

المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري

- دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي -

Media processing for economic development issues On Algerian television - An analytical study of the economic dialogue program -

سمية بن عمر¹، كريمة عرامة²

¹ جامعة باجي مختار - عنابة - (الجزائر)، مخبر بحث: دراسات وأبحاث في الاتصال،

so.uma23000@hotmail.fr

² جامعة باجي مختار - عنابة - (الجزائر)، مخبر بحث: دراسات وأبحاث في الاتصال،

K.arama@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2021/04/04 تاريخ القبول: 2025/12/31 تاريخ النشر: 2025/12/31

Abstract:

This study aimed to identify how Algerian television deals with economic development issues, by analyzing the content of the "Economic Dialogue" program. It was conducted on a sample of 10 issues, based on the survey method, and by using content analysis as a main tool. The study reached many results, the most important of which is that Algerian television adopts a unilateral official approach in dealing with economic development issues.

Key words: Issues, Development, Economics, Programs, Algerian Television.

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة التلفزيون الجزائري لقضايا التنمية الاقتصادية، من خلال تحليل مضمون برنامج "الحوار الاقتصادي"، وأجريت على عينة قدرت بـ 10 أعداد، اعتمادا على المنهج المسحي، وباستغلال تحليل المضمون كأداة رئيسية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن التلفزيون الجزائري يعتمد أسلوبا رسميا أحاديا في التعاطي مع القضايا التنموية الاقتصادية.

كلمات مفتاحية: القضايا ، التنمية، الاقتصاد، البرامج، التلفزيون الجزائري.

1. مقدمة

تعتبر قضايا " التنمية الاقتصادية " من أبرز القضايا التي استقطبت اهتمام الدول والحكومات من جانب، ومن جانب آخر اهتمام الباحثين ورجال الاقتصاد والإعلام، ومختلف المنظمات الدولية والوطنية على حدّ سواء.

وقد برز هذا الاهتمام بعد تحوّل التصرّور في العلاقة التبادلية بين الإعلام والاقتصاد، وكذا تزايد الإدراك أنّ النماذج التنموية التي لا تراعي الاعتبارات الاقتصادية لا يمكن أن تكون مستدامة كما لا يمكن أن تحقّق نتائج إيجابية تسهم في وعي الأفراد وتحسين سبل عيشهم ورفاهيّتهم .

في هذا السياق يبرز الدور المحوريّ لوسائل الإعلام الجزائرية على اختلاف أنواعها، وبالأخص التلفزيون العمومي الجزائري في المعالجة الواعية لقضايا التنمية الاقتصادية ومشكلاتها، ومحاولة بناء وعي قيمي للاهتمام بالإعلام والاقتصاد.

2. إشكالية الدراسة :

تعتمد دول العالم المتطورة في بنائها على ثلاثة أركان رئيسية وهي: السياسة والاقتصاد والإعلام، الأمر الذي ضاعف من أهمية الإعلام ومدى تأثيراته على مجالات عديدة نتيجة تنوّع وظائفه واختلافاتها، في هذا السياق قال " دانيال كوني " : لم تعد الوظيفة الوحيدة لوسائل الإعلام تقديم المعلومات، لكنّها تقوم أيضا بالترفيه وجذب الجمهور إلى مواضيع وتوجيه أحكامه بتحضير استعداداته وتكوين المعتقدات والكشف عن الممارسات ونقد القرارات " (Cornu, 1994, p. 25) .

وإذا كان اختراع التلفزيون من أهمّ وسائل الاتصال الجماهيري وأشدّها تأثيرا على المتلقّين وأبلغها مقدرة على تأدية الوظائف الإعلامية والتنقيفية والترفيهية، فإنّ استخدام الأطباق الفضائية عبر الأقمار الصناعية يعدّ من أهمّ مظاهر التطوّر التكنولوجي في عالم الاتّصالات، حيث أصبحت عصب الاتصال الدولي بعدما حوّلت العالم إلى قرية صغيرة (الشماس، 2005، صفحة 12).

لهذا، تنامت قوة التلفزيون باعتباره من وسائل الإعلام الجماهيرية التي امتدّت وظائفها لتشمل كلّ أوجه النشاط الإنساني، بالإضافة إلى قدراته الهائلة في مجال نقل البيانات والأخبار من حيث السرعة والإتقان، فمن المعلوم أنّ تقنيات التلفزيون الحديثة أدّت إلى تغييرات ملموسة ليس في جانب الشّكل البرمجي فحسب، بل ولدت معها أساليب فنية جديدة في كيفة كتابة وإعداد وتقديم البرامج التلفزيونية العامة والمتخصصة، ومنه تنوّع أساليب المعالجة الإعلامية لمختلف القضايا.

