

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة د. مولاي الطاهر بسعيدة



كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية

في إطار الاتفاقية المبرمة بين جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم - و جامعة
الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة -

لمشروع ماستر: اتصال وصحافة مكتوبة

الموضوع: مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

في تخصص: اتصال و صحافة مكتوبة

بعنوان:

الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية
دراسة تحليلية مقارنة ليوميتي "الخبر" و "الوطن" في الفترة
ما بين 2012/11/01 إلى 2013/02/28

من إعداد الطالب:

- خرباش منير عبد العزيز

- تحت إشراف الأستاذة:

- صفاح أمال

السنة الجامعية: 2012/2013

شكر و تقدير

"من اجتهد وأصاب فله أجران, ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد".
الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل نعمه وفضله
وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة.
ونخص بالذكر الأستاذة المحترمة " صفاح أمال" التي لم تبخل علينا
بنصائحها وإرشاداتها, من خلال إشرافها على عملنا خطوة بخطوة, وبكل
جدية وتفاني.

كما نتقدم بالشكر الخالص إلى كل من:

أساتذة، طلبة، و عمال قسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية
ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة, سواء من قريب
أو من بعيد.

منير عبد العزيز

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذه

إلى الوالدين الكريمين

إلى أعز الناس و أحبهم إلى قلبي زوجتي الغالية

و ابني علي أطال الله في عمره

إلى جميع إخوتي و أخواتي كل باسمه

إلى جميع أفراد العائلة كبيرهم و صغيرهم

دون أن أنسى كل رفقائي و زملائي

منير عبد العزيز

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
71	توزيع عينة الدراسة على جريدتي "الخبر" و "الوطن" حسب تاريخ الصدور و العدد.	01
82	موضوع المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	02
85	القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	03
87	القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الموضوع.	04
88	القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	05
90	مجال التغطية الإعلامية الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	06
92	مجال التغطية الإعلامية للمادة الصحفية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	07
93	مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	08
95	مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	09
97	الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	10
98	الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الصحفي.	11
99	أسلوب اللغة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	12
101	أسلوب اللغة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	13
102	شرح المصطلحات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.	14
104	شرح المصطلحات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	15

106	توافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة	16
108	توافر بيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	17
109	توافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير شرح المصطلحات.	18
110	الأنواع الصحفية التي اعتمدت عليها المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.	19
113	العناوين المستخدمة في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.	20
114	العناوين المستخدمة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	21
116	الألوان المستخدمة في نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.	22
118	الألوان في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	23
119	الصور و الرسومات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.	24
120	الصور و الرسومات البيانية في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	25
122	الحيز الذي تشغله المواضيع الاقتصادية حسب متغير الجريدة	26

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
83	المواضيع الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية الجزائرية.	01
85	القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية.	02
89	القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	03
91	مجال التغطية الإعلامية الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية	04
91	مجال التغطية الإعلامية للمادة الصحفية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	05
93	مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية.	06
95	مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.	07
98	الجمهور المستهدف من وراء نشر المواد الإعلامية الاقتصادية وفق متغير الجريدة.	08
100	أسلوب اللغة المستخدم في الصحف اليومية الجزائرية.	09
103	شرح المصطلحات حسب متغير جريدة الوطن.	10
104	شرح المصطلحات حسب متغير جريدة الخبر.	11
107	توافر البيانات حسب متغير الجريدة.	12
111	الأنواع الصحفية للمواضيع الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية.	13
111	الأنواع الصحفية حسب متغير الجريدة.	14
113	عناوين المواضيع الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية.	15
116	الألوان المستخدمة في نشر المادة الصحفية الاقتصادية.	16
119	الصور و الرسومات في المادة الإعلامية الاقتصادية.	17
122	مساحة المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف.	18

فهرس المحتويات

شكر:
إهداء:
الفهرس العام:
فهرس الجداول:
فهرس الأشكال:
ملخص الدراسة بالعربية:
ملخص الدراسة بالفرنسية:
مقدمة عامة:: أ، ب، ث

الفصل الأول

تحديد مشكلة الدراسة

1.1.1 الإشكالية و تساؤلات الدراسة:ص: 15-17
2.1.1 أهمية الدراسة:ص: 17-18
3.1.1 أسباب اختيار الموضوع:ص: 18
4.1.1 أهداف الدراسة:ص: 18-19
5.1.1 تحديد مفاهيم الدراسة:ص: 19
6.1.1 الدراسات السابقة و المشابهة:ص: 20-26
7.1.1 صعوبات الدراسة:ص: 26
8.1.1 الإسناد النظري للدراسة:ص: 27-32

الفصل الثاني

الصحافة المكتوبة و الصحافة المتخصصة

1.2 الصحافة المكتوبة:

1.1.2 مفهوم و نشأة الصحافة المكتوبة:ص: 35-39
2.1.2 وظائف الصحافة المكتوبة و مميزاتها:ص: 40-43
3.1.2 فنيات التحرير الصحفي:ص: 44-47
4.1.2 مصادر الأخبار في الصحافة المكتوبة:ص: 47-50

2.2 الصحافة المتخصصة:

1.2.2 مفهوم و نشأة الصحافة المتخصصة:ص: 52-55
2.2.2 مستويات و وظائف الصحافة المتخصصة:ص: 55-58
3.2.2 الصحافة الاقتصادية:ص: 58-60
4.2.2 تحرير و مصادر المادة الصحفية الاقتصادية:ص: 60-64

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

1.3 المنهج و الأساس العلمي للدراسة:

1.1.3 منهج الدراسة: ص: 67-68

2.1.3 أداة الدراسة: ص: 68-69

3.1.3 مجتمع البحث: ص: 69-70

4.1.3 عينة البحث و طريق اختيارها: ص: 71-72

5.1.3 أدوات جمع البيانات: ص: 72-78

6.1.3 صدق و ثبات التحليل: ص: 78-79

7.1.3 أساليب تحليل البيانات: ص: 79

8.1.3 تشخيص مفردات الدراسة: ص: 80

2.3 تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1.2.3 أولويات تناول الإعلامى للقطاعات و المجالات و المصادر.. ص: 82-96

2.2.3 الجمهور المستهدف و أسلوب اللغة و شرح المفاهيم: ص: 96-110

3.2.3 الأنواع الصحفية و عناصر الإبراز: ص: 110-122

4.2.3 نتائج الدراسة: ص: 123-125

خاتمة:

قائمة المصادر و المراجع:

الملاحق:

مقدمة عامة:

إن لكل عصر لغة و لغة هذا العصر هي المال و الإعلام، و يعد الإعلام بكافة وسائله من أهم وسائل التنمية في العصر الحديث و لم تعد مسألة تأثير الإعلام و دوره على المجتمعات أفرادا و دولا ماثارا للجدل، بل عكفت الدراسات الإعلامية على بحث أفضل الخيارات المتاحة لإيصال الرسائل الإعلامية المختلفة بفاعلية إلى الجمهور. و تساهم وسائل الإعلام في تحقيق التنمية بمجالاتها المختلفة من خلال توفير المعلومة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الرياضية... الخ.

و مع اتجاه العالم بكافة قطاعاته و مجالاته نحو التخصص، أصبح من اللازم على وسائل الإعلام عامة و الصحافة المكتوبة خاصة أن تواكب الأحداث و تتجه هي أيضا نحو التخصص، بحيث تزايد الاهتمام بالإعلام المتخصص و الذي يعد تعبيرا عن التقسيم الاجتماعي للعمل، و يرتبط بدوره بمستوى التطور الحضاري العام للمجتمع، و تطور قوى الإنتاج و علاقاته و اتساع مجالات المعرفة و التي من ضمنها موضوعات المعرفة التي يقدمها الإعلام و بصفة خاصة الصحافة المكتوبة التي ارتبط ظهورها بالاقتصاد و السياسة.

و لم تظهر الصحافة المتخصصة في الوطن العربي عامة و في الجزائر خاصة إلا في العقود الأخيرة، لكن بشكل محتشم و التي أصبح واجبها مواكبة الأحداث و الاتجاه نحو التخصص فالجريدة اليوم عليها أن تلبي احتياجات القارئ في المعرفة العامة و الخاصة بحيث تشكل الصحافة المتخصصة في الوقت نفسه جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها القارئ، كما تعتبر أحد مصادر المعرفة خاصة فيما يتعلق بمجال حيوي و حساس المتمثل في الاقتصاد، و الذي يعد الإعلام أداة إستراتيجية لدفع و عاملا من عوامل التنمية الحقيقية في بلدان العالم كافة، حيث يحتل الاقتصاد مكانة كبيرة نظرا لتداخله مع العديد من المجالات فالمعلومة الاقتصادية أساس كل الانجازات التي يبني عليها الاقتصاد الوطني.

و في هذه المرحلة التي تمر بها الجزائر بتغيرات و تحولات تنموية كبيرة، لابد للصحافة الجزائرية أن تقوم بالدور المنتظر منها لأن التنمية الشاملة و المستدامة من التي تسعى

الجزائر لتحقيقها من خلال مختلف المخططات الخماسية في سبيل تحسين المستوى المعيشي للأفراد ورفاهيتهم تتطلب زيادة الوعي بالمعلومات و المعطيات الاقتصادية لدى كافة أفراد المجتمع.

تتناول الدراسة الحالية إلقاء الضوء على واقع معالجة الصحافة اليومية الجزائرية للشأن الاقتصادي حيث تمت مقارنة هذا الموضوع المُستجد بعمل ميداني على عينة من جريدتي "الخبر" و "الوطن" فجاءت هذه الدراسة مشتملة على مقدمة و ثلاثة فصول، بحيث خصصنا الفصل الأول لتحديد مشكلة الدراسة بالتطرق الإطار إلى إشكالية الدراسة و تساؤلاتها بالإضافة إلى أهمية الدراسة، و أهدافها و أسباب اختيار الموضوع، ثم تحديد مفاهيم الدراسة التي هي مفاهيم، كما استعرضنا بعد ذلك الدراسات السابقة و المشابهة لموضوع الدراسة الراهنة ثم التعليق عليها و أخيرا استعرضنا الإسناد النظري لهذه الدراسة، و التي اعتمدنا فيه على نظرية ترتيب الأولويات أو تحديد الأجندة بغية معرفة أولوية القضايا الاقتصادية التي تناولتها الصحف اليومية الجزائرية.

و جاء الفصل الثاني نظري بعنوان: الصحافة المكتوبة و الصحافة المتخصصة الذي حاولنا من خلاله إعطاء صورة واضحة و شاملة حول الصحافة المكتوبة و الصحافة المتخصصة و إبراز وظائف و مميزات كل منهما مع التطرق إلى مصادر الأخبار التي تعتمدان عليها و الأنواع الصحفية التي تعتمدان عليها في تحرير المواد الإعلامية و ذلك بغية مقارنتها بنتائج الدراسة الميدانية و تحليلها الكيفي بما يخدم أهداف بحثنا.

أما الفصل الثالث و الأخير تم تخصيصه للدراسة الميدانية و الذي جاء في شقين: الشق الأول تطرقنا فيه إلى التعريف العلمي بأداة الدراسة أي بالجانب المنهجي للدراسة الميدانية من خلال عرضنا لمنهج الدراسة و أداة الدراسة المتمثلة في تحليل المضمون مجتمع البحث الأصلي و عينة الدراسة و طريقة اختيارها، كما تعرضنا لأدوات جمع البيانات و التي تمثلت أساسا في استمارة تحليل المضمون من خلال إبراز فئات و وحدات التحليل المعتمدة بغية جمع البيانات و تحليلها الكمي، كما تضمن هذا الشق إجراءات صدق و ثبات التحليل و الذي يعتبر عاملا أساسيا و ضروريا في تحليل المضمون، كما تطرقنا

الى أساليب جمع البيانات و التي اعتمدنا من خلالها على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لجمع البيانات و جدولتها و استخراج نسبها المئوية، و اختبار معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة كما قمنا بتشخيص مفردات البحث المتمثلة في جريدتي "الخبر" و "الوطن". أما الشق الثاني من هذا الفصل فتطرقنا فيه إلى عرض النتائج و التحاليل الخاصة بالدراسة الميدانية من خلال عرض التحليلين الكمي و الكيفي للنتائج و البيانات بما يخدم أهداف الدراسة و الإجابة على تساؤلاتها.

و أخيرا قمنا بعرض أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بتناول الصحافة اليومية الجزائرية للقضايا الاقتصادية.

1.1.1 إشكالية الدراسة و تساؤلاتها:

أ- إشكالية الدراسة:

تعرف المنطقة العربية و الإسلامية منذ بضع سنوات تطورا سريعا في الميدان السياسي و الاقتصادي و الثقافي، كما أنها تعيش انقلابا جذريا في حياتها الإعلامية حيث تزايد عدد الصحف و المجالات بشكل ملحوظ و تنوع مضمونها(1) كما تعتبر وسائل الإعلام من القوى المؤثرة في الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ... و قد تعدى دورها من نقل الخبر إلى التأثير في المشهد، بل في كثير من الأحيان صنع الحدث. و بعد أن أصبحت المجتمعات أكثر تعقيدا بعد أن كثرت مجالات الحياة و تشعبت ميادينها— و تطورت مجالاتها، أصبحت وسائل الإعلام مطالبة بالعديد من الأدوار مما جعل التخصص أمرا حتميا لهذه الوسائل بحيث أن تطور و نمو المجتمعات لا يتم إلا من خلال المعرفة الدقيقة لحيثيات المواضيع و جزئياتها، و انطلاقا من هذا نشأت الحاجة إلى وجود إعلام متخصص و صحافة متخصصة في جميع الميادين لتلبية متطلبات الأفراد. و عليه من المهم جدا بالنسبة للصحافة المكتوبة أن تواكب الأحداث و تسلط الأضواء على المواضيع و القضايا و المشاكل المطروحة بكثرة على الساحة الوطنية منها و العالمية لا سيما في ظل ظهور الأزمة الاقتصادية العالمية التي هزت أركان معظم البلدان النامية. و بما أن المجتمع الجزائري يعرف تغير داخلي و خارجي على كافة المستويات "فالصفحات الاقتصادية تعتبر أحد مؤشرات النشاط الاقتصادي في المجتمع"(2). كما أن العامل الاقتصادي يلعب دورا حاسما في تطوير الشعوب و رسم أفاق مصيرها كما يساهم في تركيبة البنية الاجتماعية و السياسية و تغييراتها من حين إلى آخر، و في ظل الرخاء الاقتصادي للمجتمع تتوسع الخيارات في التمتع بالحياة أمام أفراد و تتعزز إمكانيات الوصول إلى وسائل العيش الكريم و من ثم الحصول على العديد من الحقوق و التي تشمل الحق في البقاء و الصحة و التغذية و التعلم و المشاركة و الحماية من الأذى و الاستغلال و التمييز.

(1) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، الإعلام و المجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على

المنطقة العربية و الإسلامية، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 2010، ص: 3

(2) المرجع نفسه، ص: 219.

و استنادا للنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أنه لاستقرار المجتمعات لابد للنظم المكونة لهذه المجتمعات القيام بالأنشطة و الوظائف الموزعة عليها و التي تعتبر النشاط الإعلامي أحد هذه النظم و من خلال هذا المدخل الوظيفي يمكن دراسة التوازن أو الاختلال في تحقيق هذه الوظائف و علاقته بالسياسات الإعلامية التي ترسم أهدافا و وظائف تسعى إلى تحقيقها من خلال آليات الممارسة المهنية، مما يعكس أجندة الوسيلة الإعلامية و ترتيبها للوظائف و الأفكار التي تسعى إلى نشرها.(1)

و على ضوء ما قد سبق تتجلى إشكالية دراستنا الحالية كالآتي:

كيف تناولت الصحافة اليومية الجزائرية المواضيع الاقتصادية من خلال الصفحات الاقتصادية ليوميتي "الخبر" و "الوطن"؟ و هل توجد فروق في كيفية طرح هذه المواضيع في الجريدتين خلال الفترة الممتدة من 2012/11/01 إلى 2013/02/28؟

ب- تساؤلات الدراسة:

ومن خلال ما سبق يمكن بلورة مشكلة البحث من خلال عدد من التساؤلات التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها وهي كما يلي:

- ما هي أولويات تناول الإعلامى للقطاعات و المجالات المختلفة في الصحافة اليومية الجزائرية في الفترة من 2012/11/01 إلى 2013/02/28؟
- ما هي طبيعة المواضيع المعالجة في الصفحات الاقتصادية لليوميتين؟ و هل هناك تجانس أو فوارق في طبيعة هذه المواضيع في الجريدتين؟
- ما هي مصادر الأخبار المعتمدة في تقديم المواضيع الاقتصادية؟
- من هو الجمهور المستهدف من وراء نشر المضامين الاقتصادية في اليوميتين الجزائريتين؟

(1) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، بدون طبعة

- هل أسلوب كتابة المواضيع الاقتصادية مبسط من حيث توافر البيانات الأساسية، و المصطلحات الواردة في اليوميتين الجزائريتين؟ و هل توجد فروق بين الجريدتين من حيث اللغة؟
- ما هي القوالب الفنية المستخدمة في نشر الأخبار الاقتصادية؟ و هل توجد فروق في هذه القوالب بتغير عنوان الجريدة؟
- ما هي عناصر الإبراز المستخدمة في تغطية المواضيع الاقتصادية من خلال العنوان و الألوان و الحيز الذي تشغله المواضيع الاقتصادية؟

2.1.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع الذي تتناوله ويتجلى ذلك من خلال الاهتمام بدور وسائل الاتصال في التنمية عند البلدان النامية، و الذي بدأ منذ سنة (1958) عندما طالبت الجمعية العامة للأمم المتحدة ببرنامج عمل مادي لتقوية إمكانيات الصحافة و الراديو و التلفزيون في دور التنمية الاقتصادية و الاجتماعية وعهدت الأمم المتحدة إلى اليونسكو بإجراء عملية مسح تكون أساسا لوضع البرنامج و تقدير الموارد اللازمة له.(1) و يرى "ولبار شرام" من خلال نظرية التنمية أن الإعلام يساعد على إدخال التغيير في المجتمع لأنه الوسيلة الوحيدة الأكثر فاعلية في نشر المعلومات بين أفراد المجتمع و إقناعهم بالتغيير، كما لخص الوظائف الثلاثة الأساسية للإعلام التي ترمي كلها إلى التعجيل بالتنمية في ما يلي: (2)

- وظيفة الاكتشاف.
- وظيفة سياسية.
- وظيفة تربوية.

(1) زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طه، 2007 ص: 83.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 85، 86.

ونظراً لأهمية هذه الوظائف وجدنا أن دراسة الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية يمكن أن تقدم إضافة علمية مهمة في هذا الجانب تسهم في ضبط مفهوم هذه الوظائف ورسم معاييرها، و يفتح الطريق لدراسات أخرى تتناول تحليل محتويات الصحافة الوطنية و وسائل الإعلام بشيء من التفصيل من زوايا أخرى. و تتمثل كذلك أهمية هذه الدراسة في تقديم نتائج جديدة علمية لمختلف المؤسسات الصحفية حول مضامين و أشكال الإعلام الجزائري و اتجاهاته في نشر المواضيع الاقتصادية و تحديداً خلال الفترة من 2012/11/01 إلى 2013/02/28.

3.1.1 أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الموضوعية:

- الأهمية التي يكتسبها الجانب الاقتصادي في المجتمع.
- قلة الدراسات المتعلقة بمعالجة الصحف اليومية في الجزائر للمواضيع الاقتصادية وندرته خاصة في إطار استخدام أداة "تحليل المضمون".
- إثراء البحوث الأكاديمية بمثل هذه الدراسات خصوصا كون هذه المواضيع قليلة الدراسة.
- كون الموضوع له علاقة بتخصص الاتصال و الصحافة المكتوبة.

ب- الأسباب الذاتية:

- حرصنا على معرفة كيف تناولت الصحف اليومية الجزائرية الشؤون الاقتصادية.

4.1.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف أساسا على كيفية معالجة الصحف اليومية الجزائرية من خلال يوميّتي "الخبر" و "الوطن" المواضيع الاقتصادية من حيث الشكل و المضمون و الحيز الذي تحتله و تزويد الجمهور باختلاف أجناسه بالمعلومات الاقتصادية لا سيما في ظل الأزمة المالية العالمية، بحيث أصبحت القضايا الاقتصادية تمثل تحديا لنا جميعا، كما تسعى هذه الدراسة إلى معرفة أولويات المعالجة الصحفية للقطاعات و المجالات المختلفة التي تتناولها الصحافة الجزائرية و طبيعة المواضيع المنشورة، بالإضافة إلى معرفة الفنون

الصحفية و أسلوب اللغة و المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في تغطية المواضيع الاقتصادية، و الفروق الموجودة بين يوميتي "الخبر" الناطقة باللغة العربية و "الوطن" الناطقة باللغة الفرنسية من خلال تناولها لهذه المواضيع.

5.1.1 تحديد مفاهيم الدراسة:

الصحافة اليومية الجزائرية: و هي مطبوع دوري يصدر بانتظام في أوقات متقاربة في عدة نسخ و بأعداد متتالية، يعنى بجمع الأخبار و الظواهر و القضايا التي تهم القراء في جميع المجالات، يحللها و يعلق عليها. و نقصد بها في هذه الدراسة الصحف التي تصدر عن مؤسسات إعلامية جزائرية و تتمثل في جريدتي "الخبر" و "الوطن".

الصفحات الاقتصادية: نعني بالصفحات الاقتصادية في هذا البحث الصفحات التي يطلق عليها هذا المسمى والتي تقدم من خلال صحيفة يومية عامة تتضمن كل ما له علاقة بالاقتصاد من خلال مجموعة القوالب الصحفية والفنية.

المواضيع الاقتصادية: نعرف المواضيع الاقتصادية إجرائيا بأنها كافة النشاطات و الأعمال ذات العلاقة بالاقتصاد و المال، و في المجالات المختلفة من صناعة، عقار نقل، بنوك مصارف، زراعة و خدمات ... شاملا نشاط القطاعين الحكومي و الخاص و الأنشطة ذات الطابع الاقتصادي التي تقوم بها الهيئات و المنظمات و المؤسسات الخيرية و المنتديات و المؤتمرات و الندوات ذات العلاقة و التشريعات و القوانين و ما يتصل بها من فرض رسوم و ضرائب سواء كان النشاط محليا أو إقليميا أو عالميا.

معالجة الصحافة للمواضيع الاقتصادية: نعرف المعالجة بالكيفية التي تتناول بها الصحافة اليومية الجزائرية الأخبار و القضايا الاقتصادية بما يحقق هدفها الأساسي، و هذه الكيفية تعني البحث في العديد من الأمور التي تبين الأهمية المعطاة من الصحف للعديد من المعطيات كأولوية القطاعات التي تنشر المواد ذات العلاقة بها و المجالات المتعددة و المصادر الصحفية التي تعتمد عليها في توفير هذه المواد، و كل ما من شأنه الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

6.1.1 الدراسات السابقة و المشابهة:

تعد الدراسات السابقة في البحث العلمي عنصرا مهما في البحث، حيث أنها تشكل تراثا مهما في تكوين البحث و بنائه و مصدرا لا بد للباحث من الاطلاع عليه، فالدراسات السابقة هي تراكم علمي يستفيد منه الباحث في الوصول إلى نتائج جديدة، و وضع الأطر المنهجية و النظرية لدراسته، و قد قسمنا الدراسات التي توصلنا إليها إلى ما يلي:

أ- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: بعنوان: "معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي"

"دراسة تحليلية 2008/03/30-2007/04/01"

أجريت هذه الدراسة الباحثة "منى عيد أبو جامع" و هي رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الإعلام لسنة (2009) بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بالأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم و معالجة الصحف الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي و سعت للإجابة على السؤال التالي: "ما هي معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي؟" حيث تبلورت مشكلة البحث في معرفة واقع الصحافة اليومية الاقتصادية و الكيفية التي تتناول بها الشأن الاقتصادي و تعالجه من خلال تحليل مضمونها.(1) كما اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المضمون و مسح جمهور الإعلام بما يعرف ببحوث الدور.(2) تم تطبيق الأداة بتحليل عينة مكونة من 156 عددا من الصحف اليومية الثلاث (الرأي و الغد و الدستور) التي صدرت عام (2007)، أما بالنسبة لعينة مسح جمهور الإعلام فتكونت من 145 قارئ.(3) و توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج حول التغطية الكمية و الكيفية للصحف اليومية الأردنية من أهمها، انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية في تناول المادة التحريرية الاقتصادية، اعتماد الصحف على مصادر غير محددة بنسبة كبيرة و المتمثلة غالبا في البيانات التي تصدرها الجهة صاحبة العلاقة أو مراسلين

(1) منى عيد أبو جامع، معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليلية من 2007/04/01 إلى 2008/03/30، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق

الأوسط للدراسات، الأردن، 2009، ص: 6.

(2) المرجع نفسه، ص: 20.

(3) المرجع نفسه: ص ص: 23، 24.

يعملون لأكثر من جهة، تزايد الاهتمام بالقطاع الخاص معظم التغطية بكافة قطاعاتها الخاص و الحكومي و العام هي تغطية للشأن المحلي بالإضافة إلى أن الصحافة الاقتصادية اليومية الأردنية ترتب أجندتها أولوياتها و بالتالي أجندة القارئ و جزء من أجندة الاقتصاد القومي.(1)

الدراسة الثانية: بعنوان: "معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي"
"دراسة تحليل المضمون"

أجرى هذه الدراسة الباحث "محمد شحدة علي الحروب" و هي رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الإعلام لسنة (2012) بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بالأردن. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التغطيات الصحفية و الأحداث الاقتصادية و قضاياها في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية، و إعطاء صورة واضحة عن طبيعة تلك التغطيات و حجمها و طرق معالجتها للشأن الاقتصادي. كما اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المضمون.(2) تمثل مجتمع البحث في أعداد الصحف السعودية اليومية الثلاث (عكاظ و الرياض و اليوم) التي صدرت في الفترة ما بين 2010/09/01 إلى 2011/03/30، أما بالنسبة للعينة فاختار الباحث عين عشوائية منتظمة مكونة من 24 عدد من كل صحيفة.(3) و قد توصلت النتائج إلى أن الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية أولت الجانب الإخباري الأهمية الكبرى، و لم تهتم بنفس الدرجة بالتفسير و التحليل، كما بينت النتائج أن الصحف قد نشرت مواد دون الإشارة إلى مصدر المادة التحريرية، كما أظهرت الدراسة أن مؤسسات القطاع الخاص ترتب مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحافة السعودية اليومية وفق ما تتمتع به من تأثير قوي على

(1) منى عيد أبو جامع، مرجع سابق، ص ص: 118، 120.

(2) محمد شحدة علي حروب، معالجة الصحافة اليومية السعودية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليل المضمون، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن 2012، ص: 56.

(3) المرجع نفسه، ص ص: 56، 57.

محتوى المضمون، كما بينت الدراسة أن العلاقة بين النظام الاقتصادي و المؤسسات الصحفية تتسم بالتعاون إلا أنها تفتقد إلى التوازن، و من الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة أيضا ضعف الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية مما يحول بينها و بين القيام بدورها و مسؤولياتها اتجاه المجتمع.(3)

ب - الدراسات المشابهة:

الدراسة الأولى: بعنوان: "الصفحات الثقافية في الصحافة اليومية السعودية"

دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الصحف السعودية اليومية

خلال المدة 1425/1/1 إلى 1425/12/30هـ

أعد هذه الدراسة الباحث " أحمد بن علي بن صالح العمير" و هي رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة للعام الجامعي 1428/1427 هجري، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمملكة العربية السعودية .

تدور مشكلة البحث الأساسية حول تحديد سمات وخصائص المضمون الثقافي في الصفحات الثقافية في الصحف السعودية اليومية ومدى ارتباطه بمبادئ المجتمع السعودي المسلم. معرفة دور الصحافة اليومية السعودية تجاه الثقافة وكيفية قيامها بهذا الدور. معرفة وتحديد المعايير الفنية للإخراج والتحرير الصحفي في الصفحات الثقافية اليومية ومدى توظيفها لتلك المعايير في تقدم المضمون الثقافي لها.(2) و استخدم الباحث في هذا البحث المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح و أداة تحليل المضمون(3)، كما أن مجتمع الدراسة تمثل في جميع أعداد الصحف اليومية السعودية الثلاثة: "الجزيرة"، "عكاظ" و "اليوم" الصادرة في الفترة الممتدة من 1425/1/1 إلى 1425/12/30 هجري، وقد جرى تكوين

(1) محمد شحدة علي الحروب، مرجع سابق، ص ص: 97، 100.

(2) أحمد بن علي بن صالح العمير، الصفحات الثقافية في الصحافة اليومية السعودية: دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الصحف السعودية اليومية خلال المدة 1425/1/1 إلى 1425/12/30هـ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1428 هـ، ص: 27.

(3) المرجع نفسه، ص: 29.

عينة عشوائية منتظمة من جميع الصفحات الثقافية المنشورة في الصحف اليومية الثلاث المختارة في مجتمع الدراسة.(1) و توصلت الدراسة إلى ما يلي:

اتسمت اهتمامات الصفحات الثقافية بالتنوع، فلم تعد تقتصر على الموضوعات الأدبية ورغم أن الموضوعات الأدبية احتلت المرتبة الأولى من حيث عدد المواد المنشورة في الصفحات الثقافية، فإن نسبتها لم تتجاوز (24.6%) من الحجم الكلي للعينة المدروسة.

لم تستخدم الصحف الأشكال التحريرية المناسبة للصفحات الثقافية حيث طغى شكل الخبر الصحفي على بقية الأشكال الصحفية والفنون الأدبية، وإذا أضيف التقرير الإخباري إلى الخبر تكون النسبة الكبرى من مواد الصفحات الثقافية عبارة عن مواد إخبارية، فقد تجاوزت نسبة هذه المواد الإخبارية نصف مواد العينة (52.7%)، و لم يظهر تلازم بين حجم المواد وعددها في كل صحيفة، فقد نشرت صحيفة عكاظ أكبر عدد من المواد الصحفية في الوقت الذي حوت فيه أكبر عدد من المواد كبيرة الحجم.(2)

الدراسة الثانية: بعنوان: "الصحافة المكتوبة و ظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة (1999)". "دراسة وصفية تحليلية".

قام بهذه الدراسة الباحث "صفوان عصام حسيني" و هي أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال لسنة (2005) بجامعة الجزائر.

إن موضوع البحث يتناول الصحافة المكتوبة و ظاهرة العنف في الجزائر، أي كيف تعاملت الصحافة الوطنية مع ظاهرة العنف، كما حاول الباحث الكشف عن ما تحمله الصحف اليومية الأربعة (الشعب، الخبر، المجاهد « EL Moudjahid » و لوسوار دالجيري « Le Soir D'Algérie » من أخبار و معلومات و تحاليل و تأويلات حول الظاهرة و هذا خلال سنة (1999)، كما حددت هذه السنة المجال الزمني للبحث و ذلك يرجع أساسا إلى كون سنة (1999) عرفت حدثا سياسيا هاما يتمثل في صدور قانون الوثام

(1) أحمد بن علي بن صالح العمير، مرجع سابق، ص ص: 30، 31.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 237، 238.

المدني، كما تصادف هذه السنة موعد الاستفتاء المتعلق بهذا القانون.(1) و استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي،(2) بحيث انطلق من سؤال رئيسي هو: كيف طرحت الصحافة الوطنية ظاهرة العنف في الجزائر من خلال نموذجي "الخبر" و "لوسوار دالجيري" الخاصة، من جهة و الصحافة العمومية من خلال نموذجي "الشعب" و "المجاهد" من جهة أخرى؟ و ما هي مواقفهم منها؟ و كيف تعاملت الصحف اليومية الأربعة العمومية منها و الخاصة و الناطقة بالفرنسية و العربية مع ظاهرة العنف؟ و هل لهذا التباين في القطاع التابعة إليه و اللغة المستعملة، أثر و تباين في شكل و مضمون المادة الإعلامية المتعلقة بظاهرة العنف؟(3) بلغت عينة البحث (188) عددا مقسمة على الصحف الأربعة من مجتمع الدراسة الأصلي الذي حدد بـ: (1212) عددا.(4) و توصلت الدراسة إلى أنه يوجد تقارب من حيث النسب المئوية بين جريدتي القطاع العام (الشعب و المجاهد) و جرائد القطاع الخاص (الخبر و لوسوار دالجيري) في تناول ظاهرة العنف، كما أن أكثر الأنواع الصحفية توظيفا من طرف الصحف اليومية الأربعة تجسدت في الأخبار التحقيقات، المقالات، الأعمدة و الكاريكاتور، و أوضحت الدراسة إلى أن الصحف الخاصة أكثر توظيفا للأسلوب الصحفي (البسيط، الوصفي و العرضي) أما عن فئة المصدر فالصحافة العمومية هي أكثر توظيفا لكل مصادر الخبر، كما كشفت عملية توزيع النصوص المتعلقة بالعنف في مختلف المواقع على أن الصحف الخاصة أكثر توزيعا للنصوص في مختلف المواقع مقابل الصحف العمومية.(5)

(1) صفوان عصام حسيني، الصحافة المكتوبة و ظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999: دراسة وصفية تحليلية أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر الجزائر، 2005، ص: 18.

(2) المرجع نفسه، ص: 8.

(3) المرجع نفسه، ص: 5.

(4) المرجع نفسه، ص: 14.

(5) المرجع نفسه، ص ص: 321، 333.

الدراسة الثالثة: بعنوان: "الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة"

"دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة - الخبر -"

أجرى هذه الدراسة الباحثة "ذهبية سيدهم" و هي رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية للسنة الجامعية (2005/2004) بجامعة قسنطينة.

