

المعالجة الإعلامية للمواضيع الاقتصادية عبر التلفزيون دراسة تحليلية للشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة

Media treatment of economic issues via television. An analytical study of the program network of the third Algerian channel

تاريخ الإرسال: 2019-02-13 تاريخ القبول: 2020-06-09

سميرة كنفى*، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2
samiraketfi@yahoo.com

نصر الدين غراف، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2
gheraf.nacerddine@gmail.com

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أهم المواضيع الاقتصادية التي يعالجها التلفزيون بعدّه وسيلة إعلامية تتمتع بمصدقية عالية ، فهي تجمع بين الصورة والصوت والحركة ، ولها مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى ، خاصة الوسائل التابعة للقطاع العمومي في الجزائر ، فهي تسير وفق طابع عمل إعلامي تقوده السلطة ، مما يجعل الشبكة البرمجية للقنوات العمومية تختلف عن تلك الموجودة في القنوات الخاصة ، وهو ما جعلنا نبحت في معطيات الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة وكيف تقوم بمعالجة المواضيع الاقتصادية ، من خلال تطبيق تقنية تحليل المحتوى على عينة من الشبكة البرمجية لهذه القناة في الفترة الممتدة من 2016/09/03 إلى غاية 2017/06/30 ، وتم تقسيم محتوى هذه الشبكة إلى فئات الشكل وفئات المضمون ، وبعد القيام بالدراسة التحليلية (الكمية والكيفية) ، تم التوصل إلى أن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة تتضمن عديد الحصص التي تعنى بمعالجة المواضيع الاقتصادية ، وقد تنوعت هذه المواضيع لتشمل القطاع المالي والمصرفي ، القطاع الصناعي والتجاري ، قطاع الخدمات ، القطاع الزراعي وكذا القطاع القانوني للإقتصاد .

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية ، الإعلام الاقتصادي ، التلفزيون ، الشبكة البرمجية .

Résumé

Cette étude vise à relever les sujets économiques les plus importants qui sont traités par la télévision algérienne. Cette dernière ; qui est considérée comme un média très crédible qui combine l'image, le son et le mouvement et qui a une position importante parmi les autres médias affiliés au secteur public en Algérie, fonctionne selon un travail médiatique dirigé par l'état ce qui fait que le réseau de programmes diffère de celui des chaînes privées. C'est ce qui nous a amené à vouloir rechercher les données du réseau de programmes de la troisième chaîne algérienne et savoir comment elle aborde les problèmes économiques. Ainsi, en appliquant la technologie d'analyse qualitative et quantitative de contenu à un échantillon du réseau de programmes de cette chaîne pour la période du 03/09/2016 au 30/06/2017 et en divisant le contenu en catégories de forme et de contenu, il a été conclu que le réseau programmatique de la troisième chaîne algérienne comprend de nombreuses émissions qui abordent de variantes questions économiques et qui incluent différents secteurs: financier et bancaire, industriel et commercial, agricole ainsi que le secteur juridique de l'économie.

Mots clé : Traitement des médias, Médias économiques, Télévision, Réseau programmatique.

Abstract

This study aims to find out the most important economic problems dealt with by television, a very credible medium that combines image, sound and movement, and that has an important position among other media, in particular the means affiliated with the public sector in Algeria. It functions according to a tele-communicational work, which makes it differ, as a public channel, from the other private channels. The data of the network of programs was sought in the third Algerian channel. This study is based on answering how this channel addresses economic problems, by applying content analysis technology to a sample of the program network. The first phase covers the period from 03/09/2016 to 30/06 / 2017. The content of this network was divided into "form" categories and "content" categories. after having carried out the analytical study (quantitative and qualitative), it was concluded that the programmatic network of the third Algerian channel includes many actions addressing economic issues that vary to include the financial, the banking, the industrial, the commercial, the services, and the agricultural sectors as well as the legal sector of the economy.

Keywords: Media processing, Economic media, Television, Programmatic network

* المؤلف المراسل

1. إشكالية الدراسة

المتلقي، والسعي للمحافظة على نسبة مشاهدة عالية، في ظل تعدد المؤسسات الإعلامية، التي في غالب الأحيان تبث المادة الإعلامية ذاتها، وهذا يتأسس على كيفية تصنيف ومعالجة الأخبار والمواضيع الآتية، ولعل من أهم المواضيع ذات الاهتمام المشترك بين الجمهور المتلقي والتي عادة ما تأخذ حصة الأسد لارتباطها العميق بالحياة اليومية للمواطن الجزائري، هي المواضيع الاقتصادية، حيث يعد الإعلام والاقتصاد وجهان لعملة واحدة، ففي الجزائر هناك ارتباط وثيق بين مخرجات التلفزيون كأهم وسيلة إعلامية لا تزال تقبع تحت هرم السلطة والقطاع الاقتصادي.

كما ترتبط الصناعات الاتصالية الإعلامية بعلاقة جدلية مع الاقتصاد، بل أنها تندرج في صلب بنية الاقتصاد العالمي، بوصفها صناعة المضامين والأجهزة والخدمات والمفاهيم،¹ لذا فإن الإعلام الاقتصادي هو الإعلام الذي يعنى أساسا بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلفة والهادف إلى التأثير في مسارات التطور والتغيير في الحياة الاقتصادية بما يعبر عن أفكار القوى التي تمتلك هذا الإعلام وتوجهه بما يخدم مصالحها، هذا ويهتم الإعلام الاقتصادي بتغطية النشاطات التي تخص أخبار التراكمات الاقتصادية (عائدات وطنية، استهلاك، استثمار، تصدير، استيراد... الخ)، وكذا أخبار الأسواق المالية وأخبار علاقات الصرف، لذا فإن المواضيع الاقتصادية التي تسعى الوسائل الإعلامية وفي مقدمتها التلفزيون على تغطيتها تنوع لأن المجال الاقتصادي يتضمن عدة مجالات خدمات، تجارة، صناعة، زراعة... الخ، ويتألف كل منها من محاور عديدة تشكل محل اهتمام الجمهور المتلقي، لتأكيد أهمية القضايا الاقتصادية لا بد من معرفة كيفية بناء أجندة هذه القضايا في الشبكة البرمجية التلفزيونية، حيث تضم المنظومة التلفزيونية الاقتصادية، جميع المواد والبرامج والأركان المتخصصة بالحياة الاقتصادية، وتقاس أهميتها بحجم معالجتها وتغطيتها من التلفزيون.

