



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



## المعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية لمضمون حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري

أطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه الطور الثالث (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: استراتيجيات الإعلام و رهانات الاتصال داخل الفضاءات العمومية

تحت إشراف:  
أ.د/عبد الوهاب غالم

من إعداد الطالب:  
حبيب بوفضة

### لجنة المناقشة

|            |                   |                      |                      |
|------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| رئيسا      | جامعة مستغانم     | أستاذ التعليم العالي | أ.د/عبد القادر مالفي |
| مشرفا مقرر | جامعة مستغانم     | أستاذ التعليم العالي | أ.د/عبد الوهاب غالم  |
| مناقشا     | جامعة تلمسان      | أستاذ التعليم العالي | أ.د/غالي بلباد       |
| مناقشا     | جامعة مستغانم     | أستاذ محاضر -أ-      | د/محمد مرواني        |
| مناقشا     | جامعة سيدي بلعباس | أستاذ محاضر -أ-      | د/الحاج يصرف         |

السنة الجامعية: 2021/2020

## شكر وتقدير

أتقدم بالشكر وعميق التقدير والامتنان إلى الأستاذ عبد الوهاب غالم المشرف على البحث، على رحابة صدره وعظيم صبره واستعداده الدائم لمد يد العون والمساعدة حيث، أفادني كثيرا بتوجيهاته وملاحظاته القيمة وكذا اقتراحاته السديدة حول الموضوع، كما وفر لي الأجواء الملائمة للبحث العلمي وإلتام هذه الدراسة المتواضعة.

ومن دواعي سعادتي أن أتقدم بخالص الشكر إلى كل من ساهم من قريب او من بعيد في إنهاء هذه الدراسة

إهداء

إلى روح والدي الطاهرة الذي كان دائما تاجا ينير على رأس العائلة والدي محمد بوفضة  
الذي غادرنا تاركا فراغا رهيبا في العائلة

إلى والدتي أطل الله في عمرها

إلى إخوتي سندي في الحياة عثمان منصورية ربعة فايضة وحمزة

إلى التي دعمتني في كل تفاصيل هذا البحث وجزئياته رغم التزاماتها العائلية والمهنية  
زوجتي الغالية زهرة .

إلى أبناء أختي 'فاطمة دعاء ومحمد الحبيب

إلى براعم وكتاكيت العائلة " نزيمة زياد ياسين عبد الرحمن محمد رياض والياس "

إلى كل هؤلاء...

اهدي ثمرة جهدي

-حبيب-

## ملخص الدراسة:

لقد اهتمت هذه الدراسة بالمعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة ما بين 2014 إلى 2019 التي تميزت بوضع اقتصادي حرج بعد التراجع الكبير لأسعار النفط , باعتبارها أهم مداخل البلاد من خلال حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري التي تهتم بالشأن الاقتصادي، وذلك للخروج برؤية حول إمكانية تحليل الوضع الاقتصادي الراهن وتحديد نتائج معينة بخصوص القطاعات التي تم التركيز عليها. وهدفت الدراسة إلى التعرف على شكل ومضمون ما تقدمه حصة "الحوار الاقتصادي" ومدى ملائمة هذا المضمون الإعلامي لاحتياجات المرحلة الحالية والمشاهد، وإبراز أهمية الإعلام الاقتصادي لسد الفراغات الاتصالية الموجودة خاصة في هذا المجال.

## Résumé:

Cette étude s'est intéressée au traitement médiatique de la situation économique en Algérie entre 2014 et 2019, qui s'est caractérisée par une situation économique critique après la baisse significative des prix du pétrole en tant que revenu le plus important du pays à travers l'émission tv « **dialogue économique** » à la télévision algérienne, qui s'occupe des affaires économiques, afin de venir avec une vision sur la possibilité d'analyser la situation économique actuelle et d'identifier certains résultats concernant les secteurs qui se sont concentrés sur eux.

L'objectif de l'étude est d'identifier la forme et le contenu de ce que l'émission dialogue économique offre et la pertinence de ce contenu médiatique aux besoins de la scène actuelle et du spectateur, et de souligner l'importance des médias économiques pour combler les

lacunes de communication qui existent, en particulier dans ce domaine.

**Abstract:**

This study focused on the media treatment of the economic situation in Algeria between 2014 and 2019, which was characterized by a critical economic situation after the significant decline in oil prices as the country's most important income through the share of "economic dialogue" in Algerian television, which is concerned with economic affairs, in order to come up with a vision on the possibility of analyzing the current economic situation and identifying certain results regarding the sectors that have been focused on them.

The aim of the study is to identify the form and content of what the "economic dialogue" offers and the appropriateness of this media content to the needs of the current stage and the viewer, and to highlight the importance of economic information to fill the communication gaps that exist, especially in this area.

## فهرس الدراسة

| الصفحة | العنوان  |
|--------|--|
| 07     | مقدمة.....   |
| 10     | <u>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</u> .....   |
| 11     | تحديد الإشكالية .....  |
| 14     | تساؤلات و فرضيات الدراسة.....  |
| 15     | الدراسات السابقة.....  |
| 25     | أهداف الدراسة.....   |
| 27     | تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة.....   |
| 33     | مناهج الدراسة و أدواتها.....   |
| 37     | عينة الدراسة و الإطار الزمني.....  |
| 42     | أسلوب جمع البيانات .....   |
| 45     | إجراءات الصدق و الثبات.....  |
| 50     | <u>الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة "نظرية تحليل الأطر الخبرية"</u> .....               |
| 53     | <u>المبحث الأول: المنطلقات الأساسية لنظرية تحليل الأطر الخبرية</u> .....                   |
| 59     | <u>المبحث الثاني: نظرية الأطر الخبرية: مفاهيمها، مستوياتها، وظائفها</u> .....              |
| 75     | <u>المبحث الثالث: أنواع الأطر الخبرية و نماذجها التفسيرية</u> .....                        |
|        | <u>المبحث الرابع: تقييم نظرية تحليل الأطر الخبرية، علاقتها بدراسات تحليل الخطاب وكيفية</u> |
| 80     | تطبيقها في موضوع الدراسة.....  |
|        | <u>الفصل الثالث: الصحافة الاقتصادية الماهية,محددات الكتابة ودورها</u>                      |
| 87     | التنموي.....   |

|           |  |
|-----------|--|
| 88.....   | <u>المبحث الأول:</u> ماهية الصحافة الاقتصادية وسماتها.....                                       |
| 100.....  | <u>المبحث الثاني:</u> محددات صناعة المحتوى الاقتصادي في وسائل الإعلام.....                       |
| 125.....  | <u>المبحث الثالث :</u> الوظيفة الإعلانية والتنمية للصحافة الاقتصادية.....                        |
| 169 ..... | <u>المبحث الرابع:</u> تجربة الإعلام الاقتصادي في الجزائر.....                                    |
| 194.....  | <u>الفصل الرابع:</u> عرض وتحليل البيانات والنتائج.....   |
| 196.....  | <u>المبحث الأول:</u> نتائج الدراسة التحليلية الكمية لعينة حصة الحوار الاقتصادي.....              |
|           | <u>المبحث الثاني:</u> نتائج الدراسة التحليلية الكيفية لأطر المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية |
| 224.....  | البارزة في الحصة محل الدراسة.....  |
| 225.....  | <u>المطالب الأول:</u> تحليل القوى الفاعلة والأطر المرجعية للقضايا الاقتصادية البارزة.....        |
|           | <u>المطلب الثاني:</u> موقف الحصة محل الدراسة و مدى فعاليتها في معالجة القضايا الاقتصادية         |
| 238 ..... | البارزة.....   |
| 240.....  | الخاتمة.....   |
| 253.....  | مراجع الدراسة.....   |
| 277.....  | ملاحق الدراسة.....   |

## فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول  | رقم الجدول      |
|--------|---|-----------------|
| 39     | الخصائص الأساسية لعينة الدراسة حصة" الحوار الاقتصادي"   | الجدول رقم (01) |
| 40     | الأعداد المختارة كعينة قصدية لحصة الحوار الاقتصادي في الفترة من جوان 2014 إلى افريل 2019.                 | الجدول رقم (02) |
| 180    | عناوين الحصص والأشرطة الاقتصادية التي أنجزها التلفزيون الجزائري منذ الستينيات إلى غاية 2020               | الجدول رقم (03) |
| 196    | عناصر فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في الحصة .  | الجدول رقم (04) |
| 197    | عناصر فئة اللغة المستخدمة في حصة الحوار الاقتصادي   | الجدول رقم (05) |
| 199    | القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في عينة الدراسة   | الجدول رقم (06) |
| 202    | الأفكار الرئيسية لقضية " الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر " كما طرحتها عينة الدراسة                  | الجدول رقم (07) |
| 203    | الأفكار الرئيسية لقضية " الإصلاحات والبدائل الاقتصادية كما طرحتها عينة الدراسة                            | الجدول رقم (08) |
| 205    | الأفكار الرئيسية لقضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية  | الجدول رقم (09) |
| 208    | الأفكار الرئيسية لقضية " الاستثمارات الداخلية والخارجية "   | الجدول رقم (10) |
| 210    | الأفكار الرئيسية لقضية الفساد المالي كما طرحتها الحصة الاقتصادية.   | الجدول رقم (11) |
| 212    | مدى التوازن في عرض القضايا الاقتصادية في الحصة محل الدراسة  | الجدول رقم (12) |
| 213    | المصادر التي اعتمدت عليها الحصة التلفزيونية محل الدراسة للحصول على المعلومة الاقتصادية                    | الجدول رقم (13) |
| 216    | أطر أسباب القضايا الاقتصادية البارزة كما طرحتها السياسة التحريرية للحصة محل الدراسة                       | الجدول رقم (14) |
| 219    | أطر الحلول المقترحة للقضايا الاقتصادية البارزة كما طرحتها السياسة التحريرية للحصة التلفزيونية محل الدراسة | الجدول رقم (15) |
| 220    | نوعية الاستمالات المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية في الحصة محل الدراسة                              | الجدول رقم (16) |
| 222    | الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية في الحصة محل الدراسة  | الجدول رقم (17) |



## مقدمة:

يتزايد دور الإعلام في حياة الفرد والمجتمع يوماً بعد يوم، وأصبح يؤدي دوراً مؤثراً في بناء الدول وتشكيل الحضارات، إذ يسهم الإعلام في التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام حيث يقوم بدورٍ استراتيجي هام في توجيه المجتمع وإرشاده وتنقيفه، كما يؤدي دوراً إستراتيجياً في التنمية المستدامة بمختلف مجالاتها وقطاعاتها، إضافة إلى الدور المؤلف الذي يؤديه في تلبية حاجة الإنسان إلى الاتصال بوصفه حاجة إنسانية نشأت مع نشوء المجتمعات البشرية، لكي يتصل الفرد بغيره من الأفراد ويتبادل معهم المعلومات والأفكار ويعبر عما في نفسه.

إن تعاضد دور الإعلام تزوج مع تعقيد مجالات الحياة بعد أن كثرت وتشعبت ميادينها وتطورت حقولها، لذا أصبح التخصص في كافة المجالات خصوصاً الإعلام أمراً لا غنى عنه، كجزء من متطلبات السعي نحو الإبداع في هذا المجال والإلمام بكل ما يرتبط به، وتطوير آفاقه، والتركيز على جميع تفاصيله وجزئياته. وانطلاقاً من ذلك فإن مجال الإعلام الجماهيري لم يستطع أن يفي بكافة متطلبات الحياة، لذا نشأت الحاجة إلى وجود الإعلام المتخصص في ميادين ومجالات الحياة المختلفة، وبات أمراً حيوياً لها، وضروريا لفهم مكوناتها وأقسامها وموضوعاتها وأحداثها فهما بعمق شامل، كالإعلام السياسي والتنموي والبيئي والأمني والاقتصادي والرياضي والعسكري... الخ. وفي نفس الوقت برزت الحاجة الملحة للمتخصص الإعلامي الذي يقوم تخصصه على الدراسة في المقام الأول، فالدراسة المتخصصة شرط ضروري لنجاح الإعلامي اليوم، وهي التي تميز الإعلامي عن غيره، فكلما زادت معرفته وخبراته في التخصص الذي يعمل فيه، زادت مقدرته على الإبداع والتميز في عمله.

إن النمو الاقتصادي الذي شهده العالم في القرن العشرين ، ودخول مؤسسات الاقتصاد في المنظومة الاقتصادية كمؤسسات استثمارية استدعى البحث عن كيفية كسب الجمهور الذي يمثل سوقاً للمؤسسات الصحفية، فأتجهت إلى إصدار صحف متخصصة تغطي بها الفئات المختلفة و التخصصات المتباينة كما اهتمت الحصص الإذاعية والتلفزيونية بالمجال الاقتصادي . ومن هنا يمكن القول بأن الصحافة و الاقتصاد في شراكة متعددة الأوجه،

ودائمة العلاقة، وهما في الجهة ذاتها لمواجهة التحديات التي تعترضهما معاً، وإذا افترضنا بأن الاقتصاد يمكن أن يصنع صحافة ناجحة، فمن المؤكد أن الصحافة يمكن أيضاً أن تصنع اقتصاداً ناجحاً، وهذا ما يفسر نجاح المؤسسة الصحفية إذا ما اعتدلت على قيادات اقتصادية متخصصة، وواعية بدور الصحافة كصناعة واستثمار. ففي وقتنا الراهن يحتل الاقتصاد الصدارة في اهتمامات الرأي العام لارتباطه الوثيق بحياة الناس وفكرهم، وانشغالاتهم اليومية، حتى أصبحت القضايا الاقتصادية كالفقر، البطالة التضخم، النمو، العيش الكريم، الاستهلاك الادخار والاستثمار الشغل الشاغل لدى الحكومات وأصحاب القرار والمتقنين. ومع تشابك القضايا الاقتصادية وتعقدها، وتفاقم الخلاف بين الدول الغنية والفقيرة، وتغلغل العولمة الاقتصادية، وغياب العدالة الاجتماعية في معظم الدول من خلال سيطرة الأبعاد المالية على مجمل الأبعاد الاقتصادية والأخلاقية، وحبس إيصال تلك العلاقات المتشابكة للرأي العام من خلال الصحافة بطريقة مهذبة وسهلة الاستيعاب. كما يبقى أيضاً أثر المعلومة في القرار الاقتصادي في ظل الدور الحيوي والاستراتيجي للصحافة الاقتصادية ضرورياً لدفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام، ونشر الوعي الاقتصادي في المجتمع بصفة دائمة مستمرة. فالرابطة التي تجمع الصحافة والاقتصاد قوية تتجاوز مفهوم الصحافة الاقتصادية، وهو ترابط فرضته معطيات العصر الحديث ومنجزاته، فهناك الكثير من المجتمعات تتوفر على أجهزة اقتصادية عديدة متنوعة تلبي احتياجات الحياة الاقتصادية المتنوعة من مؤسسات خاصة أو عامة، وتتعامل هذه الأجهزة فيما بينها وكذا مع غيرها تعاملًا محلياً وخارجياً تبقى بحاجة إلى صحافة اقتصادية قوية وفعالة.

ولهذا جاءت الدراسة لمعرفة مدى اهتمام التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية مهمة بالشأن الاقتصادي من خلال تغطية مختلف الأحداث الاقتصادية الوطنية وتداعياتها على الصعيد الاجتماعي والتنموي. تضم الدراسة أربعة فصول، يتناول الفصل الأول الخطوات المنهجية، حيث قمنا بتحديد الإشكالية، تساؤلات وفرضيات الدراسة لتتوقف عند الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها، كما أشرنا إلى الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها والتي تمثل القيمة المضافة، وتلتها خطوة تحديد مجتمع الدراسة، العينة، الإطار الزمني، ثم أسلوب جمع البيانات وإجراءات الصدق والثبات، وخصص الفصل الثاني

للحديث عن المقاربة النظرية المناسبة للدراسة و المتمثلة في نظرية الأطر الخبرية ، و تم تناول المنطلقات الأساسية للنظرية، مفاهيم التأيير و مستوياته، النماذج التفسيرية لنظرية الأطر الخبرية، وكيفية تطبيقها في موضوع الدراسة، و جاء **لفصل الثالث** بعنوان :ماهية الصحافة الاقتصادية وسماتها ، محددات صناعة المحتوى الاقتصادي في وسائل الإعلام ، وتم التطرق إلى مفاهيم الصحافة الاقتصادية وسماتها، أشكال المعالجة الصحفية للمواضيع الاقتصادية، موضوعات ومصادر الصحافة الاقتصادية ، وكذا تجربة الإعلام الاقتصادي في الجزائر، ليتناول **الفصل الرابع** الجانب التطبيقي وفيه يتم عرض البيانات و النتائج وتحليلها.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ❖ تحديد الإشكالية
- ❖ تساؤلات و فرضيات الدراسة
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
- ❖ مناهج الدراسة و أدواتها
- ❖ تحديد مجتمع الدراسة
- ❖ عينة الدراسة و الإطار الزمني
- ❖ أسلوب جمع البيانات
- ❖ إجراءات الصدق و الثبات

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

### ❖ تحديد الإشكالية:

أدى انتشار القنوات التلفزيونية إلى نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين وأصبح مطلوباً من القائمين على الصناعة التلفزيونية التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة والاستجابة لإنتظارات الجمهور. ومن هنا برزت الحاجة إلى بعث قنوات متخصصة من حيث المحتوى وطبيعة الخطاب الإعلامي لتلبية الاحتياجات الذاتية للمشاهد، وساعدت على السعي إلى تلبية هذه الاحتياجات التحولات المتسارعة التي شهدتها المشهد التلفزيوني العالمي.

وقد مكنت الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة. وتنامت وظيفة التلفزيون باعتباره وسيلة اتصال ناجعة يمكن أن تتحول إلى مجال استثمار مربح. ومع هذا التنامي الوظيفي تحول نمط استهلاك الفرجة التلفزيونية إلى نمط استهلاكي يتعايش مع النمط القديم.

وتمثل هذا النمط في بروز القنوات التلفزيونية المتخصصة إلى جانب القنوات العامة وأصبح السعي مركزاً على تلبية حاجات معينة ومحددة في مجالات واهتمامات خاصة .

ومن أوجه هذه المجالات المجال الاقتصادي، حيث تضعه الدولة في أعلى سلم أولوياتها، ويتضح هذا من خلال كثرة الزيارات والاتفاقيات المخصصة لهذا المجال، والمجال الاقتصادي يعبر عن مدى قوة الدولة، وكذلك عن علاقات الدول بين بعضها وقد يسبب حروباً إذا ما اقتضى المساس بأحد رموز الموارد الاقتصادية للدولة.

تأتي هنا أهمية دور الإعلام في كيفية استغلال المجال الاقتصادي بما يخدم مصلحة الوسيلة والدولة التي يعمل بها والجهات الأخرى، فالإعلام - كما هو معروف - مرآة عاكسة للمجتمع، فإذا كان اقتصاد دولة ما قوياً، فيكون هذا الأمر فرصة كبيرة لوسائل الإعلام بأن تتعامل مع هذه الحالة تعاملًا علمياً وذكياً لتحقيق المنفعة المشتركة للوسيلة وجمهورها.

تعد الصحافة الاقتصادية أداة استراتيجية لدفع الاقتصاد، و عامل من عوامل التنمية الحقيقية في بلدان العالم كافة، حيث يحتل الاقتصاد مكانة كبيرة نظرا لتداخله مع مختلف المجالات، فالمعلومة الاقتصادية تشكل أساس كل الانجازات التي يبني عليها الاقتصاد العالمي و الوطني. فازدياد ثقل الحياة الاقتصادية و تقدم الموضوع الاقتصادي على الساحة العالمية، دفع العديد من الدول إلى إصدار صحف اقتصادية، تساهم في مراقبة النشاط الاقتصادي و تضطلع بالدور المنتظر منها، و تسلط الضوء على كل القضايا الاقتصادية التي ترتبط بفروع الاقتصاد، و التي تؤثر بشكل كبير و عميق على مسارات العلاقات الدولية و حياة الشعوب.

و الجزائر بدورها عرفت تجربة في مجال الصحافة الاقتصادية شملت مرحلة ما قبل التعددية الإعلامية و ما بعد التعددية الإعلامية، فمع نهاية السبعينات من القرن الماضي و هي الفترة التي أتمت فيها الجزائر بناء مختلف هياكلها السياسية، حدث توجه نحو ضرورة توظيف وسائل الإعلام في مختلف الأنشطة الاقتصادية و هو ما أصبح يطلق عليه الإعلام الاقتصادي. و توجه اهتمام وسائل الإعلام نحو دعم سياسة التنمية الاقتصادية عن طريق التعريف بإمكانيات البلاد الاقتصادية، و تجنيد الطاقات البشرية، و متابعة تنفيذ مختلف البرامج التنموية.

فبدأ العمل عبر مختلف وسائل الإعلام مكتوبة كانت أم سمعية أو سمعية بصرية و في هذا السياق تحدد دور التلفزيون الجزائري في مجال التنمية الاقتصادية حيث كثفت نشرات الأخبار مجهوداتها لشرح فحوى الإصلاحات و إطلاع المواطنين بشأنها و تم تخصيص أخبار اقتصادية لتوسيع فضاء المعالجة الاقتصادية فضلا عن العديد من الحصص الاقتصادية الأسبوعية، الشهرية و المنا سبائية و الخاصة مثل الواقع الاقتصادي، أفاق اقتصادية، عالم الزراعة و الريف، المؤشر... الخ

و ظل التلفزيون الجزائري يواكب مختلف المراحل التي مر بها الاقتصاد الجزائري و الإصلاحات و كذا المخططات التنموية التي اعتمدها الحكومات المتعاقبة.

ولعل من ابرز تلك المراحل هو ما عرفه الاقتصاد الجزائري منذ صائفة 2014 على اثر التراجع الكبير لأسعار النفط باعتبارها تشكل المصدر الأول في الناتج الداخلي للبلاد.

بحيث شكلت تداعيات الوضع الاقتصادي الخاص الذي عرفته الجزائر منذ جوان 2014 على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للدولة إلى جانب بحث البدائل الممكنة للخروج من التبعية لقطاع المحروقات والتفكير في القطاعات الإستراتيجية كالفلاحة والسياحة ابرز المواضيع التي عالجها التلفزيون الجزائري من خلال المواعيد الإخبارية أو الحصص الخاصة بالمجال الاقتصادي.

وقد حاولت هذه الدراسة، التطرق إلى جزء من ذلك الهامش الإعلامي الذي خصصه التلفزيون الجزائري لمواكبة هذه التغيرات الاقتصادية، من خلال حصة "الحوار الاقتصادي" كعينة أو كنموذج ممثل لمجموع الحصص التي اعتاد التلفزيون إنجازها لتغطية الجوانب الاقتصادية، وتعتمد الدراسة في تحليلها لأهم المواضيع الاقتصادية التي عالجتها حصة "الحوار الاقتصادي" على نظرية الأطر الخبرية، التي تخدم خصائص المحتوى الإعلامي، وأهم أنموذج "روبرت انتمان" (Robert Entman) الذي حدد مجموعة من الوظائف للإطار الإعلامي.

فانطلاقاً من هذه النظرية سيتم إبراز أطر المعالجة الإعلامية التي وظفتها حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري في تناولها للقضايا الاقتصادية، وأولوية المعالجة لبعض الأحداث و الحقائق الاقتصادية عن غيرها، مع توضيح معالم السياسة التحريرية من خلال الأطر الخبرية التي اعتمد عليها، وكيفية انعكاس هذه الأطر على أسلوب المعالجة.

ومن خلال ما سبق ذكره تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤل المحوري والذي مفاده:

**كيف عالجت حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري موضوع الوضع الاقتصادي الوطني بعد التراجع المحسوس في أسعار النفط منذ جوان 2014 مع رصد و تحليل الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها الحصة محل الدراسة؟**

ومجموعة من التساؤلات التي تحقق أهدافنا البحثية:

- 1- ماهي مكانة الحصص الاقتصادية في التلفزيون الجزائري؟
- 2- ما هي القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في مضمون عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة؟
- 4- ما هي الأفكار الرئيسية للقضايا الاقتصادية التي طرحتها عينة الدراسة؟
- 5- ماهي الأنواع الصحفية المستعملة في حصة "الحوار الاقتصادي" ؟
- 6- ماهي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها حصة "الحوار الاقتصادي" للحصول على المعلومة الاقتصادية ؟
- 7- ماهي القوى الفاعلة الأساسية التي ظهرت في مضمون القضايا الاقتصادية؟ و ما سماتها البارزة؟
- 8- ما هي الأطر الخبرية التي استخدمتها عينة الدراسة في معالجتها للقضايا الاقتصادية البارزة؟
- 9- ما أطر الأسباب التي طرحت فيما يخص القضايا الاقتصادية التي تناولتها عينة الدراسة؟
- 10- ما اطر الحلول التي طرحت فيما يخص القضايا الاقتصادية التي تناولتها عينة الدراسة؟



ب-فرضيات الدراسة: تسعى الدراسة لاختبار الفرضيات التالية:

-الفرضية الأولى: اهتمت الحصّة بإبراز تأثيرات الوضع الاقتصادي خلال فترة الدراسة وطرح البدائل الممكنة.

-الفرضية الثانية: لا يوجد اتساق بين الموقف الرسمي للدولة من الأزمة الاقتصادية والأطر الخبرية المستخدمة في معالجتها.

- الفرضية الثالثة: لم تعتمد الحصّة محل الدراسة على المصادر الرسمية كمعلومات مقدمة في معالجتها للقضايا الاقتصادية خلال فترة الدراسة.

- الفرضية الرابعة: مصادر المعلومات و القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها الحصّة حددت الأطر المرجعية المستخدمة في تحليل القضايا الاقتصادية.

## الدراسات السابقة :

تمثل الدراسات السابقة تراثا نظريا تساعد الباحث على تكوين خلفية نظرية عن الموضوع, ومن ثم تحديد المشكلة البحثية وتجنب التكرار المتطابق لذا قام الباحث بمسح عدد من الدراسات التي ترتبط بمجال البحث, وهي الدراسات السابقة التي تناوالت موضوع الإعلام الاقتصادي والمعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في وسائل الإعلام والتي تم الاعتماد عليها في موضوع دراستنا مرتبة زمنيا من الأقدم للأحدث.

### (1)-دراسة عوضية الحسن شبو (2002) :

استخدمت الدراسة أسلوب مسح أ ساليب الممارسة الإعلامية لوسائل الاتصال الجماهيرية لمعرفة البرامج و المواد التي استهدفت سوق الأوراق المالية، و الكشف عن الإيجابيات و السلبيات لهذا النوع من الإعلام. و استخدم الباحث أداة الاستبيان و المقابلة لجمع البيانات و قد تمثلت أهداف الدراسة في أهمية الإعلام و مدى كفاءة و فاعلية البرامج التي تقدم لتوعية الجمهور بأهمية سوق الأوراق المالية، و الكشف عن إيجابيات و سلبيات الأداء الإعلامي لسوق الأوراق المالية، مع توضيح العقبات التي تواجه الأداء الإعلامي للسوق. أما فيما يخص منهج البحث و أدواته، فلقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- الصفحات الاقتصادية في الصحف عبارة عن أخبار م سئولين أو معلومات عن المؤسسات المالية- عدم وجود إعلام اقتصادي متخصص - ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالجوانب الاقتصادية عامة و بسوق الخرطوم المالية خاصة- اختصرت أخبار السوق في وسائل الإعلام على استعراض أسعار الأسهم فقط - عدم إلمام العديد من المؤسسات الإعلامية بأهمية البيانات و التحليل الاقتصادي لتطوير خدماتها الإعلامية- عدم توفر المختصين الاقتصاديين في العديد من المؤسسات الإعلامية اللذين يمكنهم إعداد التقارير و إجراء التحليلات الاقتصادية... الخ

## (2) - دراسة انشراح عبد اللطيف حسن (2003):

تمثلت أهداف الدراسة في التعريف بالدور الذي قامت به الصحافة السودانية من خلال تناولها للقضايا الاقتصادية، أهم الجوانب الاقتصادية التي اهتمت الصحافة بإبرازها، توضيح العلاقة بين الصحافة السودانية و المجال الاقتصادي، الوقوف عند الجهود التي بذلتها الصحافة لترقية المجال الاقتصادي و ذلك من خلال طرحها لموضوعات بعينها، الوقوف عند السلبيات و أوجه القصور في تناول الصحافة للقضايا الاقتصادية و وضع الحلول و المعالجات. اعتمدت الدراسة على ثلاثة مناهج للبحث : المنهج التاريخي، المنهج الوصفي التحليلي و المنهج المقارن، كما استخدمت الباحثة في دراستها ثلاث أدوات و أساليب لجمع البيانات هي الملاحظة، المقابلة و تحليل المضمون. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- خلو المكتبة السودانية من التوثيق و البحوث العلمية في مجال الصحافة الاقتصادية، على الرغم من تزامن ميلادها مع ميلاد الصحافة السودانية - تأخر الاهتمام بالصحافة الاقتصادية، و تركيزها على استخدام الشكل الخبري- الموضوعات الاقتصادية لا تنشر في وقتها، مما يفقدها أهميتها، و يتم إعداد موضوعات الصفحة الاقتصادية قبل فترة من نشرها، و هذا ما يطلق عليه مصطلح الصحافة المعلبة.

## (3) - دراسة بلقاسم مام (2004):

حاولت الدراسة رصد آراء منتبعي حصة المؤشر الاقتصادية شكلا و مضمونا، مع تقديم وجهة نظر الجمهور، و تقييم و لو جزئي لما يقدمه التلفزيون الجزائري من إعلام اقتصادي، و من جهة أخرى محاولة التعرف على ما يريده الجمهور، و ما يتصوره من خدمة في هذا الجانب. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي للإجابة على جزء مهم من تساؤلات الدراسة و الوصول إلى النتائج المتوخاة، كما استعمل الباحث عينة قصدية و شملت (200) فرد من منتبعي حصة المؤشر الاقتصادية من سكان مدينة الجزائر العاصمة، و قد قسم هذا العدد مناصفة بين الجمهور العام من مختلف الفئات

من جهة، و الطلبة من معهدي علوم الإعلام و الاتصال من جهة و العلوم الاقتر صادية من جهة أخرى،

أي مائة استمارة لكل فريق. أما فيما يخص أدوات البحث فقد اعتمدت الدراسة أسا على الاستبيان و المقابلة. من النتائج التي حققتها الدراسة نذكر:

- النسبة الغالبة ممن يشاهدون حصة المؤشر الاقتصادي يتابعونها د سب الموضوع المعالج فيها.

- تتم متابعة الحصة كاملة من بدايتها إلى جينيريك النهاية من قبل نسبة كبيرة من مشاهديها، مما يعني أن الحصة استطاعت أن تربط مشاهديها بمتابعتها إلى حد إيجابي على العموم، و لكن هناك نسبة كبيرة ممن لا يكملون متابعة الحصة حيث بلغت (43 5 %) - أغلبية المبحوثين يرون أن مدة الحصة و هي (52) دقيقة جد مناسبة و كافية لمعالجة المواضيع المطروحة للنقاش، و هي مدة مطابقة للمقاييس المهنية المعمول بها، و كافية لأن تعالج المواضيع من أوجهها المختلفة، و يبقى أن يتركز الجهد على استثمار تلك المدة لتقديم الأحسن و المفيد من ريبورتا جات و تحقيقات، و حوارات صريحة بناءة في مضمونها و سهلة في أسلوبها، و من هنا فالتحسين ليس في إنقاص أو زيادة مدة الحصة، فهي مناسبة و إنما بالمضمون الحيوي.

#### 4- دراسة لويذة كريمة عباد (2004):

حاولت هذه الدراسة معرفة مدى إسهام التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية خلال مرحلة التسعينيات من خلال أنموذج حصة المؤشر الأسبوعية. من خلال عشرة أعداد وزعت على امتداد عمر الحصة (ثلاث سنوات)، و طبقا لمتطلبات الدراسة استعملت الباحثة منهج المسح الذي يعتمد عليه بكثرة في البحوث الكشفية و الوصفية و التحليلية، حيث يعتمد على الأسلوب العلمي في أجوائه بقياسه لمتغيرات معينة، و في إطار هذا المنهج استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، للكشف عن مضمون الرسائل التي يبثها التلفزيون ضمن إطار حصة المؤشر الاقتصادية، هل هي فعلا رسائل تنموية. يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من 29 حصة تلفزيونية و هي حصة

المؤشر الاقتصادية، و هو إجمالي عدد الحصص التي انطلقت في 7 أكتوبر 1998 إلى غاية جوان 2001.

كشفت الدراسة عن تركيز حصة المؤشر على الأخبار الوطنية بقدر كبير ضمن ركنها القار، و رغم أهمية هذه الأخبار لاطلاع المشاهد على أهم المستجدات الاقتصادية، إلا أن الباحثة لاحظت السطحية في طريقة العرض و تقديم الأخبار التي لم تؤد في كثير من الأحيان الغرض المطلوب و هو التفسير الواضح. و أسفرت الدراسة أيضا عن تخصيص حصة "المؤشر" لعدة أعداد للحديث عن الاستثمار في الجزائر، و هو اختيار صائب وفق مقتضيات المرحلة الاقتصادية الجديدة، حتى يستوعب الجمهور أبعاد عملية الاستثمار التي دخلت قاموس المصطلحات الاقتصادية في الجزائر حديثا، و سجلت الباحثة عدم الاستقرار في المدة الزمنية للحصة، حيث تجاوزت في غالب الأحيان 52 دقيقة إلى ساعة فأكثر، و عزت ذلك إلى الأهمية التي توليها الحصة للقضايا الاقتصادية المطروحة التي اختلفت في مدة النقاش حسب طبيعة كل موضوع...

#### 5- دراسة سامية عبد المجيد محمد الأغبري (2005):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي لعبته الصحافة اليمنية في التأثير في الجمهور من خلال الخطاب الاقتصادي، و حاولت أن تكشف العوامل التي أعاققت الصحافة عن أداء دورها التنموي، و مدى تأثيرها في تشكيل رأي عام باتجاه دعم أو معارضة الإصلاحات المتبعة، كما رصدت هذه الدراسة طبيعة و بنية و اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية (الحكومية و الحزبية) و علاقته بالجمهور، و كذلك اتجاهات الخطاب الاقتصادي للقائم بالاتصال و الجمهور.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج سواء الخاصة بالصحف أو القائم بالاتصال أو الجمهور، و لعل أهم ما أثبتته نتائج الدراسة أن العلاقة التفاعلية بين الصحافة و الجمهور في اليمن سلبية، و بالتالي فإن تأثيرها كان ضعيفا، حيث لم تتمكن الصحافة اليمنية سواء (الحكومية أو الحزبية) من تشكيل رأي عام باتجاه تأييد أو معارضة السياسة الاقتصادية للحكومة و المتمثلة في انتهاج سياسة اقتصاد السوق. و أشارت

الدراسة إلى أن هناك العديد من المتغيرات و العوامل التي ساهمت في تحديد طبيعة العلاقة التفاعلية بين الصحافة اليمنية و الجمهور، و أهمها المضمون الصحفي و القائم بالاتصال.

كشفت الدراسة أيضا افتقار الصحافة اليمنية للمصداقية و تدني مكانتها لدى الجمهور نتيجة غياب التقاليد المهنية و أخلاقيات المهنة، و لافتقارها إلى التنظيم المؤسسي، و غياب الإدارة الصحفية الفاعلة... الخ

### (6) -دراسة محمد علي عبد الله اجتبي 2009:

الدراسة تهدف إلى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضايا التضخم في الأسعار في الصفحات الاقتصادية في صحيفتي الخليج والبيان في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتقييم واقع أدائها وتأثيرها على مواطني من خلال تحليل وتفسير الفنون التحريرية المستخدمة في معالجتها موضوع التضخم كونه يمس غالبية سكان المنطقة

وتوصلت الدراسة إلى أن المواد الإعلامية المتعلقة بارتفاع الأسعار في الإمارات وصلت على المرتبة الأولى بين مختلف المواد الإعلامية التي تم قياسها وأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مضمون المواد الإعلامية في كل من الصحيفتين فيما يتعلق بارتفاع الأسعار في الإمارات. كذلك أشارت النتائج إلى أن الأهداف الإخبارية وصلت على المرتبة الأولى على مستوى المجموع الكلي للصحيفتين.

وأشارت نتائج الدراسة المتعلقة بالفنون الصحفية الخاصة بالتضخم النقدي إلى أن الخبر وصل على المرتبة الأولى وأشار النتائج المتعلقة بمصادر المعلومات للمواد الإعلامية إلى أن المصدر المعتاد من مندوب الصحيفة جاء في الترتيب الأول وكان هناك فروق ذات

دلالة إحصائية في مصادر المواد الإعلامية بين كل من صحيفتي البيان والخليج الإماراتيتان في ذلك ولصالح صحيفة البيان .

## 7- دراسة عبد الله بن ناصر الحود وآخرون" افريل 2016

ناقشت هذه الدراسة الدور الحاسم لوسائل الإعلام والاتصال في دعم المشاريع الاقتصادية الكبرى في الأقطار العربية وتؤكد على أن تلك الوسائل، إضافة لقدرتها على "تغطية" الأحداث الاقتصادية ونشر الإخبار تُقدم معالجات إعلامية عالية المهنية وفائقة الفعالية للأحداث والموضوعات التي تتناولها. في هذا السياق أجرت الدراسة تخليلاً للمعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية في ثلاثة أقطار عربية وهي السعودية مصر والمغرب وهدفت هذه الدراسة للتعرف على أهم الأقطار التي تحكم العمل الإعلامي لتلك المشروعات وعلاقتها بتقديم خدمة إعلامية متميزة تحقق المقاصد الإعلامية والاتصالية المرجوة من إنشاء هذه المشروعات الوطنية الكبرى.

وأوضحت الدراسة تقاليد العمل العربي في مجال الإعلام الاقتصادي . كما أوضحت أيضاً أوجه التقارب والاختلاف بين الأقطار العربية في توظيف وسائل الإعلام والاتصال في خدمة البنية الاقتصادية. واقترحت الدراسة ما يمكن العمل به لتطوير معالجات الإعلام والاتصال للقضايا والموضوعات الاقتصادية الوطنية الكبرى.

### التعليق على الدراسات السابقة و تبيان حدود الاستفادة منها من خلال دراستنا:

#### أ - التعليق على الدراسات السابقة:

أبرزت معظم الدراسات السابقة أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين الإعلام والاقتصاد ؛ كما استعرضت العديد من المواضع المتعلقة بالصحافة ودورها في الحياة الاقتصادية. مستخدمة أداة تحليل المضمون، وبينت أن لمصدر الأخبار دوراً مهماً في إبراز القضايا الاقتصادية وفي حجم التغطيات، كما أشارت الدراسات السابقة إلى ضرورة تمتع الصحفي الاقتصادي بالكفاءة والمهنية العالية.

## ب - حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1 - وضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المواضيع الاقتصادية
- 2 - مساعدتنا في تحديد البناء المنهجي للدراسة سواء في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهدافها وتساؤلاتها.
- 3 - الاستفادة من المراجع و المصادر المهمة، و معالجتها المنهجية وأدواتها الدراسية.
- 4 - تكوين خلفية نظرية حول الصحافة المتخصصة عامة و الصحافة الاقتصادية -عربيا و عالميا- خاصة.

## أهمية الدراسة وأهدافها:

تعد دراسة المعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي الراهن في الجزائر من المتطلبات الرئيسية والضرورية وذلك لإيجاد التصور الملائم من خلال الأفكار المتداولة إعلاميا للخروج من التبعية لقطاع المحروقات وطرح مختلف البدائل لبناء اقتصاد قوي قادر أن يقف في وجه الهزات المتعاقبة لأسعار النفط في السوق الدولية والاستجابة للاحتياجات التنموية الداخلية المختلفة .

ولهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الوضع الاقتصادي الذي عرفته الجزائر منذ صائفة 2014 من زاوية إعلامية وذلك بدراسة المكانة التي يوليها الإعلام الرسمي في البلد لهذا الموضوع من خلال حصص خاصة للتلفزيون الجزائري التي تهتم بالشأن الاقتصادي .

كما تأتي الدراسة لدعم الدراسات الأكاديمية التي تعنى بهذا الجانب أمام النقص الكبير الملحوظ , حيث تفتقر المكتبة العربية للدراسات الموسعة عن الإعلام الاقتصادي, و لم ينل حظه الوافر من الدراسة والبحث, حتى أن الدراسات التي أجريت عليه في إطار



الاهتمام بدراسة الظاهرة الاتصالية، وكيفية تناول الإعلام لها في إطار امبريقي يعد محدود للغاية . لذا أردت القيام بهذه الدراسة مساهمة في إبداء أهمية الإعلام الاقتصادي، وتسليط بعض الضوء على جوانب الإيجاب والسلب في ممارسته من خلال الحصة فضلا على إن هذه الدراسة المتواضعة ستكون بحول الله مرجعا للطلبة بقسم الإعلام بجامعة مستغانم وغيرها من الجامعات.

وتتزامن الدراسة مع بروز العديد من القضايا والأحداث الاقتصادية المحلية في الفترة الأخيرة وما يستدعي ذلك من وجود إعلام اقتصادي يحلل الأخبار والقضايا الاقتصادية ويقنع المتلقي بالمعلومات الوافية المختلفة.

كما أنها تتيح إمكانية رسم صورة لواقع المضمون الاقتصادي بالتلفزيون الجزائري ومدى علاقته بالقضايا الاقتصادية المطروحة على أجندة الإعلام الوطني في الوقت الراهن .

وتتطوي هذه الدراسة على تسليط الضوء على أهمية الإعلام الاقتصادي ودوره في الوقت الراهن لمنع تضارب الآراء بشأن المعطيات الاقتصادية وما يثيره من مخاوف وتداعيات سياسية واجتماعية خاصة.

### أهداف الدراسة :

**1-تستمد هذه الدراسة أهميتها من محاولة تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة المتمثل في:رصد وتحليل اطر المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الأزمة الاقتصادية التي عرفها الاقتصاد الوطني منذ سنة2014, من خلال تحليل عينة من حصة الحوار الاقتصادي التي يبثها التلفزيون الجزائري, بتوظيف التحليل الكمي والكيفي في رصد وتحليل اطر المعالجة الإعلامية لتلك القضايا من خلال منظور متعدد الأبعاد, يقوم على دراسة وتحليل كل الأطر المرجعية, واطر الأسباب واطر الحلول, والقوى الفاعلة.**

2-تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون ما تقدمه حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري ومدى ملائمة هذا المضمون لاحتياجات المرحلة الحالية وللمشاهد.

3-عن طريق تحليل مضمون حصة "الحوار الاقتصادي" الخروج برؤية حول إمكانية تحليل الوضع الاقتصادي الراهن وتحديد نتائج معينة بخصوص القطاعات التي تم التركيز عليها.

4-التعرف على حجم الاهتمام الذي يوليه التلفزيون الجزائري للشأن الاقتصادي خاصة بعد توجه الحكومة نحو سياسة ترشيد النفقات .

5-إبراز أهمية الإعلام الاقتصادي لسد الفراغات الاتصالية الموجودة خاصة في هذا المجال ونقص المواد الإعلامية التي من شأنها تقديم معلومة اقتصادية شاملة للجمهور.

### تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة :

إن تحديد المفاهيم في كل دراسة هي إحدى الخطوات المنهجية الهامة التي لا يمكن تجاهلها , إنتمت مفاهيم تحتاج إلى تحديد مفهومها بدقة حتى يتسنى وضع الظاهرة حيز الدراسة.

لذا ارتأينا تحديد المفاهيم التالية :

### 1-المعالجة الإعلامية :

ويقصد بها التكتيك المستخدم في عرض قضية ما أو طرح فكرة ما أو متابعة حدث,وتجمع المعالجة الإعلامية بين مختلف فنون الصحافة التلفزيونية. فهي الكيفية التي يتم من خلالها التعامل مع مختلف القضايا المطروحة, وكيفية طرحها في البرامج الإخبارية .

فالمعالجة الإعلامية هي الخصائص التي يتسم بها تناول الإعلامى لل قضية م حل  
الدراسة من حيث ال شكل(القوالب الفنية و سائل الإبراز- صفات الشذ صيات  
والضيوف)، والمضمون ( القضايا الفرعية-الأطر الإعلامية الموظفة-القوى الفاعلة في  
المعالجة -الأطر المرجعية الموظفة -مدى التوازن في ال عرض-أ ساليب الإقناع  
المستخدمة) بهدف توصيف هذا التناول(1).

والمعالجة تركز في الأساس على سؤال واحد مفاده: كيف تعاملت المؤسسة الإعلامية  
مع المعلومات والبيانات المتعلقة بحدث معين. كيف عالجت الآثار والتداعيات المترتبة  
عن نشر أو بث تلك البيانات أو المعلومات؟ ولا تقتصر المعالجة على الاهتمام بالشكل  
الذي تناولت به المؤسسة الإعلامية الآثار المترتبة على نشر الأخبار او المعلومات،  
وإنما تهتم أيضا بالمحتوى نفسه، أي بالأفكار والقضايا التي طرحت.

□ **التعريف الإجرائي للمعالجة الإعلامية:** تعني التدخل المتعمد لل د صة

التلفزيونية موضوع الدراسة في تناولها للقضايا الاقتصادية خلال  
فترة إجراء الدراسة، وذلك باستخدام آليات و تقنيات ملائمة بما يؤدي  
إلى تحقيق أهداف الحصة من هذا التدخل.

## **2-الاقتصاد (الوضع الاقتصادي):**

للاقتصاد عدة تعاريف منذ وضع أول كتاب منظم في علم الاقتصاد وذلك في عام  
1776م حيث عرفه ادم سميث بأنه: " العلم الذي يختص بدراسة الوسائل التي يم كن  
بواسطتها امة بان تغنتي".وتطور هذا العلم حتى جاء في عام 1890م الفريد مار شال  
في كتابه (مبادئ الاقتصاد) حيث عرفه بأنه: «ذلك العلم الذي يدرس سلوك الإنسان في  
أعماله التجارية اليومية، أي كيفية حصول الإنسان على الدخل وطريقة استخدامه لهذا

---

(1) نشوة سليمان محمد عقل، المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان"، رسالة  
دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ، 2006، ص27.

الدخل<sup>(1)</sup> والوضع الاقتصادي هو الحالة الاقتصادية العامة التي تتميز بها دولة ما في فترة معينة وتتميز بمعطيات اقتصادية ومؤشرات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بخصوصيات تلك المرحلة.

وتم عرفه بيجو عام 1920م في كتابه (اقتصاديات الرفاهية) بأنه: "ذلك العلم الذي يدرس الرفاهية الاقتصادية، والرفاهية الاقتصادية هي ذلك الجزء من الرفاهية العامة التي يمكن إيجاد علاقة مباشرة بينه وبين مقياس النقود.

ومن تعاريفه أيضاً "دراسة سلوك الإنسان في إدارة الموارد النادرة وتتميّد بها لإشباع حاجاته". وبما أن هدف الاقتصاد حل المشاكل الاقتصادية فيمكننا أن نخلص إلى تعريف مختصر له وهو: "العلم الذي يبحث في كيفية حل المشاكل الاقتصادية للإنسان البشري".

□ التعريف الإجرائي للوضع الاقتصادي: تعني جملة القضايا البارزة

على الساحة الوطنية خلال فترة الدراسة.

**3 - تحديد مفهوم الصحافة الاقتصادية:** هي الدوريات و المجلات التجارية والحدوص الإذاعية والتلفزيونية التي تهتم بالقضايا الاقتصادية والتجارية وتتسم بالجدية، وأحياناً تستخدم الرسوم البيانية والجداول<sup>(2)</sup>. وهي تلك التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل القضايا الرئيسية والفرعية وتركز عليه بشكل مباشر وعلى تأثيراته المختلفة في جوانب الحياة المتعددة<sup>(3)</sup>. كما أنها تُعنى أساساً بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلفة، والهادفة إلى التأثير في مسارات التطور والتغيير

(1) قيراط محمد، الصحافة الاقتصادية الامارتية بين الضغوط المهنية والتنظيمية وتحديات التنمية المستدامة"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، المجلد: 6، العدد: 1، 2009، ص 27.

(2) صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الطبعة الأولى، مصر، 2002، ص 151.

(3) إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2001، ص 275.

في الحياة الاقتصادية بما يعبر عن أفكار القوى التي تملك هذه الصحافة وتوجهها وتخدم مصالحها<sup>(1)</sup>.

□ التعريف الإجرائي للصحافة الاقتصادية: هي نوع من أنواع الصحافة المتخصصة تركز معظم محتواها لمعالجة الشؤون الاقتصادية، التجارية والمالية، وهذا استجابة لرغبة و حاجة القطاع المعني بالمعالجة الإعلامية، وتستخدم الصحافة الاقتصادية لنشر المعلومة الاقتصادية باستخدام مختلف الأنواع الصحفية ، بأسلوب يلاءم جمهور هذا النوع من الصحافة، بهدف التوضيح، التفسير، التحليل، النقد، التأثير و تكوين اتجاه معين لدى الرأي العام و الدفاع عن وجهة نظر الصحيفة تجاه مختلف القضايا الاقتصادية الوطنية، الإقليمية و الدولية.

**4 -تحديد مفهوم البرامج التلفزيونية الحوارية:**هي برامج تقوم على قدرة الكلمات والأفكار المثارة على اجتذاب المشاهد بالصورة التلفزيونية.

وأصبحت البرامج الحوارية من أكثر القوالب والأشكال انتشارا في التلفزيون ، خاصة بعد تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية، وانتشار ظاهرة التخصص في القنوات .

ومن قواعد إجراء هذا النوع من البرامج لابد من:

-تحديد الهدف،-توحيد المصطلحات المستخدمة، -البحث في جذور القضية وتطورها ، - الاستعانة بالخبراء ، -دقة الوثائق والاستشهاد مع ذكر مصادرها - عدم التناقض في الكلام او المواقف.

ويمكن تصنيف البرامج الحوارية انطلاقا من عدة أسس ومعايير ، فيمكن تقسيمها من حيث عدد الذين يجرى معهم الحوار فهناك: الحوار الفردي، وفيه يجري المذيع الحوار مع ضيف واحد، والحوار الثنائي وفيه يتحاور المذيع مع اثنين من الضيوف. وهناك

---

(1) أديب خضور : الإعلام المتخصص ، المكتبة الإعلامية ، الطبعة الثانية، سوريا ، 2005 ، ص91 .

تصنيف على أساس طبيعة الموضوع، حيث ينقسم الحوار إلى نوعين : الأول هو الحوار البسيط ، ويدور حول فكرة محددة، أو زاوية صغيرة عن الموضوع ويكون قد صيرا في مدته، والثاني حوار مركب حيث يتطرق للموضوع من مختلف الجوانب، مظهرا خلفياته وتداعياته، وهو أطول من حيث المدة الزمنية. كما يوجد تصنيف آخر على أساس الاستخدام وأسلوب التقديم ومن ثم هناك: حوار مسجل -حوار حي. لكن ما بهما في هذه الدراسة هو ذلك التقسيم القائم على أساس الهدف، فمن حيث الهدف إذن تنقسم البرامج الحوارية في التلفزيون والإذاعة إلى ثلاثة أنواع هي(1):

**1- حوار الرأي:** يستهدف هذا النوع من الحوار الحصول على رأي الضيف في قضية أو حدث أو موضوع معين، وقد يكون هذا الضيف خبيرا في مجاله، أو مسؤولا حكوميا أو رجل شارع عادي. وقد يطول أو يقصر هذا الحوار بناء على أهمية موضوعه للجمهور. فهناك العديد من القضايا والمواضيع التي يحتاج فيها المشاهد أو المستمع إلى معرفة رأي الخبراء والمسؤولين فيها مثلا: الأزمة الاقتصادية تداعياتها وحلولها.

**2- حوار المعلومات:** هذا النوع من الحوار يسعى إلى إعطاء معلومات معينة للجمهور حول موضوع ما، ربما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الصحية، إلى غير ذلك من الموضوعات التي ترى الإذاعة أو التلفزيون أن من واجبها تقديمها لجمهور المستمعين أو المشاهدين، مساهمة منهما في تحقيق الخدمة العمومية.

**3- حوار الشخصية:** يهدف هذا النوع من أنواع الحوار إلى تقديم شخصية معينة لجمهور المشاهدين أو المستمعين تثير انتباههم بشكل أو بآخر. وغالبا ما تكون هذه الشخصية قد سلطت عليها الأضواء من خلال إنجازاتها أو حدثها متعلق بها.

**5- تحديد مفهوم الأطر الخبرية:** عرف "جاك لوبويك" (Jacques Le Bohec) الإطار على أنه كيفية تحديد المشكل أو قضية من قضايا المجتمع<sup>(2)</sup>. ويعني الإطار "frame" أو التاطير "framing" اصطلاحا الاختيار والتركيز، واستخدام عناصر بعينها في النص

(1) طارق سيد احمد الخليلي : فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية ، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2010، صص (142-143).

<sup>20</sup>Jacques Le Bohec :Dictionnaire du journalisme et des medias ,presse universitaire, France ,2010,p100.

الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات و مسبباتها وتقييمها وحلولها. والأطر هي تنظيم للأفكار، يقوم بتعريف المشكلة، حيث يحدد الإطار مسار الجدول حول جوهر القضية، ويضع المحددات الخارجية للموضوع<sup>(1)</sup>. فهي كل ما يعط للمتلقي من أخبار حول موضوعات معينة فتحدث التأثير مع التأكيد أن كل ما يتلقاه الشخص هو حديث حقيقي و مصدر المعلومات صادق و دقيق، يعتمد تحليل الأطر الخبرية على فحص و استكشاف مدى ما تقوم به الوسيلة الإعلامية في تأطيرها للمشكلة ، ومدى تأثيرها بالتبعية في مستويات فهم الجمهور لهذه القضية<sup>(2)</sup>. فنظرية الأطر الخبرية من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال السياسي، و تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام ، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة ، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا<sup>(3)</sup>.

□ **التعريف الإجرائي للأطر الخبرية:** عملية تفاعلية تجمع بين مكونات العملية الاتصالية، لهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة، و إهمال الجوانب الأخرى بما يتناسب مع إيديولوجية القائم بالاتصال، بهدف تفسير الأحداث و الكشف عن الأسباب و البحث عن الحلول بما يتماشى و السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية.

## **6-حصة اقتصادية:**

هي بالأساس حصة خاصة تعنى بالمواضيع والاهتمامات ذات الشأن الاقتصادي والحصل الخاصة هي البرامج التي تركز على مواضيع محددة في مجال معين سياسي ، اقتصادي، ثقافي، اجتماعي وغير ذلك تبث في مواعيد محددة ثابتة.

(1) عبد العزيز السيد و مرفت الطرابيشي : نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2006 ، ص 223 .

(2) بسام عبد الرحمن مشاقبة : نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، الأردن ، 2011 ، ص 80.

(3) حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد : الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الثالثة ، مصر ، 2002 ، ص

ويرى الدكتور محمود فهمي بأنها "البرامج التي تتناول موضوعا أو أكثر من موضوعات الأحاديث، لكن في شكل يختلف عن الإلقاء العادي شكل المواد الإخبارية اليومية".(1)

مما يعني بان الحصة تعنى بالتفصيل في حدث او موضوع ما، يأخذ صلب اختصاصها كان حصة سياسية الاقتصادية أي الحصة توصف حسب موضوع اختصاصها .

### □ التعريف الإجرائي لحصة اقتصادية

نقصد بذلك حصة "الحوار الاقتصادي" التي نحن بصدد دراستها وهي حصة اقتصادية بحكم اختصاصها في الجوانب الاقتصادية ، وما يرتبط بهذا الاختصاص .

7- السياسة التحريرية: تمثل السياسة التحريرية الضوابط واليات العمل المتبعة في التحرير وكذلك في اتخاذ القرار، وتكون انعكاسا للعوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في مخرجات الوسيلة الإعلامية وتتحدد وفق: سياسة الدولة، نمط الملكية، نوع المصادر المستخدمة في التغطية الإخبارية للأحداث والقضايا، أساليب المعالجة والعمق في التحليل، المنافسة في وسائل الإعلام الأخرى، الجمهور المستهدف، قيم الأخبار.(2)

### منهج الدراسة وأدواتها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف وصف وتقييم أثر تناول الإعلام في القضايا الاقتصادية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري بعد تراجع أسعار النفط منذ سنة 2014 من خلال حصة الحوار الاقتصادي للتلفزيون الجزائري. فهدف

---

(1) محمود فهمي : الصوت والصورة ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ص 203.

(2) نهلة مظفر ابو رشيد، "المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام جامعة القاهرة، 2005 ، ص 29.



الدراسات الوصفية هو تو ضيح ذ صائص ال ظاهرة، وتف سير الأوجه البارزة لها، وهذا يفترض المعرفة الجيدة المسبقة لشكل الدراسة (1): وعموما تستخدم البحوث الوصفية لتحقيق الوظائف التالية:

1- وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة.

2- تقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما.

3- تحديد درجة الارتباط بين المتغيرات

4- الخروج بنتيوات (2).

والدراسات الوصفية هي التي تكشف عن ماهية الظاهرة، ولا تقف عند جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتف سير هذه البيانات وتحليلها تدليلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها (3).

وسنقوم في هذا البحث بتصوير وتحليل خصائص الظاهرة المراد دراستها عن طريق أسلوب المسح الذي يعتبر جزءا من علم الاجتماع للدراسة على البيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث.

والمسح عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية إذ يفرضه يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع، الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي حارجة إلى تغيير وتقييم شامل فهو

---

(1) شيماء ذوالفقارز غيب : مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، الدار المصرية اللبنانية ، مصر، 2009، صص (89-90).

(2) خالد الهادي وقدي عبد المجيد : المرشد المفيد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي ، دار هومة للطباعة والنشر ، الجزائر، 1996، ص 43.

(3) شيماء ذوالفقارز غيب : مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، المرجع السابق، ص 94

في مجملها أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو بالأحرى الدافعة إلى ظهورها<sup>(1)</sup>.

فالمسح إذن عملية ميدانية يحاول فيها الباحث الكشف عن الأوضاع القائدة ليدستعين بها، على التذليل للمستقبل بما يفترض عنها صياغة مبادئ عامة أو تصميمات علمية.

وفي إطار أسلوب المسح سوف نستخدم أسلوب تحليل المضمون بهدف الكشف عن مضمون جهاز إعلامي والمتمثل في التلفزيون وما يثيره من قيم وأفكار ومعلومات وإخبار، خاصة بالمشأن الاقتصادي. إن تحليل الرسالة قد يدلنا على أشياء كثيرة تتصل بذكاء المصدرة وقدراته وتتصل بشخصية ودوافعه والقيم التي يؤمن بها والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها وتتصل باتجاهاته وموقفه الاجتماعي والجماعات التي ينتسب إليها أو التي يرغب في الانتماء إليها وتأثير الجماعة هذه عليه.

ولعل أبرز تعريف في مجال تحليل المضمون هو التعريف الذي قدمه بيرلسون حيث عرفه بـ: "بأنه أسلوب بحثي للوصف الموضوعي والذسقي والكمي للمضمون الظاهر لعملية الاتصال"<sup>(2)</sup>.

وهذا التعريف يحدد المضمون الظاهر. ونفس هذا الموقف يردده كثير من الباحثين نأمة مثال **BUDD** و **ثورب** و **دونيه** و **HORPANDDONOHEW** حيث أوضحوا أن تحليل المضمون هو أسلوب منظم لتحليل مضمون الرسالة ومعالجة الرسالة فهو يشكل أداة الملاحظة، وتحليل سلوك الاتصال الواضح لمن يقومون

(1) شيماء ذوالفقار زغيب : المرجع السابق. ص 96

(2) أعمار بوحوش : دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الطبعة الثانية ، الجزائر ، 1990 ، ص

بعمليّة الاتّصال اللذين تم اختيارهم". وعلّ علّ تعريف الباحت هو استاي  
HOLSTI يتسع أكثر بحدفه لأياً شارة عن المضمون الظاهر أو الواضح  
ومن ثمّ يسمّح بإمكانية ما قد يظهر للمحلل، من رغبة لتناول السمات  
الكاملة أو الضمنية الخاصة بمضمون الاتّصال موضع الدراسة فهو  
يقول: "إنّ تحليل المضمون هو أي أسلوب فني للاستقراء يتحدّد  
بخصائص الصفات المحددة للرسائل بصفة موضوعية ونسبية". وقد قدّم  
هولستي السمات الخاصة بهذا الأسلوب تحت ثلاثة عناوين هي:  
الموضوعية، التنظيم والعمومية<sup>(1)</sup>.

ويعرف إبراهيم مول تحليل المضمون بأنه \*\* تحليل القالب أو صف  
المضمون وخصائصه من خلال تقسيمه إلى مجموعة من العناصر  
الأقل تعقيداً أو الأكثر تبسيطاً ثمّ تصنيفها وقياسها وتكميمها أو ترتيبها  
حسب أهميتها النسبية<sup>(2)</sup>.

كما أنّ دراسات تحليل المضمون تأخذ في اعتبارها عدة أبعاد، منها  
دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية التي نشرت أو عرضت أو اذيعت بها  
المادة الإعلامية وكذا دراسة الموضوعات الإعلامية التي تقدمها الوسيلة  
للتعرف على مكانة كل مادة إعلامية، من إجمالي المواد التي تقدمها  
وتقدير أهميتها النسبية، بالإضافة إلى تحليل المادة الإعلامية المطلوب  
دراستها للتعرف على ما تتضمنه من معلومات وبيانات واتجاهات وما  
تحاول أن تؤكد من انطباعات وتأثيرات إعلامية معينة<sup>(3)</sup>.

دون أن ننسى دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية  
من خلال الوسيلة، واستخدام تحليل المضمون يفيد الباحت في التعرف  
على مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة

---

(1) أعمار بوحوش : المرجع السابق ، ص 80.

(2) محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، دار ومكتبة الهلال ، لبنان ، 2008 ، ص 105.

(3) محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، المرجع السابق ، ص 110.

عامّة و مدى اهتّام كلّ و سيلة بنوعيات معيّنة، من الموضوعات بالإضافة إلى معرفة الأهمية النسبية التي توليها كلّ و سيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية المختلّفة التي تقدمها وتحليل كلّ موضوع من الموضوعات بطريقتة تفصيلية بهدف التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية و ما يركز عليه من اتجاهات و ما يستهدف في توصيله من معلومات معيّنة أو الإيحاء به من أفكار ومقاصد خاصة .

وعندما تتم عملية التحليل على مدّى الاتّصال فإنّها تستهدف عزل خصائص و سمات المدّى عن بعضها البعض أو بينها وبين عناصر أخرى و ترتبط بها مثل أسباب ودوافع ما قيل أو ما كتب ومعرفة شخصية المصدر<sup>(1)</sup>. ويبقى أن نشير إلى أنّ الهدف الأساسي من عملية تحليل المدّى هو الكشف عن المعاني الكامنة و قراءة ما بين السطور والاستدلال من خلال المدّى عن الأبعاد المختلّفة لعملية الاتّصال وتأثيراته.

### عينة الدراسة :

يتعين علينا عند اختيار عينة البحث تحديد أولاً الكيان المادي للبحث أي المادة العلمية التي سيجري عليها بحثنا وفي هذا الإطار نشير إلى أن نظام العينات يحتاج إلى اطر كاملة وموثوقة بها يدتوي على جميع وحدات مجتمع البحث المراد دراسته ، وتعتبر اطر العينة بمثابة القائمة الكبيرة التي يختار الباحث الاعدد المناسب من المفردات التي تشكل عينته الإحصائية... وتوفر اطر العينات المفصلة والمكتملة يساعدا الباحث على اختيار عينته بسهولة ومقابله و حداتها بغية الحصول على

---

(1) شيماء ذوالفقارز غيب : مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ، الدار المصرية اللبنانية ، مصر، 2009، صص(99-101).

المعلومات المطلوبة التي يعتد مد عليها بحثه في مادته واستنتاجاته وطروحاته النظرية والتطبيقية .

ونشير إلى أن المجتمع الأصلي لم مجال بحثنا يتكون من مجمل أعداد حصة الحوار الاقتصادي منذ انطلاقة شبكة البرامجية للتلفزيون الجزائري لموسم 2014/2015 إلى غاية أفريل 2019 بحيث نقوم بجرد المادة المسجلة للحصة والموجودة بقسم الأرشيف التابع للتلفزيون الجزائري.

### تحديد الإطار الزمني للعينة:

تمتد الفترة الزمنية المراد دراستها على مدى 05 سنوات، من الثلاثي الثالث من سنة 2014 إلى سنة 2019 وهي الفترة التي عرفها فيها الاقتصاد الوطني وضعاً صعباً متأثراً بانخفاض أسعار النفط وتم التركيز فيها من الناحية الإعلامية، على مؤشرات هذا الوضع والبدائل الاقتصادية المطروحة. وفيما يخص طريقة اختيار عينة البحث فإننا سوف نعتد مد على الأسلوب القسري أي العينة القصدية وفيها ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءاً على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة، من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، وهذه عينة غير ممثلة لكافة الجهات النظرية ولكنها تعتبر أساساً متيناً للتحويل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكلت منها نسبة للباحث حول موضوع الدراسة، ولا يقلب حجم العينة الإجمالي (أعداد الحصة) بـ 200 عدد خلال الفترة المحددة أعلاه، وتم اختيار مفردات عينة الدراسة وفق الخطوات العلمية المتفق عليها في اختيار العينة القصدية، والتي بلغت 20 عدداً.