يدور موضوع هذه الدراسة حول "الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة" و يظهر من خلال العنوان أن الباحث اختار وسيلة في غاية الأهمية سجلت و لازالت تسجل فاعليتها و تأثيرها في المجتمعات ألا و هي "الصحافة المكتوبة" من أجل الكشف عن أساليبها في الإقناع، خاصة في مجال حيوي و حساس هو مجال الصحة أين تستدعي أهمية الموضوع و جديته عناية كبيرة من أجل الحفاظ على الصحة العامة و المساهمة في تحقيق التنمية. و حاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: "ما هي الأساليب الإقناعية المستعملة في الصحافة المكتوبة؟" (1) و قد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى بما أن هذه الأخيرة تنتمي إلى نوع الدراسات الوصفية التي تعنى بتحليل مضمون الصحف. (2) حيث تمثل حجم عينة الدراسة في 12 عددا من جريدة الخبر تم اختيارها قسديا من جميع الأعداد الصادرة خلال سنة (2003)، (3) و توصلت الدراسة إلى سيطرة الطابع السردى الإخباري للمضامين الصحية كما أن الأكثر مواضيع تناولا هي المواضيع المتعلقة بالصحة العمومية، إضافة إلى أن من يقوم بتحرير المواضيع الصحية صحفيون غير مختصين، و توجه المواد الصحفية إلى فئات واسعة من الجمهور و عدم إتباع الجريدة سياسة لتوعية و تثقيف القراء. (4)

(1) ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة: دراسة تحليلية للمضامين الصحية في

جريدة "الخبر"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة قسنطينة

الجزائر، 2005، ص: 9.

(2) المرجع نفسه، ص: 145.

(3) المرجع نفسه، ص ص: 142، 143.

(4) المرجع نفسه، ص: 213.

ج - التعليق على الدراسات:

هناك تشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من حيث المنهج المتبع وأداة التحليل التي هي تحليل المضمون، كما أنه يوجد تشابه بين هذه الدراسة و الدراساتين السابقتين الأولى و الثانية من حيث المضمون المدروس ألا و هو الشأن الاقتصادي في الصحف اليومية. وتختلف عنها من حيث البيئة (الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية) حيث تركز الدراسة الحالية على الصحافة الجزائرية اليومية التي ممثلة في جريدتي "الخبر" و "الشروق"، كما أنها تختلف عن هذه الدراسات من حيث الإطار الزمني حيث أن هذه الدراسة تعتبر دراسة حديثة و من بين الدراسات القليلة التي تعالج الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية في الوقت الراهن. بينما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات المشابهة من حيث المضمون و البيئة ففي الدراسة المشابهة الأولى يركز المضمون على الصفحات الثقافية في الصحافة اليومية السعودية.

في كل الأحوال لا يمكن نكران مدى الاستفادة من الدراسات السابقة في تقديم هذا الانجاز العلمي المتواضع خاصة فيما يتعلق بالجانب المنهجي.

7.1.1 صعوبات الدراسة:

يواجه الباحث في ميدان البحث العلمي عدة صعوبات خلال مشواره العلمي تختلف حسب طبيعة الموضوع المدروس، و من بين الصعوبات التي واجهتنا خلال انجاز هذا البحث مرتبطة بالجانبين النظري و الميداني فالأول من خلال قلة و ندرة الدراسات التي تتناول فيها الصحافة اليومية للشأن الاقتصادي، و الثاني من خلال صعوبة الحصول على الأعداد التي تمثل عينة بحثنا، خاصة بالنسبة ليومية الخبر إذ لم تتوفر بعض الأعداد حتى على الموقع الإلكتروني لهذه الجريدة.

7.1.1 الاسناد النظري للدراسة:

نظرية تحديد الأجندة (ترتيب الأولويات):

إن مقترح تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات و الأبحاث التي أنجزت و كذلك عدد البلدان التي أعيد فيها اختبار افتراضاته. و إذا كان معظم الناس ينسبون نظرية تحديد الأجندة إلى باحثين اثنين لفضلهما في ابتكار التسمية و تحليل الظاهرة بطريقة و بأدوات أكثر دقة؛ في واقع الأمر، فإن جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينيات من القرن الماضي كما أشار إليها « W.Lippmann » في كتابه المشهور « Public Opinion » من خلال عنوان أحد فصوله: "العالم الخارجي و الصور في أذهاننا" و الذي افترض فيه أن أخبار وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي للصور في أذهاننا حول الشؤون الخارجية للعالم الخارجي، بمعنى أن عناصر السمات البارزة في صور وسائل الإعلام حول العالم يتم نقلها إلى عناصر الصور الموجودة في أذهان الجمهور و بلغة تحديد الأجندة هذا يعني أن أولويات وسائل الإعلام تصبح أولويات الجمهور(1). و كذلك هناك مرحلتان تميزان مقترح تحديد الأجندة: ما قبل الثمانينيات من القرن الماضي و ما بعده، و المرحلة تعكس السياقات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و التكنولوجية التي سادت آنذاك، و أبرز مظاهرها أن دراسات تحديد الأجندة تمت في أنظمة سياسية و ديمقراطية مفتوحة و في عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام، كما أن مرحلة الثمانينيات أتت بمفاهيم جديدة ساهمت في إثراء المنظور ككل على غرار التأيير و التركيز و الانتباه و السمة البارزة في الخبر.

المقترح التقليدي لتحديد الأجندة:

ظهر إلى الوجود فرضية "جدول الأعمال" التي انبثقت عن أعمال "ماكسويل ماكومبس" « Maxwell Mc Combs » و "دونالد شو" « Donald Show » عام 1972 م، و لقد علق "بريغمان" على ظهور هذه الفرضية، أنها جاءت نتيجة الانشغالات التي كانت سائدة في أواخر الستينيات و بداية السبعينيات

(1) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ص: 110، 111.

و التي تجاوزت نظريات التأثير المحدود⁽¹⁾. حيث صاغ الباحثان هذه النظرية على خلفية دراستهما حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية في سنة 1968 م، و ابتداء من السبعينيات شرعا في نشر سلسلة من الدراسات التي تناولت قوة تأثير وسائل الإعلام المباشر في الجمهور، و توصلا إلى استنتاج مفاده ببساطة: أن وسائل الإعلام من خلال التركيز على الاهتمام على بعض القضايا و إهمال البعض الآخر سيؤثر على الرأي العام.⁽²⁾ و يعترف "ماكومبس و شو" بوجود تأثير لوسائل الإعلام لكنه ليس مباشرا، و يعترف أيضا أن هناك مكافئات و ارضاءات من طرف وسائل الإعلام، و لكن الحاجة إلى التوجيه هي أكثر مرونة و أقل عقلانية مما نعتقد، كل ذلك يتوقف على طبيعة المسائل التي تهم مباشرة المتلقي.⁽³⁾ كما حاج الباحثان قائلين أنه: يمكن أن لا تملك وسائل الإعلام القوة من أجل تغيير "ما يفكر الناس" بمعنى تغيير أرائهم بخصوص القضايا المطروحة، لكنها تستطيع أن تؤثر على "ما يفكر فيه الناس"، أي أن القضايا المطروحة للنقاش تصبح مهمة في نظرهم.⁽⁴⁾ و تبنى نظرية تحديد الأجندة على فكرة أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات و بين أهمية هذه الموضوعات كما يراها الذين يتابعون الأخبار و عليه فوسائل الإعلام بتركيزها على مضامين معينة فإنها توجي إلى الجمهور بأنها المواضيع الأكثر أهمية فتأخذ الأولوية في سلم اهتماماته، إلا أن هذا لا يعني أن آراء الفرد حول بعض المواضيع تتغير بالضرورة.⁽⁵⁾

"إن الافتراض الأساس لمقترح تحديد الأجندة بكل بساطة مفاده أنه أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في مستهل الأخبار، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور

(1) Dorine Brigman, la fonction de l'agenda une fonction problématique en devenir, *Hermès*, n° 04, année 1989, p : 193.

(2) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص: 113.

(3) Lucien Sfez, *Critique de la communication, le seuil*, paris, p : 125

(4) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص: 114.

(5) ميلفين ديفلر و ساندرا روكيتش، تر: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، طو، 1999، ص ص: 364، 365.

و تصبح هذه القضايا مع مرور الوقت و التوكيد عليها و تكرارها مهمة في أذهان الجمهور و جزء لا يتجزأ من أجندته القائمة".⁽¹⁾ و يلخص "كوهن" أن الافتراض الرئيسي لهذا النموذج بقوله: "قد لا تتجح وسائل الاتصال معظم الوقت في تحديد ما يعتقده الجمهور و لكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر حوله هذا الجمهور".⁽²⁾ بمعنى أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات و القضايا التي تقع في المجتمع و إنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة⁽³⁾ و يعبر هذا النموذج على مقدرة وسائل الإعلام التأثير على وعي الجمهور أو لفت انتباهه حول قضايا مختلفة بحكم أن المعلومات كثيرة و متنوعة فلا يمكنها أن تغطيها بنفس الأهمية، إضافة إلى أن الجمهور لا يستوعب كل ما تنقله الوسائل المختلفة و لهذا فان وسائل الإعلام تحدد أهمية المواضيع عن طريق جدول الأحداث و سلم للمواضيع.⁽⁴⁾

فبالنظر إلى الأحداث العالمية و كثرتها و ما يصل للوسيلة من وكالات الأنباء و ما تحصل عليه من مراسليها أو من المصادر الرسمية، كل هذا لا تستطيع الوسيلة الإعلامية نقله بالتساوي، فهي محصورة بمجموعة من العوامل التي توجب عليها الاختيار من هذا التدفق الكبير من الأخبار و الكيفية التي تختار فيها الوسيلة الإعلامية الأخبار تحكمه العديد من العوامل و المؤثرات، لذلك عنيت الكثير من الدراسات العلمية بموضوع ترتيب أولويات وسائل الإعلام لفهم العوامل المؤثرة في هذا الاختيار نظرا لما له من آثار على المجتمع و على الوسيلة. و من خلال هذا العرض لنظرية تحديد الأجندة في شكلها التقليدي يتضح أنها ركزت على المدى الذي تؤثر به وسائل الإعلام فيما يفكر الناس حوله، أي المستوى المعرفي، بينما هناك نطاق واسع لتأثيرات معرفية مماثلة جديرة بالدراسة و هذا ما فتح آفاق جديدة أمام أبحاث تحديد الأجندة في شكلها الحديث.

(1) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص: 110.

(2) نعيمة واكد، مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر بدون طبعة، 2011، ص: 186.

(3) حسن مكاي و ليلي السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة طو، 2010، ص: 288.

(4) Judith Lazar, Sociologie De La Communication De Masse, Armand Colin Paris, 1991, p : 150.

المقرب الحديث لتحديد الأجندة:

إن تقسيم أبحاث تحديد الأجندة إلى مقرب تقليدي و آخر حديث، هو في الواقع تقسيم لمستويين من التركيز و الاهتمام: المستوى الأول يخص الصياغة الأولى لفرضية تحديد الأجندة كما سبق استعراضه سابقا كان يهتم بالإجابة على الأسئلة التقليدية الخمسة: من؟ و ماذا؟ و بأية وسيلة؟ و لمن؟ و بأي تأثير؟ و عليه بدءا من الثمانينيات من القرن الماضي ظهرت أبحاث تركز على المستوى الثاني من تحديد الأجندة و توسيع نطاق البحث ليشمل أيضا الإجابة على أسئلة: متى؟ و أين؟ و لكن تركز على كيف؟ مما أدى إلى صياغة مفاهيم جديدة تعتبر انجازا هاما و مساهمة نوعية في فهم ظاهرة تحديد الأجندة، من بين هذه المفاهيم: التأطير، السمة البارزة في الموضوع و التركيز و التعرض و الانتباه. (1)

1- التأطير: يشير مفهوم التأطير في المقرب الحديث لتحديد الأجندة إلى اختيار بعض مظاهر التجربة و الأفكار و توكيدها على حساب أخرى، و يحدث التأطير عندما يقوم الصحفيون باختيار بعض مظاهر و أحداث الواقع المدركة و جعلها أكثر بروزا بطريقة محددة لمشكل ما من خلال الوصف المقدم للتأويلات و التوصية الخاصة بمعالجة هذا المشكل، و تظهر التأطيرات في وسائل الإعلام من خلال حضور أو غياب كلمات مفتاحية و مصادر الأخبار و الجمل التي تشكل مجموعات موضوعاتية، و بذلك فالتأطير يعني بكل بساطة أن الأخبار يمكن أن يكون لها أثر على الجمهور بفعل عملية الاختيار و التوكيد و الإلغاء و الصياغة، و كل هذا يساهم في رسم الصور التي يحملها أفراد الجمهور في أذهانهم. و لقد ناقش بعض الباحثين و منذ مدة مسألة التأطير هذه و اعتبروها مهمة لفهم الكيفيات التي يستخدمها الصحفيون ليؤطروا القضايا لأن مثل هذا التأطير يؤثر على فهم الجمهور، و بالتالي رسم السياسة أو قرارات التصويت. (2)

2- السمة البارزة في الموضوع: في هذا السياق يقول "ماكومبس" أنه في جميع بحوث الأجندة التقليدية كانت وحدة التحليل حول كل أجندة هي الموضوع، قضية عامة

(1) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ص: 120، 121.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 121، 122.

إلا أن القضايا العامة ليست هي المواضيع التي يمكن دراستها من منظور تحديد الأجندة فالإتصال يمكن أن يدور حول مجموعة من المواضيع أو حتى موضوع فردي، فكل موضوع يكتسي سمات متعددة، و مثلما تتنوع المواضيع من حيث البروز تتنوع أيضا سمات كل موضوع. و كل من الاختيار لجلب الانتباه و اختيار السمات من أجل التفكير حول هذه المواضيع، هما في الواقع أدوار قوية في تحديد الأجندة، و بالتالي فإن المستوى الثاني من تحديد الأجندة يفيد بأن تأثير وسائل الإعلام لا يتم من خلال التركيز على موضوع ما و حسب و إنما كذلك عن طريق إبراز بعض سمات الموضوع و التركيز عليها و هذا ما يترسخ في أذهان الجمهور. (1)

3- التركيز و التعرض و الانتباه: يشير كل من « Holli et Al » في دراستهما حول مدى ايجابية أو سلبية آراء أفراد من الجمهور الأمريكي حول بعض البلدان الأجنبية من خلال أخبار التلفزيون و البرقيات الإخبارية لبعض وكالات الأنباء و بعض الجرائد اليومية إلى التركيز كأحد مظاهر التعرض لأخبار التلفزيون و الذي يمثل عملية نفسية، و يعني التركيز أساسا أن توكيد التلفزيون على موضوعات محددة لا يعطيها مرتبة أولية و حسب و إنما يوقظ في المشاهدين ذكريات المعلومات التي تحصلوا عليها سابقا حول هذه المواضيع، و أن هذه المعلومات كثيرا ما تعمل على تكوين الآراء حول كل ما يرتبط بهذه المواضيع من أشخاص و مؤسسات. (2) كما يشير أحد الباحثين إلى أن التركيز يرمي إلى تعزيز تأثيرات وسائل الإعلام عن طريق منح سياق قبلي للجمهور من أجل تأويل الرسائل الاتصالية اللاحقة، فوسائل الإعلام تعمل على تزويد الجمهور بمعايير و أطر مرجعية فإذا كانت الأجندة ستينغ تشير إلى أهمية الموضوع فإن الاستهلاكية تعبر لنا ما إذا كان الموضوع جيدا أم سيئا و إذا ما تم تبليغه بفعالية أم لا، فوسائل الإعلام تستهل لتخبر الجمهور حول ما يشبهه البرنامج الإخباري الجيد و ما يشبهه الشخص ذو المصادقية.. الخ.

(1) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص ص: 92، 93.

(2) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ص: 125، 126.

و عليه يمكن ربط مسألة التركيز بمفهوم التمثيل النازل في نظرية تمثيل المعلومات، بمعنى استرجاع معلومات كان الجمهور قد خزنها بخصوص بعض المواضيع و الأشخاص و الوضعيات لتمكنهم من فهم ما يعرض عليهم من محتويات إعلامية. (1)

و بالتالي تجدر الملاحظة إلى أن دراسات مقرب تحديد الأجندة أو ترتيب الأولويات بشكلها التقليدي و الحديث هي في الواقع عودة إلى فكرة التأثير القوي لوسائل الإعلام و لكن بصفة أكثر تعقيدا، و تعتبر هذه النظرية كمدخل أو إسناد نظري لدراستنا الحالية و المتمثلة في القضايا الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية، و هذا بغية الإلمام بأولويات المواضيع الاقتصادية التي تنشرها وسيلة إعلامية و التي تعتبر من أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية ألا و هي الصحافة المكتوبة.

(1) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ص: 126، 127.

تمهيد:

لم يعد خافيا أننا نعيش في عصر الاتصال، فقد تقدمت تقنيات الاتصال بشكل مثير و تعددت وسائله إلى حد جعل الأقمار الصناعية توحد بين القارات لتتنقل الكلمة و الصورة عبر آلاف الكيلومترات و تعرضها مباشرة، حتى أصبح العالم كما وصفه "مارشال ماكلوهان" بالقرية الكونية، كما تعددت وسائل الطباعة و توسعت معها وسائل الإثارة المختلفة معتمدة على أحدث ما ابتكره العقل الإنساني من وسائل التي تعتبر القناة و الحامل للرسائل الإعلامية المختلفة و المتنوعة بين المرسل و المستقبل، و تعد وسائل الإعلام و خاصة الجماهيرية منها من بين أهم الوسائط التي تتدفق المعلومات من خلالها بين الحاكم و المحكوم، و من بين أهم و أقدم وسائل الاتصال الحديثة الصحافة المكتوبة أو صاحبة الجلالة كما يصفها العارفين بخباياها و المتتبعين لمحطات تطورها.

و تعد الصحافة المرشد و المدافع للسواد الأعظم فاكنتسبت شعبيتها و جماهيريتها حينما تواضعت للجمهور البسيط، بعدما كانت حكرا على الطبقات الأرستقراطية في بداية ظهورها، و حملت معاناته و مشاكله بين سطورها بلغة بسيطة و مفهومة، و أصبحت بذلك قبس نور ينير عقول البسطاء و زاحمت بذلك السلطات الثلاث و أصبحت تعرف بالسلطة الرابعة من خلال مراقبتها لسابقاتها و كشف قصورهم اتجاه شعوبهم و تقويم اعوجاجهم بعد نضال طويل في ميدان حرية التعبير و الحق في الحصول على المعلومة للجميع.

و قد واكبت الصحافة المكتوبة العصر تماشيا مع تطور الحياة و تقدم التكنولوجيا و الحاجة الماسة للتخصص في المجتمعات، فظهر ما يعرف بالصحافة المتخصصة التي تعتبر وسيلة لمواجهة المنافسة القوية القائمة مع وسائل الإعلام الحديثة و خاصة التلفزيون و الانترنت بالإضافة إلى كونها أحد مصادر المعرفة، فالصحيفة اليوم عليها أن تلبى احتياجات القارئ في المعرفة العامة و الخاصة.

1.2 الصحافة المكتوبة:

1.1.2 مفهوم و نشأة الصحافة المكتوبة:

(أ) مفهوم الصحافة:

• **المفهوم اللغوي:** تستخدم كلمة صحافة في قاموس أوكسفورد (Oxford) بمعنى « Presse » و هي شيء مرتبط بالطبع و الطباعة و نشر الأخبار و المعلومات و تعني أيضا « Journal » و يقصد بها الصحيفة و « Journalisme » بمعنى الصحافة و « Journaliste » بمعنى الصحفي، فكلمة الصحافة تشمل إذا الصحيفة و الصحفي في الوقت نفسه.(1)

و كلمة « Presse » في قاموس لاروس الصغير (le petit Larousse) تعني مجموعة من الجرائد، و النشاط في عالم الصحافة.(2) أما كلمة « Journal » فهي المنشورات اليومية أو الدورية التي تنقل الأخبار السياسية، الأدبية، العلمية... الخ(3) و الجريدة أو الصحيفة تشير إلى الدعم المادي الحامل للكلمات (الصفحة الورقية أو جرائد النخل) و ذلك على غرار التعبير الانجليزي « Newspaper » و بخلاف التعبير الفرنسي « journal » الذي يشير إلى "اليومية" من حيث التوقيت الزمني للصدور.(4) و عرف المعجم الوسيط الصحافة بكسر الصاد بأنها مهنة من يجمع الأخبار و الآراء و ينشرها في صحيفة أو مجلة، أما في القاموس المحيط فالصحيفة هي الكتاب و جمعها صحائف و الصحفي من يخطئ في قراءة الصحيفة و التصحيف الخطأ في الصحيفة (تغيير اللفظ حتى يتغير المعنى).(5)

(1) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، بدون طبعة، 1986، ص: 37.

(2) Dictionnaire encyclopédique pour tous, petit Larousse en couleurs
librairie Larousse canada, 1980, p : 739

(3) Ibid, p : 150

(4) فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 1998، ص: 91.

(5) نعيمة واكد، مرجع سابق، ص: 65.

• **المفهوم الاصطلاحي:** الصحف هي عبارة عن دوريات « Periodical » عرفت لها منظمة اليونسكو عام (1964 م) بأنها كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة، أو غير محددة منتظمة أو غير منتظمة و لها عنوان واحد ينتظم جميع حلقاتها أو أعدادها و يشترك في تحريرها العديد من الكتاب.(1) و الصحافة بمفهومها العصري قد ظهرت بأوروبا و تطورت في أحضانها و هي وسيلة اتصال بين السلطة و الجماهير و بين الفئات المختلفة من المجتمع، توزع المعلومات و تنشرها بين الناس.(2) و يقول "ميشال فوارول" في تعريفه للصحافة، إذا أردنا أن نعطي تعريف للصحافة في ثلاث كلمات فلا نجد أحسن من تعريف الصحافة هي: "ما هو الجديد؟" (quoi de neuf ?) أي ما هو الجديد و ما هو المهم في الوطن و في العالم؟ إذا الإجابة على هذه الأسئلة ما ينتظره الإنسان الذي يشتري الجريدة حين خروجه من منزله.(3) و الصحافة بمعنى « presse » هي صناعة إصدار الصحف و ذلك باستقاء الأنباء و نشر المقالات بهدف الإعلام و نشر الرأي و التعليم و التسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء و الأفكار بين أفراد المجتمع، و بين الهيئة الحاكمة و الهيئة المحكومة، فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام و الصحافة هي جمع الأخبار و نشرها، و المواد المتصلة بها في مطبوعات مثل الجرائد المجالات الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب... (4) و بالتالي من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الصحافة على أنها وسيلة اتصال جماهيرية تعمل على نشر الأنباء و الأخبار و التعليق عليها بهدف إيصالها إلى كافة الجماهير في المجتمع.

(1) محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، بدون دار النشر، بدون طبعة، 1993، ص: 50

(2) زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2012، ص:

(3) Michel Voirol : guide de la rédaction, victoires éditions, 8^{ème} ed, France 2006, p : 16

(4) نعيمة واكد، مرجع سابق، ص: 66.

• Michel voirol: من أقدم الصحفيين في فرنسا، كرس حياته كلها في الإعلام و تكوين الصحفيين و هو مؤلف لمجموعة من المراجع للصحفيين و أشهرها (barbarismes et compagnie)

(ب) نشأة الصحافة المكتوبة:

مما لا شك فيه أن الكتابة هي الوسيلة التي جعلت الإنسان يقترب شيئاً فشيئاً إلى اكتشاف الصحافة، و ظهور الصحافة كان لخدمة أفراد المجتمع و تلبية لاحتاجهم للمعلومات في مختلف المجالات.

و يذهب بعض المؤرخين إلى القول بأن الصحافة نشأت عند المصريين القدامى و الرومان حيث كانوا ينقشون الأخبار على الأحجار و يكتبونها على أوراق البردي⁽¹⁾، و كان الرومان يسجلون مداورات مجلس الشيوخ و يعلقونها لكي يطلع عليها الجمهور و كانت تسمى "بالأحداث العامة"، و كانت في نفس الوقت تصدر في مدينة روما أوراق أخرى تتحدث عن بعض الوقائع مثل الزواج أو الوفيات أو الحفلات أو الأعياد و كانت هذه الأوراق تسمى "الأحداث اليومية" و لم تكن هذه الأخيرة تصدر بصفة منتظمة بل كانت تظهر حسب الظروف.⁽²⁾

و يرى فريق آخر من المؤرخين، أن ظهور الصحافة بمفهومها الحالي ارتبط بابتكار "جوتنبرغ" الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة، في منتصف القرن الخامس عشر سنة 1445 م، و بعد أن شعر الناس بالحاجة إلى الأخبار المطبوعة التي تطلعهم على أهم الأحداث المحلية و العالمية، حيث أمكن عن طريق هذا الاختراع طباعة عدد كبير من النسخ مما أتاح وصول الصحف إلى عدد أكبر من القراء.⁽³⁾

لكن مما لا شك فيه، أنه منذ القدم و الإنسان بحاجة إلى وسيلة تحيطه علماً بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له، و إلى وسيلة تساعد على تبادل الآراء و المعلومات ثم نشرها على نطاق واسع و بوسيلة تقوم بحفظ و نقل التراث الفكري من جيل إلى جيل.

(1) محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص: 2.

(2) زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص: 15.

(3) محمد فريد محمود عزت، المرجع السابق، ص: 2، 3.

استمر استخدام الخبر المنسوخ فترة طويلة بعد اكتشاف المطبعة، فقد احتاج تأسيس المطابع و انتشارها إلى وقت طويل، بل و صاحب ظهورها اختكار بعض الحكومات للمطابع، لذلك حافظ كتاب الأخبار المنسوخة و جامعوها على مصادر أخبارهم و على عملائهم وقتا طويلا من الزمن و بعد ظهور الخبر المطبوع.(1) و كان إنشاء و انتظام الخدمات البريدية سببا مباشرا في تطور الصحافة و سعة انتشارها، و الذي كان الغرض من إنشاء هذه الخدمة البريدية هو جمع الخطابات و الصور في مكان معين و نقلها بسرعة و انتظام إلى المرسل إليه، مما ساعد على رواج الرسائل الإخبارية المنسوخة و المطبوعة فيما بعد، و قد كانت مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد، و بالرغم من أن نشأة الخدمات البريدية كان نعمة على الصحافة الإخبارية، إلا أنه كان في الوقت نفسه نقمة أيضا حيث كان المسؤولون في البريد يحتكرون الأخبار الخارجية و يتصرفون فيها كما يشاؤون.(2) و بما أن موضوع دراستنا الحالية يهتم بالصحافة اليومية فسوف نركز على نشأة الصحافة اليومية بصفة خاصة، حيث أن الانطلاقة الحقيقية لليومية لم تبدأ في الغرب إلا مع أواخر القرن الثامن عشر ففي سنة 1792 ظهرت في إنجلترا جريدة "دايلي كوارنت" و ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية "بنسيلفانيا بيكات" سنة 1776، كما ظهرت سنة 1777 في باريس جريدة "لي جورنا لدي باريس" و استمرت في السنوات الأولى من القرن التاسع عشر، فكثرت اليوميات و أصبح ينتشر النشاط الصحفي و تبرز مهنة جديدة هي مهنة الصحفي، كما ظهر أول قانون سنة 1792 بإنجلترا هو "ليل أكت" الذي منح للصحافيين بعض الضمانات.(3) و بهذا بدأت الصحافة اليومية تفرض نفسها شيئا فشيئا على المستثمرين و السياسيين و القراء على حد سواء في مجال الاتصال المطبوع حتى أصبحت ما هي عليه في يومنا هذا بحيث لا يمكن الاستغناء عن هذه الوسيلة.

(1) تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة و الإعلام، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، ط1 2000، ص: 25.

(2) محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص: 4.

(3) زهير احداون، الصحافة المكتوبة في الجزائر، المرجع السابق، ص: 19.

و ظهور "الصحافة في معظم دول الوطن العربي هو وليدة التواجد الاستعماري الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي و توجيهه لخدمة الأهداف الاستعمارية عن طريق إنشاء صحف و مجلات بأكثر من لغة"⁽¹⁾ حيث عرفت مصر الصحافة مع حملة "نابليون بوناپرت" سنة 1798 حيث أصدرت جريدتان بالفرنسية: « le courrier de l'Egypte » و « la décade Egyptienne » و جريدة "المنبه" بالعربية سنة 1800، و توقفت هذه الجرائد عن الصدور بمجرد خروج "نابليون" من مصر سنة 1801، وظهرت جريدة "الوقائع المصرية" سنة 1828 في عهد "محمد علي"⁽²⁾ كما تعتبر الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب و كان ذلك على يد المحتل الفرنسي، الذي أصدر جريدة "بريد الجزائر" « l'estafette d'Alger » باللغة الفرنسية التي توقفت عن الصدور بعد العدد الثالث، بحيث كان هدفها من البداية محدودا لا يتعدى محيط الجيش الفرنسي، و سرعان ما عوضت بصحف أخرى ذات الطابع الحكومي و الاستعماري مثل جريدة "الأخبار" التي بدأت تصدر في مدينة الجزائر سنة 1839 و عرفت رواجا كبيرا حتى سنة 1898،⁽³⁾ و التي أصبحت تصدر باللغتين الفرنسية و العربية بعدما اقتنعت بأهمية اللغة العربية في توجيه الرأي العام الجزائري، فدعمت بجريدة "المبشر" التي صدر عددها الأول بالعربية عام 1897 و ذلك حتى نهاية القرن التاسع عشر اما أول صحيفة يصدرها جزائري فكانت "كوكب إفريقيا" عام 1907 تلتها صحف أخرى كان أبرزها صحف جمعية العلماء المسلمين (المنتقد، الشهاب، البصائر).⁽⁴⁾ كما ما يميز الصحافة المكتوبة في الجزائر أنها مرت بعدة مراحل، مرحلة ما قبل الاستقلال مرحلة ما بعد الاستقلال، و مرحلة التعددية السياسية التي من خلالها تنوعت الصحف.

(1) فضيل دليو، مرجع سابق، ص: 101.

(2) المرجع نفسه، ص: 103.

(3) زهير احدادن، مرجع سابق، ص: 25، 26.

(4) فضيل دليو، المرجع السابق، ص: 112.

2.1.2 وظائف الصحافة المكتوبة و مميزاتها:

(أ) وظائف الصحافة المكتوبة:

قبل الخوض في وظائف الصحافة المكتوبة يجدر بنا الإشارة إلى وظائف وسائل الاتصال و ذلك باعتبار أن الصحافة تعتبر من أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية التي عرفها الإنسان، حيث يرى الباحث "هارولد لاسويل" أن عملية الاتصال تقوم في جميع الحالات بثلاث وظائف تتمثل في وظيفة البحث و التنقيب عن المعلومات و اكتشاف المحيط الذي يعيش فيه المجتمع، ثم وظيفة النشر و التنسيق و توزيع المعلومات و أخيرا وظيفة المحافظة على المعلومات و نقلها من جيل لآخر.⁽¹⁾ و يرى "مارشال ماكلوهان" في تحديد وظائف الإعلام على أنها وسيلة لنشر المعلومات و الترفيه و التعليم، أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي ثم وسيلة لنقل التراث من جيل لآخر، و أخيرا وسيلة لنقل المعلومات و إعادة بثها و تحليلها.⁽²⁾ و من جهته يقدم الباحث "لازار سفيلد" ثلاثة وظائف أساسية للإعلام تتمثل في وظيفة فرض معايير اجتماعية، ثم وظيفة التشاور بحيث تعمل وسائل الإعلام على ضرورة إيجاد أساليب للتشاور بشأن القضايا الهامة التي تهم المجتمع و وظيفة تخفيف الإحساس بالاختلال الوظيفي بحيث يرى أنه لا بد أن تعمل وسائل الإعلام جاهدة على التدقيق في فحوى الكم الهائل من المعلومات، لأن الإغراق بالمعلومات يجعل المتلقي لا يبدي أي اهتمام و بالتالي يبتعد عن تحقيق التوازن الفكري و ينساق نحو الاختلال الوظيفي لتلقي المعلومات.⁽³⁾

و على العموم يمكن حصر وظائف الاتصال الجماهيرية في: الوظيفة الإخبارية التي تعتبر الوظيفة الأساسية من جمع و تخزين و معالجة و نشر مختلف المعلومات، بالإضافة إلى وظيفة التربية و التعليم و الإصلاح الاجتماعي و التي تكملها وظيفة وسائل الاتصال

(1) زهير احداذن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، المرجع السابق، ص: 71، 72.

(2) نعيمة واكد، مرجع سابق، ص: 22.

(3) المرجع نفسه، ص: 22، 23.

التنموية، ثم تأتي وظيفة الترفيه و الإمتاع و ذلك لأن هذه الوظيفة تشارك الوظائف الأخرى في غايتها.(1)

إن الصحافة لها أهمية كبيرة في المجتمع و تعتبر من أهم وسائل الاتصال الحديثة و انطلاقا من ذلك و بناء على وظائف هذه الوسائل و التي سبق و أن أشرنا إليها سابقا، سوف نتطرق لأهم وظائف الصحافة و التي نحصرها فيما يلي:

• **وظيفة الإعلام و نشر الأخبار:** و تعتبر وظيفة نشر الأخبار الوظيفة الأولى و الأساسية التي بدأت و ظهرت من خلالها الصحافة و نشأت.(2) حيث أنه في حقيقة الأمر الصحافة ما هي إلا وسيلة لنقل المعلومات و الأخبار و بثها لتكون في متناول كافة أفراد المجتمع، "و معنى ذلك أن الصحيفة مسؤولة دائما عن نشر الأخبار داخلية كانت أم خارجية، و ما الصحف في الحقيقة إلا مؤسسات عامة تقوم على بيع الأخبار".(3)

• **وظيفة الشرح و التفسير و التوعية و التثقيف و التأثير في الرأي العام:** أصبح للصحافة وظيفة ثانية لا تقل أهمية عن وظيفة نشر الأخبار هي وظيفة التوعية و التثقيف و التأثير في الرأي العام و ذلك من خلال بداية الصحف بفتح صفحاتها للرأي بجانب الخبر و ظهور فن المقال الصحفي و ألوان أخرى من فنون الكتابة الصحفية، و بذلك بدأت تلعب دورا هاما في التأثير في الرأي العام بما تثيره من مناقشات حول القضايا و المشاكل التي تشغل أذهان الناس.(4) حيث كان اهتمام العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية خاصة منصبا لدراسة تأثير وسائل الإعلام على أفراد المجتمع بما في ذلك تأثير الصحافة المكتوبة التي كانت في أوائل القرن العشرين في أوجها و محل اهتمام الكثير منهم، كما ظهرت العديد من النظريات الخاصة بالتأثير.

(1) فضيل دليو، مرجع سابق، ص ص: 69، 71.

(2) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، المرجع السابق، ص: 58.

(3) عبد اللطيف حمزة، الصحافة و المجتمع، دار القلم، القاهرة، بدون طبعة، 1963، ص ص: 21

(4) فاروق أبو زيد، المرجع السابق، ص: 61.