وحول الإطار التحليلي لهذه الدراسة، كان التلفزيون الجزائري بقناته الثالثة مجالاً لتحليل الشبكة البرمجية حيث وجب الوقوف على خصوصية البث التلفزيوني لهذه القناة بعدّها قناة عمومية ما يدعم العلاقة بين مضامينها الإعلامية الاقتصادية وخطها الافتتاحي، كما تفرض خصوصية المجال الاقتصادي وكذا المواضيع ذات الصلة به والجمهور المتلقي

تعدّ البرامج التلفزيونية مؤشراً هاماً للكشف عن طبيعة عمل المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال معاً، كما تعدّ أيضاً عاملاً مهماً لحمل ونقل القيمة والصورة والرمز، وبهذا فالبرمجة عملية إعلامية غير حيادية وإنما تتحكم فيها عدة عوامل مؤسسية، وثقافية وقيمية، وإيديولوجية... وأمام التطور الهائل لتكنولوجيا البث والاستقبال وتنافس آلاف البرامج الإعلامية، أي تنافس الآلاف الأذواق والقيم والعادات والتقاليد للوصول إلى الجمهور المتلقي، أصبح من الضروري معرفة نوع البرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية (الأرضية والفضائية)، والحجم الساعي المخصص لها.

هذا وتمثل الصناعة التليفزيونية أحد أهم وأكبر الصناعات الاقتصادية في دول العالم حيث تتركز أكبر إستديوهات التصوير والإخراج التلفزيوني في أكبر المدن الإعلامية عالمياً، كما خصصت لها ميزانيات ضخمة وكوادر محترفة في القطاع الإعلامي ما يبرز أهمية وحساسية البث التلفزيوني الذي تعمل مضامينه على رصد أكبر قدر من نسب المشاهدة، من خلال التنوع في المادة الإعلامية والاستفادة من مخرجات العلوم الأخرى فظهر الإعلام السياسي الذي يعتمد على العلوم السياسية والإعلام الديني القائم على علوم الدين والشريعة، والإعلام الاجتماعي المؤسس على علم الاجتماع، الإعلام البيئي المعتمد على علم البيئة، والإعلام الاقتصادي بالاعتماد على علم الاقتصاد، مرتبة داخل أجندة إعلامية قائمة على أساس السياسة الإعلامية للقناة محل البث وكذا قابلية الموضوع للبث ومدى أهميته بالنسبة للمشاهد كما يتم ترتيب هذه المواضيع حسب المنطقة الجغرافية من محلية وطنية، عربية، ودولية، حيث بات ترتيب المواضيع داخل الشبكة البرمجية للتلفزيون ذا أهمية بالغة لدى المتلقي ومنه يتم برمجة البرامج التي تخص السياسة والاقتصاد في توقيت الذروة، لخصوصية هذا التوقيت وارتفاع أسعار الإعلانات نتيجة لارتفاع نسب المشاهدة، وبالتالي تتحدد من خلال هذه العناصر مضمون الشبكة البرمجية التلفزيونية، فالمطلع على الشأن الإعلامي والمتتبع لخصائص البث التلفزيوني يعي جيداً أهمية بناء المعلومة بالنسبة للمشاهد فبعد تجاوز المجتمعات التقليدية ونظريات التأثير المباشر في الإعلام، أصبح الاهتمام بعناصر جذب انتباه

4. أهداف الدراسة: جاءت هذه الدراسة للوقوف عند جملة من النقاط التي تحاول من خلالها الإجابة على الإشكالية المطروحة، حيث تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أبرزها:

- رصد أهمية عملية البرمجة التلفزيونية التي يتم من خلالها رسم أجندة الإعلام الاقتصادي لقناة الجزائرية الثالثة.
- الوقوف عند عدد البرامج التي تعنى بالشأن الاقتصادي ضمن شبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة.
- معرفة الفترة الزمنية وكذا توقيت بث البرامج الاقتصادية ضمن الأجندة الإعلامية لقناة الجزائرية الثالثة.

5. الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

أ- نوع ومنهج الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث والدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظواهر الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حد الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية ومحاولة الكشف عن طبيعة هذه العلاقات.³

وقد تم استخدام منهج المسح الإعلامي ضمن هذه الدراسة بهدف معرفة مضمون قناة الجزائرية الثالثة التابعة للتلفزيون العمومي الجزائري من برامج اقتصادية، وما هي أهم المواضيع الاقتصادية التي تعالجها هذه البرامج، من خلال القيام بتحليل محتوى الشبكة البرمجية لهذه القناة من ناحية الشكل والمضمون.

ب- أداة الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة في إطار منهج المسح الإعلامي على أداة "تحليل المحتوى"، التي سيتم استخدامها في الدراسة التحليلية، لجمع البيانات الكمية والنوعية، بهدف الإجابة على مشكلة البحث والتساؤلات المطروحة، وإبراز أهمية البرامج التلفزيونية الاقتصادية ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، وتحديد ما تتضمنه من معطيات اقتصادية تساهم في ترتيب أولويات المتلقي لها، من خلال تحليل مضمون هذه الشبكة بالاعتماد على مخرجات أداة تحليل المحتوى، حيث ذهب "موريس أنجوس" إلى: أن تحليل المحتوى هو تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، صادرة من أفراد أو مجموعة والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.⁴

للمادة الإعلامية التلفزيونية أجندة خاصة بها مقارنة بأجندتها لباقي المواضيع المطروحة على قائمة شبكتها البرمجية.

فمع اختلاف وتنوع القنوات التلفزيونية عمومية كانت أو خاصة، سعت القناة الجزائرية الثالثة على حجز مكانها أمام الكم الهائل من مثيلاتها وطنيا وعربيا، تجسيدا لمقولة Jean Pierre Paul "قل لي ما هو برنامجك، أقول لك من يستمع إليك ويشاهدك"² من خلال صياغة أجندة إعلامية خاصة تساهم هي الأخرى في ترتيب أولويات المتلقي للمضامين الاقتصادية وتنوع بذلك قوالب وأشكال المادة الخبرية لها من برامج إخبارية وحوارية ومجلات اقتصادية وروبورتاج وغيرها، ستكون محل تحليل هذه الدراسة، ما يجعلنا نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: كيف عالجت قناة الجزائرية الثالثة المواضيع الاقتصادية المدرجة ضمن شبكتها البرمجية؟

2. تساؤلات الدراسة

وللإجابة على سؤال الإشكالية، تم وضع مجموعة من الأسئلة الفرعية الخاصة بفئات التحليل، جاءت على النحو الآتي:

- ماهي الأهمية التي أولتها الشبكة البرمجية الخاصة بقناة الجزائرية الثالثة للبرامج الاقتصادية؟
- ماهي أهم الموضوعات الاقتصادية التي عالجتها هذه البرامج؟
- ماهي أبرز الشخصيات الفاعلة في البرامج الاقتصادية ضمن الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة؟
- ماهي الأنواع الصحفية المعتمدة في المعالجة الإعلامية للبرامج الاقتصادية للقناة محل الدراسة؟

3. أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تناقشه في إطارها التحليلي، حيث تقف عند أهمية المواضيع الاقتصادية ضمن الشبكة البرمجية التلفزيونية، كما تسعى إلى الوصول إلى تحديد أولويات بناء الأجندة الإعلامية انطلاقا من معرفة حصة المواضيع الاقتصادية ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، وفي هذا الإطار نجد أن الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للمواضيع الاقتصادية قليلة نوعا ما خاصة بالجزائر، ما زاد من أهمية هذه الدراسة في الرصيد العلمي.

