- أن هناك من أساليب الإقناع ما تنفرد به الصحافة المكتوبة، ومنها ما تشترك به مع الإذاعة والتلفزيون. مما يدل على أهمية الصحافة في توجيه الصحافة في توجيه السياسة للمصالح والخطط المرسومة، حيث يقول "خروتشوف" إن الصحافة هي سلاحنا الفكري والإيديولوجي الرئيسي... وإذا كان الجيش لا غنى له في القتال عن السلاح، فكذلك الحزب الشيوعي الواحد لا يستطيع أن يقوم بأعماله في الميدان الفكري أو الإيديولوجي بغير سلاح الصحافة" (عبد الله محمد الغوشن، 1996، 69)

ومن هنا فإن الصحافة المكتوبة تنتهج عدة أساليب في الإقناع والتأثير منها:

- تحرص الكثير من الصحف على نشر الكم الهائل من المعلومات والأخبار والحقائق، وتحرص على توخي الصحة فيما تقدمه حتى لا تفقد مصداقيتها أمام الرأي العام وبالتالي يعود عليها

بأثر عكسي، أين تقوم الصحيفة بالتعليق على الخبر بما يتفق وسياستها، ويساند سياسة الدولة التابعة لها في كثير من الأحيان، ويكون ذلك التعليق بصورة لا يشعر بها القارئ، بل يعتقد أن ذلك التعليق بصورة لا يشعر بها القارئ، بل يعتقد أن ذلك جزء من الخبر نفسه بدون تدخل لتصل به إلى قناعة معينة.

فتوثيق المقال والخبر الصحفي بتقديم الإحصائيات والأرقام الدقيقة، والحقائق المعلوماتية من شأنه أن يضيف عليها شيئاً من الأهمية والقوة، وهذا من أهم عناصر الإقناع والتأثير على القارئ، أما إذا كان مجرد سرد يخلو من ذلك، ويعتمد كلياً على التخمين والتوقعات، فالأمر يؤدي عكس المطلوب.

- لصفحة القراء أثر كبير في توجيه القراء نحو رأي أو موقف معين، ففيها يعرض الجانب السلبي والجانب الإيجابي، بمعنى الرأي المؤيد والرأي المعارض للقضية المطروحة، وعرض تلك الآراء المتضاربة والتعليق عليها من قبل رئيس التحرير، أو محرر الصفحة بما تمليه عليه سياسته الإعلامية الهادفة، وعن طريق الرد على الرأي المعارض والسكوت عن الرأي الأخر، يشعر بميل إلى هذا الرأي ويخطئ الرأي الذي وجهت إليه بعض العيوب أو الاعتراضات، الأمر الذي تزمع به الصحيفة إلى قيادة الرأي العام في قضايا اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو فكرية، ونحوها إلى موقف محدد.

ومن الأهمية ملاحظة القارئ أن الصحيفة لا تنتمي إلى حكومة ما، أو تخدم سياسة ما، أو حتى تعتمد مالياً على دولة معينة إن ذلك يضيف عليها شيئاً من الأهمية والثقة، وتقبل الآراء والأفكار المعارضة.

- الصور والرسوم تلعب دوراً مهماً في كسب ثقة القارئ والتأثير عليه، ويمكن ثم الحصول على قناعة، لأن الصورة الواحدة تعطي عدة معاني، وتغني عن العشرات من الكلمات، وكذلك الرسم الكاريكاتوري، فهو سلاح فتاك في يد صحافة اليوم في التأثير.

- الطريقة المثلى في بناء المقال، فيكون إما على شكل الهرم المعتدل، أين يبدأ بالمقدمة والتي هي تمهيد للدخول في التفاصيل المهمة، وفي هذا الجزء يمكن للكاتب أن يهيئ القارئ ويستدرجه إلى ما يريد من خلال تقديم رؤيته الخاصة التي يسعى إلى إقناع المتلقي بها، يلي المقدمة جسم المقال، وفيه تفاصيل أكثر أهمية، ثم الخاتمة التي هي لب الموضوع وذات الحدث، وأحياناً تكون كتابة المقال على شكل الهرم المقلوب فيبدأ الكاتب بمقدمة المقال أو الخبر فيعرض أهم جزء فيه ويستخدم المحرر المفاتيح الستة في الخبر (من؟ أين؟ متى؟ ماذا؟ لماذا؟ وكيف؟) ويراعي فيها الأولوية وموضوعية الطرح المتعلقة بها.

إن للموضوعية والتسلسل المنطقي في عرض الأفكار والمعلومات قبل وعند تقديمها، تأثير رائع على القارئ والمستمع وبناء النتائج التي توصل إليها الكاتب خلال عرض موضوعه على أساس المقدمات التي هيئها و أَعدها في أول المقال لهو من أفضل أساليب الإقناع في الكتابة الصحفية و الإذاعية اليوم.

- أن كثيرا من الصحف تحاول أن تغري بعض الكتاب المشهورين في كتابة عمود يوحي باستقلال الرأي بينما العكس خلاف ذلك كأسلوب من أساليب الإقناع ، وإن كان هذا الأسلوب الإقناعي غير علمي إلا أن تأثيره يقع مع الكثير من المتلقين .

- أيضا من أساليب الإقناع العلمية الجيدة الاستشهاد ببعض الوقائع السابقة فعند عرض خبر ما و إبداء الرأي حوله من المناسب استعادة شيء من الحوادث والوقائع السابقة المشابهة لذات الحدث أو الخبر وتوضيح أوجه التشابه بين الحدثين وما يربط بينهما فمثلا عند تقديم خبر لمسجد البابلي في الهند و إصرار الهندوس على هدمه بزعم أن المسجد قد أُقيم على أنقاض معبد رامافمن المناسب الاستشهاد عليه بما يقوم به اليهود من حفريات حول المسجد الأقصى بزعم البحث عن هيكل سليمان ، وكلاهما -أعني المعبد والهيكل -يقرر الخبراء أنه لا يوجد أي دليل على أنهما بنيا في ذلك المكان ، إن الاستشهاد بالوقائع السابقة المماثلة بما يخدم الفكرة المناطة بالخبر يضفي عليه قوة ويعطي المستقبل قناعة بصواب الخبر والفكرة معا، ويشابه ذلك الاستعانة بالأمثلة الواقعية التي تقرب فكرة الحدث أو الخبر إلى ذهن القارئ والمتلقي.

وهناك من الأساليب التي تعتمد على التشويق وفي الوقت نفسه التأثير والاستمالة كالملاحق المرافقة، فمعلوم أن الملحق غالبا ما تكون تحقيقاته و أبوابه حول قضية ما أو موضوع خاص وجميعها تدور حول السياحة، مثلا من أجل إقناع القارئ بمتعة السياحة في ذلك البلد و التحقيقات المثيرة كأن تكون عن قضية الزواج من الخارج ، فلا شك أن الأعمدة والمقابلات إذا كانت جميعها لا تؤيد الزواج من الخارج وتفند الأسباب فهذا في حد ذاته منهج في التأثير والإقناع ، والآراء المفاجئة الغربية والسبق الصحفي في قضية ما ولتكن سياسة فإنها تقابل أذهانا وتفكيرنا لم ينهياً بعد لها ولم يستمع لمثله من قبل فإن ذلك يقوده إلى التسليم المطلق بما قرأه والاقناع به.

## الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

تمهيد

4-1-1- الجزائر ما قبل التعددية الحزبية (من 1962 إلى 1989)

4-1-1-1- مرحلة 1962-1979.

4-1-1-2- مرحلة 1979 - 1989.

4-2-1- الانفتاح السياسي سنة 1989 وظهور الأحزاب الوطنية .

4-3-1- الانتخابات التشريعية سنة 1991 وإلغاء المسار الانتخابي.

4-4-1- الجزائر ودوامة العنف السياسي

4-5-1- تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر

## تمهيد:

شهدت الجزائر في مسارها التاريخي الطويل كثيرا من المحطات الكبرى، حيث عاشت عشرية سوداء، فتعطلت التنمية الوطنية وتقهقرت مكانة الجزائر في الساحة الدولية.

ومراعاة لمصلحة الوطن والمساهمة في بناء الجزائر قررت سلطات الدولة اتخاذ عدة إجراءات كانت تهدف جميعها إلى العفو والسلم، وكانت آخرها ميثاق السلم والمصالحة الوطنية الذي جاء به رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة .

وفي هذا الفصل الذي جاء بعنوان المصالحة الوطنية في الجزائر سوف أتناول تطور الجزائر بعد الاستقلال وقبل ميثاق السلم والمصالحة الوطنية، لأتطرق في النهاية إلى تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر.

#### 4-1- الجزائر ما قبل التعددية الحزبية (من 1962 إلى 1989)

4-1-1- من 1962 إلى 1979 :

تميزت هذه المرحلة بفترات عديدة تخللتها أحداث بارزة على المستويين الداخلي والخارجي حيث كانت بداية هذه المرحلة من 1962 - 1965 دقيقة و صعبة، بحكم خروج الجزائر من فترة استعمارية طويلة وشروعها في إقامة أسس الدولة ونظامها السياسي، وما ارتبطت به من مشاكل واختلافات (عبد القادر يحيوي وآخرون، 2000-2001، 368)

حيث عرفت جبهة التحرير الوطني أزمة حادة كادت أن تعصف بالجزائر في حرب مدمرة لا نتيجة منها، وتعود أصول هذه الأزمة إلى الاجتماع الذي عقده المجلس الشعبي الوطني للثورة الجزائرية في طرابلس من 27 ماي إلى 04 جوان 1962 لدراسة الوضع الجزائري والتحصير لما بعد الاستقلال والمصادقة على ميثاق المؤتمر ( عمورة عمار، 2002-210)

وبينما كان الشعب يعاني ويلات منظمة الجيش السري، كان بعض القادة وعلى رأسهم بن بلة كما يذكر ذلك المرحوم المناضل سعد دحلب في كتابه "مهمة منجزة" يخطط من أجل الحكم المستقبلي لمساندة قائد الأركان آنذاك هواري بومدين المعارض لاتفاقيات إيفيان والحكومة المؤقتة الجزائرية، فقدم بلة رفقة خيضر قائمة أعضاء مكتبه السياسي لتحل الحكومة المؤقتة ، فرفض كل من آيت احمد و محمد بوضياف طلب انضمام إليه، وخلق هذا التصرف جنحة في أوساط المؤتمرين لأنه يعني ببساطة السلطة، مما أدى إلى خلق جو متعفن، هيمنت عليه الصراعات، أجبرت رئيس الحكومة المؤقتة بن يوسف بن خدة و وزرائه مغادرة هذا المؤتمر قبل نهايته إلى مقرهم بتونس لتكملة مهمتهم بشأن اتفاقيات إيفيان، وبإعلان يوم الاستقلال انقسمت جبهة التحرير فبعض قادة الولايات الداخلية ساندوا بن بلة وانظموا إلى جيش الحدود بقيادة هواري بومدين رغم أن هذا الأخير كان قد عزل من قيادة هيئة أركان الجيش في يوم 30 جوان 1962، والبعض الآخر من قادة الولايات وقفوا إلى جانب الحكومة المؤقتة، ولما اشتد الصراع بينهم خرج الشعب إلى الشوارع ينادي بشعار " سبعة سنين بركات " وهنا تنازل يوسف بن خدة على السلطة حقنا للدماء(عمورة عمار 202،210)

ولم يكتف الشعب بذلك بل وصل به الأمر إلى درجة أنه يلقي بنفسه إلى الطرقات في وجه

الشاحنات العسكرية كي لا تتقدم، فيقتل الجزائري أخاه ( محمد العربي الزبير، 15، 1984)

وفي 13 أوت 1962 تتصب المكتب السياسي الذي شكله "بن بلة" وتحول جيش التحرير الوطني إلى الجيش الوطني الشعبي (ANP) في أواخر 1962، وتشكل المجلس التأسيسي في 20 ديسمبر 1962 برئاسة "فرحات عباس" فأعلن ميلاد الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ورئيس حكومتها "أحمد بن بلة" و وزير دفاعها وقائد الجيش الوطني الشعبي "هواري بومدين"، "ومحمد خيضر" أمينا عاما لجبهة التحرير الوطني (محمد العربي الزبيري، 1984، 66)، وبتولي بن بلة مقاليد الحكم ، حاول إرساء حكم فردي وأحاط نفسه بمستشارين أجانب، وهذا ما يتناقض مع القاعدة الذهبية للثورة المتمثلة في: التسيير الجماعي، الاستقلالية، الصرامة، الحرية، والحرص على التنظيم ورفض كل تدخل أجنبي كما بادر إلى إقصاء معارضيه وقمعهم ولم ينجوا منه حتى حليفه "خيضر" فألقي القبض على "آيت احمد" ووضع فرحات عباس رئيس البرلمان تحت الإقامة الجبرية بأدرار، ومن المناضلين من بقي في صفوف حزب جبهة التحرير ومنهم من غادرها نهائيا ومنهم من أسس أحزابا مستقلة مثل حزب جبهة القوى الاشتراكية برئاسة "آيت احمد" إلا أنه منع من الممارسة السياسية. (عمورة عمار، 2002، 211)

حينها أعلن "محمد خيضر" استقالته من منصبه كأمين عام للحزب بعد اجتماع المجلس السياسي، وفي 16 أبريل 1963 يعين "بن بلة" أمينا عاما للحزب في 17 أبريل 1963، وفي 26 سبتمبر من نفس السنة انتخب رئيسا للجمهورية فأصبح كل من الحزب والرئاسة تحت يده وبهذا انتقل الصراع إلى منعطف آخر (بين مؤسسي الحزب والرئاسة من جهة أخرى، ومؤسسة الجيش من جهة أخرى) لينتهي بانقلاب 19 جوان 1965 (رابح يونس، 2000، 76)

وفي هذا الصدد يقول سعد بوشعير في كتابه "النظام السياسي الجزائري" إن ما حدث في 19 جوان 1965 ما هو إلا تصرف يتمشى وتعريفنا للانقلاب الذي هو حركة ذات طابع عنيف تقوم به جهة السلطات ذات نفوذ، مستعملة في ذلك وسائل القوة بهدف الإستلاء على السلطة، واستبدال النظام الأساسي القائم رغم وحدته الإيديولوجية بنظام قانوني آخر دون مشاركة الشعب (سعيد بوشعير، 1993، 66)

هذا الانقلاب الذي عرف بالتصحيح الثوري، فتح الباب لعهد جديد امتد حتى سنة 1976 والذي

شهد أحداث هامة أهمها: (عبد القادر يحيوي وآخرون: 2000 - 2001، 369)

اعتلاء بوخروبة إبراهيم محمد المعروف ب: هواري بومدين السلطة على رأس مجلس الثورة المتكون من 25 عضو والذي يمثل الهيئة العليا المنطرة، وصاحبة القرار في البلاد وبقيادة جماعية دوما.