## ❖ حصة الحوار الاقتصادي:

حصة تلفزيونية متخصصة في الشأن الاقتصادي, تبث أسبوعيا على القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري كل ثلاثاء بدءا من الساعة التاسعة والرابع مساء وعلى مدار 70 إلى 90 دقيقة ويعاد بثها في نفس اليوم بعد نشرة منتصف الليل على القناة الأرضية, ويوم الخميس في الفترة الصباحية, تسلط الحصة الضوء على مختلف الأحداث الاقتصادية الوطنية بالتحليل والتفسير, باستضافة أساتذة جامعيين وخبراء في المجال الاقتصادي والمالي, إلى جانب متعاملين اقتصاديين وممثلي جمعيات وهيئات اقتصادية ووزراء قطاعات ذات صلة بالشأن الاقتصادي. تعد الحصة من بين أهم الحصص المتخصصة المدرجة في الشبكة البرمجية العادية للتلفزيون الجزائري, بالنظر لديمومتها منذ موسم 2010, تقدم الحصة الصحفية وردة عوفي رئيسة تحرير متخصصة في الشأن الاقتصادي, إلى جانب طاقم صحفي مكلف بإعداد التقارير والريبورتاج وهما الصحفيان عمار حلاس و أمال محمد عوف.

## جدول رقم 01

الخصائص الأساسية لعينة الدراسة (حصة الحوار الاقتصادي)

| التوقيت        | نوع البث | اليوم    | دورية البث |
|----------------|----------|----------|------------|
| 21:15/22:30 سا | مباشر    | الثلاثاء | أسبوعي     |
| 00:20/01:35    | مسجل     | الثلاثاء |            |
| 10:00/11:15    | مسجل     | الأربعاء |            |

## جدول رقم 02

الأعداد المختارة كعينة قسدية لحصة الحوار الاقتصادي في الفترة من جوان 2014 إلى أفريل 2019

| تاريخ البث | عنوان الحلقة   | الحصة التلفزيونية |
|------------|--|-------------------|
| 2014,06,10 | المنظمات الاقتصادية .. الإسهام في التصدي للضرورة الاقتصادية الراهنة. | الحوار الاقتصادي  |
| 2014,10,14 | الدعم الاجتماعي أي خيارات لمرحلة الأزمة المالية ؟                    | الحوار الاقتصادي  |
| 2015,02,10 | مناخ الاستثمار بين الواقع التطبيقي والفعالية الاقتصادية.             | الحوار الاقتصادي  |
| 2015,12,29 | أبرز الأحداث الاقتصادية للموسم 2015/2014                             | الحوار الاقتصادي  |
| 2016,03,29 | الضرائب: المواطنة الجبائية ودورها في الحركة الاقتصادية               | الحوار الاقتصادي  |
| 2016,04,19 | الصناعة الغذائية بين ضمان الأمن الغذائي ونوعية المنتج                | الحوار الاقتصادي  |
| 2016,11,08 | وزير الفلاحة: يشرح واقع قطاعه.                                       | الحوار الاقتصادي  |
| 2016,11,29 | ارتفاع الأسعار ارتدادات قانون المالية أم غياب أجهزة الرقابة؟         | الحوار الاقتصادي  |
| 2017,01,24 | قانون المالية 2017: بين ترشيد النفقات وحماية القدرة الشرائية         | الحوار الاقتصادي  |
| 2017,01,14 | قطاع السياحة: وزير السياحة يعرض إستراتيجية قطاعه ضمن المخطط التنموي. | الحوار الاقتصادي  |



|            |  |                  |
|------------|--|------------------|
| 2017,10,24 | المؤسسات الاقتصادية.. أي دور لتحقيق تنمية فعالة؟                     | الحوار الاقتصادي |
| 2018,01,09 | قانون المالية 2018: تحديات الحكومة في ظل الصعوبة المالية.            | الحوار الاقتصادي |
| 2018,01,30 | رخص الاستيراد والتصدير   | الحوار الاقتصادي |
| 2018,03,13 | ترقية الصادرات خارج المحروقات: وزير القطاع يعرض الديناميكية الجديدة. | الحوار الاقتصادي |
| 2018,05,22 | الإصلاحات الاقتصادية.. بوادر توجه اقتصادي جديد                       | الحوار الاقتصادي |
| 2018,06,12 | تجاوز الأزمة الاقتصادية.. من أين نبدأ؟                               | الحوار الاقتصادي |
| 2018,09,04 | الدخول الاجتماعي: أي أجندة اقتصادية لسنة سياسية؟                     | الحوار الاقتصادي |
| 2018,10,23 | التمويل غير التقليدي: سنة من بعد ماذا تحقق؟                          | الحوار الاقتصادي |
| 2019,03,12 | في ظل ضغط الشعب.. أي تحديات اقتصادية لتسيير أزمة سياسية؟             | الحوار الاقتصادي |
| 2019,04,09 | تهريب العملة الصعبة وزارة المالية تعترف رسميا.                       | الحوار الاقتصادي |

## ❖ أسلوب جمع البيانات:

يتمثل أسلوب جمع البيانات في تصميم استمارة تحليل المضمون للحصة التلفزيونية محل الدراسة بغرض إجراء دراسة تحليلية ، للتعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الدراسة ، وبتطبيق العينة القصدية تد ص لنا على 200 عدا ، وتم اختيار بشكل قصدي 20 عدا وبعد القراءة المتمعنة لكل الأعداد السابقة استخلصنا خمس قضايا اقتصادية ، وهي : الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر، الإصلاحات والبدائل الاقتصادية، الدعم الاجتماعي والسوق الموازية، الاستثمارات الداخلية والخارجية، الفساد المالي. وعليه تتكون الاستمارة التي تم إعدادها من أربعة أجزاء، وهي كالتالي ( تقديم الاستمارة- استمارة تحليل مضمون الأنواع الصحفية وشكلها في الحصة التلفزيونية محل الدراسة- دليل الاستمارة و دليل التعريفات الإجرائية لفئات الاستمارة تحليل المضمون ومؤشراتها)، وتعد استمارة تحليل المضمون الأداة البحثية المناسبة التي ستساعدنا في الإجابة عن تساؤلاتنا واختبار فرضيات الدراسة و الإلمام بكل حيثياتها(\*)

### □ تحديد فئات التحليل:

تعتبر فئات التحليل بمثابة " العناصر الرئيسة أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيم )، و التي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها، وتصنف على أساسها"<sup>(1)</sup>. ففي هذه الدراسة يتم الاعتماد على فئات التحليل الخاصة بالمضمون و فئات التحليل الخاصة بالشكل، فكل فئة من فئات التحليل تقوم بالإجابة عن تساؤلات الدراسة، وتهدف فئات التحليل إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية البحث وأهدافه، ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، ولهذا لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث و أهدافه"<sup>(2)</sup>.

(\*) يمكن الرجوع إلى الملحق رقم (01) المتعلق باستمارة تحليل المضمون و دليل التعريفات الإجرائية لفئات المضمون و الشكل.

(1) طعيمة رشدي : تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، دار الفكر العربي ، مصر، 1987، ص 62.

(2) يوسف تمار : تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، "المرجع السابق" ، ص 24 .

وتم الاعتماد في هذه الدراسة على فئات المضمون والشكل، و هي على النحو التالي:

### أ-فئات المضمون: و هي الفئات التي تجيب عن سؤال (ماذا قيل؟)

تعتبر فئات المحتوى بمثابة أجزاء أصغر تجتمع فيها وحدة ال صفات أو الذ صائص أو الأوزان، وتعتبر بعد ذلك جيوبا أو أماكن يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات أو الخصائص أو الأوزان<sup>(1)</sup>.

وتتناول الدراسة فئات المضمون التالية:

- 1) فئة القضايا الاقتصادية الأساسية و الفرعية.
- 2) فئة الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية.
- 3) فئة المصادر.
- 4) فئة الأطر المرجعية.
- 5) فئة التوازن في عرض القضية
- 6) فئة الاستمالات المستخدمة.

ب-فئات الشكل: وهي الفئات التي تجيب عن سؤال (كيف قيل؟)تنقسم فئة الشكل إلى فئات فرعية تساعد الباحثين و الطلبة من الناحية العملية على عملية تحليل المضمون، و هذه الفئات الفرعية تتمثل في : شكل المادة الاتصالية، طبيعة اللغة المستخدمة، ترتيب المادة الاتصالية<sup>(2)</sup>.وعليه تتضمن هذه الدراسة فيما يخص فئات الشكل فئة الأنواع الصحفية حيث عرفها أديب خضور بأنها" أشكال أو صيغ تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة، وتتميز بطابع الثبات و الاستمرارية ، تعكس الواقع بشكل مباشر و واضح و سهل و تسعى إلى تقديم و تحليل و تفسير الأحداث و الظواهر و التطورات مستهدفة بذلك إيصال رسالة محددة للقارئ لتخاطب بها ذهنه و مشاعره ، قصد ترسيخ قناعة محددة لديه، و من ثم تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة، و بالتالي دفعه لأن يسلك سلوكا في

---

(1) محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، دار ومكتبة الهلال ، لبنان ، 2008 ، ص 113 .  
(2) عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 105.

المجتمع يتوافق مع هذه القناعة"<sup>(1)</sup>و تلجأ الصحافة إلى الأنواع ال صحفية للتعبير عن أصناف الكتابة في الصحافة المكتوبة<sup>(2)</sup>.

قام الدكتور نصر الدين لعياضي بعرض ثلاث طرق لتصنيف الأنواع الصحفية، وتتمثل في الأنواع الإخبارية، الأنواع الفكرية، الأنواع التعبيرية و الأنواع الاستقصائية<sup>(3)</sup>. وفي ما يلي تفسير موجز لهذه الأنواع:

**1- الأنواع الإخبارية:** تضطلع بوظيفة إخبارية بحتة، أي إنها تكتفي بتقديم الوقائع و الحقائق. تعالج هذه الأنواع حدثا واحدا و ذلك بهدف جعل الوقائع تتروي القصة أو الحدث، ويتم ذلك بواسطة عملية انتقاء العناصر الإخبارية و تجميعها.

**2- الأنواع الفكرية** أو كما يسميها بعض الباحثين أنواع الرأي هي: بمثابة المواد التي تتركز على الإبداع الخاص والتي تعكس الذاتية و الرأي حتى ولو جاءت متصلة بالحقائق و المعلومات و الأخبار التي مصدرها الواقع. وهي الأداة الصحفية التي تعبر ب شكل أو آخر عن توجه الصحيفة وسياستها وأيديولوجيتها، وتعبّر عن رأي كتابها في مختلف الموضوعات و القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي، العربي و العالمي، بالإضافة للرؤى الأفكار و القضايا التي يطرحونها فتشكل في ذاتها قضية تشغل الرأي العام وتثير الجدل لفترة ما"<sup>(4)</sup>.

**3- الأنواع التعبيرية:** وتتمثل في رسم صورة لشخص و إبراز ملامحه بالقلم، ويسعى إلى تقديم رؤية ذاتية للشخصية التي نرسمها و نرفع مكانتها في عيون الجمهور، ليتأثر بها أو يتفاعل معها أو يستفيد من خبرتها.

---

(1) أديب خضور : أدبيات الصحافة ، مطبعة داودي ، سوريا ، 1986 ، ص 73 .  
(2) عبد العالي رزاق، " الأنواع الصحفية و تطبيقاتها في الصحافة الجزائرية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2009 ، ص 40 .  
(3) نصر الدين لعياضي: إقترايات نظرية من الأنواع الصحفية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1999 ، ص 10.  
(4) أحمد عثمان نعمات : فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 63 .

4- الأنواع الاستقصائية: تسعى هذه الأنواع إلى تغيير بعض الظواهر و تحليلها أو تبسيط فهمها لدى الجمهور أو تقديم بعض الاقتراحات لحلها(1).

الى جانب فئة اللغة المستخدمة اللغة العلمية المتخصصة العربية الفصحى اللغة العامية اللغة الهجينة(مزيج بين العربية واللغات الاجنبية).

### وحدات التحليل:

وحدة التحليل هي عبارة عن مظهر معنوي للنص مثل: مقاطع، جمل، كلمات، ويتم تحديده تبعاً للهدف من التحليل. وهي اصغر عنصر في تحليل المضمون، وقد تكون وحدة التحليل مجرد كلمة أو رمز أو فكرة، وقد تكون مقالا بأكمله أو قصة خبرية(2)

كما تشير الوحدات إلى اللبانات التي تستخدم في تحديد مجتمع الدراسة، أو المعاينة أو التسجيل أو التحليل أو العدد. وتتفاوت وحدات التحليل في درجة العمومية من بحث إلى آخر، ومن أكثر وحدات التحليل استخداماً في دراسات تحليل المضمون نجد:

1- وحدة الكلمة أو الرمز، - وحدة الفكرة، 3- وحدة الموضوع.

وتم الاعتماد في هذه الدراسة على وحدة الفكرة كوحدة للعد والقياس، وليس للفكرة حدود الا تلك التي يحملها معناها فقد تكون عبارة او جملة وقد تمتد على طول الفقرة وقد يكون كل المحتوى عبارة عن فكرة واحدة. وبهذا تم اختيار وحدة الفكرة في سياق الجملة.

### ❖ إجراءات الصدق و الثبات :

1- صدق التحليل: يعبر عن مدى " صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قيا سه أو بمعنى آخر هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة"(3). يرمز الصدق في عملية تحليل المضمون إلى:

(1) خليفة إجلال، " إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد: 04 ، خريف 1990 ، ص 150

(2) شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع السابق، ص 93

(3) محمد عبد الحميد، " المرجع السابق" ، ص 222 .

- "...مدى تطابق تحليل مؤشر ما مع تعريف ما"

- "...مدى غياب الأداة لما يراد قياسه"

- "...ما إذا كانت الفروق الإحصائية (أو العددية) تمثل فروقا حقيقية بين الأفراد من حيث الخصائص التي نريد معالجتها، وليست فروقا تعود إلى أخطاء الصدفة أو الأخطاء المبنية الأخرى" (1).

تم تحديد فئات التحليل بدقة ووضعت تعريفات إجرائية واضحة لكل منها ، كما تم عرض استمارة تحليل المضمون على ثلاثة مرمزين (\*) متخصصين في الإ علام و الاتصال، للتحقق من أن الأداة تقيس بشكل ملائم ما وضعت لقياسه، وتقرير مدى صلاحيتها، و تتم الالتزام بملاحظات و إرشادات المرمزين التي شكلت إضافة قيمة في إ عادة صياغة استمارة تحليل المضمون وترتيبها في ضوء تلكالملاحظات.

**2- ثبات التحليل:** هو "الحصول على نسبة اتفاق عالية في النتائج لعدد من الباحثين الذين يستخدمون الأسس نفسها و الأساليب في تحليل المادة نفسها" (2).

معامل الثبات =  $\frac{n}{n + 1}$  (متوسط الاتفاق بين المحللين)

$1 + (n-1)$  (متوسط الاتفاق بين المحللين)

حيث إن  $n$  = عدد المرمزين أو المحكمين.

يتم حساب متوسط الاتفاق بين المحللين عن طريق جمع ما اتفق عليه المحللون، و تقسيمه على الفئات التي تم تحليلها، ثم جمع كل تلك النسب و تقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون ، ثم يتم تطبيق المعادلة السابقة بما وصل إليه الباحث من نتائج (3).

(1) عبد الرحمن عزي، "تحليل المضمون و مسائلنا الصدق و الثبات"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد:3، مارس 1989، ص131.  
(\*) الأساتذة المرزوقون هم: - الدكتورة عيسى عبيدي نورية أستاذة محاضرة في قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة مستغانم - الدكتورة سعد محراز أستاذة محاضرة في قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة مستغانم - الدكتورة ابتسام رايس علي أستاذة محاضرة في قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة وهران  
(2) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، "المرجع السابق"، ص112.  
(3) يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج - كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007، ص121.

تتضمن استمارة الدراسة 38 تعريفا إجرائيا، و قدمنا هذه التعريفات إلى ثلاثة مرمزين، و تمت الاستعانة بمقياس "هولستي" للوصول إلى ثبات الأداة و مفردات التحليل، حيث تم حساب معامل الثبات بين المرمزين على النحو التالي :

أ= الباحث، ب= الدكتورة عيسى عبيد نورية، ج = الدكتورة سعاد محراز، د= الدكتورة ابتسام راييس علي.

- اتفق أ مع ب على 32 نعم و 6 لا

- اتفق أ مع ج على 30 نعم و 8 لا

- اتفق أ مع د على 25 نعم و 13 لا

- اتفق ب مع ج على 27 نعم و 11 لا

- اتفق ب مع د على 28 نعم و 10 لا

- اتفق ج مع د على 26 نعم و 12 لا

أ و ب =  $38/32 = 0.84$  ، أ و ج =  $38/30 = 0.78$  ، أ و د =  $38/25 = 0.65$

ب و ج =  $38/27 = 0.71$  ، ب و د =  $38/28 = 0.73$  ، ج و د =  $38/26 = 0.68$

متوسط الاتفاق بين المرمزين هو:

$$0.73 = \frac{6}{4} \cdot 39 = 0.68 + 0.73 + 0.71 + 0.65 + 0.78 + 0.84$$

تطبيق المعادلة يكون على النحو التالي :

|  |
|--|
| $0.91 = \frac{2.92}{3.19} = \frac{2.92}{2.19+1} = \frac{2.92}{0.73-2.92+1} = \frac{(0.73)^4}{0.73(1-4)+1}$ |
| <p>معامل الثبات = <math>(0.73)^4</math></p>  |

تعني هذه النسبة أي 0 91 نسبة عالية من الثبات، وأنها تحقق ما وضعت من أجله و  
تجيب عن تساؤلات الدراسة.



الفصل الثاني: نظرية تحليل الأطر الخبرية أو الأطر  
الإعلامية

المبحث الأول: المنطلقات الأساسية لنظرية  
تحليل الأطر الخبرية.

المبحث الثاني: نظرية الأطر الخبرية:  
مفاهيمها، مستوياتها، وظائفها.

المبحث الثالث: أنواع الأطر الخبرية و  
نماذجها التفسيرية.

المبحث الرابع: تقييم نظرية تحليل الأطر  
الخبرية، علاقتها بدارسات تحليل الخطاب  
وكيفية تطبيقها في موضوع الدراسة.

## تمهيد:

تستند هذه الدراسة إلى نظرية تحليل الأطر الخبرية، إذ تعد إحدى النظريات المهمة التي تسمح للباحث بقياس المحتوى غير الصريح في تناول القضايا الاقتصادية البارزة خلال المدة الزمنية المحددة، وستعرض في هذا الفصل أولاً إلى المبادئ النظرية العامة التي تحكم نظرية الأطر الخبرية وبعدها سنتناول مباشرة شرح كيفية توظيفها في هذه الدراسة.

تبدو أهمية نظرية تحليل الأطر الخبرية في الدور الذي تمارسه في تشكيل الواقع الاجتماعي لدى الجماهير، وقد أشار "تاشمان" (Tashman) في هذا الصدد إلى أن الأطر الخبرية هي التي تنظم واقع الحياة اليومية؛ لأنها جزء لا يتجزأ من هذا الواقع. وفي مجال الصحافة تعد الأطر بمثابة روتين يومي للصحفيين، يسمح لهم بسرعة تحديد المعلومات وتصنيفها<sup>(1)</sup> وقد حدد "بول دي أنجيلو" (Paul d'Angelo) أربعة أهداف تجريدية تحاول دراسات وأبحاث نظرية الأطر الخبرية تحقيقها، وهي<sup>(2)</sup>:

- تحديد الوحدات الموضوعية المسماة بالأطر أو القوالب.
- دراسة الظروف السابقة التي أدت إلى إنتاج هذه الأطر.
- دراسة كيفية تنشيط الأطر الخبرية، تفاعلها مع التجارب الفردية السابقة للتأثير في التفسيرات، استرجاع المعلومات واتخاذ القرارات أو تقديم المخرجات.
- التعرف على كيفية تشكيل الأطر الخبرية للعمليات الاجتماعية مثل القضايا السياسية الجدلية التي تهم الرأي العام.

وقد أشار بعض الباحثين إلى أهمية نظرية تحليل الأطر الخبرية أيضاً من خلال دورها في تحقيق التماسك الاجتماعي، ويأتي ذلك من خلال الدور الذي يمارسه الإعلام في تحديد الأطر المرجعية التي يستخدمها القارئ لتفسير الأحداث العامة ومناقشتها، كما

---

<sup>(1)</sup>Scheufele Dietram A, "Framing as a theory of media effects", *journal of communication*, vol1,49, N° 1, winter1999, p98.

<sup>(2)</sup>Paul D' Angelo, "News framing as a multiparadigmatic research: a response to Entman", *International communication association*, 2002, without number, p874.

يقول "نيومان جاست و كريجلير" (Newman Gast and Kregler) "أن الإعلام يعطي للقضية الحبكة الدرامية اللازمة، مع الوضع بعين الاعتبار القيد التنظيمية، الأحكام المهنية و الأحكام المعنية بالجمهور، و في الوقت نفسه تتأثر معالجة الأفراد للمعلومات بالتكوينات المسبقة للمعاني و النظم"<sup>(1)</sup>

يعد "باتسن" (Bateson) عام 1955 أول من أدخل مفهوم التأطير في العلوم الاجتماعية ذكر أن التصريحات لا تكون لها معان جوهرية، ولكن تكسب معناها من خلال أطر منظمة في السياق الأسلوب. فيما بعد وضح "جوفمان" (Goffman) 1974 هذه الفكرة مصرحا أن المعنى يولد في عملية التفاعل، التفسير و السياق، "فالأطر الاجتماعية" هي نتيجة هذه التفاعلات التي تسمح بدورها بإعطاء المعنى و تحديد ماله صلة من عدمه مقترحة سلوكا مناسباً<sup>(2)</sup>. فأول باحث يروج لفكرة التأطير في الاتصال هو "روبرت انتمان" (Robert Entman) فحسبه التأطير يتمثل أولاً في اختيار بعض جوانب الحقيقة وإرجاعها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، بهذه الطريقة يفضل القائم بالاتصال وجهة نظر خاصة حول المشكل المطروح. يميز "روبرت انتمان" بين عاملين أساسيين هما: الاختيار البروز، فمن خلال البروز نعطي للمعلومة وضوحاً و معنى أكثر عن طريق ترتيب الكلمات في النص، تكرارها أو ضمها إلى رموز مألوفة ثقافياً<sup>(3)</sup>.

---

(1) Farés Hamzaoui, " Le militantisme vert au Québec à l'ère d'internet : analyse du cadrage dans les messages de Greenpeace ", université du Québec, mémoire en communication sociale, Avril 2012, p21

(2) Ibid, p21.

(3) Robert Entman, " Framing: toward clarification of a fractured paradigm ", journal of communication, vol 13, N° 4, autumn 1993, p 53.

## المبحث الأول: المنطلقات الأساسية لنظرية تحليل الأطر الخبرية

ترجع الأصول التاريخية لنظرية تحليل الأطر الخبرية إلى النظرية النقدية في الاقتصاد السياسي الماركسي، حيث تأثر مجددوها بأفكار "أنطوني جرامشي" (Antony Gramsci) خاصة بمفهوم الهيمنة. وأشارت النظرية إلى الدور الذي تلعبه القيادات الثقافية في وسائل الإعلام في تشكيل الآراء، واهتمت النظرية أيضا باختبار العلاقة بين وسائل الإعلام الإخبارية والتغيير السياسي في المجتمع، ولذلك تدرس عملية التأطير ضمن سياق إنتاج وسائل الإعلام وتفسيرها للمعاني، وتشير النظرية إلى أهمية وسائل الإعلام في فرض الرسالة السياسية للحكومة على الجمهور<sup>(1)</sup>. تعود الإسهامات الأولى في تطوير نظرية الأطر الخبرية إلى "غوفمان ارفينق" (\*) (Gofman Erving) الذي ينتهي إلى مدرسة التفاعلية الرمزية، وكان ذلك عام 1974 حيث طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يدرك مدركاتهم، ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى<sup>(2)</sup>. وحدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه "تحليل الأطر" (Framing Analysis) وأشار "غوفمان" في هذا الكتاب إلى أن الإطار هو "العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها"<sup>(3)</sup>.

---

(1) Dmytro Hubenko , "Frame analysis of the New York Times and Izvestia coverage of the presidential elections and the orange revolution in Ukraine in 2004", international graduate student symposium : new perspectives on contemporary Ukraine politics history and culture, California state University, 17-19 March 2006 , pp(30-35).

(2) Gofman Erving (\*) : هو أحد علماء الاجتماع.  
(2) طه نجم، "الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية، دراسة تحليلية لعينة من صحفيي الوطن السعودية وتشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان 2006"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 27 سبتمبر 2007، ص 191.  
(3) محمد عويس، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية والعلاقات بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية الخاصة، خلال عامي 2005-2006"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2008، ص 80.

مثلت فترة الثمانينيات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملاح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي و الواقع الاجتماعي، فقد أفادت دراسات وإسهامات "روبرت انتمان" (\*) (Robert Entman) خلال دراستين أولهما عام 1993 والتي أظهرت دور الأيديولوجيات و أثرها في عملية التأطير، و ذلك عندما قارن بين أطر حادثتي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية و إيران، و ثانيهما عام 2003 حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001 في النظرة لا حرب على الإرهاب و قدم نموذج الم معروف باسم "الاشلال"، كما تعد جهود "ديترام شوفل" (\*) (Dietram A. Scheufel) إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسته عام 1999 التي أبرزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار وبنائه<sup>(1)</sup>.

ومن أسس نظرية الأطر أن الفرد يفسر العالم حوله بناء على تجربته الشخصية (الإطار). و إعلامياً، فإن تأثيره يحدث أكثر على مستوى الإطار الفرعي (frame peripheral) بالمقارنة مع الإطار الأساس (frame core) الذي يختزن المواقف الصلبة و التقاليد الراسخة<sup>(2)</sup>. أكد "غوفمان" (Goffman) أن تنظيم الرسائل تؤثر على الأفراد الأعمال اللاحقة، و أعلن في هذا الصدد: "نحن نصنف و ننظم بطريقة نشطة خبرات حياتنا لنعطي لها معنى" علاوة على ذلك، يدرس علماء النفس آثار "التأطير" و يؤكدون عموماً العلاقة بين السياقو المعلومات كما تحددها المعاني<sup>(3)</sup>.

وقد أشار "بول دي أنجلو" (Paul D'Angelo) في تحليله لنظرية الأطر الخبرية إلى أربعة أشكال للحدس نستطيع من خلالها فهم التوجهات الفكرية لها هي<sup>(4)</sup>:

---

(\*) Robert Entman: أستاذ مشارك في دراسات الاتصال و الصحافة العلوم السياسية، و رئيس برنامج الاتصالات و الإعلام، و السياسة العامة في مركز الشؤون الحضرية، وبحث السياسة في جامعة نورث وسترن إيفانستون (Northwestern University Evanston).

(\*) Dietram A. Scheufel: أستاذ الاتصال الجماهيري في جامعة ويسكونسن ماديسون (University Wisconsin Madison).

(1) نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام و الاتصال، رسالة ماجستير منشورة على الموقع الإلكتروني: www.alukah.net، 2017، ص24.

(2) عبد الرحمن عزي: المصطلحات الحديثة في الإعلام و الاتصال، الدار المتوسطية للنشر، الطبعة الأولى، تونس، 2011، ص32.

(3) Said Boumaiza, "Le pouvoir de l'information mutations et constances", revue Algérienne de Communication, numéro: 21, 2011, p14.

(4) Paul D' Angelo, "News framing as a multiparadigmatic research: a response to Entman", op.cit, p 875.

(1) الحدس الأول: ويتعلق بمحتوى الأطر والتي حصرها "روبرت انتمان" في أربعة عناصر هي: "القائم بالاتصال، المحتوى، المستقبل، والثقافة"، ويشير "بول دي أنجلو" أن الأطر الخبرية عبارة عن موضوعات داخل القصاص الإخبارية يتم حملها بواسطة العديد من أدوات التأطير، وعادة ما يكون محتوى الإطار مليئاً بالعديد من الأدوات النصية (الكلمات والصور) التي تتم معالجتها بواسطة أدوات الأطر.

(2) الحدس الثاني: ويشير إلى أن الأطر الخبرية عبارة عن أسباب أولية تساعد على تشكيل مستويات مختلفة من الحقيقة، وسواء كان موضوع القصة الإخبارية متعلقاً بالطب أو الطاقة النووية أو الميزانية الفيدرالية، أو الإصلاح الاجتماعي أو الحملات السياسية أو الصراعات العسكرية، فإن الأطر تكون بمثابة إضاءة منطقية يمكنها التأثير في معرفة الأفراد والجماعات، وبالتالي على تشكيل الرأي العام.

(3) الحدس الثالث: يتمثل في أن الأطر الخبرية تتفاعل مع السلوكيات المعرفية والاجتماعية التي قامت بتشكيلها في البداية. ويستند هذا الحدس بصورة جزئية على وجهة نظر كل من "كيندر" (Kinder) و"ساندرز" (Sanders) القائلة بأن "الأطر تؤدي وظيفة مزدوجة كبناءات داخلية للعقل وأدوات للحوار السياسي، وفن لمعالجة المعلومات التي تنقلها الأطر الخبرية بصورة فعالة، فالأفراد يتحدثون عن القضايا السياسية باستخدام (أطرها) العقلية عن هذه القضايا"<sup>(1)</sup>، وعلى سبيل المثال تتشكل لدى بعض الجماعات عمليات أطر داخلية تتكون من عدة نقاط متجانسة توجه أنشطتها وأجندتها في مواجهة الأطر الإعلامية، وبالتالي فإن أطر الأفراد والجماعات يعتقد بأنها تتداخل في توجيه وتحديد سلسلة وقوة الأطر النصية، وكما يشير بعض الباحثين فإن المعرفة السابقة المتوافرة لدى الفرد تعد أساساً لقبول أو تجاهل أو إعادة تفسير الأطر السائدة التي يقدمها الإعلام.

---

(1) سهام الشجيري، "أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء"، دراسة تحليلية لصحف الصباح، الزمان والعدالة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 16، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006، ص 46.

4) الحدس الرابع: يشير إلى أن الأطر تشكل الحوار العام فيما يتعلق بالقضايا السياسية، ويبدو في هذا الحدس أن الصحافة ملتزمة أيديولوجياً بمبادئ التعددية الكلاسيكية، وعلى الرغم من الالتزام بالمبادئ الديمقراطية الواقعية في هذه التعددية، غير أن الباحثين في مجال (الأطر) الخبرية يتفقون على أن الصحفيين يقومون بدور الموصل الذي يحاول تقديم المعلومات للمواطنين، بصورة تمكنهم من فهم السياسة بطريقة ملائمة ومتوازنة.

تفترض نظرية الأطر أن وسائل الإعلام تتجاوز عملية إبراز أحداث أو قضايا معينة، فمن خلال اختيارها لما يجب أن ينشر أو لا ينشر من القصص الإخبارية، فإنها تقوم بصياغة القصة في أطر معينة وفق تصورات واستنتاجات الجمهور حول الأحداث، والتي تتشكل بدرجة كبيرة على المعلومات البارزة في البيئة المحيطة التي تغذيها وسائل الإعلام بالموضوعات عن هذه القضية أو تلك، واهتمامها بتقديم أطر محددة في تناولها للأزمة، والذي له دور كبير في تحديد طريقة تناول الأحداث وكيفية إدراك الجمهور لها<sup>(1)</sup>.

كما تفترض نظرية تحليل الأطر الخبرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار "Frame" يحددها وينظمها، ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع، وإغفال جوانب أخرى والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها<sup>(2)</sup>.

تعد الأطر الإعلامية من الموضوعات التي تثير نقاشات حادة بين الصحفيين ورؤساء التحرير، وبينهم وبين مصادر معلوماتهم أيضاً، فالأطر تساعد على وضع أعداد لا نهائية من التفاصيل في صورة مجموعات عملية منظمة، وبذلك فإن الأطر تسهل تنظيم العالم بالتوافق مع قواعد التضمين والإقصاء الهرمية التي يتم من خلالها انتقاء الأخبار المقدمة

(1) سهام الشجيري، "أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء"، المرجع السابق، ص 46.

(2) حسن عماد مكاي و ليلي حسن السيد "المرجع السابق"، ص 348.

للجمهور، وأن الصحفيين عادة يمضون معظم وقتهم في البحث عن المعلومات، و الرموز و الصور التي تلائم الأطر الموجودة(1).

وتعتمد نظرية تحليل الأطر الخبرية في إجراءاتها المنهجية على تحليل المحتوى غير الصريح للرسالة الإعلامية، وذلك من خلال دراسة السياق الفكري الذي يندرج المضمون الإعلامي في طياته، فضلاً عن تحديد الإيديولوجيا التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم للأحداث والقضايا المختلفة(2).

وقد اتسعت دراسات نظرية الأطر منهجياً و إجرائياً في الأدوات و الأساليب الم المستخدمة في تحليل النصوص الإعلامية ، فلم تعد تقتصر على تحليل المضمون ب شقيه الكمي و الكيفي، وإنما شملت أيضاً تحليل الخطاب و المقابلات المتعمقة مع منتجي النصوص و الرسائل الإعلامية، و تحليل السلاسل الزمنية، و التحليل الدلالي و الأسلوبي، و لم تعد المادة الصحفية الخاضعة للتحليل هي التي تحتويها النصوص الصحفية الإخبارية، وإنما تطورت لتشمل مواداً و نصوصاً صحفية أخرى كالمقالات، بريد القراء، الرسوم الساخرة و الأحاديث الصحفية و غيرها(3).

قد تؤخذ الأطر - يطلق عليها الأطر التحليلية و أحيانا الأطر المرجعية- كأساس في دراسة الظواهر السياسية، و في دراسة الأزمات، و تحديد الموضوعات ، و أحداث الدراسة، محاور أو نقاط التركيز، و كيفية معالجة الموضوع ، و في تحديد المفاهيم و المتغيرات الرئيسية، و تتكون مثل هذه الأطر من بناء نظري يقوم على مسلمات معينة ، و عدد من المفاهيم الأساسية تربط بينها علاقات محددة، لتفسير طائفة واسعة من الظواهر السياسية ذات الأهمية، و الأطر المرجعية قد تكون أكثرها اتساعاً، و التحليلية أضيقها لكنها تستخدم كمتراذفات من قبل العلماء و الدارسين ، دون تدقيق أو تمييز واضح بينهما، و قد ي حل محل مصطلح الأطر التحليلية مصطلح آخر مثل النماذج التحليلية ، أو الأنماط النظرية

---

(1) سهام الشجيري ، "المرجع السابق" ، ص 49 .

(2) Dmytro Hubenko , "Frame analysis of the new York times and Izvestia coverage of the presidential elections and the orange revolution in Ukraine in 2004" , op .cit , p40

(3) سهام الشجيري ، ، "أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء"، "المرجع السابق" ، ص.ص(46- 47).



أو المناهج، و مثل هذا الاختلاط شائع على نطاق واسع بين الباحثين، مثل ذلك : تحليل النظم في علم السياسة ، فالبعض يعده إطارا تحليليا ، أو إطارا نظريا أو اقتربا، وهناك من يطلق عليه اسم "النظرية"، بل و الدراسة السلوكية لعلم السياسة ذاتها قد تعد منهاجا أو اقتربا أو أنموذجا و هكذا(1).

من أهم المجالات المستخدمة لهذه النظرية الدراسات المعنوية بالإعلام ، فالسيا سيون الباحثون يتنافسون مع بعضهم في سياق صحفي، و التأطير في هذا السياق يلعب الدور الرئيس في ممارسة القوة السياسية.تشكك نظرية الأطر في تحقيق موضوعية الإعلام بشكل كامل في معالجة القضايا المختلفة، حيث يخضع الإعلاميون لضغوط متباينة تتوثر بشكل مباشر و غير مباشر في بناء أجندة وسائل الإعلام حول القضايا المختلفة، و كذلك صياغة توجهاتها السياسية، ويدل على ذلك اختلاف التوجهات الإعلامية نحو القضايا باختلاف التوجهات السياسية التي تخدم جماعات المصالح المؤثرة في حركة المجتمع ووسائل الإعلام(2).

وتعد الصحافة ضمن الوسائل المهمة المؤثرة في تشكيل الرأي العام من خلال تناولها القضايا التي يهتم بها الجمهور، ولذلك تُعد نظرية تحليل الأطر الخبرية مدخلاً منا سباً لدراسة التناول الصحفي لهذه القضايا على اختلاف طبيعتها مضمونها. إذ يمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي من خلال عناصره البنائية ، والتي تتكون من العناوين الرئيسية والفرعية، واستخدام الصورة والتعليق عليها، والأدلة المقدمة، واختيار الم صدر والاقتراسات، والشعارات، والإحصاءات، والبيانات والفقرات الختامية، حيث يمكن النفاذ من خلالها إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته، الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا باختلاف أنواعها ودرجة أهميتها(3).

---

(1) "نفس المرجع"، صص(49- 50).

(2) أسماء محمود السيد سلطان، "الإعلام الحزبي الفلسطيني و أثره على المشروع الوطني ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على النخبة الفلسطينية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأدب و العلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر، (غزة) ، 2011 ، صص(28- 29).

(3) طه عبد العاطي مصطفى نجم، " الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية ، دراسة تحليلية لصحيفة الوطن السعودية و تشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان "، كلية الآداب ،جامعة الإسكندرية ، 2006 ، صص 15 .

## المبحث الثاني: مفاهيم نظرية الأطر الخبرية، مستوياتها وظائفها.

يُعد مفهوم الأطر الإعلامية احد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام و تأثيراتها، و هي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور و اتجاهاته حول القضايا المختلفة<sup>(1)</sup>. تقدم نظرية الأطر الإعلامية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في بلورة الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة، و علاقة ذلك با استجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا<sup>(2)</sup>.

### أولاً- مفاهيم الأطر الخبرية :

يوجد خلط في مجال دراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم اتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير، وهي: "التأطير" Framing " الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، و مصطلح "الأطر" "Frames" أو الإطار "Frame" وهو يشير إلى الزوايا و الجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث و الموضوعات و الشخصيات و القضايا المختلفة و تأثيراتها في الجمهور، فيما يشير مصطلح إطار "Framework" إلى إطار عمل" و يعتبر غير معبر بدقة عن عملية التأطير<sup>(3)</sup>.

رأى كل من "هميل و لوج" (Hamill et Lodge) اختلافا اصطلاحيا بين مفاهيم الإطار و "النص المكتوب" (Written Text)، "النسق المعرفي" (Schema)، كما ربطت بعض الدراسات التأطير بمفاهيم أخرى مثل: وضع الأجندة، و التهيئة المعرفية<sup>(4)</sup>.

يقصد بالإطار "Frame" أو التأطير "Framing" اصطلاحاً الاختيار و التركيز و استخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات، مسبباتها، تقييمها

(1) نسرين محمد عبده حسونة، "المرجع السابق"، ص 21.

(2) عبد الحافظ عواجي صلوي، جمع وتنسيق أسامة بن مساعد المحيا: محاضرات في نظريات التأثير الإعلامية، 2012، ص 36.

(3) محمد عويس، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية و العلاقات بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية و الحزبية الخاصة، خلال عامي 2005-2006"، "المرجع السابق"، صص (77-76).

(4) نسرين محمد عبده حسونة، "المرجع السابق"، ص 22.

و حلولها. وقد عرف "كليز" (Claes) الأطر بأنها "تنظيم للأفكار، يقوم بتعريف الم مشكلة حيث يحدد الإطار مسار الجدل حول جوهر القضية ويضع الم حدود الخارجية للموضوع و يُملي تنظيمًا بعينه للمعلومات المتعلقة به"، و في مجال الدراسات الإعلامية تم تحديد مفهومين للأطر<sup>(1)</sup>:

(1) أطر وسائل الإعلام: وهي تركز على كيفية عرض القضايا وأسلوب التغطية الإعلامية.

(2) أطر الجمهور: وهي تهتم بكيفية إدراك و فهم الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية و تفسيره لهذه القضايا.

التأطير يعني " العملية التي تحدد مصدر المشكلة الأساسية التي تميز قضية اجتماعية أو سياسية معينة، وتسلط الضوء على مجموع الاعتبارات المقدمة المتعلقة بالقضية"، كنتيجة "للتأطير" فهي العملية التي نؤطر بها رسالة بطريقة معينة تربط بين المفاهيم و ليس غيرها" مثلاً: الرسالة التي تعزز الضرائب و تصفها بمثابة وسيلة لضمان التوزيع العادل للدخل، يمكن الربط بين الضرائب، العدالة و الدخل، بهذه الطريقة فالمفاهيم التالية: الضرائب، الدخل و العدالة مؤطرة معاً. إذن تأطير الرسائل يعبر عن العلاقة بين المفاهيم في الخطاب<sup>(2)</sup>.

الإطار هو "إبراز بعض جوانب الموضوع"<sup>(3)</sup> و التأطير يعني "انتقاء بعض جوانب الحقيقة و جعلها أكثر وضوح، في الخطاب، من أجل تعزيز مفهوم محدد للظاهرة، شرح سبب تقييم أخلاقي توصيات حول طريقة المعالجة"<sup>(4)</sup>. وهناك من يرى أن الإطار بمثابة "المبدأ التنظيمي لمحتوى المعلومة، يوفر السياق و يشجع الظهور من خلال عملية الانتقاء و تأكيد الصفات، الإقصاء و التنظيم"<sup>(5)</sup>.

(1) عبد العزيز السيد و مرفت الطرابيشي، "المرجع السابق"، ص 223.

(2) Said Boumaiza, " Le pouvoir de l'information, mutations et constances ", op.cit, pp (14-15).

(3) Claes H Devreese, " News framing ", Information design journal , N°13, 2005, pp(51- 62).

(4) Robert Entman, "framing toward clarification of a fractured paradigm", op.cit, p52

(5) Zizi papacharissi and Maria Oliveira, "News framing terrorism, a comparative analyse", the international journal of press and politics, Unnumbered, 2008, pp (13- 52).

و بذلك فإن الأطر تمثل جزئية من الأفكار التي تسمح بترجمة وتحديد و توفير معنى لظاهرة اجتماعية و ثقافية، ووسائل الإعلام تفضل الأطر التي تعودت عليها و التي تمكنها من إيجاد صدى من قبل الجمهور<sup>(1)</sup>.

تعرف القواميس العامة الإطار بأنه " وضع موضوع في حدود إطار عدسة الكاميرا"<sup>(2)</sup>، من الناحية النظرية الأطر معرفة مثل " مركز تنظيم الأفكار التي توفر التماسك لمجموعة معينة من عناصر الفكرة"<sup>(3)</sup>. كما عرف "ستيفان ريز" (\*) ( Stephen Reese ) وآخرون الأطر بأنها: "مبادئ تنظيمية مقدمة اجتماعيا مستقرة نسبيا عبر الزمن ، و تتوفر رمزيا معنى لكل مكونات العالم الاجتماعي"<sup>(4)</sup>.

كما أن الأطر الإعلامية هي كل ما يعطى للمتلقي من أخبار حول موضوعات معينة فتحدث التأثير القوي و الفعال، مع التأكيد أن كل ما يتلقاه الشخص هو حديث حقيقي مصدر المعلومات دقيق وصادق، فالأطر الإعلامية إذن هي الذمادج المتواصلة من المعرفة، العرض، التأكيد، الحذفو التفسير، إذ يعتمد تحليل الأطر على فحص استكشاف مدى ما تقوم به الوسيلة الإعلامية في تأطيرها للمشكلة، و مدى تأثيرها بالتبعية في مستويات فهم الجمهور لهذه القضية، و التأكيد أن الفكرة تكمن في إدراكنا و استيعابنا للأحداث من خلال عرض كلمات ذات دلالة تفيد الجمهور في تعيين أحد الأطر بعينها، ووصولاً بالأمر إلى تكوين الفقرة الإعلامية<sup>(5)</sup>.

وهناك من يعرف الأطر الإعلامية بأنها: " تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الماضية الخاصة بقضية معينة ، وهو ما يعني انتقاء متعمدا لبعض جوانب الحدث أو

---

<sup>(1)</sup>Tim Baylor, " Media framing of movement protest: the case of American Indian protest ", the socialscience journal, N°:33, 1996, pp (241- 256).

<sup>(2)</sup>Larousse : cadrage, récupéré le 28 janvier 2017 à partie de : <http://www.larousse.fr>

<sup>(3)</sup>Myra Marx Fereee , William Anthony Gamson (,and others) , Shaping abortion discourse : democracy and the public sphere in Germany and the united states , communication , society and politics , Cambridge U.K ,New York Cambridge , press university , 2002 , p105.

<sup>(4)</sup>Stephan Reese (and al)," Framing public life: perspectives on Media and our understanding of the social world ", Unnumbered, 2001, pp (7 -31).

<sup>(5)</sup> فهمي العدوي : إدارة الإعلام ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، الأردن ، 2010 ، صص(28- 29).

القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، و استخدام أسلوب محدد في تو صيف المشكلة، تحديد أسبابها، تقييم أبعادها و طرح حلول بشأنها(1).

يعد مفهوم الإطار مفهوماً له مغزى و دلالة إعلامية، حيث إنه يسهم في التعرف على دور وسائل الإعلام في بناء و تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا و الموضوعات المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام ، وترجع أهمية نظرية الأطر الخبرية إلى أنها تقدم تفسيراً عملياً ومنتظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية و الوجدانية لوسائل الإعلام في الجمهور بمختلف فئاته و خصائصه الديمغرافية(2).

و عرف "أحمد زكريا" الإطار بأنه: "عبارة عن عملية تفاعلية بين أطراف و مكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ بانتقاء القائم بالاتصال و الوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع و التركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة باستخدام آليات و أدوات أخرى في ضوء معايير و متغيرات مهنية و أيديولوجية، للتأثير في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص إما بتبنيها ل هذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة أو العمل على إعادة تأطيرها وفقاً لمعايير و عوامل مختلفة أو العمل على إعادة تأطيرها وفقاً لمعايير و عوامل خاصة بأفراده"(3).

و الإطار بالنسبة "لمحمد بسيوني" يمثل "زاوية التناول الإعلامي في إطار يعود إلى ذهن القائم بالاتصال، حيث يقوم منتج الخطاب بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره و اتجاهاته، وذلك بالتركيز على جوانب دون جوانب أخرى داخل الخطاب الإعلامي، و إبراز عناصر و تهميش لأخرى لتحقيق أهداف أيديولوجية أو فكرية خاصة بالقائم، أو بالوسيلة الإعلامية التي أنتج الخطاب من خلالها". و من خلال ما سبق يتضح أن تكوين الإطار الإعلامي يعتمد على أسلوب الانتقاء و الإبراز، بهدف إقناع الجمهور بفكرة معينة، و يؤدي الإطار

---

(1) سهام الشجيري، "أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء"، المرجع السابق، صص(47-48).

(2) Norris Pippa , " The restless searchlight : network news framing of the post ,cold war world " , political communication , vol 12,N°4 ,1995 ,pp(357-360).

(3) محمد عويس، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية و العلاقات بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية و الحزبية الخاصة، خلال عامي 2005-2006"، المرجع السابق، صص80.

دورا بارزا تفسيريا للحقائق الواردة في المحتوى الإعلامي، كما أوضحت التعريفات أن أيديولوجية القائم بالاتصال لها دورا بارزا في تحديد الأطر الإعلامية و تشكيلها مستخدما الجمل و العباراتو الأفكار التي تعزز أفكاره و تبرز الجانب المراد إقناع الجمهور به<sup>(1)</sup>.

ونظرية الأطر كما عرفها"روبرت انت مان Robert Entman) تتمثل في الاختيار والتركيز على بعض العناصر المتعلقة بالموضوع وتجنب بعض العناصر الأخرى، وطبقا لهذا التعريف،" فالإطار هو الفكرة الرئيسية التي تكسب الحدث معناه ويحدد موضوع الخلاف وجوهر القضية، وأن التشكيل هو اختيار بعض الجوانب من الحقيقة لجعلها أكثر بروزا، وإعطاء تفسير سببي، وتقييم أخلاقي، وطريقة معالجة لهذه الحقيقة"<sup>(2)</sup>. وتقوم فكرة وضع الإطار على أساس اختيار بعض المعلومات المتعلقة بموضوع الاتصال، و جعلها أكثر وضوحا وذات معنى و أكثر قابلية ليتهاكرها الجمهور، كما أن زيادة درجة بروز هذه المعلومات إنما يدعم احتمالية أن يدرك الجمهور هذه المعلومات، و يميز المعاني التي يشتمل عليهاو يخزنها في الذاكرة<sup>(3)</sup>.

و بعد هذا العرض الثري لمفهوم الأطر، فإنه تم التوصل إلى حقيقة مفادها أن الإطار عبارة عن وسيلة لفهم العالم المحيط وذلك بعرض و تنسيق و تنظيم المعلومات، لتكوين قصة خبرية متصلة و متماسكة، ويسعى الإطار إلى تقديم أسباب المشكلة و اقتراح حلول لها<sup>(4)</sup>.

اهتم"ستيفن"(Stephen Reese) بالحديث عن الأطر الإعلامية، حيث أشار إلى أنها تتسم بمجموعة من السمات أهمها:

- تنظيم المعلومات، حيث ينقل الإطار جزءا من الوقائع، و بعضا من تفاصيل و معلومات القضية و يربطها بالحدث الآني، مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقا لهدف

(1)نسرين محمد عبده حسونة،"المرجع السابق"،ص23 .

(2)Robert Entman , " Framing U.S coverage of international news :Contrasts in narrative of the Kal and Iran air incidents , journal of communication " , vol 41, N°4 ,Autumn 1991, p85.

(3) عبد العزيز السيد و مرفت الطرابيشي، " المرجع السابق" ، ص 224 .

(4) نصيرة تامي، " الأطر الخبرية لقضايا الإرهاب في البرامج الحوارية على الفضائيتين الإخباريتين "الجزيرة" و "العربية"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 22، 2014، ص548 .

الذي يرغب القائم بالاتصال في تحقيقه، وبعد ذلك ت صبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور.

- يعد الإطار فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية باعتباره منطلقا فكريا - يتم توظيفه لشرح الحدث و تفسيره.

- تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية و مجردة، إذ يتم التعبير عن الإطار و ترجمته من خلال مجموعة من الألفاظ الرمزية التي تحمل إيماءات معينة، و تضيف دلالة على النص الإعلامي.

- الأطر الإعلامية هي بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها، حيث يتناول الإطار الإعلامي أحد الأبعاد أو أكثر و يتجاهل الأبعاد الأخرى، و يبدو ذلك في صياغة الموضوع و تفسيره(1).

أما "كبل و جيميسون"(\*) (Cappella & Jamieson) فرأى أنه من الواجب أن تتسم الأطر بأربعة معايير، وهي:

- يجب أن يكون لدى الأطر الإعلامية تصورا مميزا و خصائص لغوية.

- يجب أن يلاحظ الإطار في الممارسة الإعلامية.

- يجب أن يكون هناك احتمال لتمييز الإطار بشكل موثوق به عن الإطارات الأخرى.

- يجب أن يكون لديه صلاحية تمثيل الحدث أو القضية، على سبيل المثال يكون معترف به من قبل الآخرين و ليس مجرد تليف من قبل الصحفيين(2).

تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري، فيما يأتي:

---

(1) نسرين محمد عبده حسونة، "المرجع السابق"، ص 25 .  
(\*) Joseph N. Cappella: أستاذ الاتصال في مدرسة أننبرغ للاتصال، ويشغل منصب الرئيس المشارك في مدرسة أننبرغ للاتصال في جامعة بنسلفانيا.

(\*) Kathleen Hall Jamieson: أستاذ الاتصال في مدرسة أننبرغ للاتصال، ومدير مركز أننبرغ للسياسة العامة في جامعة بنسلفانيا.  
(2) محمد عويس، "المرجع السابق"، صص(90-91).

- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا و الأحداث المختلفة من حوله.

- أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية، حيث تعد الأطر أسلوبا ملائما لاختبار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي، كما تضيف الأطر معنى على الأحداث و القضايا، فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، وإنما أيضا يقوم ببناء معنى لهذا المحتوى.

- تبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات و مصطلحات متناقضة<sup>(1)</sup>.

- تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، و تقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا.

- تمارس الأطر دوراً مؤثراً في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار أساسياً في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات و القضايا المختلفة.

- تسمح للباحث بقياس المحتوى الصريح و غير الصريح للتغطية الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام للقضايا السياسية المثارة<sup>(2)</sup>.

يرتبط جوهر بحوث الأطر الإعلامية بمجموعة من الأهداف الأساسية تدور حول المفهوم الرئيسي في هذه النظرية، و المتمثل في "الإطار" (Frame)، بالإضافة إلى مفهوم "تأثير الإطار" (Framing Effect) وتتحدد هذه الأهداف في:

---

(1) ارشا مزروع، "أطر معالجة القنوات العامة و الإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 جانفي، دراسة تحليلية مقارنة"، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد: 09، 2013، ص 05.

(2) تسرين محمد عبده حسونة، "المرجع السابق"، ص 26.



- استخلاص ووصف المضمون الخطابي لوحدات نصية معينة، ووصف هذا الاستخلاص بالإطار.

- شرح وتفسير أولويات ترتيب أو تنظيم المعلومات و السياقات السياسية التي يتم تركيب الأطر الإعلامية النصية في ضوءها.

- تحديد الطريقة التي تتفاعل بها الأطر الإعلامية مع المعلومات الأولية، أو البناء المعرفي للأفراد بصورة تدفعهم إلى تفسير و استدعاء المعلومات من الذاكرة بالشكل الذي يتناغم مع الإطار.

- تحديد الكمية التي تؤثر بها الأطر الإعلامية في العمليات على المستوى الاجتماعي، سواء ما يرتبط بالرأي العام أو المناظرات حول القضايا السياسية<sup>(1)</sup>.

### المبحث الثالث: أنواع الأطر الخبرية ونماذجها التفسيرية

#### أولاً: أنواع الأطر الخبرية

يوجد العديد من المتغيرات التي أدت إلى تنوع تصنيفات الباحثين للأطر الخبرية، أهمها اختلاف السياسات التحريرية و التوجهات الفكرية لوسائل الإعلام، و الجمهور، و المجتمع و غيرها من العوامل، لكن تظل هناك مجموعة من الأطر تتصف بالاشهرة وتكرار اختبارها على المستويين التحليلي و الميداني<sup>(2)</sup>.

هناك عدة تقسيمات للأطر يمكن عرضها كما يلي<sup>(3)</sup>:

---

(1) ماهينز محسن، "علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقييم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، دراسة تطبيقية على الحرب الإسرائيلية على غزة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، جانفي 2009، ص 314.

(2) خالد النامي، "معالجة قضايا حقوق الإنسان في الصحف و شبكة الانترنت في المملكة العربية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010، ص 78.

(3) عبد العزيز السيد و مرفت الطرابيشي، "المرجع السابق"، صص (225- 226).

## 1) حسب طبيعة الإطار:

- الإطار المحدد (Episodic Frames) وهو يقدم حالات عملية وأمثلة ملموسة لأحداث محددة.

- الإطار العام (Thematic Frames) وهو يقدم الخبر في إطار م مجرد دون تحديد وقائع بعينها.

## 2) حسب طبيعة مكان الخبر: هناك نوعان:

- خبر خارجي: وهنا يهتم الإطار بمضامين خبرية معينة دون غيرها مثل الأهمية و القرب الثقافي بشرط ارتباط العناصر السابقة بأيدولوجية المجتمع.

- خبر داخلي: وهنا يهتم الإطار الخبري بمضامين معينة مثل الفائدة و القيم الثقافية و الاجتماعية وتوقيت الحدث و الضخامة.

## 3) حسب طبيعة الصراع: ينقسم إلى ثلاثة مستويات:

- صراع عنيف أو كبير (مثل أحداث القتل، العنف، الاغتيالات و الإرهاب)
- صراع متوسط (مثل قضايا الفساد و الرشوة)
- صراع محدود (مثل أخبار الفن، الرياضة و البيئة)

## 4) حسب مدى بروز السمات: وهي نوعان:

- السمات الموضوعية، تتضمن عناصر القضية مثل: الأطراف، الأسباب، المشاكل و الحلول.
- السمات العاطفية وهي النواحي أو الأطر السلبية أو الايجابية التي يتم تقديم الخبر من منظورها.

وهناك تصنيفات أخرى للإطار، و هي كالتالي(1):

- أطر إسناد المسؤولية : و هي الأطر التي تهتم فيها الوسيلة الإعلامية بتحميل سبب الأزمة أو حلها لفرد أو جهة ما لإلقاء المسؤولية عليها، وتنقسم إلى :

المسؤولية السببية : هي التي تركز على أصل القضية أو المشكلة.

مسؤولية المعالجة: هي التي تركز على من لديه المقدرة لحل المشكلة أو القضية بالكامل.

- أطر الاهتمامات الإنسانية: تظهر الاهتمامات الإنسانية حين تركز وسائل الإعلام على الجوانب العاطفية ، الفكرية، التاريخية و التراثية، باستخدام صفات تذهب المشاعر الإنسانية، أو نشر صور ورسومات تخاطب المشاعر، أي تقديم البعد الإنساني في الأزمة، فوسائل الإعلام تميل إلى استخدام هذه الأطر من أجل الحصول على اهتمامات الجمهور وشد انتباهه ، كما أن الصحفيين يبذلون مجهودا ضمنيا لتقديم منتج صحفي يثير اهتمامات الجمهور، لذلك يستخدمون صياغات و مفردات و مصطلحات تشير لهذا الإطار بإبراز ال طابع الدرامي أو الجداني و العاطفي للأحداث لتحقيق هذا الهدف.

- أطر الاهتمامات الأخلاقية: هي محاولة تأطير الحدث بإطار ديني أو أخلاقي و التركيز على جوانب تهتم بحقوق الإنسان، وحرية المعتقد و الدين، مما يؤدي لاندفاعا كبيرا باتجاه وسائل الإعلام.

- أطر النتائج الاقتصادية: تتبنى وسائل الإعلام التركيز على التأثيرات الاقتصادية التي سببها وقوع الحادثة خاصة الخسائر المادية التي تلحق بالمجتمع و بالأفراد من خلال مصطلحات مفردات لغوية تدل على نتائجها و أبعادها الاقتصادية.

- إطار الإستراتيجية : يقدم الأحداث في سياق إنساني و عاطفي، تصاغ الرسائل في قوالب و قصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة ، فالاستشهادية التي فجرت نفسها

---

(1) سهام الشجيري ،”أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء” ، ”المرجع السابق” ، صص(43- 44).

يتم تأطيرها في سياق إنساني يدور حول : قصة قرار الاستشهاد لذة وداءها  
لأمها، اللحظات الأخيرة في وداعها لخطيبها، الفتاة التي صارت أنموذجاً لأطفال  
العرب و هكذا.

- الأطر الايجابية و الأطر السلبية : ميز "دايفيس" ( J.Davis ) بين نوعين من الأطر  
وهما كالاتي (1) :

(1) الأطر الايجابية : وهي التي تقدم صوراً مشرقة و آمالاً كبيرة في معالجة القضايا  
و المشاكل.

الأطر السلبية: هذا النوع من الأطر يتبنى توجهاً متشائماً، حيث يركز على سرد الجوانب  
السلبية للقضايا دون إعطاء أمل في حل المشاكل المطروحة.

### ثانياً: نماذج الأطر الخبرية التفسيرية

تطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتمثيل الجوانب و السمات  
البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي تحديد أطر التغطية الخبرية للقضايا و الأحداث  
المختلفة، ومن أبرز هذه النماذج:

- أنموذج "روبرت انتمان" ( Robert Entman )

وضع "روبرت انتمان" أربع وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في (2):

- 1) تعرف الأطر المشكلة أو القضية و الأسباب الكامنة وراءها "Define problem"
- 2) تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث  
"Diagnose cause"
- 3) تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث "Moral judgement"
- 4) تقترح الأطر الإعلامية حلولاً للقضية و محاولة لعلاجها "Suggest Remedies"

---

(1) نصيرة تامي، " المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة"، المرجع السابق، صص (98 - 99).

(2) إستبرق فؤاد وهيب، " المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق ، تحليل مضمون مجلة نيوزويك- النسخة العربية "، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009 ، ص 13 .

- أنموذج "بان وكوسيكى" (Pan and Kosicki)<sup>(1)</sup>

قدم "بان وكوسيكى" نموذجا يتضمن مجموعة من الأدوات لتحليل الأطر الخبرية، و هي بمثابة إضافة نوعية لهذه النظرية و تتمثل في :

- 1) البناء التركيبي للقضية الإخبارية الذي يشير إلى تسلسل العناصر و الفقرات داخل القصة الخبرية وكذلك الإستراتيجيات التي يتبعها القائم بالاتصال في بناء الحدث الإخباري و المصادر الإخبارية التي توظف في النص الخبري.
- 2) الأفكار الرئيسية (الفكرة المحورية) المتضمنة في النص الخبري، تتضمن الأفكار الرئيسية للموضوع ، و الفكرة المحورية التي يدور حولها النص الخبري.
- 3) البناء الموضوعي للنص.
- 4) الاستخلاص الضمني الذي يساعد في تدعيم الفكرة المحورية للحدث أو القضية التي تركز عليها وسائل الإعلام.

- أنموذج "لينجر وسيمون" (Lyenger and Simon)<sup>(2)</sup>

يتضمن هذا أنموذج تصنيفين للأطر الخبرية، و هما على النحو التالي:

- 1) الإطار المحدد المرتبط بأحداث محددة: مرتبط بوقائع ملموسة " Episodic Frame" وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة مثل: حادث اغتيال، انفجار مبنى.
- 2) الإطار العام أو المجرد "Thematic Frame": يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو يتسم بالعمومية مثل: إرجاع الأسباب إلى الأوضاع السياسية و الاقتصادية السائدة، أو بسبب التغيرات الاجتماعية أو المتغيرات الدولية.

- أنموذج "ماكسويل ما كومبس" (Maxwell E. McCombs) و آخريين<sup>(1)</sup>.

---

<sup>(1)</sup>Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki , " Framing analysis ,an approach to news discourse " , political communication , vol10 , N° 1, 1993,pp(55-57).

<sup>(2)</sup>Shanto Lyenger and Adam Simon , " News coverage of the Gulf crisis and public opinion , a study of agenda setting , priming and framing " , communication research , vol 20 , N° 3 , 1993 , pp(365- 383).

قدم فيه تفسيراً لكيفية بناء الصور النمطية عن الشعوب والشخصيات البارزة لدى الجماهير، ويشير "ماكومبس" وآخرون في هذا النموذج إلى أن الرسالة الإعلامية تتضمن "سمات موضوعية" وهي تلك التي تتعلق بالمعلومات المجردة حول القضية، شخصياتها، أطرافها، أسباب الموقف، المشكل فيها وبدائل حلولها، السمات العاطفية، أي كيفية تناول الأطراف والشخصيات الواردة ضمن سياق القضية بشكل موات أو غير موات، بكلمة أخرى تقدم الأطراف والشخصيات بصورة إيجابية أو سلبية. وحسب هذا النموذج تؤثر المصادر الإخبارية في الكتابة الصحفية، حيث يعتمد الصحفيون عليها في الموضوعات القصصية ومضمونها، كما أن اختيار المصدر قد يعكس الأحكام الفردية أو العوامل المؤسسية والتنظيمية، فالصحفيون ومصادرهم يعززون إبراز القضية في الأجندة الإعلامية من خلال تفسير الإطار، وأن المغزى المحتمل المرتبط بطبيعة الحدث الإخباري يجعل التأطير ممكناً على مستويات متعددة، كما أن الاختلاف في التغطية ينتج عن اختلاف القيم الشخصية والمهنية للصحفيين الذين يعملون في غرف الأخبار.

#### المبحث الرابع: تقييم نظرية تحليل الأطر الخبرية، علاقتها بدراسات تحليل

#### الخطاب و كيفية تطبيقها في موضوع الدراسة

#### أولاً: تقييم نظرية تحليل الأطر الخبرية:

إن دراسة إنتاج الأطر خاصة الأطر المحددة يطرح سؤالاً حول كيفية التمييز بين نظرية الأجندة ونظرية الأطر الخبرية. يعتقد "فان قورب" (Van Gorp) أن المناهج البحثية التي تحلل محتوى الرسالة غالباً ما تستعمل تحليل الأطر من أجل التأكد من مدى تمثيل وسائل الإعلام لموضوع معين، ولكنها في بعض الأحيان لا تميز أي إطار على الإطلاق، وبمناسبة صدور عدد خاص من "journal of communication" مذ صص لنظريات

---

<sup>(1)</sup>Maxwell E. McCombs (and others), "Candidate image in Spanish elections, second level agenda setting effects", *journalism and mass communication quarterly*, vol 74, N°4, winter 1997, pp(706-707).