حيث يعرّف الإعلام التلفزيوني بالحركة الاقتصادية في الدولة والعالم ، وتؤدّي وسائل الإعلام المستقلّة دورين رئيسيين: دور الرقيب الحارس على الحكومات، ودور " توعية الناس " حول القضايا المؤثرة في حياتهم (بولعوالي، 2010).

وانطلاقا من دور الإعلام في تسليط الضوء على قضايا التنمية لتحقيق التنمية المستدامة، عملت القنوات الجزائرية العمومية لمعالجة القضايا التنموية عبر برامجها التلفزيونية بأساليب وتقنيات متنوعة، وهو ما يدعو إلى رصد واقع هذه المعالجة وكيفية وأساليبها وأثرها وتأثيرها.

و عليه نطرح التساؤل التالي:

كيف عالّج برنامج الحوار الاقتصادي بالتلفزيون الجزائري قضايا التنمية الاقتصادية ؟

3. تساؤلات الدراسة:

و تفرّع التساؤل الرئيسي بدوره إلى:

. أسئلة المضمون:

- . ما هي أهم القضايا الاقتصادية التنموية التي عالّجها البرنامج ؟
- . ما هي القيم التي تضمنتها معالجة البرنامج لقضايا التنمية الاقتصادية ؟
- . ما هي الشخصيات المستضافة أثناء المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية ؟
- . أسئلة الشكل:**

- . ما هي القوالب الإعلامية المعتمدة في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية ؟
- . ما هي المدة الزمنية المخصصة في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية ؟
- . ما هي الأساليب الإقناعية المعتمدة في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية ؟

4. فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى : التلفزيون الجزائري يعتمد أسلوبا لا تشاركيا في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية.

مؤشراتها :

- . استضافة شخصيات رسمية حكومية.
- . الاعتماد على المسؤولين الحكوميين في نقل التصريحات والاستجابات.
- . عدم إشراك المواطن في مناقشة القضايا التنموية.

الفرضية الثانية : يؤدي برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري دورا مهما في المجال التنموي.

مؤشراتها:

- . التطرق لقضايا التنمية الاقتصادية وتفسيرها .
- . عدم الاكتفاء بتقديم معلومات .
- . إتباع الأسلوب العقلي في الإقناع .

5. أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية الدراسة على أهمية الموضوع في حد ذاته وعلى قيمته العلمية، وما يمكن أن يحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها، وعلى ما تحققه من نفع للعلم والباحث، وهذه الدراسة سنتناول تحديدا لواقع المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري.

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في:

- . تسليط الضوء على واقع المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية.
- . لفت الانتباه إلى عدة أدوات وتقنيات ساهمت في تطوير وترقية الإعلام التنموي.
- . اختيار التلفزيون كوسيلة إعلامية لما لهذه الوسيلة من أهمية ، بفضل تركيبها الثلاثية المنفردة: نص، صوت وصورة وما لها من دلالات .
- . تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات العملية التي تساعد على تعزيز دور التقنيات الاتصالية في المعالجة الإعلامية .

6. أهداف الدراسة:

إنّ مجال البحث العلميّ مجال واسع تتعدّد أهدافه ومعطياته، وأيّ باحث عند إثارة موضوع بحثه فهو يسعى إلى إرواء عطشه المعرفيّ، وإزالة الضبابيّة التي تحيط بالموضوع الذي يريد معالجته، وانطلاقاً من هذا تهدف هذه الدّراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

. التعرف على مختلف مضامين القضايا التنموية الاقتصادية التي يعالجها التلفزيون الجزائري.

. التّعرف على واقع القضايا التنموية الاقتصاديّة من منظور الإعلام الجزائري العمومي .

. الكشف عن القيم التي تبث عبر المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر.

7- مفاهيم الدّراسة :

وتتمثّل في:

7-1: المعالجة الإعلامية :

أ. التعريف اللغوي:

المعالجة لغة: من عالج يعالج معالجة وعلاجاً، وتحمل معاني الإصلاح، المزاولة ودواء المشكلة (الزاوي، 1959، صفحة 291).

الإعلام لغة: من المصدر أعلم ، يعلم ، إعلاماً بالأمر أي: أخبره به ، كما يعني نشر معلومات رسميّة (حدّاد، 2011، صفحة 148. 149).

ب. التعريف الاصطلاحي:

المعالجة هي اتخاذ مادة الدراسة أو البحث وعرضها بطريقة منهجية، كمعالجة موضوع أو مشكل وتقديمه وعرضه (Hachette, 1993, p. 1656).