لكن هواري بومدين كان يسير البلاد بمفرده وببهد من فولاذ بدون برلمان ولا دستور مدة اثني عشر سنة، واتبع بسياسة التدرج في حكمه، ووجد في البداية صعوبة في تعامله مع الخارج بسبب العملية الانقلابية، سواء مع الدول الاشتراكية أو العربية وخاصة مصر، لكن سرعان ما عادت الأوضاع إلى حالها بعد مشاركة الجيش الجزائري في حرب ستة أيام بين العرب وإسرائيل عام 1967 والتي كانت نتيجتها احتلال الجولان وسيناء من طرف اليهود، وفي نفس هذه السنة وبالضبط في شهر ديسمبر 1967 قام العقيد الطاهر الزبيري بمحاولة انقلابية فاشلة تمكن بومدين من إخمادها في المهدي. (عمار عمورة، 2002، 211)

وقد اعتبرت هذه السنة فترة غليان ثوري والصراع الشخصي على السلطة إلا أن النظام السياسي شهد مرحلة استقرار تميزت بسيطرة الدولة على الوضع الاجتماعي و السياسي بحيث كانت سنة 1968 بداية تطبيق البرنامج التنموي الطموح، حيث صورت بأن الغاية من وجود النظام السياسي في الجزائر هي تلبية المطالب الاجتماعية للمواطن (benchenhou A : 2003 29-30)

وشرع هواري بومدين في بناء هيكل الدولة ومؤسساتها المنتخبة كالمجالس البلدية سنة 1967 والولائية سنة 1969 و المجلس الشعبي سنة 1977 ورئاسة الجمهورية ووضع مرجعية لذلك، فتم إصدار الميثاق الوطني 1976 الذي هو عبارة عن برنامج سياسي دار نقاش شعبي كبير حوله، وتم التصويت لصالحه، وسنة من بعده عام 1977 تم انتخاب المجلس الشعبي الوطني وابتداء من السبعينات شرع في تحقيق مشروعاته الكبرى ، الثورة الزراعية وألف قرية نموذجية والصناعة المصنعة والتسيير الاشتراكي للمؤسسات وديمقراطية التعليم والطب المجاني والسد الأخضر لإيقاف تصحر الأراضي الفلاحية وتأميم المحروقات يوم 24 فيفري 1974 وبدل مجهودات كبيرة لمحاربة الأمية بناء المدارس والجامعات (عمار عمورة، 2002، 212)

وانتهت هذه الفترة بوفاة الرئيس "هواري بومدين" بعد مرض عضال يوم 27 ديسمبر 1978 واجتماع المجلس الشعبي الوطني في اليوم نفسه و تكليف "رابح بيطاط" برئاسة الدولة لمدة 40 يوما حسب دستور 1976، وفي نفس الفترة يظهر الصراع جليا حول من يتولى الرئاسة بعد

"بومدين" وكان من أشد المرشحين "عبد العزيز بوتفليقة" الذي اكتسب بإلقائه كلمة التأبين بجنارة الراحل، تقبلا شعبيا كبيرا ، ومنافسة محمد الصالح يحيواوي (محمد مصدق يوسف،1998،223-224) وانهقد مؤتمر استثنائي لحزب جبهة التحرير الوطني في جانفي 1979 تم فيه حل مجلس الثورة وأترشيع العقيد المناظر الشاذلي بن جديد ليصبح رئيسا للجمهورية بعد انتخابات 07 فيفري 1979 (عبد القادر يحيواوي و وآخرون، 2000-2001،369)

#### 4-1-2- من 1979 إلى 1989:

بعد الموت المفاجئ للرئيس " هواري بومدين" ورث خلفائه تركة تاريخية ثقيلة في مقابل شعور كبير باليأس لدى الجماهير الشعبية، واعتبر تعيين الشاذلي بن جديد لمساندة سياسية من الجيش كعامل وحدة قبول بالارتياح الذي تثيره الحلول المنبثقة من طريق مسدودة (عبد الناصر جابي 1998،18)

وهنا نشير كما يقول عمار عمورة في كتابه " موجز في تاريخ الجزائر" : أنه عوض أن يسير في الاتجاه الصحيح الذي سلكه بومدين بادر إلى محو سياسته وما عدا إلغاء رخصة الخروج إلى الخارج وتحسين الطرق وبناء الجسور ، لم تعرف الجزائر أي تقدم بل بالعكس تراجعت إلى الوراء ففقدت سمعتها العالمية واعتمدت على الربع البترولي وما نتج عنه من تبذير للأموال وخلق أزمات مفتعلة . (عمورة عمار ،2002،212)

حيث برزت رغبته في تغيير السياسة البومدينية "لأجانب الحقيقة إذ قلنا أن مؤشرات الأزمة انطلقت عمليا عندما حاول النظام السياسي الجديد في بداية الثمانينات القيام بعملية إصلاح للنظام البومديني الذي ورثه الرئيس الجديد" الشاذلي بن جديد" بعد الموت المفاجئ للرئيس الراحل "هواري بومدين" علما أن النظام البومديني نفسه قد عرف بداية ظهور شروخ قبل موت الزعيم نفسه. (عمر صدوق،73،1995)

وقد تميزت فترة حكمه عموما بصراعات في قمة الهرم للسلطة أدت إلى اضطرابات عنيفة منها أحداث تيزي وزو في 1980 ، اضطرابات الطلبة في الجامعات في 1980، وهذا ما يبرز استغلال الأطراف المتصارعة لمسألتي التعريب والبربرية لإضعاف النظام مما أدى إلى تمخض صراعات داخلية لها علاقة بالصراعات الفوقية، وفي نفس الفترة بدأت بوادر استغلال الدين لأغراض سلطوية من خلال الإشاعات حول توجه "بن جديد" الإسلامي، وكذلك "بن بلة" الذي مجد

الثقافة الإسلامية، وهذا كله بمحاولة الارتقاء على حساب التيارات الإسلامية التي صارت تملك من القوة ما يمكنها من تغيير الأوضاع ، وتشكيل يد من حديد إن أحسن استغلالها، واتجه "بن بلة" الذي لقبته وسائل الإعلام الأجنبية "بتخميني الجزائر" إلى التحالف مع "حسين آيت احمد" سنة 1985 لإسقاط النظام في الجزائر (راجح يونسى 2000، 205)

وفي سنة 1986 تم فيها تعديل الميثاق الوطني بعد أن أبعد "بن جديد" الجماعة البومدينية التي كانت تستغل إنجازات الرئيس الراحل لكسب الشعب إلى جانبها من أجل تحقيق مصالحها، بعدها تم الإعلان الصريح والاعتراف الرسمي بضرورة إجراء تغييرات سياسية واقتصادية لإقامة نظام حكم تعددي جديد، وهو ما تضمنه البيان السياسي الصادر عن رئاسة الجمهورية في 24 أكتوبر 1988 والذي أكد أن تأصيل جبهة التحرير الوطني لا يفرض أن يؤدي تطور العمل السياسي في القاعدة إلى تعددية سياسية، وكان ذلك يدلنا بالدخول إلى نظام التعدد الحزبي الذي نص عليه الدستور الجديد الصادر في 23 نوفمبر 1989 والمتقن في قانون الجمعيات السياسية، وهو ما شكل الأساس القانوني لهذا النظام ( امر برامة، 2001، 213)

### أحداث أكتوبر 1988:

إن حدوث مجموعة من الاضطرابات في مناطق متعددة من البلاد، منها الاضطرابات منطقة القبائل سنة 1980، قسنطينة سنة 1986، (عبد القادر يحيوي وآخرون، 2000-2001، 369) ومساندة "الشاذلي بن جديد" للديمقراطية، بمحاولته التفكير في مشاريع إصلاحية كان يراها مرتبطة باقتصاد السوق مما يسمح في نظره بإعطاء فعالية للاقتصاد الوطني والتخلص من النفقات الاجتماعية التي أصبحت تتقل كاهل الدولة بعد انخفاض أسعار البترول مما أدى بالرئيس لإعطاء أولوية للإصلاحات الاقتصادية على حساب الإصلاحات السياسية وذلك للصعوبات الاجتماعية التي أصرت شيئاً فشيئاً لتفرز الخامس من أكتوبر 1988 فقد واجهت المشاريع الإصلاحية " بن جديد" معارضة حادة بقيادة "محمد الشريف مساعدي" (علي الكنز، 1990، 80)

والذين يستميتون في الدفاع على الحزب الواحد والاستمرارية على النهج الاشتراكي، ليشتد الصراع بين الإصلاحيين والمحافظين ويظهر على الصعيد الإعلامي ليزيد حدة تردد "بن جديد" للترشح لعهدا ثانية وفي صيف 1988 بعدما أقال "بن جديد" اللجنة التحضيرية للمؤتمر السادس لحزب جبهة التحرير الوطني وأحداث تغيير القيادة العسكرية بترقية ضباط شباب وإبعاد القداماء من

أجل إحاطة نفسه بمؤيدي إصلاحاته ، وفي هذه الفترة بالذات ظهر جليا تدهور الأوضاع الاقتصادية من خلال ندرة السلع، وضعف التسيير والصيانة في المؤسسات الاقتصادية (محمد تامالت، 1998، 98)

إضافة إلى السقوط الحر لأسعار البترول الذي كانت الدولة تعتمد عليه في صادراتها، وتوقف الدولة عن بناء المساكن الاجتماعية وأيضا القرارات غير الشعبية التي زادت نسبة الضرائب ورفضت دفع متأخرات السنوات الثلاثة الأخيرة، وسياسة المحسوبية وبن عميس في توزيع الريع والسكن وتولي المسؤوليات وتهميش الإطارات الجامعية النزيهة طبقا للمادة 120 لحزب جبهة التحرير التي تنص على أن يتولى الوظائف العليا في القطاع العام والأعضاء المنخرطون في الحزب، كانت هذه تصرفات سلبية السبب الرئيسي والمباشر في انتفاضة 5 أكتوبر 1988 والتي ذهب ضحيتها حسب تصريحات رسمية 169 قتيلا من كامل التراب الوطني منهم 56 في الجزائر العاصمة. (عمورة عمار، 2002، 213).

وباندلاع مظاهرات أكتوبر 1988 أعلنت حالة طوارئ ميزها السكوت المرعب لرئيس الجمهورية (رابح لونيبي، 2002، 224)

وتجدر الإشارة إلى أن هذه المرحلة لم يكن الشاذلي بن جديد لوحده المسؤول بل حتى جبهة التحرير الذي أصبح في عهده حر التصرف ، وبيده زمام البلاد وأدت هذه الأحداث الأليمة إلى مصادقة الشعب على الدستور الجديد لعام 1989، والذي أعفي بموجبه الجيش الوطني الشعبي من صفوف جبهة التحرير الوطني، وفتح باب الديمقراطية على مصراعيه للصحافة المكتوبة والجمعيات والتعددية الحزبية والنقابية في ظل حرية عرجاء لا تغني ولا تسمن من جوع.(عمورة عمار، 2002، 213).

#### 4-2- الانفتاح السياسي سنة 1989 وظهور الأحزاب الوطنية:

إن الإصلاحات السياسية والدستورية التي عرفتها الجزائر خلال عامي 1989، 1988 وما جاءت به أحداث أكتوبر 1988، قد مهدت للتغيير في طبيعة النظام السياسي وما يقوم عليه من نظام حزبي وشريعة دستورية (ناجي عبد النور، 2007-158)

وتجسدت الإصلاحات الجذرية التي أعلن عنها الرئيس الشاذلي في دستور 23 فيفري 1989 الذي فتح الباب لمرحلة جديدة تميزت بإطلاق الحريات التعددية السياسية .(عبد القادر يحيوي وآخرون 2000 - 370)

وإحداث القطيعة مع النظام السابق المحتكر للسلطة من قبل حزب جبهة التحرير الوطني ويؤسس للتعددية السياسية والحزبية والتفتح الديمقراطي من خلال رفض احتكار السلطة وزوال هيمنة الحزب الواحد على الحياة السياسية . (ناجي عبد النور، 2007، 158)

وفي هذا الصدد يقول رابح يونس في كتابه: الجزائر في دوامة الصراع بين العسكريين والسياسيين: "بعد المصادقة على دستور فيفري 1989 الذي يقر بالتعددية الحزبية ظهرت العديد من الأحزاب بلغ عددها حوالي 60 حزبا بعضها لا يتجاوز عدد أعضائها 15 عضوا، وكانت معظمها تقدم برامج عامة لا تمس بصفة مباشرة تنمية البلاد، غير أنها كانت منبثقة من معارضة النظام أساسا من خلال الاستغلال والوطنية وتاريخية الثورة. (رابح يونس، 2000، 225)

ويقول عبد الناصر جابي في كتابه: الانتخابات الدولية والمجتمع 1998 : "قبعد الهامش الواسع الذي فتح على التعددية الحزبية وحرية التعبير وبناء على دستور 1989 ظهرت على الساحة السياسية في الجزائر تشكيلات حزبية عديدة أهمها حزب جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، الجبهة الإسلامية للإنقاذ، حزب الطليعة الاشتراكية ، النهضة الإسلامية ، حركة مجتمع السلم، والتي كانت آنذاك حركة مجتمع الإسلامي إتحاد القوى الديمقراطية. (عبد الناصر جابي، 1998، 119)

ويقول عبد العالي دبله : "أغلبية هذه الأحزاب باستغلالها للمقومات الوطنية كانت تحويها إلى أداة للقضاء على الآخر بطرق قد تظهر مشروعة سياسيا، مما أدخل البلاد في متاهات مظلمة يتقاتل فيها أبناء الوطن الواحد تحت غطاء التعصب اللغوي والعربي والجهوي، فالدخول في عهد الديمقراطية والتعددية الحزبية، كان بطريقة عشوائية ولم يكن بطريقة طبيعية، ونضج سياسي أو مناخ سياسي وفكري واجتماعي واقتصادي وتربوي وقانوني، وهذا الأمر لا يمكن تحقيقه في سنة أو سنتين(عبد العالي دبله، 2004، 22)

#### - دستور 1989 والانفتاح السياسي:

ومن هنا نستنتج أن دستور 1989 كرس التعددية الحزبية بالنص المباشر عليها في المادة "40" منه "حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي معترف به ولا يمكن التدرع بهذا الحق بضرب الحريات الأساسية، والوحدة الوطنية والسلامة الترابية، واستقلال البلاد وسيادة الشعب"، وبذلك وضع حدا لنظام الحزب الواحد المعتمد منذ الاستقلال، وقد ترتب عن التعددية الحزبية مبادئ

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

وقواعد نص الدستور عليها تعبر عن مظاهر التعددية ومنطقاتها كحرية التعبير والرأي و الصحافة والاختيار حيث نص الدستور في المادة (39) "حريات التعبير و إنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن".(دستور 1989)

و تنص المادة (10) من الفصل الثاني على أن "الشعب حر في اختيار ممثليه" هذه الحرية لا يمكن أن تكون تامة أو فعلية إلا في ظل تعددية تامة وفعلية". (ناجي عبد النور، 2007، 59)

و تنص المادة(14) من الفصل الثالث على أن تقوم الدولة على مبادئ التنظيم الديمقراطي والعدالة الاجتماعية... إذ لا يمكن الحديث عن الديمقراطية في ظل نظام أحادي مركزي يحتكر السلطات ويضع القيود على الحريات، وكانت المادة (30) أكثر وضوحا حيث أشارت إلى أن مؤسسات الدولة تستهدف إزالة كل العقبات التي تحول دون مشاركة الجميع الفعلية في الحياة السياسية".

وقد أكد كذلك الدستور في الفصل المتعلق بالحقوق والحريات لا سيما المواد (39/36/31) على الطابع الديمقراطي للدولة والخيار التعددي المنتهج، فقد جاء في الفقرة الأولى من المادة(39) "الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة" ونصت المادة (36) على أن حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي مضمون للمواطن، حقوق المؤلف يحميها القانون"

من خلال عرض مختلف المواد التي نص عليها الدستور ، يتأكد الإقرار بمبدأ التعددية الحزبية والسياسية، وتوفير الضمانات لممارسة مختلف الحقوق والحريات السياسية في إطار القانون واحترام رأي الغير بما يكفل ويخدم المنافسة السياسية.

ويعد دستور 23 فيفري 1989 الوثيقة السياسية التي تأسست من خلالها قاعدة التعددية الحزبية في الجزائر، ووصف بأنه دستور انفتاح وحرريات، ودستور دولة قانون تعتمد النظام الديمقراطي، وبعد الدستور تولى القانون 5 جويلية 1989 ضبط الشروط المطلوبة لإنشاء الجمعيات ذات طابع سياسي (ناجي عبد النور، 2007، 160)

#### 4-3- الانتخابات التشريعية سنة 1991 وإلغاء المسار الانتخابي:

بفتح الباب واسعا للحريات، ظهر أكثر من ستين حزبا على الساحة السياسية، دخلت عمليا في معارك انتخابية تعددية الأولى من نوعها، نذكر منها الانتخابات المحلية في 12 جوان 1990، والانتخابات التشريعية في 26 ديسمبر 1991 (عبد القادر يحيوي وآخرون 2000، 2001، 370)

جرت الانتخابات التشريعية وفقا للنظام القائمة الاسمية بدورين وأفرز فيها الدور الأول بفوز الجبهة الإسلامية للإنقاذ (fis) ب 188 مقعدا، أي حوالي 03 ملايين و 200 ألف صوت ، فوَّعت الجزائر في مأزق كان يمكن تجنبه لو جرت الانتخابات بالنظام النسبي (رابح لونسى، 2000، 237) وفي هذا الصدد يقول محمد تامالت في كتابه "الجزائر من فوق البركان" "تلقى الرئيس بن جديد هذه النتائج بنوع من الرعب الواضح لا سيما بعدما انتشر بين القيادة الفعلية التي جعلته كما يقول العربي بلخير في حالة جد سيئة و هو ما بدا عليه حين استدعى وزير داخلته قائلا له: لا أريد أن أكون السبب في إراقة الدماء أو تقسيم الجيش (محمد تامالت، 1998، 100)

و من جهة أخرى تعسف النظام مع مناضلي الجبهة الإسلامية للإنقاذ أدى إلى انفجار الوضع مع التراكمات و الترسبات الخطيرة ليفرز ظاهرة العنف التي كلفت الجميع ثمنا غاليا جدا، و كانت بدايتها مع الضغوط التي واجهتها الجزائر بصفة عامة و التي من أهمها :

- مظاهرات في العاصمة دعا إليها الألفاس ، و كذلك تهديدات خارجية ضد البلاد و غلق تونس و المغرب حدودهما في وجه الجزائر ، كما ظهر في نفس الفترة العنف اللغوي في الأوساط السياسية و الذي سرعان ما تحول إلى صراع جسدي يهدد البلاد بحرب أهلية، و هنا تراوحت ردود الأفعال ما بين مؤيد لهذه الانتخابات، و مطالب باحترام إرادة الشعب والدستور والنظام الجمهوري، ونبذ التطرف والعنف من جهة ومن الجهة المقابلة مطالب بإيقاف المسار الانتخابي، وقد تنامي هذا المطلب الأخير باقتراب موعد الدور الثاني من الانتخابات .(عمر برامة، 1990، 31-32)

وفي يوم 11 جانفي 1992، أمام تفاقم الأوضاع أعلن الرئيس الشاذلي بن جديد عن استقالته التي تزامنت مع حل المجلس الشعبي الوطني، وهو ما أوجد فراغا دستوريا، لعدم نص الدستور على هذه الحالة مما أدخل البلاد في عهد جديد ووضعية خطيرة لتجاهل المشرعين للدستور توقعها وتصور حلول دستورية لها في نفس الدستور .