التأطير اقترح كل من "شوفل و تيوكسبوري" (Scheufele et Tewksbury) (تركيبا يقلص من الفارق بين المفاهيم المتقاربة للإطار ووضع الأجندة<sup>(1)</sup>).

إن نشاط مختلف الفاعلين خلال عملية إنتاج الأخبار يمكن أن يؤثر من جهة في حجم الأخبار (وضع الأجندة) حول موضوع معين، و من جهة أخرى في طريقة المعالجة (الإطار)<sup>(2)</sup>، فنظرية الأجندة هي النموذج الذي يؤسس علاقة سببية بين الأهمية التي توليها وسائل الإعلام لبعض المواضيع، وإدراك المستهلكين للأخبار لأهمية هذه المواضيع<sup>(3)</sup> تهتم دراسات الإطار خارج الحجم المخصص لموضوع على موضوع آخر بطريقة تقديم الموضوع والسياق الثقافي، فحسب "فان قورب" (Van Gorp) فإن الإطار مفهوم يسمح بربط الثقافة بالمعرفة، ويعتقد أن آثار سلطة الفاعلين مهمة جدا في البحث عن الإطار و يجب عليها الأخذ في الاعتبار السياقات السياسية والاجتماعية<sup>(4)</sup>. فبعض الكتاب يعتبرون نظرية الأطر أكثر ثراء مقارنة بوضع الأجندة في دراسة آثار الفاعلين في المحتوى الإعلامي<sup>(5)</sup>. فالدراسات التي أجريت حول نظرية الأجندة تهتم بالعوامل التي تؤثر في المواضيع التي تقدم للجمهور، بينما تهتم دراسات الأطر بالطريقة التي تختارها وسائل الإعلام في عرض الأحداث للجمهور، والتأطير يأخذ في الاعتبار الدور الذي يلعبه منتج المعلومة<sup>(6)</sup>.

إن الإطار مفهوم ثري جدا من خلال تعدد مجالات تطبيقه و دراساته، فيمكن إيجاده في مجال التسويق و الإشهار خاصة المرتبطة بالجمعيات الخيرية، حيث قام كل من (Chang and Lee) باستعمال الإطار في دراسة سلوك المتبرعين و فعالية الإشهار المرتبط

---

(1) Gildas Le Bars, " L'incorruptible de la contre - démocratie à la candidature politique, étude du cadrage stratégique d'Eva Joly durant la campagne pour l'investiture écologiste à la présidentiel de 2012 ", mémoire encommunication publique, Québec, 2013, p11.

(2) Scheufele Dietram .A and David Tewksbury, " A framing agenda setting and priming, the evolution of three media effects models", journal of communication, vol57, 2007, p12.

(3) Jean Charon, " Les medias et les sources , les limites du modèle de l'agenda -setting " ,la revue Hermès, numéro 17 -18 1995,p73.

(4) Van Gorp Baldwin, "The constructionist approach to framing Bringing, culture Back in", in journal of communication, vol57, N°60, 2007, p33.

(5) Gildas Le Bars, " L'incorruptible de la contre- démocratie à la candidature politique, étude du cadrage stratégique d'Eva Joly durant la campagne pour l'investiture écologiste à la présidentiel de 2012 ", op.cit, p12.

(6) Farés Hamzaoui" Le militantisme vert au Québec à l'ère d'internet : analyse du cadrage dans les messages de Greenpeace ", op.cit, p20.

بالجمعيات الخيرية، حيث حاولت دراسة الباحثان الكشف عن الكيفية التي يجب على المتسوقين تأطير رسائلهم بها في سياق جمع التبرعات. توصلت نتائج التحليل التي أجريت على 298 مشاركا إلى أن الرسائل مؤطرة سلبيا و ليس لها أثر في ما يخص تغيير الاعتقاد، ويؤكد الباحثان أن تقديم الرسائل على شكل قصة أو رواية مؤثرة ليس العامل الكافي لزيادة فعالية الإشهار الخيري<sup>(1)</sup>.

استعمل الإطار كذلك في الدراسات التي تهتم بشد الأبتدكاراات و الأ سئلة المتعلقة بالتكنولوجيات الحديثة، حيث اهتم "فيشونث" (Vishwanath) بقضايا التأطير أو تتأطير القضايا معتمدا على تأثير الأطر في عملية تكوين الاعتقاد في ما يخص الأبتدكاراات الموجودة في التكنولوجيات الحديثة<sup>(2)</sup>، و حتى المؤسسات تلجأ إلى استعمال الإطار لحماية صورتها عالميا، في هذا الجانب درس كل من "ولر و كو نوي" (Waller and Conaway) إستراتيجية الاتصال لإحدى المؤسسات الأكثر شهرة في عالم الرياضة و هي مؤسسة متعددة الجنسيات نايك "Nike"، حيث تعرض الباحثان -بتطبيق نظرية الأطر الخيرية- إلى القدرة التي تميزت بها هذه العلامة التجارية في حماية سمعتها خلال سنوات التسعينيات، خاصة فيما يخص المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة<sup>(3)</sup>.

اختلف الباحثون في طبيعة العلاقة التي تجمع بين نظرية وضع الأجندة- (The Agenda Setting) ونظرية الإطار الإعلامي (Frame Analysis Theory) فهناك من أقر بعلاقة امتداد بين النظريتين، حيث تهتم دراسات وضع الأجندة بترتيب القضايا في الوسيلة الإعلامية و مدى البروز و الاهتمام بالقضايا ذاتها، في حين تركز دراسات الأطر الإعلامية على بروز جوانب معينة في القضية أو القضايا المثارة و سياق تقديم هذه القضايا، مما يمثل عمقا كبيرا في دراسة القضايا، لذا شبه "كوزيكي" (\*) (Kosicki) دراسات وضع الأجندة بمستوياتها المختلفة بالقشرة الخارجية للموضوع التي تحوي بداخلها ما هو

---

(1) Chang C.T and Lee Y.K , "Effects of message framing vividness congruency and statistical framing on response to charity advertising", *International journal of advertising* , 29 (2) , 2010, pp(195- 220)

(2) Farés Hamzaoui , op.cit , pp(27-28).

(3) Waller .R.L and Conaway .R.N," Framing and counter framing the issue of corporate social responsibility ", *journal of Business communication*, vol48, N°83, 2011, p106.

(\*) Gerald M. Kosicki أستاذ مساعد في كلية الصحافة ، جامعة كولومبوس.



أكثر قيمة وأهمية قاصدا دراسات الأطر الإعلامية<sup>(1)</sup>. و ترتبط نشأة و تطور نظرية الأطر ارتباطا كبيرا بنظرية وضع الأجندة، و الاهتمام بعمليتين فرعيتين ضمن نظرية الأطر وهما: عملية وضع الأطر و عملية بناء الأطر في خطوة موازية لنظرية الأجندة في الوضع و البناء. وقد قدمت الدكتورة "راجية قنديل" مراحل تطور دراسات و وضع الأجندة، و التي تمثل نظرية تحليل الأطر المستوى الثاني منها، حيث قسمتها إلى مستويين رئيسيين يمثلان مرحلتين أساسيتين لتطور هذه الدراسات، فالمستوى الأول يمثل الفترة الممتدة من 1972-1992، وقد عنيت الدراسات فيها بانتقال أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، أما المستوى الثاني وهو يتكامل مع المستوى الأول، و جاء نتيجة للتراكم المعرفي الذي أسفر عنه كم كبير من الجهود العلمية و البحثية، و تهتم دراسات هذا المستوى بانتقال ترتيب أولويات العناصر و السمات في التغطية الإعلامية لموضوع ما إلى الجمهور، و تأثير ذلك على الاهتمام بالموضوع و ترتيبه بين الأولويات<sup>(2)</sup>.

وهناك مجموعة من الباحثين يرون أن دراسة الأطر هي إحدى وظائف نظرية الأجندة، و يرى آخرون أنها منفصلان عن بعضهما البعض، إذ إن هناك فرق بين السياقات العامة لتناول الأحداث (الأطر)، و سياقات الموضوعات الفرعية التي تشمل الأطر الخاصة بقضية محددة أو موضوعات أو جوانب و أحداث يتم تناولها في تغطية قضية معينة، يكون سياق القضايا هي الأطر العامة لتناول القضية بصفة عام، فالصحف قد تقوم بالتركيز على مناقشة تفصيلية لموضوعات معينة متعلقة بالقضية وهو قد يؤدي إلى أن يعتقد الجمهور أن هذه الموضوعات هي الأكثر أهمية، أي إنه عندما تركز وسائل الإعلام على جوانب معينة من القضية التي تعالجها تصبح هذه الجوانب هي الأكثر إدراكا لدى الجمهور<sup>(3)</sup>.

---

(1) سالم انتصار، "دور الصحف المصرية في تشكيل معارف جمهور القراء و اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، دراسة تطبيقية"، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2009، ص 85.

(2) راجية قنديل، "دراسات في الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 04، ديسمبر 1998، ص 226.

(3) Gildas Le Bars، « L'incorruptible de la contre-démocratie à la candidature politique, étude du cadrage stratégique d'Eva Joly durant la campagne pour l'investiture écologiste à la présidentielle de 2012 » ,Op.Cit. p10.

## • إيجابيات و سلبيات نظرية تحليل الإطار الخبري<sup>(1)</sup>

### أ - تتجلى معالم القوة في النظرية من خلال :

- تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.
- رغم تركيزها على مجتمع واحد في الدراسة فهي من الدراسات الميكرو Micro ، غير أنها أسهل وأقدر على الوصول إلى موضوعات أو قضايا التأثيرات على المستوى الماكرو Macro أي الأوسع و الأشمل.
- مرونتها الشديدة، حيث يمكن تطبيقها في مجالات عدة؛ سياسية، ثقافية، اجتماعية و اقتصادية.
- تناسقها مع النتائج الحالية لدراسات علم النفس المعرفي.
- يعتبر مفهوم تحليل الإطار من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور و سائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور و اتجاهاته نحو القضايا المختلفة، و بذلك يمكن دراسة الاتجاهات و المعارف من خلال تلك النظرية.
- إمكاناتها في اقتحام مجال رصد و قياس التأثيرات السلوكية للتأثير الإعلامي في الجمهور.
- ثراء و خصوبة التطبيقات البحثية بالتوازي مع محاور عملية الاتصال الجماهيري المتمثلة في القائم بالاتصال، الرسالة الإعلامية، الجمهور، السياق الثقافي و مرجع الصدى.
- مرونتها حيث يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري متكامل من جهة، و صلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها مثل: التحرير، الإعلام الدولي، الإعلان، العلاقات العامة و دراسات الصورة من جهة أخرى.
- يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات مثل: الدراسات التاريخية و الآنية.

---

<sup>(1)</sup>Scheufele Dietram .A and David Tewksbury , “A framing agenda setting and priming , the evolution of three media effects models”, op.cit , pp(11-12) .

- يمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعانة بأي كم أو نوع من المناهج و الأ ساليب و الأدوات في جمعو تحليل و تفسير البيانات المختلفة.
- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، السلوك الانتخابي، الدراسات المعرفية و الثقافية و دراسات علم الاجتماع.

### ب- معالم النقص لنظرية الأطر الخيرية، فتتمثل في:

- مرونتها تجعلها تفتقر إلى التحديد.
- ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.
- تحول دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.
- يؤخذ على النظرية عدم وجود أنموذج فكري مشترك منفق عليه من قبل الباحثين في دراستها، نظرا للجدل القائم حول مفهوم الإطار و طرق قياسه.
- هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأطير تجاهلت العلاقة بين أ طر و سائل الإعلام و العوامل المتعلقة بالسلطة السياسية و الاجتماعية، و هذا الإغفال ناجم عن عوامل عدة تتضمن مشكلة تعريف الأطر، و الفشل في دراسة سياقات التأطير من السياقات الاجتماعية و السياسية، و التقليل من شأن التأطير كشكل للتأثيرات الإعلامية.
- تنوع العناصر و مصادر المؤثرات في عملية بناء الأ طر، و آليات التأثير و الفهم الإدراك للمتلقين، وصعوبة حصرها، و ضبطها وتفسيرها، يطرح الكثير من التساؤلات حول مدى قابلية نتائج دراسات النظرية للتعميم.
- عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة، مما يجعلها مسألة تخضع لانطباعات الباحثين.

## ثانياً: علاقة نظرية تحليل الإطار الخبري بدراسات تحليل الخطاب وكيفية تطبيقها في موضوع الدراسة

### أ-علاقة نظرية تحليل الإطار الخبري بدراسات تحليل الخطاب

تساعد نظرية الأطر الخبرية في دراسات تحليل الخطاب بقياس المحتوى الضمني غير الصريح للتغطية الإخبارية بوسائل الإعلام، و تقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة، و إلقاء الضوء على طرق تدعيم الحقائق و المحذوف منها. كما تبرز العلاقة بين وضع الأطر و الأيديولوجية المسيطرة و محتوى الوسيلة، وذلك بتوضيح تأثير الأيديولوجية على تشكيل منتجات الوسيلة الاتصالية من خلال استراتيجيات عملية. و تأتي عملية التداخل بين مدخل تحليل الخطاب و تحليل الأطر استناداً إلى أنه و في أثناء عملية إنتاج الخطاب يعزل الصحفيون الأحداث عن سياقها التاريخي و الاجتماعي، و تقديمها داخل أطر سابقة الإعداد و التجهيز، حيث يتم استخدام اللغة لمنح الأحداث موضع التغطية دلالات محددة، باعتبار أن النصوص الخبرية يقوم بإنتاجها قائمون بالاتصال ذوي مواقف جماعية محددة<sup>(1)</sup>.

### ب-كيفية تطبيق نظرية الأطر الخبرية في موضوع الدراسة:

عرفت نظرية الأطر الخبرية رواجاً في الدراسات الإعلامية الغربية و العربية نظراً لقدرتها على الكشف عن المضمون غير الصريح للرسالة الإعلامية، فحسب هيل ساي ديفيسو كرفلو<sup>(2)</sup> (Hill Sei Davis and Carvalho) فإن نظرية تحليل الأطر الخبرية يمكن تطبيقها على مختلف جوانب الرسالة و مختلف أنواع التصريحات<sup>(2)</sup>. و بعد العرض الموجز "لنظرية الأطر الخبرية" و كل متغيراتها و أبعادها ، ارتأينا الاعتماد عليها في تحليل للقضايا الاقتصادية البارزة في حصة "الحوار الاقتصادي" للتلفزيون الجزائري خلال الفترة الممتدة من جوان 2014 إلى أفريل 2019، و تم الاعتماد في هذه الدراسة على نموذج "روبرت انتمان" بهدف اكتشاف طبيعة المعالجة الإعلامية الشكلية و الـ

(1) نسرين محمد عبده حسونة، "المرجع السابق"، ص 41 .

(2) Sei Hill, John P. Carvalho and Andrew C. Davis, " Talking about poverty: news framing of who is responsible for causing and fixing the problem", journalism and Mass communication Quarterly, N°87, 2010, p563.

لل قضايا الاقتصادية الوطنية المطروحة خلال الفترة المحددة، ورصد أطر الأسباب و أطر  
الحلول التي تم تقديمها للمشاركة في التغيير الكلي أو الجزئي و التأثير المبا شر و غير  
المباشر في مسار تلك القضايا الاقتصادية، و يتوقف ذلك على القوى الفاعلة التي استندت  
إليها مضامين الحصة لمعالجة القضايا الاقتصادية البارزة في عينة الدراسة، مع تحليل و  
تفسير الأطر المرجعية التي استخدمتها الحصة كمنطلقات لبناء محتوى صحفي يركز على  
بعض العناصر و الجوانب دون الأخرى.

الفصل الثالث: الصحافة الاقتصادية: الماهية، محددات  
الكتابة ودورها الإعلاني والتنموي.

المبحث الأول: ماهية الاقتصادية الصحافة الاقتصادية  
وسماتها.

المبحث الثاني: محددات صناعة المدا توى  
الاقتصادي في وسائل الإعلام.

المبحث الثالث: الوظيفة الإعلانية  
والتنموية للصحافة الاقتصادية

المبحث الرابع: تجربة الإعلام الاقتصادي في  
الجزائر

## تمهيد:

يعد الإعلام التنموي من أرقى المستويات التي بلغها الإعلام في تطوره التاريخي، و يعود الفضل في نشأة هذا النوع من الإعلام إلى الباحث "ويلبير شرام" (Wilbur Schramm) الذي يرى أن الإعلام التنموي فرع أساس و مهم من فروع النشاط الإعلامي، و هو قادر على إحداث التغيير و التحديث<sup>(1)</sup>. فالصحافة الاقتصادية باعتبارها و سيلة من و سائل الإعلام التنموي تساهم في صنع القرارات، و وضع السياسات الاقتصادية و دفع عجلة التنمية، بصفتها وسيطا نشطا يسهم في التدفق العام للمعلومات، وذلك من خلال تغذية عملية صنع القرار الاقتصادي بتيار مستمر من المعلومات تمثّل ال مدخلات الأساسية لعملية الاتصال و ذلك عن طريق توجيه الاهتمام بشكل انتقائي إلى جوانب اقتصادية معينة<sup>(2)</sup>.

## المبحث الأول: الصحافة الاقتصادية: مفاهيمها و سماتها

تتدرج الصحافة الاقتصادية ضمن الإعلام التنموي أو الصحافة التنموية، و هو مفهوم وضعه الباحث "ليونارد سا سمن" (Leonard Sasman) ال مدير التنفيذي لمكتب FreedomHouse في نيويورك للإشارة إلى استخدام وسائل الإعلام في مساندة التنمية الاقتصادية<sup>(3)</sup>. و لم تعد الصحافة الاقتصادية صحافة خبرية، بل أصبحت صحافة تفسيرية تحليلية، تهتم بدراسة الظاهرة الاقتصادية من كل جوانبها، مع عرض النتائج المترتبة عنها<sup>(4)</sup>.

(1) عبد العزيز رشيد بتول و علي مراد فاتن، "المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية، دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجاً للفترة من 2 فيفري 2011 إلى غاية 28 فيفري 2011"، مجلة كلية الأدب، العدد: 99، (سنة النشر غير موجودة)، ص 880.

(2) عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، "استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية، دراسة مسحية على رجال الأعمال في مدينة الرياض"، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد: 21، 2009، ص 384.

(3) جيهان أحمد رشتي: الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، مصر، 1986، ص 445.

(4) احسين بن رضا اللواتي، "الصحافة الاقتصادية صحافة جادة"، بحث منشور على الموقع الإلكتروني: <http://www.alroya.info/ar/-p>

## أ- مفاهيم الصحافة الاقتصادية:

شهدت الصحافة الاقتصادية عدة تحولات منذ سنوات السبعينيات و خاصة الثمانينيات، سمحت بفهم ظروف النشأة لهذا النوع من الصحافة بعد سنة 1945<sup>(1)</sup>. حيث أخذت الصحافة الاقتصادية حقلًا واسعًا في علم الصحافة، وهي أكثر أهمية في حياة الناس لما للأثر الاقتصادي من أهمية كبيرة في الحياة العامة للمجتمع<sup>(2)</sup>. ومن العوامل التي مهدت الطريق لظهور الصحافة الاقتصادية نذكر: الاهتمام المتزايد بالموضوع الاقتصادي<sup>(3)</sup> الذي أصبح موضوعًا جماهيريًا وليس نخبويًا نظرًا لتأثيره في كل جوانب حياة المجتمع، حيث تحول الموضوع الاقتصادي إلى ساحة صراع مدته بين القوى، الاتجاهات والسياسات، وباتت الحاجة ملحة للوصول إلى الرأي العام وتوعيته اقتصاديًا، من خلال تقديم المعلومات والآراء والتحليل التي تسهم في تكوين معرفته ومواقفه الاقتصادية و تحدد بالتالي سلوكه الاقتصادي<sup>(4)</sup>.

يعرف الإعلام الاقتصادي "على أنه الحركة الاقتصادية في الدولة والعالم"<sup>(5)</sup>. ويرى الباحث "روبرت سولمان" (Robert Solman) أن الإعلام الاقتصادي يرجع إلى معلومات من أصل خاص يبني من خلالها أصحاب المال والأعمال نشاطاتهم<sup>(6)</sup>. ولإعلام الاقتصادي أثره الملموس في المديين القريبين البعيد، لا سيما في الأزمان التي تواجه اقتصاد الدول...، لا سيما منذ الأزمة الاقتصادية الشهيرة قبيل الحرب العالمية الثانية...<sup>(7)</sup>.

الإعلام الاقتصادي هو كل خبر ليس له اتصال بالسياسة، وعلى هذا تكون له خصائص قد تتعارض مع خصائص الإعلام العام:

---

(1) فيليب ريتور، "الصحافة في خدمة الاقتصاد"، مجلة فكر ومجتمع، العدد: 22 أكتوبر 2014، ص 495.  
(2) ماهر عودة الشمالية و(آخرون): الصحافة المتخصصة، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص 62.  
(3) عيسى محمود الحسن: الصحافة المتخصصة، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 23.  
(4) صديق الصادق الزين محمد، "اتجاهات الشكل والمضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية والأجنبية"، المرجع السابق، ص 81.  
(5) محمد قيراط، "البيئة والاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي: الفرص والتحديات"، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 1، 2010، ص 49.  
(6) Robert Solman: Information économique clé de la prospérité, édition Hachette, France, (sans date), p15.  
(7) عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام المتخصص، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 209.



1) فالإعلام الاقتصادي لا يشتمل على أخبار فحسب، و لكنه يضمن معلوماتو معطيات قارة يمكن و يستحسن تخزينها.

2) الإعلام الاقتصادي يستعمل الوسائل الإعلامية المعروفة، و لكنه يعتمد على م وسائل أخرى خاصة بوظيفته.

3) وظيفة الإعلام الاقتصادي ليست النشر بالدرجة الأولى، و لكن التخزين ثم الذ شر عند الحاجة<sup>(1)</sup>.

الإعلام الاقتصادي" نشاط شامل و مخطط و متعدد الأبعاد ، يخاطب الرأي العام ب هدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية، و الإصلاح الاقتصادي و برامج إعادة الإعمار الاجتماعي عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد ...، الذي يهدف إلى نشر ثقافة التنمية بالعرض و التبسيط وال شرح و التفسير و التحليل للمضامين الاقتصادية في قوالب إعلامية مهنية جاذبة..."<sup>(2)</sup>.

الصحافة الاقتصادية هي الصحافة المعذية أسا سبمعالجة الأحداث و ال ظواهر و التطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلفة، و الهادفة إلى التأثير في م سارات التطور و التغيير في الحياة الاقتصادية بما يعبر عن أفكار القوى التي تملكها و توجهها، و تخدم مصالحها<sup>(3)</sup>. ويعني تعبير الصحافة الاقتصادية: "الكتابات التي يتم ذ شرها في الصحف، و لها طابع اقتصادي"<sup>(4)</sup>.

يضم مصطلح الصحافة الاقتصادية ممارسات مختلفة ، ما بين تحليل الاقتصا صا الكلي (دراسة الاتجاهات و المؤشرات مثل: الإنتاج الوطني الخام، ميزانية المدفوعات، م عدل التبادل... إلخ) و تحليل القطاع و الاقتصاد الجزئي (صورة المؤسسات، صور الأفراد،

(1) زهير احدادن: الصحافة المكتوبة في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، (سنة النشر غير موجودة)، ص149 .

(2) فاروق خالد الحسنات: الإعلام و التنمية المعاصرة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص227.

(3) أديب خضور: الإعلام المتخصص، "المرجع السابق"، ص91 .

(4) Francine Batailler et (autre) , " Analyse de presse ", travaux et recherches de la faculté de droit et des sciences économiques , presse universitaire, France , 1963, p183.

معلومات الاستهلاك، التمويل الشخصي)، فالاختلاف لا يكمن فقط في الموضوع، وإنّما يمس أيضاً الأنواع الصحفية، اللهجة و الجمهور<sup>(1)</sup>.

الصحافة الاقتصادية أو صحافة المال و الأعمال كما تعرف في الغرب، هي جزء من الصحافة، و لهذا يتوقع منها الجمهور ما يتوقعه من سائر أنواع الصحافة. و هي صحافة تهتم بتغطية القضايا الاقتصادية مثل: السياسة النقدية للبنك المركزي، و حركة المؤشر الاقتصادي استراتيجيات أرباح الشركات، و لهذا فإن محتوى صحافة المال و الأعمال يحتم على الصحفيين الإلمام بالمعارف الأساسية للاقتصاد، و ما يشغل الجمهور الذي يطالع و يشاهد وسائل الإعلام المهمة بالشأن الاقتصادي. و يعرف "كينتاو" (Quintao) الصحافة الاقتصادية بأنها "نشر الحقائق عن القضايا ذات العلاقة بالقطاعات الاقتصادية و المالية"، ويرى "كوسنسكي" (kucinski) أن الصحافة الاقتصادية تختلف عن غيرها من أنواع الصحافة الأخرى، ليس فقط فيما يتعلق بتناولها للأحداث الاقتصادية المتميزة، و الصدمات المالية و الاقتصادية، و إنّما تختلف عنها في أنه عليها إيضاح التعامل مع التحويلات و متغيرات الحقائق الاقتصادية، و بحيادية في حالة النمو أو الخسائر. و الصحافة الاقتصادية مطالبة و معنية بتقديم التقارير الصحفية حول الأحداث و المناسبات الاقتصادية و تفسيرها و شرحها للجمهور من القراء<sup>(2)</sup>.

كما يمكن تعريف الصحافة الاقتصادية بأنها نشر المعلومة الاقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة (خبر - تحقيق - مقال - كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة على اختلاف مستوياتها، و ذلك بهدف التوضيح و التفسير و التحليل و النقد و التأثير و تكوين اتجاه معين لدى الرأي العام و الدفاع عن و جهة نظر المجلة تجاه الأحداث و السياسات الاقتصادية و السياسية و الداخلية و الخارجية<sup>(3)</sup>. و يُعنى هذا النوع من الصحافة بإظهار عناوين مباشرة في الشؤون الاقتصادية و التجارية و شؤون الأعمال،

---

<sup>(1)</sup>Pierre Sormany : *Le métier de journaliste : guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*, les éditions du Boréal, CANADA, 2000, p374.

<sup>(2)</sup> محمد صديق الزين، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية"، المرجع السابق، صص (83- 84).

<sup>(3)</sup> خالد الشمري ناظم: *الإعلام الاقتصادي*، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص103.

وعرض دراسات جادة عادة ما تكون بلغة الجداول و الأرقام و البيانات و المقارنات، و تهتم كذلك بحركة التبادل التجاري بين الدول، القروض، التعاون الدولي الإقليمي، و متابعة التطورات الاقتصادية و المالية في العالم نظرا لتأثير هذه التطورات على الاقتصاد المحلي في كل دولة من دول العالم، و تصدر هذه المجالات في مختلف الدول العربية(1).

إن أي مقارنة للإعلام الاقتصادي أيا كان مفهومه لابد **أولاً**: أن تتمحور حول نمط إنتاج الاتصال الاقتصادي في علاقته بالنظام الإعلامي العالمي، **ثانياً**: أن تأخذ بعين الاعتبار: - تنوع المجال الاقتصادي و اتساع حدوده نتيجة انتشار تكنولوجيات الاتصال الحديثة وإقامها في النسيج الاجتماعي و الاقتصادي و الثقافي لمختلف البلدان بما فيها البلدان السائرة في طريق النمو .

-مكانة صناعة الاتصال و الإعلام ووزنها الاقتصادي، وإرساء أجهزته وشبكاته ووسائله في صلب بنية الاقتصاد العالمي.

- التغيرات التي طرأت على مستوى أنماط الإنتاج و التبادل، و ما ينجر عن ذلك من ضرورة فتح حوار مع الاختصاصات الأخرى لفهم الكيفية التي تتشكل بها الاستعمالات المنتجات و خدمات الاتصال من جهة، و كذا الأبعاد المكونة لقيمتها من جهة ثانية، إضافة إلى فهم وظائف الاتصال و أنماطه الملائمة لأشكال التنظيم الاقتصادي الجديد...

**ثالثاً**: إن الأجهزة المنتجة للاتصال لأجهزة إنتاج الرسائل و المضامين و توزيعها تمثل أحد العناصر في مقارنة الإعلام الاقتصادي، و ظروف الإنتاج الإعلامي...، يمكن السعي إلى تحقيق مقارنة الإعلام الاقتصادي، وهي مقارنة تقتضي تضافر جهود المتخصصين في علوم الإعلام و الاتصال و الباحثين في العلوم الاجتماعية(2).

قسمت الصحافة الاقتصادية تبعاً لتقسيم الصحافة المتخصصة إلى المستويات التالية:

1 - الأبواب و الصفحات الاقتصادية في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية و الجرائد الأسبوعية و المجلات العامة.

---

(1) إبراهيم فؤاد الخواونة: الصحافة المتخصصة، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص 112 .  
(2) مصطفى حسن، "نحو مقارنة نظرية الاتصال و الإعلام الاقتصادي"، فعاليات الملتقى الدولي حول الإعلام الاقتصادي بمشاركة مع مؤسسة فريديريش نومان و المركز الثقافي الفرنسي، معهد الصحافة و علوم الإعلام، جامعة تونس 1 ، 1993 ، صص(41-44).

2- الصحف الاقتصادية العامة و هي الجرائد و المجلات التي تركز بشكل أساسي على المادة الاقتصادية، و تتوجه إلى جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين في خصائصهم و سماتهم العمرية و المهنية و التعليمية و الجنسية، و غالباً تصدر أسبوعية أو نصف شهرية، و من أمثلة ذلك: جريدة (العالم اليوم) و مجلة (الأهرام الاقتصادي) و صحيفة (الاقتصاد السعودية).

3- الصحف الاقتصادية المتخصصة ، و تتوجه إلى جمهور متخصص من الدار سين و الأكاديميين في مجال الاقتصاد و معظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية، ويندر فيها استخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث، غالباً ما تصدر شهرياً أو فصلياً، و من أمثلتها مجلة (إدارة الأعمال)<sup>(1)</sup>.

#### ب-سمات الكتابة للصحافة الاقتصادية:

تقول محررة الأنباء المالية في صحيفة "نيويورك تايمز" ديانا هنريكس (Diana Henriks) فيما يخص الصحافة الاقتصادية في عصر المال: "إن هذا الازدحام في صحافة الأخبار الاقتصادية لا يتعلق بنا فعلاً، بل يتعلق بعلاقاتنا بالذين نسعى إلى الوصول إليهم ، سواء كنا نسميهم قراء، أو مشاهدين". فنجد أن معظم الصحافيين تدرّب على تغطية الحوادث السياسية، إلا أنه لا أحدا منهم على استعداد أن يحفظ عن ظهر قلب أسماء جميع أعضاء منظمة الأوبك مثلاً، أو حتى اسم رئيس البنك الدولي أو مصطلحات مثل، "التضخم الاقتصادي"، "رأس المال الرسمي"، "السندات المالية الحكومية و الخاصة"، و ماذا تعني بالضبط "زيادة مؤشر طوكيو أو نيويورك"، كلا آفاق لا تبدل لصحافة الاقتصادية أن تعيها و تفهمها، و ألا تكون مثل ناقل المعرفة الجاهل بها، و لا شك في أن الصحافة الاقتصادية مطلب وطني لأي دولة تسعى إلى أن يطلق عليها دولة مواكبة للمنظومة الاقتصادية العالمية ، كما أن دخول الاستثمارات الدولية إلى أي دولة من دون وجود صحافة و أجهزة مجتمعية قادرة على التعامل معها و تفعيل نجاحاتها ، هو مطلب

(1) ماهر عودة الشمالية و(آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص63 .

مجتمعي له آثاره السيئة<sup>(1)</sup>. وقبل التطرق إلى قواعد الكتابة للصحافة الاقتصادية لابد من الإشارة إلى الخصائص التي تميز الإعلام الاقتصادي، والتي تتمثل فيما يلي:

-يتميز المجال الاقتصادي بالاتساع، فهو يضم جوانب متعددة (زراعة، صناعة، تجارة وخدمات)، يتألف كل منها من محاور متعددة تشكل حياة كاملة، وتدخل جميع هذه المحاور في علاقات تأثر و تأثير متبادل، سواء فيما بينها أو مع المجالات الأخرى في الحياة الاجتماعية.

-يتميز الموضوع الاقتصادي بأهميته الحاسمة بالنسبة للفرد و المجتمع، ويتميز الموضوع الاقتصادي بجديته و افتقاره إلى كثير من عناصر الإشارة و الجاذبية التي يندفع الإعلام لاستغلالها.

-تفرض خصوصية المجال و الموضوع و الحدث و الجمهور استخدام أساليب معالجة مناسبة، وهذا ما يفسر استخدام التغطية الإخبارية التفسيرية في الإعلام الاقتصادي، كما يفسر استخدام أساليب الشرح و التحليل في معالجة الموضوعات الاقتصادية، كما يفرض استخدام أساليب المعالجة المتوازنة و الاستمالات الذهنية. أما في ما يتعلق باللغة فإن خصوصية الموضوع تفرض استخدام لغة ذات طابع تخصصي تبذل جهوداً دائمة لتطويعها لمتطلبات الإعلام الجماهيري<sup>(2)</sup>.

هناك محددات أو بعض القواعد و النصائح العملية التي يجب على الصحفي أخذها بعين الاعتبار عند معالجة و كتابة المادة الاقتصادية أياً كان شكلها، والتي تضمن تحقيق الهدف من الكتابة الاقتصادية، وهو جعل أنباء النشاط الاقتصادي مفهومة ومثيرة للاهتمام:

1- تجنب المصطلحات الاقتصادية المتخصصة: غالباً ما ينزلق صحفيون كثيرون إلى استخدام المصطلحات المتخصصة الغامضة التي يستعملها خبراء الاقتصاد، أصحاب البنوك و العاملون فيها و البيروقراطيون الحكوميون، بدلاً من استخدام اللغة الواضحة السهلة التي يستعملها الناس في المحادثة العادية. لا بأس بهذه المصطلحات المتخصصة

---

(1) خالد الشمري ناظم، "المرجع السابق"، صص(268-269).  
(2) حسين دبي الزويني: القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، صص(47-48).

إن استخدمها خبراء الاقتصاد فيما بينهم، فهم يفهمون بعضهم، أو على الأقل يتظاهرون بذلك، ولكن بالنسبة للقارئ العادي تعتبر المصطلحات الاقتصادية المتخصصة مثيرة للغموض.

2) تعريف المصطلحات الاقتصادية : عندما يتعذر التخلص من المصطلحات الاقتصادية المتخصصة، ينبغي على الصحفي تعريفها، ذلك أن لبعض المصطلحات الاقتصادية معاني خاصة جدا لدرجة أن تجنبها قد يؤدي إلى الغموض بدلا من الوضوح، ولكن هذه المصطلحات لا تزال تمثل شفرة غامضة بالنسبة لمعظم الناس، ولذلك يجب على الصحفي أن يفك رموز هذه الشفرة. وقد أشارت "ديبرا بوتز" في كتابها "دليل الصحافة المستقلة" إلى أن صحيفة "وول ستريت جورنال" (Wall Street Journal) الأمريكية بالرغم من استهدافها القراء المطلعين في مجال الأعمال، فإنها مع ذلك توضح معنى مصطلحات مألوفة مثل: الناتج القومي الإجمالي، أي القيمة الكلية لإنتاج البلاد من السلع والخدمات، ويطور الصحفيون الذين يغطون الأعمال الاقتصادية مع مرور الوقت قوائم خاصة بهم تتضمن تعريفات دقيقة بالمصطلحات المختلفة يمكنهم استخدامها في قصصهم الإخبارية<sup>(1)</sup>.

3) التعميم من أجل الفهم: يجب على الصحفي الانطلاق دائما من الصفر. فكل حدث يجب توضيحه كما لو أنه وقع لأول مرة، ويجب اعتبار الجمهور كما لو أنه لم يسمع بالحقائق التي سيتم تقديمها له<sup>(2)</sup>. و الصحافة الاقتصادية غالبا هي صحافة تقنية بالدرجة الأولى تطرح مشكل التعميم، فالصحفي يختار التوجه إلى جمهور محدد يزوده بمعلومة مفصلة، ويشجع ذلك كتاب الأعمدة الاقتصادية على التخصص أكثر، ففي كل الأحوال جمهوره محدد مسبقا. وفي هذه الحالة ستشعر شريحة كبيرة من القراء أنها مستبعدة من الصفحات الاقتصادية للجرائد<sup>(3)</sup>.

---

(1) عصام رفعت: فن وأساليب الصحافة المالية والاقتصادية، سوق فلسطين للأوراق المالية، 2006، (البلد غير موجود)، الصفحة غير موجودة.

(2) François Le Brun : Traiter l'information économique et financière : manuel de pratique journalistique, CFPJ édition, France, 2010, p63.

(3) Pierre Sormany, op.cit, p374.

4- التقليل من استخدام الإحصائيات: تتضمن أنباء النشاط الاقتصادي و المالي عادة أرقام أكثر من اللازم، و على الرغم من أن الأرقام مهمة تضيفي وزنا و دقة على المقال، فإنه ينبغي على الصحفيين الاستغناء عن الأرقام التي لا تعد بالغة الأهمية للمقال. فحسب "ديبرا بوترا" فإنه يتعين على الصحفيين المتخصصين في تغطية أنباء قطاع الأعمال أن يستخدموا الأرقام بتحفظ في قصصهم الإخبارية المتعلقة بالأعمال و الاقتصاد في سياق إنساني.

5- مقارنة الإحصائيات: عندما تقرر وضع رقم في مقال صحفي، يجب و ضعه في السياق المناسب بمقارنته بشيء آخر، فأى رقم قليل الدلالة في حد ذاته، و لا يظهر معناه الحقيقي إلا بمعرفة قيمته النسبية.

6- تحويل الإحصائيات إلى موضوعات صحفية: إن مقارنة الإحصائيات لا تكون عادة كافية، إذ على الصحفي أن يفعل أكثر من مجرد نقل الأرقام، فعليه أن يشرح دلالاتها، و يفسر معناها و هذا الشيء لا يكون واضحا دائما<sup>(1)</sup>.

7- الوثوق من الأخبار: عرض الموضوع عرضا محايدا دقيقا يمنع تحريف الأخبار عن عمد. و قد أثبتت التجارب أن الطريقة التي تعالج بها الصحف أخبار المال إيجابية و تدعو إلى الاطمئنان و الثقة. و على الرغم من أن كثيرا من الصحف تنشر دون تردد قصص فشل شركات أو إعادة تنظيمها، وخاصة إذا كان للجمهور مصلحة في تلك الشركات، فإن الناشرين يرون دائما أن الصحف المتشائمة لا تفيد المجتمع كثيرا، و فوق ذلك فإن نشر الأخبار التي تثير المخاوف و عدم الثقة تدمر الشركة. و ليس هناك ناشر يسمح لنفسه بأن تتبع صحيفته سياسة النعامة في عدم الاعتراف بوجود غش أو تدليس أو فضائح في منشآت مالية.

تحتوي المادة التحريرية عادة على العديد من أسماء الأشخاص و المنظمات و الهيئات المحلية و الإقليمية و الخاصة. و يغفل بعض المحررين عن التعريف بهؤلاء الأشخاص أو

---

(1) عصام رفعت، "المرجع السابق"، (الصفحة غير موجودة).

نشاط الشركات و مكانها الجغرافي أو المنظمات، ويكتفي أحيانا بمختصرات لأسماء هذه المنظمات اعتمادا على انتشارها، ويجب على المحرر أن يعرف بهذه الأسماء مهما كانت معروفة أو منتشرة. و تختلف ظروف كل دولة من حيث مواردها و إمكاناتها و مشكلاتها و قضاياها عن الدول الأخرى، و بالتالي تختلف الأولوية في تناول أو معالجة تلك القضايا أو الاهتمام بقطاعات دون غيرها(1).

8- الشمولية في تغطية الأحداث و القضايا الاقتصادية: فقد تفرض أ أحداث معينة أو ظهور ظاهرة معينة في مجال ما إلى التوسع في تغطيتها ، ولكن يجب ألا يكون ذلك على حساب التغطية في المجالات الأخرى ، و أن تعطي الاهتمام حسب أهميتها النسبية للمواطن وللاقتصاد الكلي بشكل عام؛و أن تكون الصحافة انعكاسا لمتطلبات المواطنين و الاقتصاد الوطني و ليس متطلبات المعننين فقط(2).

9- أخلاقيات التحرير الاقتصادي: تأتي الأمانة الصحفية في المرتبة الأولى قبل المنفعة الشخصية، فقد تتجمع الشواهد المؤكدة لدى المحرر الاقتصادي عن بؤادر ارتفاع نوع معين من الأسهم، فلا يعقل أن يهرع المحرر لشرائها سواء لنفسه أو لأقاربه أو لأصدقائه ، ثم يقوم بنشر الخبر بعد ذلك ، إن أخلاقيات المهنة تفرض عليه أن ينشر الخبر ثم يهرع للشراء حتى تتساوى فرصته مع قرائه . أما إذا كانت المعلومات التي تحصل عليها محظورا نشرها من مصدرها ، فان من حقه في هذه الحالة أن يشتري دون إحساس بالذنب و بالتالي من السهل لبعض المحررين الاقتصاديين أن يهجر الصحافة للعمل مستشارا اقتصاديا لبعض الشركات الضخمة ، مستغلا في ذلك خبرته الطويلة و العميقة(3).

تتعهد صحيفة "واشنطن بوست" (WashingtonPost) بتطبيق مجموعة من المعايير و الأخلاقيات" من أجل تجنب صراعات المصالح في تغطية النشاطات و الأسواق المالية ، فكل أعضاء قسم تحرير الأعمال و المالية مطالبة بالتعريف بممثلة كاتهم المالية و استثماراتهم لرئيس التحرير مساعد مسئول عن القسم. الصراع المحتمل لا يعني فقط هذا

(1) عبد العزيز شرف: الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة، عالم الكتب، الطبعة الأولى، مصر، 2003، ص143.

(2) ماهر عودة الشمالية، و(آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص(73- 74).

(3) تيبيل راغب: العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية لوجان، الطبعة الأولى ،لبنان، 1999، ص161 .



القسم كل الصحفيون و مسئولو التحرير، مهما كان القسم الذي يشتغلون فيه مطالبين بإعلام مسئوليتهم حسب درجتهم المهنية بمصالحهم المالية..."، و سنلاحظ أن فرض هذه الشفافية صعبة في الثقافة الأوروبية أين تعتبر أن التعريف بالممتلكات مرتبط كثيرا بالحياة الخاصة.

تشكل الهدايا و رحلات الصحافة مصدر الاضطراب ، فصحيفة "واشنطن بوست" تتبع سياسة صارمة في هذا المجال معلنة "نحن ندفع النفقات الخاصة بنا ، لا نقبل الهدايا من مصادر معلوماتنا ونرفض الرحلات المجانية... كما نمتنع عن الحضور المجاني لبعض الأحداث التي ليست مجانية للجمهور". الفساد المباشر موجود في الصحافة ولا كحالاته قليلة جدا في الصحافة الغربية، و هذه الممارسة مدانة أخلاقيا، ففي بعض دول إفريقيا يمكن إضفاء الطابع المؤسسي للفساد إلى درجة إعاقه كل محاولات تحسين الصحافة(1).

هناك أربع أساليب لعرض المعلومات رقميا في الصحافة الاقتصادية(2):

1 - العرض الرقمي باستخدام الكلمات، يعني استخدام الكلمات مع الأرقام - ترتيب الأرقام التسلسلي في جدول - ترتيب الأرقام ترتيبا منطقيا في شكل موجز، مثل العمليات الحسابية و المعادلات الكيميائية - عرض الأرقام إلى جوار مقياس رسوم.

2 - يعد العرض باستخدام الحروف أكثر فعالية، لأنه رسالة صريحة لا تقبل الالبس أو الغموض، و لكنه يحتاج إمام القارئ بالجملة عند قراءتها.

3 - يضيف العرض باستخدام الأعمدة و الجداول وضوحا بسبب ترتيبه المنطقي، و هو أكثر دقة لأنه يحشد المعلومات بالإقلال من الوصف اللفظي، و لكنها لا تخلو من العيوب، و تمثل الجداول المرتبطة بالنصوص وسيلة قيمة لعرض محتوياتها بصورة موجزة.

---

(1) Benoit Grevisse : Déontologie du journalisme , enjeux éthiques et identité professionnelles , édition de Boeck, première édition , France ,2010, pp(215-221).

(2) ماهر عودة الشمالية و(آخرون)، "المرجع السابق" ، صص(80- 85).

4- أما عرض الحقائق بواسطة الرسوم البيانية وهي طريقة أكثر وضوحاً، لأنها تتوفر وقتاً ثميناً في إدراك الأسباب و النتائج في لمحة واحدة، و لكن يجب عدم استخدامها إن لم تكن تقدم شيئاً للمعلومات المنشورة. من أشكال الرسوم البيانية شائعة الاستخدام في الصحافة الاقتصادية :

-الرسوم البيانية الإحصائية: التي تبين العلاقات الكمية في استخدامات المساحات و الأحجام ، و أطوال الخطوط ، و ارتفاعات الأعمدة ، و انحدار المنحنيات.

-الرسوم البيانية الحسابية: التي تستخدم فيها خطوط متباعدة بمسافات تتناسب في عرضها مع البيانات الحسابية التي تعبر عنها، و تستخدم لتوضيح العلاقة بين المتغيرات.

-جداول الأعمدة البيانية: و تتكون من مستطيلات أو خطوط رأسية متنوعة الأطوال، و تستخدم لتحديد القيم المطلقة أو علاقتها ببعضها ببعض.

-جداول الرسوم البيانية الخطية : و تضم رسوماً بيانية خطية.

-الرسوم البيانية المصورة: التي تقوم على فكرة تصوير الحقائق باستخدام الرموز كارتفاع مؤشرات الأسهم.

-الرسوم البيانية الهندسية: و هي وصف مرئي يستخدم لبيان كيفية عمل الأشياء، مثل مؤشرات البورصة و حركة الأسواق التي تعرض بشكل مرئي.

-رسوم الخرائط الجغرافية: و هي وسائل للشرح لعرض المعلومات الاقتصادية، أو ذات الصلة بمناطق آبار النفط، و المناطق الصناعية أو الزراعية، و الطرق و البنية التحتية (جسور، مباني) و غيرها من الموضوعات. يستوجب من الصحفي جعل الأرقام مفهومة للقارئ أو المشاهد<sup>(1)</sup>، فهي عنصر ذو أهمية حاسمة في أي قصة إخبارية تجارية، لكن تقديمها بصورة واضحة وبسيطة أمراً أساسياً، فكلما أمكن استخدام المخططات و الرسوم

---

(1) مارجي فريني و(آخرون)، ترجمة صلاح أبو النجا: الصحافة التجارية و الاقتصادية، المركز الدولي للصحافيين، الولايات المتحدة الأمريكية، 2004، صص(8-9).

(\*مارجي فريني: هي أستاذة في برنامج الصحافة الاقتصادية العالمية في جامعة تسينغوا في الصين... نقلاً عن علي كنعان: مدخل إلى الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص127.

البيانية لعرض الأرقام ، كلما يقلل من الحاجة إلى الكلام في القصة الإخبارية و حشوها بالإحصاءات التي تحول دون الفهم.

المبحث الثاني: محددات صناعة المد توى الإقتصادي صادي في وسائل

## الإعلام

يقال أن الموضوع اقتصادي عندما يتم جمعه ومعالجته وفق معايير صحفية،ويقوم بإعلام الجمهور بمختلف النشاطات، القضايا والقرارات الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج، التوزيع، استهلاك الموارد، الممتلكات و الخدمات(1).

### ❖ موضوعات الصحافة الاقتصادية

أصبح للموضوعات الاقتصادية أهمية كبيرة تؤثر في حياة الجميع ، من الشخص العادي إلى رجل الأعمال، و في المجال الاقتصادي تتولى الصحافة الدور الأكبر في نقل و مناقشة الأنشطة التي تتعلق بالتنمية بمختلف جوانبها،الصناعية، التجارية و الزراعية و غيرها(2).

معظم الأمور الحياتية التي تغطيها الصحافة قد يكون بها جانب اقتصادي ، فهناك بعض النشاطات لا يختلف اثنان عن كونها اقتصادية مالية بحتة مثل نشاطات الأسواق المالية ، التجارية، الصناعية،السياحية،الزراعية،العقارية و الاستثمار و ما يتصل بها من شركات و بنوك و مؤسسات تمويل ودراسات و استشارات و ما يتصل بها من نشاطات فرعية.و لكن هناك من الأنشطة الاقتصادية ذات العلاقة بقطاعات معينة و هي ليست دائمة بل عرضية، و مع ذلك تعالج من ضمن المواد التحريرية الاقتصادية، مثل التطورات المالية و الاقتصادية في القطاع الطبي مثل بناء المستشفيات و المباني، استيراد أجهزة ، مشاكل أجور العمالة ، فالبناء نشاط اقتصادي يتصل بمقاول و عمالة و تكلفة و استيراد الأجهزة

---

(1)Friedrich Ebert Stiftung , réseau des journalistes économiques du Bénin : Guide du journaliste économiquement pour la production de presse sur le commerce multilatéral, Bénin, (sans date),p15.

(2) محمد أحمد بونس و عائشة عبد الله النعيمي ، " الصفحات الاقتصادية في الصحف الإماراتية ، دراسة تحليلية للمضمون و القائم بالاتصال لصفح الاتحاد و البيان و الخليج"،"المرجع السابق" ، ص 67 .

كل هذا يعد مادة اقتصادية . كذلك المنح و المساعدات داخلية أو خارجية و سواء لقطاع اقتصادي أو لجهة خيرية أو منظمة ومؤسسة إنسانية فهي ذات طابع تمويلي وهو في حد ذاته أهم عامل في نشاط هذه المؤسسات(1).

وللمحرر الاستفادة من مخالفات الشركات و الفساد، لأن لها بعد اقتصادي من الممكن تناوله كموضوعات اقتصادية، و التحري الدقيق في وقوع العديد من الجرائم على مستوى الأفراد قد يبين بوضوح البعد الاقتصادي في أسباب تنامي الجريمة و نتائجها. صحيح أن مخالفات الشركات وفساد بعض إداريها مشكلة قانونية ، و لكن نتائجها أو أسبابها اقتصادية ، هذه الموضوعات تشكل رافعة لتخليص الصحافة الاقتصادية من جمود الأرقام ، و تثير انتباه القراء و تنمي لديهم الفهم الاقتصادي السليم لكثير من المسائل ، مما يساعدهم في تسيير كثير من شؤون حياتهم اليومية و أخذ موقف من الإجراءات الحكومية المتخذة في هذا السياق.

إن إضافة بعد عالمي إلى الإنتاج الصحفي عامة و الاقتصادي خاصة، يكتسب أهمية في هذا العصر، و إن كان الموضوع عن قصة محلية، ولكن بإعطائها الأبعاد العالمية تصبح مرشحة للتداول في هذا النطاق، فمنذ ارتفاع أسعار النفط عالميا في عام 1973 حتى اليوم، تغيرت نظرة الاقتصاديين و الصحافة الاقتصادية لما يجري محليا ، و رب طوه بما يجري في العالم بتقديم أدلة و مبررات لارتفاع الكثير من السلع و الخدمات من هنا على سبيل المثال: ارتفاع أسعار الوجبات في المطاعم لأن أصحابها اضطروا لزيادة الأسعار نتيجة ارتفاع أسعار المحروقات، و منذ ذلك التاريخ حتى اليوم أخذت سير القاصص الاقتصادية يقوم على قاعدة أن العالمي يؤثر في المحلي، و يتأثر به المثال العراقي أو ما يجري في إيران مثال واضح على ذلك حيث تؤثر التطورات الداخلية في هذين البلدين على مستوى أسعار النفط العالمية(2).

---

(1) ماهر عودة الشمالية و(آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص.ص(66- 67) .  
(2) عبد الرزاق علي الهيتي: الصحافة المتخصصة ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة مزيدة و منقحة ، الأردن ، 2015، ص.ص(57- 61) .

يمكن أن تأتي القصص الإخبارية الاقتصادية من أي مكان، لكن التقسيم المنظم للمواضيع يمكن أن تساعد الصحفيين و المحررين على المحافظة على الرؤية الشاملة لل صورة. و من القطاعات التجارية الرئيسية المولدة للأخبار نذكر :

-العقارات بيعا وشراء، و الصفقات العقارية و خصوصا مشاريع البناء الجديدة- الأعمال المصرفية و المالية- سياسات الاقتراض، نسب الفائدة و المصاريف الجديدة- أء مال الرعاية الصحية و تشمل المستشفيات، العيادات، الأطباء، الصيدليات، لشركات ال صناعة للأدوية، المعدات الطبية وشركات التأمين الصحي.

-قطاع التجزئة: و يشمل محلات السلع الغذائية، محلات بيع الملابس، الأحذية، صالونات التجميل، محلات الألعاب و محلات التنظيف...

- التكنولوجيا و خاصة المبتكرات و الاتجاهات في مختلف الصناعات، الزراعة، التصنيع و التجزئة، العقارات و الفنادق.

- العمل و يشمل ذلك تغيرات سوق العمل من حيث أنواع الوظائف، و من حيث الأجور و كذلك عدد الوظائف- الفنادق و السياحة و كذلك الم ساعي الجديدة ل جذب ال سياح أو التحسينات في البنية التحتية- الإفلاس ، التوسعات ،الرخص و نقص أو قلة العمالة في صناعات معينة- الزراعة و التصنيع و الرياضة و الإعلان و الإعلام<sup>(1)</sup>.

للمحرر الاقتصادي أن يلجأ إلى الموضوعات الصحفية التي يرى أنها لازمة لند جاح صفحته الاقتصادية، و تساعدنا على أن نقوم بواجبها تجاه الأساس الاقتصادي للبلاد<sup>(2)</sup>.

و لتفعيل دور الصحافة الاقتصادية التنموي في بلد ما ينبغي أن يركز الخ طاب الإعلام على القضايا الآتية:

- التعريف بالتحديات التي تواجه عملية التنمية خاصة الفساد المالي و الإداري.

---

(1) مارجي فريني و (آخرون)، "المرجع السابق" ،ص.ص(8- 9) .  
(2) خليفة إجلال ، "المرجع السابق"، ص85.

-الابتعاد بقدر الإمكان عن توجيه الجمهور نحو مجالات استثمارية معينة ، لتجنب ما قد يترتب على هذا التوجيه من مكاسب أو خسائر، يمكن أن تُلقي بتبعات لها على وسيلة الإعلام.

-إضفاء طابع مشوق للأخبار الاقتصادية للتخفيف من التعقيد و الملل الذي قد يصاب القارئ أثناء مطالعة الإحصائيات و الحقائق الاقتصادية<sup>(1)</sup>.

- التعريف بعناصر القوة و الضعف في الاقتصاد ، وتحديد طبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه كل من أدوات السوق، و التخطيط الاقتصادي في عملية التنويع و التغيرات الهيكلية، وتحفيز القطاعات الإنتاجية و خاصة قطاع الزراعة و الصناعة التحويلية...

-بلورة الأفكار المتصلة باقتصاد السوق و مزايا الحرية الاقتصادية ، و تعزيز دور القطاع الخاص في الإنتاج ، خلق الوظائف ، و توسيع نشاط المبادرات الصغيرة و المتوسطة باعتبارها شرطا لازما لزيادة إنتاجية المجتمع ، وإطلاق طاقاته ، و تنمية روح التنافس بين قطاعات النشاط الاقتصادي ، و خلق الثقافة و الوعي الاقتصادي الذي يمكن أن يساعد على تفعيل المشاركة الايجابية مع المتغيرات الناجمة عن التحول نحو اقتصاد السوق<sup>(2)</sup>.

-التصدي للظواهر الاقتصادية ذات الصلة بحياة المواطن و الظروف الاستثنائية الناجمة عن الحروب و الاحتلال، كأزمة توزيع المشتقات النفطية و الكهرباء و الخدمات الأخرى و ظاهرة التضخم و تحسين الأجور و الرواتب للنهوض بمستوى معيشة الشرائح المختلفة.

-متابعة التقدم المحرز في مجال التنمية البشرية، و كيفية معالجة البطالة و القضايا الأخرى ذات الصلة بالسكان و القوى العاملة، و متطلبات سوق العمل.

-الاهتمام بالقضايا المتعلقة بعلاقة الاقتصاد بالعالم الخارجي و في مقدمتها الانفتاح الاقتصادي، العولمة، الاتفاقيات التجارية الثنائية و المتعددة الأطراف و المناطق الحرة،

---

(1)فاروق خالد الحسنات،" المرجع السابق"، ص228 .  
(2)عبد الرزاق محمد الدليمي،"المرجع السابق"، ص207 .

وسبل زيادة التدفقات المالية الواردة و الاستثمار الأجنبي المباشر، و الانفتاح التـ جاريو الاقتصادي<sup>(1)</sup>.

ويندرج تحتعنصر الموضوعات الاقتصادية العناصر التالية:

### ❖ المعلومة في الصحافة الاقتصادية

أصبحت المعلومات الاقتصادية أساس كل تحرك وانجاز. فلا يوجد بلد في العالم يـ ستطيع اليوم الاستغناء عن المعلومات ذات الصبغة الحيوية ، التي يبنى عليها الاقتصاد المحلي ، فكلما طرأ أي تغيير على سعر المواد الأولية المطلوبة بكميات كبيرة ، نشأت عنه تأثيرات مباشرة على اقتصاد البلدان المستهلكة و البلدان المنتجة على حد سواء<sup>(2)</sup>. و من خلال مؤتمر نظمته اليونسكو بالتعاون مع كلية الصحافة في جامعة "كوينزلاند" في أستراليا في سنة 2010 تم اعتماد "إعلان الحق في الوصول إلى المعلومات"، الذي أـ شار إلى أن ضمان الحق في الوصول إلى المعلومات "أمر حاسم لاتخاذ قرارات مستتيرة للمشاركة في الحياة الديمقراطية ، لرصد الإجراءات العامة ، تعزيز الشفافية و المساءلة ، ويمثل أداة قوية لمكافحة الفساد"<sup>(3)</sup>. ولفهم معنى المعلومات الاقتصادية يجب أولاً أن نعرف ما يسمى "بالاقتصاد"، وهذا الأخير هو "العلم الذي يدرس الإنتاج ، التوزيع ، وتداول الاثروات"<sup>(4)</sup>؛ ويهتم بدراسة الجهود التي يبذلها الإنسان لكي يـ شبع حاجاته و رغباته المادية<sup>(5)</sup>. فحسب "آدم سميث" (Adam Smith) فانالاقتصاد يتمثل في "احتياج الإنسان لوسائل الراحة و المرافق و مدى الاستمتاع بها في الحياة"<sup>(6)</sup>. و بالذ سبة "لسامويلسون" (P.A.Samuelson) فان علم الاقتصاد "هو علم دراسة الكيفية التي يختار

---

(1) عبد العزيز رشيد بتول و علي مراد فاتن، "المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية ، دراسة تحليلية لجريدة المدى – نموذجاً للفترة من 2 جانفي 2011 إلى 28 جانفي 2011" ، "المرجع السابق" ، ص902 .

(2) Christiane CAMPAGNA, « Le rôle de la presse selon les propriétaires et rédacteurs des journaux Montréalais 1830-1880 », op.cit, p117.

(3) المركز اللبناني لتعزيز المواطنة: دور الإعلام في الشفافية و في الوصول إلى المعلومات، مقال منشور على الموقع الإلكتروني: <https://lcaclebanon.wordpress.com/2012/12/.../mediaa>

(4) Med Cherif ilmane : Dictionnaire d'économie et de science sociale, BERTI édition, Alger, 2009, p315.

(5) محمد برهام المشاعلى: الموسوعة السياسية و الاقتصادية، دار الأحمدي للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص19 .

(6) Adam Smith, traduction française de Paulette Taieb : Enquête sur la nature et les causes de la richesse des nations, édition PUF, France, 1996, p33.

بها الإنسان و المجتمع على حد سواء، باستخدام النقود أو ب عدم استخدامها...توظيف موارد الإنتاجية النادرة لإنتاج مختلف السلع خلال الزمن ، و توزيع هذه السلع للاستهلاك في الوقت الحاضر، و في المستقبل بين مختلف الأفراد و مختلف الجماعات"<sup>(1)</sup>.

والمعلومة الاقتصادية إذن هي مزيج مركب من إشارات كمية لمتغيرات اقتصادية حقيقية منها السعر، معدلات معينة أو نسب مئوية<sup>(2)</sup>. و هي تتضمن مجموعة البيانات، الأخبار، الأرقام و الدلالات المؤكدة و غير المؤكدة التي تتعلق بواقع اقتصادي معين ، سواء كانت تلك المعلومات عامة أو خاصة ، بغض النظر عن درجة تأثيرها في القرار الاستثماري ، وقد تتعلق هذه المعلومات بالدولة و الحكومة بصفة عامة ، أو بشركة من الشركات التجارية ، أو إدارة من الإدارات الحكومية أو الخاصة ، و قد تكون المعلومة الاقتصادية عامة متاحة للجميع ، كذلك المنشورة في الصحف و الدوريات و المواقع الالكترونية المتخصصة ، وقد تكون غير معلنة ، وهي إما معلومات خاصة ؛ كذلك التي تقدمها المراكز الاستشارية لمستثمر معين لتمكينه من اتخاذ القرار المناسب، و إما معلومات اقتصادية سرية يحظر نشرها أو اطلاق الغير عليها إلا وفقا للإجراءات الرسمية ، كذلك التي تؤثر تأثيرا جوهريا في أسعار الأسهم ، أو تلك المعلومات التي يفرض النظام الالتزام بالحفاظ على سريتها كالأسرار التجارية"<sup>(3)</sup>.

يظهر دور الصحافة الاقتصادية خاصة في وقت الأزمات . فإذا كان يتطلب منها دور كبير و عميق في الأوقات العادية من نقل المعلومات الصحيحة و الدقيقة و في الوقت المناسب للأفراد أي كانوا مستهلكين أو منتجين أو مستثمرين، فإن هذه المهمة تكون أجدى إذا ما نفذت على وجهها الأكمل في وقت الأزمات، إذ أن الأفراد يزداد طلبهم

---

(1) خالد الشمري ناظم، "المرجع السابق"، ص.ص(25- 26).

(2) Zohra Gharbi, « L'information économique et son intérêt », acte de séminaire sur l'information économique en collaboration avec la fondation Friedrich Naumann et du centre culturel Français, institut de presse et des sciences de l'information, université de Tunis1, 1993, p10.

(3) محمد عرفة ، "مصادر المعلومات الاقتصادية في سوق المال السعودي و أهمية حمايتها"، جريدة الاقتصادية ، العدد: 5296 ، 11 أبريل 2008 ، ص12.



على المعلومة عن طريق الإعلام الاقتصادي عامة و الصحافة الاقتصادية على وجه الخصوص<sup>(1)</sup>.

هناك ثلاث مستويات للمعلومات، فأما المستوى الأول فيتمثل في المعلومة الواقعية، السهلة، المتوفرة و قليلة التحليل...، و المستوى الثاني يتواجد في المعلومة الواقعية والتحليلية التي تفترض التفصي تقديم آليات اجتماعية، قراءة تاريخية لا سياق ، و النوع الأخير يتواجد في المعلومة الإستراتيجية...<sup>(2)</sup>. و المكونات الرئسية للمعلومة الاقتصادية يمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات كبيرة، وهي كالتالي:

1- معلومات حول الأقسام الاقتصادية (الإنتاج الداخلي الخام، الإنتاج الوطني الا خام، الدخل الوطني، الاستهلاك، الاستثمار، الاستيراد و التصدير...).

2- معلومات حول الأقسام المالية (الكتلة النقدية و مكوناتها) و مميزات السوق المالية(مدخرات ، سعر الفائدة...).

3- معلومات حول العلاقات السلوكية (سعر، مضاعفات و النسب المئوية التي تقيس السلوك الخاص بالأفراد داخل كل النشاطات الاقتصادية<sup>(3)</sup>). و اتخذ صص في جمع المعلومات يزيد من الفعالية و هذا ما كانت تدافع عنه "أرمل ألا شيان" (Armel Alchian). وتتضمن المعلومة الاقتصادية كافة البيانات و المعلومات المتعلقة بالأنشطة الاقتصادية لذلك البلد، و هي تغطي جميع دورات الإنتاج و الاستهلاك و حركة البضائع و الخدمات، و تسمح أيضا بتحديد و توصيف الجهات الفاعلة ، المعاملات و الحركات المختلفة التي تؤثر على الحياة الاقتصادية<sup>(4)</sup>. و تتركز كل معلومة اقتصادية

---

(1) ماهر عودة الشمائلة و(آخرون)، "المرجع السابق"، ص.ص(60-61).

(2) Jean Cartier -Bresson, « L'économie de l'information et l'analyse des réseaux de corruption », *La RevueHermès*, numéro : 19, 1996, p213.

<sup>3</sup>Jean Bénard : *Comptabilité nationale et modèle de politique économique* ,France, (sans maison d'édition), 1972 ,p30.

(4) Fondation Friedrich Ebert : *Guide de journalisme économique*, bureau d'Alger, 2005, p193.