• **وظيفة الإعلان:** أخذت أهمية الإعلان تزداد في الصحف نتيجة للتطور الاقتصادي و زيادة الإنتاج، فعن طريق الإعلان يعرف جمهور المستهلكين طريقه إلى السلعة المطلوبة، و هذا ما أدى إلى ترويج سلعة المؤسسات و زيادة إنتاجها. و هو ما انعكس بالإيجاب على الصحف بزيادة إيراداتها من الإعلان، ما انجر عنه تخفيض سعر الصحف مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالصحافة الشعبية، أي صحافة التوزيع الكبير. (1) التي تزايدت و تنوعت بشكل لافت و ملحوظ في جميع أنحاء العالم خلال العقود السابقة.

• **وظيفة التسلية:** لقد ظهرت وظيفة التسلية كوظيفة هامة للصحافة نتيجة لظهور صحافة التوزيع الكبير، و قد أحدث هذا التطور تغييرا كبيرا في محتوى الصحف و دفعتها المنافسة في جذب أكبر عدد من القراء إلى نشر مواد صحفية الغاية منها تسلية القراء و إمتاعهم، بما أن التسلية و الترفيه مطلب إنساني طبيعي و أساسي في حياة الأفراد و المجتمعات. (2) بحيث أصبحت الصحف بأنواعها و اختلافها تخصص صفحات كاملة في الجريدة للمتعة و التسلية.

• **وظيفة تسجيل الوقائع و مصدر للتاريخ:** " بمرور الوقت و تعدد وظائف الصحافة و بتنوع أغراضها و شمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني صارت الصحافة تقوم بوظيفة خامسة هامة و هي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية و بالتالي صارت مصدرا من مصادر التاريخ". (3) بحيث يمكن في أي فترة زمنية العودة إلى صفحات الجرائد للتحقق من الأحداث و الوقائع.

و بعد أن تحدثنا عن أهم وظائف الصحافة فقد رأينا أنه من المستحسن أن نتعرض أيضا للحديث عن مميزات الصحافة المكتوبة لتكتمل ملامح الصورة بعرض أهم مميزات التي بدورها تكمل الوظائف التي سبق ذكرها.

(1) فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، المرجع السابق، ص: 65.

(2) محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص: 242.

(3) فاروق أبو زيد، المرجع السابق، ص: 67.

(ب) مميزات الصحافة المكتوبة:

- تستمد الصحافة أهميتها من وظائفها التي سبق عرضها، حيث أن الصحافة لها دور و واجب اتجاه المجتمع، و تتمتع بعدد كبير من المميزات منها ما يلي:
- تتميز الصحافة بصدور منتظم كما أنها تقوم على أساس تجاري.
 - توفر للقارئ السيطرة على ظروف التعرض لها كما تتيح له الفرصة لقراءة المادة الإعلامية أكثر من مرة، فالقارئ بإمكانه التحكم فيها. (1)
 - توفر الصحافة للقارئ اختيار المطبوعة التي يريدتها و بأي لغة يقرأها، فهو لديه الخيار من بين العشرات من الصحف ما يتفق مع رغباته، كما توفر له كذلك الاختيار الحرية في اختيار المادة الصحفية التي تتفق مع حاجاته و اهتماماته الأساسية من بين عشرات الأنواع من المواد الصحفية المنشورة.
 - تمتاز الصحف بسعة الانتشار حيث توزع في كافة أنحاء البلد التي تصدر فيه و هي قابلة للتداول بين أفراد جميع طبقات المجتمع.
 - تمتاز الصحف بسهولة التداول، فحجمها الصغير و مواضيعها متعددة بالإضافة إلى أن سعرها المنخفض في متناول الجميع خاصة أصحاب الدخل المحدود.
 - تعتبر الصحافة مصدر للمعرفة الناضجة و الطازجة، كما تساعد على زيادة الرصيد المعرفي و لأنصاف المتعلمين.
 - الصحافة هي ذات خاصية منشطة للحركة الاقتصادية عن طريق ما تنشره من مواضيع، و هي أيضا وسيلة سريعة لتعميم البيانات و القرارات الحكومية، كما أنها تصلح كمرجع لما ينشر من هذه البيانات و القرارات. (2)
- و بالتالي فمن خلال هذه المميزات الخاصة بالصحافة المكتوبة استطاعت أن تفرض نفسها مما سمح لها بالاستمرارية و عدم الزوال في ظل التطور الهائل لوسائل الإعلام الأخرى.

(1) محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص ص: 244، 246.

(2) نعيمة واكد، مرجع سابق، ص: 68.

3.1.2 فنيات التحرير الصحفي:

تعتبر الأنواع الصحفية أو ما يسمى بالأجناس الصحفية تلك الطرق الفنية أو الأشكال التي يلجأ إليها الصحفي للتعبير عن الواقع و نقله إلى الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام المختلفة و هو ما يعرف في علوم الإعلام و الاتصال بفنيات التحرير الصحفي أو فن الكتابة الصحفية أو فنيات التعبير.(1) ومن أهم الأجناس الصحفية نذكر ما يلي:

● **الخبر الصحفي:** يتصدر الخبر الصحفي كافة أشكال التعبير الصحفي من حيث الأهمية و الانتشار و الأقدمية فهو جوهر العمل الصحفي و أساسه، و ليس هناك تعريف موحد و شامل للخبر بحيث يرى الدكتور فاروق أبو زيد أن أفضل تعريف للخبر في البلدان النامية هو: "أنه تقرير يصف في دقة و موضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تهم مصالح أكبر عدد من القراء و هي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع و ترقيته".(2) من الناحية التحريرية تنقسم الأخبار إلى نوعين هما: الخبر البسيط الذي يقوم على وصف واقعة واحدة و الخبر المركب الذي يقوم بدوره على وصف عدد من الوقائع و الربط بينهم، أما من حيث الأشكال الفنية فالأخبار تنقسم إلى ثلاثة أنواع: الخبر القائم على سرد أحداث، الخبر القائم على سرد تصريحات و الخبر القائم على سرد المعلومات.(3)

● **التقرير الصحفي:** التقرير الصحفي من أهم الأنواع الإخبارية، يقوم بنقل تفاصيل الوقائع و الأحداث و الظروف المحيطة بها و يسمى أحيانا "التغطية الصحفية"(4) و الهدف من التقرير هو تقديم أهم المعلومات التي تهم القراء كما يقوم أساسا على تقديم الأحداث التي يراها الصحفي مهمة و جديدة، و هو موضوعي بحيث يكون خالي من آراء و انطباعات الكاتب أو المحرر حيث يقوم هذا الأخير بتقديم المعلومات و يترك الحكم للقارئ على ما

(1) محمد لعقاب، الصحفي الناجح، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، ط2 مزيدة و منقحة 2006 ص: 55.

(2) عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية تطبيقية، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة، ط1، 2005، ص: 49.

(3) المرجع نفسه، ص: 140.

(4) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص: 77.

جاء به من حقائق. و التقرير الصحفي نوعان: التقرير الحي الذي يشترط وجود الصحفي في مكان الحدث، وهو بدوره يكون إما تقرير حي مباشر أو تقرير حي غير مباشر و النوع الثاني التقرير الإخباري الذي يقوم على جمع المعلومات من مختلف مصادرها و بثها و نشرها في الوقت المناسب.(1)

• **التحقيق الصحفي:** هو النوع الصحفي الذي يمكننا من التركيز على شريحة من الواقع أو على ظاهرة معينة أو مجموعة وقائع بحيث يتعدى وصفها و عرضها و تقديم موقف منها إلى دراستها و تحليلها و تفسيرها و الوصول إلى استنتاجات أو حلول بشأنها و هناك عدة أنواع للتحقيق و ذلك حسب التصنيف فمن خلال التصنيف المرتبط بالحدث ينقسم التحقيق إلى الأني (المرتبط بالحدث) و الغير أني (غير مرتبط بالحدث) و هناك نوعان في تصنيف آخر حسب المساحة: التحقيق الطويل و التحقيق القصير.(2) إن خطوات التحقيق الصحفي تشبه خطوات البحث العلمي و يمكن تقسيمها إلى خمس مراحل هي: طرح السؤال الجيد حول المشكلة، وضع النقاط حول ما سيتم البحث عنه في الأرشيف و المنشورات صياغة فرضيات العمل، مراقبة و متابعة الفرضيات في الميدان بالذهاب إلى المصادر و أخيرا الوصول إلى استنتاج.(3)

• **الروبرتاج:** الروبرتاج هو فن من فنون الكتابة الصحفية و واحد من الأنواع الإخبارية، و يسمى أحيانا الاستطلاع حتى أنه يمكن القول أن الاستطلاع هو التسمية العربية للروبرتاج، يقوم بتصوير الواقع و نقله إلى الجمهور، و هو كما يقول الدكتور سامي ذبيان "تصوير بالكلمات" تتحول معه الكلمة أو الجملة إلى كاميرا.(4) بحيث يقترح نقل ما نشاهد ما نسمع و ما نشعر به و التغلغل في بيئة مكان ما أو حادث معين بحيث أن موضوع

(1) محمد لعقاب، مرجع سابق، ص ص: 77، 78.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 107، 116.

(3) MICHEL Voirol, op.cit., P : 59.

(4) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص: 83.

الروبرتاج في الواقع دقيق و محدد.(1) و هو يعتني بجمالية النص دون أن يؤثر ذلك على وظيفته التي هي نقل الواقع بطريقة وصفية فهو يعتمد أسلوبا يمزج بين الأسلوب الأدبي و الأسلوب الصحفي. و هناك عدة تصنيفات للروبرتاج فالتصنيف الأول: روبرتاج مباشر و غير مباشر، التصنيف الثاني: روبرتاج يرتبط بالحدث وهو ذاك الروبرتاج الآني مثل إعداد روبرتاج حول زيارة رئيس دولة أو مظاهرات عمالية.. و روبرتاج يرتبط بالموضوع مثل موضوع الطفولة، الفقر .. و أما التصنيف الثالث فهو حسب طبيعة الموضوع مثل روبرتاج رياضي، سياسي، اقتصادي .. (2)

• **المقال الصحفي:** هو تلك الكتابة الصحفية التي تعبر عن سياسة الصحيفة و عن آراء كتابها في الأحداث اليومية الجارية و في القضايا التي تشغل الرأي العام، من خلال شرح هذه الأحداث و تفسيرها و التعليق عليها بما يكشف عن أبعادها و دلالاتها المختلفة، كما يمكن في بعض الحالات أن يطرح الكاتب فكرة جديدة أو تصورا مبتكرا أو رؤية خاصة تشكل في حد ذاتها قضية تشغل الرأي العام. (3) فالمقال الصحفي مسؤول عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة و خالية من التفاصيل المعقدة، لذلك يجب على أن يكون المقال الصحفي جميل الأسلوب متفردا في موضوعه و هدفه، قويا في تعبيره عن الرأي فإذا كان يدعو المقال إلى قضية فعليه أن يفعل ذلك دون إبهام، و إذا كان يشرح أو يفسر أو يحلل فعلى الكاتب أن يقدم أعقد المشكلات السياسية و الاقتصادية و الثقافية بأسلوب في متناول جميع القراء.(4)

(1) JACQUES Mouriouand, l'écriture journalistique, 4^{ème} édition, Jouve France, 2011, p : 64.

(2) محمد لعقاب، مرجع سابق، ص ص: 83، 88.

(3) محمد فريد محمود عزت، المقالات و التقارير الصحفية: أصول إعدادها و كتابتها، بدون دار النشر، القاهرة، بدون طبعة، 1998، ص: 47.

(4) عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع القاهرة، بدون طبعة، 2000، ص: 336.

• **المقابلة الصحفية:** "إن المقابلة الصحفية نوع صحفي هام جدا، لأن الشخصيات هي التي تصنع الأحداث، و تصنع أفراح الناس و أحزانهم و بالتالي تصبح هذه الشخصيات جزءا من الأخبار نفسها، كما أن الناس يريدون الاستماع إليها أكثر من الاستماع إلى الصحفيين فقط". (1) و مشروع المقابلة الصحفية هو نقل الصحفي لما سمعه من أقوال لشخصية ما حول موضوع معين، و يعد ازدهار المقابلة في الصحافة المكتوبة معتبرا لأنها سهلة القراءة و في غالب الأحيان تكون قصيرة. (2) و الهدف من المقابلة هو جمع المعلومات و الآراء من شخصية التي تقبل أن تنقل أقوالها للجمهور، و مثلها مثل التحقيق فالمقابلة الصحفية تتخذ مصدرها من الأسئلة التي يطرحها الصحفي أو القراء حول مشكلة ما أو موضوع معين، لكن هنا هذه الأسئلة تقودنا إلى الشخصية التي تمتلك الأجوبة أو التي يهتم رأيها القراء. (3)

4.1.2 مصادر الأخبار في الصحافة المكتوبة:

إن الصحافة كما يجب أن يكون هدفها نشر و تزويد القراء بالمعلومات الصحيحة و الحقائق و للوصول إلى تحقيق هدفها تتعامل الصحيفة مع مصادر متعددة، و في أكثر من اتجاه في وقت واحد لتقدم لقارئها خدمة إخبارية متكاملة و متميزة، و يمكن ترتيب هذه المصادر على النحو التالي:

(أ) **المصادر الداخلية للصحيفة:** و تتمثل في المصادر الذاتية أو الخاصة للصحيفة من صحفيون يمثلون جهازها التحريري و مندوبين في جهات متعددة إلى مراسلين في الداخل و الخارج. (4) بحيث يعتبر كل من الصحفي و المندوب الصحفي للجريدة من أهم مصادر الأخبار لهذه الأخيرة.

(1) محمد لعقاب، مرجع سابق، ص: 129.

(2) JAQUES Mouriouand, op.cit., p : 68.

(3) MICHEL Voirol, op.cit., p : 55.

(4) مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، ط1، 2002، ص: 57.

• **المنسوب الصحفي:** و يقصد به الشخص أو الأشخاص الذين توفدهم الصحيفة أو أحد قطاعاتها ليكونوا ممثلين لها من أجل تغطية أخبار جهة أو قطاع معين و تزويد الجريدة بهذه الأخبار، و غالبا ما يكون المنسوب الصحفي في تغطية مجال معين من مجالات نشاط الصحيفة، و هو يهتم بجمع و متابعة كل الأخبار الخاصة بالقطاع المكلف بتغطيته. (1)

• **المراسل الصحفي:** بحيث يمثل الصحيفة خارج الإقليم الذي تصدر فيه و يكون إما مراسل داخلي بمعنى ينشط في البلد نفسه لكن خارج المدينة التي تصدر فيها الصحيفة، أو مراسل خارجي ينشط خارج الإقليم و الذي يقوم بتغطية جميع الأنشطة في نطاق المكان الذي يتواجد فيه، و عادة ما تقوم الصحف الكبرى بتعيين مراسلين في العواصم الدولية الكبرى، بالإضافة إلى إرسال بعضهم إلى أماكن الأحداث الهامة في العالم ليوافوا الجريدة بتغطية شاملة و سريعة لهذه الأحداث. (2)

(ب) **المصادر الخارجية للصحيفة:** و هي المصادر العامة التي تتعامل معها الصحيفة و لكنها لا تدخل ضمن هيئة التحرير الخاصة بها، و من هذه المصادر وكالات الأنباء الكتاب و الشخصيات التي تصنع الحدث، و أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات و الهيئات المختلفة... و تتمثل أبرز المصادر الخارجية للجريدة في ما يلي:

• **وكالات الأنباء:** وكالة الأنباء هي الجهاز الذي يتولى استقاء الأخبار من مصادر أساسية في مناطق متفرقة في العالم، و توزيعها على الصحف و الإذاعات... و بالإضافة إلى الخدمات الإخبارية التي تقدمها وكالات الأنباء لمختلف وسائل الإعلام فهي أيضا تقدم التحقيقات و التسجيلات السياسية و الصور من موقع الأحداث. (3) و هي ثلاث أصناف: العالمية التي تتميز وكالات الأنباء العالمية بكثافة و تنوع الخدمات الإعلامية التي

(1) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص: 107.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 107، 108.

(3) شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف القاهرة، بدون طبعة، 1978

تقدمها و بضخامة الوسائل البشرية المادية و التقنية التي تمتلكها، ثم الجهوية التي تتعدى أنشطتها بلدها الأصلي و المحلية التي يتمثل نشاطها الأساسي في جمع و توزيع المعلومات في بلدها الأصلي. و من أبرز وكالات الأنباء العالمية "الأسوشيتد برس" و "اليوناييتد برس إنترناشيونال" الأمريكيتان، "رويترز" البريطانية و وكالة الأنباء الفرنسية بحيث تقوم هذه الوكالات العامة بإعلام نحو 89.7 % من سكان العالم. (1)

● **الإذاعات المحلية و الأجنبية:** تعتمد الصحافة على محطات الراديو بشكل خاص و التلفزيون في معرفة ما يدور في العالم من أخبار هامة و أحداث مختلفة و ذلك عن طريق إنشاء أقساما خاصة للاستماع لتسجيل ما تبثه الإذاعات العالمية و المحلية من نشرات و أخبار على مدار أربعة و عشرين ساعة. (2)

● **الصحافة المحلية و الأجنبية و المطبوعات:** يشير الدكتور فاروق أبو زيد على أن الصحف و المجالات تعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار على مستويين: الأول في نقل الأخبار و التصريحات الهامة، و الثاني في متابعة و استكمال الخبر المقدم من طرف الصحف لتقديم معلومات جديدة تضاف إليه، كما أن المطبوعات هي أيضا من المصادر الهامة للصحافة خاصة تلك المتعلقة بوثائق الهيئات الحكومية و الشعبية خاصة عندما تكشف عن حقائق جديدة، أو مجهولة. (3)

● **المؤتمر الصحفي و الندوات:** إن المؤتمرات و الندوات الصحفية التي يعقدها المسؤولون و صناع القرار في الهيئات و الوزارات و المؤسسات بهدف إعلام الجمهور بخطة أو قرار أو شرح سياسة معينة أو إلقاء الضوء على واقعة معينة تعتبر من المصادر الهامة للصحافة. (4)

(1) ابراهيم امام و محمد فريد محمود عزت، وكالات الأنباء المعاصرة: النشأة: التطور: الدور و الفعاليات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2005، ص: 58.

(2) مرعي مدكور، مرجع سابق، ص: 79.

(3) عبد الجواد سعيد ربيع، مرجع سابق، ص: 114، 115.

(4) مرعي مدكور، المرجع السابق، ص: 88.

كما أنه لا تحصر هذه المصادر فقط في قد ما سبق ذكره و إنما تعتبر المصادر المذكورة هي الأهم التي تستقي منها الصحافة جل المعلومات و الأخبار، إلا أن صدفة غير متوقعة أو لقاء عابرا مع شخصية غير متوقعة قد ينتج عنه ما يمكن تسميته بالسبق الصحفي الذي يلفت نظر القارئ إلى الصحيفة و الصحفي أيضا.

و بعد هذا العرض الموجز للصحافة المكتوبة و تطورها، نستطيع أن نؤكد أن هذا التطور لم يأتي من فراغ، و إنما تأثر بعوامل كثيرة كما أنه في مقابل ذلك أثر في ميادين متعددة أيضا، فالتطور المؤسسي للإعلام يتبع بالضرورة التطور السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي الخاص بكل بلد. و بالرغم من التطور الكمي و النوعي للصحافة في الوطن العربي فإنها لازالت تعاني في الجانب المتعلق بعلاقتها مع السلطة السياسية.

مدخل:

رغم أن الاهتمام بالصحافة المتخصصة يبدو جليا في الدول المتقدمة و هذا تبعا للتخصص الدقيق الذي تتسم به المجتمعات الصناعية، إلا أن السنوات الأخيرة شهدت تزايدا ملحوظا في اهتمام الدول النامية بالصحافة المتخصصة خاصة في المجالات ذات الاهتمام الجماهيري الواسع مثل الرياضة و الاقتصاد و السياسة و المرأة و الفن و التخصص في الصحافة له وجه آخر، فقد طرأ في السنوات الأخيرة تطورا هاما في الصحافة العامة، اليومية و الأسبوعية حيث بدأت الجرائد و المجالات في تقديم صفحات متخصصة مثل صفحات الرياضة، السياسة و الاقتصاد ... و هذه الصفحات المتخصصة تزداد يوما بعد يوم في الصحافة العامة حتى أصبحت تحتل غالبية صفحات الجرائد، و هو الأمر الذي يوحي إلينا أننا نعيش في عصر الصحافة المتخصصة.

و لعل أهم الصحف أو الصفحات الاقتصادية نجد الصحافة الاقتصادية التي تلعب دورا كبيرا في دفع عجلة التنمية من خلال دعم القضايا التنموية الشاملة، و التأثير بشكل ايجابي في اتجاهات الأفراد و المؤسسات نحو التنمية و حث الجماهير على المشاركة في إدارة مجتمعها و المساهمة في النشاط الاقتصادي من خلال تنوير الرأي العام و تزويد كافة أفراد المجتمع بالمعلومات الخاصة بالمشاريع و الوضعية الاقتصادية، و كشف المعوقات التي تعترض مشاريع التنمية.

2.2 الصحافة المتخصصة:

1.2.2 مفهوم و نشأة الصحافة المتخصصة:

(أ) مفهوم الصحافة المتخصصة:

تبرز الصحافة المتخصصة كإحدى سمات الإعلام الحديث في عصر المعلومات و المعرفة، و عصر تمكين المواطنين من حقوقهم الاتصالية عملا بمبدأ ديمقراطية الاتصال و نظرية تفتيت الجمهور بما يلبي احتياجات الجمهور و يشبع رغباتهم إلى أقصى درجة مراعين عوامل الكم و الكثافة و التنوع و اختلاف الأمزجة و الخصائص و مناخ العولمة

الذي يسود في مختلف المجالات في أنحاء الكرة الأرضية. (1)

و يعرف بعض الباحثين الصحافة المتخصصة على أنها جميع الصحف التي تعالج فنا واحدا من فنون الحياة و لا تتعدى سواه، و يقصد بها كذلك الصحافة التي تخاطب فئة أو قطاعا من قطاعات المجتمع أو هيئة من هيئاته. (2) و تعرف الصحافة المتخصصة على أنها نمط تحريري متجانس يجمعه إطار صحفي واحد وقد يكون هذا الإطار مجلة أو صحيفة و يحرر هذه الصحافة محررون متخصصون في مجالها و تنصب اهتماماتها في تقديم صورة واضحة لملاح التخصص و طبيعته و دوره في الحياة العامة. (3) و هناك من يعرف الصحافة المتخصصة على أنها تتفرغ لمتابعة أدق و اهتمامات المتلقي المتخصص و توفر له معلومات أكثر قدرة على إشباع حاجاته العلمية ، فضلا عن أنها تتسم بدور حيوي أكثر خطورة و أكثر ايجابية في كونها تساعد بكفاية في تطوير اختصاصها و الصحافة المتخصصة هي التي تلتزم بأساسين: أولهما موضوع محدد و هدف واضح و ثانيهما نوعية القراء التي توجه إليهم الصحيفة. (4)

كما يعرف بعض الباحثين أن الصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تعني بجانب واحد من اهتمامات القراء في اكتساب المعرفة و الاستزادة منها، و هي تركز على جمهور محدد، و من هنا فالصحافة المتخصصة هي الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تغطي أكبر قدر من اهتمامها لفرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء بحيث يكون نشاطها في جميع الأخبار و التحليلات و كتابة المقالات و التحقيقات التي تدور حول هذا الفرع، أو هي تلك الصحافة التي تكون على شكل صفحات جرائد أو في صفحات

(1) منى حديدي و شريف درويش اللبان، فنون الاتصال و الإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، بدون طبعة، 2009، ص: 135.

(2) عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص: 54.

(3) شفيق حسنين، الصحافة المتخصصة المطبوعة و الالكترونية، رحمة برس للطباعة و النشر القاهرة، بدون طبعة، 2006، ص: 20.

(4) شكرية كوكز السراج، (الصحافة المتخصصة في العراق بعد أحداث 2003/04/09: تقويم الصحفيين العراقيين لأدائها)، الباحث الإعلامي، عدد 4، جامعة بغداد، العراق، 2008، ص: 129

مستقلة تعالج قضايا و موضوعات خاصة بمهنة معينة أو قطاع من القطاعات أو علم من العلوم أو فن من الفنون تقدم لجمهور عام من القراء.(1)

و التعريف الأخير هو التعريف الذي يتناسب مع طبيعة هذه الدراسة لأنها تقوم على تحليل صحافة متخصصة في مجال معين و لكنها موجهة لجمهور عام، بحيث تقوم بتحليل الصفحات الاقتصادية في يوميتي "الخبر" و "الوطن".

(ب) نشأة الصحافة المتخصصة:

عرف العالم الغربي الصحافة المتخصصة في فترة مبكرة منذ عصر النهضة الأوروبية، فظهرت في فرنسا أول مجلة متخصصة عام 1665 م عرفت باسم "العلماء" إلا أن القرن التاسع عشر يعد المرحلة الحقيقية للصحافة المتخصصة بأشكالها و أهدافها فظهرت الملاحق المتخصصة في الصحف الغربية ثم تلاها ظهور صحف متخصصة بذاتها.(2) و اهتمت الدول المتقدمة بالصحافة المتخصصة إذ وجدت فيها مميزات التقدم و الازدهار في جميع مجالات الحياة، لقد نكر تقرير اليونسكو بأن الصحافة المتخصصة ازدهرت و تزايدت أهميتها في وقت تزايدت فيه صعوبات الصحافة العامة حيث قسم التقرير الصحافة الدورية إلى صحافة عامة تستهدف التوزيع الجماهيري، و مطبوعات تخاطب نوع خاص من الجمهور، كما أكد التقرير على أهمية الصحافة المتخصصة كونها تقوم بما هو أكثر من مجرد نقل المعلومات إذ تهيب منبرا للمناقشة و لنشر الأفكار و لتبادل الخبرات و التجارب، و ظهرت الصحافة المتخصصة و ترسخت بداية في الدول المتقدمة بسبب مبدأ التخصص و تقسيم العمل. إلا أن الصحافة المتخصصة بمعناها الصحيح و أنماطها و أهدافها الحديثة ظهرت في القرن ترسخت أكثر مع بداية القرن العشرين

(1) عبد الرزاق علي الهيتي، الصحافة المتخصصة، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، بدون طبعة 2010، ص ص: 14، 15.

(2) المرجع نفسه، ص ص: 10، 12.

خاصة مع زيادة حجم الإعلان الذي اجتذبه هذه الصحافة مقارنة مع الصحافة العامة.(1) ففي فرنسا توجد على سبيل المثال أربعين مجلة نسائية متخصصة في الوقت الذي يتراجع فيه توزيع الصحف العامة بنسبة 3.35 % فيما يزداد توزيع الصحف المتخصصة بنسبة 10.2 % في حين تحصل الصحف الفرنسية المتخصصة على 31.2 % من حجم الإعلانات الصحفية، كما تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية عشرة آلاف مجلة من بينها ثمانية آلاف مجلة متخصصة و في كل عام تصدر في هذا البلد 200 مجلة جديدة من بينها 140 مجلة متخصصة.(2) أما في الوطن العربي، بعد غزو نابليون لمصر و إحضاره للمطابع ازدهرت حركة الطباعة و نمت الصحافة ففي عهد محمد علي باشا الذي أراد تأسيس دولة حديثة من خلال اهتمامه بالتعليم و إرسال البعثات العلمية إلى أوروبا التي أدت إلى انتقال الأفكار الأوروبية و انتشار التعليم، قام بإصدار "الجريدة العسكرية" عام 1833 م كوسيلة للربط بين الجيش و النظم العسكرية و كان هذا مؤشرا ببزوغ عهد الصحافة المتخصصة، التي بدأت عسكرية إلا أنها اتجهت بعد ذلك إلى المجال الاقتصادي بصدور جريدة "الحوادث التجارية و الإعلانات الملكية" عام 1847 م التي اهتمت بكافة أوجه النشاط الاقتصادي آنذاك.(3)

2.2.2 مستويات و وظائف الصحافة المتخصصة:

قبل التطرق لمستويات الصحافة المتخصصة رأينا أنه يجدر بنا الإشارة إلى أنواع الصحافة المتخصصة التي بدورها تنقسم إلى قسمين: النوع الأول يتمثل في الصحف المتخصصة التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء، و النوع الثاني يتمثل في الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء.

(1) شفيق حسنين، مرجع سابق، ص: 27.

(2) فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1986، ص: 3.

(3) ماجدة عبد المرزي، الصحافة المتخصصة: إشكالية الواقع و آفاق المستقبل، دار العالم العربي

القاهرة، بدون طبعة، 2010، ص ص: 17، 20.

أ) مستويات الصحافة المتخصصة:

و من خلال ما سبق يمكن تقسيم الصحافة المتخصصة إلى ثلاث مستويات بحيث تكون شاملة لجميع أنواعها، و تتمثل المستويات الثلاث للصحافة المتخصصة فيما يلي: (1)

• المستوى الأول: و يوجد في الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية العامة و المجالات الأسبوعية العامة و هي موجهة للقارئ العادي الذي غالبا ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية و الأسبوعية من معلومات و أخبار حول مجالات النشاط الإنساني المتعددة كالسياسة و الاقتصاد و الاجتماع و الأدب و العلم و الفكر و الدين، و تشكل المعلومات التي تنشرها الصفحات المتخصصة جوهر الثقافة العامة التي يتحصل عليها المواطن العادي القارئ للصحف.

• المستوى الثاني: و يوجد في الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية و تقدم مادتها للقارئ المتوسط الثقافة الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية عن نشاط أو مجال معين.

• المستوى الثالث: و يوجد في الصحف و المجالات العلمية المتخصصة و عادة تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية، و هي تتابع نشر أحدث الأبحاث و الدراسات الجديدة في مجال تخصصها و هي موجهة إلى القارئ ذو مستوى ثقافي عالي و قد تكون بديلا عن الكتاب مثل الصحف المخصصة للطب و الهندسة و القانون.

و فيما يتعلق بدراستنا فهي تختص بالمستوى الأول تحديدا الصحافة الاقتصادية.

و على ضوء ما سبق توجد صحف عامة و صحف متخصصة، فالصحف العامة تكون متنوعة بحيث تشمل جميع المجالات الإنسانية في المجتمع، في حين لا تهتم الصحف المتخصصة سوى بالطبقة الاجتماعية التي تعبر عنها الفئة المهنية التي تمثلها أو بالمجالات

(1) فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، المرجع السابق، ص ص: 5، 6.

التي تتخصص فيها، كذلك تهتم الصحف العامة بنشر الأخبار في حين لا تركز الصحف المتخصصة إلا على الأخبار الخاصة بها. و يصعب على الصحافة المتخصصة منافسة الصحافة العامة و تتركز هذه الصعوبة في التباين الحاد بينهما في ثلاث مستويات:

- حجم الناس المتلقين.
- التطور التقني و الفني.
- ثقلهما في وسائل الإعلام.(1)

ب) وظائف الصحافة المتخصصة:

تقوم الصحافة المتخصصة بوظائف الصحافة المتعارف عليها و التي سبق أن تطرقنا إليها سابقا و لكن بصورة أكثر عمقا في المجال الخاص بها، و يعد العمق في المعالجة السبب الرئيسي في انتشار الصحافة المتخصصة مع وجود اهتمامات خاصة لدى القراء و التطورات التي واكبت العالم في مختلف المجالات، ليصبح من الضروري أن تعبر الصحافة عن هذه الاهتمامات الخاصة باستخدام تلك التطورات، و تم تحديد وظائف الصحافة المتخصصة في ما يلي:(2)

- تقديم الأخبار و المعلومات الدقيقة و التفصيلية حول موضوعات محددة تهم فئة معينة من القراء سواء كانوا متخصصين أم لهم اهتمامات حول هذه الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية و من ذلك ما تنشره الصحف و المجلات المتخصصة في مجال العلوم و التكنولوجيا و الرياضة و النقد و الأدب.
- المساعدة على التربية و التنقيف و شغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية مثل ما تقدمه صحافة الأطفال و الشباب.
- إحاطة القراء بتطورات العصر الذي يعيشونه و دوافعه في مختلف أنحاء العالم بنشر أحدث المبتكرات في مجال التخصص.

(1) شكرية كوكز السراج، مرجع سابق، ص: 134.

(2) شفيق حسنين، مرجع سابق، ص ص: 33، 34.

- إعطاء الفرصة للمتخصصين و الخبراء للاقتراب من القراء و تقديم ما لديهم من معلومات و خبرة و بما يحقق فائدة أكبر و عدم الاقتصار على الصحفيين الذين يلمون إلماما عاما بالموضوع الذين يكتبون فيه، و هذا ما يساعد على صنع محررين متخصصين.
- تجديد فنون الإخراج الصحفي و أساليبه حسب كل مجال من حيث الألوان و الصور...إلى غيرها من أمور الإخراج الصحفي.

و على ضوء هذه الوظائف تتجلى بعض المميزات الخاصة بالصحافة المتخصصة و التي تتمثل في الآتي:(1)

- معرفة الإنسان لمجال نشاطه معرفة دقيقة و بإمكانية استنباط نتائج مهمة من أجل الممارسات المقبلة.
- معالجة القضايا الملحة و الإدلاء بأدلة واضحة و مقنعة.
- إقامة علاقات شخصية مستمرة مع الناس.
- تسهم مساهمة فعالة في نشر المعرفة و المعلومات التخصصية و متابعة تطورها و الدعم المتواصل لمبادرات الإبداع.

3.2.2 الصحافة الاقتصادية:

أ) مفهوم الصحافة الاقتصادية:

تعرف الصحافة الاقتصادية على أنها تلك التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية و الفرعية، و تركز عليه بشكل مباشر و على تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة، و تتسم بأنها جادة تتعامل مع مضمون جاد و تعتمد بشكل أساسي على المعلومات و البيانات و الإحصاءات و الأرقام بحيث هي تتخطى الحدث إلى تحليله و تفسيره و ربطه بغيره من الأحداث أو المسببات و النتائج.(2)

(1) شكرية كوكز السراج، مرجع سابق، ص: 135.

(2) ابراهيم اسماعيل، الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، بدون طبعة، 2001 ص: 275.