ج- عينة الدراسة

غاية شهر جوان ، والثانية خاصة بالتغطية الصيفية ما تسمى بالشبكة البرمجية الصيفية وهي خاصة بفصل الصيف تمتد من شهر جوان إلى غاية شهر أوت، والثالثة خاصة بالشبكة البرمجية لشهر رمضان الفضيل ، وتمتد لفترة شهر حسب تاريخ وقوع الشهر الكريم من كل سنة، وعليه تم اختيار الفترة التي تكون فيها الشبكة البرمجية ثابتة من ناحية عرض البرامج الاقتصادية وهي الفترة الأولى، من شهر سبتمبر 2016 إلى غاية شهر جوان لسنة 2017، فماهو ملاحظ أنّ الشبكة البرمجية لهذه الفترة تقسم إلى عدد من البرامج والحصص موزعة بشكل خاص خلال أيام الأسبوع، كما يتم تحديد توقيت بثها حسب ما تقتضيه الأهمية التي أولتها الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة. ومنه كان نوع العينة هنا عينة قصدية كونها تحقق الأهداف المسطرة لهذا البحث، بالإضافة إلى توفر البيانات اللازمة للدراسة التحليلية في هذه العينة.

ج- المستوى الثالث: مستوى العينة الخاص بمضمون البرامج الاقتصادية المدرجة ضمن الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة لموسم سبتمبر 2016 /جوان 2017: بعد الإطلاع على مضمون الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، قمنا باختيار كل البرامج الاقتصادية لتكون محل الدراسة التحليلية، حيث تمكنا من حصر هذه البرامج نسبة لقلّة عددها البالغ 5 برامج ممثلة في كل من: برنامج الحوار الاقتصادي برنامج البديل الاقتصادي، برنامج رهنات التنمية، برنامج البيئة ثروة ورهان، برنامج مجلة المستهلك. وعليه كان الحصر الشامل الأسلوب الأنسب في هذا الاختيار لعدم صلاحية استعمال العينة العشوائية المنتظمة نظرا لقلّة عدد مفردات مجتمع البحث (البرامج التلفزيونية الاقتصادية).

ومنه تمّ اختيار عدد واحد من كل برنامج اقتصادي، ويعزى هذا الاختيار إلى صغر حجم العينة التي ضمت خمس برامج تلفزيونية، بالإضافة إلى عدم التمكن من الحصول على كل الأعداد الخاصة بأرشيف هذه البرامج التلفزيونية، كون التلفزيون الجزائري لا يتيح فرصة تحميل أعداد سابقة لبرامجه التلفزيونية، وعليه لجأنا إلى القسم التجاري الخاص بمؤسسة التلفزيون الجزائري الكائن مقرها بشارع الشهداء، بناية رقم

عينة الدراسة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا"، حيث تسمح المعاينة بدراسة مجتمع البحث عبر دراسة عدد محدود من وحداته على أساس أنها تماثل معه في خصائصه وطبيعته،⁵ وهذه الدراسة تقتضي تحديد العينة وفقا لثلاث مستويات.

أ- المستوى الأول: مستوى العينة الخاص بالمصدر أو الوسيط: وهو عبارة عن تصنيف المصادر الإعلامية التي تحقق أهداف البحث أي أنها تمثل المجتمع الأصلي للدراسة، علما أن مجتمع الدراسة يتمثل في القنوات التلفزيونية العمومية، وهذا المستوى يمثل مجتمع الدراسة. ووفق هذا المستوى تم اختيار قناة الجزائرية الثالثة وفق المعايير الآتية:

- معيار الإنتماء(الملكية): تنتمي هذه القناة لسلسلة القنوات التابعة للتلفزيون العمومي الجزائري.
- معيار البث: تبث قناة الجزائرية الثالثة عبر كامل التراب الوطني.
- معيار اللغة: قناة الجزائرية الثالثة هي قناة ناطقة باللغة العربية وهي اللغة الرسمية في الجزائر.

تم اختيار قناة الجزائرية الثالثة، كونها إحدى القنوات الناشطة في الإعلام العمومي بالجزائر، بالإضافة إلى أنها تعنى بتغطية ومعالجة المواضيع والأخبار الاقتصادية وطنية كانت أو دولية، وهذا بعد الإطلاع على مضمون الشبكة البرمجية للقناة محل الدراسة ومقارنته بمضمون القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر، أين توصلت الدراسة الاستكشافية إلى أن القنوات التلفزيونية الخاصة لم تخصص برامج اقتصادية ضمن أجدتها الإعلامية، وهذا ما دفع إلى اختيار قناة الجزائرية الثالثة، بالإضافة إلى أن هذه القناة وفرت لنا إمكانية الحصول على أرشيف الشبكة البرمجية خلال الفترة الممتدة من 2016/09/03 إلى غاية 2017/06/30، مما مكن من إجراء الدراسة التحليلية.

ب- المستوى الثاني مستوى العينة الخاص بالأعداد المختارة من هذا المصدر: يتميز البث التلفزيوني لقناة الجزائرية الثالثة باعتماده على ثلاثة أنواع من الشبكات البرمجية، الأولى خاصة بالفترة الممتدة من شهر سبتمبر إلى

عرض الوقائع أو الأحداث في سياقها الزمني والموضوعي وكشف علاقاتها وأبعادها المختلفة من خلال الموضوع المطروح (المواضيع الاقتصادية هي الموضوع المطروح في سياق هذه المعالجة الإعلامية).

د. الإعلام الاقتصادي

يعرف على أنه نشر المعلومة الاقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة (خبر، تحقيق، مقال، كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلاءم الجمهور المتلقي، وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدى الرأي العام والدفاع عن وجهة نظر الوسيلة الإعلامية تجاه الأحداث والسياسات الاقتصادية والسياسة الداخلية والخارجية.¹¹

هـ. الشبكة البرمجية

يرى **Monique Truka** إن الشبكة البرمجية عبارة عن بناء إرادي وعليه وجب أن يفرض المسؤول وجهة نظره الخاصة، كما أنها عبارة عن حوار مع المشاهد وجب أن يؤثر عليه أو على الأقل يساهم في تربيته، بدفعه إلى التفكير ويزعاج عاداته ويأثارة استيائه أحيانا...." ويضيف: "إذ يجب على الشبكة البرمجية أن لا تعمل دائما على تتبع الأذواق أو الميولات الطبيعية للمشاهدين، التي غالبا ما تقود إلى نوع من الركون إلى السهولة أو التحديات التجارية التي تعطي أولوية للمشاهدة الكمية..."¹².