وهنا تركت زمام الأمور في يد الجيش، وسارع هذا الأخير إلى أن يسلك طريقة انتقالية تكون من خلال قيادة جماعية ذات غالبية مدنية، وتم تكوين لجنة من ضباط الجيش الوطني الشعبي وبعض الأعضاء من الحكومة، بحيث اجتمع المجلس الأعلى للأمن، وبعد المناقشة أعلن توقيف المسار الانتخابي (خالد نزار، 1999، 219)

كل هذا أدى إلى إيقاف المسار الانتخابي، وهو ما دفع بالحزب الفائز (الجبهة الإسلامية للإنقاذ fi) إلى التحرك عن طريق الاحتجاجات والاضطرابات تم احتلال الساحات العمومية . (عبد القادر يحيوي، 2000-2001، 370)

وحسم الجيش الخلاف القائم حول شرعية الانتخابات بتوقيفه لها حيث صرح "خالد نزار" في كتابه "بوتفليقة الرجل والحصيلة" بأن قرار الإلغاء والتفويق جاء في الوقت الذي كانت فيه الجزائر تسير في مسار انتحاري . (خالد نزار، 2003، 72)

و ابتداء من 30 سبتمبر أصبح الموقف العام للجيش يرفض حصول الفيس على أغلبية مطلقة من البرلمان وحل المجلس الشعبي الوطني ليخلفه مجلس أعلى في الدولة مهمته تسيير مرحلة لا تتعدى سنتين ثم العودة إلى إجراء الانتخابات وتكون هذا المجلس من خمسة أعضاء هم:

- محمد بوضياف رئيسا

- علي كافي

- خالد نزار

- علي هارون

- تيجاني هدام

وبدأ هذا المجلس نشاطه بتطبيق الخناق على بعض الأحزاب كحزب جبهة التحرير الوطني وحل الأحزاب الأخرى كالجبهة الإسلامية للإنقاذ سنة 1993 ، وهو ما أدى إلى انزلاق خطير أدخل البلاد في دوامة من الإرهاب كان على رأس ضحاياها رئيس المجلس الأعلى للدولة محمد بوضياف بنفسه (عبد القادر يحيوي و آخرون، 2000-2001، 370 - 371)

وفي هذا الصدد يقول خالد نزار: "تعهد المجلس الأعلى للدولة الذي كنت عضوا فيه بتسليم السلطة عند انتهاء ما تبقى من عهد الشاذلي بن جديد" ولم يكن في نيتنا المكوث على رأس السلطة(خالد نزار، 2003، 208)

وهكذا عين المجلس الأعلى للدولة كسلطة فعلية لمحاولة تغيير نمط التعددية وتم بذلك إلغاء

المسار الانتخابي رسميا عام 26 ديسمبر 1991.

ويجمع المهتمون أن أسباب توقيف وإلغاء المسار الانتخابي يعود إلى :

- استعمال الإسلام لأغراض سياسية، وفرض جبهة الإنقاذ نفسها على الساحة السياسية

- احتواء هذا الحزب على جناح مسلح مستعد للنشاط بهدف الاستلاء على السلطة

- ظهور مظاهر العنف بدأت باغتيال ستة عناصر من الأمن ببو زريعة يوم 08 / 02 / 1992
- حالة القلق التي ميزت العلاقات الجزائرية الخارجية خاصة البلدان المغاربية والأوروبية
- كل هذا أدى إلى انعكاسات خطيرة على المستويين الداخلي والخارجي
- ويقول الحسن بركة "أبعاد الأزمة في الجزائر" فقد أدت انعكاسات توقيف المسار الانتخابي إلى إلغاء وتجميد المؤسسات والجمعيات الدستورية والقانونية وسن القوانين استثنائية وإنهاء هيئات موازنة واهتزاز وتدهور الحياة والنظام العام وكذا انعدام أخلاقيات السياسة على هذا المستوى الوطني، أما على المستوى الدولي فقد عبرت أغلب الدول العربية على استيائها لما يحدث في الجزائر منذ البداية ورأت كل من إيران السودان وليبيا ضرورة تغيير الأنظمة السياسية الحاكمة، في حين أكدت كل من مصر وتونس على ضرورة تحييد الإسلام من الحياة السياسية والاقتصادية (الحسن بركة، 1997، 66).

#### 4-4- الجزائر ودوامة العنف السياسي:

- بعد أن أجهضت التجربة الديمقراطية التي بدأت بمادة في دستور 1989، وبعد فوز حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ F.I.S في الإنتخابات الأخيرة ، وإيقاف المسار الانتخابي تحرك الحزب الفائز عن طريق الاحتجاجات، والاضطرابات، ثم احتلال الساحات العمومية .
- وفي يوم 11 جانفي 1992، أعلن الرئيس بن جديد عن استقالته، التي تزامنت مع حل المجلس الشعبي الوطني، وهو ما أوجد فراغا دستوريا، لعدم نص الدستور على هذه الحالة، مما أدخل البلاد في عهد جديد ووضعية خطيرة(عبد القادري حياوي وآخرون، 2000- 2001، 370)
- بعدها قام المجلس الدستوري بالإجتهد في معالجة الفراغ الدستوري الذي وقع ، فشكل المجلس الأعلى للأمن يوم 14 جانفي 1992 مجلسا مكونا من خمسة أعضاء هم:
- خالد نزار " وزير الدفاع".
  - علي كافي " مسؤول في منظمة المجاهدين .
  - علي هارون "سكرتير الدولة لحقوق الإنسان".
  - تيجاني هدام " عميد مسجد باريس " .
  - محمد بوضياف كرئيس للمجلس.(رابح لونيبي، 2000، 342)

وسمي هذا المجلس **بالمجلس الأعلى للدولة**، أوكلت إليه مهمة تسيير المرحلة الانتقالية، وبدأ هذا المجلس بتضييق خناقته على بعض الأحزاب، كجبهة التحرير الوطني، وحل أحزاب أخرى، كالجبهة الإسلامية للإنقاذ سنة 1993، وهو ما أدى إلى انزلاق أدخل البلاد في دوامة من الإرهاب، كان على رأس ضحاياها رئيس المجلس الأعلى للدولة محمد بوضياف. (عبد القادر يحيوي وآخرون، 2000-2001، 371)

وبدأت بوادر العنف تظهر منذ مقتل ستة عناصر من الأمن قرب القصبة يوم 08 فيفري 1992. (خالد نزار، 2003، 17)، ليواصل حصد الأرواح من مختلف فئات المجتمع، فكانت ظاهرة العنف وليدة القمع العشوائي الذي مورس على مناضلي الفيس، إضافة إلى ضغط الصحف المعادية للإسلاميين بتشويهها للذين الإسلاميين، ووصفه بالإرهاب، وأصبحت دوافع الانتقام لدى الشباب المهزوم نفسياً والمسحوق اجتماعياً، وهذا ما كان إننا بدخول الجزائر في متاهة دموية سميت بال عشرية الحمراء، أين كان صوت الرصاص الناطق الرسمي الوحيد الذي يملك قوة التعبير، ومن هنا انتبق العنف الذي يعني إثارة الرعب والهلع القائم على مبدأ الإكراه والإخضاع وفق الإرادة الشاذة. (عبد الرحمان محمد عيساوي ، 1994 ، 251)

وفي هذا الصدد يقول "خالد عمر بن قفة " أن أساليب وأعمال العنف تصاعدت في السنوات 1992 - 1993 - 1994 من خلال:

- ن تخريب المصانع والمعامل.
- ن تدمير المدارس والثانويات والمؤسسات الثقافية.
- ن تدمير وتخريب السكك الحديدية والجسور والقطارات والحافلات والشاحنات، إضافة إلى سرقة وابتزاز أموال المواطنين.
- ن اغتيال عناصر الشرطة والدرك والعسكريين، وبالأخص أولئك الذين يقطنون بالأحياء الشعبية لحمل عائلاتهم على الرحيل وبالتالي خلق ملا جيء في المدن.
- ن اغتيال مثقفين، كتاب، فنانين، باحثين، أساتذة جامعيين، بغية حرمان الجزائريين من طبقتها المثقفة، إضافة إلى اغتيال الأجانب.

#### اغتيال محمد بوضياف:

كان يوم 16 جانفي 1992، قد حدد كيوم لإجراء الدور الثاني للانتخابات الموقف مسارها، وهو نفس اليوم الذي عاد فيه " بوضياف" إلى الجزائر من مدينة القنيطرة المغربية ليكون على رأس

السلطة، أين تميز بالتكتم الشديد حول برنامجه الاقتصادي والسياسي، غير أن ميوله للديمقراطية كان واضحا منذ البداية .

وبتوليه الحكم أبدى استيائه من الرداءة والتسيب اللذان تعاني منهما مؤسسات الدولة، فظهر معه مصطلح المافيا السياسية والعسكرية، وأصحاب الصفقات الاقتصادية المقسمون للسلطة والمستغلون لمناصبهم من أجل جمع الثروة وأخذ الامتيازات، وقد كان قبوله للمنصب بمثابة تحدي، فقد بدأ يفكر شرعيا في أن فئة الضباط الشباب المكونين في مدارس عسكرية ذات مستوى عال في الخارج الإتحاد السوفياتي، الولايات المتحدة، فرنسا ، ولم يشاركوا في التحولات المختلفة للحياة السياسية منذ الاستقلال، وخاصة من لم يتورطوا في أعمال الفساد، يمكنهم تطهير ميكانيزمات النظام، وتنظيم الدعم في المؤسسة لإصلاح المؤسسات التي يراها ويتصورها، لكن تبين له بسرعة وبوضوح أنه من المستحيل الإصلاح من الداخل لنظام حكم معقد وعدواني بكل ديناميكية، وهكذا بقي "بوضياف" معزولا داخل نظام حكم مراقب من طرف مسؤولي الجيش ومصالح الأمن. ( Ahmed dahmani ;1999, 171-172) ،

وفي صباح يوم 27 جوان 1992 توجه بوضياف إلى مدينة عنابة في إطار سياسته الجديدة المبنية على الاحتكاك المباشر بين الشعب، لتشييد معرض لإبداعات الشباب بقصر الثقافة، وفي حدود الحادية عشر صباحا شرع " بوضياف" يقول رابع لونييسي في خطابه الذي لا يختلف عن خطبه السابقة، لما فيها من حدة وصرامة لم يألفها الشعب الجزائري، انفجرت قنبلة داخل القاعة، ثم ظهر أحد عناصر قوات التدخل السريع من خلف الستار ليفرغ ثلاثين طلقة رصاص في ظهر ورأس الرئيس، ثم استغل الفوضى التي دبت في القاعة للفرار.( رابع لونييسي ، 2000،246)

كما يقول في هذا الصدد الزبير سيف الإسلام في كتابه " مؤامرة من خلف الستار" دحرج القاتل قنبلة يدوية تحت أرجل الرئيس، انفجرت أمام الطاولة بحوالي متر واحد، في نفس اللحظة خرج شخص يحمل رشاش صغير ذو ثلاثون طلقة، يفتح الستار بيد واحدة، مستعملا السلاح الذي يمسكه بعد ذلك بكلتا يديه".(الزبير سيف الإسلام، 1992، 191)

وللخروج من هذه الوضعية المتميزة بانعدام المؤسسات الدستورية الشرعية نظمت ندوة ضمت السلطة ومعظم الأحزاب وأنشأت للجنة الحوار الوطني عشية نهاية المرحلة الانتقالية برئاسة المجلس الأعلى للدولة، وانهقدت ندوة الوفاق الوطني عام 1994 توجت بتعيين: وزير الدفاع

**اليامين زروال** رئيسا للدولة، وإضافة الشرعية على رئاسة الدولة نظمت انتخابات رئاسية تعددية يوم: 16 نوفمبر 1995، فاز فيها كمرشح حر، ففتح بذلك عهد جديد.

وبتولي " زروال " الحكم، قام بإنشاء مجلس انتقالي يشمل جميع الأحزاب تأكيدا منه لمبدأ الحوار، وهو ما يعني انتصار دعاة الحوار والمصالحة ، لأن الحوار يشمل جميع التنظيمات السياسية البارزة والفعالة بكل إيديولوجياتها، واختلافاتها المحورية، بهدف توحيد الرؤى التي تضمن قبول الرأي الآخر المخالف، خدمة لاستمرارية الدولة وحفاظا على مصالح الشعب والرجوع إلى اختياره، وهذا ما سعى زروال إلى تأكيده من خلال سعيه إلى وفاق وطني يجمع كافة الجزائريين.( عبد الناصر جابي، 1998، 152)

وهكذا واصل زروال محاولته الحوارية رغم المقاطعات من طرف أصحاب النظرة الإستتصالية الذين عمدوا إلى ربط الحوار بالاستسلام، رغبة منهم في السيطرة على الأوضاع التي بدأت تقلت من أيديهم في عهد زروال، الذي أعطى الاهتمام للإصلاحيين الذين نشطوا عدة مسيرات سلمية أهمها مسيرة 08 ماي 1994، والتي شاركت فيها عدة أحزاب ومنظمات وطنية، وعمت كل الولايات، فعلق الشعب أمالا كبيرة على الحوار الوطني، إلا أنه خابت بإعلان زروال في خطابه عن فشل الحوار بعد العملية الشنيعة التي استهدفت براعم من الكشافة الإسلامية بإحدى مقابر الشهداء في الأول من نوفمبر 1994 ، كما أعلن في تلك الخطاب بأن الحوار سيكون منذ تلك اللحظة مع الشعب، وقرر إجراء انتخابات رئاسية قبل نهاية عام 1995 .(رابح لونيبي، 2000، 260)

وفي بداية جانفي 1995، انعقد بروما لقاء سانت ايجيدوا، جمع مجموعة من الأحزاب في دورين، وقعت في الدور الثاني منه على وثيقة يلتزم فيها الجميع باحترام مبادئ الأول من نوفمبر والتداول السلمي على السلطة والاعتراف بالأمازيغية واحترام العناصر الثلاثة للهوية الوطنية، وإبعاد الجيش على السياسة وغيرها، غير أن هذا العقد فشل بسبب غياب أهم عنصر النظام الذي نظم مظاهرات تندد بما أسمته بالتدخل الأجنبي في الجزائر.

في 16 نوفمبر 1995 جرت الانتخابات الرئاسية، وفاز المرشح "اليامين زروال" بالأغلبية المطلقة ، وفي بداية 1996 انعقدت ندوة الوفاق الوطني الثانية رغم مقاطعة الأرسيدي والتصدي لها، إضافة إلى الأفافاس وحزب العمال، وقد كانت هذه الندوة بداية بوضع الديمقراطية في الجزائر على أساس سليم، وتمت صياغة دستور جديد مبني على مبادئ الندوة.