تعد الصحافة الاقتصادية من أهم دعائم الاقتصاد الوطني فهي لا تكفي بدورها فقط في إيصال المعلومة لدي المتلقي فحسب وفقا للمفهوم التقليدي للصحافة، وإنما تتعداه إلي تدعيم الاقتصاد القومي علي الساحة العالمية وإزكاء مفاهيمه في الساحة المحلية. وتشمل الصحافة الاقتصادية كافة مناحي الاقتصاد من استثمار وأعمال وصناعات، وغيرها. (1)

ب) مستويات الصحافة الاقتصادية:

بما أن الصحافة الاقتصادية تدخل في إطار الصحف المتخصصة، و لهذا قسمنا مستويات الصحافة الاقتصادية تبعا لتقسيم مستويات الصحافة المتخصصة إلى المستويات التالية:

- الأبواب و الصفحات الاقتصادية في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية و الجرائد الأسبوعية، و المجلات العامة.
- 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 التعليمية و الجنسية تصدر غالبا أسبوعية، أو نصف شهرية.
- الصحف الاقتصادية المتخصصة و تتوجه إلى جمهور متخصص من الدارسين و الأكاديميين في مجال الاقتصاد و معظم ما ينشر فيها هو عبارة عن دراسات علمية و أكاديمية و تصدر غالبا شهرية أو فصلية.

ج) وظائف الصحافة الاقتصادية:

تتمثل وظائف الصحافة الاقتصادية في ما يلي: (2)

- تغطية الأحداث الاقتصادية بشكل دقيق و صحيح و شامل.

(1) طه عبد الرحمن، الصحافة الاقتصادية مشكلات و حلول، مقالة منشورة بتاريخ 2011/08/27

على الساعة 20.34 على الموقع <http://www.eqttesady.com> آخر زيارة بتاريخ

2013/03/24.

(2) ابراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص ص: 276، 277.

- تقديم الخلفيات و التفسيرات التي توضح الأحداث الاقتصادية و تضعها في سياقها السليم.
- طرح كافة الآراء حول القضايا الاقتصادية المختلفة و مساعدة القراء من خلال النقاش و الحوار على تكوين رأي و فهم سليم حول هذه القضايا.
- تقديم المادة التي تساعد القراء في التعرف على كيفية الحصول على الخدمات المتاحة في المجتمع من استهلاكية و صحية و تعليمية و صيانة و الحصول على القروض و الائتمانات البنكية...إلى غيرها.
- حث الجماهير و تعويدها على المشاركة في إدارة مجتمعها و المساهمة في النشاط الاقتصادي بشكل يجعلها مشاركة في القرار الاقتصادي.
- الإسهام في دعم و مؤازرة قضايا التنمية الشاملة للمجتمع في كافة المجالات و ذلك من خلال تقديم جميع المعلومات الصحيحة و الكاملة التي تكفل مشاركة المواطنين في اتخاذ القرارات التنموية و المشاركة في وضع الخطط التنموية و الاعتماد على الموارد الذاتية و الكشف عن الفساد و المعوقات التي تعترض طريق الإنتاج.

4.2.2 تحرير و مصادر المادة الصحفية الاقتصادية:

أ) الأنواع الصحفية لتحرير المادة الاقتصادية:

تستخدم كافة الفنون الصحفية من خبر و تقرير و تحقيق و مقابلة و مقال في تحرير المادة الصحفية الاقتصادية و جرى تقسيم الأنواع الصحفية المستخدمة لتحرير المواضيع الاقتصادية كالتالي: (1)

- أنواع إخبارية: و تركز على التقارير الإخبارية التي تقوم على عرض الوقائع و الأحداث الاقتصادية مع خلفياتها التاريخية و الوثائقية و القيام بتقييم موضوعي لهذه البيانات و المعلومات و وضعها في إطارها العلمي و الوصول إلى خلاصات و استنتاجات لدلالات الحدث، و الاستعانة بالقصة الخبرية الشاملة التي تقوم بتغطية كاملة لأحداث متعددة

(1) ابراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص ص: 288، 290.

و يفضل تجنب الأخبار القصيرة إذا لم تقدم إجابات حول كل جوانب الخبر.

• **الأنواع التفسيرية و الاستقصائية:** و تشمل التحقيقات التي تتناول ظواهر أو مشكلات معينة و الاهتمام بالحملات المخططة و التي توظف التحقيق و المقال و المقابلة لتحقيق أهدافها المحددة مسبقا و تقييمها، و هذه الأشكال التفسيرية تمكن المحرر الاقتصادي من مهمته الرقابية.

• **أنواع مادة الرأي:** و تركز على استخدام المقال التحليلي الذي يحلل الظواهر تحليلا دقيقا باستخدام الإحصائيات و البيانات ذات العلاقة، و تخصيص مساحة لتعليقات القراء و انطباعاتهم و ردود أفعالهم اتجاه القضايا و الأحداث الاقتصادية.

• **أنواع مواد الخدمات:** و تشمل القصص الإخبارية التي تقدم نماذج اقتصادية ناجحة إضافة إلى خدمات القوائم مثل أسعار العملات و المعادن و حركة تداول الأوراق المالية و أسعار السلع الأساسية.

و من خلال ما سبق يتضح لنا أن الأنواع الصحفية لتحرير المادة الصحفية الاقتصادية هي نفسها فنيات التحرير الصحفي في الصحافة المكتوبة و التي سبق و أن أشرنا إليها سابقا و بالتالي فليس المطلوب أن يكون محرر المادة الصحفية الاقتصادية اقتصادي، و لكن على الأقل يجب أن تتوافر لديه بعض الأمور إضافة إلى ما يجب أن يتمتع به الصحفي بشكل عام. فالصحفي أو المحرر الاقتصادي هو الذي يقوم بتغطية أبناء المال و الاقتصاد و مناقشة القضايا و المشكلات الاقتصادية و مدى تأثيرها على جوانب الحياة المختلفة و عليه فمن الصفات التي يجب أن يتحلى بها المحرر الاقتصادي ما يلي: (1)

• أن يكون قادرا على جعل أخبار المال و الاقتصاد مفهومة و مثيرة للاهتمام بأسلوب يكون في متناول القارئ العادي، لذلك يجب عليه وحتى إن لم يكن اقتصاديا أن يكون على دراية كافية بالمادة التي سيشرحها، و هذا ما يتطلب فهمة للمصطلحات الاقتصادية المختلفة ليستطيع تبسيطها للقارئ و شرحها دون الإخلال في معناها و هذا ما يتطلب أن يتمتع

(1) ابراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص ص: 278، 280.

المحرر الاقتصادي بثقافة اقتصادية عالية.

• أن يتمتع المحرر بالدقة الشديدة لأنه من الصعب تدارك الأخطاء و الأضرار التي قد تصيب الأفراد و المؤسسات نتيجة خطأ أو عدم الدقة في الأرقام و البيانات المنشورة حتى لو تم تصحيحها في أعداد لاحقة.

• يجب أن يتصف بالأمانة العلمية في جمع المعلومات و تحليلها و تفسيرها، فهو في هذا شأنه شأن الباحث العلمي و أن تكون مصلحة القارئ نصب عينيه أولاً، و أن يكون الهدف هو إيصال المعلومة الصحيحة و الدقيقة و الكشف عن الفساد و الانحراف و معوقات التنمية دون الإضرار بجهة معينة أو شخص معين.

(ب) مصادر المادة الصحفية الاقتصادية:

تمثل بعض المجالات مصادر هامة أكثر من غيرها كمادة تحريرية للصحفي و من أهم هذه المجالات ما يلي: (1)

- المعاملات و المبيعات العقارية و خاصة الإنشاءات الجديدة.
- النشاط المصرفي و التمويل و خاصة ما يتعلق بسياسات القروض و أسعار الفائدة و إنشاء مصارف جديدة.
- الابتكارات التكنولوجية في مختلف القطاعات الصناعية و الزراعية و العقارات و الخدمات الترفيهية و التجزئة.
- المتغيرات في سوق العمل و ما يتعلق بالتوظيف و الأجور و التشريعات و القوانين المتعلقة بهذه السوق.
- السياحة و الفنادق و كل ما يتعلق بتحسينات البنى التحتية و عوامل جذب السياح.
- قطاع التجزئة شاملة المؤسسات الصغيرة و المتاجر إلى غيرها من مستلزمات استهلاكية.

(1) منى عيد أبو جامع، مرجع سابق، ص: 41.

● قطاع الزراعة و التصنيع الغذائي.

أما المصادر الحية و التي يمكن أن تفصح عن الأحداث و التغيرات في هذه المجالات و التي دوما ينصح الصحفي بأن يرتبط معها بعلاقة حسنة، دون أن يتمادى في هذه العلاقة بما يؤثر على مصداقيته، بحيث يجب أن تحدها حدود المصلحة المشتركة و أن تكون أقرب الى العلاقة التجارية التبادلية التي يقوم فيها المصدر بإمداد الصحفي بالمعلومات و الأخبار في مقابل ما يجنيه من وراء نشر هذه الأخبار من منافع مثل التشهير و الإعلان الغير مباشر للجهة ذات العلاقة بالخبر.

و تتمثل المصادر الحية في ما يلي: (1)

- وزراء و كبار المسؤولين في المجموعة الاقتصادية.
- المدراء و المسؤولون عن المؤسسات المالية و الاقتصادية و الشركات الصناعية و الإنتاجية.
- أفراد البعثات الاقتصادية و الصناعية و الفنية المتصلة بشؤون الإنتاج و الصناعة المرسلة إلى الخارج.
- المراكز و الأقسام الاقتصادية التابعة للجهات المختلفة.
- مكاتب الخبراء الاقتصاديين و المحاسبين التجاريين و القانونيين و أساتذة الجامعات و رجال الجمارك و الضرائب.
- المؤتمرات الاقتصادية و الصناعية و الإنتاجية و المعارض في الداخل و الخارج.
- النقابات و التجمعات المهنية ذات العلاقة و اتحادات العمال.
- رجال المصارف و البنوك و الأسواق المالية.
- جماهير المستهلكين و المتعاملين في مختلف الدوائر الاقتصادية.
- اجتماعات مجالس إدارات الشركات و المصارف و ما تتخذه من قرارات و توصيات.

(1) ابراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص: 281.

إضافة إلى التقارير و الأبحاث و المجلات التي تصدرها مراكز البحوث و كليات التجارة و الاقتصاد و إدارة الأعمال و الجهات المتصلة بالأنشطة التنموية و الاقتصادية، و مراكز المعلومات و التقارير السنوية التي تبين موازنة الدول و ميزانيات الوزارات المختلفة.

و ما يمكن استخلاصه حول مصادر المادة الصحفية الاقتصادية فهي تعتمد بشكل كبير على المصادر الخارجية على حسب ما سبق تناوله بخصوص مصادر الصحافة المكتوبة و التي سبق و أن ذكرناها في السابق، و هذا ما يعبر عن دور التخصص في مجال الصحافة المكتوبة و وسائل الإعلام بصفة عامة.

تمهيد:

عرفنا في الفصول السابقة كل ما يتعلق بالجوانب النظرية للموضوع، بدأ بتحديد مشكلة الدراسة و طرح اشكالياتها وصولا إلى محاولة الإحاطة بمختلف القضايا و الأمور المتعلقة بالصحافة المكتوبة و الصحافة المتخصصة، و لتكملة خطوات الدراسة و تنسيقها و على ضوء ما طرح سنحاول في هذا الفصل الثالث و الأخير تناول الإطار المنهجي للدراسة من خلال تحديد المنهج المتبع الذي يكفل لنا الحصول على نتائج دقيقة و عرض أداة الدراسة المتمثلة أساسا في أداة تحليل المضمون و تحليل مجتمع البحث و عينة الدراسة و أسباب اختيارها، كذلك سنحدد في هذا الفصل نوع العينة و حجمها بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات و فئات و وحدات التحليل و كل ما يتعلق بخطوات المنهج المتبع و التي سنتحدث عنها بشيء من التفصيل، كما يتضمن هذا الفصل تحليل الجداول و تفسير نتائجها كميًا و كيفيا بما يتيح لنا الإجابة على تساؤلات الدراسة بغية الوصول إلى نتائج الدراسة.

1.3 المنهج و الأساس العلمي للدراسة:

1.1.3 منهج الدراسة:

إن طبيعة الظاهرة، و ميدان البحث هما اللذان يفرضان على الباحث طبيعة المنهج المناسب لاستقصاء الحقائق و المعلومات و الوصول إلى نتائج. و يعرف المنهج عند المسلمون في القرون الوسطى و على رأسهم "عبد الرحمن ابن خلدون"، و ابن تيمية" على أنه عبارة عن مجموعة من القواعد المصوغة التي يعتمد عليها الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة و التحليل.(1) و في العصر الحديث في أوربا عرفه بعض العلماء على رأسهم "دور كايم" بأنه مجموعة الخطوات العلمية الواضحة و الدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة.(2) و استخدمنا في هذه الدراسة منهج المسح بهدف معرفة معالجة الصحافة اليومية الجزائرية للقضايا الاقتصادية و هو ملائم باعتباره يقوم بوصف الظاهرة كما هي في الواقع و يعبر عنها تعبيراً كمياً و كيفياً حيث يعطينا وصفاً رقمياً كما أنه يقدم لنا التحليل و التفسير بشكل علمي بحت و بصفة دقيقة عن المعلومات و الخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضع الدراسة، و يعتمد منهج المسح نظام العينات التي يجب أن تكون ممثلة لمجتمع البحث للحصول على نتائج و استنتاجات ذات درجة عالية و معقولة من المصادقية حيث يمكن تعميم نتائجها. و "يعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية بـ: la méthode d'enquête. أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث الشواهد و التجارب و الوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات و المعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود".(3)

(1) عبد الناصر جندلي، تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2005، ص: 12.

(2) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية

الجزائر، طر، 2010، ص: 12، 13.

(3) أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2003، ص: 286.

و يمكن القول بأن منهج المسح هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك (1)

كما استخدمنا أسلوب المقارنة و ذلك بغية تحديد الفروق الموجودة بين يوميتي "الخبر" و "الوطن" من خلال تناولهما للقضايا الاقتصادية.

2.1.3 أداة الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على أداة تحليل المضمون من أجل التحليل الكمي و الكيفي للصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية باعتبارها تقنية بحث للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال، و يعرف "سمير محمد حسين" تحليل المضمون على أنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي تستخدم خاصة في ميدان الإعلام، لوصف محتوى و مضمون المادة الإعلامية المراد تحليلها و ذلك بما يخدم مشكلة البحث و تساؤلاته و فرضياته الأساسية (2) و هناك من يعرفه أيضا بأنه: "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى و العلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في المحتوى". (3) كما تعرف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المحتوى بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة و المسموعة و المرئية و ذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل و تقسيمها و تحليلها كميًا و كيفيًا على أساس خطة منهجية منظمة. (4)

(1) أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص ص: 286، 287.

(2) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2007، ص: 6.

(3) عامر مصباح، مرجع سابق، ص: 99.

(4) عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام: الدراسات الميدانية: تحليل المحتوى: العينات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1993، ص: 208.

و تحليل المضمون أو تحليل المحتوى يعتبر أداة بحث متميزة في الدراسات الإعلامية في الماضي و الحاضر، بحيث هي إحدى وسائل دراسة الاتصال من حيث طبيعته، معانيه المتميزة، و القائمين بالمخاطبة و الكتابة أو نقل الأفكار و المعاني إلى بعضهم البعض.⁽¹⁾

3.1.3 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أعداد صحيفتي "الخبر" و "الوطن" جميعها الصادرة خلال الفترة الممتدة من 2012/11/01 إلى 2013/02/28، و حددت هذه الفترة المجال الزمني للدراسة يرجع أساسا إلى كون هذه الفترة تمس نهاية سنة 2012 و بداية سنة جديدة 2013، بحيث فترة نهاية السنة بالتحديد تمتاز بتقديم الحصيلة السنوية للنشاط الاقتصادي في مختلف القطاعات (العامة و الخاصة) و تقديم كل ما هو جديد في يتعلق بهذا الجانب، و بلغ حجم المجتمع الأصلي للدراسة 238 عددا، مقسمة على 119 عدد لجريدة "الخبر" من العدد (6881 إلى 6999)، و 119 عدد لجريدة "الوطن" من العدد: (6703 إلى 6804) التي تمثل كل أيام الأسبوع ما عدا يوم الجمعة الذي يعتبر عدد خاص يعرف بـ: « EL Watan Week-end » و يحمل رقم خاص من العدد: (186 إلى 202).

و تم اختيار هاتين اليوميتين على أساسين: الأول باعتبارهما جريدتان تنتميان إلى المستوى الأول من الصحافة المتخصصة (تحتوي على صفحات اقتصادية) بحيث هي صحف عامة تنشر مادة متخصصة. و الأساس الثاني من خلال تقرير التنظيم المهني الفرنسي المستقل (OJD) (Office de Justification de Diffusion) لسنة (2011 م) بخصوص معدل توزيع الصحف الجزائرية و الذي جاءت حسبه يومية "الخبر" في المرتبة الثانية في بعد يومية "الشروق" بمعدل سحب 465277 نسخة يوميا و باعت منها حوالي 398597 نسخة، في حين جاءت في المرتبة الثالثة و الرابعة على التوالي يوميتي النهار بـ 365005

(1) عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1 2013، ص:46.

نسخة يومية و الوطن بـ 133619 نسخة يوميا⁽¹⁾ و بالتالي نلاحظ من خلال هذا التقرير أن يومية "الوطن" احتلت المرتبة الأولى بالنسبة للصحف اليومية الجزائرية الصادرة باللغة الفرنسية، في حين أن اختيار يومية "الخبر" مع احتلالها للمرتبة الثانية يرجع لعدم وجود صفحات اقتصادية على مستوى يومية "الشروق".

4.1.3 عينة الدراسة و طريقة اختيارها:

وقد اعتمدنا في أسلوب اختيار عينة الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة و هذا ما يساعد على مسح مسافة كل أعداد و جميع أيام الأسبوع في الفترة ما بين 2012/11/01 إلى 2013/02/28 لتعميم النتائج بعد ذلك على كل مجتمع البحث. و شملت العينة 12 عدد من الصفحات الاقتصادية في كل جريدة، " و يعتبر هذا العدد في نموذج "ستامبل" « Guido H. Stempel » كاف في معرفة بنية الصحيفة و أشكالها عامة و أبعد من ذلك قد يكون تضييع في زمن الباحث و جهده⁽²⁾. تم تحديد حجم عينة الدراسة بـ: 10% من محجم المجتمع الأصلي للدراسة والذي تمثل في 24 عدد (12 لكل جريدة)، ثم حدد طول مسافة اختيار كل مجموعة بقسمة حجم مجتمع الأصلي على حجم عينة الدراسة م $= \frac{238}{24} = 9.91 \cong 10$. و جرى اختيار العدد الأول بطريقة عشوائية من الأيام العشرة الأولى من الشهر و سحب عشوائيا العدد ستة (6). وبهذا فالعدد الأول من جريدة "الخبر" هو العدد 6886 و العدد الأول من جريدة الوطن هو العدد 6707، و العدد الثاني هو العاشر بعد العددي الأولين.

والجدول رقم (1) أدناه يبين الأعداد التي تكونت منها عينة الدراسة.

(1) جمال لعلامي، شهادة تصديق "أو جي دي" تثبت تصنيف "فوربس": "الشروق" جريدة

الجزائريين الأولى في 2011، نشرت على الموقع: www.echouroukonline.com بتاريخ

2012/04/18 آخر زيارة بتاريخ 2012/12/02 على الساعة 21.30 سا.

(2) عبد الرحمن عزي و السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص: 220.

جدول رقم (01): يبين توزيع عينة الدراسة على جريدتي "الخبر" و "الوطن" حسب تاريخ الصدور و العدد.

الوطن (عدد)	اليوم/الجريدة	الخبر (عدد)	اليوم/الجريدة
6707	الثلاثاء 2012/11/07	6886	الثلاثاء 2012/11/07
*6715	الخميس 2012/11/15	*6895	الخميس 2012/11/15
6724	الاثنين 2012/11/26	6906	الاثنين 2012/11/26
6733	الخميس 2012/12/06	6916	الخميس 2012/12/06
6741	الأحد 2012/12/16	6926	الأحد 2012/12/16
6750	الأربعاء 2012/12/26	6936	الأربعاء 2012/12/26
6758	الأحد 2013/01/06	6946	الأحد 2013/01/06
6767	الأربعاء 2013/01/16	6956	الأربعاء 2013/01/16
*6776	الأحد 2013/01/27	6966	السبت 2013/11/26
6784	الثلاثاء 2013/02/05	6976	الثلاثاء 2013/02/05
*6792	الخميس 2013/02/14	*6985	الخميس 2013/02/14
6801	الاثنين 2013/02/25	6996	الاثنين 2013/02/25

كما هو مبين في الجدول رقم (1) أعلاه، نلاحظ أن عينة الدراسة قد مسحت مسافة كل أعداد مجتمع البحث الأصلي، حيث أنها مست جميع أيام الأسبوع باستثناء يوم الجمعة الذي يعتبر يوم عطلة و لا تنشر فيه الصحف الخاضعة للدراسة صفحات اقتصادية، كما نلاحظ كذلك من خلال نفس الجدول شمول العينة لكافة أشهر الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

- بالنسبة لجريدة الوطن فالصفحات الاقتصادية لا تنشر أيام عطلة الأسبوع (يومي الجمعة و السبت) فالرقم الذي عليه علامة يمثل العدد الذي قبل أو بعد العدد العشوائي للعينة، أما بالنسبة لجريدة الخبر فالصفحات الاقتصادية لا تنشر يوم الجمعة فقط و لذلك نفس الملاحظة.

5.1.3 أدوات جمع البيانات:

(أ) استمارة تحليل المضمون:

تماشياً مع المعالجة المنهجية للدراسة نحاول في هذا الإطار أن نوضح العملية التي من خلالها نتمكن من تجزئة محتوى المادة الإعلامية الاقتصادية إلى وحدات قابلة للعد و القياس بما يتماشى مع أهداف الدراسة و تساؤلاتها، حيث مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة و معاينة الدراسات السابقة و المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها، ثم صياغة الفئات الكبرى و الفرعية للاستمارة صياغة علمية و تم توزيعها على أربعة بنود كبرى:

✓ البند الأول: يتضمن البيانات الخاصة عن الوثائق محل الدراسة: اسم الجريدة، تاريخ الصدور و العدد.

✓ البند الثاني: يتضمن أولويات تناول الإعلامي للقطاعات و المجالات مصادر الأخبار.

✓ البند الثالث: يتضمن الجمهور المستهدف و أسلوب اللغة بالإضافة إلى شرح المفاهيم و توافر البيانات.

✓ البند الرابع: يتضمن الأنواع الصحفية و عناصر الإبراز بالإضافة إلى الحيز الذي تشغله المواضيع الاقتصادية.

و سوف نستعرض بالتفصيل وحدات و فئات التحليل التي حددناها بما يتماشى مع أهداف دراستنا و تساؤلاتها.

(ب) وحدات التحليل:

وحدة التحليل الكبرى في هذه الدراسة هي المادة الصحفية، وهي كل مادة صحفية بعنوان مستقل، مثل الخبر ، التقرير ... و المنشورة في الصفحات الاقتصادية لليوميتين محل الدراسة حيث قمنا بتحليل 128 مادة صحفية موزعة على: 58 مادة في جريدة "الخبر" و 70 مادة في يومية "الوطن" و ذلك تماشياً مع أهداف الدراسة كما اعتمدنا على وحدات تحليل أخرى تمثلت في وحدة الكلمة، و وحدة الجملة من أجل الكشف عن الكيفية التي تعاملت و تناولت بها الصحافة اليومية الجزائرية المواضيع الاقتصادية.

ت) فئات التحليل:

إن وضع فئات التحليل في البحث يخضع بالدرجة الأولى إلى طبيعة الأهداف المسطرة فيه، لأنه انطلاقاً من هذه الأهداف يتم تحديد الفئات المعمول بها والتي يضمن الباحث من خلالها العرض الموضوعي و الشامل للعناصر محل البحث.(1) و قد حددنا فئات التحليل في هذه الدراسة انطلاقاً من تساؤلات و أهداف البحث وجاءت كالتالي:

1- **فئة الموضوع:** و التي تستهدف الإجابة على السؤال: على ما يدور موضوع الصحف؟ و تستخدم أساساً بغرض الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى بالموضوعات المختلفة التي تعرضها الصحف.(2)

و يقصد بها في دراستنا الحالية مختلف المواضيع الاقتصادية التي تناولتها اليوميتين و بعد دراسة استطلاعية على عينة من الصحف تم تحديد الفئات الفرعية التالية:

- العقار: و هو مجال العقار بما في ذلك جميع أنشطة البناء من تجارة و إنتاج و عمل.
- البنوك و المصارف: و هي جميع الأنشطة و التطورات المتعلقة بالبنوك و المصارف.
- النقل و المواصلات: و يتضمن كل ما يتعلق بالمركبات المختلفة و الطرق و الموانئ و المطارات.
- الاتصالات: بكافة أنواعها السلكية و اللاسلكية و ما يتعلق بها من أنشطة و صفقات.
- الملتقيات و المعارض: بما في ذلك من اتفاقيات و استثمارات الدول الأخرى.
- الطاقة: بكافة أنواعها من منتجات البترول و كهرباء و غاز و تشمل أنشطة إنتاجها و أسعارها كل القضايا المتعلقة بسوق كل منها.
- القوانين و الرسوم الجمركية: بما في ذلك من برامج و مخططات تنموية.
- الزراعة: و ما يتعلق بأنشطتها بما في ذلك الثروة الحيوانية و المياه بكافة مصادرها.
- التأمين: و هو كل ما يتعلق به من أنشطة و علاقته بكافة النشاطات الأخرى.

(1) أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص: 265.

(2) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1992، ص: 147.

- السياحة: و هو كل ما له علاقة بتطور و تغيير في النشاط السياحي و الفنادق.
- المجال الطبي: و ما يتصل به من أنشطة اقتصادية من معدات و تجهيزات و الأدوية.
- الغذاء و التموين: كل ما يتعلق بقضايا الغذاء و التموين من السلع المختلفة و الأسعار.
- البورصة: و الأسواق المالية و كافة العملات المختلفة من تغير في أسعارها.
- الخدمات و التوظيف: كل ما يتعلق بالتوظيف و خدمات الصيانة و المعلومات.
- التعليم و التكوين: و تشمل الأنشطة الاقتصادية لكافة الجهات التعليمية الخاصة و الحكومية بما في ذلك الدورات التكوينية للعمال في كافة المجالات الاقتصادية.
- الصناعة و التصنيع: و هي كافة الصناعات المختلفة و أنشطتها غير الواردة في التصنيفات الأخرى بما في ذلك أنشطة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

2- فئة القطاع: قد جرى تعريف القطاع إجرائيا على أنه الجهة التي تنتمي إليها المؤسسة أو الحدث الذي نتحدث عنه المادة الصحفية. من المتعارف عليه أن هناك قطاعان رئيسيان هما القطاع العام و القطاع الخاص، و نظرا لأن القطاعان يشتركان في كثير من الأحيان في أنشطة اقتصادية، فقد حددنا أربع فئات في مجال القطاع و هي:

- القطاع العام: ويشمل المؤسسات التابعة للدولة و ما يترتب على ذلك من أنشطة اقتصادية قائمة على أساس ملكية الدولة لرأس المال و المنتجات.
- القطاع الخاص: و يشمل المؤسسات ذات الملكية الخاصة لأفراد أو جماعات.
- القطاع المشترك: و هي جميع الأنشطة التي يشترك فيها القطاعان: العام و الخاص.
- القطاع الأجنبي: و يشمل مختلف الأنشطة المتبادلة مع دول أخرى سواء كانت تابعة للقطاعين العام أو الخاص.

3- فئة التغطية الإعلامية: "و يستخدم التصنيف الجغرافي في فئة منشأ الحدث أو المعلومات للإجابة على الأسئلة الخاصة بتحديد مراكز اهتمام المحتوى بالأماكن أو الأقاليم أو المناطق الجغرافية في العالم".⁽¹⁾ و قد تم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية هي:

(1) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق، ص: 149.

- محلية: و تتضمن كل ما ينشر من أنشطة اقتصادية على المستوى الوطني.
 - عربية: و تشمل كافة الأنشطة الاقتصادية في الوطن العربي بما في ذلك كل ما يتعلق بالاتفاقيات و الشراكات الوطنية و العربية.
 - دولية: و تتضمن كل ما يتعلق بالنشاط الاقتصادي في باقي أنحاء العالم بما في ذلك التبادلات المحلية و الإفريقية، و المحلية العالمية.
- 4- فئة المصدر:** تستخدم فئة مصدر المعلومة للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة كالأشخاص، الصحف، وكالات الأنباء... الخ. (1) و تم تقسيم هذه الفئة إلى:
- مصدر داخلي: و تتمثل في المصادر الذاتية الخاصة بالصحيفة من مراسلين، صحفيين و مندوبين في الداخل أو الخارج.
 - مصدر خارجي: و هي المصادر العامة التي تتعامل معها الصحيفة لكنها لا تدخل ضمن هيئة التحرير الخاصة بها مثل وكالات الأنباء، الصحافة، الإذاعة و المطبوعات...
 - غير معطن: و يتمثل في المصدر غير المعطن عنه في المادة الصحفية.
- 5- فئة الجمهور المستهدف:** تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص؟ أم جمهور عام؟ هل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات؟ (2) و جرى تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية تمثلت في:
- جمهور عام: كافة القراء الذين لهم اهتمام بالمواضيع الاقتصادية.
 - جمهور خاص: المتمثل في المسؤولين و العمال و المستثمرين بصفة خاصة.
- 6- فئة أسلوب اللغة:** و هي للتعرف على أسلوب اللغة التي جاءت عليها المادة الصحفية الاقتصادية، سواء كانت بسيطة و مفهومة في متناول كافة القراء أو غير ذلك، و نظرا لخصوصية القضايا الاقتصادية فقد قسمنا هذه الفئة إلى ثلاث فئات فرعية هي:

(1) عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي، مرجع سابق، ص: 213.

(2) يوسف تمار، مرجع سابق، ص: 44.

- لغة صحفية: التي تكون مبسطة و مفهومة في متناول كافة القراء.
 - لغة علمية: التي تعتمد على البيانات و المصطلحات الاقتصادية التي توجه للأخصائيين.
 - لغة مختلطة: و التي تضم اللغتين الصحفية و العلمية في آن واحد.
- 7- فئة شرح المصطلحات:** عادة ما تكون في الكتابات الصحفية مصطلحات اقتصادية و مختصرات غير مشروحة و مفهومة لعامة القراء و قسمت هذه الفئة إلى:
- مصطلحات مشروحة و واضحة:
 - شرحت بمعدل متوسط:
 - شرحت بمعدل ضعيف:
 - لم تشرح:
- 8- فئة توافر البيانات الأساسية:** و هي توفر كامل البيانات الأساسية و المعطيات و الأرقام الخاصة بمعالجة قضية اقتصادية معينة بما في ذلك الإجابة على الأسئلة الصحفية المعروفة: من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ و لماذا؟ و قسمت هذه الفئة إلى:
- كافة البيانات متوفرة:
 - متوفرة بمعدل متوسط:
 - متوفرة بمعدل منخفض:
 - غير متوفرة:
- 9- فئة الأنواع الصحفية:** تستخدم فئة شكل المادة للتفرقة بين الأشكال و الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية ففي الصحف تكون: خبر، تحقيق، مقال ... أما في الإذاعة و التلفزيون تكون: حوار، حديث مباشر، تمثيلية... (1) و قد قسمت هذه الفئة إلى فئات فرعية الأكثر انتشارا بعد الاطلاع على بعض المواضيع الاقتصادية و هي:
- الخبر: يصف في دقة و موضوعية حادثة أو واقعة تهم أكبر عدد من القراء.
 - التقرير: يقوم بنقل تفاصيل الوقائع و الأحداث و الظروف المحيطة بها بموضوعية.

(1) عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي، مرجع سابق، ص: 213.

- التحقيق: يقوم بدراسة و تحليل و تفسير ظاهرة معينة أو مجموعة وقائع بالتركيز عليها للوصول إلى استنتاجات أو حلول بشأنها.
- الروبرتاج: يقوم بتصوير الواقع و نقله إلى الجمهور و يعتني بجمالية النص حتى انه يقال عنه هو تصوير بالكلمات.
- المقال: يقوم على شرح و تفسير الأحداث و القضايا التي تشغل الرأي العام و التعليق عليها بما يكشف عن أبعادها.
- المقابلة: تقوم على نقل أقوال شخصية ما حول موضوع أو حدث معين يهم رأيها القراء.
- **10- فئة العنوان:** و هو أحد أهم عوامل الإبراز في المادة الصحفية، بحيث يعبر عن مضمونها و يعمل على جذب انتباه القارئ، و في غالب الأحيان تنشر المادة الصحفية بعنوان رئيسي و إن لم يكن كاف يضاف إليه إما عنوان إشارة أو عنوان فرعي أو الاثنين معا ، و لهذا قمنا بتقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية هي:
 - عنوان رئيسي و عنوان فرعي:
 - عنوان رئيسي:
 - عنوان رئيسي و عنوان إشارة:
 - عنوان لرئيسي و عنوان فرعي و عنوان إشارة:
- **11- فئة الألوان:** و غالبا ما تكون المادة الصحفية من حيث الإخراج الفني إما:
 - بالأبيض و الأسود:
 - بالألوان:
- **12- فئة الصور و الرسومات:** و هي تلك الصور و الجداول التي تكون مرفقة للمادة الصحفية و تساعد على فهم مضمونها لإعطائه أكثر مصداقية و قسمت إلى فئتين هما:
 - متوفرة:
 - غير متوفرة:

13- فئة المساحة: "هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة... حيث أن عنصر الحجم أو الوقت يشيران إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع و تقديمه بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت، كان ذلك دليلا على ازدياد الاهتمام".⁽¹⁾ و بما أن الحامل للمادة الإعلامية في دراستنا يتمثل في الصحافة المكتوبة، فقد اعتمدنا على وحدة قياس السنتمتر المربع لقياس مساحة المواضيع الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة.

6.1.3 صدق و ثبات التحليل:

(أ) صدق التحليل: يهدف الصدق إلى تحليل اختبار مدى ملائمة الأسلوب المستخدم في قياس الظواهر التي يريد الباحث تحليلها و مدى قدرة أدواته على توفير المعلومات المطلوبة و عليه تم توزيع دليل الاستمارة على مجموعة من المختصين في موضوع الدراسة قصد النظر فيها و إبداء الملاحظات التي يمكن أن تزيدها وضوحا و دقة علمية.

و بعد النظر فيما أبداه الأساتذة من ملاحظات و تصحيح البعض منها، قمنا بتجربتها على عينة عشوائية من الجرائد و عددها (04) أعداد للنظر في العوائق المحتملة التي يمكن أن يصادفها التحليل الكمي للبيانات، كما تم تعديل على فئات التحليل الفرعية.