على أسس تقويمية، حتى تكون صالحة للطرحو المعالجة و استثمارها إعلاميا و وفق  
مراحل، أهمها:

- مرحلة الرصد و التجميع: حيث يتم التفتيش عن القضايا و الم شاكل و المعلومات  
الاقتصادية، ورصدها من المصادر الصالحة ثم تجميعها، ليكون لدينا كم من المعلومات  
الاقتصادية.

- مرحلة الانتقاء و التقويم: تعمل هيئة التحرير على انتقاء الأفضل من المعلومات  
المرصودة، ثم تبدأ بتقويمها لمعرفة كيفية طرحها و تحديد زوايا معالجتها بغية تحقيق  
سبق إعلامي في أسلوب تناولهاو معالجتها.

- مرحلة الطرح و المعالجة و الاستخلاص: بعد تحديد القضية المطلوب معالجتها و وفق  
إستراتيجية الوسيلة الإعلامية، يعتمد الصحفي على فنية أسلوبية، ترتكز على أسلوب  
الطرح و منهجية المعالجة، وطريقة استخلاص النتائج، بأسلوب يمزج بين تخصصية  
الموضوع و بساطة الشرح.

- مرحلة التمايز: يعتمد كل إعلامي اقتصادي إلى تحقيق سبق إعلامي اقتصادي عن طريق  
تناول أخبار أو قضايا مثيرة و غير معروفة أو مطروحة من قبل، فيحقق تمايزا بمعالجتها  
أو طرحها. و يكون التمايز عن طريق إجراء بحوث ميدانية و التفتيش عن أخبار نادرة لم  
يسبق أن عالجه أحد من قبل.

- مرحلة معرفة شروط الخبر الاقتصادي: تمر عملية اختيار الخبر الاقتصادي بشروط  
تقويمية يجب على الإعلامي مراعاتها، و تتمثل في:

الحذر من الوقت الذي ينعدم فيه الاهتمام بالأخبار مثل أيام العطلة  
والأعياد.

الخبر الاقتصادي هو خبر مركزي، ومع ابتعاده عن دائرة و جود  
القارئ يقل اهتمامه به، فمقياس أهمية الخبر الاقتصادي بالنسبة

للمحرر يكون بمدى معاناة القارئ بالقضية الاقتصادية و معرفته بها، فكلما كان الخبر أقرب كان الاهتمام به أوسع.

- تتطلب عملية رصد المشاكل الاقتصادية و معالجتها من الإعلامي أن يعرف الخلفية السياسية للخبر، فيعرف الناس بها و يشرح تفاصيلها و أبعادها حتى يمكنهم من فهم أسبابها و نتائجها ، و في شرحه للمعلومة الاقتصادية لابد للإعلامي من شرح خلفياتها التاريخية و الاجتماعية لتمكن من الإحاطة بجوانب الموضوع كله.
- الإعلام الصلب يتطلب الفنية الأسلوبية لكتابة الخبر الاقتصادي، تقنية متخصصة تكتسب بالخبرة و الممارسة ، تركز على فن تحديد الهدف من خلال معرفة سابقة بمستوى القراء و المتلقين، وتحديد مستوياتهم العمرية و الثقافية، وقدرتهم على الفهم ، فتحديد الهدف يفرض معالجات خاصة يلتزم بها الصحفي لشرح فكرتهو تسهيل وصل معلوماته إلى الهدف المحدد(1).

إن عملية جمع المعلومات الدقيقة تمثل المرحلة الأساسية التي تسبق أي تحرك اقتصادي، ويشير علماء المعلومات إلى أن صياغة المعلومات من أوسع الصناعات نحو العالم(2). و بذل العلماء جهداً للوصول إلى عدد من المواصفات و المعايير التي يرون أن توافرها في المعلومة يساعد على جعلها قوية ومؤثرة، وقد وردت هذه الصفات في نطاق وسياق جودة المعلومة Quality of information، وهي:

- أن تكون المعلومة موثوقاً بها و صحيحة Reliable and accurate، أي أن المعلومة يجب أن تكون متوافقة و مطابقة للواقع ، و تزداد الثقة في المعلومة إن في الإلم كان مراجعتها بوسائل محايدة.

- يجب أن تكون المعلومة حديثة Up-to-date ومناسبة للغرض الذي تستخدم فيه.

---

(1) جورج كلاس و ميشال سبع: الإعلام المتخصص فنون و تقنيات ، منشورات الجامعة اللبنانية ، لبنان، 2009، ص.ص(71-73).  
(2) رشيد حسن راضي، "اتجاهات طلبة الإعلام نحو تدريس مادة المعلوماتية"، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد: 56، 2009، ص.ص (384 - 385).

يجب أن تكون واضحة *Intelligible*، ومفهومة بالنسبة للمستقبل، و المعايير التي تقاس بها قيمة المعلومة تختلف باختلاف الثقافات و بمستوى الفهم المشترك بين أطراف الاتصال، و باختلاف المؤسسات التي تدير وسائل الإعلام أو المعلومات<sup>(1)</sup>.

كتب الصحفي "فيليب بورنج" (Philip Bowering) في صحيفة *The international Tribune Herald* حول عدم الحصول على المعلومات في حينها أو الأضرار الناجمة عن تلقي معلومات خاطئة، وقد عرض "بورنج" تقرير البنك الدولي الصادر في ماي عام 1977، و الذي وصف حالة الشركات في اندونيسيا التي بلغ إجمالي اقتراضها إلى ضعف ما كان متوقعا، ومن ناحية أخرى لم تعكس الأرقام الرسمية في سائر أنحاء المنطقة المستويات العالية للقروض الخارجية، ولم تكن بيانات البنك المركزي أدسن حالا، و لاشك أن وجود هذه الفجوة المعلوماتية هي مسؤولية مشتركة تضم الحكومة، ودوائر الأعمال القطاع المالي، بوصفها جهات رئيسية مسؤولة عن تقديم المعلومات، ولم تعف بالطبع وسائل الإعلام عن المسؤولية، أو تتجاهل طريقة معالجة الصحفيين للأنباء الاقتصادية<sup>(2)</sup>. فالاحتفاظ بالمعلومات عند مصدر الخبر لا يعني تجميدها بل بالعكس يعني نقلها بصفة مستمرة<sup>(3)</sup>، و المعلومات لها قيمة إلا إذا وصلت في الوقت المناسب و بالشكل الملائم، فنشر المعلومات غير كافي فمن الضروري تحويلها إلى أفعال لخلق القيمة المضافة<sup>(4)</sup>، مع أن نوعية المعلومة مرتبط بشروط الحصول عليها، حيث ينبغي أن تكون معروفة من قبل مستخدميها للحكم عليها ما إذا كانت صحيحة أو مشكوك فيها<sup>(5)</sup>.

تظهر أهمية المعلومة الاقتصادية أولا على مستوى الفرد، فامتلاك معلومة اقتصادية كاملة تسمح بزيادة عقلانية العمل الذي يتم المباشرة فيه، لأن اتخاذ القرار الصحيح

---

(1) محمد صديق الصادق الزين، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية بالتطبيق على صحيفتي الاقتصادية السعودية و فايننشال تايمز البريطانية 2008-2009"، المرجع السابق، ص.ص (56-57).

(2) خالد الشمري ناظم، "المرجع السابق"، ص.ص (237-238).

(3) زهير احدا دن: "الصحافة المكتوبة في الجزائر"، المرجع السابق، ص. (150).

(4) Bruno Martinet et Yves- Michel Martin : *L'intelligence économique comment donner de la valeur concurrentielle à l'information*, édition d'organisation, deuxième édition, France, 2001, pp(75-105).

(5) Ridha CHKOUNDALI, « Sources et traitement de l'information économique », acte de séminaire sur l'information économique en collaboration avec Friedrich Naumann et le centre culturel Français, institut de presse et de sciences de l'information, université de Tunis 1, 1993, p15.

ينطلق من المعرفة الجيدة للمحيط الاقتصادي، فالمعلومة الاقتصادية تعني لنا كأفراد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛ ثانيا على مستوى المؤسسة حيث يتم تحسين منافسة هذه الأخيرة و بالتالي زيادة في الجهاز الإنتاجي، كما أن المعلومة الاقتصادية تعد بمثابة أداة للتوقع و التنبؤ كما هو الحال في مجال البورصة<sup>(1)</sup>. بالإضافة إلى أن المعلومة الاقتصادية يمكن أن تشكل الدعامة اللوجيستية الحقيقية لواضعي السياسات الاقتصادية، و البحث عن مزيد من وضوح المعلومات و اتخاذ القرار، و الإلحاح في مطالبة الإجراءات المناسبة من أجل تقريب المعلومة من القرار، خاصة لجعل التوجيه الاقتصادي الوطني أكثر كفاءة، كما أنها تساعد في قيادة الاقتصاد الوطني، و الكشف عن إشكالية التخطيط في الاقتصاد المركزي و اقتصاد السوق، و بالنسبة للعلاقة القائمة بين المعلومة الاقتصادية و عملية صنع القرار يجب أن تكون علاقة ثنائية أحادية المعنى، و لكن طبيعة هذه العلاقة في الجزائر ينبغي إعادة النظر فيها<sup>(2)</sup>.

#### ❖ تصنيف المعلومات الاقتصادية:

أصبح العالم في أمس الحاجة إلى معرفة ما يجري في المجال الاقتصادي و فروعه، و الصحافة الاقتصادية مطالبة أكثر من أي وقت مضى بضرورة إعلام الغير بكل الانجازات و الاكتشافات، التي من شأنها أن تفيد البلاد و تسمح لها بالمزيد من المكتسبات<sup>(3)</sup>.

يمكن تصنيف المعلومات وفقا لعدة معايير اقتصادية :

-معلومات حول المجاميع الاقتصادية (النتاج المحلي الإجمالي، الناتج القومي الإجمالي، الدخل الوطني، الاستهلاك، الاستثمار، التصدير و الاستيراد...).

(1)Zohra Gharbi, « L'information économique et son intérêt », op.cit, pp(11-14).

(2)Ahmed SOUAMES : Système national d'information économique, le rôle de l'information économique dans le processus décisionnel, professeur en science économique, université d'Alger, sans date, p1.

(3)مصطفى المصمودي : النظام الإعلامي الجديد، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، 1985، ص.ص(118-120).

-معلومات حول المجاميع المالية (الكتلة النقدية ومكوناتها ، خصائص السوق المالي، الادخار و معدل الفائدة...).

-معلومات حول العلاقات السلوكية (السعر ، المضاعفات و قياس نسبة الأفراد في النشاط الاقتصادي العام)<sup>(1)</sup>.

2- يتم تمييز على مستوى الإحصائيات الاقتصادية نوعين من الإحصائيات:

-الإحصائيات الأولية، وهي نتيجة لإنتاج إحصائي مباشر سواء بطريقة التعداد أو التحقيق عن طريق سبر الآراء -إحصائيات من نتاج النشاط الإداري، في هذه الحالة فهي نتيجة النشاط الإداري، و التي في الأصل لها أغراض أخرى، تتضمن إحصائيات التجارة الخارجية التي تم تجميعها من خدمات الجمارك<sup>(2)</sup>.

3- حسب القطاع و نوع النشاط:

-المعلومة الزراعية (الزراعة و تربية الماشية) - المعلومة الصناعية (مرتبطة بالحياة الصناعية)- المعلومة التجارية - معلومة الأسهم (معلومات متعلقة بالبورصة).

4- حسب المستوى الهرمي للاقتصاد:

-الاقتصاد الكلي (الدخل-الاستثمار -الاستهلاك- معدل البطالة)- الاقتصاد الجزئي (إنتاج واستهلاك الوكلاء الاقتصاديين)<sup>(3)</sup>.

❖ كتابة القصص الاقتصادية:

بدأت المقالات الاقتصادية أعمدة في الجرائد اليومية، ثم تحولت الأعمدة الاقتصادية إلى أسبوعية و على نحو مستمر، ثم ظهرت التقارير الاقتصادية عرضية و تحولت فيما بعد

(1) Zohra Gharbi, « L'information économique et son intérêt », op.cit, p10.

(2) Fondation Friedrich Ebert, op.cit, p140.

(3) Friedrich Ebert Stiftung , réseau des journalistes économiques du Bénin : Guide du journaliste économiquement pour la production de presse sur le commerce multilatéral, op.cit, p20.

لتقارير أسبوعية منتظمة. و تطور تقديم التقارير الاقتصادية كثيرا في العقود الثلاثة الأخيرة فقد خرج الصحفي من دائرة تعامله مع الأرقام والإحصائيات.

تتسم الفنون الصحفية في الدوريات المهمة بالقضايا الاقتصادية بالجدية و هي أقرب إلى استخدام الأدوات في البحوث الإعلامية مثل: الرسوم البيانية و الجداول ، ولذلك فان فنون الإخراج الصحفي في الصحافة الاقتصادية تمتاز بإضافة عناصر غرافيكية عديدة لتخليص هذه الصفحات من الجمود. يمكن صياغة القصص الاقتصادية صياغة درامية يدخل فيها التآمر و الصفقات ، أنصار يدعمون الاتجاه السائد ، وذروة تثير انتباه القارئ ، ثم الحلول التي تقضي إلى نتائج ، و في مراحل هذا النسيج القصصي يجب التركيز على صناعات القصة (الحدث) أو المؤثرون به تأثيرا قويا ، فالقصة الاقتصادية واقعية فلا تشير إلى صناعات الحدث رمزا بل تذكرهم صراحة ، وتكتب عن المدراء بأسمائهم و يضع المحرر الاقتصادي مخاوف الناس المحليين<sup>(1)</sup>. كما أن الجهود الرامية إلى تخفيض نسبة البطالة تمثل قصصا جيدة للصحفي المعتم بالتنمية<sup>(2)</sup>.

القاعدة الأولى للكتابة بأسلوب جيد هي أن تكون لدينا شيء نقوله ، واللغة المستخدمة في الاقتصاد هي في الغالب جافة و مليئة بالحشو. و يقتضي أسلوب الاتصال المكتوب وجود مستلزمات لتوفير الأسلوب السليم: الوحدة في الموضوع - الترابط بين مكوناته و القوة و التأثير التي تعد مبادئ من مبادئ الكتابة الفعالة، و يطبق المبدأ القائم على الوحدة في ثلاث مستويات: وحدة كل جملة على حدة - وحدة كل فقرة على حدة - و وحدة الرسالة الإعلامية كلها. و تتميز الكتابة الناجحة بخليط من الجمل البسيطة المباشرة، و الكتاب الجيدون يحتفظون على هذا التوازن القائم على ذكر الحقائق بوضوح و نقل المعلومات بطريقة سهلة الفهم.

ومن ألد أعداء الدقة في الكتابة الاقتصادية استخدام العبارات المجردة بدلا من المحددة.

---

(1) ماهر عودة الشمالية و (آخرون)، "المرجع السابق" ، صص(74- 75).  
(2) ألبرت.ل. هستر ، واي لان ج.نو، ترجمة كمال عبد الرؤوف : دليل الصحفي في العالم الثالث، الدار الدولية للنشر و التوزيع ،مصر، 1992، ص87.

و إذا أراد الكاتب الاقتصادي صياغة قصة متكاملة فعليه الانتباه إلى خمس نقاط أساسية تتمثل في: تحديد الأفكار التي يود المرسل نقلها - الوضوح و الدقة - الأسلوب - الصياغة و الشكل(1).

تحتاج القصة الإخبارية الاقتصادية، كأى قصة إخبارية أخرى إلى فقرة استهلالية أو رئيسية قوية تشد انتباه القارئ أو المشاهد. وقد يكون استخدام بعض الأرقام الأساسية وحدها - إذا كانت تشكل خبرا - أساسيا لفقرة استهلالية فعالة. و يميل الصحفيون في الغالب إلى استخدام شخص واحد أو حدث واحد يتعلق بموضوع القصة ككل لإعطائها وجهها إنسانيا(2).

### ❖ القصة الاقتصادية الناجحة:

يساعد الأسلوب الذي يتم اختياره لكتابة القصة الاقتصادية في إنجاز المهمة في شكل محدد المعالم. و ربما تساعد النقاط التالية على ذلك:

- إعداد قائمة بالمراجع التي تحتوي على الموضوعات التي من المفترض العمل بها بما في ذلك المواقع على الشبكات الحاسوبية.

- الاطلاع على التفاصيل ذات الصلة بالموضوع من المراجع المختلفة.

- اختيار الأفكار الرئيسية ذات الأهمية النسبية لموضوع الكتابة التي ستجزها القصة.

-مراجعة المصطلحات مرات عديدة و العمل على توحيدها.

-الاستفادة من نظام التقسيمات بين الرئيسية و الفرعية للموضوع الذي سيتم تناوله.

-وضع مسودة للموضوع.

---

(1) ماهر عودة الشمايلة و (آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص.ص (76- 77) .

(2) مارجي فريني و(آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص9 .



يجب أن تخضع المواد الاقتصادية للمراجعة سواء تمت من قبل منتجها أو هيئة التحرير، وذلك لتخليصها من أخطاء قد يقع بها المراسلون أو المحررون. ومن أبرز هذه الأخطاء :

أولاً: عدم الدقة و التي ينتج عنها : البيانات و الحقائق الخاطئة، أو المبالغة في عرضها - العرض غير الموفق نظراً لحذف حقائق و معلومات مهمة- الأخطاء في المعلوماتو البياناتو المصطلحات أو الاقتباسات أو الاستنتاجات المبذولة على براهين خاطئة أو ناقصة- المعالجة الرياضية القاصرة-عدم التمييز بين المعلومة أو الحقيقة و الرأي.

ثانياً: العرض الناقص و قد يتأتى من: الترتيب و التنظيم غير ال صحيح لل فقرات، أو أن تعرض المادة قضايا لا يجب تضمينها فيها- معالجة الموضوع بطريقة ناقصة - الكتابة بإسهاب و بتفاصيل غير مبررة- عدم التمييز بين ما هو جديد و بين من هو معروف مسبقاً بالفعل.

ثالثاً: قد يعتري الأسلوب بعض الهنات التي تتولد من : الجمل الطويلة و عدم مراعاة التوازن بين الجمل- التراكم اللغوي المعقدة فوق مستوى القراء العاديين- الخ طأ في استخدام أزمنة الأفعال ، أو قواعد النحو- استخدام الكلمات التي تحمل أكثر من معنى ، أو ليس لها معنى في الموضوع...<sup>(1)</sup>. و يؤكد خبراء الصحافة الاقتصادية أن الطريق الأنجع لبناء القصص المؤثرة يأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

- القدرة على الوصول إلى مصادر الأخبار الاقتصادية، و يحكم هذه الخاصية علاقات المحرر الاقتصادي بصناع القرار و السياسيين، و في الوقت نفسه القدرة على تحليل المعطيات المستخلصة و ربطها بسياقها العام- كسر حاجز الخطر و التحيز- النزاهة في المجال الاقتصادي و عدم ترجيح كفة جهة على حساب الحقيقة- الصياغة الإعلامية التي تتجلى في الانجاز و التكثيف و تزويد النصوص المعقدة بالرسوم البيانية، و التحليل و الاستقرار و تبسيط القصة المعقدة- صدق المحرر مع نفسه و مع الآخرين، بل ينبغي

---

(1) عبد الرزاق علي الهيتي " المرجع السابق " ، 2015 ، ص.ص(64- 66).

محاباة المستثمرين على حساب قناعات المحرر و صدقه مع القراء الذين يتوجه إليه مو أصحاب الفعاليات الاقتصادية الذين يتناولهم فيما ينشر.

يتسارع مرشدي المؤسسات إلى مقابلة الصحافة عندما يكون كل شيء على ما يرام و كذا عندما يستعدون لإرسال أسهم أو إطلاق منتج جديد و فتح الأبواب للصحافيين تكون في غالب الأحيان من أجل عملية تجارية إستراتيجية التي تستعد لها وسائل الإعلام ، و لكن تتردد أكثر في الحالات الصعبة . هذا المدخل الانتقائي له نتائج أخرى، فنقرىبا جميع صور المؤسسة أو المقاولين تم نشرها في الصحف و بنها في التلفزيون تتحدث عن النمو السريع للمؤسسات التي اخترقت الأسواق الأجنبية، و كذا الابتكارات التي حولت المروجين إلى أصحاب الملايين...، و لكن في الواقع تسع مؤسسات جديدة على ع شر تزول قبل خمس سنوات ! فمتى تعلم الجرائد قرائها عن هذه القصص الفاشلة؟ و هذا يدخل في إطار خلق أسطورة أنه من السهل النجاح في عالم الأعمال ، مما أدى بالمقاولين الشباب إلى الاصطدام بالواقع الحقيقي<sup>(1)</sup>.

### ❖ مصادر الصحافة الاقتصادية:

مصادر المعلومات هي جميع الأوعية أو المواد التي تشتمل على معلومات، يمكن الاستفادة منها، وتعد العنصر الأول من عناصر مراكز المعلومات<sup>(2)</sup>، لها دورا دوليا في تزويد وسائل الإعلام في العالم بالأنباء و التعليقات، أو في الحصول بشكل مباشر إلى الجماهير في الدول الأخرى<sup>(3)</sup>. و مصادر الصحافة الاقتصادية هي بمثابة "الأدوات التي تصل الجريدة من خلالها على مادتها الإخبارية وغير الإخبارية"، و يبقى تحديدها من أ صعب وأدق مهام المحرر الصحفي<sup>(4)</sup>.

(1) Pierre Sormany , op.cit ,p377

(2) محمد فتحي عبد الهادي و(آخرون): مراكز المعلومات الصحفية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 1996، ص53 .

(3) جيهان أحمد رشتي : الإعلام الدولي ، دار الفكر العربي، (مكان النشر غير موجود)، 1986 ، ص355 .

(4) محمود عزت اللحام ومروى عصام صلاح : الصحافة بين الواقع والطموح ، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى،الأردن، 2015، ص132.

المصدر قد يكون شخصا أو هيئة أو وسيلة إعلامية جماهيرية أو وكالات أنباء، و لا يوجد خبر دون مصدر لكن تتفاوت طريقة التعامل مع هذه المصادر. فهناك تقسيما مه ما يتضمن المصادر الداخلية و المصادر الخارجية. فأما المصادر الداخلية فهي تعكس مجهود طاقم المؤسسة الإعلامية، وتكمن أهمية الأخبار ذات المصادر الداخلية في إعطاء مصداقية للمؤسسة الإعلامية و جعلها أكثر ارتباطا بالواقع و الحقائق هو ما يسمى بالإعلام الواقعي. ويرجع بعض الباحثين دوافع اعتبار القائم بالاتصال م صدر الرسائل الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقبالها و جمعها ، ولكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها<sup>(1)</sup> أما المصادر الخارجية فيتم اللجوء إليها للتزود بالمعلومات أو الوقائع أو الآراء ، وهي مصادر تجعل المؤسسات تسير الأحداث، غير أنها تتطلب ميزانية خاصة للاشتراكات وهي ضرورية و لا بد من اللجوء إليها. و الإكثار من المصادر الخارجية يقلل من مصداقية المؤسسة ، كما قد تتعارض مع سياستها أو ثوابت البلد الموجودة فيه، ولهذا ينصح بإعادة صياغة أخبار الوكالات وفق سياسة المؤسسة، وتطعيمها بالمصادر الداخلية<sup>(2)</sup>. يحتاج الصحفي إلى مصادر متخصصة و متنوعة لأي قصة إخبارية اقتصادية يقوم بإعدادها، و في معظم الحالات يتعين على الصحفيين البدء من الأعلى و محاولة إجراء مقابلات مع صناع القرار الرئيسيين. فعند الكتابة عن شركة ما مثلا فال صحفي يحاول مقابلة مديرها العام أو رئيس مجلس إدارتها، فغالبا ما تُعين الشركات ممثلين صحفيين لها للتعامل مع وسائل الإعلام في مسعى منها لثني عن المضي في تحقيقاتهم إلى أبعد من ذلك ، لكن الأشخاص في قمة إدارة الشركة هم أفضل من يصف إستراتيجيتها، و غالبا ما يكونوا الوحيدين القادرين على الإفصاح عن المعلومات الهامة. و من مصادر المعلومات القيمة في مؤسسة كبير محاسبيها و مديرها المالي و كاتب حساباتها الأول، لأنهم غالبا ما يكونون قادرين على شرح الميزانيات الملتبسة و غيرها من البيانات المالية للشركة<sup>(3)</sup>. ولكن في كثير من الأحيان ما يلجأ الصحفي إلى استعمال المصادر المجهولة ، فقد ناقش "تشارلز سيب" (Charles Sib) محقق الشكاوى في صحيفة "واشنطن بوست"

(1) فوزية عكاك ، "دور القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية"، مجلة فكر و مجتمع ، العدد: 10 ، أكتوبر 2011 ، ص 181 .

(2) عبد العالي رزاقى : الخبر في الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و الإنترنت ، "المرجع السابق" ، ص (156- 162) .

(3) مارجي فريني و (آخرون) ، "المرجع السابق" ، ص 8.

(Washington Post) في عموده الصحفي سنة 1975 ، موضوع التعامل المتزايد مع المصادر المجهولة. و قد أشار فيه إلى بحث قام به البروفيسور "هيچ م.كلبرستن" ( Haig M. Kalperston) الأستاذ بجامعة أوهايو عن التعامل مع الم صادر غير المعروفة، والصحفيين لديهم القدرة على التمييز بين المصدر الذي يطلب عدم ذكر اسمه ليحمي نفسه من أية تصرفات انتقامية ...، و المصدر الذي يطلب الطلب نفسه ليتجنب أن تكون له أية صلة ببيان رسمي يفيد شخصيا، أو ينتج عنه احتمال أن يتعرض لبعض الانتقادات ... ، وعموما فان إدراك الدافع وراء طلب عدم ذكر الاسم غالبا ما يكون أمرا ليس سهلا(1). و يتعين على الصحفي أن يوثق و يثبت المعلومات التي يحصل عليها من مصدر لا يذكر اسمه، حتى لو استعان بمصادر أخرى منفصلة عن المصدر الأساسي تماما، و لم تذكر أسمائها تماما. وهذا ما كان يمارسه كل من "ودوارد وبرنشتين" Woodward and Brechtien) في جزء كبير من فضيحة وترجيت Watergate. فقد سعى إلى الحصول على المعلومات من مصدرين أو ثلاثة مصادر منفصلة تؤكد ما حصل عليه من معلومات من المصدر الذي طلب عدم ذكر اسمه. كما أن الموافقة على عدم ذكر الاسم يجب ألا تكون هي الحل الأول الذي يلجأ إليه الصحفي عند تعامله مع مصادر الأخبار ، فعليه إيجاد بدائل أخرى...، فنقديم العديد من الأسباب المقنعة التي تدعو إلى التعامل مع مصادر أخبار دون ذكر أسمائها لا تسهل مهمة الصحفي(2).

تعددت التقسيمات الموجهة لمصادر الصحافة الاقتصادية:

#### ■ التقسيم الأول:

- وزراء المجموعة الاقتصادية و كبار المسؤولين فيها ، وهذه الوزارات هي: التخطيط ، الاقتصاد، المالية، التموين، التجارة ، الداخلية، الصناعة، البترول، الثروة المعدنية، السياحة و الهيئات التابعة لها وكبار المسؤولين فيها.

---

(1) هيربرت سترنز ، ترجمة سميرة أبو سيف: المراسل الصحفي و مصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، مصر ، 1988، صص(135- 137).

(2)"نفس المرجع"، صص(137- 138).

-المسؤولين عن المصالح و المؤسسات المالية و الاقتصادية و الشركات الصناعية و الإنتاجية العاملة في البلاد- أفراد البعثات الاقتصادية و الصناعية المتصلة بشؤون الإنتاج و الصناعة و التي ترسل إلى الدول الخارجية.

- المراكز و الأقسام الاقتصادية التابعة للجهات المختلفة، وأقسام و أ سائذة التجارة و الاقتصاد.

-المؤتمرات الاقتصادية و الصناعية و الإنتاجية في الداخل و الخارج و المعارض الإنتاجية المختلفة.

-نقابة التجار و النقابات و اتحادات العمال، و غيرها من التجمعات المهنية ، و رجال المصارف و البنوك و المشرفين على البورصة و سوق المال.

-جمهير المستهلكين و المتعاملين في مختلف الدوائر الاقتصادية - التقارير و الأبحاث و المجالات التي تصدرها مراكز البحوث و كليات التجارة و الاقتصاد و الهندسة و الزراعة، و غيرها من الجهات العاملة أو المتصلة بالأنشطة الاقتصادية و التنموية.

-مراكز المعلومات، ووكالات الأنباء التي تقدم خدمات اقتصادية متنوعة.

-التقرير السنوي لديوان المحاسبة، وهو الذي يبين الحساب الختامي للدولة في السنة الماضية المنقضية، و يبين إلى حد نفذ قانون ربط الميزانية ، و يكشف عن الأخطاء التي ارتكبت في التنفيذ و المخالفات المالية و الاختلاسات و التزوير في صرف الأموال العامة ، و هذا التقرير سيعطي صورة صادقة عن الأداء الحكومي<sup>(1)</sup>.

## ■ التقسيم الثاني:

1- المصادر الرسمية: تشمل المعلومات و الأخبار و الأنشطة التي تقوم بها الوزارات و الإدارات الرسمية و العامة ، مثل رئاسة الوزارة و الوزارات المختصة (المال، الزراعة، الاقتصاد، التجارة و الصناعة) و الإدارات و المجالس التي لها علاقة بالاقتصاد ،

---

(1) إسماعيل إبراهيم: "المرجع السابق"، ص.ص(281-282).

كالمجلس الاقتصادي الاجتماعي ، و اللجنة النيابية للمال و الاقصد صاد، و التجارة و الملحقين الاقتصاديين في السفارات ، و المصرف المركزي. و غلبة الم صادر الرسمية يعني بوضوح أن البحث تم إعداده منذ فترة طويلة، وأحد الدراسات المشهورة في هذا المجال تلك التي قامت بتحليل الأخبار المنشورة في الصفحة الأولى من صحيفة "واشنطن بوست و نيويورك تايمز" (Washington Post and New York Times) في 1949، 1954 1959 1964 ، و 1969 . و حول 2850 خبر تم إحصاء 58 2 % كان جمعها بالشكل الروتيني (المؤتمرات الصحفية ، البيانات ، الأشغال العامة للجان المختلفة)، في حين 25 8 % كانت نتيجة مبادرات صحفية (مقابلات ، تغطية الأحداث وأحداث مستقلة)؛ أما نسبة 81 3 % كانت مصادر رسمية. توصل "سيغال" (SIGAL) في هذه الدراسة إلى أن عندما تصدر الأخبار من قنوات روتينية - كما هو الحال في معظم الأحيان- فإن الصحفيين يتركون القرارات المتعلقة باختيار الأخبار للمصادر<sup>(1)</sup>.

2- المصادر المحلية غير الرسمية : ومن هذه المصادر المؤسسات المالية و المصرفية و الاقتصادية ، و غرف الصناعة و التجارة و النقابات و الاتحادات العمالية، مراكز البحوث الصناعية ، مراكز الدراسات و الإحصاءات .

3- المصادر الخارجية : وكالات الأنباء الخارجية ، المجلات و الصحف و وسائل الإعلام ، التقارير و النشرات المتخصصة ، الإحصاءات العالمية ، مؤسسات التنمية ، وكالات التغذية و الإغاثة ، الممثلات التجارية في السفارات ، الخبراء الاقتصاديون ، دوائر الإحصاء المركزي ، المستهلك، القوانين المالية المتعلقة بالموازنة و تذييم قطاع الخدمات، مناقشاتو مقررات مجالس إدارة المؤسسات العامتهو الشركات الكبرى ، تقرير ديوان المحاسبة و خلاصات الأحكام التجارية ، المعاهدات الاقتصادية و المالية و الزراعية التي تعقد بين الدول ، ومكاتب الخدمات الاقتصادية و التجارية<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup>Jean Charon, « Les medias et les sources ,les limites du modèle de l'agenda-setting », op.cit, p76.

<sup>(2)</sup> جورج كلاس و ميشال سبع ، "المرجع السابق"، ص.ص(69- 70).

## ■ التقسيم الثالث:

1 -المصادر الذاتية: وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الصحيفة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار مثل المندوب الصحفي و المراسل الخارجي.

2 -المصادر الخارجية : ويقصد بها تلك المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء و الاتفاقيات الخاصة ، الإذاعات المحلية و الأجنبية، الصحف المحلية و الأجنبية النشرات و الوثائق ، شبكات المعلومات و الانترنت و الويب وغيرها<sup>(1)</sup>.

## ■ التقسيم الرابع:

معظم المعلومات المنشورة في الصحف اليومية أو الدوريات يتم الحصول عليها من مؤسسات مختلفة، وهي تشكل شبكة الحياة الاجتماعية. حاول "يفس أنيس" (Yves Agnès) تصنيف هذه المؤسسات إلى سبع أقطاب (مجالات) رئيسية ، تتمثل فيما يلي :

-المجال السياسي: المنظمة المزدوجة (المنتخبين و الإدارات العامة)، مجموعة القوانين، وزن الهيئات الأوروبية.

-المجال العسكري: الشرطة متواجدة على كل الحدود، ولها وظائف متعددة، ولكن يمكن الاستفادة من الخدمات الأخرى ليس فقط في العمليات العسكرية الخارجية، فخطية المعلومات و العلاقات العامة للجيش تتحكم في أغلبية المعلومات، مما يجعلها ضرورية لمصادر معلومات الصحفي.

-المجال القضائي: التقارير المعقدة حول الثلاثي صحافة-قضاء-شرطة ، أدى إلى تنظيم ندوات و بروز سوء استيعاب السلطة السياسية لعمل القضاة الميداني.

---

(1) محمد صديق الصادق الزين ، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة ، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية" ، "المرجع السابق" ، ص 98 .

-المجال الاقتصادي و الاجتماعي: أصبح العمل و إنتاج الثروة من القضايا الأساسية، ونظرا لأهميتها فهي تشكل جزء كبير من المشاكل الجماعية للمجتمع.

-مجال خدمات للمواطنين: فهذا المجال يعني الجميع، وهي خدمات حيوية لحياة المجتمع، وتعد من المصادر المهمة للمعلومات.

-المجال الثقافي و الترفيهي: يبحث دائما المنتجون و الناشرين للمنتجات و الممثلات الثقافية و الترفيهية التواطؤ مع الصحفيين.

-المجال الجمعياتي: هناك عدة منظمات حرة قليلة المراقبة من طرف السلطات العامة، تعتمد على التطوع ولديها إمكانيات قليلة وتتشكو من عدم استماع الصحفيين لانشغالاتها<sup>(1)</sup>.

#### ■ التقسيم الخامس:

- مصادر مكتوبة: تتمثل في الدراسات، التقارير، الصحف، المجلات العلمية، الحالة المالية، مذكرات...

- مصادر شفوية: توفر المعلومات لفظيا، تشمل المقابلات، متابعة المحادثات السمعية البصرية، مناظرات و شهادات...

- مصادر افتراضية: تقدم عن طريق مواقع الكترونية، وهي كثيرة في تناولها للقضايا الاقتصادية<sup>(2)</sup>.

أشار الأستاذين خليفة بوراس و مهدي زعموم إلى أنهم من مصادر معلومات الصحافة الاقتصادية في الجزائر، و المتمثلة فيما يلي :

- الحكومة و هيكلها -المؤسسات الاقتصادية الخاصة و العامة - رجال الأعمال  
- الخواص - مديري الشركات العمومية - الأكاديميين و الاقتصاديين و الباحثين - الملفات

(1) Agnès Yves : Manuel de journalisme, édition media plus,nouvelle édition,Algérie, 2008, pp (70-71).

(2) Friedrich Ebert Stiftung , réseau des journalistes économique du Benin, op.cit, p(24-25).



الإدارية للتوظيف العمومي و مصالح الضرائب- لقاءات الخبراء و المنظمات الدولية - المصادر المتخصصة التقليدية-المعارض المختلفة الدولية ، الوطنية و الجهوية- معاهد الدراسات الإستراتيجية و الإحصائية<sup>(1)</sup>- بيانات محاضرات - بورصة الجزائر - الوزراءفاعلي المجتمع المدني و منظمة أرباب العمل، و كل حدث اقتصادي يفرض مصادر محددة.

يمكن للصحفي استخدام الانترنت في كتابة التقارير الإخبارية الاقتصادية ، فهي أحدى أفضل الأدوات لتعلم المزيد عن الاقتصاد ، ومعرفة من وما يؤثر على هذه الاتجاهات ، و إيجاد الأشخاص و المؤسسات التي تتبعها. و يمكن أن تساعد الانترنت على تدوين الكتابة الصحفية ، بتوفير منفذ إلى أحدث الأبحاث عن كل شيء من أزمات العملة إلى السلع الأولية إلى الشركات ، كما تقدم الانترنت مساعدة جمة للصحفي في بحثه عن بيانات محددة أو مصادر لكتاباته ، و لكن يجب ألا تكون بديلا لطرق الكتابة التقليدية للتقارير الإخبارية ، فما يزال الخروج و التحدث إلى الناس و إجراء مقابلاتو طرح كثير من الأسئلة أمرا هاما ، و من الضروري زيارة الأماكن التي هي موضوع القصة الإخبارية ليرى الصحفي بنفسه كيف تسير الأمور و يفهم الديناميكيات التي تتحكم بالبيانات<sup>(2)</sup>.

يمكن للمحرر الاقتصادي أن يقرأ المؤلفات الكثيرة التي عالجت موضوعات المواصلات ، النقل ، المرافق العامة ، ملكية المجالس البلدية للمرافق ، أجور الشحن و تشريعات الضمان الاجتماعي ، الأجور ساعات العمل و أسباب الترفيه ، فيما هذه الإقلاة من الموضوعات الخاصة التي تهتم المحرر الذي يستقي أنباء التجارة و الاقتصاد و المال و الأعمال. و يتعين على المحرر الاقتصادي أن يسلم نفسه بالمعلومات الأساسية المفيدة<sup>(3)</sup>.

---

(1) خليفة بوراس و مهدي زعموم ، " تجربة الصحافة الاقتصادية المكتوبة في الجزائر" ، المرجع السابق" ، صص (52- 53) .

(2) مارجي فريزي و (آخرون) ، "المرجع السابق" ، صص 25 .

(3) عبد العزيز شرف ، "المرجع السابق" ، صص (148- 150- 151) .

## المبحث الثالث: لوظيفة الإعلانية والتنمية للصحافة الاقتصادية

يعد الإعلان شكلا من أشكال الاتصال ، حيث يساهم في إعلام المستهلك و توجيه الأذواق حسب رغبات المعلنين، و تكمن الوظيفة الإعلانية للصحافة الاقتصادية في ترقية المنتجات و الخدمات محليا ودوليا؛ ويكاد يتوقف نجاح أو فشل أي منتج أو خدمة أو مؤسسة على مدى التأثير الذي يحدثه الإعلان في الجمهور<sup>(1)</sup>. وتعد وظيفة التنمية من الوظائف المعاصرة للإعلام، حيث أصبحت وظيفة الشرح و التفسير و الإقناع و حشد الجمهور، هي تعبير عن دور وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية<sup>(2)</sup>.

### ❖ الوظيفة الإعلانية للصحافة الاقتصادية

نشر أول إعلان صحفي سنة 1625 ، حيث كان يطلق على الإعلان الصحفي اسم "النصائح" ، و كانت هذه الإعلانات تتناول مواضيع كالإعلان عن الكتب، الأدوية ، الشاي و اللبن ، ومواضيع حول المساجين الفارين ، ومع تطور الصحافة المكتوبة و انتشار الدوريات و المجلات زاد استخدام الإعلان الصحفي ، حتى أنه أصبح ينافس المادة التحريرية ، و زاد شأن الإعلان و أهميته بعد ظهور و تطور الثورة الصناعية<sup>(3)</sup>. و من الأسباب التي أعاقت الصحافة عن التوسع في نشر الإعلانات ، و أصابت الإعلانات الصحفية بضربة شديدة هو استخدام الحكومات أسلوب فرض الضرائب على الإعلان ، ليس بقصد زيادة الموارد المالية للدولة ، و لكن بهدف الحد من نمو نفوذ الصحافة و كبح جماحها كوسيلة من وسائل المعارضة. ففي إنجلترا مثلا فرضت ضريبة دمغة قدرها 12 بنسا عن كل إعلان في عام 1712 وظلت هذه الضريبة مفروضة حتى تم إلغاؤها في عام 1853 . و على الرغم من فرض هذه الضريبة فقد ازدهرت الإعلانات الصحفية في القرن الثامن عشر...، ففي سنة 1758 كتب صامويل جونسون يقول: " لقد أصبحت الإعلانات في الوقت الحاضر من الكثرة ، بحيث لم تعد تلفت النظر و أصبح من

(1) فوزي بومنجل ، " الإعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة ، الدراسة الميدانية في المؤسسات الإعلامية و الإعلانية بإقليم مدينة قسنطينة "،

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر، السنة غير موجودة، ص2 .

(2) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، الطبعة الرابعة، مصر، 1988، ص335.

(3) نور الدين ميني، " ثقافة الإعلان وأساليب تطويرها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية " ، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، العدد: 13 ديسمبر 2014 ، ص174 .

الضروري -تبعاً لذلك - أن تكون عبارتها فصيحة و مدعاة للاحترام ، وإثارة المشاعر ، وأن تحمل الإعلانات بشير النجاح(1).

أدى التطور الاقتصادي خاصة بعد الثورة الصناعية إلى زيادة أهمية الإعلان في الصحف، لتصريف الإنتاج، فعن طريق الإعلان يعرف جمهور المستهلكين طريقه إلى السلعة المطلوبة، ويؤدي هذا بالتالي إلى التقدم الاقتصادي للبلاد ، وذلك في حالة قيام الإعلان بمهمته الإعلانية الصادقة دون محاولة غش جماهير المستهلكين(2). و لقد أشارت الندوة الخاصة بالإعلام الاقتصادي التي نظمها اتحاد الصحفيين الجزائريين(UJA) في 24- 25 أكتوبر 1983 إلى دور الإعلان في العملية الاقتصادية، وكذا ترويج السلع و الخدمات من خلال تحسين قنوات التوزيع و الاتصال، وذلك حتى يتسنى للمؤسسات الإنتاجية التعرف بمنتجاتها عبر كافة التراب الوطني ، و بغض النظر عن الاتجاه الإيديولوجي الاقتصادي للبلاد، فالإعلان يعمل على حماية الإنتاج الوطني و تحقيق التكامل الاقتصادي... (3).

و حسب الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار فان دور الإشهار الصحفي يتمثل فيما يلي:

-إعلام المؤسسات و المواطنين بشكل صحيح حول الآفاق الاقتصادية و الاجتماعية للخطة.

-التركيز على الترويج العام للإنتاج الوطني مع تعزيز منتج على آخر بطريقة دورية.

-إعطاء الرسالة الشهرية محتوى معلوماتي و تعليمي، و التي تهدف إلى مساعدة المشتري للقيام بالاختيار العقلاني و الحصول على أكبر قدر ممكن من الفوائد في استخدام المنتج ، بالقضاء على الحكم المسبق مفاده أن "كل ما يأتي من الخارج فهو أفضل"(4).

---

(1) محمد فريد محمود عزت: مدخل إلى الصحافة، دار الفكر العربي، مصر، 1993، ص241.  
(2) نصر الدين نواري: الصحافة و الإرهاب في الجزائر، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص35.  
(3) فوزي بومنجل ، الإعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة ، الدراسة الميدانية في المؤسسات الإعلامية و الإعلانية بإقليم مدينة قسنطينة "المرجع السابق" ص 3.  
(4) Brahim Brahim : Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie, l'édition l'harmattan, France, 1989, p89.

الإشهار عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتر على أساس غير شذوي، حيث يفصح المعلن عن شخصيته، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة (1)، كما يهدف الإشهار كذلك إلى توسيع التسويق و ترويج السلعة ، وذلك من خلال الزيادة في توزيعها و إثارة دوافع الشراء لدى المستهلك و يفرض القناعات و نمط السلوك الاستهلاكي...، كما أن الإشهار يساهم في زيادة الربحية على أثر زيادة عدد الوحدات المباعة أو زيادة السعر دون تخفيض عدد الوحدات المباعة أو كليهما، أو بما يحققه من زيادة في المبيعات...، ومن الطبيعي أن يعكس الإشهار زيادة الاستهلاك و ارتفاع إنتاج السلع المعلن عنها، وهذا لتخفيض سعر السلعة، زيادة الإنتاج، قلة التكلفة و تحسين مستوى السلعة نتيجة للمنافسة التي أوجدها الإشهار (2). و الإشهار لا يتوقف عند مد المتلقي بالمعلومات ، و إنما يسعى إلى التأثير على اتجاهاته و سلوكياته ليصل في النهاية إلى الهدف المطلوب المحدد ، مع ملاحظة ضرورة توافر الجانب المعلوماتي في الإشهار ، مما يجعله نشاطا ايجابيا للمستهلك و لغيره من المستقبلين للوسائل الشهرية... (3). و استخدام الصحافة المكتوبة يوفر للإعلان صفتين هامتين:

## 1 -تحقيق الجانب غير الشخصي في الإشهار.

## 2 - ضمان انتشار الإشهار و وصوله إلى أعداد كبيرة من الناس في ذات الوقت (4).

أخذت أهمية الإشهار تزداد في الصحف الاقتصادية كنتيجة للتطور الاقتصادي في المجتمعات الأوروبية و خاصة بعد الثورة الصناعية ، حيث أدت هذه الأخيرة إلى زيادة الإنتاج زيادة كبيرة ؛ بحيث احتاج الأمر إلى الإشهار للمساعدة في تصريف هذا الإنتاج ، فعن طريق الإشهار يعرف جمهور المستهلكين طريقه إلى السلعة المطلوبة و يؤدي هذا إلى التطور الاقتصادي للبلاد، وذلك في حالة قيام الإشهار بمهمته الإعلانية الصادقة دون

(1) علي السلمي : الإعلان ، دار المعارف، الطبعة الثالثة ، مصر، 1971 ، ص12 .

(2) محمد لطف الحميري ، " العلاقات العامة و الإعلان" ، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 17 ، جانفي - جوان 1998 ، صص(128- 129) .

(3) منى الحديدية: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 1999، ص17.

(4) علي السلمي ، "المرجع السابق" ، ص13 .

محاولة غش جماهير المستهلكين بإعطاء السلعة صفات لا توجد فيها. فالإشهار الناجح يؤدي بالتالي إلى زيادة الاستهلاك و تحسين الخدمة<sup>(1)</sup>.

تعد الدراسة التي قام بها "نايل بوردن" (Neil Borden) من أهم الدراسات عن الآثار الاقتصادية للإشهار بالرغم من قدمها نسبيا ، وكان من نتائجها ما يلي :

أولاً: أثر الإعلان على الطلب تتمثل أهم آثار الإعلان على الطلب فيما يلي:

-زيادة سرعة الميل العام للطلب.

-تقليل أو تأخير تدهور الطلب على السلعة في حالة اتجاه الميل العام للطلب عليها إلى الانخفاض.

-يساعد الإشهار على مرونة الطلب على السلعة ، حيث أن زيادة عدد المشتريين للسلعة و توسيع سوق توزيعها يؤدي إلى ازدياد الفرص أمام المنشأة لزيادة المبيعات عن طريق تخفيض سعر البيع. ومن ثم يصبح التوسع في السوق أمراً ضرورياً ، وتخفيض السعر يؤدي أيضاً إلى إمكانية خلق علامات خاصة مميزة للسلع تباع بالأسعار المنخفضة.

ثانياً: اثر الإشهار على جودة السلع و أنواعها:

-يساعد الإشهار و طرق البيع الحديثة على استخدام و تطبيق الاختراعات الحديثة.

-يساعد الإشهار بطريقة غير مباشرة على تحسين السلع حتى يستطيع المعلن استخدام هذه التحسينات في جذب المستهلك و زيادة الطلب على مثل هذه المنتجات.

- يساعد الإشهار على زيادة حرية المستهلك في اختيار السلع و ذلك عن طريق إتباع سياسة تمييز السلع التي تشبع بعض رغبات المستهلك الذي عادة ما يقبل الأصناف التي توافقه و يرفض الأصناف الأخرى. مما يزيد من حدة المنافسة في تمييز السلع التي ينتج عنها تحسين السلع في المدى الطويل... الخ<sup>(2)</sup>.

(1) محمد فريد محمود عزت، "المرجع السابق" ، ص242 .

(2) أحمد عادل راشد: الإعلان، دار النهضة العربية، لبنان، 1981، صص(25- 28) .

تتمثل أهمية الصحف الاقتصادية كوسيلة إعلانية من خلال تلك المزايا التي تقدمها إلى المعلنين، و التي تتمثل فيما يلي:

- سرعة النشر...، حيث يعتبر أسرع الوسائل الإعلامية لنقل الرسائل الإعلانية من المعلنين إلى المستهلكين، حيث يستطيع المعلن أن يسلم إعلانه للجريدة في المساء ليقرأه على صفحاتها في اليوم التالي.

- من أرخص الوسائل الإعلامية إذا ما قورنت بتكلفة الإعلان المنشور بها مع سعة انتشار توزيعها.

-تضم الصحف الاقتصادية فئات عديدة من الناس من المتعلمين، رجال الأعمال، أصحاب مهن حرة، تجار، سياسيين و موظفين و غيرهم.

-إمكانية الاحتفاظ بمعلومات الإعلان عن طريق قص الإعلان أو نقله من صفحة الجريدة، وذلك من جانب المعلن إليه...<sup>(1)</sup>.

يعد الإعلان ظاهرة تجارية لم تجد بعد مكانتها في الجزائر، ففي ظل النظام الاشتراكي كان الاستهلاك خاضع للسيطرة الاقتصادية، حيث واجه الإنتاج الوطني الكثير من المشاكل للانطلاق الجيد...<sup>(2)</sup>، و لكن كان دخول الجزائر في الإعلان في الوقت الذي عرف الاقتصاد الجديد تطورا كبيرا<sup>(3)</sup>، و على اثر التحول الذي عرفته الجزائر في سياستها الاقتصادية، و تبنيها اقتصاد السوق من خلال انفتاحها على الأسواق العالمية، أصبحت هناك حتمية الاهتمام بالرسالة الإعلانية و توسيع البحث فيها لما لها من أهمية قصوى في الميدان الاقتصادي و الإعلامي، و ما ظهور الوكالات الإعلانية الخاصة في الساحة الإعلامية إلا تشجيع على تفعيل هذا القطاع الحيوي من أجل مجابهة توجه الاقتصاد العالمي الجديد<sup>(4)</sup>.

---

(1) أحمد عادل راشد، "المرجع السابق"، ص.ص(192-193).

(2) Zohir Ihaddaden : L'information en Algérie de 1965 à 1982 , office des publication universitaire, Algérie , 2012,p67.

(3) Makhlouf Yebbal : Introduction à la publicité , édition ANEP, Algerie , 2000,p17.

(4) فوزي بومنجل، "الإعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة، الدراسة الميدانية في المؤسسات الإعلامية و الإعلانية بإقليم مدينة قسنطينة" "المرجع السابق"، ص.ص(7-8).

## ❖ الدور الاقتصادي للإشهار

يعد الإشهار قوة اقتصادية لا يستهان بها ، وله دور كبير في التأثير في سلوك و تصرفات المستهلكين ، ولا يمكن أن تتحقق الفاعلية للإشهار بدون المعرفة الكافية بالقوى الاقتصادية على المستوى القومي ، وأيضا على مستوى الوحدة الاقتصادية القائدة بالإشهار، حيث أنه نشاط اقتصادي لا يقل أهمية عن غيره من باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى في المجتمع يؤثر و يتأثر بمختلف القوى الاقتصادية الرئيسية ، الأمر الذي يجعل معه من الأهمية بمكان ضرورة توفير البيانات الكافية عن العوامل الاقتصادية المختلفة المحيطة بالنظام الإعلاني ، حتى يمكن وضع التخطيط الصحيح للنشاط الإعلاني ، القائم على التنبؤ بمدى و كيفية تأثير هذه العوامل على فاعلية ذلك النشاط(1).

و الإشهار وسيلة فعالة و مثلى لمساعدة المستهلك على تلبية احتياجاته من سلع و خدمات و يجعل الجمهور على دراية بكل ما هو جديد في عالم الإنتاج و الخدمات ، و يساهم الإشهار كذلك على رفع ذوق الجمهور وزيادة و عيه و تحسين سبل استخدامه للسلع الجديدة و ذلك بزيادة التطلعات بما يدفع الكثيرين لزيادة العمل لرفع مستوى الدخل لتوفير هذه المتطلبات الجديدة ، مما ينتهي بالارتقاء في المستوى المعيشي(2). و يتمثل الدور الاقتصادي للإشهار فيما يلي :

- حماية الإنتاج الوطني : أصبح الإشهار ضرورة اقتصادية يمنح فرصا متقاربة لكل الصحف الاقتصادية للاستفادة من السوق الاشهارية سواء الخاصة بالقطاع العمومي أو القطاع الخاص، و الجزائر كباقي الدول النامية لا يمكنها تجاهل القيمة الوظيفية للإشهار بالنسبة للمعلن ، المستهلك و المجتمع ، ومن ثم حظي القطاع بنوع من الاهتمام. وحسب "أوناكو" (ONACO) فان عملية الإعلان عن حليب "لحظة" (LAHDA) سجلت نجاحا كبيرا من خلال الإقبال الكبير للمستهلك لاقتناء هذا النوع من الحليب الجديد آنذاك. وترى (SAA) أنه لولا التأمين الإجباري للسيارات لما استطاعت الشركة أن تعرف بنفسها،

(1) أحمد عادل راشد، "المرجع السابق"، ص.ص(49- 120).

(2) منى الحديدي، "المرجع السابق"، ص.ص(50- 51).

كون الأفراد يجهلون قيمتها...، كما سجلت "ديستريكس" (DISTRITEX) نجاحا كبيرا و غطت كل الأسواق الجزائرية من خلال استغلال وسائل الاتصال الجماهيرية في عمليات الإعلان<sup>(1)</sup>.

و هناك العديد من الشركات الوطنية التي أهملت الجانب الإعلاني الذي يعتبر أهم عناصر الترويج، التوزيع و الاستهلاك ، وبدون الحملات الإعلانية لا تتمكن هذه المؤسسات من تسويق منتجاتها مما سبب في خسارة معتبرة جراء تكديس مواد عديدة في بعض المؤسسات الاقتصادية منها: سبعة آلاف وخمس مائة طن من البراغي (Boulons) ألف و خمسون طن من الحفريات (Robinet) و خمس مائة و ثلاثون ألف طن من الأدوية الطبية...، بما يعادل ستون مليار سنتيم خسارة تحملها الاقتصاد الوطني نتيجة غياب جهاز إعلامي في مختلف المؤسسات يحاول التعريف بالمنتجات الوطنية حتى يتجنب استيرادها من الدول الأجنبية بالعملة الصعبة<sup>(2)</sup>.

ترى المؤسسة الوطنية للتأمين (SAA) أنه من الأحسن استعمال الإعلام الاقتصادي بدلا من الإعلان ، فالمنتج يرى أنه ليس مجبر للإشهار بمنتجاته فعلى المستهلك أن يتصل به لأجل اقتنائها، ولكن غياب سياسة اتصالية بين المنتج و المستهلك ترتب عنها آثار وخيمة على المنتجات، وحسب اللجنة المركزية من خلال تحليل مخطط وسائل الإنتاج استنتجت أن العديد من المؤسسات لا تعرف أن هناك مواد أساسية في عمليات إنتاجها تصنع بالجزائر، وهذه الوضعية كانت لها نتائج جديدة منها :

- تكديس المواد و المنتجات الجزائرية.
- تخفيض معدل إنتاج المواد و السلع.
- استمرارية استيراد المواد من الخارج و بالعملة الصعبة و بالرغم من تواجدها في الجزائر.

(1) فوزي بومنجل، "المرجع السابق"، ص4.

(2) فوزي بومنجل، "المرجع السابق"، ص125.



إن القضية المطروحة منذ سنوات عديدة هي مسألة ما بعد البترول و المشاكل الاقتصادية التي من الممكن أن تتعرض لها الجزائر إن لم تولي اهتماماتها إلى قطاعات أخرى إنتاجية عدا النفط. ولتجاوز هذه المشاكل من الضروري التفكير في طرق سليمة يعتمدها الاقتصاد الوطني لتطوير هذه القطاعات مثلا، وتبني سياسة إنتاجية لمواد استهلاكية تمكن من الاكتفاء الذاتي ، و تسمح بوضع مذ ط ط تدعوي لرفع الإنتاجية بغية ترقية الصادرات...، ومن الصعب أن يفرض الإنتاج الوطني نفسه في السوق الخارجية دون دعم إعلاني قوي...، وهذا ما تفتنت إليه الحكومة الجزائرية عندما أقدمت على إنشاء "المركز الوطني للتجارة " بهدف ترقية الصادرات بالاشتراك مع الشركة الوطنية للشرو الإشهار التي تدعم المنتجات الوطنية بمختلف أنواعها عن طريق تنظيم حملات إعلانية لترقية الصادرات الجزائرية و جعلها تأخذ مكانتها في السوق العالمية. ويمكن القول أن البدايات الأولى للاهتمام الفعلي بدور الإعلان كان في المجال الاقتصادي(1).

### ❖ الوظيفة التنموية للصحافة الاقتصادية

الإعلام التنموي أو الصحافة التنموية هو اصطلاح وضعه الباحث "ليو سوسمان" (Léonard Susman) المدير التنفيذي لمكتب Freedom House في نيويورك للإشارة إلى استخدام وسائل الإعلام في مساندة التنمية الاقتصادية، ووفقا لمفهوم الإعلام التنموي ، يجب أن يسعى المحررون للتأكيد على المواد المتصلة بجهود التنمية(2)، و مفهوم الصحافة التنموية انبثق من آسيا وبصفة خاصة من الفلبين، وذلك من خلال جهود بعض الصحفيين أمثال جون ماركادو وأن شاكلي(John Mercado et Anne shakly) ، وكذا من بعض المنظمات كمعهد الصحافة بالفلبين (فترة 1963 )، ومؤسسة الصحافة بآسيا(1967). و ينصب دور الصحافة الاقتصادية التنموي على كيفية توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، و الإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتدسين مستوى معيشتهم؛ وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم و توعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي

(1) فوزي بومنجل، "المرجع السابق"، صص(125-126-127).

(2) جيهان أحمد رشتي، "المرجع السابق"، ص 445.

بالمشكلات الاقتصادية<sup>(1)</sup>. ويبقى هدف الصحافة التنموية هو تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية، و تحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية و التغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة و الوعي<sup>(2)</sup>.

### ❖ دور الصحافة الاقتصادية في تحقيق الأهداف التنموية:

يتمثل هذا الدور في المهام التالية:

-الإسهام في دعم ومؤازرة قضايا التنمية الشاملة للمجتمع في كافة المجالات، وذلك من خلال:

- الدعوة إلى المشاركة الجماهيرية في خطط التنمية و اختيارها حتى لا يشعروا بأنها مفروضة عليهم.
- الدعوة إلى الاعتماد على الموارد الذاتية و تطويرها ، و تقليل الاعتماد على الموارد الخارجية قدر الإمكان.
- النقد الموضوعي الجاد لأساليب تطبيق خطط التنمية بعيدا عن التشهير و محاولات الهدم.
- التأثير بشكل ايجابي على المدى الطويل في اتجاهات الناس نحو التنمية<sup>(3)</sup>.
- تهيئة الأجواء اللازمة و الضرورية للحركة الاقتصادية في المجتمع.
- توفير البيانات و المعلومات للعامة و المتخصصين سواء تعلق الأمر بحركة الاستثمار، المجالات الاقتصادية المختلفة ، القوانين ، إجراءات إنهاء المعاملات ، أخبار الأسهم و البورصات وأسعار صرف العملات...الخ
- التغطية الشاملة والواقية و الدقيقة للأحداث الاقتصادية محليا، إقليميا و دوليا.

---

(1) عبد الرحمن عزي ، "وسائل الاتصال و المجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق و تمدن الرسالة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العددان: 6 و 7 ، ربيع و خريف 1992 ، ص 110 .

(2) عبيد الرحباني : الإعلام رسالة و مهنة ، دار أسامة للنشر للتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013 ، ص 160 .

(3) إسماعيل إبراهيم، "المرجع السابق"، صص(276-277) .

□ طرح مختلف وجهات النظر و الآراء حول المسائل الاقتصادية، وتكوين مواقف مبنية على معلومات سليمة و تحليلات ودراسات تقديم الأطر و الخلفيات و التفسيرات الضرورية لفهم القضايا الاقتصادية في سياقها السليم.

□ السهر على المساهمة في دعم البرامج الاقتصادية و مشاريع التنمية المستدامة من خلال تقديم رسالة إعلامية اقتصادية مبنية على المهنية و الحرفية و الاستقصاء ، و النقد العلمي للخطط و المشاريع التنموية من أجل تكوين الإذسان الاقتصادي الواعي و المبصر لمصيره و مستقبله الاقتصادي(1).

□ الكشف عن المعوقات التي تعترض طريق الإنتاج، و تقديم الأداء الاقتصادي و الكشف عن الفساد أو سوء الإدارة للموارد أو الأنشطة الاقتصادية(2).

- السير قدماً نحو معادلة البطالة و الفقر و الجوع ، حيث أن هذه الأمور قد تشأ إما عن أزمات مالية عالمية ، كساد عالمي أو محلي ، تخلف في الصناعة و الزراعة و التجارة و الخدمات ، زيادة الاستيراد على التصدير ، عدم تشغيل رأس المال في الداخل ، نقل الأموال للاستثمار خارج الدولة أو خطأ في سياسات الدولة الاقتصادية. فيمكن للإعلام الاقتصادي تقديم حلول جزئية أو كلية لمشاكل الفقر و الجوع مثلاً: توضيح مفاهيم اقتصادية من الضروري أن يعرفها الجمهور و أصحاب القرار عن مكافحة البطالة، و كذا شرح وبيان أسباب الفقر و البطالة من أجل وضع اقتراحات لحلها(3).

---

(1) محمد قيراط ، "البيئة و الاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي الفرص و التحديات" ، "المرجع السابق" ، صص (49-50) .  
(2) محمد أحمد بونس و عائشة عبد الله النعيمي ، "الصفحات الاقتصادية في الصحف الإماراتية ، دراسة تحليلية للمضمون و القائم بالاتصال لصفح الاتحاد و البيان و الخليج" ، "المرجع السابق" ، صص 68 .  
(3) محمد أبو سمرة: الإعلام التنموي ودوره في تشجيع الاستثمار ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن، 2012 ، صص 123 .

-مواجهة التحديات الاقتصادية التي ترتبط أساسا بمنطق السوق و آلياته و الإنتاج الاقتصادي ، من خلال ارتكازها على المؤسسات و التكتلات الاقتصادية ، وما تلعبه من دور مهم من تسويق الظاهرة، وحث الدول على إزالة القيود التجارية...<sup>(1)</sup>.

-إبراز الوجه الحضاري و الاقتصادي للدولة .

-المساهمة في تنشيط القطاع الاقتصادي و توعية الرأي العام.

-معالجة المشكلات الاقتصادية بأطروحات وروى جديدة .

-خدمة المستثمر و المستهلك و قطاع الأعمال التجارية ، وكشف الفرص الاستثمارية المحلية و العالمية.

-مساعدة صانع القرار في اتخاذ قراراته بناء على معلومات اقتصادية و تحليلات و تحقيقات جادة.

- تنمية و تطوير الفكر الاقتصادي لدى كافة شرائح المجتمع.

-محاربة الظواهر الاقتصادية الفاسدة و كشفها، و تطوير التشريعات و القوانين بكشف السلبيات من خلال التحقيقات<sup>(2)</sup>.

حتى تحقق الصحافة الاقتصادية هذه المهام لابد من مراعاة عدة اعتبارات هامة:

-طبيعة المشكلات الاقتصادية و التنموية التي يعاني منها أي بلد ، لأن لكل مجتمع ظروفه الخاصة و متطلباته و احتياجاته و تحديات يتعين عليه مواجهتها.

-واقع الاحتياجات و المطالب الفعلية للتنمية و أولوية هذه الاحتياجات و المطالب.

-تحديد القيم و المعايير التي تستهدف الصحافة الاقتصادية و التأكيد عليها.

---

(1) محمد حسن علي الجندي: القيم الاقتصادية في الصحافة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2010، ص164.  
(2) محمد قيراط: دراسات إعلامية، مجموعة الأفاق المشرقة، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، 2011، ص55.

-التنسيق و التكامل مع السياسات الاتصالية للدولة، حتى لا يحدث تعارض أو تخبط في الخططو الأهداف.

-التعرف المستمر على رد فعل القراء ، و التغيرات التي تطرأ عليهم (خصائهم، سماتهم، احتياجاتهم) حتى تحقق الصحافة الاقتصادية هدفها ، و لا تسير بعزل عن الجمهور الذي توجه إليه.

-توفر إستراتيجية و خطة منهجية للعمل الصحفي في المجال الاقتصادي، من حيث تحديد القضايا الاقتصادية الملحة و أسلوب تناولها و الإعداد الجيد لذلك، بما يضمن الاستمرارية في تناول حتى تحقق الحملة الصحفية أهدافها.

-ألا تكون الصحافة الاقتصادية مجرد تابع للأحداث الاقتصادية، فلا بد أن تكون فاعلة للحدث الاقتصادي و صانعة له<sup>(1)</sup>.