وأمام الفشل في إعادة الأمن، وإنهاء المأساة الوطنية اضطر الرئيس إلى تنظيم انتخابات رئاسية مسبقة يوم: 15 أبريل 1999، وبعد الإعلان عن النتائج الرسمية من طرف المجلس الدستوري، والتي أسفرت على انتخاب المرشح الحر: عبد عزيز بوتفليقة (قوراية أحمد، 2005، 24)، بأغلبية ساحقة وهو ما فتح الباب لعهد جديد تضمن برنامج الرئيس بوتفليقة جملة من الأولويات، تأتي على رأسها استعادة السلم والأمن المدني، حيث شرع منذ توليه مقاليد الرئاسة في معالجتها ، فتجاوبت معها مختلف الأطراف الوطنية، من جماعات مسلحة ، وأحزاب سياسية ، ومجتمع مدني، فأثمرت بإصدار قانون الوئام المدني، الذي صادقت عليه غرفتا البرلمان، والذي عرض على الاستفتاء الشعبي يوم: 16 سبتمبر 1999، كما أدت إلى إصدار عفو رئاسي على 5000 من المساجين يوم 05 جويلية 1999. (عبد القادر يحيوي وآخرون: 2000-2001، 371).

#### 4-6- تطور مفهوم المصالحة الوطنية في الجزائر:

قانون الوئام المدني.. العفو الشامل.. المصالحة الوطنية.. مصطلحات أصبح يتداولها الجميع، بعدما ظلت لسنوات عديدة ضمن المحرمات.

فأضحت تلك المصطلحات خياراً حضارياً ومحبيباً لكل الأطراف وأصبحت شعاراً يرفعه الجميع دون استثناء بما فيهم السلطة التي طالما رفضت إمكانية حدوث ذلك ..

ويبدو أن هذا التطور في القضية الجزائرية وصل إلى مستوى من النضج، إلى درجة جعلته يفرض نفسه على الصعيد المحلي والدولي بعد عشرية دامية عاشها الشعب الجزائري.

ولأول مرة الجدل ذهب في اتجاه واحد بعيداً عن الأطروحات التي كانت تنصب في خانة "الكل امني" لاجتثاث التطرف والغلو.. فغلبيت لغة الحوار التي أصبحت حاضرة بقوة، واقتنع فريق من الجزائريين وأدرك الآخر انه لا يمكن إنقاذ بلاده إلا عبر التوصل إلى أرضية مشتركة .

فبعد الحديث عن تجسيد المصالحة الوطنية الذي شغل الساحة السياسية الجزائرية، انتقل إلى مرحلة الحسم في إجراء الاستفتاء العام بعدما دعا إليه الرئيس عبد العزيز بوتفليقة مؤخراً .

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

ظهرت المصالحة الوطنية كمفهوم مع بروز الأزمة السياسية الناجمة عن إلغاء المسار الانتخابي في 26 ديسمبر 1991 وما تلاها من اندلاع أعمال عنف في الجزائر أدى إلى تدهور خطير في الوضع الأمني .

وجاءت المصالحة كمطلب سياسي وشعبي كرد فعل على تدهور الوضع الأمني من جهة، ولأجل تطويق الأزمة السياسية والأمنية التي وصلت إليها البلاد من جهة.

بمعنى أنها فكرة تقوم على رفض لغة السلاح والأخذ بلغة الحوار، فالأزمة الجزائرية أزمة سياسية، وكان لا بد لها من حل سياسي .

والمصالحة الوطنية لم تأخذ منذ البداية تسمية " المصالحة الوطنية "، وإنما أخذت عدة تسميات قبل أن تستقر على ما هي عليه الآن:

#### 4-6-1- الحوار السياسي:

في بداية الأمر أخذت «المصالحة الوطنية» تسمية الحوار كوسيلة لحل الأزمة، ودعت إليه مجموعة من الشخصيات السياسية والحزبية، وتبنى "الحوار" مجموعة من الأحزاب وعلى رأسها الأحزاب الثلاثة الفائزة في انتخابات 1991، وهي جبهة التحرير الوطني، جبهة القوى الاشتراكية والجبهة الإسلامية للإنقاذ، وأحزاب أخرى .

وهنا حدث الانقسام السياسي والإعلامي وحتى الشعبي بين دعاة الحوار، ودعاة خيار المواجهة من داخل السلطة وتغلب التوجه الثاني سياسياً مما أدى إلى استفحال الأزمة الأمنية.

ومع مرور الوقت أصبحت المصالحة الوطنية تفرض نفسها فرضاً .

وبانسداد قنوات الحوار مع الشركاء السياسيين، وبالموازاة مع استفحال الأزمة الأمنية، استفحلت الأزمة السياسية أيضاً، وكان ذلك تحديداً في عام 1995 عندما عقدت مجموعة من الأحزاب الجزائرية، وعددها سبعة، اجتماعاً بالعاصمة الإيطالية روما، وتوصلت إلى التوقيع على أراضية سياسية تعرف بـ " عقد روما" للحوار مع السلطة .

لكن السلطة الجزائرية رفضت هذه الأرضية جملة وتفصيلاً.

ويمكن القول إن تلك الأرضية تعد أول عقد مكتوب كآلية سياسية لتحقيق المصالحة الوطنية .

وهكذا ظهر مصطلح "الحوار السياسي" مع السلطة كبديل لكلمة "الحوار".

والحقيقة أن الحوار بين السلطة وبعض الأحزاب لم يتوقف، لكن الأحزاب التي تعتبر معنية

بالأزمة وتحديداً حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ لم تكن شريكة فيه، إما لأنها لم تدع إليه أو لأنها

قررت مقاطعته، بحجة أنها ترغب في «حوار بدون إقصاء» وقد عبرت مجموعة عقد روما عن

موقفها من ذلك الحوار بالعبارات التالية "لا لحوار البعض من البعض ضد البعض، من أجل البعض".

وفي هذا الصدد يعتبر **عبد الحميد مهري** الأمين العام السابق لجبهة التحرير، أن مشروع

المصالحة توافقاً وطنياً بين جميع الفعاليات السياسية المؤثرة في المجتمع.

ورأى أن البحث عن حل المشاكل التي أوجدت الأزمة يسهل في تحقيق المصالحة الوطنية .

([www.ariyadh.com](http://www.ariyadh.com))

وهكذا يمكن القول إن "حواراً جاداً" يجمع كافة الشركاء السياسيين لم يحدث، لكن الرغبة في

حل الأزمة ظل قائماً، مما أدى إلى عقد " ندوة الوفاق الوطني " كشكل من أشكال تحقيق المصالحة

الوطنية، إلا أن تلك الندوة بدورها لم يجتمع حولها جميع الشركاء السياسيين مما جعل بعض

المحللين يصفونها بعبارة " ندوة شبه الوفاق الوطني " ولم تفلح في وضع حد للتدهور الأمني وعدم

الاستقرار السياسي .

وفي سبيل تحقيق المصالحة الوطنية، حدث نوع آخر من الحوار بين الحكومة وقادة الجبهة

الإسلامية، لكنه لم يصل إلى أي نتيجة مما أدى إلى استمرار سياسة «الكل أمني» كمفهوم متعارض

مع مفهوم المصالحة الوطنية .

ويرى الدكتور **محمد لعقاب** أستاذ العلوم السياسية بجامعة الجزائر أن الحوار السياسي كمفهوم

للمصالحة الوطنية آنذاك وصل إلى الفشل لأنه اتسم بثلاث سمات: أولاً: انه كان حواراً جزئياً، أي

لم يشرك جميع الشركاء السياسيين خاصة أطراف الأزمة.

ثانياً: لم يكن حواراً جدياً، لأن عدة أحزاب مشاركة فيه لم تكن تملك نفوذاً شعبياً وكانت تتقصه الشجاعة السياسية.

ثالثاً: كان الحوار عبارة عن املاءات ولم يتسم بسمات الحوار، أي كل طرف كان يرغب في فرض وجهة نظره .

ومفهوم المصالحة الوطنية يوم ذلك كان ينحصر في إطلاق قادة الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحكوم عليهم ب (12) سنة سجنًا نافذاً، والسماح بعودة الجبهة الإسلامية للإنقاذ إلى النشاط السياسي ولو بتسمية جديدة، وكذلك العودة إلى المسار الديمقراطي .

#### 4-6-2 - قانون تدابير الرحمة:

وبالموازاة مع الحوار السياسي بين الحكومة وبعض الأحزاب السياسية حدث توجه آخر نحو تطويق الأزمة الأمنية، كشكل من أشكال التصالح، وتجلى ذلك في قانون " التوبة " أو ما يعرف ب "قانون الرحمة " لعام 1994م، الذي مكن كثيراً من حملة السلاح من العودة إلى المجمع، وقانون الرحمة كان يرغب في وضع حد للنزيف الدموي دون إشراك السياسيين الذين يعدون طرفاً في الأزمة وبالتالي لم يحقق نتائج مرجوة.

وكان يحتوي على (12) مادة موزعة على ثلاثة فصول، ومن أهداف هذا القانون الذي صدر في شكل أمر باعتبار ذلك وسيلة التشريع في المجلس الوطني الانتقالي وفق أرضية الوفاق الوطني حول المرحلة الانتقالية، تجسيد الرحمة والتآلف والتواد والتآخي بين أبناء الشعب الواحد خاصة بعد أن أدرك الكثير من الشباب مخاطر الطريق الذي دفعهم إليها مدبرو ظاهرة الإرهاب، وبدأو يلتمسون الرأفة من دولتهم بوساطة متعددة

- أهداف القانون: يمكن إجمال أهم أهداف هذا النص في النقاط الآتية : (العيد عاشوري، مجلة التائب ، العدد الخاص، 103-104).

- عزم سلطات البلاد على اجتياز الجزائر مرحلة دقيقة في تاريخها، وذلك بالسعي لتطهير المناخ وإتاحة الفرصة لكل أبناء الأمة للتعبير عن رأيهم بطرق سلمية.

- العزم على إعادة الأمن والاستقرار والأمن والنمو والازدهار للوطن وللمجتمع، وإعادة الهبة والاعتبار للدولة، والاحترام الكامل لسيادة القانون.
- فتح المجال أمام كل الجزائريين للمشاركة في بناء الوطن والتمسك بقيمنا الوطنية الروحية والدينية المطبوعة على الدوام بالوسطية والتراحم وبقيم الخير والعطاء.
- عزم سلطات البلاد على محاربة الإرهاب وأعاصير التطرف والتعصب الغريبة على المجتمع الجزائري لإعادة الاستقرار والأمن والطمأنينة إلى نفوس المواطنين .
- تأكيد رغبة الدولة في التكفل بفئة الشباب التي وقعت ضحية حملات ودعوات مضللة انسأقت بفعل أسباب عديدة إلى أعمال الإرهاب والتخريب، وتحريرها من أيادي القتل والتدمير والتخريب .
- باعتبار الإرهاب ظاهرة غريبة ودخيلة على مجتمعنا، كان من الضروري الإسراع في تكييف التشريع خاصة بإعادة النظر في الأدوات القانونية المستعملة وفي الإجراءات المتبعة، وذلك بعد أن تأكد أن محاكمة مرتكبي الأفعال الإرهابية والتخريبية مهما كانت درجة العقوبة لا تكفي للقضاء على الإرهاب الوحشي.
- تشجيع توبة الأشخاص الذين وقفوا في وجه السلطات العمومية، وارتكبوا أعمالا إرهابية.

#### 4-6-3- الوثام المدني:

كانت لقانون تدابير الرحمة أثار إيجابية على بعض الشباب الذي ضل السبيل، فتاب الكثير منهم واستفاد من تدابير الرحمة، لكن ليس بالشكل الذي يخفف على الشعب آثار الإرهاب والإجرام وينهي معاناته، (العيد عاشوري، 105)، وباستمرار تدهور الوضع الأمني، وانسداد الحل السياسي، تأزمت الوضعية الجزائرية أكثر، وازدادت المطالبة الخارجية بإيفاد لجنة تحقيق دولية في المجازر المرتكبة، وأحس الجزائريون بأن خطر التدخل الأجنبي أصبح قائماً عندما حلت بالجزائر بعثة الأمم المتحدة للإعلام والتقصي عام 1998م ، وهنا أصبح خيار المصالحة الوطنية يفرض نفسه أكثر من أي وقت مضى، فالإجراءات والآليات السياسية التي تم اتخاذها لم تحل الأزمة، وسياسة « الكل أمني» لم تصل إلى تحقيق الاستقرار .

لذلك أصبحت " المصالحة الوطنية " شعار كل المرشحين السبعة للانتخابات الرئاسية في افريل من عام 1999م، وذلك لكسب أكبر عدد ممكن من الرأي العام .

وبعد أن جاء عبد العزيز بوتفليقة لسدة الحكم في عهده الرئاسية الأولى أعطى تسمية جديدة للمصالحة الوطنية، فأصبحت تحمل تسمية «الوئام المدني». وقد صادق البرلمان الجزائري على قانون الوئام المدني، بدون أية معارضة، ثم عرض القانون على الاستفتاء الشعبي بتاريخ 16 سبتمبر 1999، وكان السؤال المطروح على الناخبين : هل أنتم مع أم ضد المسعى العام لرئيس الجمهورية الرامي إلى تحقيق السلم والوئام المدني؟.

وكانت نتائج الاستفتاء جد إيجابية سواء من حيث نسبة المشاركة، أو من حيث عدد الموافقين على هذا المسعى، وهي نتائج تعبر عن رغبة الشعب في وضع حد للمحنة التي حلت به وعانى خلالها ويلاّت التقتيل الوحشي والاعتصاب وتدمير الممتلكات العامة والخاصة.

ومن هنا فقد مكنت سياسة الوئام المدني من إعادة السلم والأمن إلى مختلف مناطق الوطن، واسترجعت الجزائر مكانتها على المستوى الدولي، وانطلقت من جديد في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خدمة لكل أبناء الوطن (العيد عاشوري، 108)

وهنا أصبح مفهوم المصالحة الوطنية قاسماً مشتركاً بين الشعب والأحزاب والسلطة لأول مرة منذ عام 1999م .

والحقيقة أن الوئام المدني، كان يهدف إلى تقديم الضمان القانوني للهدنة التي أعلنها «الجيش الإسلامي للإنقاذ» وهو الجناح السياسي للجبهة الإسلامية عام 1997م، وقد أفضى قانون الوئام المدني إلى وضع آلاف المسلحين سلاحهم وحل مجموعة من التنظيمات المسلحة لنفسها مستفيدة من هذا القانون [www.ariyadh.com](http://www.ariyadh.com) .

- أهداف القانون: (العيد عاشوري، 106)

إن الوضعية التي عاشتها الجزائر فرضت تكيف التشريع المعمول به ليصبح قادرا على التكفل بمتطلبات المعطيات الجديدة التي أفرزتها مكافحة الإرهاب، فمحاربة الإجرام ومرتكبيه ومتابعتهم

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

ومعاقبتهم تستدعي سن قوانين وإجراءات تتناسب وهذه الأفعال تماشيا مع المسعى العام الذي تهدف إليه الدولة، ويعبر هذا القانون عن إرادة سياسية قوية ليسود الوئام المدني بين كل أفراد الشعب: ويهدف بالخصوص إلى ما يأتي:

- إنهاء فترة مظلمة من حياة الجزائر وفتح عهد جديد.
  - السعي إلى إيجاد حلول للوضعية التي تشهدها البلاد، وإلى استرجاع الوئام المدني، ووضع حد لحالة الانسداد التي يتخبط فيها بعض الأشخاص، وفتح الطريق أمامهم للعودة إلى المجتمع، والمساهمة في بناء الوطن بدلا من تخريبه.
  - إيجاد حلول نهائية لأسباب الاضطراب وفتح باب التوبة أمام المتورطين في أعمال إرهابية أو تخريبية والذين يعبرون عن إرادتهم في الكف عن نشاطاتهم الإجرامية.
  - تجفيف منابع الفتنة وهو ما يتطلب التجاوز والحلم لما يحققه ذلك من ترسيخ قيم التسامح الأصلية في المجتمع.
  - تكريس مبدأ الإعفاء من المتابعة، وتطبيق مبدأ القانون الأصلح للمتهم في إطار تجسيد الإرادة السياسية التي تسعى جاهدة للقضاء على بدور الحقد والانتقام.
- ولتحقيق هذه الأهداف يرتكز هذا النص على أربعة مبادئ يجب التمسك بها:
- احترام الدستور والحرص على تطبيق قوانين الجمهورية والخضوع لها.
  - حماية حقوق ضحايا الإرهاب.
  - العرفان بدور مؤسسات الدولة.
  - فتح المجال لعودة الذين ضلوا الطريق لسبب أو لآخر.