7. الإطار التحليلي للدراسة: بهدف إجراء وصف

موضوعي وكمي لمضمون عينة الدراسة، قمنا بتصنيف محتويات الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة إلى فئات، تحاول كل فئة من فئات التحليل الإجابة عن تساؤل من تساؤلات الدراسة المتعلقة بمضمون هذه الشبكة من برامج اقتصادية، والتحليل الكمي هو ذلك التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً، بحساب درجة التكرارات الواقعة في كل فئة من فئات التحليل المتفق عليها، ولهذا سنقوم بتحليل مضمون العينة على ضوء فئات التحليل التي تم تحديدها مع حساب درجة تكرارها ليتم في النهاية استخلاص وصف محدد ودقيق لها، وهذا الوصف سيكون كمياً لأنه يعتمد على عدد التكرارات الواقعة في كل فئة من فئات التحليل، ومن خلال استخدام أسلوب التكرار الذي يُمكن من

508، أين اتصلنا بمدير القسم والذي قدّم لنا عدداً واحداً من كل برنامج.

6. تحديد المفاهيم: جاءت المفاهيم التي تتصل

بموضوع الدراسة كما يلي:

أ. المعالجة الإعلامية:

كلمة "المعالجة" في اللغة العربية مشتقة منذ من الفعل "عالج" "traitement" باللغة الفرنسية، فعندما نقول: عالج الأمر، أي أصلحه، "عالج المشكلة"⁶، عالجه علاجاً ومعالجة: زاوله وداواه.⁷

اصطلاحاً: من الناحية الاصطلاحية للمفهوم لا

يختلف كثيراً عن التعاريف اللغوية المذكورة أعلاه، حيث يتضمن هذا المفهوم حالة تجريبية على عينة من العينات تجري لمشاهدة ومقارنة التأثير الذي تحدثه تلك التجارب بتأثيرات العلاجات الأخرى أو عند عدم وجود أي تجارب من أي نوع، والمعالجة قد تكون مادية أو إجراء يجري بطريقة أو أي محفز، ويمكن ضبطها طبقاً لاحتياجات التجربة.⁸

ب. الإعلام

الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه، فالإعلام يعتبر موضوعي، يعني ذلك أنه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الصحفي أو المذيع أو رجل السينما أو التلفزيون، وإنما هو تعبير موضوعي خالص بمعنى أنه يقوم على الحقائق أو الأرقام والإحصاءات أو عليها معاً إذ لزم الحال.⁹

ج. المعالجة الإعلامية حسب الأستاذ حسن "عماد

مكاوي" هي:

"نقل الخبر أو الحدث إلى المتلقي أو الجمهور وقت حدوثه وتغطية جميع جوانبه من خلال رسائل إعلامية وبيانات وصور وحقائق، إضافة إلى تفسيرها وتحليلها والتعليق عليها ويكون هذا عن معرفة أحوال الناس الشخصية والبيئية والقومية والدولية".¹⁰

بالجمع بين لفظي المعالجة والإعلام، وإسقاطه

على الموضوع محل الدراسة يمكننا أن نقر أن المقصود من المعالجة الإعلامية هي: "المتابعة الإعلامية التي زاولتها الصحافة (صحيفة أ) أو التلفزيون، أو الإذاعة في تغطيتها لمختلف الأخبار السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعلمية والدينية...، أو هي الطريقة التي تتم من خلالها

سكن / سياحة / العمل...الخ) / نائب: (نائب رئيس مؤسسة ، أو شركة ، أو نائب بالبرلمان) ، ممثل عن الجمعيات الاقتصادية ، الشركاء الاجتماعيون في القطاع الاقتصادي ، محلل اقتصادي / سياسي ، خبير مالي ، اقتصادي ، نقطي / مهندس ...

- مصادر الخبر الصحفي: هي الجهة مصدر الأخبار والمعلومات الاقتصادية محل التحليل:

1- مصادر رسمية: مسؤولون حكوميون ، مسؤولون عن الجمعيات الاقتصادية ، خبراء ومحللون ، وكالات الأنباء ، تقارير وأبحاث اقتصادية أخرى.

2- مصادر ثانوية: مقدم البرنامج ، مراسل ، مندوب ، مبعوث ، شهود عيان (أفراد عاديون) ، غير محددة.

ثانيا: فئات الشكل: ويتم من خلالها عرض شكل المادة الإعلامية التي قدمت به ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة:

- فئة المساحة الزمنية للمواضيع الاقتصادية: - المساحة حسب كل موضوع اقتصادي ضمن البرامج ذات الطابع الاقتصادي.

- مساحة البرامج الاقتصادية من المساحة الكلية للشبكة البرمجية.

- فئة الأنواع الصحفية: خبر ، روبرتاج ، تقرير ، تحقيق ، موجز إخباري ، مائدة مستديرة.

- فئة اللغة المستخدمة: اللغة العلمية المتخصصة ، العربية الفصحى ، اللغة العامية ، اللغة الهجينة (مزيج بين العربية واللغات الأجنبية).

- فئة الصور المصاحبة للتعليق أو الروبورتاج: صور مطابقة للتعليق والروبورتاج ، صور غير مطابقة للتعليق أو الروبورتاج.

- فئة الوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية: فيديو ، صور من الأرشيف ، صور ثابتة ، خرائط ، رسوم بيانية ، مواقع جغرافية ، دون صورة.

- فئة اتجاه المعالجة: مؤيد ، محايد ، معارض.

1/تحليل العينة وفقا لفئات المضمون:

المعالجة الإحصائية للمعطيات ، للوصول إلى النتائج الكمية التي تساهم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة.

تقسيم وحدات التحليل

1- وحدات التحليل: هي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة ، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى ، تقيد الباحث في تفسير النتائج الكمية وهي كما يلي:

أ- وحدة الموضوع: تعد هذه الوحدة من أكثر الوحدات شيوعا واستخداما في تحليل محتوى المواد الإعلامية وتم اختيارها لتصنيف أهم المواضيع الاقتصادية تناولها من البرامج التلفزيونية للقناة الجزائرية الثالثة ، حيث شملت عدة مواضيع أهمها: قطاع الخدمات ، القطاع المالي والمصرفي ، القطاع الصناعي والتجاري ، القطاع الزراعي ، القطاع القانوني للاقتصاد ، أخرى.... تذكر.

ب- وحدة القياس: والمقصود بها التكرار ، ومن ثمة استخراج النسب المئوية للمقارنة بين متغيرات الدراسة محل التحليل ، وقد تم اعتماد مقياس الزمن ذلك أن المضمون تلفزيوني مسجل بالصوت والصورة(فيديو) ، وقد تم استخدام مقياس الدقة في عملية التحليل ، وهذا لمعرفة الزمن المخصص للبرامج الاقتصادية.

2- فئات التحليل: هي التقسيمات والتوزيعات أو الأركان التي يعتمد الباحث وحدات التحليل المتصل إليها في المادة المدروسة ، وهذا بناء على ما تحدد فيه من صفات أو تختلف فيه من خصائص¹³ وهي على نوعين: فئات المضمون تجيب عن ماذا قيل؟ ، فئات الشكل تجيب عن كيف قيل؟

أولا: فئات المضمون: تم تحديدها حسب طبيعة الموضوع المدروس كما يلي:

- فئة الموضوع: أهم المواضيع الاقتصادية المطروحة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة.