#### ❖ وظيفة الصحافة الاقتصادية في الجزائر:

أول هدف هو جعلها أجهزة أو وسائل التبادل الأخبار و المعلومات و الأفكار الاقتصادية.

- الاتصال بين جميع المتعاملين الاقتصاديين من أجل المساهمة في إيجاد الحلول الملائمة للمشاكل الاقتصادية المطروحة.

-تقديم البدائل و تشجيع الحلول ذات الطابع التطبيقي التي يمكن أن تلتجئ إليها المؤسسات الاقتصادية و التجارية في ممارساتها اليومية لنشاطاتها و تطلعاتها المستقبلية.

-تقييم أنماط التنمية السابقة و التطلع إلى أنماط جديدة.

-تقييم التكنولوجيات الحديثة و أثارها على اقتصاديات الدول النامية بما في ذلك دول الاتحاد المغربي.

---

(1) إسماعيل إبراهيم، "المرجع السابق"، ص.ص(277-278).

-تقييم القوانين الدولية الخاصة بالعلاقات الاقتصادية غير المتوازنة و انعكاساتها الايجابية و السلبية.

-مراقبة التطورات و مستجدات ما يعرف بالنظام الدولي الجديد"أحادي القرن"

-متابعة القوانين الاقتصادية الداخلية و نشرها و تقييمها.

-تشجيع بعض القطاعات الاقتصادية التقليدية ، و تحسيس الأفراد و الحكومات بأهميةها كقطاعات منتجة و كاستمرارية لتاريخ و حضارة.

-فتت الانتباه إلى أهمية القطاع السياحي المهم منذ سنين...<sup>(1)</sup>.

وتتلخص الوظيفة التنموية للصحافة الاقتصادية في مجالين أساسيين ، فالمجال الأول يقوم بدور المنبه للتنمية الاقتصادية، وذلك بإثارة اهتمام المواطنين بقضايا التنمية ، وربط هذه القضايا بمصالح المواطنين و مصيرهم ، أما المجال الثاني فيقوم بحشد الدعم الشعبي للتنمية الاقتصادية ، وذلك من أجل تحقيق هدف بدونه تفقد عملية التنمية مضمونها وهو : المشاركة الجماهيرية في التنمية الاقتصادية الوطنية<sup>(2)</sup>.

تخصص الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية حيزا كبيرا لنشر الأخبار الاقتصادية ، التي تشتمل على أخبار المال ، الأسهم، الأعمال التجارية، شؤون المصارف، البنوك ، الصناعة ، النقل ، العمل و الزراعة، وغير ذلك من الأخبار التي تدخل في باب الاقتصاد... و التي يمكن أن تنشر على هيئة قوائم بالأسعار، و قد تشتمل صحوبة بروايات تفسيرية و توضيحية. و قد تنشر كأخبار تتعلق باجتماعات أو أحاديث و تحقيقات صحفية، أو عرض التقارير السنوية الاقتصادية، أو إنشاء مشروعات جديدة، أو التوسع في مشروعات قائمة...الخ<sup>(3)</sup>. فنجاح الصحافة الاقتصادية في القيام بالوظائف الموكلة إليها في مجال الاقتصاد، من تقديم الأخبار و المعلومات الدقيقة و التفصيلية و إحاطة القراء بتطورات هذا المجال، يعني أن الصحافة الاقتصادية حققت وظيفتها في ذلك النظام الذي

(1)خليفة بوراس و مهدي زعموم، "تجربة الصحافة الاقتصادية المكتوبة في الجزائر"، "المرجع السابق"، ص.ص(48-49).

(2) فاروق أبو زيد، "المرجع السابق"، ص.81.

(3)محمد فريد محمود عزت، "المرجع السابق"، ص.127.

تنتهي إليه. و العلاقة وثيقة بين النظام الإعلامي و النظام الاقتصادي ال عالمي الجديد و اللذين دورهما يقومان على الكيانات و الإمبراطوريات و الاندماجات، و و حدة بناءها الأساسية المعلومة الدقيقة السريعة(1).

و لتحقيق الوظيفة التتموية للصحافة الاقتصادية فان للمحرر الاقتصادي مواصفات تتمثل فيما :

- أن يكون نظيف اليدين و اللسان ، وأن يكون أميناً ، دقيقاً و عالماً بنوعية قرائه و مدرك بطبيعة ما يكتب من موضوعات، ملماً بسياسة الصحيفة التي يعمل بها ، و يجب أن يعلم أن تستره على أخطاء مدري المؤسسات و المصانع و التعاضي عن رداة عما ينتجون مقابل ثمن أو مجاملة معهم ، فان ذلك يؤدي حتماً إلى مآسي قومية و إلى انهيار اقتصادي داخلي(2).

- الصحفي الاقتصادي أقرب ما يكون إلى الباحث العلمي، فعليه أن يكون ملماً بما ينظم البنوك، و نظم الاستيراد و التصدير، ومشكلات النقد و العملة، و على علم بفائض الإنتاج من كل سلعة أو الحجم البيع منها، قادر على فهم المصطلحات الاقتصادية المختلفة.

- أن يلم بالعوامل التي تؤثر في التتمية الاقتصادية للدولة ، وأن يعرف الم شروعات الاقتصادية الجديدة.

- أن تكون لديه خبرة جيدة عن الحسابات و معرفة بعمليات الكمبيوتر و الحاسب الآلي(3).

- أن يمتلك القدرات الرصدية و التحليلية ، و فن الوصول إلى مصادر المعلومات، و طريقة تقديم

المعلومات و تحليلها(4).

---

(1) ماهر عودة الشمالية و (آخرون)، "المرجع السابق"، صص(61-62).

(2) خليفة إجلال، "المرجع السابق"، ص77.

(3) خاد الشمري ناظم ، "المرجع السابق" ، صص(104-105).

(4) جورج كلاس و ميشال سبع، "المرجع السابق"، ص67.

يلعب المحرر الاقتصادي، وهو القائم بالاتصال في الصحافة الاقتصادية أهمية كبيرة في بناء الرسالة الإعلامية ، انطلاقاً من قدرته على أداء دوره، الذي يكون محصلة لعوامل عديدة ، منها ما هو متعلق بقيمة الشخصية ، و منها ما هو متعلق بوضع الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، و منها ما يسود من نظم اجتماعية و سياسية، و ما يفرض عليه المجتمع من توجهات إيديولوجية أو ما يمدده له من معلومات، و منها ما يتعلق بالمؤسسات الإعلامية ذاتها كمؤسسات ، و ما تقوم عليه من قواعد و تنظيمات ، و ما يدور داخلها من تفاعلات و يتوفر لديها من إمكانيات تقنية أو بشرية ، ومدى فهم المحرر الاقتصادي لدوره و للجمهور الذي يتوجه إليه...<sup>(1)</sup>. ويرى عبد العزيز شرف منقولا عن ماهر عودة الشمالية أنه " ليست هناك حاجة بالمحرر الصحفي أن يتخرج من كلية التجارة حتى يستطيع أن يكون محررا ناجحا في الشؤون الاقتصادية . فالحديث هنا عن المحرر الذي يستطيع أن يقدم مادة تتسم بالتكامل و الدقة و الموضوعية بالقدر الذي يمكن للقارئ العادي من فهم المادة التحريرية ..."<sup>(2)</sup>.

أصبح دور الصحافة في الثقافة الاقتصادية و تشكيل الوعي الاقتصادي مهما للغاية، بحيث لم يعد قاصرا على الأقسام و الأبواب و الصفحات الاقتصادية بالصحف و المجلات ، بل امتد ليشمل إصدار صحف و مجلات اقتصادية متخصصة، تهتم رجال الأعمال لكونها في الوقت نفسه تسعى لتكوين قاعدة عريضة من القراء العاديين<sup>(3)</sup>.

### ❖ دور الصحافة الاقتصادية في تشكيل و تنمية الوعي الاقتصادي

يعتبر نشر الوعي و الثقافة الاقتصادية من أهم وظائف الإعلام الاقتصادي، وهما ركيزتان أساسيتان لنجاح العملية الاقتصادية في المجتمع ، كالتعريف بالقوانين و التشريعات و الإجراءات التنظيمية ، حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه و واجباته، و من هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في التنمية الشاملة<sup>(4)</sup>. وتقدم الصحافة الاقتصادية إعلام مشترك للجميع وتحتل في سوق الأموال الاستهلاكية و سوق العمل دورا دائما

(1) فوزية عكاك، " دور القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية"، المرجع السابق، ص 183 .

(2) ماهر عودة الشمالية و(آخرون)، "المرجع السابق"، ص 61 .

(3) نبيل راغب، "المرجع السابق"، ص 155 .

(4) محمد قيراط، "دراسات إعلامية"، المرجع السابق، صص (47- 48) .



كواسطة بين المنتجينو المستهلكين، وبين عارضين و طالبين العمل<sup>(1)</sup>. لقد كان لا صحافة الفضل الأول في التطورات الاقتصادية في العصر الحديث، فكثير من الاتفاقيات الدولية الاقتصادية التتموية تم توصيل فقراتها إلى الجماهير عن طريق الصحافة، فالرأي العام لن يكون مبنيا على أساس سليم في مجال التنمية الاقتصادية، إلا إذا كان الشعب مزودا بالمعلومات الصحيحة الكافية عن الموارد ومستلزمات التنمية و متطلبات العمل التدموي من خلال الإعلام التدموي<sup>(2)</sup>.

### ❖ تعريف الوعي الاقتصادي:

يرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة (Conscientia) اللاتينية، و هي كلمة مركبة من (Scientia) و (Cum)، و هذا المصطلح لا يعني معرفة الموضوع من طرف الفاعل فقط، بل أن هذا الموضوع، يعد مرجعا للفاعل نفسه... فأول استخدام لاصطلاح الوعي مرتبطا بالمجموعات البشرية الكبيرة، ظهر لدى "ماركس" (Marx) الذي صاغه مترادفا مع الطبقات، مقدا اصطلاح الوعي الطبقي...، و يقصد بالوعي الإدراك و الإحاطة...، ويعني أيضا الرؤية الواضحة لاحتمالات المستقبل بالتقدير السليم لحقائق الحاضر مع الاستفادة الكاملة من تجربة الماضي. و هنا نميز بين الوعي و التوعية التي يقصد بها "إيجاد الوعي و إكسابه للأفراد و الجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين، و اتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية"<sup>(3)</sup>.

هناك من يرى أن الوعي الاقتصادي "هو معرفة المواطن بحقوقه الاقتصادية و واجباته، و ما يجري حوله من أحداث و وقائع، و قدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، بالإضافة إلى تجاوز هذا المواطن للخبرات الجماعية التي ينتهي إليها"<sup>(4)</sup>. يساوي آخرون بين الوعي الثقافي الاقتصادي، فالوعي هو "تلك الأنماط من المعارف و

(1) رولان كايرونل : الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص.ص (12- 13).

(2) محمد أبو سمرة، "المرجع السابق"، ص.ص (29- 30).

(3) عبد الله بوجلالة، "إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 04، خريف 1990، ص.ص (43- 44).

(4) محمد حسن علي الجندي، "المرجع السابق"، ص.ص 193.

الاتجاهات و القيم التي تشكل الثقافة الاقتصادية للأفراد من حيث ارتباطها بالمال و الإنتاج و التوزيع و الاستهلاك<sup>(1)</sup>.

يعبر الوعي الاقتصادي عن التصورات النظرية و اليومية مثل تدبير و إدارة و سائل الإنتاج، فاعلية القوة البشرية في عملية تحقيق الإنتاج، التوزيع، التبادل و الاستهلاك<sup>(2)</sup>. يمكن تحديد الوعي الاقتصادي في ثلاث نقاط هي:

- وعي الفرد بمتطلبات المشاركة في المجال الاقتصادي.

- إدراك الفرد لحقوقه و واجباته في المجال الاقتصادي.

- رؤية الفرد الواضحة لما يحيط به من أجهزة و قنوات اتصال و تكتلات في المجال الاقتصادي<sup>(3)</sup>.

إذا كان الوعي الاقتصادي هو إدراك الفرد القائم على المعرفة بالحقائق و المفاهيم الاقتصادية و العلاقات الاقتصادية بين أفراد المجتمع. فان خصائص الوعي الاقتصادي هي:

- الوعي الاقتصادي يتأثر سلبا و إيجابا بمختلف جوانب الحياة.

- الوعي الاقتصادي يتلازم فيه الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي حيث أن الجانب الوجداني مشبع بالجانب المعرفي.

- الوعي الاقتصادي هو الخطوة الأولى نحو تكوين الاتجاهات الايجابية الاقتصادية و التي تتحكم في سلوك الأفراد.

---

(1) مجدى عزيز إبراهيم : المنهج التربوي و الوعي ، مكتبة الأجلو المصرية، مصر، 1998، ص102 .  
(2) موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر"، مجلة جامعة الأزهر، المجلد: 12، العدد: 2، 2010، ص 13 .  
(3) مصطفى الششتاوى المر و محمد عبد السلام العجمي، "الوعي بالمؤسسات السياسية لدى طلاب جامعة الأزهر"، مجلة كلية التربية، العدد: 67، نوفمبر 1997، ص 404 .

-الوعي الاقتصادي له وظيفة تنبؤية عما يمكن أن يصدر عن أفراد المجتمع من سلوكيات تجاه قضاياهم الاقتصادية مستقبلا أملا في تغييره إذا كان سلبا و تر سيخه إذا كان إيجابيا(1).

أصبح الوعي الاقتصادي ضرورة ملحة ،خاصة بعد اتفاقيات الجات التي دخلت بالاققتصاد العالمي كله إلى منعطف جديد، مختلف تماما عما سبق من آليات اقتصادية. فلم يعد ارتفاع الأسعار و هبوطها قاصرا على منطقة أو دولة بعينها، بل أوشكت كل الدول على الارتباط بعجلة الاقتصاد العالمي. ولا على الوعي الاقتصادي الذي تتيحه الصحافة الاقتصادية لقراءها ، يشكل أفضل ضمان ضد الوقوع ضحية للشائعات ، التي تجتاح من حين لآخر المجال الاقتصادي ، خاصة إذا كانت شائعات متقنة ، وتسعى إلى إصابتها أهداف إستراتيجية لا يدركها الرجل العادي(2). فمن الجدير بالذكر أن تب حث الصحافة الاقتصادية عن الواقع المغطى بالمظاهر(3). ويرتبط الوعي الاقتصادي بقضية تر شديد الاستهلاك، فالترشيد في معناه العام هو "عمل أو إجراء يستهدف إخضاع ظاهرة ما للسلوك و مبادئ السلوك السوي. أما في مجال الاستهلاك، فيقصد بالترشيد ضبط مستويات الاستهلاك و المعدلات المتزايدة و جعلها تتماشى مع قدرات المجتمع وموارده الكلية(4).

### ❖ علاقة الوعي بالنمو الاقتصادي:

بالنسبة لمستوى الوعي الاقتصادي لدى أفراد المجتمع، و الذي يعرف بأنه "عملية استيعاب و فهم الأفكار و المعلومات، و المشاعر تلك التي تدور حول موضوع أو جملة موضوعات اقتصادية"(5)، فإنه يلعب دور أساسيا في النمو الاقتصادي لأي مجتمع. فالهيكل الاقتصادي للمجتمع يتحدد بقدر ما يتمتع به من رأسمال اجتماعي، و الذي يحدد الوعي الاقتصادي جزءا منه. و الثروة المادية في المجتمع لا يمكن أن تستمر دون أن

(1) عبد الكريم بكار : تحديد الوعي ، مركز الشباب للإعلام، المملكة العربية السعودية، 2006 ، صص(21- 22).

(2) نبيل راغب ، "المرجع السابق، ص157.

(3) جان كلود برتراند ، ترجمة رباب العابد : أدبيات الإعلام (ديونوتولوجيا الإعلام)، مؤسسة محمد بن رشد آل مكتوم ، الطبعة الأولى، لبنان، 2008، ص90.

(4) البنى لطيف، "الأدوار التنموية للإذاعة المحلية : نحو رؤية سوسيوولوجية"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 24، مارس 2012، ص182.

(5) محمد عبد السلام العجمي، "الوعي البيئي لدى طلاب جامعة الأزهر"، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة الأزهر، 1994 ، ص13.

يُصاحبها زيادة في الثروة البشرية الواعية المزودة بالمهارات و الفنون الإنتاجية. و تلعب الصحافة دورا جوهريا في إكساب أفراد المجتمع متطلبات النمو الاقتصادي من حيث زيادة الإنتاجية و رفع مستوى الوعي الاقتصادي و العمل على نقل مهارات الإنتاج الفني، و نقل مهارات الإنتاجية الاجتماعية. و الذي يمثل الوعي الاقتصادي أحد مكوناتها<sup>(1)</sup>.

### ❖ طبيعة العلاقة بين: الصحافة الاقتصادية، والسياق السياسي:

يتحتم الاعتماد المتبادل بين الصحافة و النظام الاقتصادي ضرورة الاهتمام بالمعلومات، التي تكون محتوى الرسالة، وينبغي أن يبنى هذا الاهتمام على المعايير الكمية و النوعية، و غيرها من الموازين التي تساعد على بناء معلومة صحيحة و صادقة...، و تعتمد الصحافة الاقتصادية على النظام الاقتصادي للتوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر و تحقيق عائد أعلى، و يتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك و التمويل و التعامل مع التجارة الخارجية<sup>(2)</sup>.

يلخص بعض علماء التربية العلاقة بين الصحافة و النظام الاقتصادي فيما يلي:

-النظام الاقتصادي في أي مجتمع هو الذي يشكل الدعامة الرئيسية التي يستند عليها التوسع في إصدار الصحف.

-كلما زاد معدل التنمية الاقتصادية، كلما أمكن تخصيص نصيب أكبر من الموارد لخدمة الصحف وتحسين مستوياتها.

- كلما تقدمت الدولة اقتصاديا ، زادت فرص تحسين العمل الصحفي .

-تشكل المجالات الاقتصادية قوة ضاغطة في اتجاه الطلب على قراءة الصحف.

---

(1) محمد حسن علي الجندي، "المرجع السابق"، ص.ص(204- 205).

(2) محمد صديق الصادق الزين، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة ، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية بالتطبيق على صحيفتي الاقتصادية السعودية وفايننشال تايمز البريطانية"، "المرجع السابق"، ص56 .

-يرتبط النمو الاقتصادي بنمو المهارات الصحفية ، وبالتالي تؤثر الصحافة في النظام الاقتصادي داخل المجتمع و تتأثر به و تتطور معه(1).

و يعتمد النظام الاقتصادي بدوره على وسائل الإعلام، ومنها الصحافة الاقتصادية لدعم الفلسفة الاقتصادية و الدعاية الاقتصادية لتحقيق الأهداف الاقتصادية ، من رفع مستوى الانجاز و الوصول إلى تحقيق أعلى معدلات الإنتاج و الأرباح في ظل السياسة القادمة. فكل تطور اقتصادي يؤدي إلى ظهور مجموعة من المتناقضات على مستوى الأداء و التطبيق ، فتعارض تلك الأهداف الاقتصادية مع احتياجات و أهداف المجتمع ، وهنا تظهر أهمية الصحافة الاقتصادية في دعم السياسة الاقتصادية، و في توظيف تلك المتناقضات التحكم في التوترات الناتجة عنها بكل مهارة(2).

-ترويج و تدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية.

- تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع و المستهلك أو المشتري ، لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة ، وتحفيزه على الشراء أو استخدام الخدمة .

-التحكم وكسب الصراعات الداخلية، تلك التي تحدث بين الإدارة و الاتحادات ، أو الصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديدا للمؤسسات الاقتصادية(3).

تجمع بين الصحافة و رجال المال كذلك علاقة مبنية على المنفعة المتبادلة، فمن وجهة نظر الماليين الصحافة تمثل المصلحة السياسية، لأنها تعد وسيلة جيدة للضغط و النشر للقيام بحملة ضد أو لصالح الأفكار أو الشخصيات. كما أنها تقدم على المستوى الاقتصادي فرص مثل: أن غالبية المنشورات تعكس المصالح المالية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة و تصدر الطبقة المالية على رأس الصحف الكبرى. ف هذا التواجد الكبير للماليين على مستوى الصحف ، يستجيب بصفة عامة للأهمية التي يوليها رجال المال

---

(1) محمد حسن علي الجندي، "المرجع السابق"، ص 166 .

(2) شريفة ماشطي، "مكانة الإعلام في المجتمع"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 34، ديسمبر 2010، ص 126 .

(3) محمد صديق الصادق الزين، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة ، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية بالتطبيق على صحيفتي الاقتصادية السعودية وفايننشال تايمز البريطانية"، "المرجع السابق"، ص 56 .

لمجال المعلومات. حيث يحتاج المالىين إلى المعلومة بصفة دائمة، لمزاولة أعمالهم التي تتجاوز حدود الدولة<sup>(1)</sup>.

يسعى المالىون للتحكم في المعلومات لسببين هما:

1- أول من يتحكم في المعلومة يبقى الأقوى و يسمح حتى بتحقيق أعمال مثمرة في البورصة.

2- التحكم في تأثير الأخبار على شؤونهم الخاصة ي غذي التفاؤل و الم ضاربة. و الضغوطات المالية لا تزال مرتفعة نسبيا في الوسط الصحفي، ولكن يبقى من الصعب تقييم بكل يقين الميزانيات الإعلانية التي خصصها المالىين. و معظم المرافقات المهنية السرية تم تخريبها، و الأساليب المستعملة بعيدة كل البعد عن مقاييس الشفافية. و تتجسد الأهمية التي يوليها المالىون للصحافة في توفير رؤوس الأموال ، فالصحافة تعاني من نقص التمويل و الإعلانات التجارية لم تحقق بعد جميع وعودها ، وحتى الاشتراكات لا تقدر على تغطية النفقات ، فوصول رجل المال إلى رأس الصحف كان في البداية بمثابة منقذ للصحافة ، لأنه يسمح لها بمواصلة نشاطها، ولكن هذه المشاركة تبعثها بعض التنازلات تتمثل في اعتماد خط تحريري محدد يتماشى و مصالح رجال المال و الأعمال...، و بالرغم من أن العلاقة القائمة بين الصحافة و المالىين هي بمثابة شراكة متبادلة ، إلا أن هذه العلاقة تتخللها مشاعر الخوف. فالمالى يخاف الصحفي الذي يمكنه إلحاق خسائر بمصالحه من خلال مقالاته، و الصحفي من جانبه يخشى من المالى الذي يمكنه إنهاء تمويله بسبب مقال ليس في محله و لا يخدم مصالح الممول<sup>(2)</sup>.

إن التداخل بين السياسة و الاقتصاد قد يعرقل نوعا ما مساهمة الصحافة الاقتصادية في تحقيق الأهداف التنموية، فالكثير من الصراعات السياسية تخفي ورائها مصالح اقتصادية كبرى، و تزداد هذه العلاقة تعقيدا و التباسا حينما يكون الفاعل السياسي فاعلا اقتصاديا في الوقت نفسه. في مثل هذه الحالة تتم الإساءة للاقتصاد و للسياسة معا ، فلا الاقتصاد

(1) Christine Delporte et (autre) op.cit, p115.

(2) Christine Delporte et (autres), op.cit, pp (116-118).

يمكن أن يتطور في بيئة تنعدم فيها شروط المنافسة الاقتصادية، ولا السياسة يمكن أن تتطور بسبب هيمنة المال عن الشأن السياسي، و قديما حذر "ابن خلدون" من الجاه المفيد للمال ، كما أفى الكثير من الفقهاء القدامى بعدم جواز الجمع بين الإمارة و التجارة(1). فالإقتصاد مرتبط ارتباطا وثيقا بالقناعات السياسية ، والموضوعية العلمية تبقى صعبة إن لم تكن مستحيلة في بعض الحالات، و اختيار السياسة الاقتصادية تتم بعيدا عن الاقتصاديين ... (2). و ذلك بالرغم من أن الوسائل التي يعتمد عليها الرجل السياسي حاليا لم تعد كافية في توجيهه ، ولم يعد يتوفر على معرفة كافية بالمشاكل المعقدة للتقنيات و نتائجها في المجال الاقتصادي(3).

و تعتبر العلاقة بين النظام السياسي و النظام الاقتصادي من أهم القضايا المثارة في المناظرات التي تدور حول الأطر الملائمة للتنمية. و تدور الإشكالية الأساسية لهذه المناظرات حول ما إذا كان هناك إطار سياسي معين يناسب عملية التنمية ، وازدادت أهمية تلك الإشكالية مع التحول الديمقراطي الذي تشهده الكثير من دول العالم التي تتجه نحو اعتماد أسلوب الإقتصاد الحر(4).

و بات واضحا أن الإستراتيجية الحقيقية للإعلام في الدول النامية ليست في الواقع إستراتيجية إعلامية، وإنما هي إستراتيجية سياسية و اقتصادية ت ضرب جذورها إلى طبيعة المجتمع، و أيضا طبيعة مرحلة التطور التي يمر بها. و معظم خطط التنمية العربية لا تنطلق بشكل من الواقع الموضوعي للبلاد ، ولا تلتزم بسلم أولويات مدرّوس بشكل كاف، ويتدخل فيها الرئيسي بالثانوي، و تعتبر الخطة في أحيان كثيرة عن رغبات السلطة ، لا عن الحاجات الموضوعية للبلاد المعني. و تتصف باعتمادها على الخبرة الخارجية و السوق الخارجية، و النتيجة الحتمية لذلك تبعية اقتصادية جزئية أو كلية(5)،

---

(1) عبد العالي حامي الدين، "بين الإقتصاد و السياسة"، جريدة القدس العربي، السنة: 24، العدد: 7406، 11 أبريل 2013، (الصفحة غير موجودة).

(2) Christian de Boissieu et Bertrand Jacquillat, note de lecture de Nacer-Eddine Bouchicha, « A quoi servent les économistes ? », *Revue kalim*, numéro : 02, décembre 2013, pp (99-100).

(3) Delphine Dulong, « Quand l'économie devient politique, la conversion de la compétence économique en compétence politique sous la cinquième république », numéro : 35, troisième trimestre, 1996, pp (125-126).

(4) حليلة بسعود، "التنمية و الديمقراطية : علاقة تأثير و تأثر"، مجلة دراسات و أبحاث، العدد: 01، 2012، ص 91.

(5) عبد القادر رزيق المخادمي، "المرجع السابق"، ص 11.

وهذه التبعية تؤثر تأثيرا مباشرا في صنع القرار السياسي وهذا بدافع الضغوطات العالمية و ينتج عنه عدم الاستقلالية و القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة محليا و هذا ما نخشاه بالمفهوم الإعلامي، أن تتحول هذه المعادلة في الدول العربية خاصة و السائرة في طريق النمو عامة إلى حقيقة أي السير نحو التبعية الإعلامية<sup>(1)</sup>.

### ❖ العوامل المؤثرة في عملية التخطيط الإعلامي التنموي:

لقد تم التوصل إلى جملة من الاعتبارات و العوامل التي تترك بصماتها على عملية التخطيط التي تهدف إلى دمج الصحافة الاقتصادية في عملية التنمية، و تكمن هذه الاعتبارات فيما يلي:

- اختلاف الاحتياجات الإعلامية للدول النامية عن الاحتياجات الإعلامية للدول المتقدمة.
- ضرورة الاعتراف بالدور المهم و المتزايد لوسائل الإعلام في عملية التنمية الوطنية.
- حاجة المجتمعات النامية إلى مجموعة من المتطلبات الوطنية، حيث تتطلب العملية غرس بعض القيم كالمشاركة الواسعة للمواطنين، خلق استعداد فعلي لدى المواطنين للعمل و الإنتاج، إضافة إلى إشاعة روح التعبئة ضد التخلف بكل صوره (الأمية، نقص التحضر، نقص التقنيات المتطورة و التنوع الاجتماعي... الخ).
- هناك فروقات جوهرية بين المجتمعات المتقدمة و التقليدية ، ولهذا وجب إجراء مقارنة بينهما لتحديد سمات كل مجتمع ، وتوصل كبار الباحثين إلى تحديد سمات المجتمع التقليدي، و التي تتمثل فيما يلي:
- الأسلوب التكنولوجي المتأخر - مستوى تعليمي محدود - حضور قوي للاتصال الشخصي على حساب الاتصال الجماهيري - انعدام التفكير الاقتصادي - عدم قدرة الأفراد على وضع أنفسهم موضوع الغير، و الشخص التقليدي لا يقوم بأعمال

(1) صفوان حسيني، "دور الإعلام في رسم السياسات و اتخاذ القرار"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 21، السداسي الأول 2011، ص 179.



جديدة، ولا يقابل أفرادا جدد، ولا يدخل في علاقات اجتماعية جديدة . في حين أن المجتمع المتحضر تسوده جملة من القيم، ومن سماته:

-توفر التكنولوجيا المتخصصة - ارتفاع درجة التعليم -الاهتمام بالعلوم و التربية -  
تفاعل أفراد المجتمع العصري مع غيرهم ممن يعيشون في مجتمعات مغايرة و  
مختلفة حتى لو كانت بعيدة-القدرة على التقمص الوجداني و التجديد المستمر(1).

- تركيز وسائل الإعلام على المصلحة الخاصة و غياب المصلحة العامة في العملية  
الإعلامية و هذا يعود إلى الأسباب التالية:

- صعوبة القيام بالوظائف الرقابية المجتمعية بتأثير من الملكية الخاصة .
- سيطرة الإعلان كمصدر أساسي من مصادر التمويل ، و هذا أدى إلى ابتعاد  
الصحافة الاقتصادية عن مضمونها الأساسي، و الاتجاه إلى تحقيق رغبات المعلنين  
و تهميش الفئات الضعيفة ماديا و مخاطبة الفئات القادرة ماديا و تحقيق رغباتها و  
تحقيق اشباعاتها(2).

إن أهم الشروط اللازمة لنجاح الخطط الإعلامية من أجل التنمية ، تتركز أساسا في  
ضرورة الاعتماد على البحوث و الدراسات العلمية ، و تحديد الأهداف الإعلامية تحديدا  
واضحا ودقيقا، وجود تصورات كلية و إستراتيجية لحل مشاكل المجتمع، بالإضافة إلى  
أهمية وجود الكادر البشري و الكفاءات المتخصصة ، و الاعتناء على التقنيات و  
التكنولوجيا الجديدة(3). فإذا سلمنا بأن الصحافة الاقتصادية تمثل إحدى العوامل الرئيسية في  
الدفع بعجلة التنمية إلى الأمام ، فينبغي للبحث العلمي أن يقدم الحلول الأفضل لا استعمال  
أنجع لهذه الوسيلة. فالتنمية الاقتصادية لقطر من الأقطار أو لأمة من الأمم لا يمكن لها أن  
تتم وأن تنجح بحال من الأحوال في غياب التخطيط العلمي لكل احتياجات المجتمع الأذنية  
و المستقبلية(4).

(1)سمير محمد حسين: الإعلام و الاتصال بالجمهير و الرأي العام، عالم الكتب، الطبعة الثالثة، مصر، 1996، صص(213- 217).

(2)سهام الشجيري: اقتصاديات الإعلام،"المرجع السابق"، ص46 .

(3)سمير محمد حسين،"المرجع السابق"، صص(240- 242).

(4)عبد القادر رزيق المخادمي، "المرجع السابق"، صص(14- 19).

و ما يمكن قوله في الأخير هو أن علاقة الإعلام بالتنمية الاقتصادية هي من نوع العلاقات العضوية المتفاعلة و المتداخلة، فهي لم تأتي مصادفة أو اعتباطية ، و إنما تستند إلى أسس موضوعية و علمية شاملة للإنسان و نشاطه و حاجاته المادية و الروحية ، فالقانون الذي يقيد حرية الصحافة يعوق التنمية في المجتمع، لأنه يحرم الرأي العام من المعرفة و من تصحيح أخطاء المخططين أو سلبيات وحدات الخدمات أو عبث و وحدات الإنتاج<sup>(1)</sup>. و يترتب على تخلف الإعلام وصف الدولة بالتخلف، حيث لا تتفق معها ظروف وروح العصر مما لا يسمح بالتنمية الاقتصادية<sup>(2)</sup>. و بسبب تخلف الإعلام في البلدان العالم الثالث، و التي غالبا ما تكون غير مساهمة في النشاط الاقتصادي العالمي ، تد عزل عن التغيرات الدورية الاقتصادية العالمية ، و يوصف اقتصادها بالثبات النسبي إلى حد ما ، فمقدرة المجتمع التكلفة يمكن أن تتغير تحت تأثير الأوضاع الاقتصادية و السياسية و الإعلامية<sup>(3)</sup>. و تؤثر ملكية وسائل الإعلام على عملية التنمية الاقتصادية. فبالإضافة إلى الملكية العمومية و الملكية الخاصة ، اقترح " خوان سومافيا" (Khwana Somafia - المدير العام السابق للمنظمة العالمية للعمل - نمطا ثالثا لملكية وسائل الإعلام يعرف «بالملكية الاجتماعية» ، التي لا تخضع لسيطرة الدولة ولا لهيمنة الخواص<sup>(4)</sup>.

و التنمية الاقتصادية لن تتحقق في غياب التخطيط الإعلامي ، الواضح و الواعي بالدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة الاقتصادية الهادفة و المسؤولة، وفي هذا الصدد يقول أحد العلماء: «ليس لدى الحكومات سياسات و خطط كاملة و واضحة للإعلام ، بحيث تستطيع أن توجه عملية التوصيل، و تنشيطها و تنظيمها لخدمة المصالح القومية ، و خدمة خطط التنمية و خطواتها التنفيذية<sup>(5)</sup>.

---

(1) عيسى محمود الحسن: الإعلام و التنمية، " المرجع السابق"، ص.ص (22-75).

(2) المحجوب رفعت ، دراسات اقتصادية إسلامية ، دار النهضة العربية ، مصر، 1988، ص25 .

(3) محمد سيد محمد، "المرجع السابق"، ص28 .

(4) خليفة بوراس ، "إشكالية حرية الإعلام في العلاقات الدولية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر، 2005، ص156.

(5) يسرى محمد أبو العلاء، "المرجع السابق"، ص12.

## المبحث الرابع: تجربة الإعلام الاقتصادي في الجزائر

أصبح الاقتصاد ضرورة حتمية<sup>(1)</sup>، و يشكل القاعدة الأساسية التي تنهض بها كل الأبنية السياسية، الثقافية، الاجتماعية و الحضارية ، و من هنا أولت المؤسسات الصحفية أهمية معتبرة للجانب الاقتصادي ، فالإقتصاد علم متخصص له معاهده و كلياته التي تدرسه، و مناهجه معقدة و ليست في متناول القارئ العادي، من هنا كانت المعادلة ال صعبة التي يتحتم على المحررين الاقتصاديين حلها، و هي الاعتماد على المنهج العلمي في تحليل الظواهر و الآليات الاقتصادية مع سلاسة العرض و بساطته. وقد أصبح دور ال صحافة في الثقافة الاقتصادية مهما للغاية، بحيث لم يعد قاصرا على بعض الصفحات أو أقسام في صحف عامة، بل امتد إلى إصدار صحف و مجلات اقتصادية متخصصة تهتم ر جال الأعمال و في الوقت نفسه تسعى إلى تكوين قاعدة عريضة من القراء العاديين<sup>(2)</sup>. وقبل أن نخرج إلى تناول تجربة الاعلام الاقتصادي في الجزائر سنسلط الضوء و لو بطريفة مختصرة لمسار الإصلاحات الاقتصادية التي شاهدها الجزائر منذ الاستقلال، وكيفية تأثر المشهد الإعلامي في الجزائر بتحسين الأوضاع الاقتصادية.

### ❖ الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر:

لقد عرف الاقتصاد الجزائري تغيرات جوهرية مستمرة خلال مسيرته التتموية، و هذه التغيرات إن كانت تحمل ايجابيات كثيرة، فقد عرفت أيضا اختلالات بنيوية أثرت سلبا في المحصلة النهائية للتنمية ، ولعل من بين أهم العوامل التي ساهمت بمستويات متفاوتة في إضعاف الاقتصاد الجزائري، نذكر التبعية ، النمو الديمغرافي و الاعتد ماد الكلي على منتج واحد، و المتمثل في المحروقات ، حيث ساهم هذا الوضع في هشاشة الاقتصاد الجزائري و تأثره المباشر بالصدمات الخارجية. و نظرا للتحول عن النموذج الموجه للتنمية و الإقبال عن تبني النموذج الليبرالي القائم على اقتصاد السوق. أصبح الإصلاح

---

(1) Philippe Riutort, «Les nouveaux habits du journalisme économique »,La Revue Hermès, numéro : 44, 2006, p137.

(2) نبيل راغب، " المرجع السابق"، ص155 .

الاقتصادي عملية لا بد منها<sup>(1)</sup>، ويقصد بالإصلاح الاقتصادي في المفهوم التقليدي مجمل الإجراءات الهادفة إلى تغيير الوضع الاقتصادي، من حال غير مرغوب فيه إلى حال أفضل، يتميز بالأداء الجيد و الفعالية في التسيير، بغرض تدسين مستوى معيشة السكان<sup>(2)</sup>. و الجزائر حاولت بعد الاستقلال بناء قاعدة صناعية ثقيلة و القضاء على التخلف الذي ورثته من جراء الحرب التحريرية ، حيث كان الاقتصاد الجزائري مرتبط بالاقصاد الفرنسي على عدة مستويات (مالية، تقنية و تجارية) ، و يمكن وصف الوضع الاقتصادي الجزائري عادة الاستقلال بأنه اقتصاد مفكك غير متوازن<sup>(3)</sup>، و ما زاد من صعوبة الوضعية الاقتصادية للجزائر التبعية المطلقة التي تميز بها الاقتصاد الجزائري و التي أكدتها اتفاقية ايفيان(1962)، حيث كانت تنص على بعض النقاط التي تجعل الجزائر تابعة دوما لفرنسا، و أمام هذا الوضع قررت السلطات رفع التحدي من خلال الأسس التي ينبغي السير عليها، و هذا بتحريك القدرات البشرية في اتجاه أهداف اقتصادية و الاجتماعية، و قد تبلورت الأهداف الكبرى و الخطوات العريضة للمشروع الوطني للتنمية عبر ثلاثة برامج رئيسية هي برنامج طرابلس(1962) ، ميثاق الجزائر(1964) و الميثاق الوطني(1976)<sup>(4)</sup>. و لقد استحضر برنامج طرابلس التوقعات الاشتراكية للجزائر المستقلة، وبالتالي تكون سنة 1962 بداية الحديث الحقيقي عن الاشتراكية<sup>(5)</sup>. كما باشرت الجزائر منذ 1966 سلسلة من التأميمات، مثل: تأميم قطاع المناجم و قطاع البنوك، و بعدها تم تأميم قطاع المواد و مشتقات المحروقات ، إلى جانب هذا تم التحضير لتأميم كل مصادر ثروتها الباطنية، و بعدها بدأت ملامح التخطيط المركزي ، و ذلك بإعطاء الأفضلية للهياكل القاعدية الصناعية باعتبار الصناعة الوسيلة الوحيدة لضمان اقتصاد

---

(1) علي غربي، "معالم اقتصادية بارزة في التنمية المفقودة بالجزائر"، مجلة التواصل، (العدد غير موجود)، 6 جوان 2000 ، ص 92.  
(2) محمد راتول، "سياسات التعديل الهيكلي و مدى معالجتها للاختلال الخارجي، التجربة الجزائرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، 2000 ، ص 8.

(3) Hamid TEMMAR : Stratégie de développement indépendante le cas de l'Algérie, OPU, Algérie, 1983, p23.

(4) عبد العالي دبله: الدولة الجزائرية الحديثة، الاقتصاد و المجتمع و السياسة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2004 ، صص(26- 77).

(5) Brahim Brahim : le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie , op.cit, p183.

مستقل و متكامل. في حين الزراعة أتت في المرتبة الثانية رغم الصعوبات التي واجهها هذا القطاع، و في المرتبة الأخيرة تأتي الهياكل القاعدية و التربوية(1).

طبقت الجزائر بعد الاستقلال عدة مخططات اقتصادية، و لكن بعد أحداث أكتوبر 1988 باشرت في إصلاحات جديدة شكلت الهيآت الدولية طرفا فيها من خلال الإعداد، التمويل و الرقابة... الخ(2). و أصبحت الجزائر في موقف قبول تو صيات المؤسسات الدولية الاقتصادية، و الالتزام بتطبيق برنامجها الاقتصادي على نحو أدى إلى التخلي عن الرموز الاشتراكية، التي كانت الطابع العقائدي المؤسس لهوية الدولة و لحزب جبهة التحرير الوطني(3). فقد سمح قانون المالية لأول مرة ببيع المؤسسات العامة و عرض إدارتها على القطاع الخاص، و انفتاح رأس المال على المنافسة، و هذا القرار سمح بالخصوصة الجزئية للمؤسسات العمومية(4). و كانت الجزائر تهدف من وراء هذاالخصوصة تخفيض العبء المالي للمؤسسات العامة الاقتصادية الذي يتقل ميزانية الدولة ، إ أحداث منا صب عمل على المدى الطويل، تنمية أسواق المنافسة، و محاولة الالتحاق بالسوق الدولية في ميداني التكنولوجيا و رأس المال(5). و تلك الخصوصية أخذت أشكال مختلفة، فالبعض منها موجود في القانون الجزائري، و لكن ابتداء من 1992 أحصت السلطات العمومية الجزائرية ضرورة استكمال هذا الإطار القانوني بفتح ممتلكات الدولة للقطاع الخاص(6). و انطلاقا من (1993-1994) شرعت الجزائر في تطبيق برنامج الاستقرار الاقتصادي المدعم من طرف المؤسساتين الدوليتين (صندوق النقد الدولي و البنك الدولي) لمدة سنة ، و قد اتخذت عدة إجراءات ذات طابع كلي لتصحيح الاختلالات التي عرفها الاقتصاد الوطني، و كان هدف الجزائر من خلال تطبيق برامج التصحيح الهيكلي هو إ أحداث تحولات جذرية في الجانب الاقتصادي و الاجتماعي عن طريق سياسات ترمي إلى تحقيق

---

(1) فايزة بن يخلف، "الإصلاحات الاقتصادية و آثارها على المؤسسة العمومية الاقتصادية ، حالة مجتمع صيدال"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، 2003 ، ص.ص(47- 50).

(2) "المرجع نفسه"، ص.ص(54- 83).  
(3) الطاهر بصيص، "أثر الكتاب الإعلانيون الجزائريون من خلال صحيفتي الشروق و الوطن من النخب السياسية، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2014 ، ص109 .

(4) Ministres des finances, Le programme économique, les résultats en 1994 et les perspectives 1995, p19.

(5) الداوي الشيخ، "الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و إشكالية البحث عن كفاءة المؤسسات العامة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد : 25 ، العدد: 2 ، 2009، ص271.

(6) Hocine Benissad : *Algérie restructuration et reformes économique (1979-1993)*, office des publications universitaires, Algérie, 1994, p168.

الاستقرار الاقتصادي الكلي<sup>(1)</sup>. وترتبط الجزائر بإستراتيجية التعاون مع البنك الدولي، و في هذا المجال تركز على ثلاث مجالات و هي: تحقيق الاستقرار المالي للموازنة من خلال تدابير جديدة لعائدات النفط، تحسين مناخ الأعمال و الاستثمار و مشاركة القطاع الخاص بهدف تشجيع النمو الاقتصادي<sup>(2)</sup>. خاصة أن الجزائر لديها إمكانيات بشرية و مادية قلما تتوفر في دولة بعينها، و نستطيع القول جازمين أن وضع إستراتيجية تنموية رشيدة -دون المحروقات- من خلال إتباع سياسة التنويع الاقتصادي، و تفعيل التكتلات الاقتصادية القائمة (الاتحادات العربية و الأورو متوسطية...)، و تدعيم التبادل فيما بينها، في ظل مناخ سياسي مستقر يعمل على إعادة الثقة بين مختلف المستويات التي يتشكل منها المجتمع، و إفساح المجال لممارسة ديمقراطية ذات مرجعية مؤسسية (تقوم على المؤسسات) و الابتعاد عن الذرائعية (التذرع بأن الديمقراطية تتطلب أولاً التحرر الشامل)، من شأن كل هذا إخراج البلاد من فخ التبعية، و الانطلاق في تنمية ذاتية حقيقية، و ذلك وفقاً للمتتالية المثلية: الاقتصادي فالسياسي ثم الاجتماعي<sup>(3)</sup>. و يقول الخبير الاقتصادي "عبد الرحمن مبتول": "لا يمكن لأقتصاد سوق حقيقي أن ينحصر في نطاق تجاري، و إنما يؤدي إلى تنمية دائمة قائمة على إنتاج الثروات الدائمة مع الأخذ بعين الاعتبار التقلبات التكنولوجية العالمية و التنافس الدولي، إذ أن الدولة المنظمة هي التي تضمن العقد الاجتماعي، يجب أن يتخصص هذا بالكفاح ضد كل احتكار، سواء كان من نوع عمومي أو خاص... و هذه السياسة يجب أن يقودها رجال متيقنين لا من باب الانتهازية أو المغامرة، إذ أن الشفافية و لغة الحقيقة تفرض نفسها قصد إدماج كامل المواطنين في الفلسفة العامة للإصلاحات"<sup>(4)</sup>.

إن تحسن المشهد الإعلامي في الجزائر مرهون بتحسين الأوضاع الاقتصادية، حيث سمح نمو المناخ التجاري و الاقتصادي بانتعاش سوق الإشهار خاصة الآتي من القطاع

---

(1) بغداد كربالي، "نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 8، جانفي 2005، ص.ص (10-11).  
(2) حاكمي بوحفص، "الإصلاحات و النمو الاقتصادي في شمال إفريقيا، دراسة مقارنة بين الجزائر-المغرب-تونس"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 7، (سنة النشر غير موجودة)، ص. 9.

(3) علي غربي، معالم اقتصادية بارزة في التنمية المفقودة بالجزائر، "المرجع السابق"، ص.ص (118-119).  
(4) كريمة لويزة عباد، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص. 45.

الخاص، مما أحدث ديناميكية و حيوية في المشهد خاصة في ظل الانفجار الكمي لعدد اليوميات، كما أدى إلى تشكل فكر إعلامي جديد قائم على المنطق التجاري في ظل ظهور عدة مستثمرين في الصحافة ، مما نتج عنه تقاطع العمل الصحفي بالم صالح الاقتصادية<sup>(1)</sup>. و تبعا لتوصيات المحاضرة الوطنية حول التنمية، و المنعقدة يومي 1 و2 ديسمبر 1982 حول ضرورة تطوير المعلومة الاقتصادية ، تم إصدار منشور رقم 171 في 3 أبريل 1983 من طرف الوزير الأول كان موجه لأعضاء الحكومة و الولاية مع مقترحات على المدى القصير، المتوسط و الطويل . حيث تم تعيين ل كل وزارة ، و كل ولاية مسئول يشرف على تطوير المعلومة الاقتصادية... ، ومنذ تلك الفترة ظهرت العديد من المجالات المتخصصة، وهكذا من شهر نوفمبر 1982 إلى شهر أوت 1983 - في أقل من سنة - تم إنشاء خمس صحف اقتصادية<sup>(2)</sup>.

و يعود اهتمام الصحافة العامة في الجزائر بالقضايا الاقتصادية إلى فترة ما قبل التعددية الإعلامية، فكانت صحيفة "المجاهد" مثلا تخصص جزء من صفحاتها للأخبار الاقتصادية، كما ترسل صحفيين إلى اجتماعات منظمة "الأوباب" (OPEP) ولاكن كانت معالجة المعلومة الاقتصادية بطريقة سطحية ، وبعد ميلاد الصحافة المستقلة و الأزمة التي أثرت على الاقتصاد الجزائري، و التي جعلت من صندوق النقد الدولي يفرض قواعده القيادية ، كل هذه العوامل جعلت الصحافة تتفاعل مع هذا النقاش الحاد الدائر حول المصير الاقتصادي للبلاد، ما دفعها إلى التخصص في المعلومة الاقتصادية التي تشغل بال المهتمين بها و حلقات النقاش الدائرة حولها. و الصحافة الاقتصادية في الجزائر عرفت بداية متأخرة مقارنة بالصحافة الشاملة، و ذلك لعدم اهتمام القارئ الجزائري بمثل هذا النوع من الصحافة، بالإضافة إلى غياب ما يمكن قوله في المجال الاقتصادي. ، وهذا ما يجعلنا نقر أن الاقتصاد هو الذي ساهم في تطوير الصحافة الاقتصادية في الجزائر. وظهرت خلال سنوات 1990 عناوين اهتمت بالجانب الاقتصادي مثل : صحيفة "El watan" و "La Tribune" دون أن تتحول إلى صحف اقتصادية متخصصة، و

---

(1) وهيبه بلحاجي، "الصحافة الخاصة و الشروط القانونية و الاقتصادية لحريتها بعد 1999"، المرجع السابق، ص.ص (122-123).  
(2) Belkacem Ahcen-Djaballah : La com' dans tous ses états , analyses , études , communications et écrits de presse (1983-2005), édition Dar El Gharb, Algérie , 2005 , p35.

هنا يمكن القول أن الظهور الكثيف للمجلات و الصحف الاقتصادية المتخصصة يعود إلى بداية سنة 2000 لأسباب واضحة، أولها عودة النشاط الاقتصادي إلى البلاد بعد عدة سنوات من الإرهاب و الأزمة الاقتصادية بسبب الحصار المفروض على البلاد. ويمكن القول بأن هذه الصحف الاقتصادية ما تزال في طور التجربة و التعديل المستمر، نظرا لحدائث صدورها وقصر تجربتها، و تتضمن محتويات الصحف الاقتصادية العناصر التالية: الأسعار -التوظيف و الأجور-ضبط الميزانيات و توزيعها -التداول المالي و حركة البورصات النقدية-البنوك و المحاسبة العامة-الإحصائيات-علاقة رجال و مؤسسات الأعمال-التجارة الداخلية و الخارجية-حركة الموانئ و إخراجها من ركودها لتنشيط التبادل التجاري-الديون و القروض-شركات الاتحادات العمالية-البطالة و علاقات العملو الشؤون الاجتماعية-الفلاحة الصحراوية(1).

### ❖ الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري:

في بداية معركة التصنيع، كانت مساهمة وسائل الإعلام ضئيلة لم تتعد إطار المتابعة الإخبارية لمختلف الأحداث الاقتصادية التي شهدتها الجزائر، لأن الإعلام آنذاك لم يكتمل نضجه، فلا قاعدة تقنية صلبة، ولا أجهزة استقبال كافية، ولا مستوى ثقافي عالي يشجع الإقبال على هذه الوسائل، وهو ما يفسر جزئية أهداف التنمية الاقتصادية في تلك المرحلة.(2)

ومع نهاية السبعينات وهي الفترة التي أتمت فيها الدولة بناء مختلف هياكلها السياسية، حدث توجه نحو ضرورة توظيف وسائل الإعلام في مختلف الأنشطة الاقتصادية وهو ما أصبح يطلق عليه الإعلام الاقتصادي.

---

(1) خليفة بوراس و مهدي زعموم، "تجربة الصحافة الاقتصادية المكتوبة في الجزائر"، "المرجع السابق"، ص.ص(49-53).  
(2) كريمة لويزة عباد، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص 70.



وتوجه اهتمام وسائل الإعلام نحو دعم سياسة التنمية الاقتصادية عن طريق التعريف بإمكانيات البلاد الاقتصادية، وتجنييد الطاقات البشرية، ومتابعة مختلف مراحل تنفيذ البرامج التنموية.

فبدأ العمل على مختلف الجبهات : الإذاعة، التلفزيون ... الخ، وظهرت الصحف المتخصصة في الاقتصاد وأخذت البرامج الخاصة بالتنمية الاقتصادية في الصحافة الإخبارية العامة والإذاعة والتلفزيون في الإزباد منذ الثمانينات. ففي الإذاعة نجد العديد من البرامج الخاصة بالتنمية مثل الأرض والفلاح، العمل، الولايات والمخططات الإنمائية، أضواء على البلديات، المجلة الاقتصادية وغيرها .التلفزيون بدوره خصص عددا من البرامج ذات طابع اقتصادي، وكانت أكثرها استمرارية الأرض والفلاح والعمل ومنبر العمال لتلقين العمال تقنيات جديدة في مجال الصناعة،ول وان هذا البرنامج سجل إقبالا عليه من قبل الطبقة العاملة المتواجدة بكثرة في المدن أين تتوفر أجهزة الاستقبال على عكس برنامج الأرض والفلاح.

ومع المخطط الخماسي 1985-1989 تم التشديد على دور الإعلام الاقتصادي، وأكد المخطط أن جزءا هاما من الاستثمارات في مجال الإعلام تصرف في هذا الاتجاه بتوسيع شبكات الإعلام الاقتصادي، وتم إصدار أول دورية متخصصة في مجال الإعلام الاقتصادي هي مجلة أحداث اقتصادية التي صدرت في 1 فبراير 1986<sup>(1)</sup>.

بعد سنة 1988، وهي تدخل مرحلة جديدة ركزت وسائل الإعلام على المواضيع المتعلقة بالإصلاحات في جانبها السلبي والإيجابي منها موضوع الخوصصة -إعادة جدولة الديون -إعادة الهيكلة -صناديق المساهمة (...)

---

(1) كريمة لويزة عباد، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، المرجع السابق، ص 75 .

التلفزيون والإذاعة لم يتخلفا بدورهما عن هذا الحدث الاقتصادي إنتاج حصص جديدة وبدا مصطلح التنمية الذي تصدر عناوين وسائل الإعلام في فترة ما قبل سنة 1989 يتراجع شيئاً فشيئاً أمام هيمنة اللغة الاقتصادية الجديدة ( الإصلاحات الاقتصادية). ولكن وان التغيير المنحى من اشتراكي الى ليبرالي فالهدف بقي نفسه البحث عن أفضل السبل لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

في هذا السياق تحدد دور التلفزيون في مجال التنمية الاقتصادية، حيث كثفت نشرات الإخبار مجهوداتها لشرح فحوى الإصلاحات واطلاع المواطنين بشأنها، وتم تخصيص أخبار اقتصادية يومية سنة 1993 تبث مباشرة بعد نشرة الثامنة لتوسيع فضاء المعالجة الاقتصادية، فضلا عن العديد من الحصص الاقتصادية الأسبوعية والشهرية والمناسباتية والخاصة مثل الواقع الاقتصادي، أفاق اقتصادية، عالم الزراعة والريف، المؤشر... الخ. ورثت الجزائر غداة الاستقلال الإذاعة والتلفزيون من الإذاعة والتلفزيون الفرنسي، حيث تأسست مصالح بث الخدمات الإذاعية بفرنسا في عام 1944، وصدر مرسوما في عام 1945 بمنح الدولة حق احتكار الخدمات الإذاعية ممثلة في الإذاعة والتلفزيون الفرنسي وفي عام 1959 أصبحت هذه الأخيرة مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. لقد كرس اتفاقية أيفيان تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية ونصت على تأجيل موضوع هذه المؤسسة الى مرحلة لاحقة<sup>(1)</sup>.

أما عن التلفزيون الجزائري الحقيقي فقد ظهر في الجزائر إلا في ديسمبر 1956 إبان الفترة الاستعمارية أينأقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، وكانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية ويعد استحداثها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة آنذاك، كما اقتصر بثها على

---

(1)احمدان زهير،"الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 30 .

المدن الكبرى للجزائر أين انشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب:819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة العاصمة ووهران.

إن الحديث عن الإعلام كقطاع استراتيجي وخاصة التلفزيون بعد الاستقلال ، هو جزا لا يتجزأ من الحديث عن التنمية الشاملة لكافة القطاعات الأخرى ، والتي كان على السلطة الجزائرية الناشئة النهوض بها عملا بمقتضى إلية التعمير بعد انتهاء مرحلة حرب التحرير .

يعد يوم 28 أكتوبر 1962 يوما خالدا في ذاكرة الجزائر المستقلة ، إذ من يومها أصبح التلفزيون مؤسسة عمومية تحت إشراف الحكومة الجزائرية المؤقتة ، وكان اغلب العاملين بالتلفزيون الجزائري الفتي أمام تحد كبير نظرا لنقص تجربتهم.

جاء بعد الاستقلال كذلك المرسوم المؤرخ في 11 اوت 1963 ، الخاص بتنظيم الإذاعة والتلفزيون واعتبارها مؤسسة عمومية تابعة للدولة ذات طابع تجاري وصناعي ، أعطيت لها صلاحية الاحتكار والنشر .

ثم جاء الأمر رقم 234 الصادر بتاريخ 09 نوفمبر 1967 لبيطل كل الأحكام الصادرة سنة 1963 حيث يعتبر نقطة تحول في قطاع الإذاعة والتلفزيون بوضعها تحت وصاية وزارة الإعلام والثقافة .ومن هنا كان الانطلاق وفق القانون الأساسي الجديد نحو القيام بالخدمة المتعلقة بالنشر الإذاعي والتلفزيوني في جميع أنحاء الوطن، وكذا وضع برامج ونشرها وتسويقها والاشتراك في تصميمها ونشرها مع الهيئات الوطنية والأجنبية<sup>(1)</sup>.

---

(1) احد ادن زهير،"الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال، المرجع السابق، ص35 .

ثم جاء سنة 1970 أين تخرجت الدفعة الأولى من التقنيين والفنيين المصورين والتي كان التلفزيون الجزائري بأمس الحاجة إليها ، إضافة إلى التكوين الذي كان يتم خارج الوطن . ونظرا لأهمية التلفزيون في الجزائر فقد تواصل الاهتمام به لمجمل المخططات التنموية التي عرفتها الجزائر، حيث جاء ميثاق 1976 الصادر بتاريخ 05 جويلية 1976 والذي حدد دور وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها نحو تحقيق هدف واحد هو : تنمية المجتمع الجزائري وتلبية حاجات المواطن في إعلام كامل<sup>(1)</sup>.

وبعدها جاء قانون الإعلام الأول سنة 1982 ليكرس احتكار حزب جبهة التحرير الوطني ، وبالتالي الدولة لقطاع الإعلام بما في ذلك التلفزيون حيث جاء في المادة الأولى منه: -ان الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية يبشر بقيادة الحزب وكذا القانون على ضرورة إعلام الجماهير لأنه حق من حقوق المواطن.

الحق في الإعلام هو حق أساسي لجميع المواطنين ، تعمل الدولة لتوفير إعلام كامل وموضوعي .

وخضت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الى إعادة هيكلة فبتاريخ 01 جويلية 1986 بموجب المرسوم 146 انشأت المؤسسة الوطنية للتلفزيون كما سبق الذكر بطابع اقتصادي وصبغة اجتماعية وثقافية ، عقب إعادة هيكلة المؤسسة الوطنية للإذاعة والتلفزيون ، وطبقا لهذا المرسوم تشرف مؤسسة التلفزيون على الإعلام المرئي المتعلق بالمشؤون الوطنية ، الجهوية والدولية وتساهم في إنتاج برامج ثقافية ، تربوية وسياسية وفقا لما تقتضيه ظروف المجتمع والصالح العام وتتخذ منه وسيلة للتعريف بالمنجزات الوطنية<sup>(2)</sup>.

---

(1) كريمة لويزة عباد، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، المرجع السابق، ص 80 .  
(2) احداون زهير، "الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال"، المرجع السابق، ص 38 .

يعتبر التلفزيون أهم وسيلة إعلامية داخل المجتمع الجزائري ، فهو يعمل على الربط بين المجتمع والدولة ومابين الدولة ورعاياها بالخارج ، ووسيطا هاما يساعد على تحقيق التنمية الشاملة وفي شتى الميادين ، وفي هذا الإطار يمكن تحديد بعض مهام التلفزيون:

-إرسال وإعادة إرسال كل الريبورتاجات والحصص والبرامج التلفزيونية التي لها علاقة بالحياة الوطنية ، الجهوية والدولية المتعلقة بالقضايا الآنية والتي تشغل الرأي العام.

-المساهمة في التربية بمختلف أشكالها وتحسين وتعبئة كافة المواطنين من اجل تجسيد الأهداف الوطنية والدفاع عن المصالح العليا للبلاد ومبادئ الثورة التحريرية .

وفي هذا الإطار فان مبادئ برنامج طرابلس 1962 تشير إلى انه: إذا كان من مهام وسائل الإعلام في مجموعها أن تثبت الأهداف الثورية ، فلا يجب ان تستخدم لبث أفكار من شأنها أن تلحق ضررا بمصالح الشعب وبمجهودات تشييد البلاد.

-رفع المستوى التعليمي والثقافي للمواطنين.

-التعريف بمنجزات البلاد والإنتاج الوطني عن طريق رفع المستوى المعرفي والوعي الوطني من اجل المشاركة الفعالة والتنمية الوطنية وغيرها من الأهداف وهنا تحدد دور التلفزيون الجزائري في التوعية بالتنمية الاقتصادية والاهتمام بالاقتصاد كمحرك رئيس للتنمية الوطنية الشاملة.

جدول رقم 03 يبين عناوين الحصص والأشرطة الاقراصية التي  
أنجزها التلفزيون الجزائري منذ الستينيات الى غاية 2021

| سنة البث  | عنوان<br>الحصّة                  |
|-----------|----------------------------------|
| 1968      | الأرض والفلاح                    |
| جوان 1969 | مركب الحجار للحديد والصلب        |
| 1969      | الأرض الخصبة /البترول في الجزائر |
| 1970      | أضواء على المدن                  |
| 1970      | عالم الشباب                      |
| 1970      | حصّة حول سونطراك                 |
| 1971      | المستهلك والاستهلاك              |
| 1971      | التعليم الزراعي                  |
| 1971      | منبر العمال                      |
| 1971      | مجلة الشرق                       |
| 1972      | مجلة الوسط                       |
| 1972      | عشر سنوات من المناجم             |
| 1972      | الصناعة في عشر سنوات: الاستهلاك  |
| 1972      | الصناعة في عشر سنوات: المحروقات  |
| 1974      | الثورة الصناعية                  |
| 1975      | حصّة خاصة حول البترول            |
| 1977      | السد الأخضر                      |
| 1978      | الري                             |
| 1979      | سوناكوم                          |
| 1979      | عالم الاقتصاد                    |

|           |                                   |
|-----------|-----------------------------------|
| 1979      | النسيج التقليدي                   |
| 1981      | الصناعة                           |
| 1982      | الجزائر في كفاح التحرير الاقتصادي |
| 1983      | التعليم التقني الصناعي            |
| 1984      | عالم الشغل                        |
| 1985      | المؤسسات الوطنية للنسيج           |
| 1985      | الصناعة في الجزائر                |
| 1987      | تنمية المناطق القاحلة             |
| 1988      | الأرض والأزمة الاقتصادية          |
| 1988      | الزراعة والمياه                   |
| 1990      | زراعة النخيل                      |
| 2001/1998 | المؤشر                            |
| 2004      | أفاق اقتصادية                     |
| 2020/2010 | الحوار الاقتصادي                  |
| 2019/2018 | البديل الاقتصادي                  |
| 2021      | مجلة المستهلك                     |
| 2020/2017 | البيئة ثروة ورهان                 |
| 2019/2018 | رهانات التنمية                    |

**المصدر:** كريمة لويزة عباد، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص ص 82-83.

## تقييم تجربة الصحافة الاقتصادية في الجزائر:

- تواجه الصحافة الاقتصادية تحديات على مستوى الموضوعية ، فعندما تقوم م صادر الأخبار بتسريب أخبار و معلومات غير مصرح بنشرها ، فان وراء ذلك قصد و نية ، و في رأي " كارن ساندرز "(Karen Sanders)"التسريب غير محسوب وله احتمالات كبيرة للتلاعب" ، وهذه المعلومات المسربة تجعل الصحافيين يميلون للاستحواذ عليها. و لكي تكون هذه المعلومات المسربة محايدة يمكن للصحفيين التحقق منها من مصادر مستقلة، و الحصول على الوثائق كأدلة. هذا بجانب أن المؤسسات الإعلامية الخاصة لديها قوا عد و ضوابط الممارسة المهنية التي تحرم تقبل الهدايا المجانية ، الرحلات و الخدمات الأخرى من مصادر الأخبار. فهذه الضوابط و التعليمات دليل على أن هناك حالات عديدة لصحفيين يتلقون هذه الهدايا، مما يجعلهم عرضة للتلاعب الذي يؤثر على موضوعية الخبر<sup>(1)</sup>.

يعاني الإعلام الاقتصادي في الجزائر من غياب فلسفة واضحة حول الدور الذي يقوم به و مكانته في المجتمع، فهذا الإعلام لا يؤدي مهامه وفق قوالب و ثوابت معينة بقدر ما يتابع مستجدات الواقع بصفة اعتباطية، فالإعلام يعني أساسا تقديم معلومات تمكن الجمهور من التأثير إيجابا على محيطه، و تعيد الاعتبار له ، وهو ما لا يتوفر عليه الإعلام الجزائري الذي يطغى عليه الأسلوب الإنشائي العام. و يضاف إلى ذلك أن هذا الإعلام عادة ما يستثنى الجمهور في ما يقدمه أو يبثه. فأيهما أهم للجمهور سقوط الأمطار بعد جفاف طويل، أو أن الرئيس تلقى مكالمة هاتفية من رئيس دولة أجنبية؟ ، فالصحافة في الجزائر لا تعرف كيف تضحى بالمهم من أجل الأهم، وهو ما جعل وسائلها تتجه باتجاه واحد<sup>(2)</sup>. فالعامل الأساسي الذي أحدث أزمة الرسالة في النظام الإعلامي الجزائري هو أن محتويات وسائل الإعلام لا ترتبط بالاحتياجات الإعلامية الأساسية، و لكنها و إلى حد كبير تعكس اهتمامات فئات ضيقة ذات ثقافة عربية، سواء تعلق الأمر بالمحتوى أو

(1) صديق الصادق الزين محمد ، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة ، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية و الأجنبية" ، "المرجع السابق" ، صص(94-95-96).