(ب) ثبات التحليل: و هو يعني قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاته بمعنى مع توفر نفس الظروف و الفئات، يمكن الوصول إلى نفس النتائج.

و بناءا على ذلك قمنا بتوزيع الدليل التعريفات الإجرائية على مختصين (أستاذ في الإعلام و أستاذ في الاقتصاد) الذين قاموا بترميز مؤشرات الفئات و تعريفاتها الإجرائية، و بتطبيق معادلة "هولستي" لقياس درجة التجانس بين المحللين و المتمثلة في: (معامل الثبات = 2 م تقسيم م + 1 م).⁽²⁾ حيث أن:

- م تمثل عدد الحالات المتفق عليها.
- 1م تمثل عدد الحالات التي رمزها المحكم الأول.
- 2م تمثل عدد الحالات التي رمزها المحكم الثاني.

(1) يوسف تمار، مرجع سابق، ص: 27.

(2) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص: 240، 241.

بما أن المحكمان اتفقا على 49 تصنيف من أصل 54 فئة فمعامل الثبات يكون كالتالي:

$$- \text{معامل الثبات} = \frac{98}{108} = \frac{(49)^2}{54+54} = 0.90$$

و هذه النسبة تؤكد صلاحية أدوات تحليل المضمون المستعملة في هذه الدراسة، بمعنى أن قيمة معامل الثبات تعطي مستوى مطمئن و ثقة عالية في النتائج.

7.1.3 أساليب تحليل البيانات:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة و الإجابة عن تساؤلاتها، استخدمنا برنامج حزمة التحليلات الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package For Social Sciences) « SPSS »، و قد اعتمدت الدراسة على استخراج التكرارات و النسب المئوية، كما استعانت بالجدول و الرسوم التوضيحية لعرض البيانات و نتائجها بالإضافة إلى الاستعانة بمقاييس إحصائية للتعرف على الوضعيات المختلفة للبيانات الخاصة بالظاهرة، من أجل التوصل إلى اكتشاف العلاقات السائدة بين المتغيرات المبحوثة، و تزامنا مع طبيعة متغيرات دراستنا الحالية استخدمنا معامل الارتباط الذي يحدد العلاقة القائمة بين متغيرين أو أكثر. بحيث اعتمدنا على معامل التوافق الذي يستخدم لإيجاد معامل الارتباط بين متغيرين كل منهما منفصل و لكن ليس بالضرورة أن يكون أي منهما منفصلا ثنائيا، بحيث يمكن أن يستخدم عندما يكون عدد الفئات في أحد المتغيرين أو كلاهما اثنين أو أكثر. (1) و هذا ما ينطبق على متغيرات دراستنا بحيث أن عدد الفئات في الغالب أكثر من اثنين لكل متغير تابع، أما المتغير المستقل تمثل أساسا في الأنواع الصحفية الذي عدد فئاته ستة. و تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95 % فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل، و هي النسبة المقبولة في العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

(1) فايز جمعة النجار و نبيل جمعة النجار و ماجد راضي الزغبى، أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، بدون طبعة، 2008، ص: 200.

8.1.3 تشخيص مفردات الدراسة:

(أ) **جريدة الخبر:** هي جريدة يومية جزائرية شاملة. صدر أول عدد لها عام 1990 و بعد مرور عشر سنوات من تأسيس الجريدة، صارت "الخبر" تمثل أول سحب في الجزائر بمعدل نصف مليون نسخة يوميا ولها نسختين إضافيتين في موقعها الإلكتروني بالإنجليزية والفرنسية. ويكمن سر نجاحها في قربها من المواطن الجزائري حيث احتضنت كل همومه وانشغالاته، حتى أصبحت الناطق باسمه تجاه السلطات العمومية. رئيس تحريرها "العربي زواق". و هي شركة ذات أسهم، توظف مؤسسة الخبر 215 شخصا منهم 72 صحفيا دائما و 03 مصورين وكاريكاتوريين كما تملك الخبر 48 مكتبا عبر التراب الوطني و 07 مكاتب في بلدان عربية وأجنبية، وحوالي مائة مراسل متعاون عبر الوطن. يبلغ متوسط سحب جريدة الخبر 480000 نسخة، مع العلم كذلك فقد تم إصدار جريدة الخبر يوم الجمعة و بهذا قد تكون أول صحيفة جزائرية تصدر يوم الجمعة، و هي تصدر في الغالب ب 28 صفحة كل منها على قياس (41 سم على 29 سم).⁽¹⁾

(ب) **جريدة الوطن:** هي جريدة يومية جزائرية عامة تصدر باللغة الفرنسية، تحتل المركز الثالث من حيث عدد المبيعات بعد جريدتي "الخبر" و "الشروق اليومي"، و هي الأولى في الجرائد الفرانكفونية تهتم بالأخبار الوطنية و المحلية و الدولية السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الرياضية و الفنية، رئيس تحريرها "عمر بلهوشات" تأسست بتاريخ 1990/10/08 و هي تصدر يوميا من السبت إلى الخميس، يحتوي كل عدد منها على 28 صفحة بقياس (41 سم على 29 سم)، و منذ تاريخ 2009/03/19 أصبحت تصدر يوم الجمعة بعدد يحمل عنوان عدد نهاية الأسبوع (El watan week-end).⁽²⁾

(1) مقال منشور على شبكة الانترنت، على الموقع: www.wikipedia.org. آخر زيارة بتاريخ 2013/04/12 على الساعة 19.30.

(2) المرجع نفسه.

2.3 تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

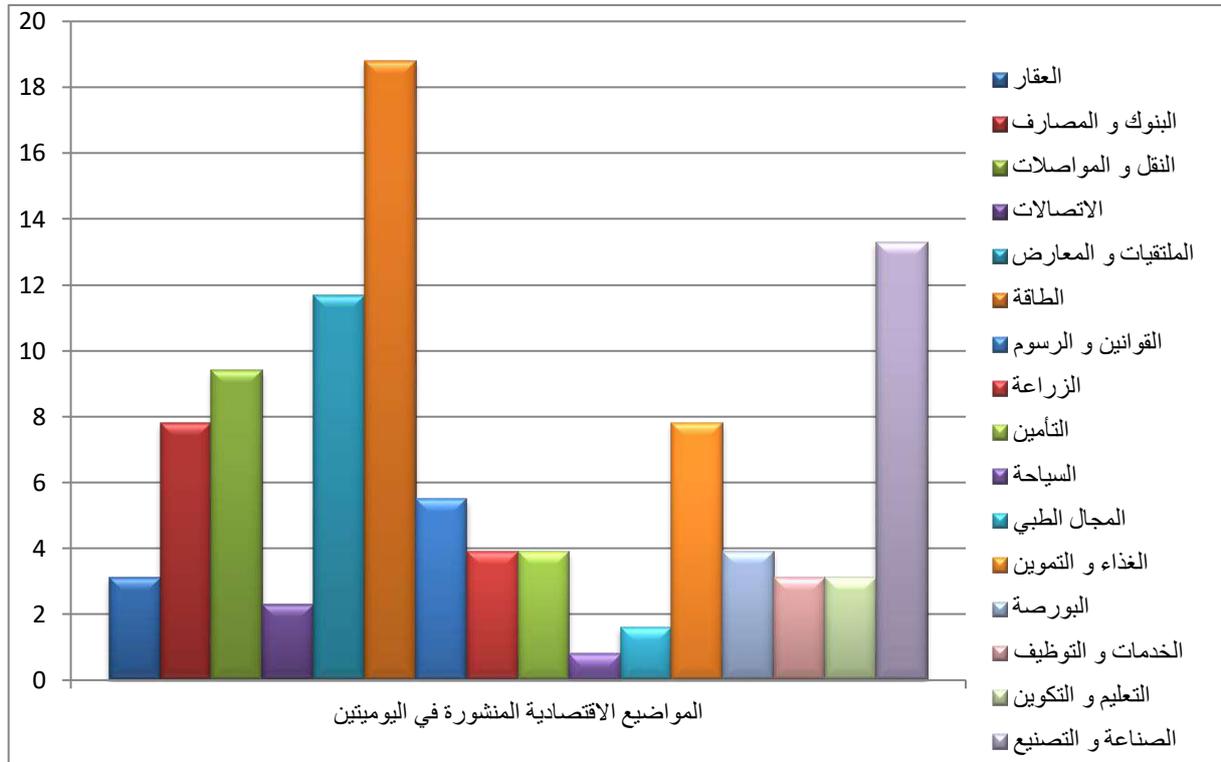
1.2.3 أولويات تناول الإعلامى للمجالات و القطاعات و مصادر الأخبار:

(أ) فئة الموضوع الاقتصادي:

جدول رقم (2): يبين موضوع المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الموضوع
%	ت	%	ت	%	ت	
3.1	04	4.3	03	1.7	01	العقار
7.8	10	12.9	09	1.7	01	البنوك و المصارف
9.4	12	7.1	05	12.1	07	النقل و المواصلات
2.3	03	00	00	5.2	03	الاتصالات
11.7	15	10	07	13.8	08	الملتقيات و المعارض
18.8	24	15.7	11	22.4	13	الطاقة
5.5	07	5.7	04	5.2	03	القوانين و الرسوم
3.9	05	2.9	02	5.2	03	الزراعة
3.9	05	4.3	03	3.4	02	التأمين
0.8	01	1.4	01	00	00	السياحة
1.6	02	00	00	3.4	02	المجال الطبي
7.8	10	14.3	10	00	00	الغذاء و التموين
3.9	05	2.9	02	5.2	03	البورصة
3.1	04	00	00	6.9	04	الخدمات و التوظيف
3.1	04	1.4	01	5.2	03	التعليم و التكوين
13.3	17	17.1	12	8.6	05	الصناعة و التصنيع
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (1) يبين المواضيع الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية الجزائرية.



تفاوتت نسبة المواد الإعلامية الاقتصادية التي خصصتها الصحافة اليومية الجزائرية لعرض القضايا الاقتصادية، فكما يشير الجدول رقم (02) أعلاه أن موضوع "الطاقة" أكبر القضايا الاقتصادية نسبة إذ بلغت (18.8 %) من مجموع نسب المواد الإعلامية التي عرضتها الصفحات الاقتصادية، و ما يفسر اهتمام الصحف بهذا الموضوع و إدراجه ضمن أولوياتها أنه "ما بين 80 – 90 % من الناتج الوطني يأتي من مداخل النفط و هو عامل مستقل، أي لا تتحكم فيه الدول المنتجة لا كدول منفردة و لا حتى داخل مجموعات." (1) و جاء موضوع "الصناعة و التصنيع" في المرتبة الثانية من اهتمام الصحف بنسبة

(1) محمد العربي ولد خليفة، النظام العالمي: ماذا تغير فيه؟ و أين نحن من تحولاته؟، مدخل لدراسة الهيكلة الجديدة للعالم من الحرب الباردة إلى الأحادية القطبية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر بدون طبعة، ص ص: 323، 324.

(13.3%) و تعرض الصحف عادة تحت هذا الموضوع مختلف الأنشطة الصناعية و التجارية، هذا ما يفسر تزايد الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل الإصلاحات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر بحيث يمكن القول اليوم أن مستقبل التنمية الوطنية يرتكز على هذا القطاع،⁽¹⁾ تلتها في المرتبة الثالثة المواضيع المتعلقة بـ "الملتقيات و المعارض" بما في ذلك من برامج تنموية و مشاريع مشتركة و اتفاقيات بين مختلف الدول بنسبة (11.7%)، و هذا ما يفسر اهتمامات الصحف الخاضعة للدراسة لهذا الموضوع الحساس مثل زيارة مبعوث الوزير الأول البريطاني إلى الجزائر لتجسيد مشاريع مبرمجة في العديد من القطاعات الاقتصادية، بحيث تسعى بريطانيا على خطى فرنسا لافتكك أكبر عدد من الصفقات العمومية.⁽²⁾ في حين احتل موضوع "النقل و المواصلات" المرتبة الرابعة بنسبة (9.4%). أما بالنسبة لموضوع حساس و مهم بالنسبة للتنمية الاقتصادية ألا و هو موضوع "السياحة" فلم تبدي الصحف الجزائرية اهتمام بهذا الأخير إذ جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (0.8%).

أما بالنسبة لأهمية المواضيع المنشورة في كلتا اليوميتين، فهناك اختلاف كبير في أهميتها على مستوى صفحات كل يومية، فحسب نفس الجدول يتضح لنا أن يومية "الخبر" أبدت اهتمامها على التوالي بمواضيع "الطاقة" بنسبة (22.4%)، "الملتقيات و المعارض" بنسبة (13.8%) ثم "النقل و المواصلات" بنسبة (12.1%)، في حين أن يومية "الوطن" الناطقة باللغة الفرنسية كان اهتمامها منصبا حول موضوع "الصناعة و التصنيع" بنسبة (17.1%) ليليه موضوع "الطاقة" بنسبة (15.7%) ثم موضوع "الغذاء و التموين" بنسبة (1.7%).

(1) سعيد بريش، (المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصناعية الخاصة في الجزائر: دورها و مكانتها في الاقتصاد الوطني)، مجلة آفاق، عدد 05 مارس، جامعة عنابة، الجزائر، 2001، ص: 27.

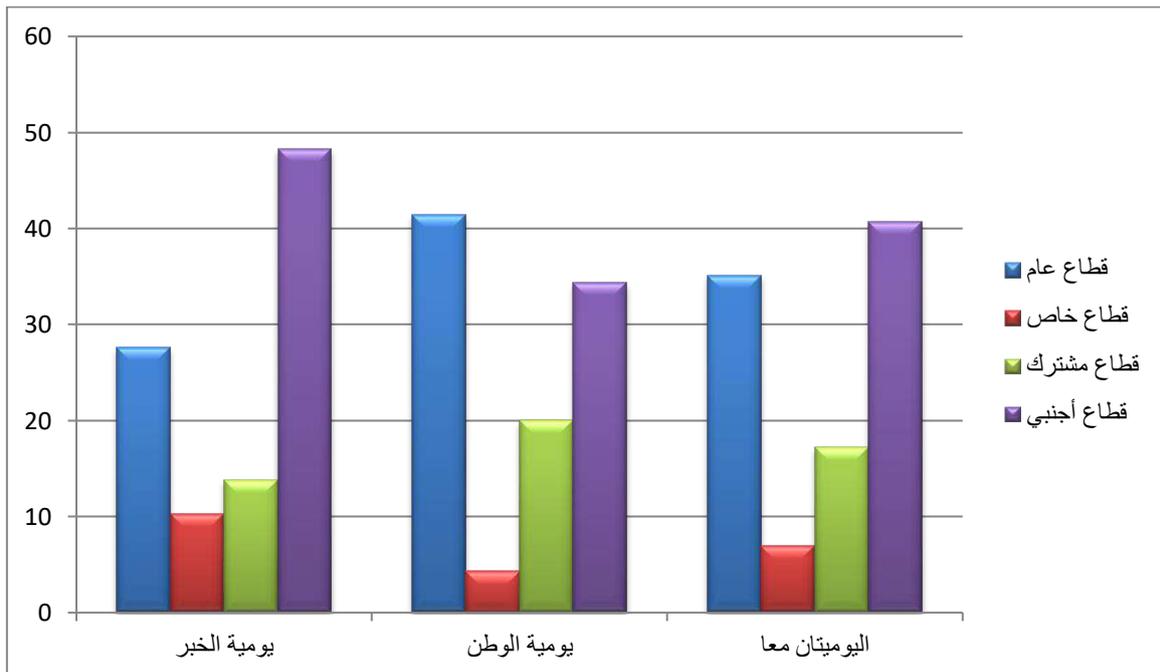
(2) سمية يوسف، بريطانيا على خطى فرنسا لافتكك أكبر عدد من الصفقات العمومية: لورد ريبسي يكشف عن توقيع وشيك لمشروعين في قطاع الصيدلة، الخبر، عدد 6916، 2012/12/06، الجزائر، ص: 9.

(ب) فئة القطاع:

جدول رقم (3): يبين القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية القطاع
%	ت	%	ت	%	ت	
35.1	45	41.4	29	27.6	16	قطاع عام
7.0	09	4.3	03	10.3	06	قطاع خاص
17.2	22	20	14	13.8	08	قطاع مشترك
40.7	52	34.3	24	48.3	28	قطاع أجنبي
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (2): يبين القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية.



أظهرت نتائج عينة الدراسة فيما يتعلق بالقطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية في اليوميتين كما هو مبين في الجدول رقم (03) أعلاه، أن غالبية المواد الإعلامية المنشورة في الصفحات الاقتصادية قد ركزت اهتمامها على تغطية القطاعين: "الأجنبي و العام"، حيث غطت المواد الخاصة بالقطاع الأجنبي نسبة (40.7 %) من مجموع الصحف الخاضعة للدراسة، و هذا ما يفسر السياسة الاقتصادية المتبعة في الجزائر بدخولها الاقتصاد العالمي الذي يعني موافقة الجزائر على المبادلات الحرة مع الاتحاد الأوروبي و الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة⁽¹⁾ و هو ما جعل الكثير من المستثمرين الأجانب يستثمرون في الجزائر، فيما غطت المواد الخاصة بالقطاع العام ما نسبته (35.1 %) من هذه المواد، و هذا ينطبق على يومية "الخبر" بنسب متقاربة بحيث ركزت اهتمامها على تغطية القطاعين بنسبة (48.3 %) للقطاع الأجنبي و نسبة (27.6 %) للقطاع العام على التوالي، في حين كان اهتمام يومية "الوطن" منصبا على تغطية القطاع العام بدرجة أولى بنسبة (41.4 %) و بدرجة أقل القطاع الأجنبي بنسبة (34.3 %)، أما بالنسبة للقطاعين "الخاص و المشترك" فلم تركز الصحف الخاضعة للدراسة اهتمامها على تغطية هذين القطاعين، حيث جاءت النتائج كما هو مبين في نفس الجدول بنسب ضئيلة و هو ما ينطبق على يوميتي "الخبر و الوطن". و يعكس هذا التباين توجهات الصحف اليومية الجزائرية نحو القطاعين الأجنبي و العام و نحو الاهتمام بالقضايا الخاصة بهذين القطاعين و هذا ما يفسر أولوية معالجة الصحف الخاضعة للدراسة للمواضيع المتعلقة بالطاقة و الصناعة و التصنيع و الملتقيات و المعارض بما في ذلك من استثمارات أجنبية، كما هو مبين في الجدول رقم (04) أدناه.

(1)Chaib khaled, le défi, éditions signe, Algérie, p :238.

علاقة القطاع بالموضوع:

جدول رقم (4): يبين القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الموضوع.

المجموع		أجنبي		مشترك		خاص		عام		القطاع الموضوع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	4	75.0	3	00	0	00	0	25.0	1	العقار
100	10	10.0	1	60.0	6	10.0	1	20.0	2	البنوك
100	12	41.7	5	33.3	4	8.3	1	16.7	2	النقل
100	3	00	0	66.7	2	33.3	1	00	0	الاتصالات
100	15	60.0	9	13.3	2	00	0	26.7	4	الملتقيات
100	24	45.8	11	00	0	00	0	54.2	13	الطاقة
100	7	42.9	3	28.6	2	14.3	1	14.3	1	القوانين
100	5	20.0	1	00	0	20.0	1	60.0	3	الزراعة
100	5	20.0	1	20.0	1	60.0	3	00	0	التأمين
100	1	00	0	00	0	00	0	100	1	السياحة
100	2	50.0	1	00	0	00	0	50.0	1	المجال الطبي
100	10	20.0	2	30.0	3	00	0	50.0	5	الغذاء
100	5	60.0	3	00	0	20.0	1	20.0	1	البورصة
100	4	25.0	1	00	0	00	0	75.0	3	الخدمات
100	4	25.0	1	25.0	1	00	0	50.0	2	التعليم
100	17	58.8	10	5.9	1	00	0	35.3	6	الصناعة
100	128	40.6	52	17.2	22	7.0	9	35.2	45	المجموع
0.006	قيمة المعنوية (sig)			0.629	معامل التوافق (contingency coefficient)					

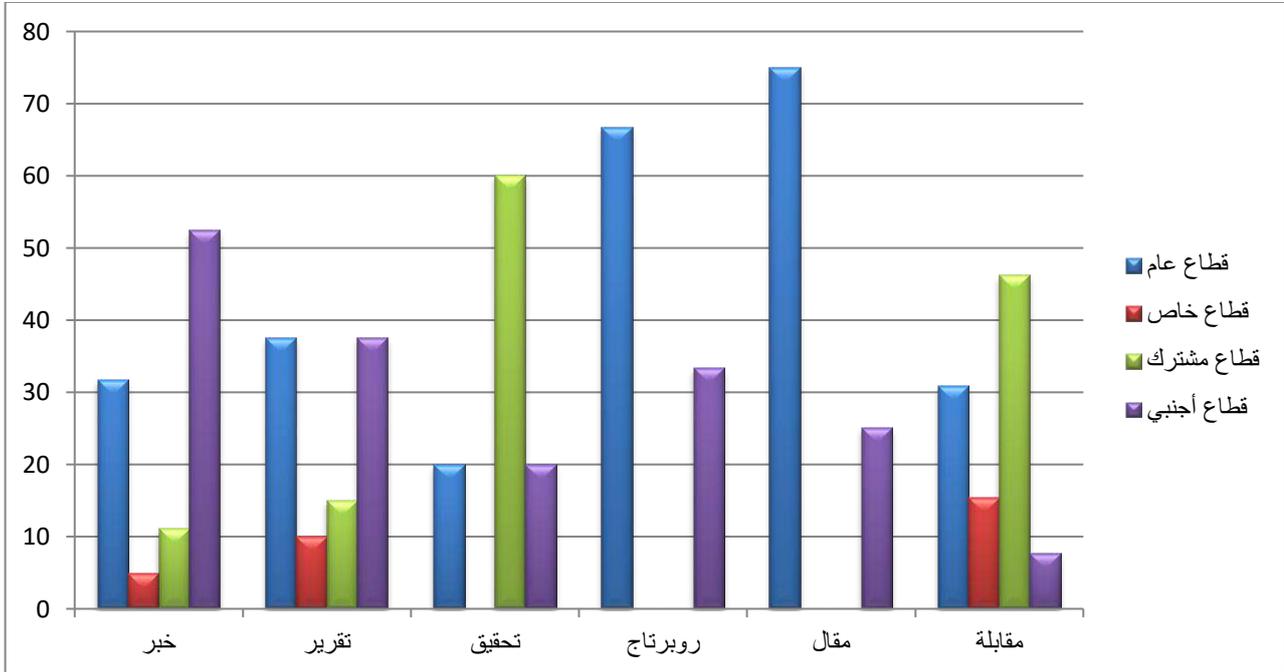
كشفت نتائج الدراسة الخاصة بعلاقة القطاع مع متغير الموضوع على أن غالبية المواضيع الاقتصادية قد عالجت القطاعين الأجنبي و العام بدرجة أولى كموضوع الطاقة بنسبة (54.2%) و (45.8%) بالنسبة للقطاع العام و القطاع الأجنبي على التوالي، و هو ما ينطبق على أغلبية متغيرات الدراسة الأخرى الخاصة بالموضوع المنشور في الصفحات الاقتصادية للصحف، فيما عدا موضوع التأمين الذي اهتم بتغطية القطاع الخاص بنسبة (60.0%) و مواضيع الاتصالات و البنوك و المصارف التي اهتمت بتغطية القطاع المشترك بنسب (66.7%) و (60.0%) على التوالي. و قد بلغت قيمة معامل التوافق « contingency coefficient » (0.629) عند مستوى معنوية (0.000) بين متغير القطاع و الموضوع، مما يجعلنا نفسر ذلك بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى (p≤0.05) بين متغيري القطاع و الموضوع و على حسب جدول « zikmund » لمدى قوة معامل الارتباط، يعتبر هذا الارتباط عال.

علاقة القطاع بالأنواع الصحفية:

جدول رقم (5): يبين القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع	أجنبي		مشترك		خاص		عام		القطاع الأنواع الصحفية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	63	52.4	33	11.1	07	4.8	03	31.7	20	خبر
100	40	37.5	15	15.0	06	10.0	04	37.5	15	تقرير
100	05	20.0	01	60.0	03	00	00	20.0	01	تحقيق
100	03	33.3	01	00	00	00	00	66.7	02	روبرتاج
100	04	25.0	01	00	00	00	00	75.0	03	مقال
100	13	7.7	01	46.2	06	15.4	02	30.8	04	مقابلة
100	128	40.6	52	17.2	22	7.0	09	35.2	45	المجموع
0.027		قيمة المعنوية (sig)		0.419		معامل التوافق (contingency coefficient)				

رسم توضيحي رقم (3): يبين القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (5) أعلاه أن أغلبية الفنون الصحفية التي نشرت من خلالها المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف الخاضعة للدراسة قد ولت اهتمامها لتغطية القطاعين: "العام و الأجنبي" حيث يتبين لنا أن فن الخبر الصحفي قام بتغطية القطاعين ما نسبته (52.4%) للقطاع الأجنبي و (31.7%) بالنسبة للقطاع العام، و هو ما ينطبق على فن التقرير الصحفي (37.5%) للقطاع العام و (37.5%) للقطاع الأجنبي و الروبرتاج و المقال الصحفي، كما نلاحظ اختلاف في فن التحقيق الصحفي الذي ولى اهتمامه لتغطية القطاع المشترك بنسبة (60.0%)، و هو نفس الحال بالنسبة للمقابلة الصحفية حيث ركزت اهتمامها على تغطية القطاع المشترك بنسبة (46.2%). فيما بلغت قيمة معامل التوافق (0.419) عند مستوى معنوية (0.027) بين متغير القطاع و النوع الصحفي، و هذا ما يفسر وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($p \leq 0.05$) بين متغيري القطاع و النوع الصحفي كما يعتبر هذا الارتباط متوسط إذ تبين أن كل من الخبر، التقرير، الروبرتاج و المقال الصحفي كلها أنواع تعالج القطاع الأجنبي

و القطاع العام بدرجة كبيرة على القطاعات الأخرى، بينما التحقيق و المقابلة الصحفية يعالجان بدرجة أكبر القطاع المشترك.

(ت) فئة مجال التغطية الإعلامية:

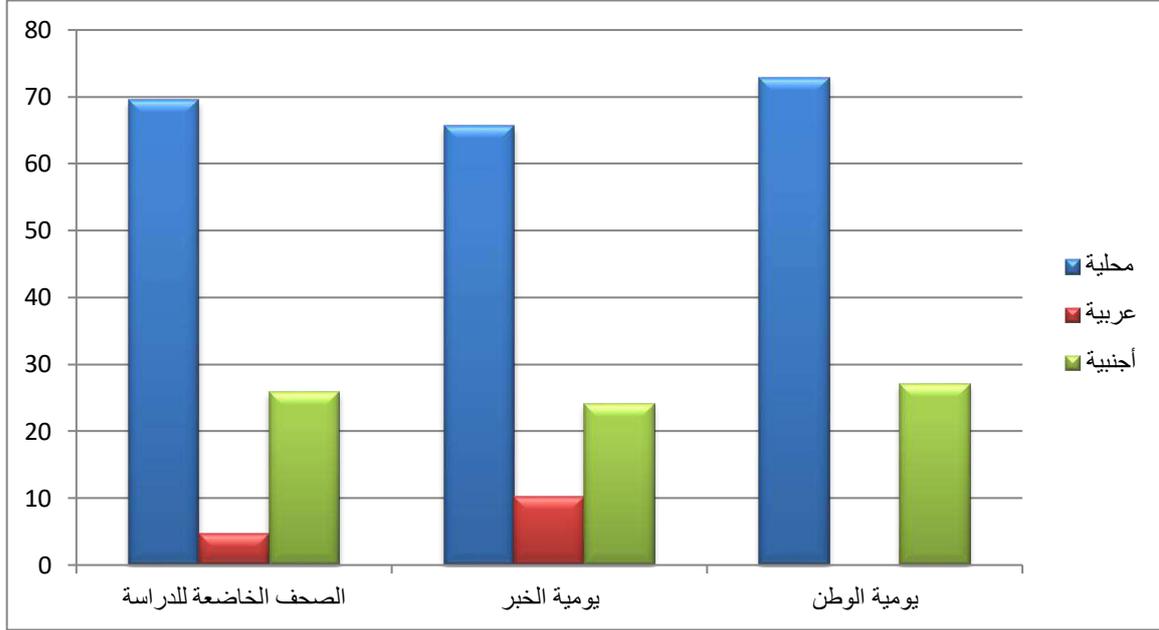
جدول رقم (6): يبين مجال التغطية الإعلامية الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية التغطية
		%	ت	%	ت	
69.5	89	72.9	51	65.6	38	محلية
4.7	06	00	00	10.3	06	عربية
25.8	33	27.1	19	24.1	14	أجنبية
100	128	100	70	100	58	المجموع

أما فيما يخص مجال التغطية الإعلامية للمواد الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة، فكما هو موضح في الجدول رقم (6) أعلاه أن الصحف أعطت أهمية بالغة من خلال تناولها للمواضيع المحلية بنسبة (69.5%)، و هذا ما يفسر أولوية اهتمام الصحافة اليومية الجزائرية بالشأن المحلي وينطبق كذلك نفس هذا الاهتمام على يومي "الخبر" و "الوطن" كما هو موضح في الرسم البياني رقم (4) أدناه. و يرجع هذا الاهتمام لخاصية الصحافة المكتوبة كوسيلة اتصال جماهيرية، حيث أن الصحافة بمفهومها العصري أصبحت وسيلة اتصال بين السلطة و الجماهير و بين الفئات المختلفة من المجتمع، توزع المعلومات و تنشرها بين الناس.(1)

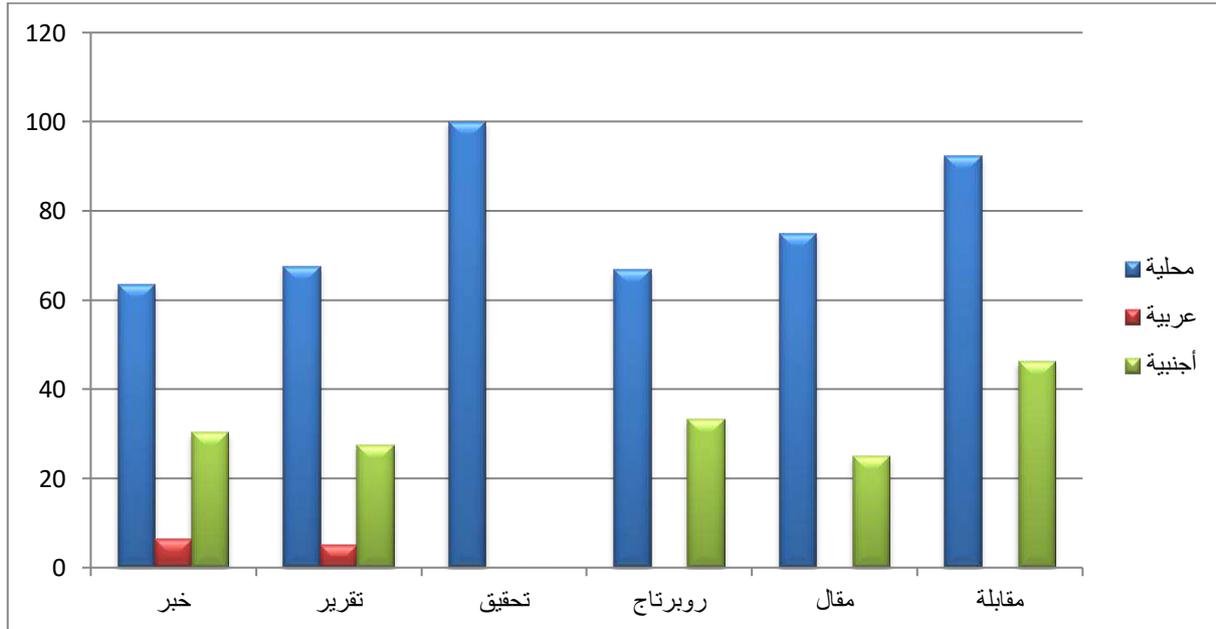
(1) زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، المرجع السابق، ص: 25.

رسم توضيحي رقم (4): يوضح مجال التغطية الإعلامية الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية



علاقة مجال التغطية الإعلامية بالنوع الصحفي:

رسم توضيحي رقم (5): يبين مجال التغطية الإعلامية للمادة الصحفية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.



جدول رقم (7): يبين مجال التغطية الإعلامية للمادة الصحفية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع		أجنبية		عربية		محلية		القطاع الأنواع الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	63	30.2	19	6.3	04	63.5	40	خبر
100	40	27.5	11	5.0	02	67.5	27	تقرير
100	05	00	00	00	00	100	05	تحقيق
100	03	33.3	01	00	00	66.7	02	روبرتاج
100	04	25.0	01	00	00	75.0	03	مقال
100	13	7.7	01	00	00	92.3	12	مقابلة
100	128	25.8	33	4.7	06	69.5	89	المجموع
0.717		قيمة المعنوية (sig)		0.229		معامل التوافق (contingency coefficient)		

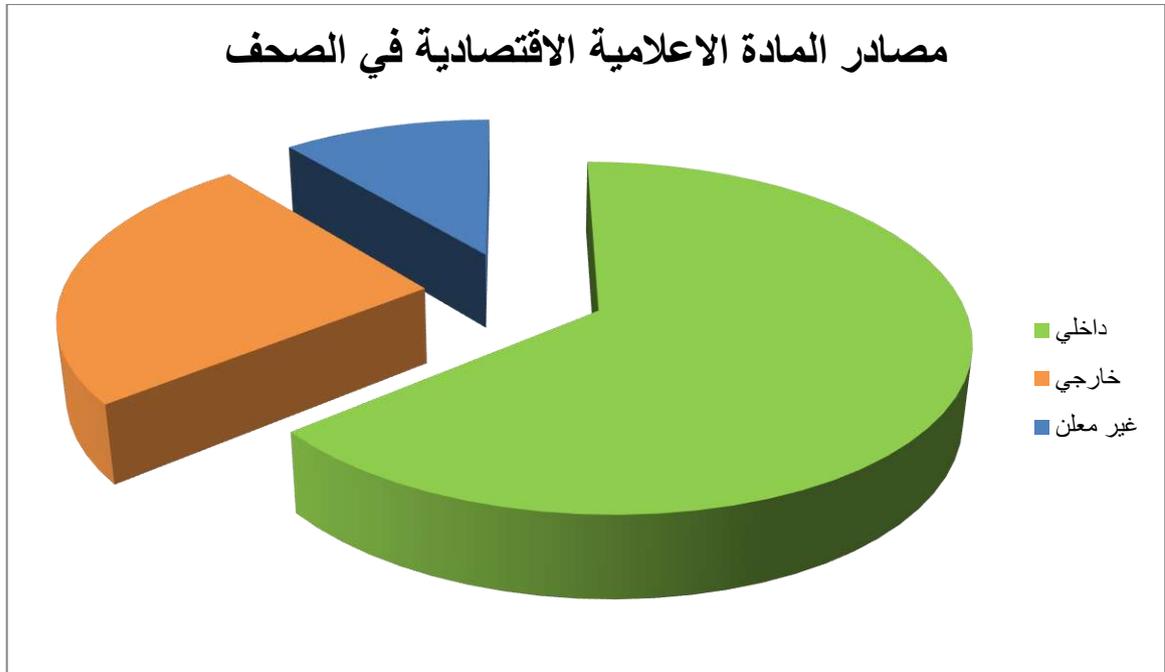
مثلت الأخبار المحلية نسبة (63.5 %) من إجمالي الأخبار المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة، كما هو مبين في الجدول رقم (07) أعلاه، يليه الخبر الأجنبي بنسبة (30.2 %)، فالعربي بنسبة (6.3 %)، و هو نفس الحال بالنسبة للفنون الصحفية الأخرى حيث ركزت كلها على الشأن المحلي بدرجة كبيرة فمثلت التقارير و التحقيقات و الروبرتاجات و المقالات و المقابلات الصحفية التي تناولت الشأن المحلي النسب التالية على التوالي (67.5 %)، (100 %)، (66.7 %)، (75.0 %)، (92.3 %). و هي تمثل نسب عالية جدا و هذا ما يفسر اهتمام و أولوية الصحافة اليومية الجزائرية في تناول القضايا الاقتصادية للشأن المحلي. و قد بلغت قيمة معامل التوافق (0.229) عند مستوى معنوية (0.717) التي هي أكبر من (0.05) بين متغير مجال التغطية و النوع الصحفي و هذا ما يفسر عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية.