والمعالجة الإعلامية هي عمليّة كشف اتجاهات وطرائق واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل الجهات المعنية باتجاه قضية معيّنة ، وهي عمليّة التّفكير الخاصة بالتعامل مع البيانات تحليلاً أو تركيباً لاستطلاع ما تتضمنه هذه البيانات من مؤشرات من خلال تطبيق العمليات الحسابية والطرق الإحصائية (حجاب، 2004، صفحة 505).

ج . التعريف الإجرائي:

المقصود بالمعالجة الإعلامية في دراستنا هو تشخيص سمات العمل الإعلامي الذي يزاوله التلفزيون الجزائري في تغطيته لمختلف قضايا التنمية الاقتصادية، و التي يتم من خلالها عرض وقائع أو أحداث وكيفية معالجتها وإيجاد الحلول لها.

2-7 : القضايا:

أ. التعريف اللغوي:

القضية لغة هي: الحكم، وهي مسألة يتنازع فيها وتعرض على القاضي أو القضاة للبحث والفصل، فالقضية قول مكوّن من موضوع يحتمل الصدق والكذب لذاته ويصحّ أن يكون موضوعا للبرهنة (الوسيط، 2005، صفحة 743).

ب . التعريف الاصطلاحي:

القضايا هي عبارة عن حدث معين في مجتمع ما، نتيجة تغيرات طارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل دخيلة، وكثير من الأحيان لا يوجد حل منطقي لمثل هذه القضية (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 1939).

و يعرفها " ليسلي " أنها: مسألة فيها خلاف، و تبدأ القضية في التكون عندما تظهر علامات على تطور خلافات حول مسألة ما (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 1940).

ج . التعريف الإجرائي:

قضايا التنمية هي كل المواضيع ذات الطابع التنموي الاقتصادي التي يبيثها التلفزيون الجزائري في برامجه، والتي تحتاج إلى توضيح وتفسير وتحليل.

3-7 : التنمية :

أ. التعريف اللغوي:

التنمية في اللغة من النمو، أي ارتفاع الشيء من موضعه إلى موضع آخر، وهناك اختلاف في مفهوم " النمو " ومفهوم " التنمية " فالأول يشير إلى التقدم أو التزايد الثقافي مثل: نموّ الطفل، نموّ القمح ، نموّ المال...، والثاني وهو " التنمية " فتعني عمليات غير

تلقائية، فهي مقصودة تقوم بها المجتمعات لإحداث نموّ مخطط له بصفة سريعة في فترة زمنية محددة (عسل، 2006، صفحة 24).

ب . التعريف الاصطلاحي:

التنمية هي النمو المدروس على أسس علمية، وهي عملية التي تقوم بها المجتمعات بقصد و وفق سياسة عامة لإحداث التطور والتنظيم الاقتصادي للمجتمع و بالبيئة، كما هي عملية مجتمعية تراكمية، الإنسان هو هدفها الرئيسي وهو غايتها (الكفري، 2003)، وهي كذلك إحداث مجموعة من المتغيرات الجذرية في مجتمع بهدف إكسابه الرفاهية والتطور المستمر.

ج . التعريف الإجرائي:

هي إقامة بناء تنموي اقتصادي جديد يسمح للأفراد والمؤسسات بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع الحاجات الضرورية لديهم في مختلف المجالات.

فالتنمية الاقتصادية هي عملية مستمرة في الزمن للانتقال من وضع متخلف إلى وضع متقدم، وتهدف بالتالي إلى الرفع الدائم في الإنتاج ومنه في الدخل الوطني والفردى الحقيقي.

8. الإجراءات المنهجية للدراسة:

8-1: طبيعة الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التفسيرية التحليلية التي تسعى إلى تفسير ظاهرة موجودة و هي " المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية "، و ذلك من خلال وصف الظاهرة وتفسيرها و تحليلها وصولاً لنتائج دقيقة و موضوعية.

8-2: منهج الدراسة:

تستوجب كلّ دراسة الاعتماد على منهج علمي واضح لكي تتصف بالعلمية، ونستطيع الوثوق بنتائجها (محمود، 1995، صفحة 58)، وانطلاقاً من موضوع الدراسة " استخدم المنهج المسحي الذي يعدّ أنسب المناهج العلمية وأكثرها استخداماً في الدراسات الوصفية التي تستوجب الحصول على البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضوع البحث في واقعها المكاني والزمني، بهدف تحليلها وفهم علاقاتها الداخلية والخارجية، ولاسيما المادة المعرفية الخاصة بمتغيرات: المعالجة الإعلامية، قضايا التنمية الاقتصادية، التلفزيون الجزائري، وهي خطوة قاعدية توضح مفاهيم الدراسة وتضبطها.