(2) عبد الرحمان عزي : دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، (1992-1993)، ص107.



باللغة<sup>(1)</sup>. ولقد أشار الرئيس الراحل الشاذلي بن جديد، في خطاب له إلى أن الصحافة لم تقم بدورها في توعية المواطن بجدية، حول خطورة الديون الأجنبية على التنمية في الجزائر<sup>(2)</sup>.

و بالنظر إلى الخلفية التاريخية فإن الإعلام الاقتصادي لم يجد اعتناء كبير في الجزائر، فلقد أهملت العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية سواء كانت إنتاجية أو تسويقية أو تجارية، مع أنها تكتسي أهمية كبرى في إطار التنمية العامة، ويجب التأكيد أن الإعلام الاقتصادي غير متكامل في الجزائر، وأنه يحتوي على جوانب كثيرة من الضعف سواء من ناحية المفهوم، التنظيم و التجهيز، وكذلك قلته و عدم ضبطه و معالجته حتى يستغل في المشاريع التنموية، و أن الميدان يتطلب مجهودا كبيرا مستمرا، ولا يكفي تزويد الإعلام الاقتصادي بالأجهزة العصرية ليقوم بدوره في التنمية الوطنية، بل يجب أن يوظف الإعلام الاقتصادي في عملية الإنتاج حتى يكون إحدى الركائز التي يعتمد عليها الاقتصاد الوطني<sup>(3)</sup>.

و إذا قمنا بربط المعلومة الاقتصادية بنظام المعلومات في الجزائر، فإن ذلك يقودنا إلى الحديث عن غياب الخدمة الجيدة للمعلومات و الوثائق على مستوى المؤسسات، و حتى الإدارة المركزية، فجزء كبير من المراكز الموجودة عبارة عن مكاتب، و هذا ما يحد من العمل الصحفي الذي يحتاج إلى معلومات آنية و جديدة<sup>(4)</sup>. و تكشف هذه الوضعية عن فشل الجزائر في وضع نظام معلومات خاص باقتصاد السوق، إلى حد أنها لم تتوفر على موارد بشرية و مادية، و عليه يتعين اتخاذ إجراءات فورية لخلق مجتمع وبنوك للمعلومات، و المباشرة في التحقيقات لتحديث الملفات و إنشاء قنوات للمعلومات، و يتمثل في وضع نظام قادر على جمع مختلف مصادر المعلومات و تقييمها و نشرها<sup>(5)</sup>، علما أنه تم تخصيص دورة اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني المنعقدة في ماي 1982

(1) عبد الرحمان عزي، "أزمة الرسالة في النظام الإعلامي الجزائري"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد: 15/ 16، جانفي - ديسمبر 1989، ص109.

(2) "نفس المرجع"، ص101.

(3) زهير احدادن: الصحافة المكتوبة في الجزائر، "المرجع السابق"، صص(153 - 155).

<sup>40</sup>Belkacem AHCEN - Djaballah, « La com' dans tout ses états », op.cit, p34.

<sup>(5)</sup>Ahmed SOUAMES, « système national d'information économique, le rôle de l'information économique dans le processus décisionnel », op.cit, p15

لمناقشة ملف المعلومة. و في كل مرة يتم طرح مشكل جمع و نشر المعلومة الاقتصادية في وثائق العمل أو من خلال القرارات المتخذة. و في هذا السياق نذكر كذلك ملتقى اتحاد الصحافيين الجزائريين المنعقد في (18-19 ماي 1983) حول التجربة في مجال المعلومة و الحركة السياسية العامة، حيث تم دعوة كل الوزارات و المؤسسات الوطنية إلى ضرورة إعطاء أهمية كبيرة لخدمات المعلومات من أجل تسهيل حركة المعلومة داخل و خارج المؤسسة. فالمعلومة الاقتصادية أصبحت عنصرا أساسيا للنمو، و تمثل بذلك حصة هامة من الناتج الوطني الخام، وللإشارة فقط فإن 40٪ من بنوك المعلومات الأمريكية تعالج المعلومة الاقتصادية و الاجتماعية<sup>(1)</sup>.

تطورت الصفحات و الصحف الاقتصادية من حيث المعالجة و تنوع المضامين، ولكن هذا لا يعني أنها وصلت إلى مستوى مقارنتها بالصحافة الاقتصادية العالمية، و ذلك لانقص الخبرة الصحفية للعاملين في هذا المجال التي تتطلب الجمع بين الفهم الاقتصادي المتعمق و المهارات الصحفية الأساسية، وكذا تدني مستوى المعالجة التي تتجه نحو التعميم لا التخصص، و التجزئة لا الشمول، و هو ما لا يمكن القارئ من تكوين فكرة متعمقة أو حصيلة معرفة عما ينشر، وتتجه الصحافة الاقتصادية إلى تناول موضوعات اقتصادية بمعزل عن محيطها الإقليمي و العالمي، و هذا الخل و الضح و لا سيما في المجال الاقتصادي في ظل تسارع الاقتصاد العالمي نحو العولمة.

بالإضافة إلى اهتمام الصحافة الاقتصادية في بلدانها بالاقتصاديات التقليدية، و لم تتول الاقتصاديات الناشئة عناية كافية، كما أغفلت الصحافة الاقتصادية العربية عن الأبعاد ذات الصلة الوثيقة بالبعد الاقتصادي، و عدم الأخذ برأي أو استجابة لما تنشره صحف اقتصادية أخرى، على الرغم من وجود مواد للرأي تزرخ بالنقد الإيجابي القابل للاستثمار لكنها تبقى بمعزل عن دائرة الفعل أو الحلقة المؤثرة في صناعة القرار الاقتصادي الوطني الدولي<sup>(2)</sup>. وتظل الصحافة الاقتصادية العربية تتغاضى عن مواجهة القضايا الأساسية، كالفقر و التنمية و ما يرتبط بها من قضايا اجتماعية و غيرها، و انشغلت بقصص إخبارية

<sup>(1)</sup>Belkacem AHCEN- Djaballah , « La com' dans tout ses états », op.cit,pp(34-43).

<sup>(2)</sup> عبد الرزاق علي الهيتي ، "المرجع السابق" ، 2015، صص(73-74).

اقتصادية متناقضة، كما أن قراء الصحف و الصفحات الاقتصادية قليلون مقارنة بقراء الصفحات السياسية والفنية، والسبب في ذلك لا يعود إلى عجز أو إعراض من القراء، بقدر ما يعود لعوامل تتعلق بالصحافة الاقتصادية العربية وإخفاها في القيام بالدور المطلوب منها، ويعود هذا الأمر إلى تحول الصحافة الاقتصادية في كثير من الأحيان إلى مجرد أرقام وإحصائيات. فعلى الرغم من أهمية الأرقام في عالم الاقتصاد، إلا أن القارئ العادي لا يهتم بمعدل النمو الاقتصادي تحديداً، بقدر ما تعنيه هذه النسبة والآثار المترتبة عليها في حياته ومعيشته. والمهم هنا الشرح والتحليل وتبسيط المعلومة وأسلوب العرض<sup>(1)</sup>.

تواجه الصحافة الاقتصادية في الجزائر تحدياً خاصاً يرتبط مباشرة بضرورة توفير المعلومات الاقتصادية للقارئ بصورة متعمقة، مع الأخذ بأهمية شرح وتفسير الأحداث الاقتصادية. فيتوجب على الصحافة الاقتصادية في الجزائر تغيير الذهنيات والخروج من دروب الروتين وتبرير الموجود. فأشكالية الصحافة الاقتصادية يجب أن ينظر إليها في إطار المستوى الكلي وليس الجزئي، أي من خلال النظام الاقتصادي والسياسي الاجتماعي وكذلك النظام الإعلامي. ولكن ما يلاحظ في معظم الأديان ومع الأسف الشديد أن النظام والسلطة يريدان التبرير والتنظير لما هو موجود، ويرفضان قوة مضادة أو سلطة رابعة تراقب وتستقصي وتنتقد وتقيم وتطالب بالتغيير وتشارك في عملية التنمية الشاملة، وهنا يجب الإشارة إلى أنه لا تقدم ولا تغيير ولا تطور إلا إذا تغيرت الأفكار والذهنيات والطرق البالية التي تجاوزتها الأحداث<sup>(2)</sup>. ويكمن الدور المرتقب من الصحافة الاقتصادية الجزائرية في نقل الحدث الاقتصادي الذي يحمل القرار الاقتصادي، والذي يقود المجتمع إلى مساهمة فاعلة في النشاط الاقتصادي عن طريق تقديم معرفته وزيادة الوعي الاقتصادي وتوسيع دوائر التواصل...، وتحتاج الصحافة الاقتصادية إلى نقلة نوعية، إذ أنها مطالبة بالتغيير والتطوير والانتقال من الاستعراض

---

(1) صديق الصادق الزين محمد، "اتجاهات الشكل والمضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة العربية والأجنبية"، المرجع السابق، ص 97.

(2) محمد قيراط، "البيئة والاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي الفرص والتحديات"، المرجع السابق، ص 51.

و الترويج إلى التحليل و التحقيق و النقود التقييم<sup>(1)</sup>. و لإثراء محتوى الصحف الاقتصادية الجزائرية بمضامين هادفة، يجب أن تتضمن هذه المطبوعات الموقف الراسمي للصحافة الاقتصادية تجاه القضايا الاقتصادية الوطنية و العالمية، بالإضافة إلى المقالات الرئيسية التي تكون بقلم الأساتذة المرموقين في كليات الاقتصاد أو الكتاب المتميزين في المجال الاقتصادي أو رؤساء المنظمات و المؤسسات الاقتصادية الشهيرة، و غيرهم من الأساتذة البارزين في المراكز البحثية الهامة، لكي يقوموا بكتابة المقالات حول القضايا الاقتصادية، و تقويم السياسات الاقتصادية المتبعة، مع فتح المجال لكافة الآراء حتى تتزداد أهمية و ثراء الحوار، و تكون الاستفادة شاملة. دون أن ننسى تخصيص مساحة أو سع لتعليقات القراء، لغرض إبداء آرائهم حول الأحداث الاقتصادية. و كذا مراجعة أمهات الكتب الاقتصادية نظراً لأهمية التحليل الذي تحتويه<sup>(2)</sup>. فالصحافة الاقتصادية اليوم تشكل مرحلة جد مهمة في مسيرة الصحافة المكتوبة، وذلك نتيجة لتزايد الاهتمام بهذا النوع من الصحافة، لما تقدمه من موضوعات تشمل كامل القطاعات الاستراتيجية و تشكل القواعد الأساسية لاقتصاد الدول. و يعد الشأن الاقتصادي محور العلاقات الدولية مع اتجاهات الاقتصاديات العالمية نحو المزيد من الاندماجات، كنتيجة طبيعية لمعطيات العولمة التي أفرزت واقعا عالميا جديدا، تشابكت فيه المصالح، و تقاربت فيه علاقات الشعوب بفضل ثورة الاتصال، و مع الوقت برزت قضايا اقتصادية ذات تأثير كبير و عميق على مسارات العلاقات الدولية و حياة الشعوب، فالصحافة الاقتصادية القوية و الفعالة تقوم بالنقد و الاستقصاء و الكشف عن سوء الإدارة و الفساد و التجاوزات لمواكبة التطورات على الصعيدين الإقليمي و الدولي، ففي ظل العولمة الاقتصادية يجب العمل على سد الفجوة بين حركة التنمية و الاقتصاد من جهة، و الصحافة الاقتصادية من جهة أخرى.

---

(1) خالد الشمري ناظم، "المرجع السابق"، ص.ص(250-251).

(2) خالد الشمري ناظم، "المرجع السابق"، ص.ص(278-279).

**الفصل الرابع: عرض و تحليل البيانات  
و النتائج.**

**المبحث الأول:** نتائج الدراسة التحليلية الكمية لعينة  
حصّة الحوار الاقتصادي.

**المبحث الثاني:** نتائج الدراسة التحليلية الكيفية لأطر  
المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية البارزة في  
الحصّة محل الدراسة

**المطلب الأول:** تحليل القوى الفاعلة والأطر المرجعية  
للقضايا الاقتصادية البارزة

**المطلب الثاني:** موقف الحصّة محل الدراسة ومدى  
فعاليتها في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة.

## تمهيد:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية ، و التي تهدف إلى كشف أهم القضايا الاقتصادية مع رصد و تحليل الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها الحصة التلفزيونية محل الدراسة خلال الفترة الممتدة من جوان 2014 إلى افريل 2019 في ظل الوضع الاقتصادي الصعب الذي عرفته الجزائر بعد الانخفاض المحسوس لأسعار النفط باعتبارها تشكل ابرز مداخل البلد، وحصة الحوار الاقتصادي حصة خاصة تدرج بشكل دوري ضمن الشبكة البرمجية العادية للتلفزيون الجزائري .و كان السبب الرئيسي لاختيار تلك الحصة ينحصر بين كونها حصة قارة تهتم بالشأن الاقتصادي و الفضول العلمي لمعرفة مكانة الاقتصاد في التلفزيون الجزائري. بلغ حجم العينة الإجمالي (أعداد الحصة) ب200 عدد خلال الفترة المحددة أعلاه ، و تم اختيار مفردات عينة الدراسة وفق الخطوات العلمية المنطق عليها في اختيار العينة القصدية، و التي بلغت 20 عدد ، و بعد المتابعة المتمعنة لمضمون عينة الدراسة ، برزت خمس قضايا اقتصادية تشكل أولوية المعالجة في حصة الحوار الاقتصادي وتتمثل فيما يلي: قضية الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، قضية الأزمة الاقتصادية والمالية، قضية الاستثمارات الداخلية والأجنبية ، قضية الفساد المالي وقضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية. علما أن هذه القضايا جاءت على شكل أنواع إخبارية و أنواع رأي، و كل نوع صحفي يتضمن عناصر من عناصر نظرية الأطر الخبرية، ففي البداية سنقوم بالتحليل الكمي و الكيفي لفئات شكل و مضمون مادة التحليل، حيث أن التحليل الكمي يقوم بتحويل المضمون إلى إحصائيات و التي بدورها تساهم في التفسير و خدمة أهداف الدراسة ، أما التحليل الكيفي فهو أكثر اهتمام بفهم القضايا الاقتصادية انطلاقا من محتوى عينة الدراسة، و بعدها سنتعرض مباشرة إلى تحليل البيانات الكيفية لكل من القوى الفاعلة و الأطر المرجعية، مع تحديد مدى فعالية الحصة في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة. والإجابة على تساؤلات الدراسة سيكون على النحو الآتي:

المبحث الأول: المقاربة الكمية و الكيفية لفئات شكل و مضمون مادة التحليل.

❖ التحليل الكمي و الكيفي لفئات شكل مادة التحليل:

الجدول رقم (04) يمثل التكرارات لعناصر فئة الأنواع الصحفية للحصة التلفزيونية محل الدراسة

وحدة : الأنواع الصحفية

| حصة الحوار الاقتصادي |        | الرقم | الحصة<br>عناصر<br>الفئة |
|----------------------|--------|-------|-------------------------|
| ك                    | %      |       |                         |
| 10                   | 18,18% | 01    | الخبر                   |
| 15                   | 27,27% | 02    | التقرير                 |
| 4                    | 7,20%  | 03    | التحقيق                 |
| 6                    | 10,90% | 04    | الريبورتاج              |
| 0                    | 0%     | 05    | موجز إخباري             |
| 20                   | 36,36% | 06    | مائدة مستديرة           |
| 55                   | 100%   |       | المجموع                 |

يبين لنا الجدول أعلاه، الأنواع الصحفية المستخدمة ل عرض القضايا الاقتصادية التالية: الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر، الإصلاحات والبدايات الاقتصادية، الدعم الاجتماعي والسوق الموازية، الاستثمارات الداخلية والخارجية والفلسفة السائدة حاليا من خلال الجدول يتبين ان حصة الحوار الاقتصادي باعتبارها أبرز نماذج تلفزيوني حوارية امتدت على المائدة المستديرة بالدرجة الأولى بنسبة 36,36% من خلال إثارة النقاش حول المواضيع الاقتصادية المذكورة أعلاه باستضافة مجموعة من

الباحثين والمؤلفين إلى جانب اعتماد مواد التقارير الصحفية بنسبة 27,27% حيث كانت تستهل الدعوة في كل عدد بحث تقرير حول الموضوع الذي يتم تناوله وأيضا تقديم خبر أو عدة أخبار خلال الدرس وهو ما يفسر استخدامها لهذا النوع الصحفي بنسبة 18,18 بالمائة كما تشير معطيات الجدول أيضا على استخدام أنواع صحفية أخرى منها الريبورتاج ونسبة أقل التحقيق الصحفي.

الجدول رقم (05) يمثل التكرارات (عناصر فئة اللغة المستخدمة) في الحصة التلفزيونية محل الدراسة

وحدة: الفكرة

| الحوار الاقتصادي | الحصة |    | الرقم   |
|------------------|-------|----|---------|
|                  | ك     | %  |         |
| 290              | 29    | 14 | 01      |
| 56               | 5     | 62 | 02      |
| 117              | 11    | 75 | 03      |
| 532              | 53    | 46 | 04      |
| 995              | 100   |    | المجموع |

من خلال بيانات الجدول رقم 05 أعلاه يتضح أن حصة الحوار الاقتصادي اعتمدت على مزيج لغوي يجمع بين مختلف اللهجات واللغة العامية والفرنسية (مزيج لغوي يقوم على تلاقح مجموعة من اللغات لكنها مفهومة لدى المتلقي) في تناولها لمختلف القضايا الاقتصادية بنسبة 53 46%. وهذا من أجل تبسيط المفاهيم الاقتصادية ومحاولة الوصول إلى جميع فئات المشاهد على اختلاف مستوياتهم الثقافية فالحصة اعتمدت أساليب تعبيرية بسيطة وواضحة لشرح وتحليل وتفسير مختلف القضايا الاقتصادية كما كانت تعتمد على



اللغة العامية التي يفهمها الجميع بنسبة 75 11٪ خاصة خلال تناولها للقضايا التي تهم مباشرة حياة المواطن كارتفاع الأسعار والقدرة الشرائية وغيرها من المواضيع وجاء هذا الاستخدام أيضا كون أن المجال الاقتصادي يحوي مصطلحات أجنبية يتداول استخدامها في السوق الجزائرية.

غير أن هذا التبسيط لم يمنع ضيوف الحصة من استخدام لغة علمية متخصصة في الشأن الاقتصادي أثناء التطرق لبعض المفاهيم والتحليل المختصة حيث جاء استخدام هذه اللغة ثانيا بنسبة 14 29٪ في حين استخدمت الحصة اللغة العربية بنسبة ضئيلة 5 62٪

وعموما لغة الإعلام أتت من ثلاثة مصادر، اللغة العربية الفصحى وهي التي تعطي للغة الإعلام المفردات ونظام التركيب، واللغة الأجنبية التي أثرت في العربية مباشرة في مرحلة الاستعمار وفي حديث الذين درسوا في البلاد الأجنبية وبصورة غير مباشرة من خلال الترجمة المستمرة والمتزايدة في فروع المعرفة كلها ثم اللهجات العامية التي أخذت منها وسائل الإعلام مفردات وتراكيب أحدثت أحيانا تغييرا في نظام الجملة<sup>(1)</sup>.

---

(1) محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص10.

## ❖ التحليل الكمي و الكيفي لفئات مضمون مادة التحليل

الجدول رقم(06) يمثل التكرارات لعناصر فئة القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في حصة

الحوار الاقتصادي

وحدة: الفكرة

| حصة الحوار الاقتصادي |        | الحصة التلفزيونية                     |
|----------------------|--------|---------------------------------------|
| ك                    | %      | القضايا الاقتصادية المثارة            |
| 40                   | 42 10% | الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر |
| 23                   | 24 21% | الإصلاحات والبدائل الاقتصادية         |
| 10                   | 10 52% | الاستثمارات الداخلية والخارجية        |
| 8                    | 8 42%  | الفساد المالي                         |
| 14                   | 14 73% | الدعم الاجتماعي والسوق الموازية       |
| 95                   | 100%   | المجموع                               |

من خلال بيانات الجدول رقم(06) أعلاه ، يتضح أن قضية الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر احتلت الصدارة من حيث أبرز القضايا التي تناولتها حصة الحوار الاقتصادي بنسبة بلغت 42,10%، و تؤكد هذه النسبة الأهمية التي أولتها الحصة الاقتصادية لقضية الأزمة الاقتصادية في الجزائر، و هذا النوع من القضايا تمثل أساسا في إبراز اثار الأزمة الاقتصادية التي عرفتها الجزائر منذ صائفة 2014 بعد التراجع الكبير لأسعار النفط في السوق الدولية وتداعيات ذلك على مؤشرات الاقتصادي الوطني الذي يعتمد بنسبة كبيرة جدا على عائدات النفط مع التركيز على تداعيات هذا الانخفاض على الحياة الاجتماعية والاقتصادية وضرورة مختلف المشاريع الإنمائية ، ولقد احتل موضوع الإصلاحات والبدائل الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 24 21% حيث ركزت المعالجة الإعلامية

للحصة التلفزيونية على مختلف الإصلاحات والبدائل التي ينبغي للجزائر تطويرها  
للتخلص من التبعية لقطاع المحروقات

ولقد تبنت الدولة الجزائرية برنامجا إصلاحيا كثيفا من أجل إعادة النظر و تعديل سياستها الاقتصادية<sup>(1)</sup>، و حسب الباحث " كربالي بغداد" فان المنافع المتوقعة من تلك الإجراءات التصحيحية للاقتصاد الوطني لم تتحقق في مجملها كونها لم تؤخذ في إطارها الشمولي، و تبعا لذلك تدهورت الوضعية الاقتصادية في الجزائر<sup>(2)</sup>. يمثل الاقتصاد الجزائري نموذجا للاقتصاد النامي، سلكت فيه الدولة بعد الاستقلال أسلوب التخطيط المركزي(\*) كوسيلة للوصول بالاقتصاد الوطني إلى درجة متقدمة من التطور و النمو، و رغم أن الاقتصاد الجزائري قد عرف بشكل عام فترة رخاء مرتبطة خاصة بتطوير قطاع المحروقات، إلا أن ظهور الأزمة الاقتصادية العالمية من جهة، و شكل الانخفاض المستمر في أسعار النفط من جهة أخرى، أدى إلى التأثير سلبيا على القطاعات الاقتصادية، مما يتطلب تغيير الوضع بإيجاد أساليب عمل جديدة و إجراءات اقتصادية فعالة<sup>(3)</sup>، و عليه فنظن أن الأزمة الاقتصادية ستعيد الاعتبار للقطاع الصناعي، الزراعي و السياحي.

تناولت الحصة كذلك قضية الدعم الاجتماعي و السوق الموازية و التي بلغت نسبة 14,73%، حيث تم التركيز على حجم النفقات العمومية الموجهة للدعم الاجتماعي في الجزائر بحيث حافظت قوانين المالية خلال فترة الدراسة على حجم النفقات الموجهة للدعم و المقدر بحوالي 17 مليار دولار تكريسا لمبدأ الطابع الاجتماعي للدولة و حماية للفئات الاجتماعية الهشة التي تواجه صعوبات في ظل الأوضاع الاقتصادية الصعبة و تمتثلت

---

(1) علي بطاهر، " سياسات التحرير و الإصلاح الاقتصادي في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 01، (سنة النشر غير موجودة)، ص 186.

(2) كربالي بغداد، " نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 8، جانفي 2005، ص 7. (\*) التخطيط المركزي: فيه تتمركز جميع عمليات إعداد الخطة، تحت سيطرة سلطة التخطيط المركزية، و تقوم هذه السلطة بإعداد خطة مركزية للدولة و تحت الأهداف و الأولويات لكل قطاع في الاقتصاد الوطني، و تتخذ كافة القرارات الخاصة بالاستثمار وفق أهداف الخطة العامة، و في ظل هذا الإطار تتحكم سلطة التخطيط في كافة جوانب الاقتصاد الوطني.

(3) حياة بن أسماين، " وضعية الاقتصاد الجزائري على ضوء الإصلاحات المالية و المصرفية للفترة ما بين 2003/ 2010"، مجلة العلوم الإنسانية، (العدد غير موجود)، مارس 2011، ص 75.

مجالات الدعم في قطاعات الصحة السكن التشغيل وكذا دعم المواد الغذائية الاكثر استهلاكاً .

واهتمت حصة الحوار الاقتصادي من خلال عينة الدراسة أيضا، بموضوع الاستثمارات الداخلية والخارجية بنسبة 10,52%، باعتبارها من الآليات المهمة لتتوسع الاقتصادي الوطني واستحداث مناصب شغل للشباب وبالتالي خفض معدلات البطالة وتمت الإشارة الى أن مناخ الاستثمار في الجزائر مازال بعيد عن طموحات الرهانات الاقتصادية في ظل جملة من العراقيل البيروقراطية وغياب الدعم اللوجستيكي وتنافسية المنتج المحلي لفرضه في السوق الدولية مع الإشارة الى ضرورة تبادل الخبرات ونقل المعرفة لتفعيل الاستثمارات، خاصة في مجال الصناعات الغذائية تركيب السيارات وغيرها من المجالات غير ان نسبة الاندماج والمناولة تبقى ضعيفة بحسب ما تم الاشارة اليه . كما تناولت الحصة موضوع الفساد المالي الذي اثر بشكل كبير على المنظومة الاقتصادية الوطنية من خلال الاستثمارات الوهمية، التهرب الضريبي تضخيم الفواتير تهريب العملة الصعبة وغيرها من الفضائح المالية التي تم التصريح بها بشكل علني من قبل محافظ بنك الجزائر مطلع سنة 2019

و بعد تحليل بيانات الجدول رقم(06) للحصة الاقتصادية محل الدراسة، تبين أن أبرز و أهم القضايا الاقتصادية المحورية هي القضايا التالية، و المرتبة حسب نسبة الاهتمام بها في عينة الدراسة خلال الفترة الممتدة من جوان 2014 إلى افريل 2019، و هي على النحو الآتي:

- القضية الأولى: الأزمة الاقتصادية والمالية بنسبة 42 10%.

- القضية الثانية: الإصلاحات والبدائل الاقتصادية بنسبة 24 21%.

- القضية الثالثة: الدعم الاجتماعي والسوق الموازية بنسبة 14 73%.

- القضية الرابعة: الاستثمارات الداخلية والخارجية بنسبة 10 52%.

- القضية الخامسة: الفساد المالي 8 42%.

الجدول رقم (07) يمثل الأفكار الرئيسية لقضية " الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر " كما طرحتها عينة الحصة الاقتصادية خلال فترة الدراسة.

وحدة: الفكرة

| الحوار الاقتصادي |     | حصة الحوار الاقتصادي                              |
|------------------|-----|---|
|                  | ك   | الأفكار الرئيسية لقضية الأزمة الاقتصادية والمالية |
| %                |     |   |
| 28 70 %          | 31  | انخفاض أسعار النفط                                |
| 14 81 %          | 16  | تراجع احتياطي الصرف                               |
| 18 51 %          | 20  | اقتصاد مبدئي على الاستيراد                        |
| 12 03 %          | 13  | تراجع قيمة العملة الوطنية                         |
| 10 18 %          | 11  | التضخم  |
| 10 55 %          | 17  | تدني القدرة الشرائية                              |
| 100 %            | 108 | المجموع   |

تشير بيانات الجدول رقم (07) أن حصة الحوار الاقتصادي اعتمدت إطارا خبريا سلبيا في تناول "قضية الأزمة الاقتصادية والمالية" من خلال تركيزها على تداعيات اعتماد الاقتصاد الجزائري على مداخيل الربيع البترولي بحيث أصبحت هناك علاقة ارتباط تشابكية بين الاقتصاد الوطني وقطاع المحروقات حتى أصبح تحديد وضعيته استقرارا أو اختلالا يتوقف على حركة أسعار البترول وعوائده ما جعله عرضة للصدمات الخارجية. ولعل أزمات البترول المتعاقبة خير دليل على هشاشة الاقتصاد الوطني ما جعل الحكومة أمام حتمية تغيير جذري للنظام الاقتصادي للتأقلم مع المنظومة الاقتصادية العالمية والعمل على تنويع الاقتصاد للحد من آثار الأزمات النفطية والتقليل من التبعية لقطاع المحروقات كما ركزت السياسية التحريرية للحصة على اعتماد الاقتصاد الوطني على الاستيراد

بشكل كبير مما يرفع فاتورة استيراد ويكلف الخزينة العمومية أعباء إضافية و في ظل الأزمة الاقتصادية تراجع احتياطي الصرف الى ما دون 60 مليار دولار مما جعل الحصة تثير عدة تساؤلات بشأن امكانية هذه القيمة من الاحتياطات لمواجهة نفقات التسيير والتجهيز وتطبيق مخطط عمل الحكومة والاستجابة للمتطلبات التنموية والاجتماعية كما تم التركيز على ارتفاع معدلات التضخم وأثاره على القدرة الشرائية للمواطن باعتماد إطار خبريا سلبيا .

الجدول رقم (08) يمثل الأفكار الرئيسية لقضية " الإصلاحات والبدائل

الاقتصادية كما طرحتها عينة الحصة الاقتصادية خلال فترة الدراسة.

**وحدة : الفكرة**

| حصة الحوار الاقتصادي |    | البرنامج التلفزيوني                                  |
|----------------------|----|--|
| %                    | ك  | الأفكار الرئيسية لقضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية |
| 40 24 %              | 33 | إدعاش قطاع الفلاحة والسياحة                          |
| 14 63 %              | 12 | هيكلة الإدارة الجبائية والرقابية                     |
| 8 53 %               | 7  | استقلالية المؤسسات المالية                           |
| 21 95 %              | 18 | دعم الانتاج الوطني                                   |
| 8 53 %               | 7  | دعم المؤسسات الاقتصادية                              |
| 6 09 %               | 5  | تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص                |
| 100 %                | 82 | المجموع  |

يتضح من بيانات الجدول السابق المتعلق بمعرفة الأفكار الرئيسية لقضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية، أن للحصة تبنت إطارا خبريا تحليليا مديا في تناول القضية الإصلاحات الاقتصادية من خلال حصرها في الدعم الذي تقدمه الدولة الجزائرية من حيث الأجهزة، و تمويل المشاريع التي باشرتتها فئة الشباب، والدعوة الى تشجيع الاستثمار الثنائي وطني - أجنبي بتطبيق قاعدة الاستثمار 49/ 51 من اجل تخفيض الواردات، مع اقتراح تعديلات في تطبيق هذه القاعدة أو إلغائها بالإضافة إلى تنظيم ملتقيات لمناقشة مسألة التنمية المحلية، وكذا الاستماع للمهنيين في المجال الفلاحي و الصناعي، معالجة مشاكل العقار الصناعي والفلاحي عبر ولايات الوطن لإنعاش هذه القطاعات الإستراتيجية ودعمها كبداية للخروج من التبعية لقطاعات المحروقات والعمل على تطوير نوعية الإنتاج الفلاحي و الزراعي.

كما تم التركيز على أن الإصلاحات الاقتصادية التي اعتمدها الجزائر عرفت مشاكل و قصور و ضعف، بالرغم من المباشرة فيها منذ أكثر من 20 سنة باعتماد إطارا خبريا سلبيا فالحصة صنفت الجزائر ضمن الدول المستهلكة، حيث أنها تساهم باستهلاكها في تجديد و تشجيع أداء المؤسسات الأجنبية من جهة، و تجلب الربح للمفسدين و الفاسدين من جهة أخرى، و تعززت عملية الاستيراد أكثر بعد انتقال مبدأ المنافسة من المنتج إلى المستورد، و كسر حكر الاستيراد من الدولة الجزائرية، و منحه لرجال الأعمال عوض من المؤسسات الخاصة التي تستثمر في الإنتاج. وكم من برنامج تم إطلاقه من أجل تحقيق الانتعاش الاقتصادي و تخفيض معدل الواردات، من بينها برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي الذي أطلق منذ عدة سنوات، والبرنامج التكميلي لدعم الإنعاش الاقتصادي، حيث تم صرف 7 ملايين للبرنامج الأول و 55 مليار للبرنامج الثاني، و لم تقدم السلطات العامة أي تقرير حول ما حققته تلك البرامج،

وتطرقنا الحصة أيضا إلى النظام الجبائي والرقابي اللذان يواجهان خلا كبيرا على منحنى الاقتصاد الوطني بسبب عدم التحكم في المنظومة المالية والنقدية والتدويل الجبائي نظرا لان نحو 80 بالمائة من الاقتصاد الجزائري غير رسمي ينشط في السوق الموازية وبالرغم من الإجراءات التي اتخذتها مصالح الضرائب منها الامتثال الضريبي

الطوعي في قانون المالية التكميلي لسنة 2015 إلى انها لم تحقق الأ أهداف المر جودة وتناولت الحصة مجموعة الآليات التي ينبغي تنفيذها لتوسيع الوعاء الضريبي منها عصرنه المنظومة الجبائية التعامل الالكتروني مع المتعاملين الاقتصاديين تغيير صورة الإدارة الضريبية لدى المواطن والمؤسسات تكوين القضاة في المجال الاقتصادي لمواجهة الجريمة الاقتصادية تقرب الإدارة الجبائية فرض الامتيازات في النسب والرسوم فرض الضريبة على الثروة تعزيز ثقافة المواطنة الجبائية وغيرها من الآليات. إلى جانب ذلك تعزيز الدور الرقابي لمصالح التجارية ومراقبة الجودة والمنافسة بتأهيل الموظفين وتنسيق الجهود مع الهيئات المتدخلة في العمل الرقابي منها الجماعات الإقليمية والمصالح الأمنية المختلفة.

الجدول رقم (09) يمثل الأفكار الرئيسية لفضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية" كما طرحتها حصة الحوار الاقتصادي خلال فترة الدراسة.

#### وحدة : الفكرة

| حصة الحوار الاقتصادي |         | الحصة التلفزيونية                                      |
|----------------------|---------|--|
| ك                    | %       | الأفكار الرئيسية لفضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية |
| 28                   | 90 50 % | توجيه الدعم الاجتماعي                                  |
| 3                    | 5,45 %  | النفقات العمومية                                       |
| 8                    | 54 14 % | التحصيل الجبائي  |
| 6                    | 90 10 % | بطاقة معلوماتية للمواطن                                |
| 10                   | 18 18 % | الطابع الاجتماعي للدولة                                |
| 55                   | 100 %   | المجموع  |



يظهر من معطيات الجدول رقم (09) أن حصة الحوار الاقتصادي تناولت قضية "الدعم الاجتماعي والسوق الموازية" من جانب أثرهما الكبير على الاقتصاد الوطني حيث تبذنت الحصة إطارا خبريا سلبيا تطرقت من خلاله إلى حجم النفقات العمومية التي تخصها الدولة للدعم الاجتماعي وان قدرا كبيرا من هذه النفقات يتسرب لغير مستحقيه ولا يصل إليهم نظرا لشمولية سياسة الدعم الاجتماعي المنتهجة حاليا وغير الموجهة مما يستوجب البحث عن آليات وبدائل أخرى أكثر موائمة وفعالية للانتقال بهذه السياسة من شكلها الحالي الشمولي إلى الشكل الانتقائي .

ففي الجزائر يعتمد على شكلين رئيسيين من أشكال الدعم يتمثلان أساسا في الدعم الحكومي الصريح ويقصد به الإنفاق العام الذي يتم تسجيله بصورة واضحة وصريحة أين تندرج نفقات هذا البند كنفقات على عاتق الميزانية العامة للدولة وتكون لها تكلفة مالية مباشرة متمثلة في مخصصات دعم أسعار الغذاء الإسكان أسعار الفائدة المخفضة دعم أسعار الكهرباء والغاز الطبيعي والمياه . كذلك تعميم التعليم المجاني دعم فئة المعوزين والمعوقين وأصحاب الدخل الضعيف اما الشكل الثاني من الدعم فيتمثل في إيرادات عامة ضائعة لا تظهر بشكل صريح في الموازنة العامة لكنها تسهم في زيادة العجز بها وتشمل هذه الإعانات على الدعم الجبائي والدعم ذي العلاقة بالعقار ودعم أسعار المنتجات الطاقوية والوقود مثل البنزين بمختلف أنواعه والمازوت والتي تحدد أسعارها بأدنى من قيمتها السوقية. كما ركزت حصة الحوار الاقتصادي على ان سياسة الدعم تتسبب بضغطات كبيرة على ميزانية الدولة وميزان المدفوعات خاصة وان الجزائر تعتمد في تطبيق سياسة الدعم الاجتماعي على مبدأ دعم الاستهلاك النهائي وذلك على حساب الإنتاج مما ينتج عنه نمط استهلاكي غير عقلاني للمنتوجات المدعومة فالدعم الاجتماعي يمثل ربع إيرادات الميزانية العامة للدولة وأكثر من 10 بالمائة من الناتج المحلي الخام.

وتناولت الحصة أيضا موضوع الاقتصاد غير الرسمي او السوق الموازية باعتماد إطار خبريا سلبيا حيث تشكل السوق الموازية حسب تقديرات مصالح الضرائب حوالي 50 بالمائة من حجم الاقتصاد الوطني وهو بذلك يشكل سرطانا ينخر جسم الاقتصاد الوطني وهو ما اثر سلبا على تحصيل مصالح الجمارك للرسم على القيمة المضافة بسبب غياب

الفوترة وبالتالي فان معظم المتعاملين مجبرون على التعامل بصورة او بأخرى مع السوق الموازية الأمر الذي يفتح الباب واسعا الى بروز ما يعرف بالاقتصاد المافوي.

وتمت الإشارة الى اتساع ظاهرة الاقتصاد الموازي في الجزائر بزيادة عدد التجار غير الشرعيين الذين لا يملكون سجلات تجارية او رخص إدارية ينشطون عبر مئات الأسواق غير المنظمة الموجودة عبر ولايات الوطن تنتشط خارج القانون .

وتمثل الأسواق الموازية هذه بمثابة الجناح الضريبية لبارونات الاستيراد حيث تحوز هذه الأسواق على أكثر من 30 بالمائة من مجموع النشاط التجاري الوطني وتتنوع الأنشطة والخدمات المقدمة في هذه الأسواق باختلاف المنطقة ودرجة الطلب الكلي وم مستوى المعيشة لكنها في الغالب تتشكل من الباعة المتجولين الذين يحتلون الصدارة في قائمة الأنشطة غير الرسمية التي وان لم يوجد لها تصنيف في منظمة العمل الدولية ورغم ذلك فهي نشاطات اقتصادية مؤثرة من الناحيتين الايجابية والسلبية .

الجدول رقم (10) يمثل الأفكار الرئيسية لقضية " الاستثمارات الداخلية والخارجية " كما طرحتها عينه احصة الاقتصادية خلال فترة الدراسة.

وحدة:الفكرة

| حصة الحوار الاقتصادي |         | الحصة التلفزيونية                                     |
|----------------------|---------|---|
| ك                    | %       | الأفكار الرئيسية لقضية الاستثمارات الداخلية والخارجية |
| 7                    | 16 27 % | تنافسية المنتج الوطني                                 |
| 12                   | 27 90 % | البيروقراطية  |
| 9                    | 20 93 % | الوسائل اللوجستية                                     |
| 10                   | 23 25 % | القاعدة 51/49   |
| 5                    | 11 62 % | مسار الإنتاج والتوزيع                                 |
| 43                   | 100 %   | المجموع   |

تشير بيانات الجدول رقم(10) إلى الأفكار الرئيسية لقضية " الاستثمارات الداخلية والخارجية "، حيث تبنت حصة الحوار الاقتصادي إطارين، فالإطار الخبيري الايجابي يعزز فكرة دعم الاستثمارات الداخلية والخارجية لتقوية المنتج الوطني وزيادة الامداخيل من العملة الصعبة، من خلال توفير بنك معلومات خاص بالا ستثمارات وبكل الجوانب المتعلقة به تطهير المحيط من البيروقراطية والرشوة والفساد بصفة عامة احترام نظام الضمانات والاتفاقيات التي وقعتها الجزائر مع مختلف الدول والهيئات انجاز سوق مالية مفتوحة لرأس المال وبعث البنوك والهيئات المالية الخاصة بالاستثمار ا ستقرار المحيط

التشريعي والسياسي وخاصة الأمني إعطاء المزيد من الحوافز والإعفاءات الضريبية لتشجيع الاستثمارات أما الإطار الخبير بالسلب في تجل في التركيز على مجموعة المعوقات التي تحول دون دفع الاستثمارات قدما منها المعوقات البيروقراطية كبطء العمل الإداري الذهنيات التي تعيق مسار بعث الاستثمارات الفساد الإداري وغيرها وكذا المعوقات القانونية منها تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغيرات في القوانين المشكلات القانونية مع الشركاء والفساد في تطبيق القانون، المعوقات المتعلقة بالتكلفة والتسويق ومعوقات الضرائب والرسوم الى جانب القاعدة 49/51 التي تعد واحدة من الأسباب التي عطلت تدفق الاستثمارات الأجنبية على الجزائر.

الجدول رقم (11) : يمثل الأفكار الرئيسية لقضية الفساد المالي ك ما  
طرحتها الحصة الاقتصادية.

وحدة: الفكرة

| حصة الحوار الاقتصادي |    | الحصة<br>التلفزيونية                     |
|----------------------|----|--|
| %                    | ك  | الأفكار الرئيسية لقضية<br>الفساد المالي  |
| 33,33%               | 6  | التهرب الضريبي                           |
| 22,22%               | 4  | الاستثمارات الوهمية                      |
| 22,22%               | 4  | تضخيم الفواتير                           |
| 0%                   | 0  | نظرة الدولة إلى برنامج<br>عمل المستثمرين |
| 22,22%               | 4  | الفضائح المالية (تهريب<br>الاموال)       |
| 100%                 | 18 | المجموع                                  |

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى الأفكار الرئيسية لقضية "الفساد المالي"، حيث تبنت حصة الحوار الاقتصادي إطاراً خبيرياً معادياً لمختلف الممارسات التي من شأنها التأثير سلباً على نشاط الاقتصاد الوطني منها الجرائم الاقتصادية بجميع أنواعها والتي تؤدي إلى شلل في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة بما أفضت إليه من تدمير للاقتصاد والقدرة المالية والإدارية وبالتالي عجز الدولة عن مواجهتها.

وأشارت عينة حصة الحوار الاقتصادي الى مجموعة من الممارسات كالا ستثمارات الوهمية التهرب الضريبي تضخيم الفواتير تهريب العملة الصعبة نحو الخارج وغيرها من الفضائح.

حيث شهدت الجزائر كغيرها من دول العالم ظاهرة الفساد وتعاني من أثارها الفتاكة وهذا بالرغم من الجهود التي تبذلها وطنيا قصد إيجاد السبل الكفيلة لمواجهتها والحد منها فمِنذ 2003 انفجرت العديد من قضايا الفساد الخطيرة بدءا بقضية مجمع خليفة لتليها قضية الفساد في قطاع الأشغال العمومية وبالأخص فضيحة الطريق الـسيار شرق غرب وفضيحة سونطراك وصولا الى بيان وزارة المالية مطلع سنة 2019 القا ضي بت تشكيل لجنة يقظة لمراقبة كل تحويلات العملة الصعبة نحو الخارج وهو ما اعتبره المتابعون للشأن الاقتصادي بمثابة اقرار بتهرب العملة الصعبة نحو الخارج من طرف متعاملين جزائريين وأجانب بطرق مشبوهة ومتواطئة وأشارت عينة الدراسة إلى عدم فعالية مختلف القوانين والمؤسسات القانونية في مواجهة الظاهرة فقد حاولت الجزائر تفعيل دور المؤسسات القانونية ومؤسسات المجتمع المدني من اجل محاربة الفساد بكل أشكاله و من بين هذه الآليات إنشاء خلية المعالجة والاستعلام المالية سنة 2002 لتنظيم الصرف وحركة رؤوس الأموال من والى الخارج قانون الوقاية من تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحته إنشاء الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد وكافحته سنة 2012 وكذا المرصد الوطني لمكافحة الفساد وصولا الى إنشاء لجنة اليقظة على مستوى وزارة المالية سنة 2019 لمراقبة حركة العملة الصعبة نحو الخارج.

الجدول رقم (12): يمثل مدى التوازن في عرض القضايا الاقتصادية في الحصة محل الدراسة

| حصة الحوار الاقتصادي |         | الصحف الاقتصادية الجزائرية        |
|----------------------|---------|-----------------------------------|
| ك                    | %       | التوازن في عرض القضايا الاقتصادية |
| 3                    | 13 63 % | عرض وجهة نظر واحدة                |
| 4                    | 18 18 % | عرض وجهتي نظر متعارضتين           |
| 15                   | 68 18 % | عرض وجهات نظر متعددة              |
| 22                   | 100 %   | المجموع                           |

يتضح من بيانات الجدول رقم (12) الخاص بمعرفة مدى التوازن في عرض القضايا الاقتصادية المثارة في حصة الحوار الاقتصادي خلال الفترة الزمنية المحددة، أن القضايا الاقتصادية البارزة التي تم عرضها من خلال (وجهات نظر متعددة)، احتلت الترتيب الأول في الحصة أعلاه، وذلك بنسبة تقدر ب (18 68%) من إجمالي القضايا الاقتصادية التي عالجتها عينة الدراسة، وهذا يفسر بعدد الضيوف الذين كانت تستضيفهم الحصة في كل عدد والذين يعبرون عن أفكار متباينة مختلفة ومتعارضة سواء بين الخبراء الاقتصاديين والاقتصاديين وبين مسئولو الجمعيات الاقتصادية ومثلي المنظمات والهيئات او المتعاملين الاقتصاديين. بحيث كانت مختلف مواضيع عينة الدراسة محل اختلاف وتضارب في الأفكار بين المشاركين في الحصة مثلا في موضوع الدعم الاجتماعي بين نظرة الباحثين والخبراء وبين ممثلي جمعيات حماية المستهلك والاتحاد العام للعمال الجزائريين وأيضا النواب الذين يصادقون على قوانين المالية المتعاقبة وقد جاءت القضايا الاقتصادية التي تتضمن (وجهتي نظر متعارضتين) في المرتبة الثانية، وذلك بنسبة تعادل (18 18%)، من إجمالي القضايا الاقتصادية المطروحة في عينة حصة الحوار الاقتصادي، فكان هناك نوع من التنوع في استعمال القوى الفاعلة، وقد وردت القضايا الاقتصادية المثارة التي تتضمن في عرضها (وجهة نظر واحدة) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة تقدر

ب(63% 13) من إجمالي القضايا الاقتصادية البارزة في عينة حصة الحوار الاقتصادي، و هي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالوجهات السابقة.وتشير إلى اعتماد الحصة على قوة فاعلة ناطقة باسم الحكومة الجزائرية من خلال استضافة وزراء كل من ال سياحة وال صناعات التقليدية وكذا الفلاحة والصيد البحري

**الجدول رقم(13): يمثل المصادر التي اعتمدت عليها الحصة التلفزيونية محل الدراسة للحصول على المعلومة الاقتصادية**

| حصة الحوار الاقتصادي |        | الحصة التلفزيونية                      |                  |  |
|----------------------|--------|--|------------------|--|
| ك                    | %      | نوع المصدر                             |                  |  |
| 45                   | 43 68% | المصادر الداخلية                       |                  |  |
| 6                    | 5,82%  | تقارير وأبحاث اقتصادية                 | المصادر الخارجية |  |
| 00                   | 0%     | الصحف و المجلات الأجنبية               |                  |  |
| 00                   | 0%     | الصحفيين الأجانب                       |                  |  |
| 16                   | 15,53% | وكالة الأنباء الوطنية                  |                  |  |
| 10                   | 9 70%  | الخبراء و الباحثين الاقتصاديين         |                  |  |
| 11                   | 10 67% | المؤسسات الحكومية و الهيئات الاقتصادية |                  |  |
| 0                    | 0%     | المواقع الالكترونية                    |                  |  |
| 15                   | 14 56% | غير محددة                              |                  |  |
| 103                  | 100%   | المجموع                                |                  |  |



يمثل الجدول رقم(13)المصادر التي اعتمدت عليها الحصة التلفزيونية من حل الدراسة للحصول على المعلومة الاقتصادية ، حيث أن المصادر الداخلية و المتمثلة في طاقم الصحفيين المعدل لدرجة هيمنت على أغلبية أنواع المصادر الأخرى بنسبة تعادل(43 68%)، وهي تعكس مجهود طاقم الحصة، وتبرز علاقاتها الواسعة و انتشارها و سعة إدراك صحفيها لأهمية الخبر و مخبريها<sup>(1)</sup>. ووصلت نسبة المواضيع المرتبطة بالقضايا الاقتصادية البارزة التي اعتمدت فيها الحصة على تقارير وكالة الأنباء الجزائرية(15 53%) ،و بالتالي فضل طاقم الحصة الاعتماد على هذا الجهاز الإعلامي الرسمي الذي يعكس مختلف توجهات الحكومة ويقدم البيانات والمعلومة الرسمية من أجل الابتعاد عن التضليل الإعلامي والسقوط في فخ الأخبار المزيفة أو المغلوطة، و سجلنا كذلك من الجدول السابق اعتماد الحصة على المصادر الرسمية أي المؤسسات الحكومية والهيئات الاقتصادية ، بنسبة(10 67%)، كما تشير بيانات هذا الجدول أيضا إلى مزيج متنوع من مصادر الأخبار الاقتصادية حيث اعتمدت الحصة أيضا على الخبراء والباحثين الاقتصاديين وكذا التقارير والأبحاث الاقتصادية المختلفة.

فقد يؤدي تنوع المصادر الإخبارية للبرامج الاقتصادية، إلى إثراء المواضيع من جميع الجوانب ويجعل البحث عن التفاصيل مهمة فرعية ولا تحتاجها الحصة في أغلب الأحيان وهنا إشارة إلى أهمية تعدد المصادر ،التي تعول عليها البرامج التلفزيونية المتخصصة لجمع مختلف الأخبار فلا بد أن يكون هناك خبراء تعتمد عليهم هذه البرامج وجهات رسمية تزودها بالمعلومات.

تتنوع المصادر الإخبارية للمحرر الاقتصادي تبعا للأنشطة الاقتصادية، ففي مختلف مجالات الحياة اليومية أصبحت القرارات الفردية أو الجماعية، تعتمد على المعلومة الاقتصادية التي تتأسس بدورها على ظروف الحصول عليها، والتي يجب أن تكون معروفة من المستفيد منها لكي نستطيع الحكم على صدقها من عدمه وهناك عدة مصادر يلجأ إليها المحرر الاقتصادي للحصول على الأخبار الاقتصادية منها:

---

(1) عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت، "المرجع السابق"، ص 158 .

وزراء المجموعة الاقتصادية وكبار المسؤولين فيها، وتلك اللوزارات هي التخطيط  
الاقتصاد والمالية والسياحة والصناعة والسكن والعمل وكبار المسؤولين

يوجد أيضا المسؤولين عن المصالح والمؤسسات المالية والاقتصادية، والشركات الصناعية  
والإنتاجية العاملة في البلاد وأفراد البعثات الاقتصادية والصناعية والفنية المتصلة بشؤون  
الإنتاج والصناعة والتي ترسل الى الدول الخارجية كما يوجد مكاتب الخبراء الاقتصاديين  
والمحاسبون التجاريون والقانونيون ورجال الجمارك والضرائب والغرفة التجارية  
واتحادات العمال وغيرها من التجمعات المهنية، الى جانب هذه المصادر نجد أيضا  
التقارير والأبحاث والمجالات التي تصدرها مراكز البحوث وكلليات التجارة والاقتصاد  
وغيرها من الجهات العاملة او المتصلة بالأنشطة الاقتصادية والتنموية وأيضا ج ماهير  
المستهلكين والمتعاملين في مختلف الدوائر الاقتصادية ومراكز المعلومات ووكالات الأنباء  
التي تقدم خدمات اقتصادية متنوعة.

## الجدول رقم (14): يمثل أطر أسباب القضايا الاقتصادية البارزة كما طرحتها السياسة

### التحريرية للحصة محل الدراسة

| الحوار الاقتصادي |    | الحصة التلفزيونية                         |
|------------------|----|---|
| %                | ك  | أسباب القضايا الاقتصادية                  |
| 11 62 %          | 10 | عدم استقرار النصوص القانونية              |
| 13 95 %          | 12 | القيود البيروقراطية                       |
| 16 27 %          | 14 | التسيير الإداري للنشاط الاقتصادي          |
| 10 46 %          | 9  | غياب آليات الرقابة                        |
| 2 32 %           | 2  | نقص المعدات و مراقبة الجودة               |
| 2 32 %           | 2  | تحكم الخزينة العمومية في البنك المركزي    |
| 2 32 %           | 2  | حواجز سياسية و أمنية                      |
| 4,65 %           | 4  | تمويل عمليات الاستيراد على حساب الاستثمار |
| 4,65 %           | 4  | إهمال القاعدة الصناعية                    |
| 6,97 %           | 6  | نقص الموظفين المؤهلين                     |
| 9,30 %           | 8  | سوء إدارة التحريك الاقتصادي               |
| 15,11 %          | 13 | السوق الموازية                            |
| 100 %            | 86 | المجموع                                   |

أوردت حصة الحوار الاقتصادي مجموعة من الأسباب التي ترتبط بكل من قضية الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر مشكلة السوق الموازية وعدم توجيه الدعم الاجتماعي وكذا الفساد المالي. وقد ركزت الدراسة بشكل كبير على مشكلة التسيير الإداري للنشاط الاقتصادي الذي يؤدي الى غياب الفعالية

الاقتصادية وتحقيق الأهداف المرجوة حيث أشارت الى ان معظم القرارات الاقتصادية تتطلق من رؤية إدارية محضة بعيدة عن التصا ص الاقتصادي بدليل ان مختلف المؤسسات والمصالح الاقتصادية والمالية يسيرها منذ سنوات إداريون يفتقدون للمعارف والخبرات التي تدير قوالب الشأن الاقتصادي ومتغيراتها الأمر الذي انعكس سلبا على النصوص القانونية والتنظيمية للنشاط الاقتصادي وجعلها تتسم بعدم الاستقرار والتغيير والتعديل في كل مرة مما اثر على نشاط المتعاملين الاقتصاديين وسير مختلف الأنشطة الاقتصادية في ظل الضبابية وعدم الوضوح و فيما يخص الأسباب التي تناولتها الحصة بخصوص موضوع الإصلاحات والبدائل الاقتصادية فقد ركزت على الدوافع التنظيمية، العلمية، السياسية و الأمنية على الصعيد الوطني، الإقليمي و الدولي، فبالرغم من أن الحصة وصفت الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر بمؤشرات ايجابية، استطاعت الحكومة الجزائرية التفاعل مع المشاكل التي واجهت كافة فروع الاقتصاد الوطني، إلا أن هناك مجموعة من الأسباب حالت دون تحقيق النتائج المسطرة ضمن خطط تنموية، و تناولت الحصة وسائل الاستغلال القديمة المستعملة في بعض القطاعات الاقتصادية، مما يؤثر سلبا على كمية المنتج، و بالتالي العجز النسبي أو الكلي على تلبية طلب المستهلك بأسعار معقولة تكون في مستوى كافة الفئات، وحسب حصة الحوار الاقتصادي فان الاحتيال على المنتج الوطني لتحقيق منفعة خاصة من الأمور التي تعرقل السير الجيد لتعاليم الحكومة الجزائرية الإصلاحية، و يظهر السبب التنظيمي و المالي الذي وضعته الحصة في الصعوبة التي تواجهها المؤسسات الخاصة الجزائرية في الوصول إلى الأسواق العمومية، فالبنوك الجزائرية تفضل تمويل عمليات الاستيراد على حساب عمليات الإنتاج، بحجة غياب الضمان، فالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة مستبعدة تقريبا عن التمويل الذي تستفيد منه عمليات الاستيراد، و التي تتمتع بظروف مرنة إلى حد كبير، كما أشارت الحصة الى مجموعة من العراقيل التي تحول أيضا دون إنعاش القطاعات البديلة كالفلاحة السياحة منها مشاكل العقار الفلاحي والسياحي والإجراءات التنظيمية المكبلة بقيود بيروقراطية على كافة المستويات المحلية والمركزية، والتي تعيق الانطلاقة الحقيقية للاقتصادي الوطني.

ومن الأسباب التي تناولتها الحصة أيضا، فيما يخص موضوع الدعم الاجتماعي والسوق الموازية هو غياب نظام معلوماتي دقيق، تعتمد عليه الحكومة لتحديد الفئات التي تستحق فعلا الدعم وجعله انتقائيا لاشموليا مما يزيد في حجم النفقات العمومية سنويا، الى جانب ضعف فعالية الرقابة والجدب لاحتواء ومرافقة السوق الموازية وضمها بشكل تدريجي الى الاقتصاد الرسمي لدعم الوعاء الجبائي. ضف إلى ذلك تداعيات الأزمة السياسية والأمنية على القطاع الاقتصادي .

الجدول رقم (15): يمثل أطر الحلول المقترحة للقضايا الاقتصادية البارزة كما طرحتها

السياسة التحريرية للحصة التلفزيونية محل الدراسة

| الحوار الاقتصادي |    | الحصة التلفزيونية  |
|------------------|----|--|
|                  | ك  | حلول القضايا الاقتصادية                                    |
| %                |    |  |
| 11 49 %          | 10 | تحرير الاقتصاد الوطني                                      |
| 6 89 %           | 6  | وضع آليات فعالة لمكافحة الفساد                             |
| 13,79 %          | 12 | إعادة توجيئه الدعم الاجتماعي                               |
| 9,19 %           | 8  | وضع تكنولوجيا فعالة في المجال الاقتصادي                    |
| 8 04 %           | 7  | التكامل بين التكوين و التوظيف                              |
| 4,59 %           | 4  | اعادة النظر في الاتفاقيات الدولية                          |
| 4,59 %           | 4  | استقلالية العدالة و إقرار دولة القانون و ديمقراطية المجتمع |
| 18,39 %          | 16 | تنويع الاقتصاد الوطني                                      |
| 5,74 %           | 5  | تفعيل الرأسمال الوطني                                      |
| 4,59 %           | 4  | كشف الجرائم الاقتصادية و تحسين مناخ الأعمال                |
| 0 %              | 0  | الحكم الرشيد   |
| 6,89 %           | 6  | تاهيل الموارد البشرية                                      |
| 9,19 %           | 8  | دعم الشركات الاستثمارية لرفع مستواها                       |
| 100 %            | 87 | المجموع  |

قدمت حصة الحوار الاقتصادي عدة حلول للقضايا الاقتصادية البارزة المطروحة للتحليل، واتفق ضيوف الحصة على تقديم حلول تكون في خدمة مستقبل الاقتصاد الوطني، مع استعمال كل الوسائل من أجل كشف وفضح أشكال الفساد المالي التي تعرقل مسار خطط التنمية الاقتصادية، وركزت الحصة على أهمية تنويع الاقتصاد الوطني لا خروج من التبعية لقطاع المحروقات وذلك بإنعاش القطاعات البديلة وجعلها قوة اقتصادية حقيقية باستغلال المؤهلات الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر في قطاعات السياحة والفلاحة والصيد البحري والعمل على إزالة مختلف العراقيل خاصة منها الإدارية والعمل على تحرير الاقتصاد وتحرير المبادرات لدعم الاستثمارات وتوسيع مناطق النشاط الصناعي على مستوى ولايات الوطن.

ومن الحلول التي قدمتها الحصة أيضا هو الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتفعيل الإدارة الإلكترونية في مختلف التعاملات الاقتصادية وكذا في ضبط مختلف المعلومات والإحصائيات في إعداد البرامج والخطط والميزانيات منها ما يتعلق خاصة بالدعم الاجتماعي وضبط إحصاء دقيق لنشاط السوق الموازية.

## الجدول رقم (16): يمثل طبيعة الاستمالات المستخدمة في معالجة القضايا الاقتصادية في

### الحصة محل الدراسة

| الحوار الاقتصادي |         | الحصة التلفزيونية    |
|------------------|---------|----------------------|
| ك                | %       | الاستمالات المستخدمة |
| 37               | 71 15 % | استمالات عقلانية     |
| 15               | 28 84 % | استمالات عاطفية      |
| 52               | 100 %   | المجموع              |

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (16) أن استخدام الاستمالات العقلانية في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة في حصة الحوار الاقتصادي احتلت الصدارة، حيث بلغت نسبتها (71 15%)، وهذا معناه أن الحصة اعتمدت على الأسلوب العقلاني في معالجة حيثيات القضايا الاقتصادية، وتكون السياسة التحريرية للحصة قد اعتمدت على المعالجة التحليلية التفسيرية البحتة الموضوعية من خلال تقديم المعطيات والبيانات الدقيقة بخصوص الوضع الاقتصادي في الجزائر ومؤشراته بعد تهاوي أسعار النفط بالأرقام والدلائل الإحصائية المستندة على معلومات دقيقة لتشريح الواقع الاقتصادي وتداعياته المختلفة. حيث تطرق ضيوف البرنامج بالتحليل والتفصيل لقوانين المالية المختلفة والاعتمادات المخصصة في ميزانيتها التشغيل والتجهيز وكذا ميزان المدفوعات وغيرها من المعطيات.

كما استخدمت الحصة أسلوب الاستمالات العاطفية بنسبة (28 84 %) أي اعتمدت على أسلوب سرد المعطيات، يغلب عليه التوجه العاطفي في معالجة القضايا الاقتصادية المثارة في عينة الحصة التلفزيونية محل الدراسة.



**الجدول رقم (17): يمثل الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية في الحصة محل**

**الدراسة**

| حصة الحوار الاقتصادي |        | الحصة التلفزيونية                 |
|----------------------|--------|-----------------------------------|
| ك                    | %      | صفة الشخ صيات المستضافة           |
| 33                   | 38,37% | خبير اقتصادي/مالي                 |
| 20                   | 23,25% | أستاذ جامعي                       |
| 16                   | 18,60% | ممثل عن جمعية أو هيئة اقتصادية    |
| 8                    | 9,30%  | شركاء اجتمعون في القطاع الاقتصادي |
| 3                    | 3,48%  | مسئول حكومي/وزير                  |
| 6                    | 6,97%  | نائب برلماني                      |
| 86                   | 100%   | المجموع                           |

تشير معطيات الجدول أعلاه، إلى أهم الفئات الفاعلة في عينة حصة الحوار الاقتصادي محل الدراسة حيث اعتمدت الحصة في تناولها للقضايا الاقتصادية: قضية الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر، قضية الأزمة الاقتصادية والمالية، قضية الاستثمارات الداخلية والأجنبية ، قضية الفساد المالي وقضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية اعتمدت بشكل كبير على آراء الخبراء الاقتصاديين والماليين بنسبة 38,37% تليها فئة الأساتذة الجامعيين في تخصص الاقتصاد والمالية بنسبة 23,25% ثم ممثلين عن جمعيات وهيئات اقتصادية كالبنوك منتدى

رؤساء المؤسسات هيئات استشارية اقتصادية بنسبة **18,60** % وهو ما يبرز ان  
الحصة ركزت على آراء الاكاديميين والمختصين في الشأن الاقتصادي لتحليل  
الوضع الاقتصادي رؤية علمية متخصصة وبمنظرة الناشطين والممارسين من  
متعاملين اقتصاديين وممثلي هيئات استشارية اقتصادية فيما كان اعتمدها على  
المسؤولين الرسميين بشكل ضئيل متمثل في النواب البرلمانين  
بنسبة **6,97** % المسؤولين الحكوميين (الوزراء ) بنسبة **3,48** %

## المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية الكيفية لأطر المعالجة الإعلامية للقضايا

### الاقتصادية البارزة في الحصة التلفزيونية محل الدراسة:

**تمهيد :** لقد تم استخدام التحليل الكمي في الدراسة كأداة بحثية مساعدة في عملية جمع المعلومات وتفسيرها كميًا، بهدف الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة، غير أن التحليل الكمي لا يمكنه لوحده تعميق التحليل، لذا سيتم الاعتماد أيضا على التحليل الكيفي، الذي سيهتم باستطلاع الجوانب المهمة لما هو كائن حول الرسالة، وكذا التنبؤ بما هو كامن داخل السطور. وسيتم استخدام التحليل الكيفي في هذه الدراسة وفق نظرية تحليل الأطر الخبرية لرصد وتحليل اطر المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية البارزة وتداعياتها، وتركز نظرية الأطر الخبرية على تحليل المحتوى غير الصريح للرسالة الإعلامية، وذلك من خلال تحديد الفكرة المحورية للنص الخبري.