#### 4-6-7 - الوئام الوطني:

في خضم الوئام المدني، خرج بوتفليقة بمصطلح جديد، عندما أعلن عن رغبته في ترقية "الوئام المدني" إلى "وئام وطني"، وبقي غير واضح المعالم، وأصبح عرضة للتفسير والتأويل من قبل الإعلاميين والسياسيين. (محمد لعقاب، 73)، دون أن تحدد ملامحه أو حتى خطوطه العريضة، وترى شخصيات ذات اطلاع بالأزمة الجزائرية أن الوئام المدني، ليس سوى الشق الأمني للمصالحة الوطنية، ولا بد من استكمالها بالشق السياسي .

#### 4-6-8 - مبادرات أخرى: (محمد لعقاب ، 74)

يقول محمد لعقاب أنه بالموازاة مع ما سبق ذكره، ظهرت مبادرات أخرى حزبية أو شخصية لتقديم آليات لتحقيق المصالحة الوطنية، نذكر منها ثلاثة:

1 - المبادرة الأولى قدمها الشيخ المرحوم محفوظ نحناح، قبل ميلاد الأزمة السياسية الأمنية، عندما اقترح عقد تحالف بين الإسلاميين لتطويق الأزمة قبل استفحالها.

2- الدعوة إلى تشكيل لجنة العقلاء من قيادة الجبهة الإسلامية للإنقاذ وشخصيات وطنية للتباحث في كيفية تطويق الأزمة، وقد دعا إليها أيضا الشيخ المرحوم نحناح لكنه لم يفلح.

3- مؤتمر السلم والمصالحة: ودعت إليه منذ سنوات رئيسة حزب العمال السيدة لويزة حنون، يجمع جميع الشركاء السياسيين لوضع آليات لتحقيق المصالحة الوطنية.

#### ح- المصالحة الوطنية الشاملة:

بعد فوز بوتفليقة في انتخابات 08 افريل 2004م، كانت المعطيات تختلف عما كانت سابقاً، فقيادة الجبهة الإسلامية للإنقاذ لم يعودوا وراء القضبان بعد أن استكملوا مدة العقوبة، والجيش الإسلامي للإنقاذ نزل من الجبال .

لكن مقابل ذلك مازالت هناك جماعات مسلحة تواصل عملياتها ضد النظام وتهدد السلم، مما جعل المصالحة الوطنية، تبقى مطلباً جماهيرياً .

فدخلت المصالحة الوطنية إلى برنامج الحكومة وصادق عليها البرلمان، وهنا حملت المصالحة الوطنية تسمية جديدة هي «المصالحة الوطنية الشاملة» .

ومفهوم المصالحة الوطنية الشاملة، يختلف عن مفهوم المصالحة التي ولدت في السنوات الأولى للأزمة، فهو لم يعد يرتبط بالوضع الأمني، بل تم تمديده إلى مجالات أخرى، دون فتح المجال لإنشاء أحزاب جديدة، والمصالحة الوطنية الأولى كانت تسعى لحل الأزمة السياسية بوضع آليات وإجراءات لحلها وتفتقر المصالحة الوطنية التي يقودها الآن بوتفليقة إلى آليات عملية ذات منهجية واضحة .

وعلى أساس تغيير المفهوم، وانعدام الآليات ظهرت مخاوف على المستوى الشعبي في الجزائر، ترى أن المصالحة الوطنية تم تمييعها بتعميمها .

فبعدما كانت المصالحة الوطنية مرتبطة بالأزمة الأمنية، وبالتالي ينبغي أن يبقى مرتبطاً بها، لمعالجة قضية الجماعات المسلحة المتبقية، وآثار الأزمة التي تمس بشكل مباشر حملة السلاح وتحريك ملف المفقودين ومتابعة حالة المطرودين من العمل، والنازحين من قراهم، ومعاقبة الجاني على ما ارتكب من جرائم، وتقديم العدالة لكل من تسبب بالقتل، والتعذيب والاعتصاب والتدمير، وجبر ضرر الضحايا. فخرجت مبادرة عبد العزيز بوتفليقة الأخيرة بإجراء استفتاء شعبي حول العفو الشامل لتعطي مفهوماً عاماً للمصالحة الوطنية لم تحدد أطره فظهرت مخاوف أن تصبح المصالحة وسيلة يستفيد منها حتى شخصيات «الأقدام السوداء» الذين شاركوا القوات الفرنسية في قتل أبناء الشعب الجزائري وتعذيبهم إبان حقبة الاستعمار .

وأيضاً تعميم المصالحة الوطنية إلى قطاعات أخرى مثل مهربي الأموال والرافضين لدفع

الضرائب ومن مارس الفساد وعبث بالمال العام منذ الاستقلال حتى الآن .

وانقسم الجزائريون فيما يخص موقفهم من مشروع العفو الشامل الذي طرحه الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بهدف طي صفحة الاقتتال الذي عرفته الجزائر منذ مطلع التسعينات .

فهناك فريق من أنصار الرئيس يرى أن معالجة الأزمة الأمنية لن تكون إلا بخطوة جريئة قد تصدم بعضهم لكنها ضرورية، وهي إصدار عفو شامل عن كل المتورطين في جرائم الدم والاعتصاب والتخريب .

وفريق يرى أن بوتفليقة لن يقدم على إصدار عفو، وإن المشروع لا يعدو كونه (بالون اختبار) أطلق ليطلع من خلاله الرئيس على مدى استعداد الجزائريين لدفع ثمن استعادة أمنهم واستقرار بلادهم .

ولا شك أن الرئيس الجزائري جاد في تحقيق المصالحة الوطنية بالجزائر، وهذه الرغبة الجادة حظيت برضا وقبولت بترحيب واسع وتأييد بصورة لا سابق لها لبرنامج الوفاقي "الوثام المدني" كفصل من ذلك المشهد الطويل بغرض المصالحة الدائمة، وأن مشروع العفو الشامل المنتظر طرحه للاستفتاء في المرحلة القادمة يأتي استجابة لطموحات شرائح واسعة من المجتمع الجزائري، بيد أن مقترح بوتفليقة بإصدار عفو شامل عن انتهاكات حقوق الإنسان، التي ارتكبت إبان النزاع الداخلي الدموي في البلاد، يمكن أن يحرم الضحايا أو عائلاتهم بصورة نهائية من حقهم في الكشف عن الحقيقة، وفي إقامة العدالة وتحقيق الإنصاف .

وما يزيد تلك المخاوف أنه لم يعرف حتى الآن إلا القليل من مقتضيات العفو المقترح، غير أن التصريحات الرسمية تشير إلى أن القانون سوف يستثني من المقاضاة أي عضو في مجموعة مسلحة أو في مليشيا سلحتها الدولة، أو في أي من قوات الأمن، عن الجرائم التي ارتكبت في مجرى النزاع بما في ذلك الانتهاكات الخطيرة لحقوق الإنسان .

وتتهم منظمات حقوقية السلطات الجزائرية بالنقاعس عن التحقيق في انتهاكات حقوق الإنسان التي ارتكبت إبان العشرية السوداء، وترى هذه المنظمات أن النقاعس اكتسى خطورة خاصة في ضوء شدة هذه الانتهاكات مدى اتساع نطاقها، حيث وصل بعضها إلى مرتبة جرائم ضد الإنسانية . وكان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، قد قال في تصريحات أدلى بها ، إن ما يربو على (200,000)

شخص قد قتلوا إبان النزاع، وعشرات الآلاف من هؤلاء هم من الرجال والنساء والأطفال المدنيين الذين قتلوا في هجمات اتسمت بالعنف، كما تعرض الآلاف للتعذيب أثناء الاحتجاز واختفى آلاف غيرهم إثر اعتقالهم على أيدي قوات الأمن واختطافهم من قبل الجماعات المسلحة وإعدامهم إعداماً فورياً .

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

وفي الأغلبية الساحقة من الحالات، لم تتخذ السلطات أي إجراءات لتوضيح ظرف الجرائم وتقديم الجناة المشتبه فيهم إلى العدالة على الرغم من الجهود المضنية للضحايا وعائلاتهم في البحث عن الحقيقة، وتقديم المعلومات إلى السلطات القضائية في القضايا التي تم تقديم شكاوى بشأنها .

فيما رأى قانونيون أن إصدار عفو شامل في هذا السياق من شأنه أن يترك إرث الماضي دون تسوية، وربما يقوض بصورة دائمة أية آفاق مستقبلية لتوفير الحماية الكاملة لحقوق الإنسان، ويحتمل أن يحول نهائياً كذلك دون الكشف عن حقيقة الماضي في المحاكمة الجزائية، وبذا يصبح عقبة في طريق أية فرصة لتحقيق العدالة، واعتماد المساءلة كجزء من عملية الانتقال إلى حالة السلم .

وترى تلك الجهات القانونية أن العفو الشامل دون تقديم الجاني للعدالة وجبر ضرر الضحايا من شأنه أن يضيفي الصبغة القانونية على التقاعس عن إجراء التحقيقات في آلاف الحالات الاختفاء .

و بوتقليقة لما جعل مشروع المصالحة الوطنية مبهماً، أراد أن تتلفه شرائح المجتمع الجزائري بكل فئاته من أحزاب وجمعيات ونقابات وهيئات المجتمع المدني لتمخض بعدئذ فكرة ما يتفق عليها الجميع .

وواجه بوتقليقة صعوبات جمة في تحقيق المشروع، إذا لم يعط للجزائريين أنفسهم فرصة لتحديد الطريق المناسبة لمعالجة أثر الماضي في بلادهم، وذلك عبر حوار وطني يسود فيه الاحترام لحرية التعبير وحقوق الإنسان .

و الشعب الجزائري ومعه المجتمع الدولي لن يقبل بتقديم تنازلات بشأن المبادئ الأساسية للحقيقة والعدالة والإنصاف، خصوصاً وأن الأمم المتحدة وهيئات دولية وإقليمية ترفض أن يكون هناك عفو أو تدابير مماثلة من شأنها أن تكفل الحصانة من العقاب من جرائم ضد الإنسانية .

لذلك فإن هذه المعطيات تعقد المسألة في التوصل إلى صيغة حول مفهوم المصالحة ترضي كل

الأطراف المعنية بالمصالحة الوطنية خصوصاً إذا لم يكن العفو الشامل قد تضمن اتخاذ تدابير من شأنها تساعد في كشف الحقيقة، وصدور حكم قضائي قاطع بالذنب أو البراءة لكل متهم بارتكاب تجاوزات قتل أو تعذيب، وحصول الضحايا وعائلاتهم على تعويضات بصورة وافية، ورغم أن

بوتفليقة استطاع أن يحصل على دعم وتأييد بشأن «الوثام المدني» عبر تصويت أغلبية البرلمان لصالح ذلك المشروع، إلا أن جمعيات ومنظمات حقوقية اعتبرت ذلك غير كاف لإنجاح مشروع المصالحة باعتبار أن احترام حقوق الإنسان الأساسية وحمايتها لا يمكن أن يكون موضوعاً يخضع للتصويت .

ورأت هذه المنظمات أن كل عفو شامل أو قرار بالصفح، أو أي تدبير مماثل يمكن أن يؤدي إلى إفلات الجناة من العقاب عن جرائم ضد الإنسانية وسواها من الجرائم الخطيرة ضد حقوق الإنسان كالتعذيب وعمليات الإعدام خارج نطاق القضاء والإخفاء.

وفي مارس من سنة 2005 رفعت اللجنة المكلفة من الحكومة الجزائرية متابعة حالات الاختفاء تقريراً وتوصيات إلى الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وبحسب تصريحات رئيسها **فاروق قسنطيني** أن 6,146 شخصاً قد فقدوا على أيدي قوات الأمن ما بين (1998 – 1992)

ويقول قسنطيني إن التوصية الرئيسية في هذا التقرير تمثلت بتقديم التعويضات المادية إلى الضحايا الذي ترفضه أغلبية عائلاتهم .

وترى جمعيات حقوقية أن تقرير قسنطيني مجحف في حق ذوي المفقودين، ولا يزال الجدل حول هذا الملف متواصلاً، وتذهب عائلات الضحايا والمنظمات الحقوقية إلى تأييد إغلاق ملف المفقودين عبر جلسات الحقيقة .

إن الحقيقة الوطنية في الجزائر يجب أن تقود إلى إيجاد حل سياسي شامل وعادل للأزمة الجزائرية بأبعادها المختلفة، خاصة البعد بالمسائل المتعلقة بملفات المفقودين، والمفصولين من وظائفهم خلال الأزمة بسبب انتمائهم السياسي، وملف المعتقلين السياسيين، وملف المهجرين، وملف المسلحين، ثم عناصر الأمن التي تورطت في الأزمة وقامت بممارسات خارج نطاق القانون.. إن تسوية بهذه الملفات تقود إلى المصالحة الوطنية الحقيقية.

#### 4-6-9- مشروع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية:

استدعى رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة يوم 14 أوت 2005 هيئة الناخبين للاستفتاء حول المصالحة الوطنية المحددة بتاريخ 29 سبتمبر 2005 ، وكان السؤال المطروح على الناخبين : هل أنتم موافقون على مشروع الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية المعروض عليكم ؟ وتكون الإجابة ب (نعم) أو (لا) .

لقد جاء هذا المشروع لحل المشاكل التي بقيت عالقة بعد انتهاء العمل بقانون الوثام المدني، وإعطاء فرصة أخرى للذين ما زالوا على ضلالتهم للتوبة والكف عن جرائمهم البشعة في حق شعبهم ووطنهم، وهو يعد خطوة أخرى في طريق طي الصفحة السوداء في تاريخ الجزائر المستقلة.

#### - تدابير وأهداف مشروع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية:

تضمن هذا المشروع ديباجة وخمسة أبواب رئيسية:

#### ديباجة الميثاق:

بعد استعراض النضالات المتعاقبة التي خاضها الشعب الجزائري معتصما بحبل الصبر والجلد، تم التركيز على ثورة أول نوفمبر 1954 الخالدة التي بلورت تطلعات الشعب وأنارت دروب كفاحه من أجل انتزاع حريته و استقلاله، لتأتي مرحلة إعادة بناء الدولة و النهوض بالأمة.

ثم تطرقت إلى معاناة الشعب خلال أكثر من عقد حيث حصل الانحراف بمسار الجزائر بفعل اعتداء إجرامي أستههدف محو المكاسب التي غنمها الشعب مقابل تضحيات جسام، و تقويض أركان الدولة الوطنية ذاتها ...وقد أدرك الشعب أهداف الاعتداء الإجرامي فوقف ضده بالمرصاد، فتكبد مغبة هذه الفتنة الكبرى التي مني بها...

لقد تغلبت الجزائر على هذه المحنة لتحليها بالوطنية وبتضحيات كل أسلاك الجيش وقوات الأمن و بالمواطنين الذين قاوموا بشكل منظم هذا العدوان .

إن الإرهاب ينتافى مع قيم الإسلام ومثل التسامح والتضامن الإسلامية، وقد باء اليوم بالخسر على يد الشعب الذي أبى إلا أن يتجاوز الفتنة و عواقبها ويعود نهائيا إلى سابق عهده بالسلم والأمن، إذ تأكد له أنه من دون عودة السلم والأمن لن يثمر أي مسعى من مساعي التنمية السياسية و

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

الاقتصادية و الاجتماعية الثمار التي يتوخاها منه، وأنه لامناص من إحلال و اعتناق المصالحة الوطنية التي ستعود عليه بالخير كما كان الأمر في سياسة الوئام المدني التي مكنته على غرار سياسة الرحمة من تثبيط المسعى الشيطاني الذي كان يستهدف وحدة هذا الشعب، وحقن الدماء، و استعادة استقرار الجزائر.

خصص الباب الأول لعرفان الشعب لصناع نجدة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية من الجيش ومصالح الأمن وكافة الوطنيين والمواطنين والإشادة بوقفاتهم الوطنية وتضحياتهم الجسيمة.

وبمصادفة الشعب على هذا المشروع يؤكد جازما أنه لا يحق لأحد:

- التذرع بما خلفته المأساة الوطنية.

- أو الاعتداد به قصد المساس بمؤسسات الجمهورية.

- أو زعزعة أركان الدولة.

- أو المساس بشرف أعوانها المخاضمين في خدمتها.

- أو تشويه

- سمعة الجزائر على الصعيد الخارجي.