- فئة الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية: رئيس / وزير (اقتصاد والطاقة / صناعة / تجارة /

الجدول رقم (1): يمثل أنواع البرامج التلفزيونية ضمن الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة

نوع البرنامج	اسم البرنامج	توقيت البث	الحجم الزمني للبث	ك	%
سياسي	في دائرة الضوء	أسبوعي 19:06-18:48	5 سا / 7 د	5	12.5%
	في صميم القانون	أسبوعي 18:01-17:30			
	نقاش مفتوح	أسبوعي 22:00-21:00			
	حوار الساعة	أسبوعي 18:38-18:07			
	حوار الساعة	أسبوعي 22:19-21:04			
اقتصادي	حوار اقتصادي	أسبوعي 22:32-21:14	4 سا / 30 د	5	12.5%
	البديل الاقتصادي	أسبوعي 19:12:30-18:40			
	رهانات التنمية	أسبوعي 19:53-19:18			
	البيئة ثروة ورهان	أسبوعي 18:59-18:37			
	مجلة المستهلك	أسبوعي 14:01 - 13:37			
اجتماعي	من واقعنا	أسبوعي 19:02-17:58	4 سا / 17 د	4	10%
	قضايا المجتمع	أسبوعي 23:57-23:00			
	زين دارك	أسبوعي 20:04-19:20			
	برنامج هنّ	أسبوعي 17:47 - 17:35			
رياضي	استوديو المحترفين	أسبوعي 22:44-21:06	4 سا / 32 د	4	10%
	من الملاعب	أسبوعي 15:59/15:08			
	الأسبوع الرياضي	أسبوعي 19:12/18:09			
	في الشؤون الرياضية	أسبوعي 00:02/23:00			
ديني	مدبح ديني	أسبوعي 13:23/13:15	2 سا / 40 د	3	7.5%
	صلاة الجمعة	أسبوعي 14:15/13:23			
	فتاوى على الهواء	أسبوعي 19:00/18:00			
ثقافي	المنتدى الثقافي	أسبوعي 23:58-23:00	3 سا / 21 د	7	17.5%
	كتاب على الثالثة	أسبوعي 11:56-10:52			
	هاذي بلادي	أسبوعي 18:49-18:21			
	المنارة	أسبوعي 17:59 - 17:46			
	تراث بلادي	أسبوعي 19:35-19:13			
	على آثار الجمال	أسبوعي 18:32-18:18			
	مكان وحكاية	أسبوعي 17:59 - 17:40			
إخباري	نشرة الأخبار الساعة صباحا	يومي 07:16 - 07:00	3 سا / 50 د	6	15%
	نشرة الساعة 11.	يومي 11:16-11:00			
	نشرة منتصف النهار	يومي 13:45/ 13:00			
	أخبار الظهر	يومي 15:59 - 15:00			
	نشرة الأخبار الخامسة	يومي 17:45-17:00			
	حصاد الصحف	يومي 11:22 - 11:16			
	نشرة الرئيسية الثامنة	يومي 20:45-20:00			
ترفيهي	شبان بلادي	أسبوعي 23:50/22:34	5 سا / 12 د	6	15%
	حنين	أسبوعي 00:06-23:12			
	استوديو الصغار	أسبوعي 16:46:56/16:00			
	رسوم متحركة	يومي 11:45-11:00			
	رانا هنا	أسبوعي 23:55/22:35			
	Mag تكنولوجيا	أسبوعي 18:00-17:30			
المجموع	/	/	33 سا / 29 د	40	100%

ترفيهية/...الخ، ومن ناحية تقسيم المساحة الزمنية للبث، وحسب معطيات القراءة التحليلية للجدول رقم 1 نلاحظ أن البرامج الثقافية أخذت حصة الأسد ضمن الشبكة البرمجية لهذه القناة، حيث بلغت نسبتها 17.5%، لتليها حصة

من خلال قراءة معطيات الجدول رقم 1، نلاحظ وجود توازن في تقسيم الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، من ناحية توزيع البرامج حسب المواضيع التي تغطيها، من سياسية/اقتصادية/اجتماعية/ثقافية/إخبارية/

البرامج من النسبة الكلية 12.5%، جاءت كلها في شكل برامج أسبوعية، تبث مرة كل أسبوع، وموزعة كما يلي: برنامج الحوار الاقتصادي، برنامج البديل الاقتصادي، برنامج مجلة المستهلك، برنامج رهانات التنمية، وبرنامج البيئة ثروة ورهان، وكانت مبرمجة على ثلاثة فترات، وقت البث النهاري 'برنامج مجلة المستهلك'، فترة مدخل إلى وقت الذروة 'برنامج البديل الاقتصادي'، 'رهانات التنمية'، 'البيئة ثروة ورهان'، ووقت الذروة 'برنامج الحوار الاقتصادي'، معطيات برمجة هذا النوع من المضامين التلفزيونية يعبر على أهمية ز. الفترة ما بين نهاية النشرة الأخيرة وبرامج الفترة الصباحية: تعدد أيضا وقتا ميتا يعاد فيه بث البرامج التي تبث في الشبكة البرمجية اليومية.

وفي هذا الإطار يتشكل مضمون التلفزيون من تسلسل مجموعة من البرامج التي تمثل التجسيد والمعالجة التلفزيونية لفترة معينة، ولأننا نعلم أنه ليس هناك نموذج موحد لتصوير الواقع، بل إن أي موقف أو فكرة تفترض استخدام طرق متعددة ورؤى مختلفة لتجسيدها، طرقتا تخدم أهدافا إيديولوجية، ودعائية مختلفة، تصور الواقع بصيغ يحكمها العمل الإبداعي، وهو ما يستوجب وجود أنواع مختلفة من المعالجات الإعلامية للمواضيع والأفكار، وتخطب أنواعا مختلفة أيضا من الجماهير، حيث يعد القيام بعملية البرمجة وضع قائمة من المواعيد الخاصة بالقناة، وهذا ما تعكسه معطيات الجدول أعلاه، وهي تسيير الفضاء الزمني لثقافة التدفق.¹⁵

إن إعداد شبكة البرامج التلفزيونية ليس فعلا تكديسا للمنتجات السمعية البصرية المستقلة ذاتيا، إنه تشكيل لمجموعة متحصلة من هذه المواد التي تكتسب كل واحدة منها قيمتها عبر العلاقة التي تقيمها مع غيرها من المواد أن فعلا البرمجة إذا هو إيجاد منتج يملك في مجمله قيمة أعلى من قيمة العناصر التي تشكله.¹⁶

الإعلام الاقتصادي في المؤسسات الإعلامية

يتعلق الأمر هنا بجملة الممارسات الصحفية باختلاف الأشكال الفنية للتحرير واختلاف المؤسسات الإعلامية المتعلقة بسير النشاط الاقتصادي، حيث أصبح الاقتصاد مادة دسمة لوسائل الإعلام بمعالجة مواضيع الصفقات الهامة

البرامج الإخبارية والترفيهية التي بلغت نسبتها بـ 15%، في حين بلغت كل من البرامج السياسية والاقتصادية نفس النسبة قدرت بـ 12.5%، وبلغت حصة البرامج الاجتماعية والرياضية ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة نسبة 10%، لتعبر في الأخير نسبة 7.5% عن حصة البرامج الدينية ضمن هذه الشبكة التلفزيونية.