ولقد أسفرت نتائج الدراسة الكمية للقضايا التي وردت في عينة البرنامج الحواري الاقتصادي الحوار الاقتصادي، بروز خمسة قضايا أساسية هي كالتالي: 1- الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر 2- الإصلاحات والبدائل الاقتصادية 3- الدعم الاجتماعي والسوق الموازية 4- الاستثمارات الداخلية والخارجية 5- الفساد المالي، وذلك طبقا لعدد التكرارات التي وردت بالتحليل الكمي. ولهذا سيتم توظيف التحليل الكيفي وفق نظرية تحليل الأطر الخبرية في رصد وتحليل اطر المعالجة الإعلامية لهذه القضايا ، كما تم طرحها في حصة الحوار الاقتصادي وذلك من منظور متعدد الأبعاد، يقوم على دراسة وتحليل كل من القوى الفاعلة والأطر المرجعية في إطار نظرية الأطر الخبرية.

## المطلب الأول: تحليل القوى الفاعلة والأطر المرجعية للقضايا الاقتصادية البارزة.

تبين بعد الرصد والتحليل لعينة الدراسة أن حصة الحوار الاقتصادي، ركزت على إبراز بعض جوانب القضايا الاقتصادية وإغفال جوانب أخرى، في إطار أطر خبرية طرحتها، تبعا للهدف المحدد لها. وعليه اتضح وجود مجموعة من الأطر المتباينة التي تم توظيفها كأطر مرجعية في عينة الدراسة، ولقد تنوعت بين الإطار المحدد بقضية (، الإطار العام، إطار النتائج الاقتصادية وإطار الصراع وقبل أن نستعرض هذه الأطر المتعلقة بالقضايا الاقتصادية، نحلل بداية مجموعة القوى الفاعلة التي لعبت دورا أساسيا في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة التي تناولتها عينة الدراسة ونوضح فيما يلي مجموعة القوى الفاعلة وسماتها الخاصة، التي تكررت في الحصة .

### 1. تحليل القوى الفاعلة للقضايا الاقتصادية البارزة في عينة الدراسة: اتضح من

خلال رصد وتحليل عينة حصة الحوار الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، والمتكونة من 20 عدد أن هناك مجموعة من القوى الفاعلة تكررت ولعبت دورا أساسيا، في تفعيل وتحريك القضايا الاقتصادية المطروحة للنقاش والتحليل، وتم تحديدها فيما يلي: الهيئات الحكومية التي تتولى تسيير الشأن الاقتصادي، المتعاملون والاقتصاديون، الجمعيات الاقتصادية المهنية، الشركاء الاجتماعيون.

**1,1 الهيئات الحكومية التي تتولى تسيير الشأن الاقتصادي:** قدمت الحصة هذه الهيئات كأهم القوى الفاعلة حيث أبرزت مجموعة الأدوار مثلت السلبية المطلقة في أداء هذه الهيئات وتداعياتها على مستوى الاقتصاد الوطني.

يقول الخبير الاقتصادي والمالي فرحات ايت علي ان هذه الهيئات الممثلة في

الوزارات ذات الصلة بشان الاقتصادي، البنوك والمؤسسات المصرفية

الجماعات الإقليمية كان لها دور سلبي في التعاطي مع الملف الاقتصادي من خلال التسيير الإداري للنشاط الاقتصادي وغياب الرؤية الاقتصادية ذات النجاعة في مهام هذه الهيئات<sup>(1)</sup>..

يقول الأستاذ الجامعي عبد الحميد حلوان أن النشاط الاقتصادي في الجزائر، مكبل بجملة من القيود البيروقراطية سببها الهيئات المركزية والمحلية التي تتدخل في مختلف مراحل النشاط الاقتصادي<sup>(2)</sup>..

يقول الأستاذ رضا تير يجب إعادة النظر في دور عدد مهم من الهيئات الحكومية التي تهتم بالنشاط الاقتصادي وجعلها أكثر دينامية في التعامل مع مختلف متغيرات هذا المجال الحيوي الاستراتيجي الذي يعرف تحولا باستمرار<sup>(3)</sup>..

يقول إسماعيل لالاماس رئيس الجمعية الوطنية الجزائرية استشارة تصدير ان الكثير من النتائج السلبية التي وصل إليها الاقتصاد الوطني منذ سنوات سببها الأداء الهزيل غير المستقر للهيئات الحكومية المتدخلة في الاقتصاد الوطني<sup>(4)</sup>.. يقول الأستاذ هواري تغرسي عضو لجنة المالية والميزانية بالمجلس الشعبي الوطني يجب إعادة النظر في طرق تسيير الاقتصاد الوطني<sup>(5)</sup>

## **1.2. المتعاملون الاقتصاديون: بعد الرصد والتحليل تبين أن حصة الحوار**

الاقتصادي ركزت كثير على الدور المحوري للمتعاملين الاقتصادي في إنعاش الاقتصاد الوطني و الخروج من حالة الركود فقد تم التأكيد على دور هذه الفئة من قبل مقدمة الحصة وكذا الضيوف المشاركين وكان أهمها ما يلي:

---

(1) فرحات ايت علي: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "المؤسسات الاقتصادية اي دور لتحقيق تنمية فعالة؟"، بتاريخ: 2017,10,24.

(2) حميد علون: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "مناخ الاستثمار بين الواقع التنظيمي والفعالية الاقتصادية"، بتاريخ: 2015,02,10.

(3) رضا تير: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "المؤسسات الاقتصادية اي دور لتحقيق تنمية فعالة؟"، بتاريخ: 2017,10,24.

(4) إسماعيل لالاماس: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "رخص الاستيراد والتصدير؟"، بتاريخ: 2018,01,30.

(5) هواري تغرسي: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "تهريب العملة الصعبة وزارة المالية تعترف"، بتاريخ: 2019,04,09.

يقول عموري لعروسي متعامل اقتصادي من ولاية بسكرة أن الإرادة موجودة لدعم وتشجيع الإنتاج الوطني في مجال التمور وعلى الدولة ان تشجع مختلف الشعب لتقوية وتنويع الاقتصاد الوطني(1).

يقول السيد جمال قيديم متعامل اقتصادي ان مرافقة ودعم المتعاملين الاقتصاديين على المستوى الوطني يشكل قاعدة صلبة لتحسين الاقتصاد الوطني(2).  
يقول فرحات ايت علي خبير اقتصادي ومالي ان للمتعاملين الاقتصاديين الجزائريين دور مهم في ترقية وتنويع الاقتصاد الوطني ويركز على اهمية نشاطهم في شكل تعاونيات للتنظيم والفعالية أكثر(3).

يقول الأستاذ مراد شنايت أستاذ الاقتصاد أن نشاط الاقتصاد يتوقف على مدى استعداد المتعاملين الاقتصاديين ودورهم في تحريك عجلته من خلال تنافسية المنتج والتمكن من مختلف الخبرات والمعارف(4).

**3,1. الجمعيات الاقتصادية والمهنية:** بعد الرصد والتحليل تبين أن حصة الحوار الاقتصادي ركزت على دور الجمعيات الاقتصادية والمهنية كقوى فاعلة ومحركة للاقتصاد الوطني في صورة تباينت أحيانا بين الايجابية والسلبية وتأكيدا على هذا المنحى سنستعرض أهم هذه الأدوار المنسوبة لتصور الجمعيات الاقتصادية والمهنية فيما يلي:

تتساءل مقدمة الحصة السيدة وردة عوفي عن دور الباترونا في الاقتصاد الوطني وعن فعالية تزايد عدد التنظيمات في تحديد طبيعة الاقتصاد الوطني(5).

---

(1) عموري لعروسي: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "ابرز الأحداث الاقتصادية للموسم 2014/2015 ، بتاريخ: 2015,12,29  
(2) جمال قيديم: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "ابرز الأحداث الاقتصادية للموسم 2014/2015 ، بتاريخ: 2015,12,29.  
(3) فرحات ايت علي: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "الإصلاحات الاقتصادية ..بوادر توجه اقتصادي جديد ، بتاريخ: 2018,05,22.  
(4) مراد شنايت: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "رخص الاستيراد والتصدير ، بتاريخ: 2018,01,30.  
(5) وردة عوفي: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "المنظمات الاقتصادية الإسهام في التصدي للازمة الاقتصادية ، بتاريخ: 2014,06,10

يقول عبد القار سماري رئيس النادي الاقتصادي الجزائري ان جود التنظيمات الاقتصادية أفرزته التوجهات الاقتصادية للدولة واليوم هذه التنظيمات مطالبة بالعمل في شكل تعاوني تشاركي لدعم الاقتصاد الوطني(1).

يقول إبراهيم بن عبد السلام نائب رئيس منتدى رؤسات المؤسسات أن التنظيمات والجمعيات الاقتصادية لها دور مهم في جعل المؤسسات الاقتصادية الوطنية تعمل بفعالية (2).

يقول محمد أمين بوطالبي رئيس المركز العربي والإفريقي للاستثمار والتطوير ان دور هذه الجمعيات يكمن في مرافقة المستثمرين الجزائريين والأجانب والتعريف بجميع فرص الاستثمار والمؤهلات الممكنة لخلق الثروة ومناصب الشغل(3).  
يقول نسيم ضيافات رئيس الجمعية الوطنية للشباب المستثمر أن وجود أكثر من 700 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة يحتاج إلى جمعيات مهنية وتنظيمات ممثلة لها لضمان نجاعتها وديمومتها في السوق الوطنية(4).

يقول مصطفى زبدي رئيس منظمة حماية المستهلك ان هذه الجمعيات تعد شريك حقيقي مدعم للاقتصاد الوطني وينقل مختلف اهتمامات الأطراف المتدخلة في النشاط الاقتصادي(5).

**4,1. الشركاء الاجتماعيون:** اتضح من خلال الرصد والتحليل أن الحصاة قدمت مجموعة من الأدوار للشركاء الاجتماعيين كقوى فاعلة تكررت في عينة الدراسة وجاءت هذه الأدوار كمايلي:

---

(1) عبد القادر سماري: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "المنظمات الاقتصادية الإسهام في التصدي للازمة الاقتصادية ، بتاريخ: 2014,06,10.

(2) إبراهيم بن عبد السلام : برنامج الحوار الاقتصادي ، عنوان الحلقة" المنظمات الاقتصادية ، بتاريخ 2014,06,10.

(3) محمد أمين بوطالبي: برنامج الحوار الاقتصادي ، عنوان الحلقة" المنظمات الاقتصادية الإسهام في التصدي للازمة ، بتاريخ 2014,06,10.

(4) نسيم ضيافات : برنامج الحوار الاقتصادي ، نفس الحلقة

(5) مصطفى زبدي: برنامج الحوار الاقتصادي ، نفس الحلقة..

يقول سليم لابطشة ممثل الاتحاد العام للعمال الجزائريين يجب مراعاة القدرة الشرائية للمواطن في إعداد مختلف قوانين المالية حماية للفئات الهشة الأكثر تضررا(1)..

يقول عبد الحكيم حجوج خبير اقتصادي إن الاقتصاد الوطني ينبغي أن يبنى وفق رؤية تكاملية بمشاركة مختلف الفاعلين بما فيهم الشركاء الاجتماعيون(2).  
الشخصيات المستضافة: لقد استضافت حصة الحوار عدة شخصيات في مختلف الأعداد المشكلة لعينة الدراسة بهدف تحليل ومناقشة القضايا الاقتصادية وكانت هذه الشخصيات رسمية وغير رسمية وتشغل وظائف مختلفة كان أهمها ما يلي:  
خبراء اقتصاديون/ أساتذة جامعيون /ممثلو جمعيات وهيئات اقتصادية/متعاملون اقتصاديون/وزراء / نواب برلمان

والملاحظ أن الحصة ركزت في مناقشتها لمختلف القضايا الاقتصادية على استضافة الخبراء الاقتصاديين وممثلي الجمعيات الاقتصادية لتقديم راءا بعيدة عن توجهات السلطة السياسية بحيث لم تركز كثيرا لدى تطرقها لمختلف القضايا على وجهة النظر الرسمية التي عادة ما كانت تطبع معالجة القضايا في وسائل الإعلام العمومية.

2. تحديد الأطر المرجعية للقضايا الاقتصادية البارزة وتداعياتها وكيفية توظيفها في عينة الدراسة:

1,2 القضية المتعلقة بالأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر:

1,1,2 الإطار المحدد بقضية: انطلقت الحصة من إطار محدود بقضية , تم فيه التركيز على الأزمة الاقتصادية والمالية التي عرفت بها الجزائر بعد

---

(1) سليم لابطشة: برنامج الحوار الاقتصادي ، عنوان الحلقة " قانون المالية 2017 ، بتاريخ 24,01,2017  
(2) عبد الحكيم حجوج برنامج الحوار الاقتصادي ، عنوان الحلقة .قانون المالية 2017 ، .



تراجع أسعار النفط منذ صائفة 2014 وركزت الدعوة على هذه القضية بحد ذاتها في معالجتها الإعلامية ببرزة أهم القطاعات التي تضررت جراء الأزمة الاقتصادية وانطلقت من واقع التداويات الملموسة على مداخل البلد التي تعتمد بشكل كبيراً جداً على عائدات النفط وكان التركيز واضحاً في عينة الدراسة على نقاط محددة منها: تراجع أسعار النفط تراجع قيمة العملة الوطنية ارتفاع نسبة التضخم تدني القدرة الشرائية للمواطن، الإجراءات الاحترازية للحكومة لمواجهة التداويات الاقتصادية والمالية وتخفيضات في ميزانيتها التسيير والتجهيز في قوانين المالية واللجوء إلى قوانين تكميلية وتناولتها في أكثر من عدد منها دور المنظمات الاقتصادية: الإسهام في التصدي للازمة الاقتصادية، ارتفاع أسعار التداويات قانون المالية أم غيب أجهزة الرقابة، تجاوز الأزمة الاقتصادية...من أينبدأ؟

**2,1,2 الإطار العام:** ظهر هذا الإطار في عدد من المواد الإعلامية التي تبثها الدعوة من خلال معالجة موضوع الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر في سياق عام مجرد، قدم تفسيحات وتحليل عامة للموضوع بحيث أظهرت الدعوة خوف الحكومة من تراجع احتياطي الصرف في ظل الظروف الاقتصادية الدولية الصعبة الذي بدأت مؤثراته تتجلى على اقتصاديات مختلف الدول كما تم معالجة هذا الموضوع بالتركيز على ارتباطاته مع المجالات الأخرى منها التداويات الممارسات السياسية على النشاط الاقتصادي الدعوة لأخذه النشاط الاقتصادي، مشاكل التسيير ومشاكل مرتبطة بالتزامات المواطن وواجباته.

**3,1,2 إطار النتائج الاقتصادية:** أشارت الدعوة في تناولها لموضوع الأزمة الاقتصادية إلى مجموعة من النتائج الاقتصادية المترتبة عن الأزمة، منها إجراءات تشديد النفقات والعمل على حماية القدرة الشرائية في مضمون قوانين المالية لسنوات 2015, 2016, 2017، إضافة إلى النظر في المنظومة الجبائية لمساهمتها في الحركة الاقتصادية (فرض الضريبة

على الثروة)، التحفيزات الجبائية في قانون المالية التكميلي لسنة 2015  
تجميد العديد من المشاريع التنموية على مستوى الوطني اللاجوء للتمويل  
غير التقليدي لمواجهة عجز الميزانية وهي المواضع التي قدمتها  
الهيئة محل الدراسة وفق إطار النتائج الاقتصادية المترتبة عن الأزمة.

**4,1,2 إطار الصراع:** قدمت دراسة الحوار الاقتصادي في سياق قضية  
الأزمة الاقتصادية والمالية إيطاراً قائماً على فكرة الصراع بين مختلف  
الفاعلين بشأن الأسباب التي أدت إلى الأزمة الاقتصادية بين أصحاب  
الأفكار الاقتصادية المتخصصة التي دعت منذ استقلال البلاد إلى  
ضرورة تحرير الاقتصاد الوطني من التبعية لقطاع المحروقات التي  
جعلته لسنوات رهين أسعار النفط في الأسواق الدولية وبين الأفكار التي  
تسير الاقتصاد صامتاً سيرا إدارياً وظهور من خلال المعالجة الإعلامية  
للموضوع الصراع جلياً بين التوجهين. إلى جانب التركيز على الصراع  
القائم بين السلطة السياسية الحاكمة وبين باقي مكونات المجتمع بعد  
الأزمة السياسية التي عرفت لها الجزاء ثم مطلع سنة 2019 وتطرق  
الهيئة إلى التحديات الاقتصادية، لتسير الأزمة السياسية في ظل ضغط  
الشعب.

## **2,2 القضية المتعلقة بالإصلاحات والبدائل الاقتصادية:**

**1,2,2 الإيطار المحدد بقضية:** أو ضحت نتائج الدراسة أن الإيطار  
المحدد بقضية ظهور جلياً في المعالجة الإعلامية للدراسة  
لموضوع الإصلاحات والبدائل الاقتصادية، حيث تم التركيز على أهمية  
الإصلاحات لتجاوز الأزمة الاقتصادية كقضية رئيسية جوهرية، تنطلق  
من اعتبارات جملة من الإجراءات والآليات الهيكلية لإعادة تنظيم الاقتصاد  
الوطني من حيث تحرير التسيير الاقتصادي من الإدارة يقول فرحات أيت علي  
الخبير الاقتصادي والمالي إن تدخل الإدارة في تسيير الشأن الاقتصادي  
أثر بشكل كبير على فعالية الاقتصاد الوطني، يقول الاستاذ حميد علوان  
لا بد من التحرير التام للاستثمار والصناعة في الجزائر. وتم خلال

المعالجة الإعلامية لتقديم تفاعل صيل مهمة حول هذه الإصلاحات والجدوى الاقتصادية منها، وشهدت المعالجة اهتماما مكثفًا بشرح تفاعل صيل هذه الإصلاحات وكيفية تطبيقها، كما أن الإطار المحدد بقضية لم يتم توظيفه فقط كما طار عن الجوانب المعرفية، بل أيضا كوسيط معلوماتي لا طالع الجمهور من خلال حصة الحوار الاقتصادي بجملة الإصلاحات التي ينبغي للحكومة الإسراع في تطبيقها.

**2,2,2 الإطار العام:** تبين من خلال الرصد والتحليل أن هذا الإطار جاء في مقدمة الأطر الإعلامية التي وظفتها الحصة محل الدراسة في تناولها لموضوع الإصلاحات، والتي قدمتها في سياق سياسي، اقتصادي واجتماعي عام بالتركيز على مختلف الجوانب والقطاعات المرتبطة بالإصلاحات الاقتصادية منها قطاع التجارة من خلال تفعيل الدور الرقابي، قطاع الجباية من خلال إعادة النظر في المنظومة الجبائية الوطنية والتأكيد أيضا على ضرورة إعادة النظر في أداء قطاعات الصناعة الفلاحة، الخارجية الاستثمار و دور الجماعات المحلية في تحفيز وتشجيع الاستثمارات. يقول الخبير الاقتصادي رضا تير يجب إعادة النظر في هيكل الاقتصاد الوطني وعدم الاعتماد على السياسات الظرفية لتسيير الاقتصاد.

**3,2,2 إطار النتائج الاقتصادية:** يتعلق هذا الإطار مباشرة بأهمية الإصلاحات في دعم الاقتصاد الوطني للتخلص من التبعية لقطاع المحروقات، والوصول إلى اقتصاد تنافسي متنوع وعصري، اقتصاد بديل مبني على المؤسسة الاقتصادية كما ظهر أيضا في المعالجة الإعلامية لحصة الحوار الاقتصادي لموضوع الإصلاحات الاقتصادية إطار الإستراتيجية من خلال تصريحات وزراء التجارة الفلاحة والسياحة وعرض الخطط الإستراتيجية للنهوض بهذه القطاعات وجعلها قوة اقتصادية بديلة عن المحروقات. وقد تم توظيف عدة أطر اقتصادية فرعية لشرح

ماهية التداعيات الاقتصادية، الاجتماعية والتنموية المحتملة والمتوقعة من هذه الإصلاحات.

**4,2,2 إطار الصراع:** وقد تم توظيف هذا الأخير من واقع وجود صراع قائم بين مختلف المتدخلين في الشأن الاقتصادي سواء رسميين او غير رسميين وكذا النخبة الجامعية حول مدى فعالية الإصلاحات الاقتصادية التي اعتمدها الجزائر منذ الاستقلال واثر برامج ومخططات إعادة الهيكلة والتخطيط على أداء الاقتصاد الوطني الى جانب التوجهات الاشتراكية او الليبرالية في تسيير الاقتصاد يقول الأستاذ الجامعي كمال رزيق "حررنا السوق ولم نحرر الذهنيات" وتم التركيز على أن الاقتصاد الجزائري رغم مختلف الإجراءات التي اتخذتها الحكومات المتعاقبة مازال اقتصاد ريعي يعتمد على عائدات النفط ينتعش بانتعاش أسعار البترول في السوق الدولية، ويواجه أزمات بمجرد انخفاض الأسعار.

### **3,2 القضية المتعلقة بالدعم الاجتماعي والسوق الموازية :**

**1,3,2 الإطار المحدد بقضية:** تم توظيف الإطار المحدد بقضية من واقع إبراز الجوانب المتعلقة بحجم تأثير سياسة الدعم الاجتماعي على النفقات العمومية وكذا النشاط الاقتصادي غير الرسمي على الاقتصاد الوطني، فقد ركزت عينة الدراسة على ان أكثر من 17 مليار دولار تخصصه الدولة من اجل دعم مختلف المواد الاستهلاكية ودعم قطاعات السكن، الصحة مع الحرص خلال إعداد مختلف قوانين المالية على الإبقاء على هذه المخصصات المالية تكريسا لمبدأ الطابع الاجتماعي للدولة الذي اثر بشكل كبير على الاقتصاد في ظل غياب آليات لتحديد، الفئات المحتاجة فعلا للدعم الاجتماعي يقول الأستاذ حميد علون "يجب الانتقال من نظام دعم شامل إلى دعم موجه لفئة محدودة". كما تم توظيف هذا الإطار الإعلامي للتركيز على الجوانب المحددة في قضية السوق الموازية على اعتبار ان 80

بالمائة من النشاط الاقتصادي الوطني موجود في السوق الموازية وان أكثر من 40 مليار دولار كتلة نقدية مجموعة في السوق الموازية يقول الخبير الاقتصادي والمالي فرحات ايت علي " عدم التحكم في المنظومة المالية والنقدية في الجزائر سببها السوق الموازية للعملة".

**2,3,2 الإطار العام :** استخدم الإطار العام في تناول القضية من واقع إبراز السياق العام السياسي الاقتصادي والاجتماعي الذي يحكم منطق الطابع الاجتماعي الذي تنتهجه الدولة منذ الاستقلال لدعم الفئات الهشة, في ظل غياب رؤية دقيقة لتطبيق هذه السياسة لفائدة الإنتاج وليس الاستهلاك الذي ولد منطق استهلاكي مضر كما أبرزت عينة الدراسة مدى تدخل قطاعات أخرى لتوجيه الدعم الاجتماعي من خلال الاعتماد على بطاقة وطنية للمعلومات الخاصة بجميع الأفراد تعدها المصالح الاجتماعية بالتنسيق مع مصالح وزارة الداخلية, وركزت الحصة على المعايير الثقافية التي ترسخت لدى المواطن في تعامله مع قضية الدعم الاجتماعي يقول الأستاذ نور الدين بكيس أستاذ علم الاجتماع " المواطن ترسخ لديه أن الدولة غنية ويجب أن يأخذ حصته من هذا الثراء فكرة الاعتماد واقتسام الغنيمة" الى جانب التركيز على قضية السوق الموازية التي تتداخل فيها عدة قطاعات منها التجارية, الضرائب الجمارك وقطاع الداخلية والجماعات المحلية فعينة الدراسة قدمت في توظيفها لهذا الإطار تصورا عاما للقضية وتداعياتها على الاقتصاد الوطني.

**3,3,2 إطار النتائج الاقتصادية :** لقد عمدت عينة الدراسة استخدام هذا الإطار لدى تناولها لقضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية من منطق إبراز حجم التأثير على التوازنات الكبرى لميزانية الدولة على اعتبار ان 80 بالمائة من الميزانية موجهة للدعم الاجتماعي في ظل الإبقاء على نموذج اجتماعي استهلاكي تستفيد منها حتى الفئات الغنية, كما أبرزت ان السياسة المطبقة للدعم الاجتماعي تعد من

بين أسباب الأزمة الاقتصادية. وفي معالجتها لقضية السوق الموازية ركزت عينة الدراسة على النتائج الاقتصادية السلبية للنشاط الاقتصادي غير رسمي على الاقتصاد من خلال ضعف التحصيل الجبائي وعدم التحكم فيه، غياب الإحصائيات الدقيقة لدى مصالح الجمارك بخصوص الفعالية الحقيقية للاقتصاد أمام اتساع رقعة السوق الموازية وبالتالي عدم فعالية الإجراءات الرقابية لمصالح التجارة . يقول عبد الرحمن راوية المدير العام للضرائب " يجب إعادة النظر في المنظومة الجبائية باحتواء نشاط السوق الموازية.

**2,3,4 إطار الصراع:** من منطلق إشكالية صعوبة تحديد الجدوى الاقتصادية والاجتماعية من الإبقاء على الطابع الاجتماعي بين فئة تؤكد أن اعتماد هذا النهج من اجل شراء السلم الاجتماعي من قبل الحكومة وبين من يركز على ضرورة الإبقاء عليه لحماية القدرة الشرائية للمواطن وهو الرأي الذي يدافع عليه الشركاء الاجتماعيون وجمعيات حماية المستهلك كما أظهرت عينة الدراسة صراعا آخر حول اعتماد نمط الدعم الاجتماعي الشامل او توجيه الدعم بشكل انتقائي ليشمل فئات محددة دون أخرى وبين فكرة دعم الإنتاج أم الاستهلاك.

كما ظهر الصراع جليا في معالجة قضية السوق الموازية حول آليات احتواء هذا النشاط وكيفية الاستفادة منه لصالح الاقتصاد الوطني دون الإضرار بمصالح اليد العاملة المشتعلة في هذا السوق.

## **2,4,4 القضية المتعلقة بالاستثمارات الداخلية والخارجية:**

**2,4,1 الإطار المحدد بقضية:** تم توظيف هذا الإطار في تناول قضية الاستثمارات الداخلية والخارجية، من منظور إبراز أهمية تنويع ودعم الاقتصاد الوطني وتحقيق تنافسية المنتج الوطني لتلبية احتياجات السوق المحلية، فقد ركزت الحصة محل الدراسة على ضرورة تحرير الاستثمارات وفتح كل القطاعات الاقتصادية على المستثمر الوطني، لتحقيق فعالية المؤسسات الاقتصادية

الوطنية من جهة واستقطاب الاستثمارات الخارجية من جهة أخرى، بعدما سجلت ضعف كبير في مجال الاستثمارات وعدم فعالية العديد من المشاريع، منها تركيب السيارات الصناعات الغذائية، الاستثمارات في القطاعات البديلة كالسياحة الفلاحة والصيد البحري.

**2,4,2 الإطار العام:** تبين بعد الرصد والتحليل أن هذا الإطار تم توظيفه في سياق

إبراز مختلف الجوانب السياسية و الاقتصادية المرتبطة بقضية الاستثمارات الداخلية والخارجية حيث ركزت الحصة محل الدراسة على ان إنعاش مناخ الاستثمار مرتبط بجملة من العوامل منها القانونية الدبلوماسية عوامل التسيير التخطيط والمرافقة فقضية الاستثمارات تتطلب تحرير المبادرات, استقرار المنظومة القانونية, معالجة مشاكل العقار الصناعي, تدخل الإدارة المركزية والمحلية لتشجيع الاستثمارات, تفعيل دور الدبلوماسية الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات الخارجية, تعزيز دور المنظمات والتنظيمات الاقتصادية لخلق جو الاحتكاك مع المتعاملين الاقتصاديين . يقول الخبير الاقتصادي رضا تير "الاستثمار في الجزائر مازال بعيدا عن الطموحات الاقتصادية لابد من تعزيز البني التحتية, خلق مناطق صناعية وتوفير الإمكانيات المالية لها لا مركزية القرار لدعم الاستثمارات".

**3,4,2 إطار النتائج الاقتصادية:** تم التركيز على هذا الإطار لإبراز التدايعات الاقتصادية والاجتماعية الايجابية في حال إنعاش الاستثمارات الداخلية والخارجية منها خفض فاتورة الاستيراد التي تجاوزت 60 مليار دولار, نقل التكنولوجيا والمعرفة لتطوير أداء المؤسسات الاقتصادية الوطنية, جلب العملة الصعبة, ترقية وتطوير تنافسية المنتج الوطني أمام المنافسة الشرسة في الأسواق العربية والإفريقية, المساهمة في توفير مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة ومن تم خفض نسبة البطالة في المجتمع, احتواء السوق الموازية وتوسيع الوعاء الضريبي تنمية

وتطوير القطاعات الإستراتيجية البديلة كالفلاحة السياحة الصيد البحري وغيرها من المجالات, لتحقيق التوازنات المالية وترقية الصادرات خارج المحروقات. تقول مقدمة الحصة ( الصحفية وردة عوفي) "بإمكان الجزائر تحقيق استقلالية حقيقية في مجال السلع والخدمات, إذا ما نجحنا في استقطاب الاستثمارات فالجزائر سوق خصبة وواعدة".

**4,4,2 إطار الصراع:** تم توظيف هذا الإطار من واقع التركيز على الصراع حول العوامل المرتبطة ببيئة الأعمال في الجزائر حيث ظهر الصراع جليا حول الجدوى الاقتصادية من تطبيق قاعدة الاستثمار 49/51 بين من يعتبرها من الأسباب التي عطلت تدفق الاستثمارات الأجنبية رغم كل المؤهلات التي تتمتع بها الجزائر ويركز على تطبيقها فقط في القطاعات الإستراتيجية كالمحروقات والطاقة ومن يعتبرها قاعدة سيادية للاقتصاد الوطني, كما ركزت عينة الدراسة من خلال توظيفها لهذا الإطار على الصراع القائم حول فعالية الاستثمارات الوطنية التي تستخدم مادة أولية محلية ومواد مدعمة وتستفيد من مختلف آليات الدعم دون ظهور أثرها الاقتصادي في السوق او الاستثمارات الأجنبية التي تستفيد من مختلف الامتيازات من دون نقل خبرتها ونقل التكنولوجيا للجزائر, الى جانب التجاذب بخصوص المنظومة التشريعية للاستثمار يقول الخبير الاقتصادي والمالي فرحات ايت علي " يجب إعادة النظر في قانون الصرف والنقد, فالمنظومة التشريعية الحالية لا تتماشى مع متطلبات السوق الراهنة" وأيضا حول عدم التوازن في استغلال المؤهلات بين ولايات الوطن.

## **5,2 القضية المتعلقة بالفساد المالي :**

**1,5,2: إطار النتائج الاقتصادية:** تبين بعد الرصد والتحليل أن هذا الإطار جاء في مقدمة الأطر الإعلامية التي وظفتها الحصة التلفزيونية محل الدراسة في تناولها لقضية الفساد المالي من خلال التركيز على الآثار السلبية الوخيمة لممارسات



الفساد على الاقتصاد الوطني من هذه الممارسات الاستثمارات الوهمية، التهرب الضريبي، تضخيم الفواتير، الجريمة الاقتصادية، تبييض الأموال، تهريب العملة الصعبة يقول الصحفي عمار حلاس "أخيرا ما كان خفيا ومستترا تتقاذفه الإشاعة والأقاويل صار اليوم رسميا بإقرار بيان وزارة المالية بتشكيل لجنة يقظة لمتابعة عمليات تحويل الأموال الى الخارج، بعدما فاحت رائحة الفساد واستنزاف العملة الصعبة من البلاد في عز أزمة اقتصادية خانقة"<sup>(1)</sup>.

**2,5,2 إطار الصراع:** استخدمت حصة الحوار الاقتصادي هذا الإطار في تناولها لقضية الفساد المالي لإبراز الصراع الدائر حول الجدوى من وجود الهيئات الرقابية والآليات التنظيمية والقانونية لمحاربة الفساد ومع ذلك تنتشر هذه الممارسات وتم التركيز على البيان الأخير لوزارة المالية وبنك الجزائر حول إنشاء لجنة يقظة لمراقبة تحويل الأموال نحو الخارج رغم وجود العديد من اللجان السابقة والهيئات الرسمية غير أن الظاهرة ما تزال تتخر الاقتصاد الوطني.

### المطلب الثاني: موقف الحصة من حل الدراسة ومدى فعاليتها في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة.

بعد رصد وتحليل اطر التناول الإعلامي للوضع الاقتصادي الذي عرفته الجزائر بعد التراجع الكبير في أسعار النفط منذ سنة 2014 من خلال حصة الحوار الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، وانطلاقا من نتائج التحليل الكمي المتعلقة بالقضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في عينة الحصة التلفزيونية محل الدراسة تبين أن الحصة تبنت مواقف جمعت بين التأييد والرفض والحياد اتجاه القضايا الاقتصادية حيث اتخذت الحصة موقفا شديدا سلبيا اتجاه الوضع الاقتصادي في

---

(1) عمار حلاس: برنامج الحوار الاقتصادي، عنوان الحلقة "تهريب العملة الصعبة وزارة المالية تعترف رسميا"، بتاريخ 09/04/2019

البلاد خاصة بعد تراجع أسعار النفط التي تعتمد الجزائر على عائداتها بنسبة كبيرة جدا وظهر هذا الموقف من خلال اعتماد الحصة إطارا خبريا سلبيا في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الدراسة منها الأزمة الاقتصادية والمالية التي أعقبت هذا التراجع وبرز هذا الموقف من خلال استضافة خبراء ماليين واقتصاديين ومحللين قدموا آراء وتحليل تنتقد بشدة طريقة تسيير الاقتصاد الوطني منذ الاستقلال ومختلف الآليات الموضوعة لحمايته إلى جانب تسيير الأزمة الاقتصادية, يقول الخبير الاقتصادي حميد علوان "لابد من تسيير الأزمة تسييرا علميا" كما اعتمدت الحصة إطارا سلبيا في معالجتها لقضية الدعم الاجتماعي الذي يستهلك حجم كبير من النفقات العمومية دون تحديد الفئات المستفيد منه, إلى جانب قضية السوق الموازية التي تؤثر بشكل كبير على منظومة الاقتصاد في غياب رؤية واضحة لاحتوائها وجعلها في خدمة قطاعات الجباية التشغيل والتجارة. وتباين موقف حصة الحوار الاقتصادي من قضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية بين التأييد للخروج من التبعية لقطاع المحروقات ورفض طبيعة واليات تطبيق هذه الإصلاحات التي لم تظهر أي فعالية منذ الاستقلال وهي المواقف التي تجلت أيضا في معالجة قضية الاستثمارات الداخلية والخارجية بين إبراز أهمية دعم الاستثمارات لإنعاش الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسلبية الشديدة المتعلقة بمناخ الأعمال والاستثمار في الجزائر الذي يقف عائقا أمام تحقيق أي تقدم في هذا المجال.

كما أظهرت نتائج الرصد والتحليل موقف حصة الحوار الاقتصادي من قضية الفساد وكان موقفا معاديا لكل الممارسات التي استنزفت الاقتصاد الوطني وهي الجرائم الاقتصادية التي نخرت الاقتصاد منها تهريب العملة الصعبة, تضخيم الفوائير وغيرها من الممارسات.

إن اعتماد الحصة على أسلوب الحوار عن طريق المائدة المستديرة اثبتت فاعلية ايجابية في معالجة مختلف القضايا الاقتصادية خلال فترة الدراسة حيث طرحت مختلف الأفكار وتم تقديم الرأي والرأي النقيض بخصوص تلك القضايا إلى جانب تقديم تفسيرات وتحليل معمقة حول المواضيع الاقتصادية وتداعياتها وبصورة واضحة ومبسطة للمتلقي.

## الخاتمة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تحليل وتقييم ظاهرة تغلب عليها صفة التحديد، وهي كيفية معالجة الوضع الاقتصادي في الجزائر بعد تراجع أسعار النفط سنة 2014 من خلال حصة الحوار الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، سعت الدراسة الحالية التي تحدد ورصد الأطر الخبرية التي توظفها الحصة محل الدراسة في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الأزمة التي عرفها الاقتصاد الوطني التي مثلت مرحلة حاسمة وحرجة بالنسبة للجزائر في التعامل مع مختلف الأوضاع والقطاعات، ودرست كيفية انعكاس أنماط السياسة التحريرية للقناة البانثة للحصة (القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري) على أسلوب تناولها لهذه القضايا. وتم إبراز ملامح هذه المعالجة الإعلامية، من خلال ربطها بالأطر الخبرية المستخدمة في تناول كل قضية اقتصادية على حدة، كما تم تطبيق نظرية "تحليل الأطر الخبرية" لمعالجة القضايا الاقتصادية في الإعلام العمومي الجزائري، وذلك بالرغم من حداثة النظرية في مجال الدراسات الإعلامية. وعملت الدراسة الحالية على تحليل المضمون الإخباري المتمثل في القضايا الاقتصادية البارزة لعينة الدراسة تحليلا كميا وكيفيا للوصول إلى رؤية عامة ونتائج واضحة، قصد تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أهم التساؤلات والفرضيات التي تمحورت عليها دراستنا.

وتأسيسا على ما تقدم توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي:

-النتائج التي توصلت إليها الدراسة التحليلية الكمية من خلال الإجابة على

### التساؤلات التالية :

برز من خلال هذه الدراسة الاهتمام المتزايد للتلفزيون العمومي الجزائري بالشأن الاقتصادي خاصة خلال فترة الدراسة التي تميزت بظرف اقتصادي خاص وتأتي هذه المكانة انطلاقا من عدد الحصص الخاصة التي تقدم المعلومة الاقتصادية

المدرجة في الشبكة البرمجية لقنوات التلفزيون الجزائري والتي وصلت إلى خمس حصص أهمها حصة الحوار الاقتصادي التي تحوز على حصة الأسد من حيث الحيز الزمني المخصص لها (حوالي 04 ساعات ونصف في الأسبوع) إلى جانب موقع بثها مباشرة بعد نشرة الثامنة وهو توقيت عادة ما يسجل نسبة مشاهدة عالية.

### 1-الإجابة على سؤال: ما هي القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في عينة حصة

الحوار الاقتصادي خلال فترة الدراسة؟

برزت في عينة الحصة التلفزيونية محل الدراسة عدة قضايا اقتصادية بارزة بعد تراجع أسعار النفط في السوق الدولية منذ سنة 2014 , وهي على الترتيب حسب معيار الاهتمام بها في عينة الدراسة:

- القضية الأولى: الأزمة الاقتصادية والمالية بنسبة 10 42%.

- القضية الثانية: الإصلاحات والبدائل الاقتصادية بنسبة 21 24%.

- القضية الثالثة: الدعم الاجتماعي والسوق الموازية بنسبة 73 14%.

- القضية الرابعة: الاستثمارات الداخلية والخارجية بنسبة 52 10%.

- القضية الخامسة: الفساد المالي 42 8%.

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية الكمية أن حصة الحوار الاقتصادي أولت اهتماما كبيرا لقضية الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر التي احتلت الصدارة. من حيث أبرز القضايا التي تناولتها عينة الدراسة بنسبة بلغت 42,10%، وهذا النوع من القضايا تمثل أساسا في إبراز آثار الأزمة الاقتصادية التي عرفتها الجزائر منذ صائفة 2014 بعد التراجع الكبير لأسعار النفط في السوق الدولية وتداعيات ذلك على مؤشرات الاقتصادي الوطني الذي يعتمد بنسبة كبيرة جدا على عائدات النفط مع التركيز على تداعيات هذا الانخفاض على الحياة الاجتماعية والاقتصادية وصيرورة مختلف المشاريع الإنمائية ، ولقد احتل موضوع الإصلاحات والبدائل الاقتصادية المرتبة الثانية بنسبة 21 24% حيث

ركزت المعالجة الإعلامية للحصة التافزيونية على مختلف الإصلاحات والبدائل التي ينبغي للجزائر تطويرها للتخلص من التبعية لقطاع المحروقات، كما اهتمت عينة الدراسة بقضايا اخرى لها ارتباط بالوضع الاقتصادي العام منها قضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية وكذا الاستثمارات الداخلية والخارجية وأثرها على تطوير الاقتصاد الوطني، ومع بروز قضايا الفساد على اثر الأزمة السياسية مطلع 2019 اهتمت الحصة محل الدراسة بهذا الموضوع التي جاء ضمن القضايا الخمس الأكثر بروزا.

**الإجابة على سؤال :** ما هي الأفكار الرئيسية للقضايا الاقتصادية التي طرحتها عينة الدراسة؟:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية الكمية أن حصة الحوار الاقتصادي، تطرقت وناقشت عدة أفكار أساسية تتعلق بالقضايا الاقتصادية الأكثر بروزا:

### **1- قضية الأزمة الاقتصادية والمالية :** اعتمدت حصة الحوار الاقتصادي إطارا

**خبريا سلبيا** في تناول "قضية الأزمة الاقتصادية والمالية" من خلال تركيزها على تداعيات اعتماد الاقتصاد الجزائري على مداخل الريع البترولي كما ركزت السياسية التحريرية للحصة على اعتماد الاقتصادي الوطني على الاستيراد بشكل كبير مما يرفع فاتورة استيراد ويكلف الخزينة العمومية أعباء إضافية وفي ظل الأزمة الاقتصادية تراجع احتياطي الصرف الى ما دون 60 مليار دولار مما جعل الحصة تثير عدة تساؤلات بشأن إمكانية هذه القيمة من الاحتياطات مواجهة نفقات التسيير والتجهيز وتطبيق مخطط عمل الحكومة والاستجابة للمتطلبات التنموية والاجتماعية كما تم التركيز على ارتفاع معدلات التضخم وأثاره على القدرة الشرائية للمواطن باعتماد إطار خبريا سلبيا .

### **2 -قضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية:** تبنت عينة الدراسة إطارا خبريا

**تحليليا محايداف** تناول "قضية الإصلاحات الاقتصادية" من خلال حصرها في الدعم الذي تقدمه الدولة الجزائرية من حيث الأجهزة ، و تمويل المشاريع التي باشرتها فئة الشباب، والدعوة الى تشجيع الاستثمار الثنائي وطني - أجنبي بتطبيق قاعدة الاستثمار 49/ 51

من أجل تخفيض الواردات، مع اقتراح تعديلات في تطبيق هذه القا عدة أو إلغاء ها بالإضافة إلى تنظيم ملتقيات لمناقشة مسألة التنمية المحلية، و كذا الاستماع للمهنيين في المجال أفلاحي و الصناعي، معالجة مشاكل العقار الصناعي والفلاحي عبر ولايات الوطن لإنعاش هذه القطاعات الإستراتيجية ودعمها كبداية للخروج من التبعية لقطاعات المحروقات والعمل على تطوير نوعية الإنتاج أفلاحي و الزراعي.

كما تم التركيز على أن الإصلاحات الاقتصادية التي اعتمدها الجزائر عرفت مشاكل و قصور و ضعف، بالرغم من المباشرة فيها منذ أكثر من 20 سنة باعتماد إطارا خبريا سلبيا فالحصة صنفت الجزائر ضمن الدول المستهلكة، حيث أنها تساهم باستهلاكها في تجديد و تشجيع أداء المؤسسات الأجنبية من جهة، و تجلب الربح للمفسدين و الفاسدين من جهة أخرى.

**3- قضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية:** تناولت حصة الحوار الاقتصادي قضية "الدعم الاجتماعي والسوق الموازية" من جانب أثرهما الكبير على الاقتصاد الوطني حيث تبنت الحصة إطارا خبريا سلبيا تطرقت من خلاله إلى حجم النفقات العمومية التي تخصصها الدولة للدعم الاجتماعي وان قدرا كبيرا من هذه النفقات يتسرب لغير مستحقيه ولا يصل إليهم نظرا لشمولية سياسة الدعم الاجتماعي المنتهجة حاليا و غير الموجهة مما يستوجب البحث عن آليات وبدائل أخرى أكثر موائمة وفعالية للانتقال بهذه السياسة من شكلها الحالي الشمولي إلى الشكل الانتقائي .

وتناولت الحصة أيضا موضوع الاقتصاد غير الرسمي او السوق الموازية باعتماد إطارا خبريا سلبيا حيث تشكل السوق الموازية حسب تقديرات مصالح الضرائب حوالي 50 بالمائة من حجم الاقتصاد الوطني وهو بذلك يشكل سرطانا ينخر جسم الاقتصاد الوطني وهو ما اثر سلبا على تحصيل مصالح الجمارك للرسم على القيمة المضافة بسبب غياب الفوترة.

**4- قضية الاستثمارات الداخلية والخارجية:** تبنت حصة الحوار الاقتصادي إطارين، فالإطار الخبري الايجابي يعزز فكرة دعم الاستثمارات الداخلية والخارجية لتقوية المنتج الوطني

وزيادة المداخل من العملة الصعبة، أما الإطار الخبري السلبي فيتجلى في التركيز على مجموعة المعوقات التي تحول دون دفع الاستثمارات قدما منها المعوقات البيروقراطية كبطء العمل الإداري الذهني التي تعيق مسار بعث الاستثمارات الفساد الإداري وكذا المعوقات القانونية منها تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغيرات في القوانين المشكلات القانونية مع الشركاء والفساد في تطبيق القانون، المعوقات المتعلقة بالتكلفة والتسويق ومعوقات الضرائب والرسوم إلى جانب القاعدة 49/51 التي تعد واحدة من الأسباب التي عطلت تدفق الاستثمارات الأجنبية على الجزائر.

**5- قضية الفساد المالي:** تبنت الحصة التلفزيونية محل الدراسة "الحوار الاقتصادي" إطارا خبريا معاديا لمختلف الممارسات التي من شأنها التأثير سلبا على نشاط الاقتصاد الوطني منها الجرائم الاقتصادية بجميع أنواعها والتي تؤدي إلى شلل في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة بما أفضت إليه من تدمير للاقتصاد والقدرة المالية والإدارية وبالتالي عجز الدولة عن مواجهتها.

وأشارت عينة الدراسة إلى مجموعة من الممارسات كالا ستثمارات الوهمية التي هرب الضريبي تضخيم الفواتير تهريب العملة الصعبة نحو الخارج وغيرها من الفسائح.

**الإجابة على سؤال مفاده:** ماهي الأنواع الصحفية المستعملة في دراسة "الحوار الاقتصادي"؟ أظن هرت نتائج الدراسة الكمية أن الدراسة استخدمت قواعب صحفية متعددة تراوحت بين الأنواع الخبرية وأنواع الرأي فباختبار هابر نامج تلفزيوني حوارية امتدت على المائدة المستديرة بالدرجة الأولى بنسبة 36,36% من خلال إثارة النقاش حول المواضيع الاقتصادية المذكورة أعلاه باستضافة مجموعة من الباحثين والمثولين إلى جانب اعتماد التقارير الصحفية بنسبة 27,27% حيث كانت تستهل الدراسة في كل عدد ببحث تقرير حول الموضوع الذي يتم تناوله وأيضا تقديم خبر أو عدة أخبار خلال الحصص وهو ما يفسر



استخدامها لهذا النوع الصحفي بنسبة 18,18 بالمائة كما تشير معطيات الجدول أيضا على استخدام أنواع صحفية أخرى منها الريبور تاج وبنسبة أقل التحقيق الصحفي في محاولة للإجابة على بعض الأسئلة المثارة في قضايا اقتصادية حساسة كفضيحة الفساد المالي ووجهة نفقات الدعم الاجتماعي.

**الإجابة على سؤال: ماهي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها للحصول على المعلومة الاقتصادية؟** أظهرت النتائج تنوع المصادر الإخبارية التي استخدمتها حصة الحوار الاقتصادي للحصول على المعلومة الاقتصادية، وإن كان البارز هو الاعتماد على المصادر الداخلية، حيث أن المصادر الداخلية و المتمثلة في طاقم الصحفيين المخصص للحصة هيمنت على أغلبية أنواع المصادر الأخرى بنسبة تعادل (68% 43)، وهي تعكس مجهود طاقم الحصة، وتبرز علاقاتها الواسعة وانتشارها وسعة إدراك صحفييها لأهمية الخبر ووصلت نسبة المواضيع المرتبطة بالقضايا الاقتصادية البارزة التي اعتمدت فيها الحصة على تقارير وكالة الأنباء الجزائرية (53% 15)، وبالتالي فضل طاقم الحصة الاعتماد على هذا الجهاز الإعلامي الرسمي الذي يعكس مختلف توجهات الحكومة ويقدم البيانات والمعلومة الرسمية إلى جانب اعتماد الحصة على المصادر الرسمية أي المؤسسات الحكومية والهيئات الاقتصادية، بنسبة (67% 10)، وعلى آراء ومعطيات الخبراء والباحثين الاقتصاديين وكذا التقارير والأبحاث الاقتصادية المختلفة.

**وإجابة على السؤال الذي جاء على النحو التالي: ما أطر الأسباب التي طرحت في ما يخص القضايا الاقتصادية التي تناولتها عينة الدراسة؟** من خلال الدراسة التحليلية الكمية لأسباب القضايا الاقتصادية البارزة كما عرضتها عينة الدراسة فقد تبين أن الحصة ركزت بشكل كبير على مشكلة التسيير الإداري للنشاط الاقتصادي الذي يؤدي إلى غياب الفعالية الاقتصادية وتحقيق الأهداف المرجوة حيث أشارت إلى أن معظم القرارات الاقتصادية تنطلق من رؤية إدارية محضة بعيدة عن التصايد، وأسباب متعلقة بالنصوص القانونية والتنظيمية للنشاط الاقتصادي التي تتسم بعدم الاستقرار والتغيير

والتعديل في كل مرة مما اثر على نشاط المتعاملين الاقتصاديين وسير مختلف العمليات الاقتصادية في ظل الضبابية وعدم الوضوح و فيما يخص الأسباب التي تناولتها الحصة بخصوص موضوع الإصلاحات والبدائل الاقتصادية فقد ركزت على الدوافع التنظيمية، العلمية، السياسية و الأمنية على الصعيد الوطني، الإقليمي و الدولي، فبالرغم من أن الحصة وصفت الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر بمؤشرات ايجابية، استطاعت الحكومة الجزائرية التفاعل مع المشاكل التي واجهت كافة فروع الاقتصاد الوطني، إلا أن هناك مجموعة من الأسباب حالت دون تحقيق النتائج المسطرة ضمن خطط تنموية، و تناولت الحصة وسائل الاستغلال القديمة المستعملة في بعض القطاعات الاقتصادية، مما يؤثر سلبا على نوعية و كمية المنتج، و بالتالي العجز النسبي أو الكلي على تلبية طلب المستهلك بأسعار معقولة تكون في مستوى كافة الفئات، وحسب حصة الحوار الاقتصادي فان الاحتيال على المنتج الوطني لتحقيق منفعة خاصة من الأمور التي تعرقل السير الجيد لتعاليم الحكومة الجزائرية الإصلاحية، و يظهر السبب التنظيمي و المالي الذي وضعته الحصة في الصعوبة التي تواجهها المؤسسات الخاصة الجزائرية في الوصول إلى الأسواق العمومية، فالبنوك الجزائرية تفضل تمويل عمليات الاستيراد على حساب عمليات الإنتاج، بحجة غياب الضمان، ، كما أشارت الحصة إلى مجموعة من العراقيل التي تحول أيضا دون إنعاش القطاعات البديلة كالزراعة ال سياحة منها م شاكل العقار الفلاحي والسياحي والإجراءات التنظيمية المكبلة بقيود بيروقراطية على كافة المستويات المحلية والمركزية، والتي تعيق الانطلاقة الحقيقية للاقتصادي الوطني.

ومن الأسباب التي تناولتها الحصة أيضا، فيما يخص موضوع الدعم الاجتماعي والسوق الموازية هو غياب نظام معلوماتي دقيق، تعتمد عليه الحكومة لتحديد الفئات التي تستحق فعلا الدعم وجعله انتقائيا لاشموليا لخفض حجم النفقات العمومية سنويا، إلى جانب ضعف فعالية الرقابة وال جذب لاحتواء ومرافقة السوق الموازية وضمها بشكل تدريجي إلى الاقتصاد الرسمي لدعم الوعاء الجبائي.

**وإجابة على سؤال:** ما اطر الحلول التي طرحت فيما يخص القضايا الاقتصادية التي تناولتها عينة الدراسة؟ وضعت الحصة التلفزيونية محل الدراسة عدة حلول للوضع

الاقتصادي وقضاياها وتتمثل أهم الحلول فيما يلي: تحرير الاقتصا صاد من الإدارة, تنويع الاقتصاد الوطني, تشجيع الاستثمارات, استعمال كل الوسائل من أجل كشف وفضح أشكال الفساد المالي التي تعرقل مسار خطط التنمية الاقتصادية , إنعاش القطاعات البديلة وجعلها قوة اقتصادية حقيقية باستغلال المؤهلات الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر في قطاعات السياحة والفلاحة والصيد البحري والعمل على إزالة مختلف العراقيل خاصة منها الإدارية والعمل على تحرير الاقتصاد وتحرير المبادرات لدعم الاستثمارات وتوسيع مناطق النشاط الصناعي على مستوى ولايات الوطن.

ومن الحلول التي قدمتها الحصة أيضا هو الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتفعيل الإدارة الالكترونية في مختلف التعاملات الاقتصادية وكذا في ضبط مختلف المعلومات والإحصائيات في إعداد البرامج والخطط والميزانيات منها ما يتعلق خاصة بالدعم الاجتماعي وضبط إحصاء دقيق لنشاط السوق الموازية.

**وإجابة على سؤال: ما مدى التوازن الذي تحققه الحصة محل الدراسة في معالجتها للقضايا الاقتصادية المختلفة؟**

توصلت الدراسة التحليلية الكمية إلى:

اعتماد عينة الدراسة في عرضها للقضايا الاقتصادية البارزة على أكثر من وجهة نظر بنسبة **68 18%** ويرجع ذلك أن الحصة ركزت على عرض أكثر من رأي لشخصيات هامة حول القضايا و الأحداث الاقتصادية.

واحتلت القضايا الاقتصادية التي تتضمن وجهتي نظر الترتيب الثاني بنسبة **18 18%** من إجمالي القضايا المثارة في عينة الدراسة.

فيما جاءت القضايا الاقتصادية التي تتضمن في عرضها وجهة نظر واحدة في الترتيب الثالث و الأخير بنسبة **13 63%**.

## نتائج الدراسة التحليلية الكيفية للقضايا الاقتصادية البارزة والإجابة على التساؤلات:

الإجابة على السؤال: ماهي القوى الفاعلة الأساسية التي ظهرت في مضمون القضايا

الاقتصادية؟ وما سماتها البارزة؟

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية الكيفية مجموعة من القوى الفاعلة في مضمون القضايا الاقتصادية وهي:

**1- الهيئات الحكومية التي تتولى تسيير الشأن الاقتصادي:** قدمت الحصة هذه الهيئات كأهم القوى الفاعلة حيث أبرزت مجموعة الأدوار مثلت السلبية المطلقة في أداء هذه الهيئات وتداعياتها على مستوى الاقتصاد الوطني من خلال تغليب العمل الإداري على التوجه الاقتصادي في التسيير.

**2. المتعاملون الاقتصاديون:** ركزت حصة الحوار الاقتصادي على الدور المحوري للمتعاملين الاقتصادي في إنعاش الاقتصاد الوطني و الخروج من حالة الركود فقد تم التأكيد على دور هذه الفئة من قبل مقدمة الحصة وكذا الضيوف المشاركين.

**3. الجمعيات الاقتصادية والمهنية:** ركزت عينة الدراسة على دور الجمعيات الاقتصادية والمهنية كقوى فاعلة ومحركة للاقتصاد الوطني في صورة تباينت أحيانا بين الايجابية والسلبية في التعاطي مع الملف الاقتصادي بشكل فعال أحيانا كتنظيمات مرافقة للحركة الاقتصادية وبأقل فعالية أحيانا أخرى.

**4. الشركاء الاجتماعيون:** اتضح من خلال الرصد والتحليل أن الحصة قدمت مجموعة من الأدوار للشركاء الاجتماعيين كقوى فاعلة تكررت في عينة الدراسة من خلال المساهمة في اتخاذ القرار الاقتصادي, وحماية الجبهة الاجتماعية من تداعيات تراجع أداء الاقتصاد الوطني.

**الإجابة على سؤال:** ما هي الأطر الخبرية التي استخدمتها عينة الدراسة في معالجتها للقضايا الاقتصادية البارزة؟

كشفت نتائج الدراسة التحليلية تعدد واختلاف الأطر المرجعية التي تبنتها الحصة في معالجتها للقضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الدراسة حيث طرحت عدة اطر تمثلت في: **الإطار المحدد بقضية**, **الإطار العام** , **إطار النتائج الاقتصادية و إطار الصراع** ومن خلال مضامين هذه الأطر تبين أن السياسة التحريرية للحصة جاءت مخالفة لرؤية الدولة للآزمة الاقتصادية التي عرفها البلد فقد ركزت الحصة على الدور السلبي في التعامل مع المجال الاقتصادي وانتقدت آليات التسيير والتحكم في تداعيات الوضع الاقتصادي الحرج. فقد تعاملت الحكومات المتعاقبة منذ الاستقلال مع القطاع الاقتصادي تعاملًا إداريًا لم يمكنها من التخلص من التبعية للريع البترولي ولم تستطع تحقيق التنوع الاقتصادي بجعل القطاعات البديلة قوة اقتصادية حقيقية, فهذه الرؤية انعكست على اتجاه الحصة في توظيفها للإحالات المرجعية أثناء معالجتها للقضايا الاقتصادية.

**الإجابة على سؤال:** ما موقف الحصة التلفزيونية محل الدراسة من القضايا الاقتصادية البارزة خلال الفترة الزمنية المحددة؟

عالجت الحصة التلفزيونية محل الدراسة " الحوار الاقتصادي " القضايا الاقتصادية المطروحة للنقاش والتحليل, بأسلوب موضوعي عقلي متوازن, تبنت من خلاله مواقف

جمعت بين التأييد والرفض والحياد اتجاه القضايا الاقتصادية حيث اتخذت الحصة موقفاً شديداً سلبياً اتجاه الوضع الاقتصادي في البلاد خاصة بعد تراجع أسعار النفط التي تعتمد الجزائر على عائداتها بنسبة كبيرة جداً وظهر هذا الموقف من خلال اعتماد الحصة إطاراً خبرياً سلبياً في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة خلال فترة الدراسة منها الأزمة الاقتصادية والمالية التي أعقبت هذا التراجع وبرز

هذا الموقف من خلال استضافة خبراء ماليين واقتصاديين ومحللين قدموا آراء وتحليلات تنتقد بشدة طريقة تسيير الاقتصاد الوطني منذ الاستقلال ومختلف الآليات الموضوعية لحماية إلى جانب تسيير الأزمة الاقتصادية كما اعتمدت الحصة إطارا سلبيا في معالجتها لقضية الدعم الاجتماعي الذي يستهلك حجم كبير من النفقات العمومية دون تحديد الفئات المستفيد منه، إلى جانب قضية السوق الموازية التي تؤثر بشكل كبير على منظومة الاقتصاد في غياب رؤية واضحة لاحتوائها وجعلها في خدمة قطاعات الجباية التشغيل والتجارة.

وتباين موقف حصة الحوار الاقتصادي من قضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية بين التأييد للخروج من التبعية لقطاع المحروقات ورفض طبيعة واليات تطبيق هذه الإصلاحات التي لم تظهر أي فعالية منذ الاستقلال وهي المواقف التي تجلت أيضا في معالجة قضية الاستثمارات الداخلية والخارجية بين إبراز أهمية دعم الاستثمارات لإنعاش الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسلبية الشديدة المتعلقة بمناخ الأعمال والاستثمار في الجزائر الذي يقف عائقا أمام تحقيق أي تقدم في هذا المجال.

كما أظهرت نتائج الرصد والتحليل موقف حصة الحوار الاقتصادي من قضية الفساد وكان موقفا معاديا لكل الممارسات التي استنزفت الاقتصاد الوطني وهي الجرائم الاقتصادية التي نخرت الاقتصاد منها تهريب العملة الصعبة، تضخيم الفواتير وغيرها من الممارسات.

### نتائج اختبار فروض الدراسة:

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية الكمية والكيفية ثبوت صحة الفرض الأول الذي يفترض أن الحصة التفضيوية محل الدراسة اهتمت بإبراز تأثيرات الوضع الاقتصادي خلال فترة الدراسة وطرح البدائل الممكنة.

وكذلك ثبت صحة الفرض الثاني الذي يفترض انه لا يوجد اتساق بين الموقف الرسمي للدولة من الأزمة الاقتصادية والأطر الخيرية المستخدمة في معالجتها من قبل الحصة محل الدراسة.

وقد ثبت صحة الفرض الثالث من نتائج الدراسة التحليلية الكمية والكيفية الذي يفترض أن الحصة محل الدراسة لم تعتمد على المصادر الرسمية كمعلومات مقدمة في معالجتها للقضايا الاقتصادية خلال فترة الدراسة.

كما ثبت صحة الفرض الرابع من نتائج الدراسة الكيفية الذي يفترض أن م صادر المعلومات و القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها الحصة حددت الأطر المرجعية المستخدمة في تحليل القضايا الاقتصادية.

#### ما أضافته هذه الدراسة:

تعد من الدراسات الإعلامية التي تقوم بتطبيق " نظرية الأطر الخيرية" على القضايا الاقتصادية البارزة في حصة تلفزيونية متخصصة في الشأن الاقتصادي يبيها التلفزيون العمومي الجزائري. ويثير موضوع الدراسة الحالية والنتائج التي أسفرت عنها الدراسات الكمية والكيفية عدد من المقترحات يمكن حصرها أهمها فيما يلي:

- العمل على اتخاذ اتجاهات أكثر استقلالية من القضايا الاقتصادية لتحقيق معالجة إعلامية موضوعية تتمتع بالمصداقية لدى الجمهور المتلقي وتنويره بكل المستجدات المتعلقة بالشأن الاقتصادي باعتباره مجال حيوي يمس مباشرة بحياته اليومية.
- زيادة الاهتمام بالمعلومة الاقتصادية ومناقشة القضايا الاقتصادية في التلفزيون العمومي على اعتبار أن الحدث الاقتصادي أصبح يشكل مادة إعلامية أكثر طلبا من قبل المشاهد.

- إعادة النظر في أسلوب وطريقة تقديم الحصص التلفزيونية المتخصصة منها
- الحصص الاقتصادية وجعلها أكثر جاذبية للجمهور وتحقيق التفاعلية بالاعتماد على مختلف وسائل التواصل منها مواقع التواصل الاجتماعي.
- ضرورة أن يحرص التلفزيون العمومي من خلال الحصص الخاصة بالشأن الاقتصادي على تقديم برامج حوارية فعالة لمناقشة القضايا الاقتصادية وتقديم معلومات دقيقة وواضحة حولها، تساهم في مواجهة تداعيات أي وضع اقتصادي حرج والتصدي له، وإن توضع حلولاً معقولة ومنطقية في نهاية البرنامج تساعد على فهم أسباب الحدث الاقتصادي وسبل معالجته.
- كما توصي الدراسة بضرورة الحفاظ على هذا النوع من البرامج الجادة التي تطرح مجالاً واسعاً من النقاش الموضوعي وتحليل وتفسير القضايا الاقتصادية برؤية علمية تقنية متخصصة بعيدة عن الدعاية لتوجهات السلطة السياسية الحاكمة.



## ❖ قائمة المصادر و المراجع:

### قائمة المصادر :

- (1) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون 90 - 07 المؤرخ في 8 رمضان 1410 الموافق 3 أفريل سنة 1990 المتعلق بالإعلام.
- (2) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام.

### أ- قائمة المراجع باللغة العربية :

#### 1 - الكتب:

- (1) إبراهيم إسماعيل: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2001.
- (2) أبو زيد ، فاروق: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، مصر، 1986 .
- (3) أبو زيد، فاروق: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، الطبعة الرابعة، مصر، 1990.
- (4) أبو سمرة ، محمد : الإعلام التنموي و دوره في تشجيع الاستثمار، دار الرأية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012 .
- (5) إجلال ، خليفة: اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي ، مكتبة الأنجلو المصرية ، الطبعة الأولى، مصر، 1973 .
- (6) احدان ، زهير: الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ( سنة النشر غير موجودة).
- (7) احدان زهير: الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال، سلسلة الدراسات الإعلامية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1992 .
- (8) احدان زهير: مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الخامسة، الجزائر، 2014 .
- (9) أل ماكلنج جون : أخلاقيات الصحافة، الدار العربية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، (سنة النشر غير موجودة).

- (10) ايفانز ألكسيس و آخرون: أزمة الغذاء العالمية، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى، (مكان النشر غير موجود) ، 2009 .
- (11) أحمد الدوري محمد: التخلف الاقتصادي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- (12) أحمد رشتي جيهان: الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، مصر، 1986.
- (13) الجندي محمد حسن علي : القيم الاقتصادية في الصحافة ، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى ، مصر، 2010.
- (14) الحديدي منى: درويش اللبان شريف: فنون الاتصال والإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2009.
- (15) الحديدي منى: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 1999.
- (16) الدليمي عبد الرزاق محمد : الإعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، الأردن، 2015 .
- (17) الرحباني عبير: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013.
- (18) الرمحين عطا الله: أضواء على الصحافة العربية و المالية المعاصرة، دار علاء الدين، الطبعة الأولى، سوريا، 2001.
- (19) الزويني حسين دبي: القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن، 2012 .
- (20) السلمى علي : الإعلان، دار المعارف، الطبعة الثالثة ، مصر، 1971 .
- (21) السيد عبد العزيز، الطرابيشي مرفت : نظريات الاتصال، دار النهضة العربية ، مصر، 2006
- (22) الشجيري سهام : اقتصاديات الإعلام ، دار الكتاب الجامعي ، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- (23) الشمالية ماهر عودة و(آخرون): الصحافة المتخصصة، دار الأعصار العلمي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015.
- (24) الشمري ناظم خالد: الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012 .
- (25) العدوي فهمي : إدارة الإعلام ، دار أسامة للنشر و التوزيع الطبعة الأولى ، عمان ، 2010.