ث) فئة المصدر:

جدول رقم (8): يبين مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية المصدر
%	ت	%	ت	%	ت	
11.7	15	14.3	10	8.6	05	داخلي
75.8	97	81.4	57	69.0	40	خارجي
12.5	16	4.3	03	22.4	13	غير معلن
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (6): يبين مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية.



تباينت الصحف محل الدراسة في اعتمادها على المصادر المختلفة في نشر المادة الصحفية الاقتصادية، لكن جميع الصحف نشرت نسبة كبيرة من موادها الاقتصادية من خلال

اعتمادها على المصادر الخارجية بنسبة (75.8 %) كما يوضحه الجدول رقم (8) أعلاه حيث تمثلت معظم هذه المصادر الخارجية من خلال تفرغنا للبيانات في تصريحات مختلف المسؤولين و الخبراء الاقتصاديين، و هذا ما ينطبق على يومية "الخبر" التي اعتمدت بشكل كبير في تناولها للمادة الإعلامية الاقتصادية على المصادر الخارجية بنسبة (69.0 %) فيما اعتمدت يومية "الوطن" على هذه المصادر بدرجة أكبر بنسبة (81.4 %)، فيما نشرت الصحف الخاضعة للدراسة دون ذكر المصدر ما نسبته (12.5 %) من مجموع المواد الاقتصادية المنشورة، و هو ما ينطبق بدرجة أكبر على يومية "الخبر" (22.4 %) مقابل يومية "الوطن" بنسبة (4.3 %) و هذا الأمر قد يزعزع الثقة و المصادقية في تلك المواد المنشورة خصوصا بالنسبة ليومية "الخبر"، أما اعتماد الصحف على المصادر الداخلية المتمثلة في مراسليها فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (11.7 %) في حين أن يومية "الوطن" اعتمدت على مصادرها الداخلية في نشر المادة الإعلامية الاقتصادية بدرجة أكبر من يومية "الخبر" بنسبة (14.3 %) مقابل (8.6 %). ذلك ما قد يفسر قلة الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية و عدم وضوح الرؤى حول الممارسة الصحفية كمهنة، حيث بينت دراسة الدكتور "بوجمعة رضوان" حول الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر أن المؤسسات الإعلامية تتحمل مسؤولية كبيرة في تدهور الظروف المهنية و الاجتماعية للمراسلين الصحفيين الجزائريين حيث أفادت هذه الدراسة أن أكثر من (58 %) من هؤلاء يتقاضون أقل من الأجر الوطني الأدنى، و أن أكثر من (57 %) منهم لا يستفيدون من أية حماية اجتماعية.⁽¹⁾

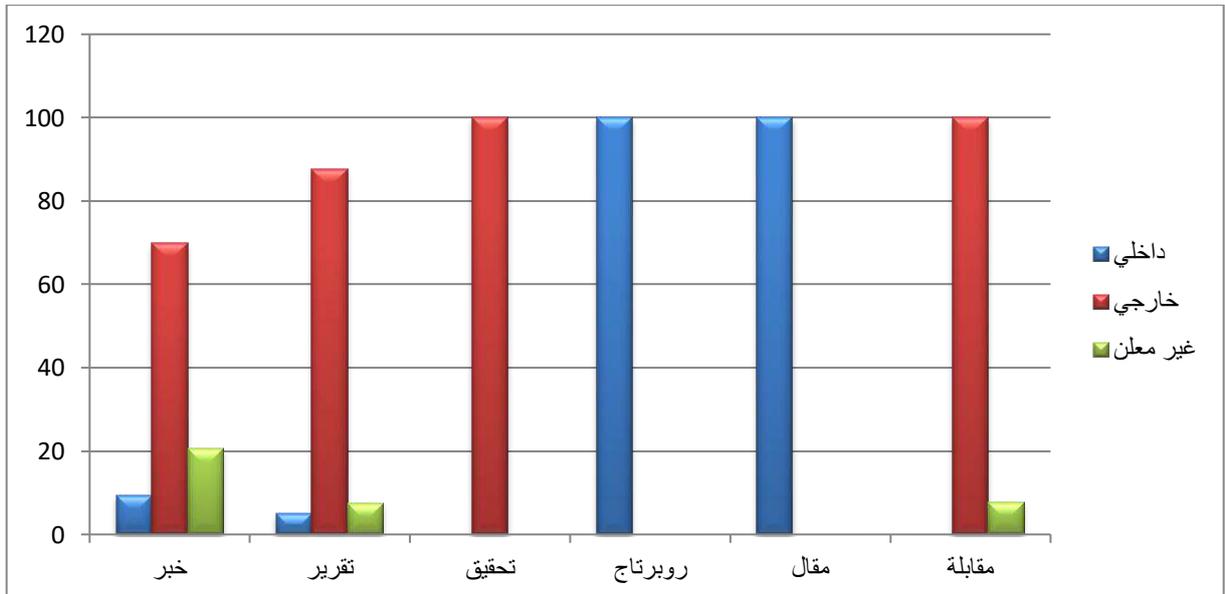
(1) بوجمعة رضوان، الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر: دراسة سوسيو مهنية، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2008، ص: 9.

علاقة مصدر المادة الإعلامية بالنوع الصحفي:

جدول رقم (9): يبين مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع		غير معن		خارجي		داخلي		المصدر الأنواع الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	63	20.6	13	69.8	44	9.5	06	خبر
100	40	7.5	03	87.5	35	5.0	02	تقرير
100	05	00	00	100	05	00	00	تحقيق
100	03	00	00	00	00	100	03	روبرتاج
100	04	00	00	00	00	100	04	مقال
100	13	00	00	100	13	00	00	مقابلة
100	128	12.5	16	75.8	97	11.7	15	المجموع
0.000	قيمة المعنوية (sig)		0.582	معامل التوافق (contingency coefficient)				

رسم توضيحي رقم (7): يبين مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.



أما فيما يخص علاقة مصدر المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة في الصحف بالنوع الصحفي، فقد أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (9) أعلاه أن الأخبار المنشورة

قد اعتمدت بدرجة أكبر على المصادر الخارجية بنسبة (69.8%)، فيما اعتمدت على المصادر غير المعلنة في المرتبة الثانية بنسبة (20.6%) لتليها المصادر الداخلية بنسبة (9.5%)، و هو ما ينطبق على التقارير الصحفية التي اعتمدت على نفس المصادر بنفس الترتيب بنسب متفاوتة على التوالي (87.5%)، (7.5%)، (5.0%). أما اعتماد كل من فن التحقيق و المقابلة الصحفية على المصادر الخارجية في نشر المواد الاقتصادية على الصحف الخاضعة للدراسة كان بشكل كلي بنسبة (100%) من مجموع المواد التحقيقات و المقابلات الصحفية المنشورة. في حين اعتمد كل من الروبرتاج و المقال الصحفي على المصادر الداخلية بدرجة تامة بنسبة (100%) كما يوضحه نفس الجدول. فيما بلغت قيمة معامل التوافق (0.582) عند مستوى معنوية (0.000) بين متغير المصدر و النوع الصحفي، و هذا ما يفسر وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($p \leq 0.05$) بين متغيري المصدر و النوع الصحفي كما يعتبر هذا الارتباط متوسط إذ تبين أن كلما كان المصدر داخلي يميل النوع الصحفي بدرجة كبيرة إلى الروبرتاجات و المقالات الصحفية بينما كلما كان المصدر خارجي تكون المادة الصحفية الاقتصادية على شكل أخبار، تقارير تحقيقات و مقابلات صحفية.

علما بأن قيمة المعنوية (sig) تؤدي الى التعرف على معنوية العلاقة، أي هل حدث الارتباط صدفة أم أنها علاقة حقيقية، بحيث أن مستوى معنوية ($p \leq 0.05$) يعتبر مقبولا في العلوم الإنسانية بصفة عامة، و هو يعني الارتباط يوجد بين المتغيرين بنسبة (95%) من الحالات، و أن احتمال عدم وجود هذه العلاقة لا يتجاوز (5%) من الحالات. (1)

(1) فايز جمعة النجار و آخرون، مرجع سابق، ص: 195.

2.2.3 الجمهور المستهدف و أسلوب اللغة و شرح المفاهيم:

(أ) فئة الجمهور المستهدف:

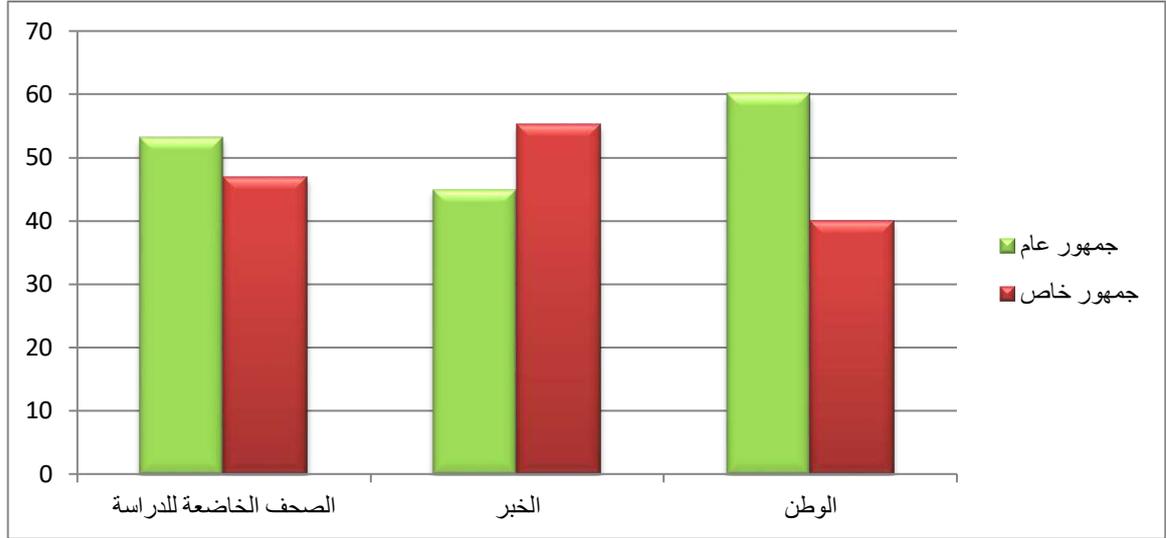
جدول رقم (10): يبين الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الجمهور المستهدف
		%	ت	%	ت	
53.1	68	60.0	42	44.8	26	جمهور عام
46.9	60	40.0	28	55.2	32	جمهور خاص
100	128	100	70	100	58	المجموع

مثلاً تشير إليه البيانات على الجدول رقم (10) أعلاه نلاحظ أنه لا يوجد فرق كبير في الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف الخاضعة للدراسة مع استهداف أكبر بقليل للجمهور العام بنسبة (53.1%) مقابل (46.9%) للجمهور الخاص، وهذا ما يفسر تركيز اهتمام الصحف اليومية الجزائرية على استهداف أكبر عدد من القراء والوصول إلى كافة طبقات المجتمع. وهذا ما يفسر التزام الصحفيين في الصحف الخاضعة للدراسة بالمبادئ العامة للكتابة الصحفية والتي بموجبها يلتزم الصحفي بأن يكتب ما يقرأه ويفهمه كل القراء، إلا في حالات نادرة حينما يوجه رسالته لجمهور مختار بل وحتى في الصحف والمجلات المتخصصة القراء ليسوا في مستوى واحد، وعليه فمن البديهي على الصحف العامة والمجلات التي لها صدى كبير احترام بعض المبادئ⁽¹⁾.

(1) Michel Voirol, op.cit, p : 17.

رسم توضيحي رقم (8): يبين الجمهور المستهدف من وراء نشر المواد الإعلامية الاقتصادية وفق متغير الجريدة.



علاقة الجمهور المستهدف بالنوع الصحفي:

جدول رقم (11): يبين الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الصحفي.

المجموع	خاص		عام		الجمهور المستهدف الأنواع الصحفية
	ت	%	ت	%	
100	63	46.0	29	54.0	خبر
100	40	55.0	22	45.0	تقرير
100	05	40.0	02	60.0	تحقيق
100	03	66.7	02	33.3	روبرتاج
100	04	75.0	03	25.0	مقال
100	13	15.4	02	84.6	مقابلة
100	128	46.9	60	53.1	المجموع
0.151	قيمة المعنوية (sig)		0.244	معامل التوافق (contingency coefficient)	

تباينت النتائج المتعلقة بعلاقة الجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية بالنوع الصحفي في الصحف الخاضعة للدراسة، فكما يوضحه الجدول رقم (11) أعلاه، فقد تقاربت نسب الأخبار التي تستهدف الجمهور العام و الجمهور الخاص

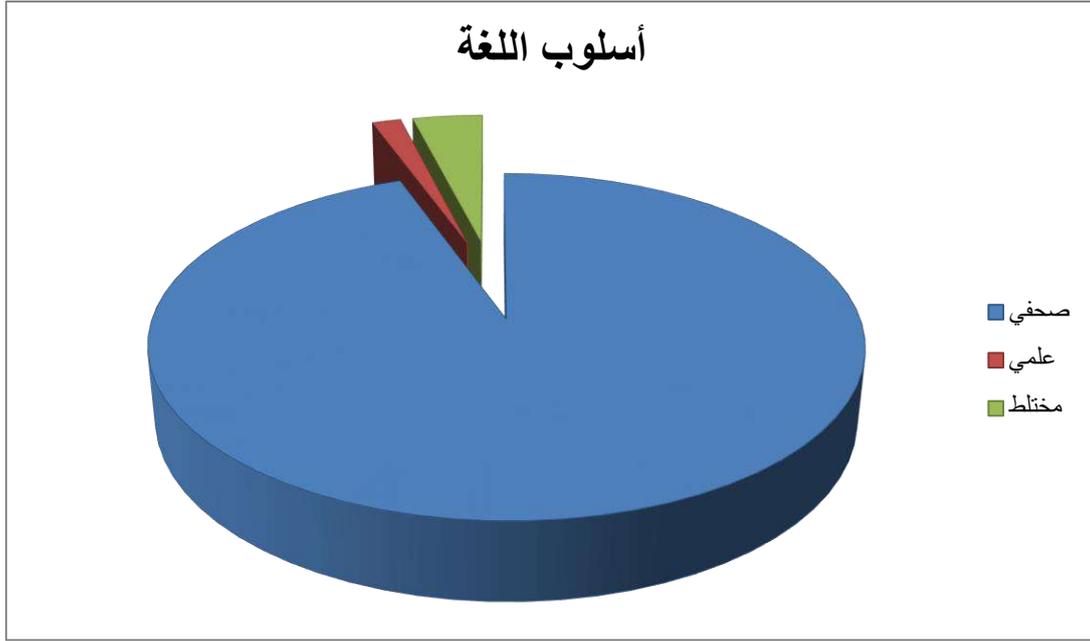
حيث جاءت هذه الأخيرة بنسبة (54.0 %) تستهدف الجمهور العام، فيما جاءت (46.0 %) من مجموع الأخبار المنشورة في الصحف موجهة لجمهور خاص و الذي يتمثل أساسا في المسؤولين و المستثمرين بالإضافة إلى عمال القطاع الاقتصادي بشكل عام، و هذا ما ينطبق على التقارير و بدرجة أقل التحقيقات الصحفية، أما بالنسبة للأنواع الصحفية الأخرى فقد تباينت هذه النتائج بحيث نلاحظ من خلال نفس الجدول أنه بالنسبة للروبرتاج الصحفي فقد ركز اهتمامه لاستهداف الجمهور الخاص بنسبة (66.7 %)، و بدرجة أكبر فن المقال الصحفي الذي استهدف نفس الجمهور بنسبة (75.0 %)، فيما نلاحظ أن فن المقابلة الصحفية فقد ركزت اهتمامها على استهداف الجمهور العام بنسبة (84.6 %) من مجموع المقابلات في الصحف الخاضعة للدراسة. فيما بلغت قيمة معامل التوافق (0.244) عند مستوى معنوية (0.151) التي هي أكبر من (0.05) بين متغير كل من الجمهور المستهدف و النوع الصحفي و هذا ما يفسر عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية.

(ب) أسلوب اللغة:

جدول رقم (12): يبين أسلوب اللغة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الأسلوب
		%	ت	%	ت	
94.5	121	94.3	66	94.9	55	صحفي
1.6	02	1.4	01	1.7	01	علمي
3.9	05	4.3	03	3.4	02	مختلط
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (9): يوضح أسلوب اللغة المستخدم في الصحف اليومية الجزائرية.



كما هو مبين في الجدول رقم (12) أعلاه، فقد تباينت النتائج بخصوص أسلوب اللغة المستخدم في تقديم المادة الصحفية الاقتصادية على مستوى الصحف الخاضعة للدراسة حيث أن هذه الأخيرة اعتمدت بدرجة كبيرة و بنسبة عالية (94.5 %) على اللغة الصحفية و الأسلوب البسيط في تقديمها للمضامين الاقتصادية، ما يفسر أن المادة الإعلامية الاقتصادية في متناول القارئ العادي، بحيث أن لغة الصحافة تمتاز بسهولةها و بساطتها لتكون في متناول جميع الناس و بما أن جمهور الصحافة هو جمهور عام فيجب أن تكون لغة الصحافة في متناول هذا الجمهور العام، كما يمتاز الأسلوب الصحفي بالبساطة و بلغة سهلة و جمل قصيرة و فقرات قصيرة⁽¹⁾ و هذا ما يفسر استهداف الصحف اليومية الجزائرية للجمهور العام في نشرها لمختلف المضامين الاقتصادية كما سبق و أن ذكرنا سابقا بخصوص الجمهور المستهدف، بل و حتى الجمهور الخاص فهو لا يمثل خبراء اقتصاديين. أما فيما يخص أسلوب اللغة المستخدم في تقديم المواضيع الاقتصادية في يومي "الخبر" و "الوطن" فنلاحظ تطابق في النتائج بحيث أن كلتا اليومييتين تعتمد بدرجة عالية على الأسلوب الصحفي في تقديمها للمضامين الاقتصادية.

(14) محمد لعقاب، مرجع سابق، ص: 41.

علاقة أسلوب اللغة المستخدم بالنوع الصحفي:

جدول رقم (13): يبين أسلوب اللغة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع		مختلط		علمي		صحفي		أسلوب اللغة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الأنواع الصحفية
100	63	3.2	02	1.6	01	95.2	60	خبر
100	40	5.0	02	2.5	01	92.5	37	تقرير
100	05	00	00	00	00	100	05	تحقيق
100	03	33.3	01	00	00	66.7	02	روبرتاج
100	04	00	00	00	00	100	04	مقال
100	13	00	00	00	00	100	13	مقابلة
100	128	3.9	05	1.6	02	94.5	121	المجموع
0.564	قيمة المعنوية (sig)		0.252	معامل التوافق (contingency coefficient)				

أما فيما يتعلق بعلاقة أسلوب اللغة المستخدم في المادة الإعلامية الاقتصادية بالأنواع الصحفية، نلاحظ من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أعلاه، أن كل الأنواع الصحفية بأنواعها قد استخدمت الأسلوب الصحفي البسيط بدرجة عالية جدا في تقديم مضامينها الاقتصادية، حيث اعتمدت الأخبار و التقارير و الروبرتاجات على هذا الأسلوب بنسب متقاربة (95.2%)، (92.5%) و (66.7%) على التوالي، فيما نلاحظ اعتماد الفنون الصحفية الأخرى على أسلوب صحفي بشكل تام (100%)، و هذا ما يفسر عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أسلوب اللغة و الأنواع الصحفية، و هذا ما تبينه قيمة معامل التوافق (0.252) عند مستوى معنوية (0.564)، و بالتالي فإن ($p \leq 0.05$) لم يتحقق و بذلك فإن نفي وجود علاقة ارتباط بين المتغيرين.

(ت) شرح المصطلحات:

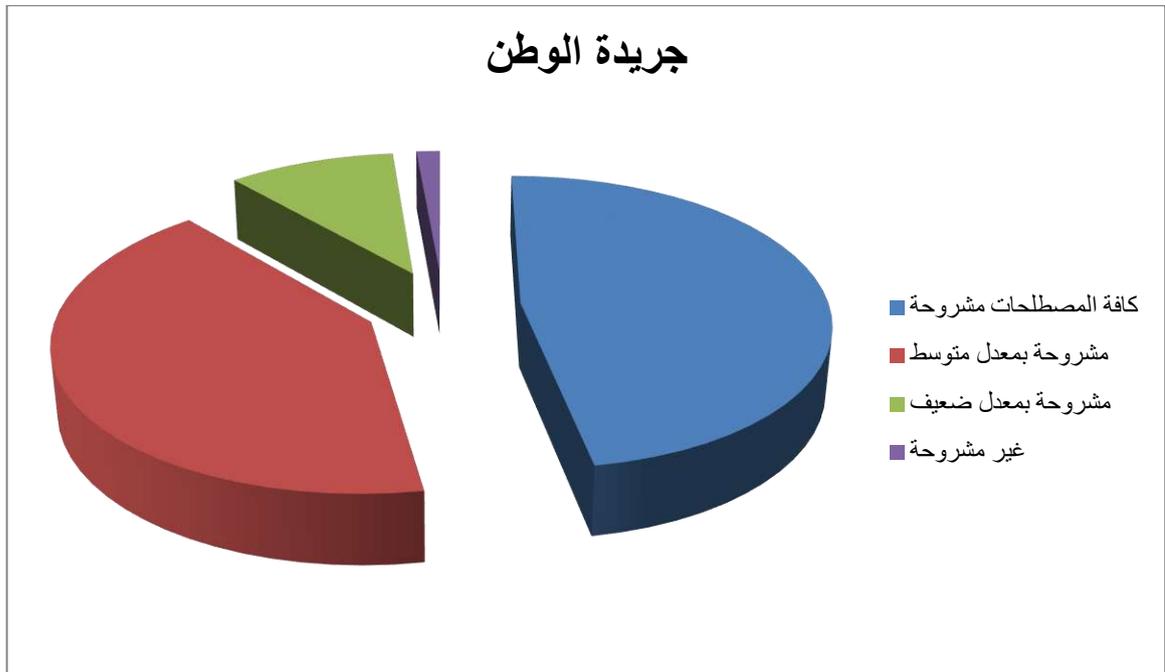
جدول رقم (14): يبين شرح المصطلحات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية
%	ت	%	ت	%	ت	شرح المصطلحات
36.7	47	47.2	33	24.1	14	كافة المصطلحات مفهومة
49.2	63	41.4	29	58.6	34	مشروحة بمعدل متوسط
10.9	14	10.0	07	12.1	07	مشروحة بمعدل ضعيف
3.2	04	1.4	01	5.2	03	غير مشروحة
100	128	100	70	100	58	المجموع

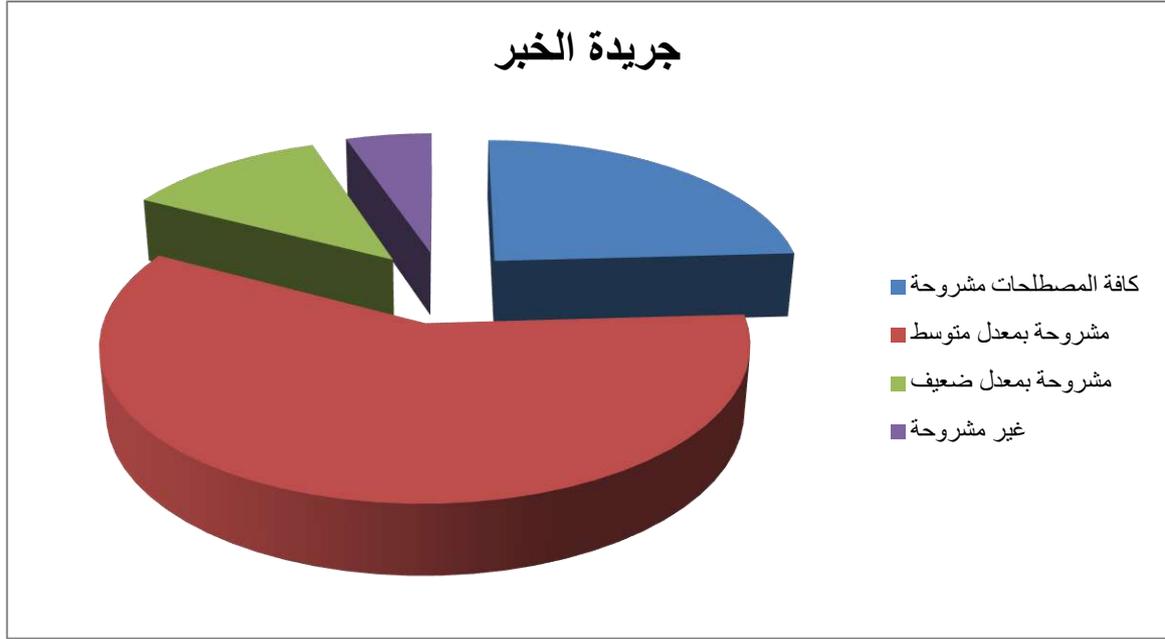
كما يوضحه الجدول رقم (14) أعلاه، فقد أبانت نتائج الدراسة المتعلقة بشرح المصطلحات حسب متغير الجريدة أن أغلبية المواد الصحفية الاقتصادية تم شرح المصطلحات الاقتصادية الواردة فيها بمعدل متوسط بنسبة (49.2 %) تليها المواد الإعلامية التي جاءت فيها كافة المصطلحات مشروحة بنسبة (36.7 %) بينما احتلت كل من المواد التي جاءت فيها المصطلحات الاقتصادية غير مشروحة تماما و مشروحة بمعدل ضعيف المرتبتين الأخيرة و ما قبل الأخيرة على التوالي بنسب (3.2 %) و (10.9 %). و هذا ما يفسر التزام غالبية المحررين الصحفيين للمادة الصحفية الاقتصادية على مستوى الصحف الخاضعة للدراسة على شرح و تفسير المحتوى الإعلامي ليكون مفهوما و في متناول كافة القراء، بحيث أن هؤلاء المحررون على دراية كافية بالمادة التي ينشرونها، حيث سبق و أن ذكرنا في صفات المحرر الاقتصادي أن يكون قادرا على جعل أخبار الاقتصاد مفهومة بأسلوب يكون في متناول القارئ العادي و أن يتمتع بثقافة اقتصادية عالية مما يجعله قادرا على تبسيط المصطلحات الاقتصادية و شرحها دون الإخلال بمعناها.(1)

و هذا ما ينطبق بدرجة أكبر على المحررين الاقتصاديين ليومية "الوطن"، فكما يوضحه الرسم التوضيحي رقم (10) أدناه أن غالبية المواد الصحفية الاقتصادية المنشورة في يومية "الوطن" جاءت فيها كافة المصطلحات مشروحة بنسبة (47.2 %) ثم بعدها جاءت المصطلحات الاقتصادية مشروحة بمعدل متوسط بنسبة (41.4 %). بينما نلاحظ من خلال الرسم التوضيحي رقم (11) أدناه أن المحررين الاقتصاديين ليومية "الخبر" تنطبق عليهم صفات المحرر الاقتصادي بدرجة أقل من محرري يومية "الوطن" حيث يبين نفس الرسم التوضيحي أن المصطلحات الاقتصادية المشروحة بمعدل متوسط جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (58.6 %) بفارق كبير عن كافة المصطلحات الواردة في المادة الصحفية الاقتصادية مشروحة التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (24.1 %).

رسم توضيحي رقم (10): يوضح شرح المصطلحات حسب متغير جريدة الوطن.



رسم توضيحي رقم (11): يوضح شرح المصطلحات حسب متغير جريدة الخبر.



علاقة شرح المصطلحات بالأنواع الصحفية:

جدول رقم (15): يبين شرح المصطلحات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع	غير مشروحة		مشروحة بمعدل ضعيف		مشروحة بمعدل متوسط		كافة المصطلحات مشروحة		شرح المصطلحات الأنواع الصحفية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	63	4.8	03	11.1	07	47.6	30	36.5	23	خبر
100	40	2.5	01	12.5	05	60.0	24	25.0	10	تقرير
100	05	00	00	00	00	40.0	02	60.0	03	تحقيق
100	03	00	00	00	00	33.3	01	66.7	02	روبرتاج
100	04	00	00	25.0	01	25.0	01	50.0	02	مقال
100	13	00	00	7.7	01	38.5	05	53.8	07	مقابلة
100	128	3.1	04	10.9	14	49.2	63	36.7	47	المجموع
0.857		قيمة المعنوية (sig)		0.261		معامل التوافق (contingency coefficient)				

أما بالنسبة لعلاقة شرح المصطلحات الواردة في المادة الصحفية الاقتصادية بالأنواع الصحفية في الصحف الخاضعة للدراسة، فكما هو مبين في الجدول رقم (15) أعلاه أن غالبية الأخبار و التقارير الصحفية جاءت فيها مصطلحات مشروحة بمعدل متوسط بنسب (47.6%) و (60%) على التوالي، ليلها كافة المصطلحات مشروحة بنسبة (36.5%) للأخبار الصحفية و (25%) من نسبة التقارير الصحفية المنشورة في الصحافة اليومية الجزائرية، و هذا ما يفسر بدرجة أقل تبسيط المصطلحات و تفسيرها بالنسبة لمحربي الأخبار و التقارير الصحفية لتكون في متناول كافة القراء حيث أنه غالبا ما تسرد هذه الأخيرة الوقائع و الأحداث الجارية في المجتمع. بينما ما يلاحظ من خلال نفس الجدول أن محربي التحقيقات، الروبرتاجات، المقالات و المقابلات الصحفية يعملون بدرجة أكبر على شرح المصطلحات و تبسيطها بحيث أن غالبية هذه المصطلحات جاءت في الأنواع الصحفية سابقة الذكر مشروحة و مفهومة في متناول القارئ العادي بنسب متقاربة و بدرجة أكبر من فن الخبر و التقرير الصحفي حيث سجلت أعلى نسبة فيما يخص شرح كافة المصطلحات في الروبرتاجات الصحفية بنسبة (66.7%)، ثم التحقيقات في المرتبة الثانية بنسبة (60%)، ليأتي كل من فن المقال الصحفي و فن المقابلة الصحفي في المرتبة الثالثة و الرابعة بنسب (50%) و (53.8%) على التوالي من مجموع المقالات و المقابلات الصحفية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة. و يلاحظ من خلال نفس الجدول أعلاه أنه لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير شرح المصطلحات و متغير الأنواع الصحفية، و هذا ما تبينه قيمة معامل التوافق التي بلغت (0.261) عند مستوى معنوية (0.857) التي هي أكبر بكثير من قيمة المعنوية (0.05) التي تعد مقبولة في العلوم الإنسانية عامة، و بالتالي لم يتحقق الشرط ($p \leq 0.05$) و هذا ما يؤدي بنا الى نفي الفرضية الأولى التي مفادها أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري شرح المصطلحات و الأنواع الصحفية.

ث) توافر البيانات الأساسية:

جدول رقم (16): يبين توافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.