و يذهب "موريس" إلى اعتبار المسح منهجا لتحليل و دراسة أيّ موقف أو مشكلة اجتماعية أو جمهور، باستخدام طريقة علمية منظمة من أجل تحقيق أهداف معينة.

وعلى العموم تلّخص أهم خطوات المنهج المسحي في النقاط التالية (بدر، 1996، صفحة 34):

- تحديد الغرض من المسح لتحديد المشكلة والاعتبارات العلمية التي تبنى عليها هدفه.
- رسم خطة سير البحث وتشمل تحديد مجال المسح من حيث العينة و المكان والزمان.
- جمع البيانات والمعلومات باستخدام أدوات : الملاحظة وتحليل المضمون.
- تحليل البيانات تحليلًا إحصائيًا وتفسيرها عن طريق القياس المنطقي.

8-3: عينة الدراسة:

تمّ الاعتماد على المسح بالعينة ، أي أن التحليل لم يجر على جميع مفردات المجتمع محل الدراسة-المضامين السمعية البصرية للتلفزيون الجزائري - بل على عينة منه تمثلت في أعداد شبكة برامجية لبرنامج " الحوار الاقتصادي "، بمعنى جميع الأعداد التي بثت خلال منذ بداية سنة 2020 وكان العدد الإجمالي 10 أعداد من شهر جانفي إلى شهر مارس 2020.

8-4: أدوات جمع البيانات:

انطلاقا من إشكالية الدراسة وتساولاتها والأهداف المسطرة للدراسة، تمّ استخدام أداة أساسية لجمع البيانات وهي " تحليل المضمون ".

ويعرّف بأنه " أداة بحث تهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري لمادة الاتصال عن طريق تبويب خصائص المضمون وتصنيفها عن طريق العدّ والإحصاء، وكذلك الاهتمام بجوانب المعاني والعلاقات بين المعاني " (الحמיד، 2008، صفحة 148)، أي أنّ تحليل المضمون لا يكتفي بالمعاني الظاهرة فقط بل الكامنة أيضا.

كما يرى " بيرلسون " أنّ تحليل المحتوى هو " أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو الضمني للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا " وقراءة كيفية (العبد، 2006، صفحة 4746)، حيث يهتم التحليل الكمي بالجوانب الإحصائية

الأكثر دقة وموضوعية وثباتاً، بينما يولي التحليل الكيفي أهمية للسّياق بين أجزاء النص
(Bardin, 2007, p. 147).

ويعتمد هذا الأسلوب البحثي على ما يسمّى "استمارة التحليل" التي تعتبر آلية لا غنى عنها للتّعاطي المنهجي مع المادة محلّ التحليل، وعليه تضمنت الاستمارة فئتين رئيسيتين هما:

جدول رقم 01: يوضح فئات التحليل

فئات ماذا قيل؟	فئات كيف قيل ؟
و هي فئات تعمل على وصف مضمون المادة السمعية البصرية التي تهتم بمعالجة قضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري، من خلال الكشف عن المعاني الظاهرة والضمنية. وتمثلت فئات ماذا قيل ؟ في:	و هي الفئات التي تتناول الأشكال التعبيرية المستخدمة خلال وصف وسائل التعبير والمعالجة الفنية المعتمدة في عينة الدراسة، بمعنى شكل المادة الإعلامية التي اهتمت بمعالجة قضايا التنمية الاقتصادية. وتمثلت فئات كيف قيل ؟ في:
1. فئة المواضيع.	1. فئة القوالب الإعلامية.
2. فئة الشخصيات.	2. فئة اللغة المستخدمة.
3. فئة الأهداف.	3. فئة مستوى اللغة المستخدمة.
4. فئة القيم.	4. فئة الألوان.
5. فئة الاتجاه.	5. فئة الإضاءة.
6. فئة أساليب الإقناع.	6. فئة زوايا التّصوير.

المصدر: من إعداد الباحثة 1

وحدات التحليل: تمثلت في:

جدول رقم 02: يوضح وحدات التحليل

وحدة الفكر لفئات ماذا قيل ؟ }	وحدة الزمن لفئات كيف قيل ؟ }
فئة المضمون {	فئة الشكل {

المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري
- دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي -

تم اعتماد وحدة الفكرة كونها من أكثر الوحدات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال، وهي مناسبة لموضوع الدراسة.	تم استغلال وحدة الزمن، من خلال زمن الفكرة وعدد تكرارها ، لأن موضوع الدراسة هو تحليل المادة السمعية البصرية.
---	---

المصدر: من إعداد الباحثة 1

9. الدراسة التحليلية لعينة الدراسة:

1.9: تحليل وتفرغ البيانات المتعلقة بفئات المضمون (فئات ماذا قيل ؟):

- فئة المواضيع:

جدول رقم 03: المواضيع المعالجة في عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المواضيع
20 %	02	المؤسسات الناشئة
10 %	01	المركزية النقابية
10 %	01	السكن والعمران
10 %	01	قطاع التجارة
10 %	01	التنمية المحلية
30 %	03	عمل الحكومة
10 %	01	الصناعة والمناجم
100 %	10	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 03 نتائج الدراسة المتعلقة بالمواضيع التي تناولها برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تصدّرت مواضيع عمل الحكومة قائمة القضايا الاقتصادية بنسبة 30 % ، وخصصتها تحديدا للاجتماعات الوزارية في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية، ونسبة 20 % لمواضيع المؤسسات الناشئة، في حين احتلت مواضيع المركزية النقابية، السكن والعمران، قطاع التجارة ، والصناعة والمناجم ذيل الترتيب، وحصدت أقل نسب المعالجة ، وهو ما يبرز الخطّ الافتتاحي للتلفزيون الجزائري الذي يعمل على تمجيد أعمال الحكومة وتسليط الضوء عنها.

- فئة الشخصيات:

جدول رقم 04: الشخصيات في عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الشخصيات
37.50 %	06	شخصيات رسمية
06.25 %	01	شخصيات إعلامية
31.25 %	05	شخصيات مال وأعمال
25 %	04	شخصيات أكاديمية
00 %	00	شخصيات عامة
100 %	16	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يبين الجدول رقم 4 نتائج البحث المتعلقة بالشخصيات التي يستضيفها برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تصدرت الشخصيات الرسمية قائمة الشخصيات بنسبة 37.50 % ، ونسبة قدرت بـ 31.25 % لشخصيات المال والأعمال، ثم الشخصيات الأكاديمية بنسبة 20 % والشخصيات الإعلامية بنسبة 06.25 % ، في حين انعدم حضور الشخصيات العامة بالبرنامج.

إنّ الأرقام المتوصل إليها تعكس طبيعة وصيغة المواضيع التنموية الاقتصادية المعالجة، كما توجه إلى القول بأنّ برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري لم يعتمد أسلوب المشاركة في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية ، رغم أن قضية التنمية الاقتصادية هي مسؤولية تنقاسمها جميع الأطراف الفاعلة اجتماعيا، فالمشاركة عملية في غاية الأهمية وفق ما تقرره مقارنة الدراسة " البنائية الوظيفية" .

- فئة الأهداف :

جدول رقم 05: الأهداف المرجوة في عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الأهداف
30 %	03	تقديم أخبار
60 %	06	تأييد إجراءات
10 %	01	انتقاد ممارسات
100 %	10	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة 1

المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري
- دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي -

يبرز الجدول رقم 5 نتائج البحث المتعلقة بأهداف عينة الدراسة المتعلقة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري ، حيث تصدر هدف " تأييد الإجراءات " قائمة الأهداف بنسبة قدرت بـ 60 % ، ثم نسبة 30 % لتقديم الأخبار، ونسبة 10 % لانتقاد الممارسات.

الأرقام المتوصل إليها تبرز ما تم التوصل إليه في نتائج الجدولين الثالث و الرابع، فرسالة البرنامج، وأفكاره تهدف إلى تأييد إجراءات الحكومة، وتضخيم إنجازاتها لكسب الرأي العام.

- فئة القيم:

جدول رقم 06: القيم بعينة الدراسة

القيم	التكرار	النسبة
تبادل الآراء	04	40 %
احترام الآخر	03	30 %
السخرية	01	10 %
الصراعات	02	20 %
المجموع	10	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 6 نتائج البحث المتعلقة بالقيم المتضمنة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تباينت هذه القيم بين إيجابية وسلبية، لكن قيمة " تبادل الآراء " تصدرت قائمة القيم بنسبة 40 %، وهو ما يبرز أنّ ضيوف البرنامج مختلفون من حيث التوجّه والفكر والتخصّص... قيمة " احترام الآخر " حصدت نسبة 30 % وهو ما يبرز وعي الضيوف واحترامهم للآخرين، مع وجود نسبة ضئيلة لقيمة "الصراعات " من أجل إثبات الذات من خلال أخذ الكلمة لطرف على حساب طرف آخر.