وما يهمنا في هذه الدراسة هي البرامج الاقتصادية وكم كانت نسبتها مقارنة بالبرامج الأخرى المدرجة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، حيث بلغت نسبة هذه هذه البرامج لدى الجمهور المتلقي ومكانته ضمن أجندة القناة الجزائرية الثالثة.

معايير ترتيب الشبكة البرمجية في القناة الثالثة

للتلفزيون الجزائري: تقسم أوقات البث في التلفزيون الجزائري كما يلي:¹⁴

أ. الفترة الصباحية

- من 7 صباحا إلى 10 صباحا: فترة خاصة بالنساء الماكثات بالبيت، تبث فيها برامج بمواضيع متنوعة موجهة خصوصا لهذه الفئة من الجمهور (على رأسها برنامج صباح الخير يا جزائر).

- من الساعة 11 إلى الواحدة ظهرا: يعدد توقيتا ميتا تخصصه القناة لإعادة المسلسلات، أشرطة ترفيهية واسترخائية بالإضافة إلى أشرطة علمية.

ب. فترة الظهيرة: الواحدة ظهرا مخصصة لنشرة الواحدة، بليها مباشرة مسلسل مدبلج.

ج. الفترة المسائية: فيها برامج خفيفة، موجهة للشباب، الأفلام الكرتونية، برامج غنائية، وبرامج مسابقات.

د. وقت الذروة: من الساعة 19 إلى الساعة 21، يكون هذا الوقت مميذا بسبب ارتفاع نسب المشاهدة وتمنح الأولوية للإنتاج الوطني، تتخلله الأخبار على الساعة 20 مساء.

هـ. من العاشرة مساء فما فوق: تخصص هذه الفترة

للمسلسلات العربية والأفلام الغربية.

و. منتصف الليل: النشرة الأخيرة للأخبار.

باعتباره يوفر الإحصاءات والمعلومات التقنية وتلك المتعلقة بالتسيير وهو ما يفيد عمل وسائل الإعلام حول عالم الاقتصاد.¹⁷

مما أدى إلى تخصيص وسائل الإعلام بأكملها صحف وقنوات تلفزيونية في الإعلام الاقتصادي، يستمد هذا النوع تقاصيله في كثير من الأحيان من الإعلام الاقتصادي للمؤسسة،

الجدول رقم (2) يمثل فئة موضوعات الخبر الاقتصادي:

النسبة %	التكرار	موضوعات الخبر الاقتصادي
0.9%	1	اتصالات
8.1%	9	سياحة وسفر
3.6%	4	نقل ومواصلات
12.6%	14	المجموع
4.5%	5	بنوك ومصارف
6.3%	7	اسواق المال
7.2%	8	عقار
3.6%	4	تأمين
5.4%	6	بناء وتشبيد
8.1%	9	القروض
4.5%	5	الاستثمار
39.6%	44	المجموع
7.2%	8	تنمية صناعية
5.4%	6	صناعات ثقيلة
7.2%	8	نفطي
0.9%	1	صناعات الكترونية
3.6%	4	صناعات تقليدية وحرف
5.4%	6	مؤسسات صغيرة والمتوسطة وكبيرة
1.8%	2	تجارة داخلية
2.7%	3	تجارة خارجية
3.6%	4	استيراد وتصدير
37.8%	42	المجموع
0.9%	1	قانون المالية
0%	0	قانون الاستثمار
1.8%	2	قانون التجاري
2.7%	3	المجموع
2.7%	3	فلاحة
4.5%	5	منتجات حيوانية
7.2%	8	المجموع
100%	111	مجموع الكلي:

37.8%، في حين جاءت نسبة 12.6% لتعبر عن قطاع الخدمات، هذا وقد بلغ القطاع الزراعي ما نسبته 7.2% وفي الأخير بلغ القطاع القانوني للاقتصاد نسبة 2.7% . ومن خلال القراءة المتأنية لمعطيات الجدول أعلاه، يتضح لنا أيضا تقسيم كل فئة رئيسية إلى فئات فرعية، حيث قسم القطاع المالي والمصرفي إلى قطاع القروض الذي بلغ ما نسبته 8.1% من إجمالي نسبة فئة القطاع الرئيسي،

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم(2)، فئة المواضيع الاقتصادية التي عالجتها البرامج التلفزيونية لقناة الجزائرية الثالثة، حيث تم تقسيم المواضيع إلى خمس فئات رئيسية جاءت كما يلي: احتل القطاع المالي والمصرفي المرتبة الأولى من ناحية المواضيع الأكثر معالجة ضمن البرامج الاقتصادية للشبكة البرمجية للقناة محل البث بنسبة بلغت 39.6%، يليه مباشرة القطاع الصناعي والتجاري بنسبة

فئاته الفرعية كما يلي: قطاع المنتجات الحيوانية بلغ نسبة 4.5%، ثم قطاع الفلاحة الذي بلغ نسبة 2.7%.. وفي الأخير جاء القطاع القانوني للاقتصاد الذي قسّم إلى 3 فئات فرعية أولها قطاع القانون التجاري الذي بلغ نسبة 1.8%، ثم يليه قطاع قانون المالية بنسبة 0.9%، وأخيراً قطاع قانون الاستثمار بنسبة 0%.

أهمية الإعلام الاقتصادي

يشكل الإعلام الاقتصادي إشكالية في عملية التنمية الاجتماعية وخاصة في الدول السائرة في طريق النمو، ورهانا لمواصلة التطور والتفوق والسيطرة على الميكانيزمات الاقتصادية للدول المتقدمة¹⁸ ويمكن أن نلخص أهمية الإعلام الاقتصادي في الآتي:

أ. كشف المعطيات ذات الطابع الاقتصادي الاجتماعي، مما يتيح فهم ذلك المحيط، والإحاطة بمختلف المشاكل والرهانات والتطورات.

ب. التصدي لأهم مشكلات الواقع وأكثرها ارتباطا وتأثيرا على حياة المواطن العادي اليومية، وهي المشكلة الاقتصادية بكل أبعادها وجوانبها.¹⁹

و. يعمل الإعلام الاقتصادي على الإدماج الاقتصادي على أساس التكامل بين المؤسسات لخلق جو اقتصادي متكامل وذلك عن طريق المعلومة، وكذا الإشهار الذي يدعم العملية التسويقية ومن ثمة عملية الإنتاج.²²

ز. المساهمة في توعية الرأي العام ونشر الثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته.²³

ح. دعم خطط التنمية في الدول العربية، وتوفير البيانات والمعلومات وترشيد السلوك الاقتصادي لدى الأفراد والمؤسسات والدول، واجتذاب رأس المال الأجنبية.²⁴

يليه قطاع العقار بنسبة 7.2%، ثم قطاع الأسواق المالية الذي بلغ نسبة 6.3%، وبعده جاء قطاع البناء والتشييد بنسبة 5.4%، في حين بلغ كل من قطاع البنوك والمصارف وقطاع الاستثمار نسبة 4.5%، ليأتي في الأخير قطاع التأمينات بنسبة 3.6%.