أما الباب الثاني فيتعلق بالإجراءات الرامية إلى استتباب السلم، يتضمن هذا الباب ثمانية (08) بنود يخص كل بند إجراءات عمليات محددة، تتعلق البنود من (01) إلى (05) بإبطال المتابعات القضائية في حق:

1- الأفراد الذين سلموا أنفسهم اعتبارا من 13 جانفي 2000، تاريخ انتهاء العمل بقانون استعادة الوئام المدني.

2- جميع الأفراد الذين يكفون عن نشاطهم المسلح ويسلمون ما لديهم من سلاح، ولا ينطبق ذلك على الذين كانت لديهم يد في المجازر الجماعية أو انتهاك الحرمات أو الاعتداء بالمتفجرات في الأماكن العمومية.

3- المطلوبين في الداخل والخارج بشرط أن يمثلوا طوعا أمام الهيئات الجزائرية المختصة، ولا ينطبق هذا الإجراء على الذين ارتكبوا الأعمال الإجرامية المذكورة في البند (2) أعلاه.

كما تضمن هذا البند إجراءين خاصين بالعفو لصالح الأفراد المحكوم عليهم والموجودين رهن الحبس عقابا على اقترافهم:

- نشاطات داعمة للإرهاب .

- أعمال عنف من غير الأفعال الإجرامية المذكورة في البند (2) أعلاه.

أما البند (8) والأخير في هذا الباب فيتعلق بإبدال العقوبات أو الإعفاء من جزء منها لصالح جميع الأفراد الذين صدرت في حقهم أحكام نهائية أو المطلوبين الذين لا تمسهم إجراءات المتابعة أو إجراءات العفو السابق ذكرها.

**الباب الثالث:** ويخص الإجراءات الرامية إلى تعزيز المصالحة الوطنية:

يحتوي هذا الباب على ثلاثة (3) بنود تخص مباركة الشعب لإجراءات ترمي إلى تعزيز وحدته والقضاء على بدور البغضاء والحقد، وهي كما يأتي:

1- تركية الشعب تطبيق إجراءات ملموسة للرفع النهائي للمضايقات التي لازال يعانيها الأشخاص الذين جنحوا إلى اعتناق سياسة الوئام المدني.

2- تدعيم الشعب للإجراءات الضرورية لصالح المواطنين الذين تعرضوا لإجراءات إدارية عقابا على ما اقترفوه من أفعال، مما يساعد على تسوية وضعيتهم الاجتماعية بصورة نهائية.

3- استعداد الشعب للصفح لا يعني نسيان العواقب المأساوية التي جناها عليه العبث بتعاليم الإسلام دين الدولة، وهو يقرر:

- حظر ممارسة أي نشاط سياسي على من كانت له مسؤولية في العبث بالدين .

- عدم السماح بممارسة النشاط السياسي لكل من شارك في أعمال إرهابية .

**الباب الرابع:** ويتعلق بإجراءات دعم سياسة التكفل بملف المفقودين، ويتضمن هذا الباب ثلاثة (03) بنود:

1 - تحمل الدولة على ذمتها مصير كل الأشخاص المفقودين في فترة المأساة الوطنية.

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

2- قيام الدولة باتخاذ الإجراءات المناسبة لتمكين ذوي حقوق المفقودين من تجاوز المحنة في كنف الكرامة.

3- اعتبار المفقودين ضحايا المأساة الوطنية ولذوي حقوقهم الحق في التعويض.

**الباب الخامس:** ويتناول الإجراءات الرامية إلى تعزيز التماسك الوطني، ويحتوي على أربعة (04) بنود:

1- الشعب يراعي كون المأساة الوطنية طالت الأمة قاطبة وعاقبت البناء، ومست بحياة الملايين من المواطنين.

2- الشعب يعتبر أنه من الواجب الوطني اتقاء نشأة الشعور بالإقصاء في نفوس مواطنين غير مسؤولين عما أقدم عليه ذووهم من خيارات غير محدودة العواقب.

3- الشعب يعتبر أن المصالحة الوطنية ينبغي أن تتكفل بمأساة الأسر التي كان لأفراد منها ضلع في ممارسة الإرهاب.

4- الشعب يقرر أن الدولة ستتخذ تدابير التضامن الوطني لصالح الأسر المعوزة التي عانت الإرهاب جراء تورط ذويها .

ومن خلال تركية الشعب لهذا الميثاق فإنه يفوض رئيس الجمهورية أن يلتبس باسم الأمة الصفح من جميع منكوبي المأساة الوطنية ويعقد من ثمة السلم والمصالحة الوطنية.

إن الشعب الذي يتبنى هذا الميثاق:

- يعلن أنه يتعين على الجميع في الداخل الانصياع لإرادته .

- يرفض كل تدخل أجنبي يراد به الطعن في قراره السيد.

- يؤكد أنه على كل مواطن أن يلعب دوره في مسعى البناء الوطني .

- يعلن أنه قرر الدفاع من خلال مؤسسات الدولة عن الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وعن نظامها الديمقراطي التعددي.

- يؤكد تصميمه على ترسيخ قدم الأمة في الحداثة وعزمه على ترقية شخصيته وهويته.

-----الفصل الرابع: المصالحة الوطنية في الجزائر

- يدعو كل أبناء الجزائر إلى الإسهام في توطيد الوحدة الوطنية وتعزيز الشخصية والهوية
- الوطنيتين، وإلى الحفاظ على ديمومة ما جاء في بيان ثورة أول نوفمبر 1954 من قيم نبيلة .

ولما كان الشعب مقتنعا بأهمية هذا المسعى فإنه ينيط بمؤسسات الدولة اتخاذ جميع الإجراءات الكفيلة بالحفاظ على الشخصية والثقافة الوطنيتين وترقيتهما.

إن الشعب إذ يصادق على هذا الميثاق فإنه يفوض رئيس الجمهورية اتخاذ جميع الإجراءات قصد تجسيد ما جاء في بنوده .

وفي الأخير فإن **المصالحة الوطنية** كما قال فخامة رئيس الجمهورية في خطابه في الندوة الوطنية للإطارات بتاريخ 14 أوت 2005 " تشكل تحديا معنويا ساميا يستوقف إيماننا ووطنيتنا

## الملخص:

تهدف دراستي هذه التي تتمحور حول " الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية - ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجاً -" إلى التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة من طرف الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مواضيعها، من خلال تحليل بعض المضامين المنشورة في ميثاق السلم والمصالحة الوطنية كما تعرضت إليه بعض هذه الصحف، وكذا التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي، والتحكم أكثر في تطبيق تقنية تحليل المضمون، وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي الآتي: ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مضامينها؟ ادرج تحته تساؤلين فرعيين: ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحريرها لمواضيع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟، وما هي الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً للإقناع بالأفكار الواردة بمضمون المصالحة الوطنية؟، وحاولت الإجابة على الفروض الآتية: استخدمت الصحافة المكتوبة الجزائرية كل الأساليب العلمية للعملية الإقناعية في تحريرها لمواضيع المصالحة الوطنية، تستخدم الصحافة المكتوبة الجزائرية إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب غير علمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية؛ تتباين نسب استخدام الأساليب الإقناعية من موضوع إلى آخر في الجريدتين؛ استخدمت منهج تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي والكيفي لمواضيع المصالحة الوطنية المنشورة في الفترة الزمنية المحددة في عينة الدراسة. أما عينة الدراسة فجاءت كما يأتي؛ مستوى العينة: تم اختيار الفترة الممتدة ما بين 14 أوت 2005 و 29 سبتمبر 2005. عينة المصدر: تم اختيار جريدتي "النصر" و"الخبر" كعينة للتحليل نتيجة عدة عوامل وأسباب منطقية؛ عينة التحليل: تمثلت عينة التحليل في هذه الدراسة في موضوع المصالحة الوطنية والأساليب الإقناعية المستخدمة في تحرير مواضيعها. نوع العينة: استخدمت في هذه الدراسة العينة الدائرية، بعد أن استحالي استخدام الحصر الشامل رغم قصر المدة الزمنية. حجم العينة: قدر حجم العينة ب ستة (06) أعداد من كل جريدة، أي (06) أعداد من جريدة الخبر، وستة (06) أعداد من جريدة النصر. أي وجود (12) عدداً موجهاً للتحليل. واعتمدت أثناء دراستي المنهجية أداة تحليل محتوى جريدتي "النصر" و"الخبر"، للكشف عن الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الجريدتين عند تحريرها لمواضيع ميثاق السلم والمصالحة الوطنية؛ وقد قسمت استمارة التحليل إلى قسمين؛ القسم الأول؛ فئات محتوى الاتصال، فئة موضوع مادة الاتصال؛ وتمثلت في: استتباب السلم، تعزيز المصالحة الوطنية، دعم سياسة التكفل بملف المفقودين، تعزيز التماسك الوطني. فئة المخاطبين أو الجمهور المستهدف: وتتشكل هذه الفئة من فئتين: رأي عام محلي، رأي عام دولي. فئة المصدر: وشملت المراسلون، التحرير المركزي، وكالات الأنباء، المبعوث خاص، المصادر مجهولة. فئة الاتجاه: اتجاء مؤيد، اتجاء

معارض، اتجاه محايد. **فئة وظيفة المضمون**: وقسمت إلى أربعة فئات فرعية، إخبارية، تفسيرية، دعائية، إقناعية. **فئة القيم**: مكافحة أعمال العنف، الأمن والسلم، العفو، الدعم والمساندة، الاستقرار، الوحدة الوطنية، العدالة الاجتماعية. **القسم الثاني**: فئات شكل الاتصال؛ فئة مكان النشر: على مستوى الجريدة، على مستوى كل صفحة. **فئة الأشكال الصحفية** وتمثلت في: المقال الافتتاحي، الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، التعليق الصحفي، المقال الصحفي، العمود الصحفي، الريبورتاج الصحفي. **فئة المساحة**: الصفحات، العناوين، المواد المدعمة. **فئة وسيلة الإقناع**: **الإستمالات الإقناعية**، الإستمالات العقلانية، العاطفية، استمالات التخويف. **فئة الأساليب الإقناعية**؛ وقسمتها إلى فئتين؛ **فئة الأساليب الإقناعية العلمية للرسالة الإعلامية** وهي: الوضوح والضمنية، تقديم الرسالة للأدلة والشواهد، عرض جانب واحد أو الجانبين المؤيد والمعارض، ترتيب الحجج الإعلامية، استخدام الاحتياجات الموجودة، تأثير رأي الأغلبية، التكرار بالتنوع وتراكم العرض. **فئة الأساليب الإقناعية غير العلمية للرسالة الإعلامية**: وتندرج تحتها هي الأخرى فئات فرعية هي: التحيز، التعميم على أساس غير علمي، الاعتماد على صياغة إنشائية غير محددة وغير دقيقة، الاستغلال السيئ للجوانب الدينية، التطرف إلى التخويف والترغيب، الاستناد إلى أسماء لها احترامها لدى القارئ، التركيز على النواحي العاطفية لدى القارئ. **وحدات التحليل**: وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، وفي النهاية كانت نتائج الدراسة كما يأتي: الصحافة المكتوبة الجزائرية تستخدم كل أساليب العملية الإقناعية العلمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية والمتمثلة في؛ أسلوب الوضوح والضمنية، أسلوب تقديم الرسالة للأدلة والشواهد (أدلة عقلانية، عاطفية، التخويف)، أسلوب عرض جانب واحد أو الجانبين المؤيد والمعارض، أسلوب ترتيب الحجج الإعلامية، أسلوب استخدام الاحتياجات الموجودة، أسلوب تأثير رأي الأغلبية، وأسلوب التكرار بالتنوع وتراكم العرض؛ الصحافة المكتوبة الجزائرية تستخدم إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب أخرى غير علمية، تمثلت في؛ أسلوب التحيز، أسلوب التعميم على أساس غير علمي، أسلوب الاعتماد على صياغة إنشائية غير محددة وغير دقيقة، أسلوب الاستغلال السيئ للجوانب الدينية، أسلوب التطرف إلى التخويف والترغيب، أسلوب الاستناد إلى أسماء لها احترامها لدى القارئ، وأسلوب التركيز على النواحي العاطفية لدى القارئ...؛ إضافة إلى أن الأساليب الإقناعية تتباين نسب استخدامها من موضوع إلى آخر ومن جريدة إلى أخرى.

## 5-5 - نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية التي كان موضوعها يدور حول "الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية - ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا -" التي انطلقت من التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة الجزائرية المكتوبة في تحرير مضامينها؟ والذي اندرج تحته تساؤلين فرعيين:

- ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحافة الجزائرية المكتوبة في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية؟.

- ما هي الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما للإقناع بالأفكار الواردة في مضامين المصالحة الوطنية؟، والتي اعتمدت فيها على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية في جمع البيانات، وبعد إجراءات البحث اللازمة في مثل هذه البحوث، أكون قد وصلت إلى مرحلة صياغة النتائج التي كانت محل انشغالاتي العلمية منذ بدايته، ومن ثمة الإجابة على الفرضيات المطروحة على الشكل الآتي:

- **الفرضية الأولى:** استخدمت الصحافة المكتوبة الجزائرية كل الأساليب الإقناعية العلمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية.

لقد كشفت البيانات الجزئية لهذه الفرضية أن الصحافة الجزائرية المكتوبة (من خلال الجريدتين محل المعاينة الميدانية -النصر والخبر-) قد استخدمت كل الأساليب الإقناعية العلمية، وهذا على النحو الآتي:

- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد: بلغ عدد تكرارات أسلوب تقديم الأدلة والشواهد 40 تكرارا من أصل 158 تكرارا، وذلك بالنسبة الكلية للجريدتين التي بلغت 25.31%.

فجريدة النصر مثلا استخدمته بمعدل 23 تكرارا وبنسبة 23.23% ، أما جريدة الخبر فقد استخدمته بمعدل 17 تكرارا وبنسبة 28.81%.

واعتماد الجريدتين -مجال البحث- لأسلوب تقديم الأدلة والشواهد (بنسبة 25.31%)، يوحي بأنهما كانتا تسعيان إلى إقناع القارئ بما تسعى إليه هذه المواضيع المتعلقة بموضوع المصالحة الوطنية، وكذا إضفاء المصداقية والشرعية على هذه المواضيع، حيث قامت كل من الجريدتين بتقديم الأدلة العقلية من خلال تقديم الإستشهادات بالأرقام والإحصائيات والمعلومات والأحداث الواقعية، وكذلك الأدلة العاطفية من خلال التأثير على المشاعر وتقديم الاحتياجات النفسية والاجتماعية، و التي تتمثل في هذا الموضوع في تحقيق الأمن والسلم

والاستقرار النفسي والاجتماعي...الخ، وكذا دلالات الألفاظ لممارسة نوع من التأثير على المتلقي وهو ما نجده في تداخل المصطلحات والقيم، إضافة إلى استخدامها لأدلة التخويف.

- أسلوب التكرار بالتنوع: بلغ عدد تكرارات أسلوب التكرار بالتنوع في الجريدتين 33 أسلوبا وذلك بنسبة 20.88 % ، بمعدل 29 تكرارا وبنسبة 29.29 % في جريدة النصر، ذلك أن جريدة النصر استخدمت هذا الأسلوب في كل مواضيعها الخاضعة للتحليل، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 14 تكرارا وبنسبة 23.72 %.

- أسلوب الوضوح والضمنية: استخدم أسلوب الوضوح والضمنية في كل من جريدة النصر والخبر بمعدل 27 تكرار وبنسبة 17.08 % ، بلغ عدد تكراراته في جريدة النصر 19 تكرارا بنسبة 19.19 % ، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 08 تكرارات وبنسبة 13.55 %.

- استخدام الاحتياجات الموجودة: بلغ عدد تكرارات أسلوب استخدام الاحتياجات الموجودة 21 أسلوبا وذلك بنسبة 13.29 % في الجريدتين، استخدمته جريدة النصر بمعدل 15 تكرارا وبنسبة 15.15 % ، وبلغ عدد تكراراته في جريدة الخبر 06 تكرارات وذلك بنسبة 10.16 % .

- جاءت تكرارات كل من أسلوب تقديم جانب واحد أو الجانبين المؤيد والمعارض وكذا أسلوب تأثير رأي الأغلبية متساوية في الجريدتين وذلك بمعدل 11 وبنسبة 06.96 % لكل أسلوب.