- فئة الاتجاه :

جدول رقم 07: اتجاه مضمون عينة الدراسة

الاتجاه	التكرار	النسبة
إيجابي	07	70 %
حيادي	02	20 %
سلبي	01	10 %
المجموع	10	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 7 نتائج البحث المتعلقة باتجاه مضمون برنامج " الحوار الاقتصادي" بالتلفزيون الجزائري، حيث كان الاتجاه الإيجابي هو الغالب على المضمون بنسبة 60 % فيما يخص جهود الدولة، في حين حمل الاتجاه المحايد نسبة 30 %، والاتجاه السلبي بنسبة 10 % اتجاه بعض الأفكار المطروحة.

2.9: تحليل وتفريغ البيانات المتعلقة بفئات الشكل (فئات كيف قيل ؟):
فئة القوالب الإعلامية:

جدول رقم 08: القوالب الإعلامية المستغلة بعينة الدراسة

القوالب الإعلامية	التكرار	النسبة
الحديث الصحفي	10	62,50 %
الروبورتاج	01	06.25 %
التعليق الصحفي	01	06.25 %
التقرير الإعلامي	04	25 %
المجموع	16	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يبين الجدول رقم 8 نتائج البحث المتعلقة بالقوالب الإعلامية المستغلة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تباينت هذه القوالب الإعلامية بين حديث صحفي وروبورتاج وتقرير إعلامي وتعليق صحفي، وتصدر " الحديث الصحفي " قائمة القوالب

المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري
- دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي -

الإعلامية المستغلة بنسبة 62,50 % ، إضافة للاعتماد على التقرير الصحفي بنسبة 25 % ، ثم التعليق الصحفي والروبورتاج بنسبة ضئيلة. وقرأ من ذلك طغيان طابع الوصف ونقل مظاهر التنمية الاقتصادية، من خلال الحديث عن مشاكلها وحلولها.

. فئة نوع اللغة المستخدمة:

جدول رقم 9: نوع اللغة المستخدمة بعينة الدراسة

نوع اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية الفصحى	10	% 62,50
العامية	04	% 25
الأجنبية	02	% 12.50
المجموع	16	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يبرز الجدول رقم 9 نتائج البحث المتعلقة بنوع اللغة المستخدمة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، ومن خلال الأرقام المتوصل إليها يمكن القول أنّ التلفزيون الجزائري عالج القضايا التنموية الاقتصادية في برنامج " الحوار الاقتصادي " بلغة عربية فصحى، ضمت أكبر تكرار ونسبة كبيرة جدا من حيث الأفكار التي قدمت بها، حيث تقدر النسبة بـ 62,5 % ، في حين كان استخدام العامية والأجنبية ضعيفا نوعا ما، حيث قدرت نسبة الأولى بـ 25 % والثانية بـ 12,50 %، وهو ما يبرز أنّ مقدّمة البرنامج تستخدم اللغة العربية الفصحى في كثير من الأحيان، كما يشير إلى أنّ ضيوف البرنامج يلجؤون أحيانا لاستخدام العامية لتصل إلى كل أصناف المجتمع، و استغلال اللغة الأجنبية أحيانا أخرى في سياق الخطاب العلمي الأكاديمي.

. فئة مستوى اللغة المستخدمة:

جدول رقم 10 : مستوى اللغة المستخدمة بعينة الدراسة

مستوى اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
لغة بسيطة	08	% 80

لغة تقنيّة متخصّصة	02	% 20
المجموع	10	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يبرز الجدول رقم 10 نتائج البحث المتعلقة بمستوى اللغة المستخدمة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، ومن خلال الأرقام المتوصل إليها يمكن القول أنّ مستوى اللغة المستخدمة في معالجة قضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري بسيط وبعيد عن التقنيّة، حيث بلغت نسبة اللغة البسيطة 80 % في حين قدرت نسبة اللّغة التقنيّة بـ 20 % وهو مؤشر يبدو إيجابيا ، وذلك حتى تصل الرسالة الإعلاميّة بشكل واضح وخال من التعقيد لجميع شرائح المجتمع على اعتبار أن قضايا التّمنية بأنواعها تهم الجميع .

فئة أساليب الإقناع:

جدول رقم 11: الأساليب الإقناعيّة المعتمدة بعيّنة الدراسة

الأساليب الإقناعيّة	التكرار	النسبة
العاطفيّة	04	% 40
المنطقيّة	03	% 30
الدينيّة	01	% 10
التخويفيّة	02	% 20
المجموع	10	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 11 نتائج البحث المتعلقة بالأساليب الإقناعية المعتمدة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تباينت هذه الأساليب بين منطقية ودينية وعاطفية وتخويفية، وترأست " الأساليب الإقناعيّة العاطفيّة " قائمة الأساليب بنسبة 40 %، وهو ما يدلّ على أنّ المعالجة الإعلامية لبرنامج " الحوار الاقتصادي " تعتمد بشكل كبير على المؤثرات العاطفيّة التي تمسّ مشاعر الإنسان بالدرجة الأولى لكسب الرأي العام، مع اعتماده " أحيانا " على أساليب إقناعيّة أخرى كالأساليب العاطفيّة، الدينيّة والتخويفيّة حسب حاجة الخطاب الإعلامي لذلك.