هذا وقد قسم القطاع الصناعي والتجاري إلى قطاعات فرعية تضمنت: قطاع التنمية الصناعية والقطاع النفطي اللذان أخذتا حصة الأسد ضمن هذا القطاع الاستراتيجي، بنسبة 7.2%، ليليهما قطاعي الصناعات الثقيلة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة بنسبة بلغت 5.4%، ثم قطاع الصناعات التقليدية والحرف وقطاع الاستيراد والتصدير بنسبة 3.6%، في حين بلغ كل من قطاع التجارة الخارجية 2.7%، وقطاع التجارة الداخلية 1.8%، وفي الأخير تذييل هذه القائمة قطاع الصناعات الالكترونية بنسبة 0.9%.

في حين تم تقسيم قطاع الخدمات إلى فئات فرعية جاءت كما يلي: قطاع السياحة والسفر بلغ نسبة 8.19%، ثم تلاه قطاع النقل والمواصلات بنسبة 3.6%، وفي الأخير جاء قطاع الاتصالات بنسبة 0.9%. أما القطاع الزراعي فقد جاءت ج. يعمل على ضمان الحقوق الاقتصادية للمواطن بحمايته من كل الممارسات الاقتصادية المنافية للقانون من الاحتكار والغش وعدم توفير المعايير المطلوبة في التسيير وذلك من خلال ما يقدمه من تحقيقات وتحليل ومتابعات لمختلف الملفات والظواهر في الميدان الاقتصادي.

د. تحريك عجلة الاقتصاد والإعلان والإعلام عن تحولات التي تحدث في دنيا المال والأعمال وتعزيز مفهوم المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الاقتصادي.²⁰

هـ. صناعة الحدث وتحديد الاستثمار ومعالجة الأزمات الاقتصادية العالمية، من خلال دعمه للشفافية وإيضاحه للصورة الحقيقية للواقع.²¹

الجدول رقم (3) يمثل الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية

نسبة %	تكرار	صفة الشخصيات المستضافة
8.1%	5	وزير/رئيس - اقتصاد والطاقة
4.9%	3	- الصناعة
9.8%	6	- تجارة
6.5%	4	- سكن
14.7%	9	- سياحة
1.6%	1	- العمل
3.2%	2	- مؤسسة اقتصادية / خدماتية / صناعية
48.8%	30	/
4.9%	3	نائب - البرلمان
0%	0	- رئيس مؤسسة أو شركة
4.9%	3	/
8.1%	5	ممثل عن الجمعيات الاقتصادية
1.6%	1	شركاء اجتماعيون في القطاع الاقتصادي
9.7%	6	المجموع:
9.8%	6	محلل - اقتصادي
6.5%	4	- سياسي
16.3%	10	/
3.2%	2	خبير - مالي
14.7%	9	- اقتصادي
1.6%	1	- نقطي
0%	0	- مهندس
19.5%	22	المجموع:
100%	61	/
		المجموع الكلي :

صناعية، حيث بلغت هذه الفئات نسبة إجمالية بلغت 48.9%، سجلت كأعلى نسبة، لتليه فئة الخبراء الماليين والاقتصاديين وخبراء النفط ومهندسين بنسبة 19.5%، ثم فئة المحللين الاقتصاديين والسياسيين بنسبة بلغت 16.3%، ثم جاءت فئة ممثليين عن جمعيات اقتصادية وشركاء اجتماعيين في القطاع الاقتصادي بنسبة 9.7%، وفي الأخير فئة نواب عن البرلمان ونواب عن رؤساء المؤسسات والشركات (الاقتصادية) بنسبة 4.9% سجلت كأدنى نسبة.

تشير معطيات الجدول أعلاه، إلى أهم الفئات الفاعلة في البرامج الاقتصادية التي تضمنتها الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، حيث نلاحظ وجود تفاوت في الاعتماد على هذه الشخصيات عن طريق تقسيمها إلى فئات فرعية وجدنا أنها تنطبق وفئات المواضيع المتناولة ضمن كل برنامج، لذا نجد أن الاعتماد كان بصفة كبير على الشخصيات الدبلوماسية التي لها مكانة إستراتيجية في القطاع الاقتصادي، في مقدمتها وزير الاقتصاد والطاقة، وزير الصناعة، التجارة، السكن، السياحة، العمل، ورؤساء مؤسسات اقتصادية أو خدماتية أو

الجدول رقم (4) يوضح مصادر الخبر الاقتصادي

مصادر الخبر الاقتصادي					
مصادر ثانوية			مصادر رئيسية		
ك	نسبة %		ك	نسبة %	
114	52.05%	مقدم الحصة	25	32.05%	مسؤولون حكوميون
46	21%	مراسل	13	16.6%	مسؤولون عن جمعيات اقتصادية
00	00%	شهود عيان	18	23.07%	وكالات الأنباء
12	5.4%	مبعوث	22	28.2%	تقارير وأبحاث اقتصادية
47	21.4%	غير محددة	00	00%	أخرى
219	100%	المجموع:	78	100%	المجموع:

نسبة 23.07%، في حين بلغ اعتمادها على مصادر من مسؤولين عن جمعيات اقتصادية بنسبة 16.6%، بالإضافة إلى الاعتماد على مصادر أخرى ثانوية في صناعة الخبر الاقتصادي للبرامج المدرجة ضمن هذه الشبكة البرمجية، تمثلت في كل من مقدم الحصة أو البرنامج الاقتصادي الذي اعتمدت عليه بنسبة 52.05%،

الحكم على صدقها من عدمه، وهناك عدة مصادر يلجأ إليها المحرر الاقتصادي للحصول على الأخبار الاقتصادية منها:²⁵

1. وزراء المجموعة الاقتصادية وكبار المسؤولين فيها وتلك الوزارات هي التخطيط والاقتصاد والمالية والسياحة والصناعة والسكن، والعمل وكبار المسؤولين.

2. المسؤولون عن المصالح والمؤسسات المالية والاقتصادية والشركات الصناعية والإنتاجية العاملة في البلاد.

3. أفراد البعثات الاقتصادية والصناعية والفنية المتصلة بشؤون الإنتاج والصناعة والتي ترسل إلى الدول الخارجية.

4. مكاتب الخبراء الاقتصاديين والمحاسبون التجاريون والقانونيون، ورجال الجمارك والضرائب والغرف التجارية واتحادات العمال وغيرها من التجمعات المهنية.

5. المراكز والأقسام الاقتصادية التابعة للجهات المختلفة وأقسام وأسنادة التجارة والاقتصاد والمؤتمرات الاقتصادية والصناعية والإنتاجية في الداخل والخارج والمعارض الإنتاجية المختلفة.