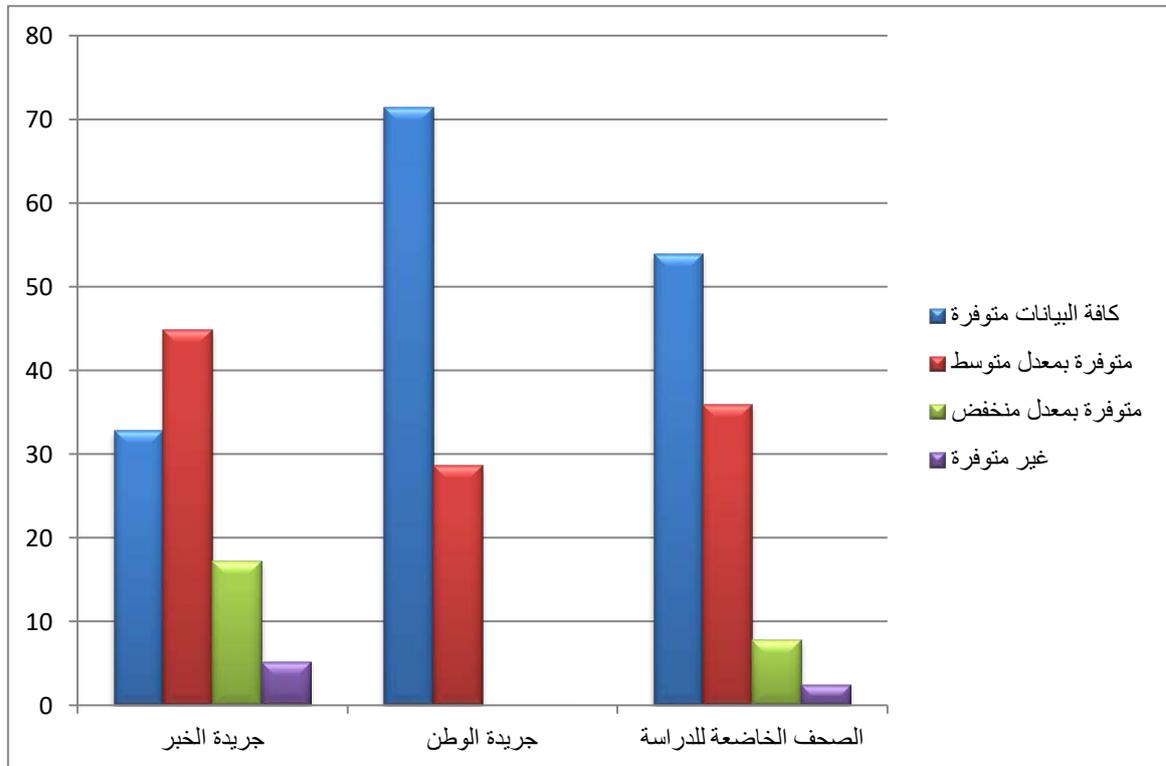
المجموع		الوطن		الخبر		اليومية توافر البيانات
%	ت	%	ت	%	ت	
53.9	69	71.4	50	32.8	19	كافة البيانات متوفرة
35.9	46	28.6	20	44.8	26	متوفرة بمعدل متوسط
7.8	10	00	00	17.2	10	متوفرة بمعدل منخفض
2.4	03	00	00	5.2	03	غير متوفرة
100	128	100	70	100	58	المجموع

تشير البيانات في الجدول رقم (16) أعلاه بالنسبة لتوافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية على الصحف الخاضعة للدراسة على أن هناك تباين في نتائجها، بحيث توفرت المادة الصحفية المنشورة في الصحف على كافة البيانات بدرجة أكبر بنسبة (53.9%) ليلها المادة المتوفرة على البيانات الأساسية بمعدل متوسط بنسبة (35.9%)، ثم المادة التي تحوي على بيانات متوفرة بمعدل منخفض بنسبة قليلة (7.8%)، و في المرتبة الأخيرة المادة الصحفية الاقتصادية التي لم تتوفر على البيانات الأساسية بدرجة قليلة جدا بنسبة (2.4%)، و هذا ما يفسر حرص المحررين الاقتصاديين في الصحف اليومية الجزائرية الإجابة على الأسئلة الصحفية من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ و لماذا؟ حيث أن المادة الصحفية الجيدة لابد أن تعطي الإجابات على هذه الأسئلة بالطريقة الأكثر دقة.(1)

(1) Jacques mouriquand, op.cit, p : 40.

أما فيما يخص توافر البيانات الأساسية في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة في يومي "الخبر" و "الوطن" فنلاحظ من خلال نفس الجدول أن هناك تباين في النتائج حيث أنه في يومية "الخبر" فان توفر البيانات بمعدل متوسط احتلت المرتبة الأولى بنسبة (44.8%) ليليها في المرتبة الثانية كافة البيانات متوفرة بنسبة (32.8%) بينما جاء في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي بيانات متوفرة بمعدل منخفض (17.2%) و بيانات غير متوفرة (5.2%). و هذا ما لا ينطبق على يومية "الوطن" حيث نلاحظ اختلاف كلي في النتائج فكافة البيانات متوفرة قد جاءت في المرتبة بدرجة عالية بنسبة (71.4%)، فيما توفرت البيانات بمعدل متوسط جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (28.6%) بينما لم تنشر مواد صحفية اقتصادية على مستوى جريدة "الوطن" توفرت فيها البيانات بمعدل منخفض أو لم تتوفر إطلاقاً. و هذا ما يفسر احترافية المحررين الاقتصاديين ليومية "الوطن".

رسم توضيحي رقم (12): يبين توافر البيانات حسب متغير الجريدة.



علاقة توافر البيانات بالأنواع الصحفية:

جدول رقم (17): يبين توافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع	غير متوفرة		متوفرة بمعدل منخفض		متوفرة بمعدل متوسط		كافة البيانات متوفرة		توافر البيانات الأنواع الصحفية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	63	4.8	03	11.1	07	42.9	27	41.3	26	خبر
100	40	00	00	7.5	03	37.5	15	55.0	22	تقرير
100	05	00	00	00	00	00	00	100	05	تحقيق
100	03	00	00	00	00	00	00	100	03	روبرتاج
100	04	00	00	00	00	50.0	02	50.0	02	مقال
100	13	00	00	00	00	15.4	02	84.6	11	مقابلة
100	128	2.3	03	7.8	10	35.9	46	53.9	69	المجموع
0.226		قيمة المعنوية (sig)		0.375		معامل التوافق (contingency coefficient)				

أما فيما يخص علاقة توافر البيانات الأساسية في المادة الصحفية الاقتصادية بالنوع الصحفي في الصحف الخاضعة للدراسة، فقد أبانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (17) أعلاه، عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين متغيري توافر البيانات الأساسية و الأنواع الصحفية كما تبينه قيمة معامل التوافق التي بلغت (0.375) عند مستوى معنوية (0.226) التي جاءت اكبر من مستوى معنوية (0.05)، و هو ما ينفي هذه العلاقة، كما نلاحظ أن الأخبار المنشورة في الصحف سجلت أعلى نسبة (42.9%) من حيث توفر البيانات بمعدل متوسط متفوقة بنسبة ضئيلة على كافة البيانات متوفرة في المادة الإعلامية الاقتصادية بنسبة (41.3%)، و هو ما لا ينطبق على باقي الأنواع الصحفية الأخرى، حيث توفرت كافة البيانات في هذه الأخيرة بدرجة أولى و بنسب متفاوتة خاصة بالنسبة لفنون: التحقيق، الروبرتاج و المقابلة الصحفية التي توفرت فيها كل البيانات

الأساسية بدرجة عالية و بنسب (100 %)، (100 %) و (84.6 %) على التوالي، و هو ما يفسر خصوصية كل فن من هذه الفنون الصحفية و التي يقوم بكتابتها كبار الصحفيين مما يتوجب عليها إعطاء بيانات و معلومات كاملة. كما نلاحظ من خلال نفس الجدول بالنسبة لتوفر البيانات بمعدل ضعيف في المادة الصحفية الاقتصادية أنها كانت بنسب منعدمة في أغلب الفنون الصحفية ما عدا فن الخبر الصحفي التي كانت بنسبة (11.1 %) و (7.5 %) على التوالي، أما عدم توفر البيانات فجاءت فقط على مستوى الأخبار بنسبة (4.8 %).

علاقة توافر البيانات بشرح المصطلحات:

جدول رقم (18): يبين توافر البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير شرح المصطلحات.

المجموع		غير متوفرة		متوفرة بمعدل منخفض		متوفرة بمعدل متوسط		كافة البيانات متوفرة		توافر البيانات شرح المصطلحات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	47	00	00	00	00	14.9	07	85.1	40	كافة المصطلحات مشروحة
100	63	1.6	01	11.1	07	44.4	28	42.9	27	مشروحة بمعدل متوسط
100	14	7.1	01	14.3	02	64.3	09	14.3	02	مشروحة بمعدل ضعيف
100	04	25.0	01	25.0	01	50.0	02	00	00	غير مشروحة
100	128	2.3	03	7.8	10	35.9	46	53.9	69	المجموع
0.000		قيمة المعنوية (sig)		0.509		معامل التوافق (contingency coefficient)				

على عكس العلاقة بين شرح المصطلحات و النوع الصحفي، فإن نتائج الجدول رقم (18) أعلاه تبين أنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين شرح المصطلحات و توافر البيانات الأساسية في الصحف الخاضعة للدراسة، بحيث بينت النتائج قيمة معامل التوافق التي بلغت (0.509) عند مستوى معنوية (0.000)، و هذا ما يفسر وجود ارتباط متوسط بين هذين المتغيرين بنسبة (100 %) من الحالات. بحيث أنه كلما توفرت كافة البيانات في المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف كلما كانت كافة المصطلحات مشروحة حيث بلغت نسبتها درجة عالية جدا كما يوضحه نفس الجدول (85.1 %)، في حين أنه كلما كانت البيانات الأساسية متوفرة بمعدل متوسط تكون المصطلحات مشروحة بمعدل ضعيف أو غير مشروحة و هذا ما يفسر نتائج (64.3 %) بالنسبة للمصطلحات المشروحة بمعدل متوسط و بدرجة أقل (50 %) بالنسبة للمصطلحات غير المشروحة.

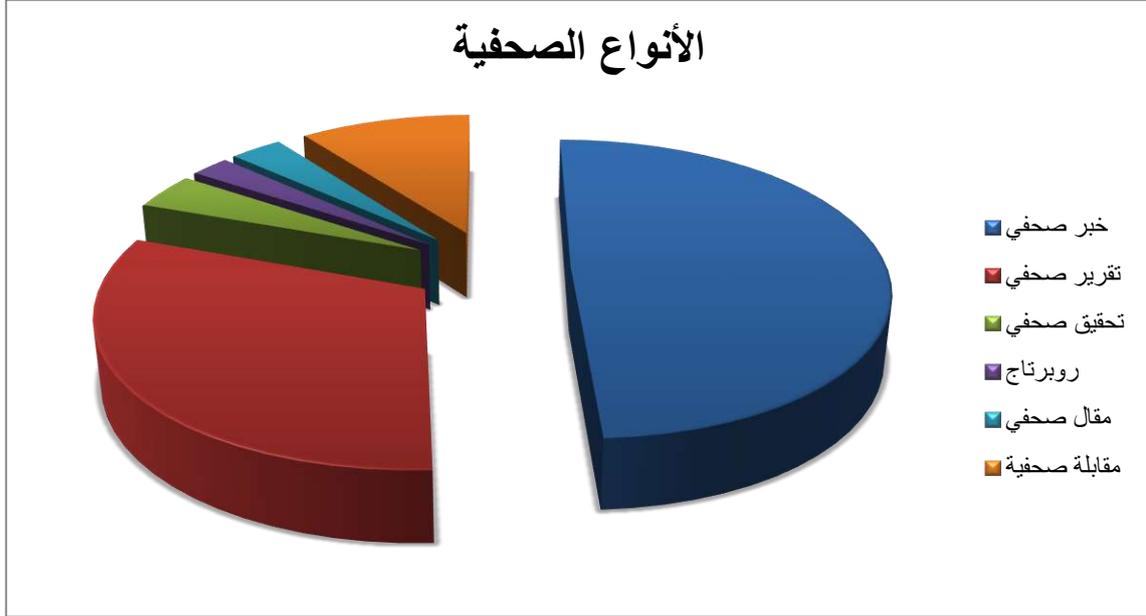
3.2.3 الأنواع الصحفية و عناصر الإبراز:

أ) الأنواع الصحفية:

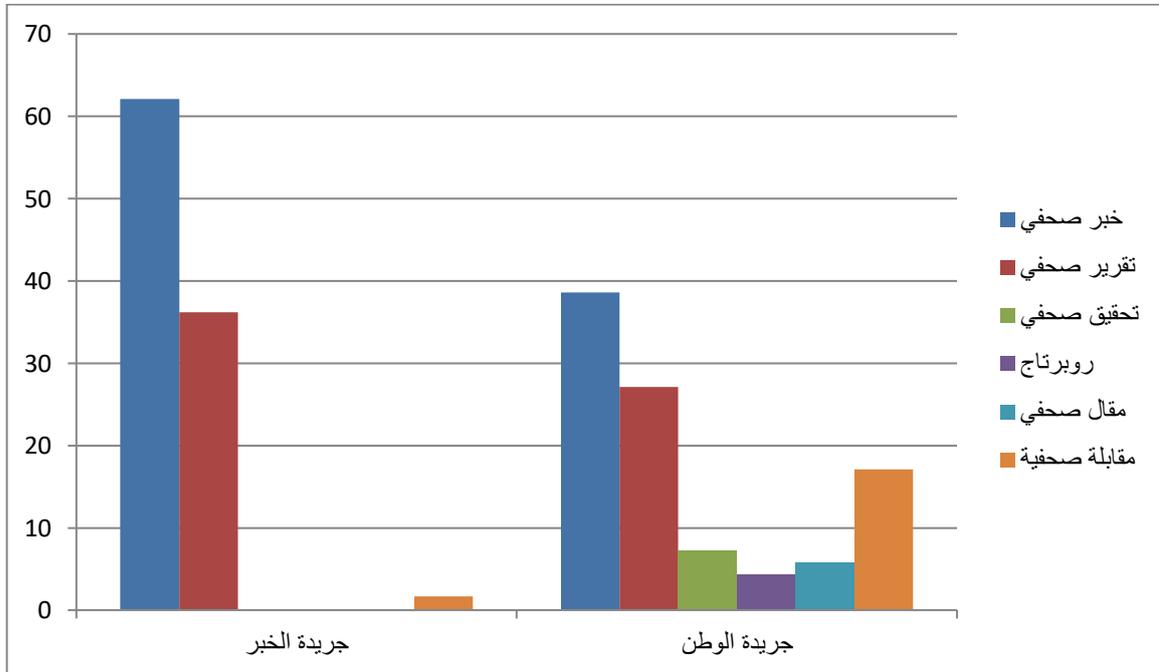
رقم (19): يبين الأنواع الصحفية التي اعتمدت عليها المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الأنواع الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
49.2	63	38.6	27	62.1	36	خبر صحفي
31.3	40	27.1	19	36.2	21	تقرير صحفي
3.9	05	7.2	05	00	00	تحقيق صحفي
2.3	03	4.3	03	00	00	روبرتاج
3.1	04	5.7	04	00	00	مقال صحفي
10.2	13	17.1	12	1.7	01	مقابلة صحفية
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (13): يبين الأنواع الصحفية في تحرير المادة الإعلامية الاقتصادية.



رسم توضيحي رقم (14): يبين الأنواع الصحفية حسب متغير الجريدة.



تباينت النتائج بالنسبة لأنواع الصحفية التي نشرت المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية، حيث أظهرت البيانات في الجدول رقم (19) أعلاه أن الصحف الخاضعة للدراسة استخدمت كافة الأنواع الصحفية في نشر المادة الاقتصادية بنسب متفاوتة، و هذا ما يفسر استخدام الصحف العامة المتخصصة الفنون الصحفية بأنواعها. كما نلاحظ من خلال نفس الجدول هيمنة كل من الأخبار بنسبة (49.2%) و التقارير بنسبة (31.3%) على الكتابات الصحفية الاقتصادية في الصحف محل الدراسة، فيما باقى الأنواع الصحفية استخدمت بدرجة قليلة جدا مثل فن المقابلة الصحفية بنسبة (10.2%) و التحقيق و المقال و الروبرتاج بنسب (3.9%)، (3.1%) و (2.3%) على التوالي، و هذا ما يفسر اعتماد الصحف اليومية الجزائرية بدرجة أولى على فن الخبر و التقرير الصحفي في نشر المواد الإعلامية الاقتصادية.

أما بالنسبة ليومية "الخبر"، فقد اعتمدت بدرجة شبه كاملة في تقديم المادة الصحفية الاقتصادية على الأخبار (62.1%) و التقارير (36.2%)، مع بعض المقابلات الصحفية بدرجة قليلة جدا بنسبة (1.7%) أما لباقى الفنون الصحفية الأخرى فلم تستخدم. و هذا ما لا ينطبق على يومية "الوطن" التي بدورها كما هو مبين في الرسم التوضيحي رقم (14) أعلاه أنها استخدمت كافة الأنواع الصحفية في تقديم المادة الإعلامية الاقتصادية، و بدرجة أكبر فن الخبر (38.6%) و فن التقرير الصحفي (27.1%) بالإضافة إلى المقابلة الصحفية (17.1%) أما بالنسبة للفنون الصحفية الأخرى استخدمت بدرجة أقل.

و هذا ما يفسر اعتماد الصحف الخاضعة للدراسة بدرجة أكبر على الأنواع الإخبارية (الأنواع التقريرية) في تناول القضايا الاقتصادية، و التي تضم ثلاث أنواع صحفية تتمثل في الخبر، التقرير و الروبرتاج.⁽¹⁾ خاصة بالنسبة ليومية "الخبر" و التي تعتمد بدرجة كلية على هذه الأنواع في تناولها للمواضيع الاقتصادية.

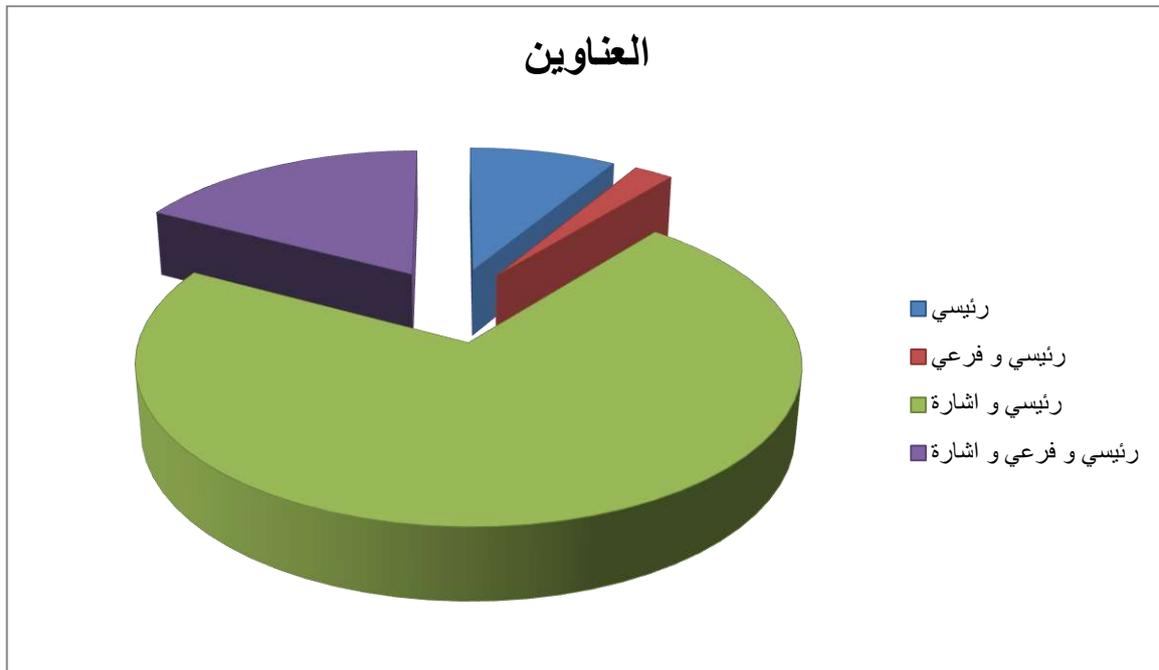
(1) محمد لعقاب، مرجع سابق، ص: 56.

ب) العناوين المستخدمة:

جدول رقم (20): يبين العناوين المستخدمة في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية العنوان
%	ت	%	ت	%	ت	
8.6	11	10.0	07	6.9	04	رئيسي
2.3	03	1.4	01	3.4	02	رئيسي و فرعي
71.9	92	64.3	45	81.1	47	رئيسي و إشارة
17.2	22	24.3	17	8.6	05	رئيسي و فرعي و إشارة
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (15): يبين عناوين المواضيع الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية.



أكدت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (20) أعلاه أن المادة الصحفية الاقتصادية في الصحف الخاضعة للدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على عنوان الإشارة مع العنوان الرئيسي بنسبة (71.9 %) من مجموع المواد الاقتصادية المنشورة في الصحف، ليلها كتابة هذه المواد بعنوان إشارة و عنوان رئيسي بالإضافة إلى عنوان فرعي في المرتبة الثانية و بنسبة أقل بكثير (17.2 %) فيما جاءت (8.6 %) من مجموع هذه المواد بعنوان رئيسي فقط أما المواد الصحفية الاقتصادية التي نشرت بعنوان رئيسي و عنوان فرعي جاءت في المرتبة الأخيرة بدرجة قليلة جدا بنسبة (2.3 %)، و هذا ما ينطبق على يومي "الخبر" و "الوطن" و التي اعتمدت في نشرها على القضايا الاقتصادية بدرجة عالية على عنوان الإشارة و العنوان الرئيسي و بنسب متقاربة كما يوضحه نفس الجدول.

علاقة العناوين المستخدمة بالأنواع الصحفية:

جدول رقم (21): يبين العناوين المستخدمة في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

العنوان الأنواع الصحفية	رئيسي		رئيسي و فرعي و إشارة		رئيسي و إشارة		رئيسي و فرعي		رئيسي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
خبر	08	12.7	01	1.6	50	79.4	04	6.3	63	100
تقرير	01	2.5	01	2.5	26	65.0	12	30.0	40	100
تحقيق	00	00	00	00	02	40.0	03	60.0	05	100
روبرتاج	00	00	00	00	00	00	03	100	03	100
مقال	02	50.0	01	25.0	01	25.0	00	00	04	100
مقابلة	00	00	00	00	13	100	00	00	13	100
المجموع	11	8.6	03	2.3	92	71.9	22	17.2	128	100
معامل التوافق (contingency coefficient)		0.554		قيمة المعنوية (sig)		0.000				

كما تشير إليه نتائج الجدول رقم (21) أعلاه، أن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين العناوين و الأنواع الصحفية للمادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف محل الدراسة فكما هو مبين في نفس الجدول أن قيمة معامل التوافق بلغت (0.554) عند مستوى معنوية (0.000)، و هذا ما يؤكد على وجود ارتباط متوسط بين العناوين و الأنواع الصحفية.

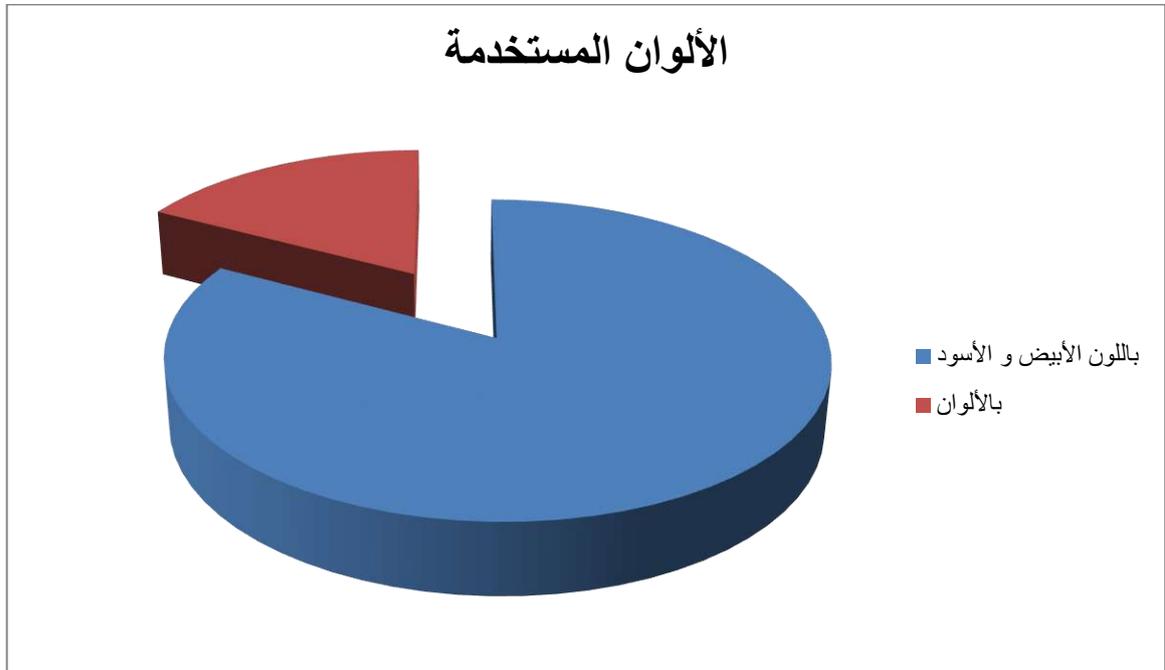
فكلما كانت المادة التحريرية في شكل أخبار يطغى عليها عنوان رئيسي مدعوم بعنوان إشارة حيث بلغت نسبة الأخبار المنشورة في الصحف و التي تحمل عنوان رئيسي و إشارة (79.4 %) من مجموع الأخبار المنشورة في الصحف، و هذا ما ينطبق بشكل تام على فن المقابلة الصحفية (100 %) و بدرجة أقل على فن التقرير الصحفي بنسبة (65.0 %). فيما نلاحظ أن كل الروبورتاجات المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة اعتمدت بالإضافة إلى العنوان الرئيسي إلى عنوان إشارة و عنوان فرعي بنسبة (100 %)، و هي العناوين التي اعتمدت عليها التحقيقات الصحفية بدرجة أقل بنسبة (60.0 %). فيما اعتمد فن المقال الصحفي بدرجة أكبر على العنوان الرئيسي بنسبة (50.0 %)، و فسرنا هذه النتائج بخصوصية المادة الصحفية الاقتصادية التي تحتاج بدرجة أكبر إلى عناوين إشارة لتدعم العنوان الرئيسي و التي تشير إلى الشخصيات، أو المناطق و هذا ما يفسر اعتماد الصحف الخاضعة للدراسة على المصادر الخارجية و التي تمثلت أساسا في كبار المسؤولين، و الخبراء الاقتصاديين كما سبق و أن أشرنا إليه سابقا.

ت الألوان المستخدمة:

جدول رقم (22): يبين الألوان المستخدمة في نشر المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الألوان
%	ت	%	ت	%	ت	
82.8	106	71.4	50	96.6	56	أبيض و أسود
17.2	22	28.6	20	3.4	02	الألوان
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (16): يبين الألوان المستخدمة في نشر المادة الصحفية الاقتصادية.



أظهرت النتائج الخاصة باستخدام الألوان في نشر المادة الصحفية الاقتصادية على الصحف الخاضعة للدراسة تباين كبير كما هو موضح في الجدول رقم (22) أعلاه، بحيث نلاحظ اعتماد الصحف على اللون الأبيض و الأسود في نشر المواضيع الاقتصادية بدرجة عالية جدا بلغت نسبة (82.8 %) من مجموع المادة الإعلامية الاقتصادية، فيما باقي المواد (17.2 %) فقد نشرت بالألوان، و هذا ما يفسر افتقار الصحافة اليومية الجزائرية لاستخدام عوامل الإبراز لجذب اهتمام القارئ للقضايا الاقتصادية. حيث تستعمل الألوان في الصحافة لجذب الانتباه حتى على المادة الصحفية الأقل أهمية، و مبيعات الجرائد تشهد على الفارق الحساس بين الجرائد التي تنشر باللون الأبيض و الأسود و الجرائد الأخرى.⁽¹⁾

أما بالنسبة للألوان المستخدمة في نشر المواضيع الاقتصادية على مستوى جريدتي "الخبر" و "الوطن" فنلاحظ من خلال نفس الجدول تباين واضح في النتائج، حيث أن يومية "الوطن" تستخدم بدرجة أكبر (28.6 %) الألوان في نشرها لهذه المواد، مقابل (3.4 %) من المواد الإعلامية الاقتصادية المنشورة بالألوان على مستوى يومية "الخبر"، و يفسر هذا الفارق الأهمية التي توليها يومية "الوطن" للمواضيع الاقتصادية من خلال جذب الانتباه لها باستخدام الألوان لتقديمها مختلف المضامين الاقتصادية.

علاقة الألوان بالنوع الصحفي:

أما فيما يخص علاقة استخدام الألوان بالأنواع الصحفية في الصحف الخاضعة للدراسة كما هو مبين في الجدول رقم (23) أدناه، فنلاحظ أن الأخبار بدرجة أولى بنسبة (92.1 %) فالتقارير الصحفية بنسبة (87.1 %) تمثل أكثر الأنواع الصحفي المنشورة باللون الأبيض و الأسود في الصحف، و هذا ما يفسر عدم تركيز اهتمام هذه الأخيرة على الأخبار و التقارير الصحفية لجذب انتباه القارئ إلى المواضيع الاقتصادية.

(1) JAQUES Mouriquand, op.cit, p : 115.

فيما ركزت الصحف الخاضعة للدراسة اهتمامها لجذب الانتباه للمادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة على فن المقال الصحفي كما هو مبين في نفس الجدول بحيث نلاحظ أن كافة المقالات المنشورة في الصحف نشرت بالألوان، و بدرجة أقل فن التحقيق الصحفي الذي نشر ما نسبته (40 %) من مجموع التحقيقات المنشورة في الصحف اليومية الجزائرية بحيث نفسر تركيز اهتمام هذه الصحف على نشر المقالات و التحقيقات الصحفية بالألوان إلى أنه غالباً ما تكون هذه الفنون طويلة في مضمونها مقارنة بالأخبار و التقارير الصحفية لذا تلجأ الصحف إلى لفت انتباه القارئ إلى مثل هذه المواد المهمة. هذا ما يفسر وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيري الصور و الرسومات و الأنواع الصحفية حيث بلغت قيمة معامل الاتفاق (0.437) عند قيمة معنوية (0.000)، و يعتبر هذا الارتباط متوسط.

جدول رقم (23): يبين الألوان في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

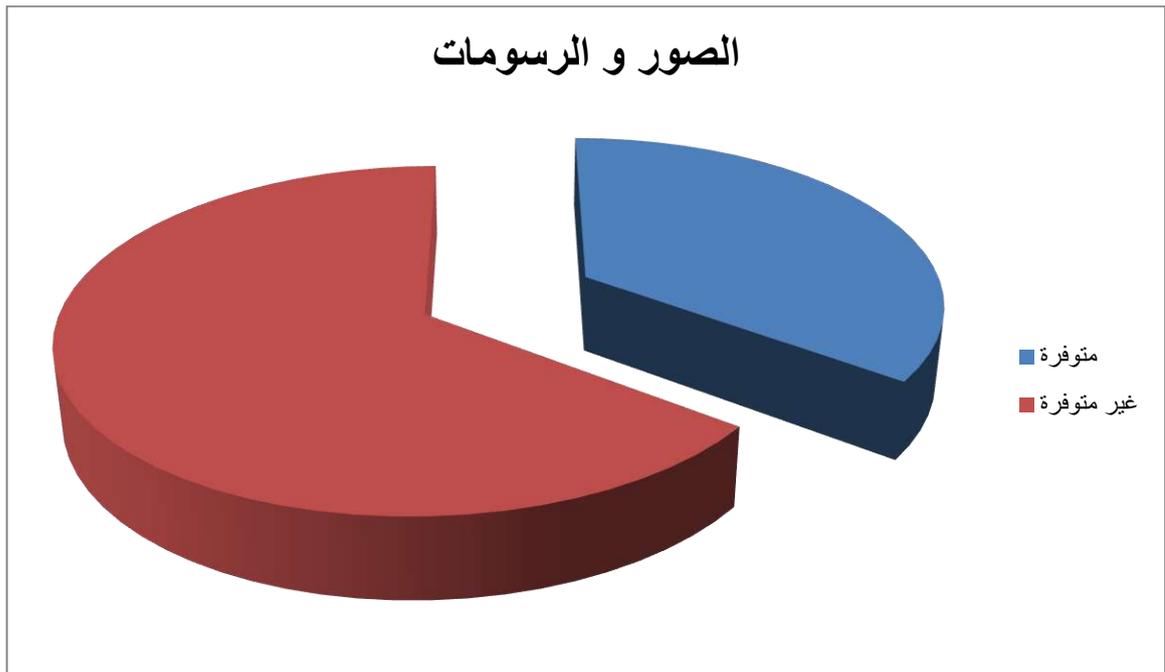
المجموع		ألوان		أبيض و أسود		الألوان الأنواع الصحفية
		%	ت	%	ت	
100	63	7.9	05	92.1	58	خبر
100	40	12.5	05	87.1	35	تقرير
100	05	40.0	02	60.0	03	تحقيق
100	03	33.3	01	66.7	02	روبرتاج
100	04	100	04	00	00	مقال
100	13	38.5	05	61.5	08	مقابلة
100	128	17.2	22	82.8	106	المجموع
0.000	قيمة المعنوية (sig)	0.437	معامل التوافق (contingency coefficient)			

ث) الصور و الرسومات:

جدول رقم (24): يبين الصور و الرسومات في المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة حسب متغير الجريدة.

المجموع		الوطن		الخبر		اليومية الصور و الرسومات
%	ت	%	ت	%	ت	
35.2	45	38.6	27	31.1	18	متوفرة
64.8	83	61.4	43	68.9	40	غير متوفرة
100	128	100	70	100	58	المجموع

رسم توضيحي رقم (17): يبين توفر الصور و الرسومات في المادة الإعلامية الاقتصادية.



تمثل الصور و الرسوم البيانية عنصرا طباعيا مهما يضيف كثير من المعاني للمادة التحريرية، و يكسبها درجة من المصداقية، و يساعد القارئ على فهم الموضوع بشكل كبير، و نشر الصور و الرسوم البيانية يعكس اهتمام الجريدة بالقضية الاقتصادية التي تعرضها. من خلال الجدول رقم (22) أعلاه يتضح أن الصحف الخاضعة للدراسة اعتمدت بدرجة دون المتوسط على الصور و الرسوم لدعم المادة الصحفية الاقتصادية المنشورة حيث بلغت نسبة توفر الصور و الرسوم البيانية (35.2 %) من مجموع القضايا الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية الجزائرية. أما بالنسبة ليومية "الوطن" فقد اعتمدت على الصور و الرسوم في طرحها للقضايا الاقتصادية (38.6 %) بدرجة أكبر من يومية "الخبر" (31.1 %). و الصور و الرسوم هي ذات أهمية بالغة في مجال الاتصال إلى جانب اللغة، و كما يقول المثل الصور أصدق تعبير من ألف كلمة.

علاقة الصور و الرسوم البيانية بالنوع الصحفي:

جدول رقم (25): يبين الصور و الرسوم البيانية في المادة الإعلامية الاقتصادية حسب متغير النوع الصحفي.