- (26) العياضي نصر الدين: اقتراحات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
- (27) الغباشي شعيب: صحافة الإخوان المسلمين، دراسة في النشأة و المضمون، دار التوزيع و النشر الإسلامية، مصر 2000.
- (28) اللمداني محمد: الصحافة المستقلة في الجزائر، التجربة من الداخل، منشورات الحبر، الجزائر، (سنة النشر غير موجودة).
- (29) المخادمي عبد القادر رزيق: الإعلام و التنمية، قضايا و طموحات، دار هو مه، الجزائر، 2003.
- (30) المشاعلي محمد برهام: الموسوعة السياسية و الاقتصادية، دار الأحمدى للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
- (31) المصمودي مصطفى: النظام الإعلامي الجديد، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، 1985.
- (32) الهيتي عبد الرزاق علي: الصحافة المتخصصة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- (33) الهيتي عبد الرزاق علي: الصحافة المتخصصة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة مزيدة و منقحة، الأردن، 2015.
- (34) الوافي علي: دليل المصطلحات الاقتصادية، مركز الدراسات و الإعلام الاقتصادي، الأردن، 2009.
- (35) بكار عبد الكريم: تحديد الوعي، مركز الشباب للإعلام، المملكة العربية السعودية، 2006.
- (36) بلبل نو الدين: الإعلام و قضايا الساعة، مطبعة البعث، الجزائر، 1984.
- (37) بن مرسللي أحمد: الأسس العلمية لبحوث الإعلام و الاتصال، الورسم للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر 2013.
- (38) بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- (39) بوتر ديبيرا، ترجمة الديك مفيد: دليل الصحافة المستقلة، مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية و واشنطن 2006.
- (40) تمار يوسف: العيونة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات بغدادية، الجزائر، 2010.

- (41) تمار يوسف :تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الطبعة الأولى الجزائر،2007.
- (42) تواتي نور الدين : الصحافة المكتوبة و الم سموعة في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2008 .
- (43) تيسير أبو عرجة : دراسات في الصحافة و الإعلام ، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن،2000 .
- (44) حسنين شفيق: الصحافة المتخصصة المطبوعة و الالكترونية، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، الجزء الأول، مصر، 2009.
- (45) حسين مصطفى و(آخرون): أبعاد التنمية في الوطن العربي، دار الم سنقبل للذ شر، الأردن، 1995 .
- (46) حمدي أحمد: الثورة الجزائرية و الإعلام، منشورات المتحف الوطني للمجاهد، الطبعة الثانية، الجزائر، 1995.
- (47) حميد الطائي مصطفى، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
- (48) خالد الحسنات فاروق: الإعلام و التنمية المعاصرة، دار أ سامة للذ شر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- (49) خضور أديب : أدبيات الصحافة ، مطبعة داودي ، سوريا ، 1986.
- (50) خضور أديب :الإعلام المتخصص ، المكتبة الإعلامية ،الطبعة الثانية ، سوريا ، 2005،
- (51) خليفة إجلال: اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي ، مكتبة الأنجلو الم صرية ، الطبعة الأولى، مصر، 1973 .
- (52) دبة عبد العالي: الدولة الجزائرية الحديثة ، الاقتصاد و المجتمع والسياسة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2004 .
- (53) دليو فضيل :مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1998.
- (54) دليو فضيل: تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830- 2013 ، دار هومه، الطبعة الأولى، الجزائر، 2014 .
- (55) دي طرازي فيليب: تاريخ الصحافة العربية، (دار النشر غير موجودة)، مصر، 1920.
- (56) راغب نبيل : العمل الصحفي المقروء و المسموع و المرئي الشركة المصرية العالمية للنشر- لونجمان ، الطبعة الأول ، لبنان ، 1999 .

- (57) رحيم سيد و(آخرون)، ترجمة محمد حسن: الإعلام وتحديات التنمية، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس، 1984.
- (58) رزاقى عبد العالى : المقال والمقالى فى الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و الانترنت ، دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع ، طبعة منقحة و مزيدة ، الجزائر، 2011 .
- (59) رزاقى عبد العالى: التقارير الإعلامية، دار الأمة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2013 .
- (60) رزاقى عبد العالى: الخبر فى الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و الانترنت، دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع ، الطبعة الثالثة ، الجزائر ، 2011.
- (61) رزاقى عبد العالى: المقال و المقالى فى الصحافة، الإذاعة ، التلفزيون و الانترنت، دار هومه للطباعة و النشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2006 .
- (62) رزاقى عبد العالى : التقارير الإعلامية، دار الأمة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر ، 2014 .
- (63) رشدي طعيمة: تحليل المحتوى فى العلوم الإنسانية، دار الفكر العربى مصر، 1987.
- (64) رفعت المحجوب: دراسات اقتصادية إسلامية، دار النهضة العربية، مصر، 1988.
- (65) رفعت عصام: فن و أساليب الصحافة المالية و الاقتصادية، سوق فل سطين للأوراق المالية، 2006.
- (66) ريتز جون، ترجمة عمر الخطيب : الاتصال الجماهيرى، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، الطبعة الأولى، لبنان، 1987.
- (67) سترنز هربيرت ، ترجمة سميرة أبو سيف: المراسل الصحفى و مصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، مصر، 1988 .
- (68) سلمان صالح : ثورة الات صال و الإعلام، مكتبة الافلاح للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- (69) سيف الإسلام الزوبير: الإعلام و التنمية فى الوطن العربى، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986.
- (70) شاكر إبراهيم: الإعلام و دوره فى التنمية، المنشأة الشعبية للنشر و التوزيع و الإعلان، الطبعة الثانية، ليبيا، (سنة النشر غير موجودة).
- (71) شرام ولبور، ترجمة محمد فتحى: أجهزة الإعلام و التنمية الوطنية: دور الإعلام فى البلدان النامية، الهيئة المصرية العامة للتأليف و النشر، مصر، 1970 .
- (72) شرف عبد العزيز: الصحافة المتخصصة و وحدة المعرفة، عالم الكتب، الطبعة الأولى، مصر، 2003.

- (73) شروخ صلاح الدين: منهجية البحث العلمي، دار العلوم للذ شر و التوزيع الجزائر، 2003.
- (74) صابات خليل و عبد العظيم جمال: وسائل الاتصال، نشأتها و تطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة التاسعة، مصر، 2001.
- (75) عادل راشد أحمد: الإعلان، دار النهضة العربية، لبنان، 1981.
- (76) عبد الحميد رشوان حسين: أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006.
- (77) عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال، لبنان، 2008.
- (78) عبد الرحمن التل وائل ومحمد قحل عيسى: البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2007.
- (79) عبد الرحمن عواطف: إشكالية الإعلام التنموي، دار الفكر العربي، مصر، (سنة النشر غير موجودة).
- (80) عبد العاطي نجم طه: الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1998.
- (81) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، الطبعة الرابعة مزيدة و منقحة، مصر، (سنة النشر غير موجودة).
- (82) عبد اللطيف صلاح: الصحافة المتخصصة، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الطبعة الأولى، مصر، 2002.
- (83) عبد المرضي ماجدة: الصحافة المتخصصة، إشكاليات الواقع و آفاق المستقبل، دار العالم العربي، الطبعة الأولى مصر، 2010.
- (84) عبد الهادي محمد فتحي و (آخرون): مراكز المعلومات الصحفية، دار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 1996.
- (85) عبد الوهاب الصباغي عماد: علم المعلومات، مكتبة دار الثقافة للذ شر، عمان، 1998.
- (86) عبده إبراهيم: دراسات في الصحافة الأوروبية، تاريخ و فن، مكتبة الآداب، الطبعة الثانية، مصر، (سنة النشر غير موجودة).
- (87) عبيدات محمد، أبو نصار محمد ومبيضين عقلة: منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، الأردن، 1999.
- (88) عجوة علي: الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، الطبعة الأولى، مصر، 2004.

- (89) عدلي العبد عاطف و أحمد عزمي زكي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، مصر، 1993.
- (90) عدلي العبد عاطف و عاطف العبد نهى: الإعلام التنموي و التغيير الاجتماعي، الأسس النظرية و النماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، الطبعة الخامسة، مصر، 2007.
- (91) عزت اللحام محمود و عصام صلاح مروى : الصحافة بين الواقع و الطموح دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015.
- (92) عزي عبد الرحمن: المصطلحات الحديثة في الإعلام و الاتصال، الدار المتوسطية للنشر، الطبعة الأولى ، تونس، 2011 .
- (93) عزي عبد الرحمن: دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، الجزائر، 1993.
- (94) عزيز إبراهيم مجدى: المنهج الترجيبي و اللوعى، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1998.
- (95) علي الجندي محمد الحسن: القيم الاقتصادية في الصحافة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2010 .
- (96) عماد مكاوي حسن و حسين السيد ليلي: الاتصال و نظرياتها المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثالثة، مصر، 2002.
- (97) عماد مكاوي حسن: الإعلام و معالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، مصر، 2009.
- (98) عمر السيد أحمد مصطفى: البحث العلمي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الإمارات العربية المتحدة، 2002.
- (99) عمرو محي الدين: التخلف و التنمية، دار النهضة العربية، مصر، 1976 .
- (100) عوض صابر فاطمة و علي خفاجة ميرفت : أسس و مبادئ البحث العلمي ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، الطبعة الأولى مصر ، 2002.
- (101) فريني مارجي و(آخرون)، ترجمة أبو النجاة صلاح: الصحافة التجارية و الاقتصادية ، المركز الدولي للصحافيين ، واشنطن ، 2004 .
- (102) فني عاشور : اقتصاد الصحافة المكتوبة في الجزائر منشورات الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 2013 .
- (103) فهمي خوخه أشرف: الصحفيون و مصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009.

- (104) فؤاد الخصاونة إبراهيم : الصحافة المتخصصة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2012 .
- (105) فيلالى صالح : الأزمة الجزائرية الإيديولوجية ، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 1996 .
- (106) قنديلجي عامر: البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن، 1999 .
- (107) قيراط محمد : دراسات إعلامية، مجموعة الآفاق المشرقة، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، 2011 .
- (108) كايرول رولان: الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- (109) كلاس جورج و سبع ميشال: الإعلام المتخصص فنونو تقنيات ، منشورات الجامعة اللبنانية ، قسم الدراسات الإعلامية لبنان ، 2009 .
- (110) كلود برتراند جان، ترجمة رباب العابد : أدبيات الإعلام (ديوننتولوجيا الإعلام)، مؤسسة محمد بن رشد آل مكتوم ، الطبعة الأولى، لبنان، 2008.
- (111) كنعان علي: مدخل إلى الصحافة و الإعلام، دار الأيام للنشر و التوزيع، الأردن، 2015 .
- (112) لطفي علي : مقدمة في علم الاقتصاد، مكتبة عين الشمس، مصر، 1967 .
- (113) لعقاب محمد : الصحفي الناجح ، دليل علمي للطلبة و الصحفيين، دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2004 .
- (114) ماكبرايد شون و(آخرون) : أصوات متعددة و عالم واحد : الاتصال و المجتمع اليوم و غدا ، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع ، الجزائر، 1981 .
- (115) محمد أبو العلا يسرى: إستراتيجية الإعلام و التنمية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2007 .
- (116) محمد الجمال راسم: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 1999.
- (117) محمد الديلمي عبد الرزاق: الإعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، 2015 .
- (118) محمد سيد محمد: الإعلام و التنمية، دار الفكر العربي، الطبعة الرابعة، مصر، 1988.
- (119) محمد عريقات حربي: مبادئ في التنمية و التخطيط الاقتصادي، دار الفكر للنشر و التوزيع، الأردن، 1999.



- (120) محمد عمر نوال : الإذاعات الإقليمية، دراسة نظرية تطبيقية مقارنة ، دار الفكر العربي، مصر، 1992.
- (121) محمر شفيق: دراسات في التنمية الاقتصادية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ( سنة النشر غير موجودة).
- (122) محمود الحسن عيسى : الإعلام و التنمية، دار زهران للنشر و التوزيع الأردن، 2009 .
- (123) محمود الحسن عيسى : الصحافة المتخصصة، دار زهران للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، الأردن ، 2010 .
- (124) محمود عزت محمد فريد: مدخل إلى الصحافة، دار الفكر العربي، مصر، 1993.
- (125) مشاقبة بسام عبد الرحمان : نظريات الإعلام ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن ، 2011 .
- (126) مشاقبة بسام عبد الرحمن: مناهج البحث العلمي و تحليلا لخطاب، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010 .
- (127) مصباح عامر: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- (128) مفدي زكرياء ، جمع و تحقيق أحمد حمدي: تاريخ الصحافة العربية في الجزائر، منشورات مؤسسة مفدي زكرياء، الجزائر، 2003 .
- (129) ناصر محمد: الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، الشركة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1980.
- (130) نعمات أحمد عثمان: فنون التحرير الصحفي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006 .
- (131) نوارى نصر الدين: الصحافة و الإرهاب في الجزائر ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن ، 2015 .
- (132) هستر. ألبرت ل، ج.تو واي لان، ترجمة عبد الرؤوف كمال : دليل الصحفي في العالم الثالث ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، مصر، 1992.
- (133) وحيد دويدري رجاء : البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العملية، دار الفكر، الطبعة الأولى، سوريا، 2000 .

## 2- المعاجم والقواميس:

- (1) بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، الطبعة الأولى، مصر، 1985.

(2) جمال الفار محمد: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع و دار الم شرق الثقافي، الأردن، 2000.

(3) حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2004.

### 3- الدوريات و المقالات العلمية الأكاديمية:

(1) أوهابية فتيحة، "الصحافة المكتوبة-قراءة تاريخية-"، مجلة العلوم الإنسانيّة و الاجتماعيّة، العدد: 16، سبتمبر 2014 .

(2) بتول عبد العزيز رشيد و فاتن علي مراد، "المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية، دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجا، للفترة الممتدة من 2 فيفري 2011 ولغاية 28 فيفري 2011"، مجلة كلية الأدب، العدد: 99، (سنة النشر غير موجودة).

(3) بسعود حليلة، "التنمية و الديمقراطية : علاقة تأثير و تأثير"، مجلة دراسات و أبحاث، العدد: 01، 2012 .

(4) بطاهر علي، "سياسات التحرير و الإصلاح الاقتصادي في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 01، (سنة النشر غير موجودة).

(5) بغداد كربالي، " نظرة عامة على التحولات الاقتصادية في الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 8، جانفي 2005 .

(6) بن أسماعيل حياة، "وضعية الاقتصاد الجزائري على ضوء الإصلاحات المالية و الم صرفية للفترة ما بين 2003 / 2010"، مجلة العلوم الإنسانية، (العدد غير موجود)، مارس 2011 .

(7) بن بوزة صالح، "السياسة الاعلامية الجزائرية : المنطلقات النظرية و الممارسة (1978 - 1990)"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 13، جانفي -جوان 1996.

(8) بن بوزة صالح، "مناهج بحوث الإعلام : التصنيفات المختلفة و بعض القضايا الخلافية"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 11 و 12، 1995.

(9) بن حمود العناد عبد الرحمن، "تحليل مضمون أنباء الصفحة الأولى في الصحف اليومية السعودية"، الدراسات الإعلامية، العدد: 74، جانفي -مارس 1994.

(10) بن مرسل أحمد، "استخدامات تحليل المضمون في الدراسة الإعلامية: التطور التاريخي وبعض الجوانب التطبيقية" المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 14، جويلية -ديسمبر 1996.

- (11) بوجلال عبد الله، "إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد: 04 ، خريف 1990 .
- (12) عبد الوهاب بوخنوفة، "المعالجة الصحفية لقضايا الفساد الاقتصادي في الجزائر"، نموذج الخبر أون لاين و الوطن أون لاين"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 22، ( سنة النشر غير موجودة).
- (13) بومعيزة سعيد، "الأثر السوسيو - ثقافي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في الجزائر"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 14 ، جويلية - ديسمبر 1996.
- (14) تامي نصيرة، "الأطر الخبرية لقضايا الإرهاب في البرامج الحوارية على الف ضائيتين الاخباريتين "الجزيرة" و " العربية"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 22، 2014 .
- (15) حسن إبراهيم أحمد، "تحدي التنمية بين العقائد و المصالح"، مجلة الفكر السياسي ، العددان: 46 و 47، ربيع 2013.
- (16) حسن راضي رشيد، "اتجاهات طلبة الإعلام نحو تدريس مادة المعلوماتية ، مجلة كلية التربية الأساسية ، العدد: 56، 2009 .
- (17) حسيني صفوان عصام، "دور الإعلام في رسم السياسات و اتخاذ القرار"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 21، السداسي الأول 2011.
- (18) الحميري محمد لطف، "العلاقات العامة و الإعلان"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 17، جانفي - جوان 1998.
- (19) دليو فضيل، "الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة و الاغتراب"، مجلة المستقبل العربي، عدد خاص: 255، ماي 2000.
- (20) رضوان بوجمعة، "هوية الصحفي في الجزائر من خلال الخطابات و الموثيق الرسمية من 1962 - 1998"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 17، جانفي - جوان 1998.
- (21) ريتور فيليب ، ترجمة بركون كهينة، مراجعة أ.د بن خرف الله طاهر: الصحافة في خدمة الاقتصاد: ظروف ظهور المعلومة الاقتصادية في فرنسا منذ الخمسينيات، مجلة ف كرو مجتمع، العدد: 22، أكتوبر 2014 .
- (22) الزبدي أحمد، "مدى إقبال المواطنين في الضفة الغربية و قطاع غزة على قراءة الصفحة الاقتصادية في صحيفة القدس خلال الفترة 2000 - 2003"، مجلة الحصاد ، العدد 3 ، 2005 .
- (23) ساحل عبد الحميد، "الممارسة الصحفية الجزائرية إبان الفترة الاستعمارية ، ملامح من البيئة الإعلامية القانونية"، مجلة فكر و مجتمع، العدد: 12، أبريل 2012.

- (24) سلطاني فضيلة، "تناول الصحافة المكتوبة لظاهرة العنف المدرسي في المؤسسات التربوية الجزائرية جريدة "الشروق اليومي" نموذجاً"، الأكاديمية للدرا سات والاجتماعية و الإنسانية، العدد: 12، جوان 2014.
- (25) الشجيري سهام، "أطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مر قدي الإمامين العسكريين عليهما السلام في سامراء، دراسة تحليلية لصحف الصباح، الزمان و العدالة خلال المدة الممتدة من 23 فيفري إلى 30 مارس 2006"، مجلة الباحث الإعلاني، العدد: 16، 2006.
- (26) الششتاوي المر مصطفى و عبد السلام العجمي محمد، "الوعي بالمؤسسات السياسية لدى طلاب جامعة الأزهر"، مجلة كلية التربية، العدد: 67، جامعة الأزهر، نوفمبر 1997.
- (27) الشلهوب عبد المالك بن عبد العزيز، "استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية دراسة مسحية على رجال الأعمال في مدينة الرياض"، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد: 21، 2009.
- (28) الشيخ الداوي، "الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و إشكالية البحث عن كفاءة المؤسسات العامة"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد: 25، العدد: 2، 2009.
- (29) الطويسي باسم، "تغطية الشؤون المحلية في الصحافة الأردنية دراسة تحليلية لمضمون الصحف اليومية"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية المجلد: 6، العدد: 3، 2013.
- (30) العياري المنصف و (آخرون)، "المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية"، اتحاد إذاعات الدول العربية سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، العدد: 58 تونس، 2006.
- (31) المحمود جمال الجاسم، "دور الإعلام في تحقيق التنمية و التكامل الاقتصادي العربي"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد: 20، العدد: 02، 2004.
- (32) عبد الرحمن عواطف، تحليل مضمون الصحف الكويتية إزاء قضية النفط"، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية، العدد: 29، السنة الثامنة، جانفي 1982.
- (33) عبد الرحيم حلس موسى و علي مهدي ناصر، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر"، مجلة جامعة الأزهر، المجلد: 12، العدد: 2، 2010.
- (34) عبد الواحد أمين رضا، "الإعلام ودوره في الوعي بقضايا التنمية المستدامة"، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 1، 2011.

- (35) عبيرات مقدم و الأزهر عبد العزيز، " التنمية و الديمقراطية في ظل العولمة" ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 11، 2007.
- (36) عزوق الخير، "مكانة قانون الإعلام وعلاقته بفروع القانون الأخر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 23، نوفمبر 2011.
- (37) عزي عبد الرحمن، " أزمة الرسالة في النظام الإعلامي الجزائري" ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد: 15 و 16 ، جانفي -ديسمبر 1989
- (38) عزي عبد الرحمن، "تحليل المضمون و ما سألتنا ال صدق و الثبات"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 3، مارس 1989.
- (39) عزي عبد الرحمن، "وسائل الاتصال و المجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق و تمدن الرسالة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العددان 6 و 7، ربيع و خريف 1992 .
- (40) عكاك فوزية، "دور القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية"، مجلة فكلو مجتمعات ، العدد: 10 ، أكتوبر 2011 .
- (41) غربي علي، "معالم اقتصادية بارزة في التنمية المفقودة بالجزائر"، مجلة التواصل، (العدد غير موجود)، 6 جوان 2000 .
- (42) قسمية منوية و نوال بركات ، "تناول الصحافة المكتوبة لظاهرة الفساد - صحيفة الشروق نموذجا"، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، العدد: 01، سبتمبر 2013 .
- (43) قنديل راجية، "دراسات في الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 04، ديسمبر 1998.
- (44) قيراط محمد ، "الصحافة الاقتصادية الإماراتية بين الضغوط المهنية و التنظيمية و تحديات التنمية المستدامة" ، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية و الإنسانية ، المجلد: 6 ، العدد: 1، 2009.
- (45) قيراط محمد ، "البيئة و الاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي الفرص و التحديات"، مجلة الإذاعات العربية ، العدد: 1، 2010 .
- (46) كمال آمال، "أطر معالجة الاحتجاجات الاجتماعية في الخطاب الصحفي، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف المصرية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 30، أكتوبر 2008.
- (47) لطيف لبنى، "الأدوار التنموية للإذاعة المحلية: نحو رؤية سوسيولوجية"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 24، مارس 2012 .
- (48) ماشطي شريفة ، "مكانة الإعلام في المجتمع"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 34، ديسمبر 2010 .

- (49) مبني نور الدين، "ثقافة الإعلان و أساليب تطويرها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، العدد: 13 ديسمبر 2014.
- (50) محسن ماهينز، "علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقييم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، دراسة تطبيقية على الحرب الإسرائيلية على غزة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، جانفي 2009.
- (51) مزروع رشا، "أطر معالجة القنوات العامة و الإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 جانفي، دراسة تحليلية مقارنة"، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد: 09، 2013.
- (52) منعم القضاة علي، "فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد: 8، 2012.
- (53) نجم طه، "الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية، دراسة تحليلية لعينة من صحيفتي الوطن السعودية و تشرين السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان 2006"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 27، سبتمبر 2007.
- (54) يونس محمد أحمد و النعيمي عائشة عبد الله، "الصفحات الاقتصادية في الصحف الإماراتية، دراسة تحليلية للمضمون و القائم بالاتصال لصحف الاتحاد و البيان و الخليج" مجلة شؤون اجتماعية، العدد: 90، 2006.

#### 4- الدراسات غير المنشورة (الرسائل الجامعية):

- (1) أبو جامعني عيد، "معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي، دراسة تحليلية" رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009.
- (2) انتصار سالم، "دور الصحف المصرية في تشكيل معارف جمهور القراء و اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، دراسة تطبيقية"، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2009.
- (3) آل تويم عبد الله بن محمد، "العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2000.
- (4) النامي خالد، "معالجة قضايا حقوق الإنسان في الصحف وشبكة الانترنت في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.

- (5) بصيص الطاهر ،"اتجاهات الخطاب الصحفي الجزائري إزاء انتفاضة الأقصى الثانية، دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف الحكومية و الصحف المستقلة من 28 سبتمبر 2000 حتى 30 أفريل 2003" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2007 .
- (6) بصيص الطاهر،"أثر الكتاب الإعلاميون الجزائريون من خلال صحيفتي الشروق و الوطن في النخب السياسية ، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2014.
- (7) بلحاجي وهيبية ،"الصحافة الخاصة و الشروط القانونية و الاقتصادية لحريتها بـعد 1999 ، دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 ، 2014 .
- (8) بوراس خليفة ،"إشكالية حرية الإعلام في العلاقات الدولية"، رسالة دكتوراه غير منشورة ،كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- (9) بوعمرة الهام،"المعالجة الإعلامية للأزمة المالية العالمية من خلال الصحف الجزائرية المكتوبة -دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية ، الشعب ، المساء، الشروق اليومي، El Watan"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 3 ، 2013 .
- (10) بومعيزة سعيد ،"أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية " ، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر، 2006 .
- (11) بومنجل فوزي ،" الإعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة ، الدراسة الميدانية في المؤسسات الإعلامية و الإعلانية بإقليم مدينة قسنطينة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، جامعة منتوري-قسنطينة- ، الجزائر، ( سنة النشر غير موجودة).
- (12) تامي نصيرة ، "المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة" دراسة تحليلية مقارنة بين قناة "الجزيرة " القطرية و قناة "العربية" السعودية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر 3 ، 2012 .
- (13) تمار يوسف،"نظرية الأجندة ستينغ ، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري"، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2005 .

- (14) الحسن شبو عوضية، "الإعلام الاقتصادي و التنمية في السودان"، دراسة و صافية بالتطبيق على سوق الخرطوم للأوراق المالية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، 2002.
- (15) حسيني صفوان عصام، "الصحافة المكتوبة و ظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، دراسة و صافية تحليلية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- (16) راتول محمد، "سياسات التعديل الهيكلي و مدى معالجتها للاختلال الخارجي، التجربة الجزائرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008.
- (17) رزاق عبد العالي، "الأنواع الصحفية و تطبيقاتها في الصحافة الجزائرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2009.
- (18) زعموم مهدي، "مقياس الصحافة المحلية و المتخصصة"، محاضرات غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، (2008-2009).
- (19) زيروني مصطفى، "النمو الاقتصادي و استراتيجيات التنمية، حالة اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2000.
- (20) شحدة علي الحروب محمد، "معالجة الصحافة السعودية اليومية لا شأن الاقتصادي، دراسة تحليل المضمون"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- (21) صديق الصادق الزين محمد، "اتجاهات الشكل و المضمون في الصحافة الاقتصادية المعاصرة"، دراسة تحليلية بين الصحافة العربية و الأجنبية، بالتطبيق على صحيفتي "الاقتصادية" السعودية و "فايننشال تايمز" البريطانية (2008-2009)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة و النشر، جامعة السودان، 2013.
- (22) صديق الصادق الزين محمد، "المعالجات الصحفية للقضايا الاقتصادية، تناول الصحافة الخليجية لظاهرة غسل الأموال، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الخليجية سنة 2002"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، أوت 2006.
- (23) عباد لويذة كريمة، "دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004.



- (24) عبد العاطي مصطفى نجم طه، " الأطر الإخبارية للمقاومة الإسلامية اللبنانية في الصحافة العربية، دراسة تحليلية لصحيفة "الوطن" السعودية و "تشرين" السورية خلال الحرب الإسرائيلية على لبنان"، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2006.
- (25) عبد اللطيف حسن انشراح، "تناول الصحافة السودانية للقضايا الاقتصادية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفتي الرأي العام و الأنباء، في الفترة من جانفي 1998 إلى ديسمبر 1999"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، 2003.
- (26) عبد الله أجتبي محمد علي، "التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة، دراسة تحليلية لصحيفتي الخليج و البيان"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، قسم الإعلام، 2009.
- (27) عبد المجيد محمد الأغبري سامية، "تأثير اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية على الجمهور للفترة (1995-2002)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- (28) عطية هبه، "المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة TV5 الدولية و قناة الجزيرة القطرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- (29) عويس محمد، "اتجاهات التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية و علاقات بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية و الحزبية الخاصة خلال عامي 2005-2006"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة الزقازيق، 2008.
- (30) فضلون أمال "استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة باجي مختار -عنابة- الجزائر، (سنة النشر غير موجودة).
- (31) مام بلقاسم، "الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة المؤشر الاقتصادية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004.
- (32) محمد علي رانيا، "الخريطة الإدراكية للرأي العام المصري تجاه الصراع الأمريكي العراقي 1990-2003"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
- (33) هادي فليح حسن، "الصحافة العراقية في ظل الحصار الاقتصادي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2005.

## 5-المؤتمرات (بحوث منشورة):

- 1) تقرير المخطط الخماسي، "تطوير الإعلام الاقتصادي و الاجتماعي"، الف صل ال خامس، (سنة النشر غير موجودة).
- 2) بوراس خليفة و زعموم مهدي، "تجربة الصحافة الاقتصادية المكتوبة في الجزائر"، فعاليات الملتقى الدولي حول الإعلام الاقتصادي بالمشاركة معمؤسسة فريديريش نومان و المركز الثقافي الفرنسي، معهد الصحافة و علوم الإعلام ، جامعة تونس 1، 1993.
- 3) جري علي، "واقع ورهانات الصحافة الجزائرية"، ندوة مركز الخبر للدراسات الدولية، بعنوان: "مفهوم القذف في الصحافة"، منشورات الخبر، الجزائر، 2004.
- 4) حسن مصطفى، "نحو مقاربة نظرية الاتصال و الإعلام الاقتصادي"، فعاليات الملتقى الدولي حول الإعلام الاقتصادي بالمشاركة مع مؤسسة فريديريش نومان و المركز الثقافي الفرنسي، معهد الصحافة و علوم الإعلام ، جامعة تونس 1، 1993.
- 5) قويدر بشار، "فلسفة الإعلام دراسة حول المفاهيم و الخصائص، نموذج الجزائر"، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، بعنوان: "الإعلام و مهامه أثناء الثورة"، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2009.
- 6) المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة 1 نوفمبر 1954، "الإعلام أثناء الثورة"، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، بعنوان "الإعلام و مهامه أثناء الثورة"، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2009.

## 6) المقابلات العلمية:

- 1) مقابلة علمية مع السيدة قوردة عوفي، مقدمة حصة الحوار الاقتصادي في التلفزيون الجزائري" ، بتاريخ 20 ديسمبر 2018، على الساعة الرابعة مساء.
- 2) مقابلة علمية مع السيد فرحات ايت علي، خبير اقتصادي ومالي، بتاريخ 20 ديسمبر 2018، على الساعة الخامسة مساء.
- 3) مقابلة علمية مع السيد حميد علوان، أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية بجامعة الجزائر، على الساعة الرابعة والنصف مساء.
- 4) مقابلة علمية مع السيد رضا تير، أستاذ التعليم العالي بمعهد الاقتصاد بالجزائر العاصمة " ، بتاريخ 20 ديسمبر 2018، على الساعة الرابعة و45 دقيقة مساء.

## 8- المواقع الالكترونية:

1 -للواتي حسين بن رضا، الصحافة الاقتصادية صحافة جادة، بحث منشور على الموقع الالكتروني:

[http // :www.alroya.info/ar/-p](http://www.alroya.info/ar/-p)

2 -عدنان شريقي ، الإعلام و التنمية، بحث منشور على الموقع الالكتروني:

[fac.ksu.edu.sa/sites/default/\\_lmhdt\\_nhyy](http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/_lmhdt_nhyy)

3 - المركز اللبناني لتعزيز المواطنة : دور الإعلام في الشفافية و في الوصول إلى المعلومات، مقال

منشور على الموقع الالكتروني:

<https://lcaclebanon.wordpress.com/2012/12/.../mediaa...>

## ب-المراجع باللغة الأجنبية:

### (1)الكتب:

- 1) AHCEN-DJABALLAH BELKACEM : la Com dans tous ses états, analyses, études, communication et écrits de presse (1983-2005), édition Dar Gharb, Algérie, 2005.
- 2) AHCENE- DJABALLAH BELKACEM: Economie de la presse et des médias, office des publications universitaires, -Ben AKNOUN, Alger, 2013.
- 3) ALBERT PIERRE : Glossaire de presse, C.F.P.J, France, 1967.
- 4) BELLANGER CLAUDE et (autres) : Histoire général de la presse française des origines à 1814, presse universitaire , première édition ,France , 1969.
- 5) BÉNARD JEAN : Comptabilité national et modèle de politique économique, France, (sans maison d'édition) ,1972.
- 6) BRAHIMI BRAHIM : Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie, l'édition l'harmattan, France, 1989.
- 7) BRAHIMI BRAHIM : Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie , édition Marinoor , deuxième édition ,France, 1996.
- 8) BRAHIMI BRAHIM : Le droit à l'information à l'épreuve du parti unique et de l'état d'urgence, édition SAEC-Liberté, Algérie, 2002.
- 9) BELKACEM AHCENE- DJABALLAH : Economie de la presse et des médias, office des publications universitaires, -Ben AKNOUN, Alger, 2013.
- 10) CHEURFI ACHOUR : La presse Algérienne (Genèse, conflits et défis), Casbah édition, Algérie, 2010.
- 11) DE BONVILLE JEAN : L'analyse de contenu des médias de la problématique au traitement statistique, De Boeck université, Belgique, 2000.
- 12) DELPORTE CHRISTIAN et (autres) : Presse à scandale, scandale de presse, édition l'harmattan, France, 2001.

- 13) Ecrément, Marc : Indépendance politique et libération économique : un quart de siècle du développement de l'Algérie 1962-1985, édition PUG, France, 1986.
- 14) Fondation Friedrich Ebert : Guide de journalisme économique, bureau d'Alger, 2005.
- 15) Friedrich Ebert Stiftung et réseau des journalistes économiques du Bénin : Guide du journaliste économique mémento pour la production de presse sur le commerce multilatéral, Bénin, sans date.
- 16) Grevisse Benoit : Déontologie du journalisme, enjeux éthiques et identité professionnelles, édition de Boeck, première édition, France, 2010.
- 17) Guéry Louis : Visage de la presse, la présentation des journaux des origines à nos jours, CFPJ édition, France, 1997.
- 18) Ihaddaden Zohir : La presse écrite en Algérie de 1965 à 1982, les éditions Ihaddaden (At-Turath), Algérie, 2002.
- 19) Ihaddaden Zohir : Histoire de la presse indigène en Algérie, des origines jusqu'en 1930, les éditions Ihaddaden, deuxième édition, Algérie, 2003.
- 20) Ihaddaden Zohir : L'information en Algérie de 1965 à 1982, office des publications universitaires, Algérie, 2012.
- 21) Junqua, Daniel : La presse, le citoyen et l'argent, édition Gallimard, France, janvier 2002.
- 22) Kalifa, Dominique, Régnier, Philippe et (autre) : La civilisation du journal, nouveau monde édition, France, décembre 2011.
- 23) Lagardette Jean –Luc Martin : Le guide de l'écriture journalistique, édition la découverte, 7<sup>ème</sup> édition, France, 2009.
- 24) Le Brun, François : Traiter l'information économique et financière, CFPJ édition, France, octobre 2010.
- 25) Léger, Jean Yves : La communication financière, édition DUNOD, 2<sup>ème</sup> édition, France, 2008.
- 26) Marthoz, Jean Paul : Journalisme international, édition de Boeck université, 2<sup>ème</sup> édition, France, Avril 2012.
- 27) Manevy .R : Histoire de la presse 1914 à 1939, édition CORREA and Cie, France, 1945.
- 28) Martinet Bruno et Michel Martin Yves : L'intelligence économique, comment donner de la valeur concurrentielle à l'information, édition d'organisation, deuxième édition, France, 2001.
- 29) Montant Henri : Commentaire et humeurs, l'écriture satirique, édition victoire, 2<sup>ème</sup> édition, France, 2005.
- 30) Mouriquand Jacques : L'écriture journalistique, presse universitaire, quatrième édition, France, 2013.
- 31) Neveu, Erik, Ruellan, Denis, Rieffel, Rémy : Les journalistes spécialisés, Hermès science publication, France, juin 2002.
- 32) Poulet, Bernard : La fin des journaux et l'avenir de l'information, édition Gallimard, France, janvier 2011.

- 33) Skalweit, Peter en collaboration avec Amiar Samir, et (autres) Guide de journalisme économique fondation Friedrich Ebert, Alger 2005.
- 34) Smith Adam, traduction française de Paulette Taieb : Enquête sur lanature et les causes de la richesse des nations, édition PUF, France, 1996.
- 35) Sormany, Pierre : Le métier de journaliste, les éditions du Boréal, Canada ,2000 .
- 36) Soualem Derradji : mémoire de la presse Algérienne (1962-2004), Chihab édition, Algérie, 2007.
- 37) Yebbal Makhlouf : Introduction à la publicité, édition ANEP, Algérie, 2000.
- 38) Yves Agnès : Manuel de journalisme, édition media plus,nouvelle édition, Algérie, 2008.

## (2) المعاجم و القواميس:

- 1) Le Bohec Jacques : Dictionnaire du journalisme et des medias, presse universitaire de Rennes, France, 2010.

## (3) الدوريات و المقالات العلمية الأكاديمية:

- 1) Babysha and Kirk Hallanhan, “media framing of the Ukrainian political crisis 2000-2001”, journalism studies, vol 5, N°2, 2004.
- 1) Baldwin Van Gorp , the constructionist approach to framing Bringing , culture” Back in journal of communication , vol57, numéro:60 ,2007
- 2) Baylor Tim, « media framing of movement protest: the case of American Indian protest », the social science journal, numéro:33, 1996.
- 3) Boumaiza Said, « le pouvoir de l’information mutations et constances », revue Algérienne de Communication, numéro : 21 2011.
- 4) Bresson Jean Cartier, « l’économie de l’information et l’analyse des réseaux de corruption », la revue Hermès, numéro : 19 ,1996.
- 5) Carrage Kevin M,” news ideology: an analysis of coverage of the west German green party by the new York times “journalism monographs, numéro: 128, August 1991.
- 6) Cazenave Elizabeth, « Les mutations de la presse économique et financière », la revue Persée, numéro : 46 ,1997.
- 7) Chang C.T and Lee Y.K,”effects of message framing vividness congruency and statistical framing on response to charity advertising , international journal of advertising ,29(2) 2010 .
- 8) Charon Jean, « les medias et les sources, les limites du modèle de l’agenda –setting », la revue Hermès, numéro : 17-18, 1995.

- 9) Coyne, Christopher and Leeson Peter, »read all about it! Understanding the role of media in economic development" review Kyklos , Unnumbered, January 2004.
- 10) De Boissieu Christian et Jacquillat Bertrand, note de lecture de Nacer-Eddine Bouchicha , « à quoi servent les économistes ? », revue Kalim, numéro :02, décembre 2013.
- 11) Devreese Cales H, « news framing », information designjournal, numéro : 13, 2005.
- 12) Dietram.A Scheufele," framing as a theory of Media effects" journal of communication, vol 1,49, numéro:1, winter1999.
- 13) Dietram .A Scheufele and Tewksbury David," a framing agenda setting and priming, the evolution of three media effects models", journal of communication, vol 57, numéro: 9, international communication association, 2007.
- 14) Dulong Delphine, "quand l'économie devient politique .La conversion de la compétence économique en compétence politique sous la cinquième république, la revue Hermès, numéro : 35, troisième trimestre 1996.
- 15) Entman Robert, "framing U.S coverage of international news : Contrasts in narratives of the Kal and Iran air incidents", journal of communication; vol 41, numéro:4, Autumn1991.
- 16) Entman Robert," framing: toward clarification of a fractured paradigm,«journal of communication, vol 1,3, numéro: 4, autumn 1993.
- 17) Gavin, Neil T, "imagining Europe: political identity and British television coverage of the European economy", British journal of politicsand international relations, Unnumbered, January 2000.
- 18) Haller, Brandon, Norpoth, Helmut, "reality bites, news exposure and economic opinion", article from public opinion quarterly, American association for public opinion research, Unnumbered, December 22, 1997.
- 19) Lyenger Shanto and Simon Adam," news coverage of the Gulf crisis and public opinion, a study of agenda setting priming and framing", communication research, vol20, numéro:3, 1993.
- 20) Mccombs Maxwell E (and others), "candidate image in Spanish elections second level agenda setting effects", journalism and masscommunication quarterly, vol 74, numéro:4, winter 1997.
- 21) Norris Pippa , " the restless Searchlight : network news framing of the post –cold war world " , political communication vol12 ,numéro: 4, 1995
- 22) Pan Zhongdang , Kosicki Gerald M, "framing analysis an approche to news discourse ", political communication , vol10, numéro: 1, 1993.

- 23) Papacharissi ZiZi and Oliviera Maria, « news framing terrorism: a comparative analyses », the international journal of press and politics, Unnumbered, 2008.
- 24) Riutort Philippe “Les nouveaux habits du journalisme économique”, la revue Hermès, numéro : 44 2006.
- 25) Sei Hill, John P .Carvalho and Andrew C. Davis,” talking about poverty: news framing of who is responsible for causing and fixing the problem, journalism and Mass communication quarterly, numéro:87, 2010.
- 26) Thépaut Yves, “ « le concept d’information dans l’analyse économique contemporaine », la revue Hermès, numéro : 44 2006.
- 27) Waller .R.L and Conaway .R.N,” framing and counter framing the issue of corporate social responsibility, journal of Business communication, vol48, numéro: 83, 2011.

#### (4) الدراسات غير المنشورة (الرسائل الجامعية) :

- 1) Batailler Francine et (autres), « analyse de presse », travaux et recherche de la faculté de droit et des sciences économiques, presse universitaire, France, 1963.
- 2) Campagna Christine, « Le rôle de la presse selon les propriétaires des journaux Montréalais 1830-1880 », mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en histoire, université du Québec à Montréal, CANADA, 1998.
- 3) Chartier, Chantal, « entreprise de presse et journaliste économique en Espagne (1975-1990) étude d’El Pais Negocios de 1985-1990 contexte, stratégie, discours », étude doctorat hispanique et latino –américaine, école doctoral Europe latine –Amérique latine, paris ,1 decembre2010.
- 4) Cappela ,J.N & Jamieson, K.H : *Spiral of cynicism. The press and the public Good*. Oxford University press, New York,1997.
- 5) D’Angelo Paul, “news framing as a multiparadigmatic research: a response to Entman”, international communication association 2002.
- 6) Devreese Claes H, “new framing theory and typology, John Benjamin publishing company”, London, 2005.
- 7) Ferchiche Nassima, « La liberté de la presse écrite dans l’ordre juridique Algérien », thèse en vue de l’obtention du grade de docteur en droit , université Paul- Cézanne Aix –Marseille III, faculté de droit et de science politique,2010.

- 8) Ferry Myra Marx ,Gamson William Anthony (and others) , ” shaping abortion discourse : democracy and the public sphere in Germany and the united states , communication , society and politics” , Cambridge U.K , new York Cambridge , press university , 2002.
- 9) Fogarty, Brian j, “determining economic news coverage”, university of North Carolina at Chapel Hill, united state, 2004.
- 10) Hamzaoui Farés, « le militantisme vert au Québec à l'ère d'internet : analyse du cadrage dans les messages de Greenpeace », université du Québec, mémoire en communication sociale, Avril 2012.
- 11) Hubenko Dmytro,” frame analysis of the New York Times and Izvestia coverage of the presidential elections and the orange revolution in Ukraine in 2004”, new perspectives on contemporary, Ukraine politics, history and culture, 17-19 march 2006.
- 12) Le Bras Gildas, « l'incorruptible de la contre démocratie à la candidature politique, étude du cadrage stratégique d'Eva Joly durant la campagne pour l'investiture écologiste à la présidentielle de 2012 », mémoire en communication publique Québec, 2013.
- 13) Neuman , W.R ,Just , M.R & Crigler ,A.N, Common Knowledge , news and the construction of political Meaning Chicago: the university of Chicago press,1992.
- 14) Price, V, & Tewksbury, D, News values and public opinion ; a theoretical account of media priming and framing. In G Barrett & F.J.Boster (Eds), progress in communication science,1997.
- 15) Reese Stephan (and others), « framing public life: perspectives on Media and our understanding of the social world » Unnumbered, 2001.
- 16) SOUAMES Ahmed, « système national d'information économique le rôle de l'information économique dans le processus décisionnel », professeur en science économiques, université d'Alger, sans date.

#### **(5)المؤتمرات (بحوث منشورة):**

- 1) Boutaleb kouider, « la problématique du développement socio-économique et les objectifs d'une authentique réforme de l'état en Afrique »,11 ème assemblé général du CODESRIA, sous le thème « repenser le développement Africain : au-delà de l'impasse les alternatives », Maputo-Mozambique ,2005.
- 2) Chkoundali Ridha, « sources et traitement de l'information économique », acte de séminaire sur l'information économique en collaboration avec



Friedrich Naumann et le centre culturel français institut de presse et de sciences de l'information, université de Tunis1, 1993.

Gharbi Zohra, « l'information économique et son intérêt »,acte de séminaire sur l'information économique en collaboration avec la fondation Friedrich Naumann et du centre culturel français ,institut de presse et des sciences de l'information, unive

الملاحق

### استمارة تحليل المضمون

نقدم هذه الاستمارة في إطار انجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان "المعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لحصة الحوار الاقتصادي في التلفزيون الجزائري خلال الفترة 2014-2019" مستعملا بذلك أداة تحليل المضمون التي اخترنا فيها فئات الشكل (فئات كيف قيل؟) وهي فئة الأنواع الصحفية وفئة اللغة المستخدمة كما اعتمدنا على فئات المضمون (فئات ماذا قيل؟)، حيث تمثلت في فئة القضايا الاقتصادية الأساسية والفرعية، فئة الأطر المرجعية، فئة المصادر، فئة الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية، فئة التوازن في عرض القضايا وفئة الاستمالات المستخدمة معتمدين في ذلك على وحدة الفكرة سياق الجملة.

لذلك نطلب من سيادتكم:

- التمعن في التعاريف الإجرائية (مدى موافقتها للفئات وعناصرها) -
- التمعن في الاستمارة والاطلاع على دليلها -
- كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص كتابة (ص) أمام التعريفات التي ترونها مقبولة، وضع علامة (خ) أمام التعريفات التي ترونها غير مقبولة، وضع علامة (ت) أمام التعريفات التي ترون لزوم تعديلها.

شكرا.

تحت إشراف الأستاذ:

أ.د/ عبد الوهاب غالم

من إعداد الباحث:

حبيب بوفضة

## 1- دليل التعاريف الإجرائية للفئات وعناصرها:

### 1-1 فئات الشكل

1.1.1- فئة الأنواع الصحفية : نقصد بها القوالب الصحفية الإخبارية والتعبيرية التي استخدمتها الحصة محل الدراسة في معالجة القضايا الاقتصادية منها الخبر التقرير التحقيق الريبورتاج الموجز الإخباري و المائدة المستديرة

1.1.1.1 الخبر: نقصد به النوع الصحفي الإخباري الذي استخدمته الحصة لتقديم معلومات حول الوضع الاقتصادي الوطني

2.1.1.1 التقرير: نقصد به مجموعة الأخبار المركبة لمعالجة القضايا الاقتصادية الوطنية

3.1.1.1 التحقيق نقصد به الاستقصاء في موضوع معين تناولته الحصة محل الدراسة

4.1.1.1 الريبورتاج : نقصد به النوع الصحفي الذي يصف مجمل القضايا الاقتصادية ويستعرض مختلف الآراء بشأنها

5.1.1.1 الموجز الإخباري: موعد إخباري مختصر يقول على تقديم اخبار بسيطة حول المجال الاقتصادي

6.1.1.1 المائدة المستديرة : هو نوع يجمع بين مجموعة من الضيوف والصحفي الذي يدير الحوار حول قضية محددة او عدة قضايا في تخصص ما.

2.1.1 فئة اللغة المستخدمة: نقصد بها اللغة المستخدمة في عرض ومناقشة مختلف القضايا الاقتصادية التي عالجتها عينة الحصة خلال فترة الدراسة, حيث تتفرع الى اللغة العلمية المتخصصة, العربية الفصحى, العامية واللغة الهجينة. وحدة الفكرة سياق الجملة.

1.2.1.1 اللغة العلمية المتخصصة: هي اللغة الأكاديمية البحتة التي تستخدم المفردات والمفاهيم المتخصصة في المجال الاقتصادي .

2.2.1.1 اللغة الفصحى: هي لغة خالصة وسليمة من كل عيب, لا يخالطها لفظ عامي.

3.2.1.1 اللغة العامية: هي اللغة المتداولة لدى عامة الناس.

4.2.1.1 اللغة الهجينة: هي خليط من العربية واللهجات المختلفة والفرنسية.

## 2.1 فئات المضمون

1.2.1 فئة القضايا الاقتصادية: يقصد بها القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا في محتوى عينة الحصة التلفزيونية محل الدراسة خلال فترة الدراسة . وحدة الفكرة سياق الجملة.

حيث تنفرع هذه الفئة الى فئات فرعية :

1.1.2.1 فئة الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر: نقصد بها الوضعية الاقتصادية والمالية الحرجة التي عرفتھا الجزائر

2.1.2.1 فئة الإصلاحات والبدائل الاقتصادية : نقصد بها مجموع الإجراءات والآليات التي وضعتها الحكومة لإنعاش الاقتصاد الوطني

3.1.2.1 فئة الاستثمارات الداخلية والخارجية : نقصد بها العمليات الاقتصادية التي تهدف لخلق الثروة وتوفير العملة الصعبة

4.1.2.1 فئة الدعم الاجتماعي والسوق الموازية : نقصد بها النفقات العمومية الموجهة لدعم الفئات الهشة في المجتمع وبالنسبة للسوق الموازية فهي جملة الأنشطة التجارية غير رسمية .

5.1.2.1 فئة الفساد المالي: مجموع الممارسات المخالفة للقانون التي تضر بالاقتصاد الوطني.

2.2.1 فئة الأطر المرجعية: نقصد بها المعاني والأفكار التي صيغت فيها الأخبار والمعالجة للقضايا الاقتصادية

وتتفرع هذه الفئة إلى فئات فرعية وهي :

1.2.2.1 الإطار المحدد بقضية: نقصد به التركيز على قضية او حدث اقتصادي جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة.

2.2.2.1 الإطار العام : نقصد به رؤية الأحداث والقضايا الاقتصادية التي عالجتها الحصة محل الدراسة في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية.

3.2.2.1 إطار النتائج الاقتصادية: هو الإطار الذي يضع الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن مختلف الأحداث والقضايا.

4.2.2.1 إطار الصراع: يقدم الأحداث والقضايا الاقتصادية التي عالجتها الحصة في إطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع

1.3.2.1 فئة اطر الأسباب: وهي الأفكار التي صاغت مجموعة الأسباب التي أدت الى تدهور الاقتصاد الوطني

2.3.2.1 فئة اطر الحلول: وهي الأفكار والمعاني التي أشارت الى الحلول الممكنة لإعادة بعث الاقتصاد الوطني.

4.2.1 فئة المصادر: نقصد بها الجهات الرسمية وغير الرسمية التي اعتمدت عليها الحصة في تناول القضايا الاقتصادية . وتتفرع هذه الفئة إلى:

1.4.2.1 فئة المصادر الداخلية: وهي الجهات التابعة لطاقتهم إعداد الحصة

2.4.2.1 فئة المصادر الخارجية: مصادر المعلومات الخارجية منها التقارير والأبحاث الاقتصادية، الصحف والمجلات، الصحفيين الأجانب، وكالة الأنباء، الخبراء والباحثين، المؤسسات الحكومية والهيئات الاقتصادية، المواقع، مصادر غير محددة.

5.2.1 فئة الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية: مجموع الأفراد الفاعلين في معالجة القضايا الاقتصادية. وتنفرع الى:

1.5.2.1 فئة الخبراء الاقتصاديين والماليين: الأشخاص الذين لهم خبرة علمية ومهنية متخصصة في المجال الاقتصادي

2.5.2.1 فئة الأساتذة الجامعيين: الأكاديميون الذين يدرسون في معاهد وأقسام الاقتصاد والمالية عبر جامعات الوطن .

3.5.2.1 فئة ممثلين عن جمعيات أو هيئات اقتصادية: المنخرطين في جمعيات اقتصادية والعاملون في الهيئات الاقتصادية المختلفة كالمؤسسات المصرفية والهيئات الاستشارية.

4.5.2.1 فئة شركاء اجتماعيون في القطاع الاقتصادي: المنخرطون في الاتحادات والنقابات التي تمثل العمال والمتعاملين الاقتصاديين.

5.5.2.1 فئة المسؤولين الحكوميون: هم الوزراء الذين يسيرون القطاعات ذات الطابع الاقتصادي

6.5.2.1 فئة نواب البرلمان: ممثلو الشعب في غرفتي البرلمان الجزائري مجلس الأمة والمجلس الشعبي الوطني.

6.2.1 فئة التوازن في عرض القضايا: نقصد بها مدى تحقيق التوازن في استعراض مختلف جهات النظر حول القضايا الاقتصادية المطروحة للنقاش من خلال إبراز وجهة نظر واحدة أو وجهتي نظر أو جهات نظر متعددة.

7.2.1 فئة الاستمالات المستخدمة: نقصد بها وسائل الإقناع التي استخدمتها الحصة لجذب المتلقي. وهي:

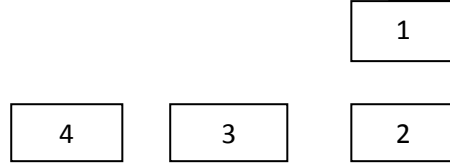
1.7.2.1 فئة الاستمالات العقلية: نقصد بها الاستشهاد بالأدلة والبراهين المنطقية التحليلية التي تنطلق من معطيات وبيانات علمية محضة.

2.7.2.1 فئة الاستمالات العاطفية: هي التعبيرات التي تخاطب العاطفة لا العقل والتي تركز على المشاعر العاطفية المتكونة لدى الإنسان وتكون هذه الاستمالات غير منطقية بطبيعتها.



2- ترميز بيانات التحليل

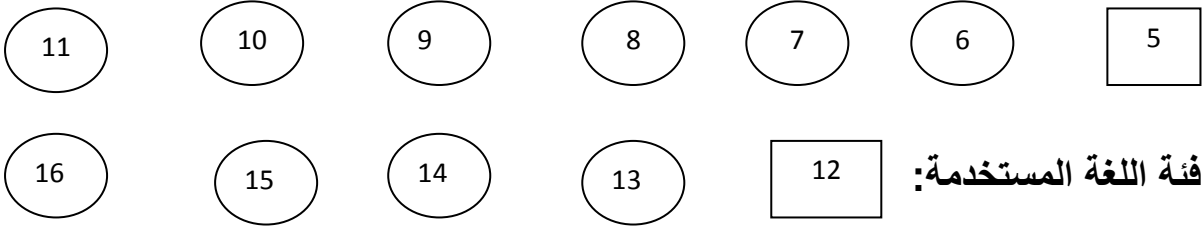
1.2 البيانات الخاصة بالحصة:



2.2 تحليل البيانات:

أ. بيانات خاصة بفئة الشكل

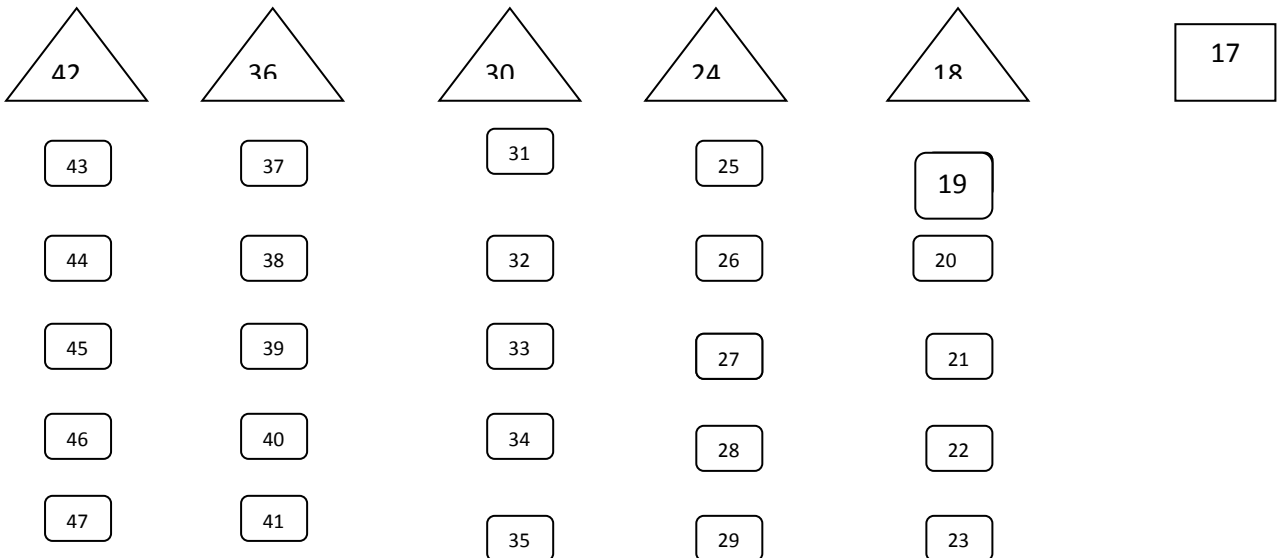
فئة الأنواع الصحفية:



فئة اللغة المستخدمة:

ب. بيانات خاصة بفئة المضمون:

فئة القضايا الاقتصادية:



## استمارة تحليل المضمون

فئة الأطر المرجعية:

48

اطر الأسباب والحلول:

67

49

71

67

63

58

54

50

72

68

64

59

55

51

73

69

65

60

56

52

74

70

66

61

57

53

فئة المصادر:

77

76

75

84

81

78

85

82

79

83

80

فئة الشخصيات الفاعلة:

97

91

90

89

88

87

86

96

95

94

93

فئة التوازن في عرض القضايا:

99

98

97

فئة الاستمالات المستخدمة:

**3- دليل الاستمارة:**

**1-3: بيانات خاصة :**

يشير الرقم: **1** الى اسم الحصة التلفزيونية

يرمز الرقم **2** الى اسم القناة التلفزيونية التي تبث الحصة فيما يدل المربع رقم: **3** الى مدة الحصة والمربع رقم: **4** الى اعدد الحصة محل الدراسة.

أما بالنسبة للجزء الثاني فهو خاص بفئات التحليل مقسم إلى قسمين : قسم لفئة الشكل وقسم لفئة المضمون.

**2.3 – فئة الشكل:**

يرمز المربع رقم : **5** إلى فئة الأنواع الصحفية ويتفرع إلى دوائر حيث تشير كل دائرة على التوالي إلى ما يلي :

**6:** الخبر

**7:** تقرير

**8:** تحقيق

**9:** ريبورتاج

**10:** موجز إخباري

**11:** مائدة مستديرة

المربع رقم: **12** يرمز إلى فئة اللغة المستخدمة ويتفرع إلى دوائر من **13-16** وتشير كل دائرة إلى :

**13:** لغة علمية متخصصة

**14:** لغة فصحي

**15:** لغة عامية

16: لغة هجينة

3-3 فئة المضمون:

يشير المربع رقم 17 إلى فئة القضايا الاقتصادية الأكثر بروزا ويتفرع إلى مثلثات من 18 إلى 42 تتفرع بدورها إلى مستطيلات صغيرة من 19 إلى 47 تشير إلى الأفكار الرئيسية لكل قضية على النحو الآتي:

المثلث رقم 18: يشير إلى قضية الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر وينقسم إلى مستطيلات تشير على التوالي:

19: انخفاض أسعار النفط 20: تراجع احتياطي الصرف 21: اقتصاد مبني على الاستيراد 22: تراجع قيمة العملة الوطنية والمستطيل رقم: 23 يشير إلى فكرة التضخم وتدني القدرة الشرائية

المثلث رقم 24 : يرمز إلى قضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية وينقسم إلى مستطيلات من 25 إلى 29 تشير على التوالي :

25: إنعاش قطاع الفلاحة والسياحة 26: هيكلية الإدارة الجبائية والرقابية

27: استقلالية المؤسسات المالية 28: دعم الإنتاج الوطني والمستطيل رقم 29 : يشير إلى فكرة دعم المؤسسات وتفعيل الشراكة

المثلث رقم 30: يشير إلى قضية الدعم الاجتماعي والسوق الموازية وينقسم إلى مستطيلات من 31 إلى 35 تشير على التوالي:

31: توجيه الدعم 32: النفقات العمومية 33: التحصيل الجبائي 34: بطاقة معلومات للمواطن 35 : الطابع الاجتماعي للدولة

المثلث رقم 36 يرمز إلى فئة الاستثمارات الداخلية والخارجية ويتفرع إلى مستطيلات من 37 إلى 41 تشير على التوالي الى :

37: تنافسية المنتج 38: البيروقراطية 39: الوسائل اللوجستية 40: القاعدة 51/49 : مسار الإنتاج والتوزيع.

المثلث رقم : 42 يرمز إلى فئة الفساد المالي ويتفرع إلى مستطيلات من 43 إلى 47 تشير على التوالي إلى :

43: التهرب الضريبي 44: الاستثمارات الوهمية 45 : تضخيم الفواتير 46:  
نظرة الدولة إلى برنامج المستثمرين 47: الفضائح المالية.

المربع رقم : 48 يرمز إلى الأطر المرجعية المستخدمة في الحصة .

المثلثان 49-62 يمثلان اطر الأسباب واطر الحلول ينقسمان بدورهما إلى مستطيلات من 50 إلى 74 يشيران إلى الأسباب والحلول المقترحة.

المثلث رقم : 49 يرمز إلى اطر الأسباب وينقسم إلى مستطيلات من 50 إلى 61 تشير على التوالي:

50: عدم استقرار النصوص القانونية 51: القيود البيروقراطية 52: التسيير الإداري للنشاط الاقتصادي 53: غياب آليات الرقابة 54 : نقص المعدات ومراقبة الجودة 55: تحكم الخزينة العمومية في البنك المركزي 56 : حواجز سياسية وأمنية 57 : تمويل عمليات الاستيراد على حساب الاستثمار 58 : إهمال القاعدة الصناعية 59: نقص الموظفين المؤهلين 60: سوء إدارة التحرير الاقتصادي 61: السوق الموازية .

المثلث رقم : 62 يشير إلى اطر الحلول التي صاغتها الحصة محل الدراسة للخروج من الأزمة الاقتصادية وينقسم إلى مستطيلات من 63 إلى 74 تشير على التوالي:

63: تحرير الاقتصاد الوطني 64: وضع آليات لمكافحة الفساد 65: إعادة توجيه الدعم الاجتماعي 66: وضع تكنولوجيات فعالة في الاقتصاد الوطني 67: التكامل بين التكوين والتوظيف 68: إعادة النظر في الاتفاقيات الدولية 69: استقلالية العدالة 70: تنويع الاقتصاد الوطني 71: تفعيل الرأسمال الوطني 72 : كشف الجرائم الاقتصادية 73: تأهيل المورد البشري والمستطيل رقم 74 يرمز إلى دعم الشركات الاقتصادية.

المربع رقم **75** يشير إلى فئة المصادر وينقسم إلى دائرتين الدائرة رقم **76** ترمز إلى المصادر الداخلية والدائرة رقم **77** ترمز إلى المصادر الخارجية وتنقسم إلى مستطيلات من **78** إلى **85** وتشير إلى طبيعة هذه المصادر على النحو الآتي:

**78**: تقارير وأبحاث اقتصادية **79**: صحف ومجلات **80**: الصحفيين الأجانب

**81**: وكالة الأنباء **82**: الخبراء والباحثين **83**: المؤسسات الحكومية والهيئات الاقتصادية **84**: المواقع الإلكترونية **85**: مصادر غير محددة.

المربع رقم **86** يرمز إلى فئة الشخصيات الفاعلة ويتفرع إلى مثلثات من **87** إلى **92** تشير على التوالي:

**87**: خبير اقتصادي ومالي **88**: أساتذة جامعيين **89**: ممثل عن جمعية أو هيئة اقتصادية **90**: شركاء اجتماعيون في المجال الاقتصادي **91**: مسئولون حكوميون **92**: نواب البرلمان.

المربع رقم **93** يرمز إلى فئة التوازن في عرض القضايا وينقسم إلى مثلثات من **94** إلى **96** تشير على التوالي إلى:

**94**: عرض وجهة نظر واحدة **95**: عرض وجهتي نظر **96**: عرض وجهات نظر متعددة

المربع رقم **97** يشير إلى فئة الاستمالات المستخدمة ويتفرع إلى دائرتين

الدائرة رقم **98**: تدل على الاستمالات العقلية .

الدائرة رقم **99**: تدل على الاستمالات العاطفية.