. فئة الألوان :

جدول رقم 12 : الألوان المستغلة بعينة الدراسة

الألوان	التكرار	النسبة
الأزرق	07	% 70
الأبيض	01	% 10
الأحمر	02	% 20
المجموع	10	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 12 نتائج البحث المتعلقة بالألوان المستغلة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري ، حيث تصدر استخدام " اللون الأزرق " الذي نجده في خلفية الأستوديو، ويدلّ على " روح المسؤولية " و" المصداقية "، كما يبعث هذا اللون في نفسية الضيف والجمهور المشاهد الراحة والاطمئنان.

وكان للونين " الأبيض " و" الأحمر " مكانتهما في البرنامج بنسبة ضئيلة، فلأبيض دلالات عديدة أهمها: أنّه لون السلام والراحة، أمّا اللون الأحمر ويرمز له بلون الخطر والإثارة في بعض المواضيع المعالجة.

. فئة الإضاءة:

جدول رقم 13 : الإضاءة بعينة الدراسة

الإضاءة	التكرار	النسبة
قوية	03	% 30
خافتة	01	% 10
عادية	06	% 60
المجموع	10	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يمثل الجدول رقم 13 نتائج البحث المتعلقة بالإضاءة المستخدمة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، حيث تصدر استخدام " الإضاءة العادية " بنسبة قدرّت بـ 60

% ، مع استغلال مؤقت " للإضاءة القويّة " أحيانا و " الإضاءة الخافتة " أحيانا أخرى ، وهذا حسب متطلبات وزوايا المعالجة الإعلامية للبرنامج.

. فئة زوايا التصوير :

جدول رقم 14 : زوايا التصوير بعينة الدّراسة

النسبة	التكرار	زوايا التصوير
% 60	06	العادية
% 20	02	المرتفعة
% 20	02	التصاعدية
% 100	10	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة 1

يبرز الجدول رقم 14 نتائج البحث المتعلقة بزوايا التصوير المستخدمة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري، والملاحظ للأرقام المتوصل إليها أنّ زاوية التصوير العادية نالت أعلى نسبة، وهذا لإبراز كل جوانب العرض أثناء تقديم البرنامج، والتطرق لمعالجة الموضوع التنموي الاقتصادي المقترح.

10. نتائج الدّراسة:

بعد إجراء الدراسة التحليلية، تم التوصل للعديد من النتائج أهمّها:

. يهتم برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري بالدرجة الأولى بمواضيع عمل الحكومة والاجتماعات الوزارية في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية، إضافة لمواضيع المؤسسات الناشئة، ومواضيع المركزية النقابية، السكن والعمران، قطاع التجارة، والصناعة والمناجم.

. يعتمد التلفزيون الجزائري على الشخصيات الرسمية والحكومية في معالجة القضايا التنموية الاقتصادية، وتجلّى ذلك بوضوح في برنامج " الحوار الاقتصادي " .

المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري - دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي -

. يهدف برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري إلى " تأييد الإجراءات " الخاصة بالسلطة ، بنسبة مرتفعة قدرت بـ 60 % ، ثم نسبة 30 % لتقديم الأخبار ، ونسبة 10 % لانتقاد الممارسات.

. تباينت القيم المتضمنة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " بين قيم إيجابية وسلبية، مع تصدر قيمة " تبادل الآراء " قائمة القيم بنسبة 40 %.

. اتّجاه مضمون برنامج "الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري إيجابي، حيث كان الاتجاه الإيجابي هو الغالب على المضمون بنسبة 60 % فيما يخص جهود الدولة، في حين حمل الاتجاه المحايد نسبة 30 %، والاتجاه السلبي بنسبة 10 %.

. اعتمد برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري على أساليب إقناعية مختلفة، تباينت بين منطقية ودينية وعاطفية وتخويفية، وترأست " الأساليب الإقناعية العاطفية " قائمة الأساليب بنسبة 40 % .

. استغلّ برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري العديد من القوالب الإعلامية بين حديث صحفي وروبورتاج وتقرير إعلامي وتعليق صحفي، وتصدر " الحديث الصحفي " قائمة القوالب الإعلامية المستغلة بنسبة 62,50 % .