- أسلوب تقديم جانب واحد أو تقديم الجانبين المؤيد والمعارض: استخدمت جريدة النصر أسلوب تقديم جانب واحد أو الجانبين المؤيد والمعارض بنسبة 04.04 % وبمعدل 04 تكرارات، واستخدمته جريدة النصر ب 07 تكرارات وبنسبة 11.86 % .

- أسلوب تقديم تأثير رأي الأغلبية: استخدمته جريدة النصر بمعدل 06 تكرارات وبنسبة 06.06 % وجريدة الخبر استخدمته بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 08.47 %.

- استخدم أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية داخل النص الإعلامي في الجريدتين بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 03.16 % ، 03 تكرارات في جريدة النصر وذلك بنسبة 03.03 % ، وبمعدل تكراران وبنسبة 03.38 % في جريدة الخبر.

وهذا ما يعني أن الفرضية الأولى قد تحققت حيث أن الصحافة المكتوبة الجزائرية تستخدم كل أساليب العملية الاقناعية العلمية في تحريرها لمضامينها، رغم تفاوت نسب استخدامها في الجريدتين.

**الفرضية الثانية:** تستخدم الصحافة المكتوبة الجزائرية إلى جانب الأساليب الاقناعية العلمية أساليب غير علمية في تحريرها لمضامين المصالحة الوطنية.  
كشفت البيانات أن الصحافة المكتوبة الجزائرية تعتمد إلى جانب الأساليب الاقناعية العلمية أساليب أخرى غير علمية تمثلت فيما يأتي:

- أسلوب التحيز: ظهر أسلوب التحيز في الجريدتين في 36 موضوع، وذلك بنسبة 25.90 % أين استخدمته جريدة النصر في كل مواضيع المصالحة الوطنية المنشورة خلال فترة الدراسة والمقدرة ب 29 موضوع وذلك بنسبة 100 %، حيث استخدمت التحيز الإيجابي في كل مواضيعها، فكانت تؤيد هذا الموضوع في كل أعدادها الخاضعة للتحليل، وذلك راجع لطبيعة ملكية الجريدة، في حين استخدمته جريدة الخبر في 07 مواضيع من أصل 17 موضوعا وذلك بنسبة 40.00 % ، استخدمت التحيز الإيجابي في موضوعين، والتحيز السلبي في 05 مواضيع، واعتمدت الحياد في 10 مواضيع.

- أسلوب التركيز على النواحي العاطفية: استخدمت الجريدتين كذلك أسلوب التركيز على النواحي العاطفية بنسبة 24.46 % وبمعدل 34 أسلوبا من مجمل الأساليب غير العلمية المستخدمة في الجريدتين والمقدرة ب 139 أسلوبا، استخدمت جريدة النصر منها 22 تكرارا بنسبة 124.7 %، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 13 تكرارات وبنسبة 26.00 %.

- أسلوب التطرف إلى التخويف والترغيب: استخدمت الجريدتين هذا الأسلوب بنسبة 16.55 % وبمعدل 23 تكرارا، استخدمته جريدة النصر بمعدل 12 تكرارا و بنسبة 13.48 %، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 11 تكرارا وبنسبة 22.00 % .

- أسلوب التعميم على أساس غير علمي والاستغلال السيئ للجوانب الدينية: اعتمدت الجريدتين كل من أسلوب التعميم على أساس غير علمي وكذا الاستغلال السيئ للجوانب الدينية بمعدل 13 تكرارا وبنسبة 09.35 % لكل أسلوب.

- التعميم على أساس غير علمي: استخدم أسلوب التعميم على أساس غير علمي في الجريدتين بمعدل 13 تكرارا، استخدمته جريدة النصر بمعدل 09 تكرارات وبنسبة 10.11 %، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 04 تكرارات وبنسبة 08.00 % .

- الاستغلال السيئ للجوانب الدينية: استخدم أسلوب الاستغلال السيئ للجوانب الدينية في الجريدتين بمعدل 13 تكرارا هو الآخر وبنسبة 09.35 %، حيث اعتمدته جريدة النصر

بمعدل 06 تكرارات وبنسبة 06.74 %، واعتمده جريدة الخبر بمعدل 07 تكرارات وبنسبة 14.00 % .

- الاعتماد على الصياغة الإنشائية: استخدم أسلوب الاعتماد على الصياغة الإنشائية في الجريدتين بمعدل 10 تكرارات وبنسبة 07.19 % ، استخدمته جريدة النصر بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 05.61 % ، وجريدة الخبر استخدمته بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 10.00 % .

- الاستناد إلى أسماء لها احترامها: اعتمدت الجريدتين هذا الأسلوب بمعدل 09 تكرارات وبنسبة 06.74 % ، اعتمده جريدة النصر بمعدل 06 تكرارات وبنسبة 06.74 % ، واعتمده جريدة الخبر بمعدل 03 تكرارات وبنسبة 06.00 % .

ومن هنا تكون هذه الفرضية قد تحققت هي الأخرى، فالجريدتين استخدمتا إلى جانب الأساليب الإقناعية العلمية أساليب إقناعية غير علمية، تفاوتت نسب استخدامها بين الجريدتين .

- الفرضية الثالثة: تتباين نسب استخدام الأساليب الإقناعية العلمية من موضوع إلى آخر في الجريدتين .

كشفت لنا البيانات أن الأساليب الإقناعية العلمية جاءت موزعة على مواضيع المصالحة الوطنية كما يأتي:

#### موضوع استتباب السلم:

استخدمت جريدة الخبر 51 أسلوبا إقناعيا علميا في تحرير مضامين موضوع استتباب السلم وذلك بنسبة 32.30 % ، وزعت كما يأتي:

- أسلوب الوضوح والضمنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل 10 تكرارات وبنسبة 52.63 % في جريدة النصر من أصل 21 أسلوبا معتمدا في تحرير مضامين هذا الموضوع في هذه الجريدة، وبمعدل تكرارين وبنسبة 25.00 % في جريدة الخبر .

- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد: استخدمت جريدة النصر أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 21.70 % في تحرير مضامين موضوع استتباب السلم، وبمعدل 05 تكرارات وبنسبة 29.41 % في جريدة الخبر .

- أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد في تحرير مضامين موضوع استتباب السلم في جريدة النصر، وذلك بنسبة 25.00 %، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 42.90 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة: استخدم موضوع استتباب السلم أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة بمعدل 04 تكرارات ونسبة 27.00 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار ونسبة 33.33 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم رأي الأغلبية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين ونسبة 33.33 % في جريدة النصر وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 60.00 % في جريدة الخبر.

- أسلوب التكرار بالتنويع: استخدمت جريدة النصر أسلوب التكرار بالتنويع بمعدل 07 تكرارات في تحرير مضامين استتباب السلم، وذلك بنسبة 24.10 %، وبمعدل 05 تكرارات ونسبة 35.70 % في جريدة الخبر.

- أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد ونسبة 33.33 % وبمعدل 7 تكرارات ونسبة 35.00 % في جريدة الخبر .

#### موضوع تعزيز المصالحة الوطنية:

استخدمت الجريدتين 70 أسلوبا في تحرير مضامين موضوع تعزيز المصالحة الوطنية وذلك بنسبة 44.30 % ، وقد جاءت كما يأتي:

- أسلوب الوضوح والضمنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل 05 تكرارات ونسبة 26.32 % في تحرير مضامين موضوع تعزيز المصالحة الوطنية في جريدة النصر، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 37.50 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد: استخدمت جريدة النصر أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بمعدل 15 تكرارا ونسبة 65.20% في تحرير مضامين موضوع تعزيز المصالحة الوطنية، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 09 تكرارات وبنسبة 52.94% .

- أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد في تحرير مضامين موضوع تعزيز المصالحة الوطنية، وذلك بنسبة 25.00%، وبمعدل تكراران ونسبة 28.60% في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة: استخدم موضوع تعزيز المصالحة الوطنية أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة بمعدل 05 تكرارات في جريدة النصر وبنسبة 33.00% ، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 50.0% في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم رأي الأغلبية: استخدم بمعدل تكرارين ونسبة 33.33% في جريدة النصر، ولم يستخدم هذا الأسلوب نهائيا في تحرير مضامين تعزيز المصالحة الوطنية في جريدة الخبر.

- أسلوب التكرار بالتنوع: استخدمت جريدة النصر أسلوب التكرار بالتنوع بمعدل 17 تكرارات في تحرير مضامين موضوع المصالحة الوطنية، وذلك بنسبة 58.60%، واستخدمته جريدة الخبر بمعدل 05 تكرارات وبنسبة 35.70%.

- أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين وبنسبة 66.67% في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 50.00% في جريدة الخبر .

موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين:

استخدم موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين 21 أسلوبا في تحرير مضامينه وذلك بنسبة 13.30%، جاءت موزعة على الأساليب كما يأتي:

- أسلوب استخدام الوضوح والضمنية: استخدم في جريدة النصر بمعدل تكرارين وبنسبة 10.53% في جريدة النصر في حين لم تعتمد جريدة الخبر هذا الأسلوب نهائيا.

- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد: اعتمد موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بمعدل تكرارين ونسبة 08.70 % في جريدة النصر، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 17.65 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض: استخدم موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد ونسبة 25.00 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرارين ونسبة 28.60 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة: استخدم هذا الأسلوب في موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين بمعدل 04 تكرارات ونسبة 27.00 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 16.70 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم رأي الأغلبية: استخدم في موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين بمعدل تكرار واحد ونسبة 16.70 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد كذلك ونسبة 20.00 % في جريدة الخبر.

- أسلوب التكرار بالتنوع: استخدم أسلوب التكرار بالتنوع في موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين بمعدل تكرارين ونسبة 06.90 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرارين ونسبة 14.90 % في جريدة الخبر.

- أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية: لم يستخدم هذا الموضوع أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية بصفة نهائية في الجريدتين.

موضوع تعزيز التماسك الوطني:

استخدم موضوع تعزيز التماسك الوطني الأساليب الاقناعية المقدره ب 16 أسلوبا في الجريدتين وذلك بنسبة 10.01 % ، وقد جاءت موزعة كما يأتي:

- أسلوب الوضوح والضمنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين وبنسبة 10.53 % في تحرير مضامين موضوع تعزيز التماسك الوطني في جريدة النصر، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 37.50 % في جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد وبنسبة 04.35 % في جريدة النصر في تحرير مضامين موضوع تعزيز التماسك الوطني، في حين لم تستخدم جريدة الخبر هذا الأسلوب نهائياً.

- أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض: هذا الأسلوب استخدم بمعدل تكرار واحد ونسبة 25.00 % في جريدة النصر، و لم يستخدم نهائياً في جريدة الخبر في تحرير مضامين موضوع تعزيز التماسك الوطني.

- أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة: موضوع تعزيز التماسك الوطني استخدم أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة في تحرير مضامينه بمعدل تكرارين وبنسبة 13.00 % في جريدة النصر، ولم تستخدمه جريدة الخبر.

- أسلوب تقديم رأي الأغلبية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد وبنسبة 16.67 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد وبنسبة 20.00 % في جريدة الخبر .

- أسلوب التكرار بالتنوع: استخدمت جريدة النصر أسلوب التكرار بالتنوع بمعدل 03 تكرارات في تحرير مضامين تعزيز التماسك الوطني في جريدة النصر وذلك بنسبة 10.30 %، وبمعدل تكراران ونسبة 14.30 % في جريدة الخبر.

- أسلوب ترتيب الحجج الإقناعية: لم يستخدم موضوع تعزيز التماسك الوطني هذا الأسلوب نهائياً في الجريدتين.

ومن هنا كانت مواضيع المصالحة الوطنية موزعة على الأساليب الإقناعية كما يأتي:

## 1 - أسلوب الوضوح والضمنية:

- موضوع استتباب السلم: استخدم أسلوب الوضوح والضمنية في تحرير مضامين موضوع استتباب السلم بمعدل 10 أساليب وبنسبة 52.63 % في جريدة النصر و بمعدل أسلوبين نسبة 25.00 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الموضوع أسلوب الوضوح والضمنية بمعدل 05 أساليب وبنسبة 26.32 % في جريدة النصر و بمعدل 03 تكرارات ونسبة 37.50 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم سياسة المفقودين: استخدم هذا الأسلوب بمعدل أسلوبين ونسبة 10.53 % في جريدة النصر ولم تستخدمه جريدة الخبر نهائيا.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم أسلوب الوضوح والضمنية بمعدل أسلوبين ونسبة 10.53 % في جريدة النصر، و بمعدل 03 تكرارات ونسبة 37.50 % في جريدة الخبر.

## 2- أسلوب تقديم الأدلة والشواهد:

- موضوع استتباب السلم: استخدم أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بمعدل 05 تكرارات ونسبة 21.70 % في جريدة النصر، و بمعدل 05 تكرارات ونسبة 29.41 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل 15 تكرارا ونسبة 65.20 % في جريدة النصر و 09 بمعدل تكرارات ونسبة 52.49 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم سياسة المفقودين: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين ونسبة 08.70 % في جريدة النصر، و بمعدل 03 تكرارات ونسبة 17.65 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم أسلوب تقديم الأدلة والشواهد بمعدل تكرار واحد ونسبة 04.35 % في جريدة النصر، ولم تستخدم جريدة الخبر هذا الأسلوب نهائيا.

### 3- أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض:

- موضوع استتباب السلم: استخدم موضوع استتباب السلم أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض بمعدل تكرار واحد وبنسبة 25.00 % في جريدة النصر، و بمعدل 03 تكرارات ونسبة 42.90 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد وبنسبة 25.00 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرارين ونسبة 28.60 % في جريدة الخبر .

- موضوع دعم سياسة المفقودين: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد في جريدة النصر وبنسبة 25.00 % ، وبمعدل تكراران ونسبة 28.60 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم أسلوب تقديم الجانبين المؤيد والمعارض بمعدل تكرار واحد وبنسبة 25.00 % في جريدة النصر، في حين لم تستخدمه جريدة الخبر نهائيا.

### 4- أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة:

- موضوع استتباب السلم: استخدم موضوع استتباب السلم أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة بمعدل 04 تكرارات وبنسبة 27.00% في جريدة النصر، و بمعدل تكرارين ونسبة 33.30 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل 05 تكرارات ونسبة 33.00 % في جريدة النصر، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 50.00 % في جريدة الخبر .

- موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين: استخدم هذا الموضوع هذا الأسلوب بمعدل 04 تكرارات ونسبة 27.00 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 16.70 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم أسلوب تقديم الاحتياجات الموجودة بمعدل تكرارين ونسبة 13.00 % في جريدة النصر، ولم تستخدمه جريدة الخبر.

#### 5- أسلوب تقديم رأي الأغلبية:

- موضوع استتباب السلم: استخدم موضوع استتباب السلم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين ونسبة 33.33 % في جريدة النصر، وبمعدل 03 تكرارات ونسبة 06.00 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم أسلوب تقديم رأي الأغلبية بمعدل تكرارين ونسبة 33.33 % في جريدة النصر، ولم يستخدم هذا الأسلوب في جريدة الخبر نهائياً .

- موضوع دعم سياسة المفقودين: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد ونسبة 16.67 في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 20.00 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد ونسبة 16.67 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 20.00 % في جريدة الخبر.

#### 6- أسلوب تقديم رأي الأغلبية:

- موضوع استتباب السلم: استخدم موضوع استتباب السلم هذا الأسلوب بمعدل 07 تكرارات ونسبة 24.10 % في جريدة النصر، و بمعدل 05 تكرارات ونسبة 35.70 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الموضوع هذا الأسلوب بمعدل 17 تكرارا ونسبة 58.60 % في جريدة النصر، وبمعدل 05 تكرارات ونسبة 35.70 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم سياسة المفقودين: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرارين ونسبة 06.90 % في جريدة النصر، وبمعدل تكراران ونسبة 14.30 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم التماسك الوطني: استخدم أسلوب تقديم رأي الأغلبية بمعدل 03 تكرارات ونسبة 10.30 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرارين ونسبة 14.30 % في جريدة الخبر.

## 7- أسلوب ترتيب الحجج الاقناعية:

- موضوع استتباب السلم: أستخدم موضوع استتباب السلم هذا الأسلوب بمعدل تكرار واحد ونسبة 33.33 % في جريدة النصر، وبمعدل 01 تكرارات ونسبة 35.00 % في جريدة الخبر.