المجموع		غير متوفرة		متوفرة		الصور و الرسوم الأنواع الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	63	77.8	49	22.2	14	خبر
100	40	65.0	26	35.0	14	تقرير
100	05	20.0	01	80.0	04	تحقيق
100	03	33.3	01	66.7	02	روبرتاج
100	04	50.0	02	50.0	02	مقال
100	13	30.8	04	69.2	09	مقابلة
100	128	64.8	83	35.2	45	المجموع
0.004	قيمة المعنوية (sig)		0.345	معامل التوافق (contingency coefficient)		

أظهرت النتائج الخاصة بعلاقة توفر الصور و الرسومات في المادة الصحفية الاقتصادية على الصحف الخاضعة للدراسة كما هو مبين في الجدول رقم (25) أعلاه، أن غالبية الأخبار بنسبة (77.8%) و التقارير الصحفية بنسبة (65%) لم تتوفر على الصور و الرسومات من خلال نشرها على مختلف الصفحات الاقتصادية للصحف اليومية الجزائرية، و هذا ما يفسر عدم اعتماد الفنون الإخبارية على عناصر الإبراز في تقديمها للمضامين الاقتصادية لجذب انتباه القراء، بينما نلاحظ من خلال نفس الجدول اهتمام باقي الأنواع الصحفية على هذه العناصر في تقديمها للمواضيع الاقتصادية حيث تبين لنا أن غالبية التحقيقات بنسبة (80%) بدرجة أولى ثم المقابلات (69.2%) و الروبورتاجات (66.7%) بدرجة ثانية و ثالثة قد ركزوا اهتمامهم على استخدام الصور و الرسومات لجذب الانتباه للمواضيع الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة. و هذا ما يفسر وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين توفر الصور و الرسومات و الأنواع الصحفية، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (0.345) عند مستوى معنوية (0.004) الذي هو مقبول و بالتالي يوجد ارتباط متوسط بين هذين المتغيرين، بمعنى أنه كلما ما كان نوع المادة التحريرية الاقتصادية في شكل تحقيق أو روبرتاج أو مقابلة صحفية كلما توفرت الصور و الرسومات، و بعكس ذلك كلما كانت المادة في شكل أخبار أو تقارير كلما قلت الصور و الرسومات البيانية.

ث) المساحة:

كما هو مبين في الجدول رقم (26) أدناه، نلاحظ أن الحيز الذي تشغله المواضيع الاقتصادية في الصحف الخاضعة للدراسة قليل جدا، بحيث مثل نسبة (5.84%) من المساحة الإجمالية للصحف، و هذا ما يفسر عدم تركيز اهتمام هذه الأخيرة على المواضيع الاقتصادية بصفة عامة، أما بالنسبة ليومية "الوطن" بنسبة (4.31%) فنلاحظ اهتمامها أكثر في تناول مختلف القضايا الاقتصادية مقارنة بيومية "الخبر" حيث أن الحيز الذي تشغله هذه المواضيع تمثل تقريبا ثلاث أضعاف الحيز الذي تشغله في يومية "الخبر" بنسبة (1.53%)، و هذا ما يفسر التخصص بدرجة أكبر بالنسبة ليومية "الوطن".

جدول رقم (26): يبين الحيز الذي تشغله المواضيع الاقتصادية حسب متغير الجريدة.

المساحة الإجمالية للصحف	%	المساحة الإجمالية للجريدة سم ²	%	مساحة المواضيع الاقتصادية سم ²	المساحة اليومية
621600	1.53	310800	3.05	9488	الخبر
621600	4.31	310800	8.63	26815	الوطن
100	5.84	621600	5.84	36303	المجموع

رسم توضيحي رقم (18): يبين مساحة المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف.



4.2.3 نتائج الدراسة:

و قد استخلصت الدراسة النتائج التالية:

- أن الصحافة اليومية الجزائرية ركزت أولوياتها و اهتمامها لتناول القضايا الاقتصادية المتعلقة بمجال الطاقة و الصناعة و التصنيع ثم مواضيع الملتقيات و المعارض، فيما ركزت يومية "الخبر" اهتمامها على نشر موضوعات الطاقة و الملتقيات و المعارض أما يومية "الوطن" فرتبت أولوياتها في تناول مواضيع الصناعة و التصنيع و الطاقة.
- أما فيما يخص القطاع الذي تنتمي إليه المادة الإعلامية الاقتصادية المنشورة في الصحف اليومية الجزائرية، فقد أولت اهتمامها على تغطية القطاع الأجنبي و القطاع العام، و هذا ما ينطبق على يومية "الخبر"، فيما ركزت يومية "الوطن" اهتمامها في تغطية القطاع العام بدرجة أولى ثم القطاع الأجنبي بدرجة ثانية. و هذا راجع بالدرجة الأولى لنوعية المواضيع التي تناولتها الصحف حيث أكدت النتائج على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية و هو ارتباط عال بين متغيري "الموضوع" و "القطاع"، كما تبين كذلك وجود هذه العلاقة لكن بدرجة متوسطة بين متغير القطاع و متغير النوع الصحفي.
- كما أظهرت النتائج أن غالبية الصحف تركز اهتمامها على معالجة المواضيع المتعلقة بالشأن المحلي، و هذا ما يفسر الوظيفة الإخبارية للصحافة المكتوبة لما يدور من حولها من أحداث و وقائع، و أظهرت النتائج عن عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مجال التغطية و النوع الصحفي.
- اعتمدت الصحف اليومية الجزائرية على المصادر الخارجية بدرجة أكبر و المتمثلة خصوصا في تصريحات المسؤولين و الخبراء الاقتصاديين في تغطيتها لمختلف المواضيع الاقتصادية، و هذا ما ينطبق على يوميتي "الخبر" و "الوطن". أما فيما يخص المصادر غير المعلن عنها فقد نشرت جريدة "الخبر" بدرجة أكبر من "جريدة "الوطن" مادة إعلامية اقتصادية دون الإعلان عن مصدرها، و هذا ما يفسر أن يومية "الوطن" أكثر دقة و مصداقية في تناولها للمواضيع الاقتصادية.
- كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بدرجة متوسطة بين متغير المصادر المعتمدة و متغير الأنواع الصحفية التي جاءت بها المادة الصحفية الاقتصادية.

- أما فيما يتعلق بالجمهور المستهدف من وراء نشر المادة الإعلامية الاقتصادية في الصحف الخاضعة للدراسة، فتبين أن كل من الجمهور العام و الجمهور الخاص بدرجة أقل نسبيا استهدفتهم مختلف الرسائل الإعلامية المنشورة في المواد الصحفية الاقتصادية و هذا ما ينطبق على يومية "الوطن"، فيما استهدفت جريدة "الخبر" الجمهور الخاص بدرجة أولى و المتمثل أساسا في المسؤولين و العمال و المستثمرين. كما أظهرت النتائج عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المستهدف و الأنواع الصحفية التي جاءت بها المواضيع الاقتصادية.
- و أظهرت النتائج عن استخدام غالبية الصحف اليومية الجزائرية لغة صحفية بأسلوب بسيط لنشر المواضيع الاقتصادية، فيما أظهرت أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري أسلوب اللغة و النوع الصحفي.
- جاءت غالبية المواد الإعلامية الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة بمصطلحات مشروحة بمعدل متوسط و مصطلحات مشروحة بالكامل، ما يفسر الكفاءات المهنية العالية للمحررين الاقتصاديين، كما أظهرت النتائج أن محرري جريدة "الوطن" أكثر تخصصا في المصطلحات الاقتصادية من نظرائهم في جريدة "الخبر"، و عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير شرح المصطلحات و متغير النوع الصحفي، و هذا ما ينطبق كذلك على توافر البيانات الأساسية في المادة التحريرية الاقتصادية، فيما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بدرجة متوسطة بين شرح المصطلحات و توافر البيانات في المادة الصحفية الاقتصادية المنشورة في الصحف.
- كما أظهرت النتائج هيمنة الأنواع الإخبارية في نشر المادة الإعلامية الاقتصادية على الصحف اليومية الجزائرية، و بصفة خاصة على مستوى جريدة "الخبر" التي اكتفت فقط بهذه الأنواع في تحريرها للمواضيع الاقتصادية، فيما سيطرت الأنواع الإخبارية على المواد الصحفية الاقتصادية المنشورة في جريدة "الوطن" مع استخدام كافة الفنون الصحفية الأخرى لكن بدرجة أقل.

- أما فيما يخص عناصر الإبراز في المادة الصحفية الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة، فقد أظهرت النتائج أن معظم المواضيع الاقتصادية نشرت بعنوان رئيسي مدعوما بعنوان إشارة، كما أن غالبية هذه المواضيع لا تعتمد على الألووان و الصور و الرسومات لجذب الانتباه إليها، خاصة في المواضيع الاقتصادية المنشورة في جريدة "الخبر"، في حين أن يومية "الوطن" تعمل بدرجة أكبر على استخدام عناصر الإبراز لجذب القراء إلى مواضيعها الاقتصادية المنشورة. كما أظهرت النتائج عن وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كل عنصر من عناصر الإبراز على حدا و متغير النوع الصحفي بدرجة متوسطة.
- و بالنسبة للحيز الذي تشغله المواد الإعلامية الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية فقد أظهرت النتائج عن مساحة قليلة مخصصة للمواضيع الاقتصادية من المساحة الإجمالية لمختلف المواضيع الأخرى التي تشغلها في الصحف، و هذا ما يفسر التخصص الضعيف الذي تعتمد عليه الصحافة اليومية الجزائرية في الشأن الاقتصادي.

خاتمة:

تتميز وسائل الإعلام بوظيفتها الإخبارية، حيث أنها اقتحمت جميع المجالات ذات صلة بالحياة اليومية للأفراد لا سيما الجوانب الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية، كما صارت السباق في تناول الأحداث و المستجدات التي تشد أنظار و انتباه الرأي العام، ومع اتجاه العالم بكافة قطاعاته و مجالاته نحو التخصص، تزايد الاهتمام بالإعلام المتخصص عامة و الصحافة المتخصصة خاصة، التي تشكل جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها الأفراد، و قد واكبت الصحافة اليومية الجزائرية الأحداث و اتجهت هي بدورها نحو التخصص من خلال تخصيص صفحات متخصصة للقارئ العادي، و قد حاولنا في هذه الدراسة إلقاء الضوء على كيفية تناول الصحافة اليومية الجزائرية للقضايا الاقتصادية حيث لا بد و أن تكون هذه الأخيرة من أولويات الصحافة، بحيث يعتبر هذا الجانب أساس بناء المجتمعات و تطورها، و يمكن أن تساهم دراستنا الحالية في الوسط العلمي من خلال فتح المجال لدراسات أخرى في مجال الإعلام المتخصص خاصة مثل المجالات المتخصصة و غيرها، بالإضافة إلى الدراسات الخاصة بمسح الجمهور لمعرفة أولوياته في كل المجالات، كما يمكن أن تؤسس دراسات أخرى لمعرفة واقع الصحافة المتخصصة في الجزائر مقارنة بالصحف المتخصصة العربية و لما لا العالمية. و لا يمكن نكران مدى استفادتنا من الدراسة الحالية في تزويد رصيدنا العلمي، كما نرجو أن تنتمي هذه الدراسة إلى الرصيد العلمي و المعرفي للجامعة و الجزائر بصفة عامة.

قائمة المصادر و المراجع

أ- المراجع باللغة العربية:

- الكتب:

- (1) أبو زيد فاروق، الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1986.
- (2) أبو زيد فاروق، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، بدون طبعة، 1986.
- (3) أبو عرجة تيسير، دراسات في الصحافة و الإعلام، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع عمان، ، ط1، 2000.
- (4) احدادن زهير، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر بدون طبعة، 2012.
- (5) احدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط4، 2007.
- (6) اسماعيل ابراهيم، الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، بدون طبعة، 2001.
- (7) النجار فايز جمعة و النجار نبيل جمعة و الزغبي ماجد راضي ، أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، بدون طبعة، 2008.
- (8) الهيتي عبد الرزاق علي، الصحافة المتخصصة، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان بدون طبعة، 2010.
- (9) امام ابراهيم، محمد فريد محمود عزت، وكالات الأنباء المعاصرة: النشأة: التطور: الدور و الفعاليات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2005.
- (10) بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2003.
- (11) تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2007.

- (12) جندي عبد الناصر، تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2005.
- (13) حديدي منى و اللبان شريف درويش، فنون الاتصال و الإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، بدون طبعة، 2009.
- (14) حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة و الالكترونية، رحمة برس للطباعة و النشر القاهرة، بدون طبعة، 2006.
- (15) حمزة عبد اللطيف، الصحافة و المجتمع، دار القلم، القاهرة، بدون طبعة، 1963.
- (16) دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، بدون طبعة، 1998.
- (17) ديفلر ميلفين و روكتيش ساندر، تر: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط3، 1999.
- (18) ربيع عبد الجواد سعيد، فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية تطبيقية، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة، ط1، 2005.
- (19) رضوان بوجمعة، الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر: دراسة سوسيو مهنية طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2008.
- (20) شرف عبد العزيز، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع القاهرة، بدون طبعة، 2000.
- (21) عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، بدون طبعة، 2004.
- (22) عبد الحميد محمد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1992.
- (23) عبد اللطيف شفيق محمود، وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف القاهرة، بدون طبعة، 1978.
- (24) عبد المرزي ماجدة، الصحافة المتخصصة: إشكالية الواقع و آفاق المستقبل، دار العالم العربي، القاهرة، بدون طبعة، 2010.

(25) عدلي العبد عاطف و عزمي زكي أحمد، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام: الدراسات الميدانية، تحليل المحتوى، العينات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1 1993.

(26) عزت محمد فريد محمود، المقالات و التقارير الصحفية: أصول إعدادها و كتابتها بدون دار النشر، القاهرة، بدون طبعة، 1998.

(27) عزت محمد فريد محمود، مدخل إلى الصحافة، بدون دار النشر، القاهرة، بدون طبعة، 1993.

(28) عزي عبد الرحمن و بومعيزة السعيد، الإعلام و المجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية و الإسلامية، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، بدون طبعة، 2010.

(29) عزي عبد الرحمن، منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر تونس، ط1 2013.

(30) لعقاب محمد، الصحفي الناجح، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، ط2 مزيدة و منقحة، 2006.

(31) مذكور مرعي، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، ط1، 2002.

(32) مصباح عامر، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2010.

(33) مكاوي حسن و السيد ليلي، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، طو، 2010.

(34) واكد نعيمة، مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع الجزائر بدون طبعة، 2011.

(35) ولد خليفة محمد العربي، النظام العالمي: ماذا تغير فيه؟ و أين نحن من تحولاته؟ مدخل لدراسة الهيكلة الجديدة للعالم من الحرب الباردة إلى الأحادية القطبية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر بدون طبعة، بدون سنة النشر.

- المجلات و الدوريات:

(36) مجلة الباحث الإعلامي عدد 4، جامعة بغداد، العراق، مارس 2008.

(37) مجلة آفاق، عدد 05 مارس، جامعة عنابة، الجزائر، 2001.

(38) جريدة الخبر، عدد 6916، الجزائر، 2012/12/06.

- الأعمال الأكاديمية:

(39) أبو جامع منى عيد، معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليلية من 2007/04/01 إلى 2008/03/30، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2009.

(40) العمير أحمد بن علي بن صالح، الصفحات الثقافية في الصحافة اليومية السعودية: دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الصحف السعودية اليومية خلال المدة 1425/1/1 إلى 1425/12/30هـ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1428 هـ.

(41) بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

(42) حروب محمد شحدة علي، معالجة الصحافة اليومية السعودية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليل المضمون، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن 2012.

(43) حسيني صفوان عصام، الصحافة المكتوبة و ظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999: دراسة وصفية تحليلية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.

(44) سيدهم ذهيبية، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة: دراسة تحليلية للمضامين الصحفية في جريدة "الخبر"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2005.

ب- المراجع باللغة الفرنسية:

- القواميس و المعاجم:

(45) Dictionnaire encyclopédique pour tous, petit Larousse en couleurs librairie, Larousse canada, 1980.

- الكتب:

(46) khaled Chaib, le défi, éditions signe, Algérie.

(47) Lazar Judith, Sociologie De La Communication De Masse Armand Colin, Paris, 1991.

(48) Mouriquand JACQUES, l'écriture journalistique, 4^{ème} édition, Jouve, France, 2011.

(49) Sfez Lucien, Critique de la communication, le seuil, paris.

(50) Voirol Michel, guide de la rédaction, victoires éditions, 8^{ème} ed, France, 2006.

- المجلات و الدوريات:

(51) Hermès, n° 04, année, 1989.

ت- الوابغرافيا:

(52) عبد الرحمن طه، (الصحافة الاقتصادية مشكلات و حلول)، مقالة منشورة بتاريخ

2011/08/27 على الساعة 20.34 على الموقع

<http://www.eqttesady.com>، آخر زيارة بتاريخ 2013/03/24.

(53) لعلامي جمال، (شهادة تصديق "أو جي دي" تثبت تصنيف "فوربس": "الشروق" جريدة

الجزائريين الأولى في 2011)، نشرت على الموقع:

www.echouroukonline.com بتاريخ 2012/04/18 آخر زيارة بتاريخ

2012/12/02.

(54) مقال منشور على شبكة الانترنت، على الموقع: www.wikipedia.org، آخر

زيارة بتاريخ 2013/04/12.

ملحق رقم (1): استمارة تحليل المضمون.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة د. مولاي الطاهر – سعيدة-

كلية الآداب و اللغات و العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية

تخصص إتصال و صحافة مكتوبة

استمارة استبيان حول:

القضايا الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية

دراسة تحليلية مقارنة للصفحات الاقتصادية في يومي "الخبر" و "الوطن"

في الفترة ما بين 2012/11/01 إلى 2013/02/28

تحت إشراف الأستاذة:

* صفاح أمال

من إعداد الطالب:

❖ خرياش منير عبد العزيز

ملاحظة: هذه استمارة نقدمها في إطار انجاز مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص صحافة مكتوبة مستعملين بذلك أداة تحليل المضمون التي اخترنا فيها فئات الشكل و فئات الموضوع، و لهذا كان اختيارنا لوحدة الموضوع التي تعتبر المادة الصحفية المنشورة لذلك نطلب من سيادتكم التمعن في الاستمارة و الاضطلاع على دليلها، و كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها أو في ورقة مستقلة ... و شكرا.

2013/2012

البند الأول: بيانات خاصة عن الوثائق محل الدراسة.

1- اسم الجريدة:

الخبر

الوطن

2- تاريخ الصدور (اليوم، الشهر و السنة):

3- العدد:

البند الثاني: أولويات تناول الإعلامي للقطاعات و المجالات و مصادر الأخبار.

1- فئة الموضوع:

- العقار البنوك و المصارف النقل و المواصلات الاتصالات
- الملتقيات و المعارض الطاقة القوانين و الرسوم الزراعة
- التأمين السياحة المجال الطبي البناء و التموين
- البورصة الخدمات و التوظيف التعليم و التكوين الصناعة و التصنيع

2- فئة القطاع:

- عام خاص مشترك أجنبي

3- فئة التغطية الاعلامية:

- محلية عربية إقليمية

4- فئة المصدر:

- مصدر داخلي مصدر خارجي غير معن

البند الثالث: الجمهور المستهدف و أسلوب اللغة و شرح المفاهيم.

1- فئة الجمهور المستهدف:

- جمهور عام جمهور خاص

2- فئة أسلوب اللغة:

- صحفية علمية مختلطة

3- فئة شرح المصطلحات:

-

مصطلحات مشروحة و واضحة شرحت بمعدل متوسط

شرحتم بمعدل ضعيف لم تشرح

4- فئة توافر البيانات الأساسية:

كافة البيانات متوفرة متوفرة بمعدل متوسط

متوفرة بمعدل منخفض غير متوفرة

البند الرابع: الأنواع الصحفية و عناصر الإبراز:

1- النوع الصحفي: خبر روبرتاج تقرير مقال تيق

2- عوامل الإبراز:

- العنوان: عنوان رئيسي وفرعي عنوان رئيسي عنوان رئيسي و اشارة
- الألوان: الأبيض و الأسود الألوان
- الصور و الرسومات: متوفرة غير متوفرة
- المساحة: سم²

ملحق رقم (2): دليل التعريفات الإجرائية.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة د. مولاي الطاهر – سعيدة-

كلية الآداب و اللغات و العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية

تخصص اتصال و صحافة مكتوبة

بسم الله الرحمن الرحيم

هذا دليل التعريفات الإجرائية أعد في إطار انجاز مذكرة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص صحافة مكتوبة، مستعينا بأداة تحليل المضمون و تحت عنوان " القضايا الاقتصادية في الصحافة اليومية الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة

للسفحات الاقتصادية في يوميتي "الخبر" و "الوطن" في الفترة ما بين 2012/11/01 إلى 2013/02/28". نريد من سيادتكم إعانتنا في تثبيتها عن طريق القيام بما يلي:

- 1- قراءة الدليل قراءة جيدة.
 - 2- وضع علامة (✓) أمام التعريف الذي ترونه مناسباً لمعناه في مضمون العينة.
 - 3- وضع علامة (؟) أمام التعريف الذي ترونه بحاجة إلى تعديل.
 - 4- وضع علامة (X) أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح.
- و إذا رأيتم أن هناك ملاحظات لا بد من تدوينها، فالرجاء القيام بذلك في المكان المخصص لها.
و شكرا

تحت إشراف الأستاذة:
صفاح أمال

إعداد الطالب:
خرباش منير عبد العزيز

اسم المرمز:

درجته العلمية:

أولاً: أولويات تناول الإعلامي للقطاعات و المجالات و مصادر الأخبار.

- (أ) فئة الموضوع: و التي تستهدف الإجابة على السؤال: على ما يدور موضوع الصحف؟ و تستخدم أساساً بغرض الكشف عن مجال و نوع النشاط الاقتصادي الذي تناولته المادة الصحفية و قد جرى تقسيم هذه الفئات إلى عدة فئات فرعية و هي:
- 5- العقار: و هو مجال العقار بما في ذلك جميع أنشطة البناء من تجارة و إنتاج و عمل.
 - 6- البنوك و المصارف: و هي جميع الأنشطة و التطورات المتعلقة بالبنوك و المصارف.
 - 7- النقل و المواصلات: ويتضمن كل ما يتعلق بالمركبات المختلفة و الطرق و الموانئ و المطارات.
 - 8- الاتصالات: بكافة أنواعها السلكية و اللاسلكية و ما يتعلق بها من أنشطة و صفقات.
 - 9- الملتقيات و المعارض: بما في ذلك من اتفاقيات و استثمارات الدول الأخرى.
 - 10- الطاقة: بكافة أنواعها من منتجات البترول و كهرباء و غاز و تشمل أنشطة إنتاجها و أسعارها كل القضايا المتعلقة بسوق كل منها.
 - 11- القوانين و الرسوم الجمركية: بما في ذلك من برامج و مخططات تنموية.
 - 12- الزراعة: و ما يتعلق بأنشطتها بما في ذلك الثروة الحيوانية و المياه بكافة مصادرها.

- 13- التأمين: و هو كل ما يتعلق به من أنشطة و علاقته بكافة النشاطات الأخرى.
- 14- السياحة: و هو كل ما له علاقة بتطور و تغيير في النشاط السياحي و الفنادق.
- 15- المجال الطبي: و ما يتصل به من أنشطة اقتصادية من معدات و تجهيزات و الأدوية.
- 16- الغذاء و التموين: كل ما يتعلق بقضايا الغذاء و التموين من السلع المختلفة و الأسعار.
- 17- البورصة: و الأسواق المالية و كافة العملات المختلفة من تغير في أسعارها.
- 18- الخدمات و التوظيف: كل ما يتعلق بالتوظيف و خدمات الصيانة و المعلومات.
- 19- التعليم و التكوين: و تشمل الأنشطة الاقتصادية لكافة الجهات التعليمية الخاصة و الحكومية بما في ذلك الدورات التكوينية للعمال في كافة المجالات الاقتصادية.
- 20- الصناعة و التصنيع: و هي كافة الصناعات المختلفة و أنشطتها غير الواردة في التصنيفات الأخرى بما في ذلك أنشطة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

ب) فئة القطاع: قد جرى تعريف القطاع إجرائيا على أنه الجهة التي تنتمي إليها المؤسسة أو الحدث الذي نتحدث عنه المادة الصحفية. من المتعارف عليه أن هناك قطاعان رئيسيان هما القطاع العام و القطاع الخاص، و نظرا لأن القطاعان يشتركان في كثير من الأحيان في أنشطة اقتصادية، فقد حددنا أربع فئات في مجال القطاع و هي:

1. القطاع العام: ويشمل المؤسسات التابعة للدولة و ما يترتب على ذلك من أنشطة اقتصادية قائمة على أساس ملكية الدولة لرأس المال و المنتجات.
2. القطاع الخاص: و يشمل المؤسسات ذات الملكية الخاصة لأفراد أو جماعات.
3. القطاع المشترك: و هي جميع الأنشطة التي يشترك فيها القطاعان: العام و الخاص.
4. القطاع الأجنبي: و يشمل مختلف الأنشطة المتبادلة مع دول أخرى.

ت) فئة التغطية الإعلامية: و يستخدم التصنيف الجغرافي في فئة منشأ الحدث أو المعلومات للإجابة على الأسئلة الخاصة بالتحديد المكاني للمضامين الإعلامية. و قد تم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية هي:

1. محلية: و تتضمن كل ما ينشر من أنشطة اقتصادية على المستوى الوطني.
 2. عربية: و تشمل كافة الأنشطة الاقتصادية في الوطن العربي بما في ذلك كل ما يتعلق بالاتفاقيات و الشراكات الوطنية و العربية.
 3. دولية: و تتضمن كل ما يتعلق بالنشاط الاقتصادي في باقي أنحاء العالم بما في ذلك التبادلات المحلية و الإفريقية، و المحلية العالمية.
- ث) فئة المصدر:** تستخدم فئة مصدر المعلومة للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة كالأشخاص، الصحف، وكالات الأنباء... الخ. و تم تقسيم هذه الفئة إلى:
- 1- مصدر داخلي: و تتمثل في المصادر الذاتية الخاصة بالصحيفة من مراسلين، صحفيين و مندوبين في الداخل أو الخارج.
 - 2- مصدر خارجي: و هي المصادر العامة التي تتعامل معها الصحيفة لكنها لا تدخل ضمن هيئة التحرير الخاصة بها مثل وكالات الأنباء، الصحافة، الإذاعة...
 - 3- غير معلن: و يتمثل في المصدر غير المعلن عنه في المادة الصحفية.

ثانياً: الجمهور المستهدف و أسلوب اللغة و شرح المفاهيم.

- أ- **فئة الجمهور المستهدف:** تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص؟ أم جمهور عام؟ هل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات؟ و جرى تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية تمثلت في:
- جمهور عام: كافة القراء الذين لهم اهتمام بالمواضيع الاقتصادية.
 - جمهور خاص: المتمثل في المسؤولين و العمال و المستثمرين بصفة خاصة.
- ب- **فئة أسلوب اللغة:** و هي للتعرف على أسلوب اللغة التي جاءت عليها المادة الصحفية الاقتصادية، سواء كانت بسيطة و مفهومة في متناول كافة القراء أو غير ذلك، و نظراً لخصوصية القضايا الاقتصادية فقد قسمنا هذه الفئة إلى ثلاث فئات فرعية هي:
- لغة صحفية: التي تكون مبسطة و مفهومة في متناول كافة القراء.
 - لغة علمية: التي تعتمد على البيانات و المصطلحات الاقتصادية التي توجه للأخصائيين.

• لغة مختلطة: و التي تضم اللغتين الصحفية و العلمية في آن واحد.
ت- فئة شرح المصطلحات: عادة ما تكون في الكتابات الصحفية مصطلحات اقتصادية و مختصرات غير مشروحة و مفهومة لعامة القراء و قسمت هذه الفئة إلى:

• مصطلحات مشروحة و واضحة:

• شرحت بمعدل متوسط:

• شرحت بمعدل ضعيف:

• لم تشرح:

ث- فئة توافر البيانات الأساسية: و هي توفر كامل البيانات الأساسية و المعطيات و الأرقام الخاصة بمعالجة قضية اقتصادية معينة بما في ذلك الإجابة على الأسئلة الصحفية المعروفة: من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ و لماذا؟ و قسمت هذه الفئة إلى:

• كافة البيانات متوفرة:

• متوفرة بمعدل متوسط:

• متوفرة بمعدل منخفض:

• غير متوفرة:

ثالثاً: الأنواع الصحفية و عناصر الإبراز:

أ- النوع الصحفي: و هي الأشكال و الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الصحفية

و التي تعرف بالأنواع الصحفية أو الأجناس الصحفية، و قسمت إلى:

• الخبر: يصف في دقة و موضوعية حادثة أو واقعة تهم أكبر عدد من القراء.

• التقرير: يقوم بنقل تفاصيل الوقائع و الأحداث و الظروف المحيطة بها بموضوعية.

• التحقيق: يقوم بدراسة و تحليل و تفسير ظاهرة معينة أو مجموعة وقائع بالتركيز عليها للوصول الى استنتاجات أو حلول بشأنها.

• الروبرتاج: يقوم بتصوير الواقع و نقله الى الجمهور و يعتني بجمالية النص حتى أنه يقال عنه هو تصوير بالكلمات.

• المقال: يقوم على شرح و تفسير الأحداث و القضايا التي تشغل الرأي العام و التعليق عليها بما يكشف عن أبعادها.

• المقابلة: تقوم عل نقل أقوال شخصية ما حول موضوع أو حدث معين يهتم رأيها القراء

ب- عوامل الإبراز:

1- **فئة العنوان:** و هو أحد أهم عوامل الإبراز في المادة الصحفية، بحيث يعبر عن مضمونها و يعمل على جذب انتباه القارئ، و في غالب الأحيان تنشر المادة الصحفية بعنوان رئيسي و إن لم يكن كاف يضاف إليه إما عنوان إشارة أو عنوان فرعي أو الاثنين معا ، و لهذا قمنا بتقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية هي:

• عنوان رئيسي و عنوان فرعي:

• عنوان رئيسي:

• عنوان رئيسي و عنوان إشارة:

• عنوان لرئيسي و عنوان فرعي و عنوان إشارة:

2- **الألوان:** و غالبا ما تكون المادة الصحفية من حيث الإخراج الفني إما بـ:

• الأبيض و الأسود:

• الألوان:

3- **الصور و الرسومات:** و هي تلك الصور و الجداول التي تكون مرفقة للمادة الصحفية و تساعد على فهم مضمونها لإعطائه أكثر مصداقية و تكون:

• متوفرة:

• غير متوفرة:

4- **فئة المساحة:** "هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة... حيث أن عنصر الحجم أو الوقت يشيران إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع و تقديمه بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت، كان ذلك دليلا على ازدياد الاهتمام"، و بما أن الحامل للمادة الإعلامية في دراستنا يتمثل في الصحافة المكتوبة، فقد اعتمدنا على وحدة قياس السنتمتر المربع لقياس مساحة المواضيع الاقتصادية المنشورة في الصحف الخاضعة للدراسة.

ملخص الدراسة بالعربية:

تعتبر الصفحات الاقتصادية أحد مؤشرات النشاط الاقتصادي في المجتمع، و نظرا لأهمية الصحافة الاقتصادية في المجتمع و دورها في التنمية الاقتصادية، جاءت هذه الدراسة بهدف إلقاء الضوء على تقييم تناول الصحافة اليومية الجزائرية للقضايا الاقتصادية من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي و المتمثل في: كيف تناولت الصحافة اليومية الجزائرية المواضيع الاقتصادية من خلال الصفحات الاقتصادية ليوميتي "الخبر" و "الوطن"؟ و هل توجد فروق في كيفية طرح هذه المواضيع في الجريدتين خلال الفترة الممتدة من 2012/11/01 إلى 2013/02/28؟

استندت الدراسة في وصفها للظاهرة موضوع البحث و تفسيرها على نظرية ترتيب الأولويات التي استخدمت كإطار علمي يمكن على ضوئه تفسير النتائج ضمن سياقها الطبيعي، و قد اتبعت الدراسة من أجل تحقيق أهدافها المنهج المسحي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي و الكيفي، جرى التحليل على عينات من الصحف اليومية الجزائرية ممثلة في كل من جريدة "الخبر" و جريدة "الوطن".

و قد توصلت النتائج إلى أن الصحافة اليومية الجزائرية رتبت أولوياتها في تناول القضايا المتعلقة بمجال الطاقة، مجال الصناعة و التصنيع و كل ما يخص الملتقيات و المعارض كما ركزت اهتمامها على تغطية القطاعين الأجنبي و العام، و معالجة القضايا الاقتصادية المتعلقة بالشأن المحلي. كما اعتمدت الصحف اليومية الجزائرية على المصادر الخارجية في استقاء المعلومات الخاصة بالنشاط الاقتصادي، كما أنها أولت الجانب الإخباري الأهمية الكبرى في طرح المواضيع الاقتصادية، و من الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة أن محرري المادة الاقتصادية الإعلامية في جريدة "الوطن" أكثر تخصصا في المصطلحات الاقتصادية، كما أن هذه اليومية تستخدم بدرجة أكبر عوامل الإبراز لجذب الانتباه إلى المواضيع الاقتصادية المنشورة، و أن الحيز الذي تشغله هذه المواضيع أكبر بثلاث مرات تقريبا من الحيز الذي تشغله في يومية "الخبر".

(Résumé): ملخص الدراسة بالفرنسية

Les pages économiques sont considérées comme l'un des signes du mouvement économique, et vu l'importance de la presse économique et le rôle qu'elle joue dans le développement économique dans la société. Cette étude vise à l'identification et à la manière que la presse quotidienne algérienne a traité les sujets économiques. A partir de cela nous essayons de répondre à la question principale : comment la presse quotidienne algérienne a traité les sujets économiques par le billet des pages économiques publiés dans les deux quotidiens : « el Khabar » et « el Watan » ? Et est ce qu'il ya des différences entre ses deux quotidiens dans la manière du traitement de ces sujets dans la période du : 01/11/2012 au 28/02/2013 ?

L'étude s'est appuyé sur la théorie de l'agenda setting, pour donner réponse aux questionnements de cette étude. Elle a utilisé la méthode de l'enquête en basant sur l'analyse du contenu avec ses deux genres : quantitative et qualitative, l'analyse s'est produite sur un échantillon de la presse quotidienne algérienne représenté par les deux quotidiens : « el khabar » et « el watan ».

Les résultats de l'étude ont abouti que la presse algérienne à organiser le traitement des sujets de l'énergie, la production et les colloques, et elle a donné une priorité pour traiter le secteur étranger et le secteur publique, et tout ce qui concerne le domaine économique locale. Comme elle à utilisé le type informatif dans la publication des différents sujets économiques. Les rédacteurs d' « el watan » sont plus spécialisés dans le domaine économique et ce quotidien compte sur les couleurs et les photos ainsi que les dessins pour attirer l'attention à ses sujets économiques publiés, comme il utilise une surface plus grande près de trois fois que celle utilisée dans « el khabar ».