. عالج برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري القضايا التنموية الاقتصادية بلغة عربية فصحة ، ضمت أكبر تكرار ونسبة كبيرة جدا من حيث الأفكار التي قدمت . مستوى اللغة المستخدمة في معالجة قضايا التنمية الاقتصادية بالتلفزيون الجزائري بسيط وبعيد عن التقنية، حيث بلغت نسبة اللغة البسيطة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " 80 % في حين قدرت نسبة اللغة التقنية بـ 20 % وهو مؤشر إيجابي .

. استفاد برنامج " الحوار الاقتصادي " بالتلفزيون الجزائري من مجموعة من الألوان ، نجدها خاصة في الاستوديو وخلفيته ، وتصدر استخدام " اللون الأزرق " قائمة الألوان الأخرى ويدلّ على " روح المسؤولية " و " المصداقية " .

. زاوية التصوير المستخدمة ببرنامج " الحوار الاقتصادي " هي الزاوية العادية، والإضاءة عادية.

11. خاتمة:

إنّ النتائج التي توصلت إليها الدراسة تثبت أن افتراض البنائية الوظيفية من وجود علاقة تبادلية بين الأنظمة الفرعية غير محقق ، حيث تجلّى ذلك بوضوح في اعتماد التلفزيون الجزائري أسلوبا رسميا أحاديا في التعاطي مع المشكلات والقضايا التنموية الاقتصادية ، فقد سجلت الدراسة حضورا مكثفا للشخصيات الرسمية التي تمثل إلى حد كبير وجهة السلطة الحكومية اتجاه قضايا التنمية الاقتصادية، مع رصد أعمالهم وخدماتهم بدل الاستعانة بوجهات النظر الموضوعية.

وفي ختام الدراسة تعرض جملة من **الافتراضات** التي تدفع بالتلفزيون الجزائري إلى تطوير آليات المعالجة والرقى بمستوى الرسالة التنموية ، وهي:

- . التحول من الطابع الوصفي إلى الطابع التفسيري والتحليلي ، وتكثيف إجراء تحقیقات ميدانية حول الانتهاكات التي تطل الاقتصاد والتنمية، ويتأتى ذلك من خلال الاعتماد أكثر على الخبراء والمختصين...
- . اعتماد أسلوب الحوار التنموي ، وفتح المجال للمواطنين للمشاركة في مناقشة القضايا التنموية.
- . إقامة تعاون جادّ وحقيقي مع الأطراف الناشطة في المجال التنموي عامة والتنمية الاقتصادية خاصة.
- . تفعيل دور الجمعيات التوعوية وإدراج برامج التنمية في نشاطاتهم.
- . تخصيص مساحة زمنية أكبر للبرامج التنموية ، واعتماد المداخل الثقافية في الرسالة الإعلامية

وخلاصة القول أنه ينبغي على التلفزيون الجزائري أن يكثف الجهود ويوحدها ، ويشرك جميع الفاعلين الاجتماعيين لتحقيق أهدافه في المجالات التنموية.

12. قائمة المراجع:

- 1- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1996).
- 2- إبراهيم حسين عسل، التنمية في الفكر الإسلامي: مفاهيم عطاءات، أساليب، (بيروت: مؤسسة مجد للدراسات الجامعية، 2006).
- 3- التجاني بولعولي (2010) دور الإعلام في التنمية، مقال نشر على الموقع الإلكتروني: <http://www.nadorcity.com/sitemap> ، تاريخ الزيارة: 12. 01. 2019 .
4. الطاهر أحمد الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، (القاهرة: دار الفكر، 1959).
- 5 - المعجم الوسيط (2005).
- 6- حسان جعفر وعصام حداد، المنبع الموسع: قاموس عربي، (لبنان: دار صبح، 2011).
- 7- عاطف عدلي العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام - الأسس النظرية والنماذج التطبيقية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006).
- 8- عيسى الشماس، تأثير الفضائيات الأجنبية على الشباب: دراسة ميدانية...، مجلة جامعة دمشق، العدد 2، المجلد 21، 2005.
9. عمار بوحوش، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995).
- 10- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام والاتصال، (بيروت: دار الهلال، 2008).
- 11- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004).
- 12- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية (القاهرة: دار الفجر، 2003).
13. مصطفى عبد الله الكفري (2003)، التنمية البشرية هي الغاية والنمو الاقتصادي هو الوسيلة لتحقيقها، الحوار المتمدن، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.ahewar.org/debat/art.asp?aid=9257> ، تاريخ الزيارة: 18. 01. 2019.
- 14- cornu Daniel, Journalisme et Vérité ; Pour une éthique de L'information (Genève ; Labor et Fibre ; 1994).
- 15- Hachette ; Dictionnaire de français.(Algérie ; 1993).
- 16- LAURENCE Bardin ; l'analyse de contenu (France ; 2007).