- موضوع تعزيز المصالحة الوطنية: استخدم هذا الأسلوب بمعدل تكرار 66.67 % في جريدة النصر، وبمعدل تكرار واحد ونسبة 50.00 % في جريدة الخبر.

- موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين: لم يستخدم موضوع دعم سياسة التكفل بملف المفقودين هذا الأسلوب في كلا الجريدتين.

- موضوع دعم التماسك الوطني: كذلك هذا الموضوع لم يستخدم أسلوب ترتيب الأساليب الاقناعية داخل النص الإعلامي في كلا الجريدتين.

ومن هنا فإن هذه الفرضية قد تحققت بدورها، حيث تفاوتت نسب استخدام الأساليب الاقناعية من موضوع إلى آخر في الجريدتين.

## فهرس الأشكال:

- الشكل (1): إستراتيجية الإقناع الديناميكية النفسية
- الشكل (02): الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية للإقناع
- الشكل (03): إستراتيجية إنشاء المعاني
- الشكل رقم (04): موضوعات المصالحة الوطنية المعالجة بين جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (05): توزيع المخاطبين على موضوعات المصالحة الوطنية في جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (06): توزيع مصدر موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (07): توزيع قيم موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (08): توزيع فئة اتجاه موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (09): توزيع فئة وظيفة مضمون المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (10): توزيع فئة مكان النشر على مستوى جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (11): توزيع فئة مكان النشر على مستوى صفحات جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (12): توزيع فئة العناوين المصاحبة على مستوى جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (13): توزيع الأشكال الصحفية بين أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (14): توزيع فئة وسيلة الإقناع على مستوى جريدتي النصر.
- الشكل رقم (15): توزيع فئة المواد المدعمة على مستوى جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (16): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية في مواضيع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (17): توزيع الأساليب الإقناعية غير العلمية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الشكل رقم (18): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على الأشكال الصحفية في جريدة النصر
- الشكل رقم (19): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على الأشكال الصحفية في جريدة الخبر.

الشكل رقم (20): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على مواضيع المصالحة الوطنية في

جريدة النصر

الشكل رقم (21): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على مواضيع المصالحة الوطنية في

جريدة الخبر

## فهرس الجداول:

- الجدول رقم (01): مفردات العينة المختارة في الجريدتين الخاصة بالفترة الممتدة من 14 أوت 2005 إلى 29 سبتمبر 2005.
- الجدول رقم (02): موضوعات المصالحة الوطنية المعالجة في جريدة النصر.
- الجدول رقم (03): موضوعات المصالحة الوطنية المعالجة في جريدة الخبر.
- الجدول رقم (04): موضوعات المصالحة الوطنية المعالجة بين جريدتي النصر والخبر.
- جدول رقم (05): توزيع مواضيع المصالحة الوطنية على الأشكال الصحفية في جريدة النصر.
- جدول رقم (06): توزيع مواضيع المصالحة الوطنية على الأشكال الصحفية في جريدة الخبر.
- الجدول رقم (07): توزيع المخاطبون على موضوعات المصالحة الوطنية في جريدة النصر.
- الجدول رقم (08): توزيع المخاطبون على موضوعات المصالحة الوطنية في جريدة الخبر.
- الجدول رقم (09): توزيع المخاطبون على موضوعات المصالحة الوطنية في جريدتي النصر والخبر.
- الجدول رقم (10): توزيع مصدر موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة النصر.
- الجدول رقم (11): توزيع مصدر موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة الخبر.
- الجدول رقم (12): توزيع مصدر موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الجدول رقم (13): توزيع قيم موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة النصر.
- الجدول رقم (14): توزيع قيم موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة الخبر.
- الجدول رقم (15): توزيع قيم موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الجدول رقم (16): توزيع اتجاه موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة النصر.
- الجدول رقم (17): توزيع اتجاه موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة الخبر.
- الجدول رقم (18): توزيع فئة اتجاه موضوع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الجدول رقم (19): توزيع فئة وظيفة مضمون المصالحة الوطنية على أعداد جريدة النصر.
- الجدول رقم (20): توزيع فئة وظيفة مضمون المصالحة الوطنية على أعداد جريدة الخبر.
- الجدول رقم (21): توزيع فئة وظيفة مضمون المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر.
- الجدول رقم (22): توزيع فئة مكان النشر على مستوى جريدة النصر.

- الجدول رقم (23): توزيع فئة مكان النشر على مستوى جريدة الخبر .
- الجدول رقم (24): توزيع فئة مكان النشر على مستوى جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (25): توزيع فئة مكان النشر على مستوى صفحات جريدة النصر .
- الجدول رقم (26): توزيع فئة مكان النشر على مستوى صفحات جريدة الخبر .
- الجدول رقم (27): توزيع فئة مكان النشر على مستوى صفحات جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (28): توزيع فئة العناوين المصاحبة مستوى جريدة النصر .
- الجدول رقم (29): توزيع فئة العناوين المصاحبة مستوى جريدة الخبر .
- الجدول رقم (30): توزيع فئة العناوين المصاحبة على مستوى جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (31): توزيع الأشكال الصحفية على أعداد جريدة النصر .
- الجدول رقم (32): توزيع الأشكال الصحفية على أعداد جريدة الخبر .
- الجدول رقم (33): توزيع الأشكال الصحفية بين أعداد جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (34): توزيع فئة استمالات الإقناع على مستوى جريدة النصر .
- الجدول رقم (35): توزيع فئة استمالات الإقناع على مستوى جريدة الخبر .
- الجدول رقم (36): توزيع فئة وسيلة الإقناع على مستوى جريدتي النصر .
- الجدول رقم (37): توزيع فئة المواد المدعمة على مستوى جريدة النصر .
- الجدول رقم (38): توزيع فئة المواد المدعمة على مستوى جريدة الخبر .
- الجدول رقم (39): توزيع فئة المواد المدعمة على مستوى جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (40): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية في المصالحة الوطنية أعداد جريدة النصر .
- الجدول رقم (41): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية في مواضيع المصالحة الوطنية على أعداد جريدة الخبر .
- الجدول رقم (42): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية في مواضيع المصالحة الوطنية على أعداد جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (43): توزيع الأساليب الإقناعية غير العلمية على أعداد جريدة النصر .
- الجدول رقم (44): توزيع الأساليب الإقناعية غير العلمية على أعداد جريدة الخبر .
- الجدول رقم (45): توزيع الأساليب الإقناعية غير العلمية على أعداد جريدتي النصر والخبر .
- الجدول رقم (46): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على الأشكال الصحفية في جريدة النصر .
- الجدول رقم (47): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على الأشكال الصحفية في جريدة الخبر .

الجدول رقم (48): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على الأشكال الصحفية في جريدتي النصر والخبر.

الجدول رقم (49): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على مواضيع المصالحة الوطنية في جريدة النصر.

الجدول رقم (50): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على مواضيع المصالحة الوطنية في جريدة الخبر.

الجدول رقم (51): توزيع الأساليب الإقناعية العلمية على مواضيع المصالحة الوطنية في جريدتي النصر والخبر.

## قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

أ- المؤلفات:

- 1- أحمد بن مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 2- أحمد بدر: مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.
- 3- أحمد الخشاب وأحمد النكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، دار الكتب الجامعية، الإسكندرية، 1974.
- 4- أذيب خضور: أدبيات الصحافة، مطبع الدواوي، دمشق، 1986.
- 5- أعمر برامة: الجزائر في المرحلة الانتقالية، أحداث ومواقف، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 1990.
- 6- الحسن البركة: أبعاد الأزمة في الجزائر، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1997.
- 7- السعيد السرداني: المصالحة الوطنية وتأصيلها من الناحية الشرعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2005.
- 8- الزبير سيف الإسلام: مؤامرة من خلف الستار، مجموعة حواركم للصحافة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1992.
- 9- المصطفى صويلح: نقد التجربة المغربية في طي ملف الانتهاكات الجسيمة لحقوق الإنسان، اللجنة العربية لحقوق الإنسان، الأهالي، ط1، 2005.
- 10- برنرت روبن: الاتصال والسلوك الإنساني، ترجمة مجموعة من أعضاء جامعة الملك سعود، 1412.
- 11- جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر، القاهرة، 1978.
- 12- حامد ربيع: الحرب النفسية في المنطقة العربية، بيروت، ط1، 1984.
- 13- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية، ط2، القاهرة، 1998.
- 14- خالد نزار: بوتفليقة، الرجل، الحصيلة، الجزائر، ط1، 2003.
- 15- خليل الصابات: الصحافة رسالة، استعداد، فن، دار المعارف، مصر، ط1، 1995.
- 16- خيلب غايار: تقنية الصحافة، منشورات عويدات، لبنان، 1973.

- 17- رابح يونسى: الجزائر في دوامة الصراع بين العسكريين والسياسيين، دار المعرفة، الجزائر، 2000.
- 18- راشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه، استخداماته-، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 19- زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.
- 20- سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث (بين النظرية والتطبيق)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994 .
- 21- سعيد بو الشعير: النظام السياسي الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 1993.
- 22- سمير محمد حسين: الإعلان، عالم الكتب، القاهرة، 1984 .
- 23- شذوان علي شيبية: الإعلان، المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 24- صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للنشر والتوزيع، عمان، 1995.
- 25- صلاح الدين محمد عبد الحميد، دور وسائل الإعلام في التنمية، القاهرة، 1982.
- 26- طلعت همام: مئة سؤال عن التحرير الصحفي، موسوعة الإعلام والصحافة، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1984.
- 27- عاطف عدلي العبد العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- 28- عامر مصباح: الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 29- عبد الرحمن محمد عيساوي: الجنون، الجريمة والإرهاب، دراسة ميدانية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1994.
- 30- عبد الله محمد الغوشن: كيف تقنع الآخرين، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، ط3، 1996.
- 31- عبد القادر يحيياوي وآخرون: تاريخ الجزائر المعاصر 1939 - 2000، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية، الجزائر، 2000 - 2001.
- 32- عبد العالي دبله: الدولة الجزائرية الحديثة، الاقتصادية، السياسية، والمجتمع، الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2004.
- 33- عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط1، 2003.

- 34- عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 35- عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1977 .
- 36- عبد الناصر جابي: الانتخابات، الدولة والمجتمع، دار القصة للنشر، الجزائر، 1998.
- 37- عزي عبد الرحمن وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 38- علي الكنز: حول الأزمة، دار بوشان، الجزائر، 1990.
- 39- على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، كلية الإعلام، القاهرة، ط2، 1986.
- 40- عمر صدوق: أراء سياسية وقانونية في بعض قضايا الأزمة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1999.
- 41- عمر زيدان عمر، البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، ط1، 1987.
- 42- عمورة عمار: موجز في تاريخ الجزائر، دار ربحانة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2002.
- 43- غازي فيصل: التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة، بغداد، 1993.
- 44- غوستاف لوبون: سيكولوجية الجماهير، ترجمة هشام صالح بيروت لبنان، ط2، 1997.
- 45- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1998.
- 46- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1984.
- 47- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997 .
- 48- فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2002.
- 49- فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، 130 سؤال جواب، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 1997.
- 50- قاسم ياغي: الخبر الصحفي وأهميته الإعلامية، سكرتير التحرير، السلسلة المهنية-1، الإتحاد العام للصحافيين العرب، 1981.
- 51- قوارية أحمد: عبد العزيز بوتفليقة بين الموهبة والقيادة، رجل الأقدار والمصالحة الوطنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 52- لآرامي.أ / ب.فالي: البحث في الاتصال، عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2004.
- 53- ماكيرايد وآخرون: عالم واحد وأصوات متعددة، 1981.
- 54- محي الدين مختار: دراسات في الإعلام والاتصال، دار المعارف للطباعة والنشر، 1993 .

- 55- محمد العربي الزبيري: الثورة الجزائرية في عامها الأول، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984.
- 56- محمد مصدق يوسف: الأزمة الجزائرية والبدائل المطروحة، دار المعرفة، الجزائر، 2002.
- 57- محمد تامالت: الجزائر فوق البركان، قائمة وأوهام (من 88 إلى 99)، الجزائر، 1998.
- 58- محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.
- 59- محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية في منهجية علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1980-1981.
- 60- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- 61- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997.
- 62- محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1992.
- 63- محمد عبد الحفيظ، مصطفى حسين باهي: طرق البحث العلمي والتحليل الإحصائي، مركز الكتاب للنشر، ط2، 2000.
- 64- محمد منير حجاب: مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2000.
- 65- ملفين ل - ديفلير، ساندورابول-روكيتش: وسائل الإعلام ونظريات التأثير، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1993.
- 66- ناجي عبد النور: المدخل إلى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 67- ناصف لطفى: الأخبار الصحفية، صناعة سياسية، فن مطبعة التسيير، القاهرة، 1988.
- 68- نادر أحمد أبو شيخة: كتابة التقارير، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 69- نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
- 70- نوار الباهي: أكاديمية المراسل الصحفي المحترف للإذاعة والتلفزيون والصحف، دار الهدى، عين مليلة، 2006.
- 71- هاري ميلز، فن الإقناع، مكتبة جرير، السعودية، دون طبعة، دون سنة.
- 72- يوسف مرزق: مدخل إلى علم الاتصال، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1988.

## ب - القواميس والموسوعات والمعاجم:

- 1- أبو أمجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، ج3، 56.
- 2- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الحادي عشر، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، 1988.
- 3- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام (انجليزي، فرنسي، عربي)، دار الكتاب اللبناني، لبنان، ط2، 1994 .
- 4- الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، الرياض، مجلد15، ط2، 1999.
- 6- عبد الله البستاني، البستان، مكتبة لبنان، بيروت، 1992.
- 7- محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الأول، ط1، القاهرة، 2003 .
- 8- محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الرابع، ط1، القاهرة، 2003 .
- 9- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 10- مجموعة من المؤلفين: المعجم الوسيط، الجزء الثاني، 1986

## ت - المجلات :

- 1- العيد عاشوري، المصالحة الوطنية من الأحكام القانونية .. إلى ميثاق السلم، مجلة النائب، عدد خاص، المجلس الشعبي الجزائري، الجزائر، 2005.
- 2- فاروق ابو زيد ، التحديات الإعلامية العربية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 12، بيروت، 1980.
- 3- فضيل دليو ، الصحافة المكتوبة في الجزائر من الأصالة إلى الإغتراب، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد287، 2000.
- 4- رسالة مجلس الأمة، عملية تنفيذ الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية، مجلة الفكر البرلماني، مجلس الأمة، الجزائر، العدد 12، 2006.
- 5- محمد لعقاب، المصالحة الوطنية، الطريق نحو المستقبل، مجلة النائب، عدد خاص، المجلس الشعبي الجزائري، الجزائر، 2005.

## ث - الرسائل الجامعية:

- 1- نبيلة بوخيزة : الإعلام الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير، معهد الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1995.

- 2- ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قسنطينة، 2004.
- 3- صاولي بشير: أساليب الإتصال الإقناعي عند رسول الله صلى الله عليه وسلم، رسالة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2005.

#### ج- الوثائق والمستندات:

- دستور 1989
- مشروع الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية.

#### ح- الصحف:

- يومية الخبر : 3 ماي 2001 العدد 3155.
- يومية الخبر : 17 ماي 2001، العدد 3169.

#### ثانيا: باللغة الاجنبية:

- 1- Albert Kientz, pour analyse les Medias, collection d'analyse du continue. medium maison 1971
- 2-Ahmed Dahmani, l'algerie a l'éprouv économique, politiques des reformes casbah ;1999.
- 3-Ben chanhou A : inflation et chômage en Algérie, in magreb, macherk, mars 2003.
- 4-Jmes Prit jorld. fear q appels in Health pro;otion campaigns In Edward w.Maibach, Designing health message , lendon sagepublication , 1995
- 5- Gerald R .Miller : persuasion , incharles R .Berger and steventt .chaffee ; eds . Handbook of communication science ,sage publications , 1987
- 6 -Mawinkalins and Herpert. Appelson .persuasion : how opmins andattides are changed .N.Y : springer pulishing co .1970.
- 7-Roger Michelle: l'analyse du continue des document de communication, 4eme edition, librairie Technique, 1982,

مواقع الأتيرنيث:

www.amjah.net 1- (10 -01-2008)

2- www.ariyadh.com (10 -01-2008)