6. التقارير والأبحاث والمجلات التي تصدرها مراكز البحوث وكليات التجارة والاقتصاد وغيرها من الجهات العاملة أو المتصلة بالأنشطة الاقتصادية والتنموية.

تشير بيانات هذا الجدول إلى اعتماد الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة، على مزيج متنوع من مصادر الأخبار الاقتصادية، تتنوع بين مصادر رئيسية، وأخرى ثانوية حيث اعتمدت على مسؤولين حكوميين بنسبة أعلى بلغت 32.05%، ثم يليها اعتمادها على تقارير وأبحاث اقتصادية بنسبة 28.2%، وبلغ اعتمادها على وكالات الأنباء وكذا المراسلين الإخباريين بنسبة 21%، في حين بلغ اعتمادها على مصادر أخرى غير محددة بنسبة 21.4%، وعلى فئة المبعوثين بنسبة 5.4%، لكن ما هو ملاحظ رغم تنوع مصادر الخبر الاقتصادي للبرامج محل البث ضمن الشبكة البرمجية للقناة الثالثة، غياب الاعتماد على شهود العيان، وهذا راجع للخط الافتتاحي لهذه القناة كونها تابعة للقطاع الإعلامي العمومي، كما أنها تعتمد على مصادر أخرى غير محددة.

قد يؤدي تنوع المصادر الإخبارية للبرامج الاقتصادية إلى إثراء المواضيع من جميع الجوانب، ويجعل البحث عن التفاصيل مهمة فرعية ولا تحتاجها القناة في أغلب الأحيان، وهنا إشارة إلى أهمية تعدد المصادر التي تعول عليها القنوات التلفزيونية لجمع مختلف الأخبار فلا بد أن يكون هناك مراسلون دائمون تابعون للطاقت الإعلامية للقناة ومنتشرون في أغلب مناطق العالم لتتبع مختلف الأخبار من عين المكان.

تتنوع المصادر الإخبارية للمحرر الاقتصادي تبعا للأنشطة الاقتصادية، ففي مختلف مجالات الحياة اليومية أصبحت القرارات الفردية أو الجماعية تعتمد على المعلومة الاقتصادية، التي تتأسس بدورها على ظروف الحصول عليها، والتي يجب أن تكون معروفة من المستفيد منها لكي يستطيع

7. جماهير المستهلكين والمتعاملين في مختلف الدوائر الاقتصادية ومراكز المعلومات ووكالات الأنباء التي تقدم خدمات اقتصادية متنوعة.

2/ تحليل عينة الدراسة من ناحية الشكل:

الجدول رقم (5) تحليل البرامج الاقتصادية من ناحية الشكل:

رہانات التنمية		البيئة ثروة ورهان		مجلة المستهلك		البديل الاقتصادي		الحوار الاقتصادي		فئات التحليل / اسم البرنامج	
الأجسام الصحفية											
نسبة	تك	نسبة	تك	نسبة	تك	نسبة	تك	نسبة %	تك		
35	7	12.5	3	22.2	6	24.1	7	23.07	6		خبر
30	6	20.8	5	29.6	8	27.5	8	15.3	4		تحقيق
15	3	33.3	8	14.8	4	13.7	5	11.5	3		تقرير
20	4	20.8	5	33.3	9	31.03	9	19.2	5		روبورتاج
0	0	0	0	0	0	0	0	30.7	8		مائدة مستديرة
0	0	12.5	3	0	0	0	0	0	0		موجز إخباري
100	20	100	24	100	27	100	29	100	26		المجموع:
اللغة المستخدمة											
	التقييم		التقييم		التقييم		التقييم		التقييم		العملية المتخصصة
	1		1		1		1		1		
	1		1		1		1		1		العربية الفصحى
	1		1		1		0		0		العامة
	1		1		0		1		1		الهيئية
	4		4		3		3		3		المجموع:
الصور المصاحبة للتعليق // والروبورتاج											
61.4	110	85.5	89	77.5	145	62.9	78	46.6	188		صور مطابقة للتعليق والروبورتاج
38.5	69	14.4	15	22.4	42	37.09	46	53.3	215		صور غير مطابقة للتعليق والروبورتاج
100	179	100	104	100	187	100	124	100	403		المجموع:
الوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية											
23.5	59	25.3	41	26.4	59	84.6	221	41.1	104		فيديو
25.4	64	3.08	5	22.8	51	5.3	14	9.09	23		صور من الأرشيف
8.7	22	37.6	61	20.1	45	3.06	8	6.3	16		صور ثابتة
3.9	10	25.3	41	0.8	2	1.1	3	17.3	44		خرائط
1.5	4	00	00	00	00	00	00	00	00		رسوم بيانية
35.4	89	21.6	35	21.07	47	5.7	15	19.3	14		مواقع جغرافية
1.1	3	3.7	6	8.5	19	00	00	6.7	17		بدون صورة
100	251	100	162	100	223	100	261	100	253		المجموع:
اتجاه المعالجة											
90.1	55	67.3	31	52.1	61	67.1	45	55.5	15		مؤيد
9.8	6	32.6	15	47.8	56	32.8	22	44.4	12		محايد
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00		معارض
100	61	100	46	100	117	100	67	100	27		المجموع

الروبورتاج وكذا الصورة والوثائق الصوتية التي أعدت من مكان الحدث²⁶، كما اعتمد بشكل كبير على استخدام التقرير الذي يتوسع في سرد التفاصيل، كما يقوم على تقديم صورة سريعة ومختصر عن الموضوع محل البث، عكس ما يكون في الخبر الذي يقوم على نقل الحدث فقط، كما يتسم بالسبق الصحفي في عرض معطياته²⁷ والمائدة المستديرة، التي تعرف بأنها حديث يتم مع الأشخاص المختصين في مجال السياسة والاقتصاد والثقافة والعلوم وغيرها، ولا يشترط أن يكونوا أشخاصا بارزين أو معروفين لدى الجمهور وتكون مهمة الصحفي أو الإعلامي شاقة إذ يتعين عليه أن لا يدير الحديث الصحفي بين متكلم وآخر فقط بل أن يتابع باهتمام كبير كل ما يقال أثناء الحديث وعليه أن يستفسر عن المسائل الغير واقعة²⁸.

أما فيما يخص اللغة الإعلامية المستخدمة في كل برنامج، فقد اعتمدت كل البرامج الاقتصادية محل الدراسة على اللغة العلمية المتخصصة واللغة العربية الفصحى، وعرفت بأنها: " لغة الكتابة أو لغة الآداب اللغة التي تدون بها المؤلفات والصحف والمجلات وشؤون القضاء والتشريع والإدارة، ويدون بها الإنتاج الفكري على العموم، ويؤلف بها الشعر والنثر الفني، وتستخدم في الخطابة والتدريس والمحاضرات، وفي تفاهم الخاصة بعضهم مع بعض وفي تفاهمهم مع العامة إذا كانوا بصدد موضوع يمت بصلة إلى الآداب والعلوم"²⁹. في حين ركز كل من برنامج الحوار الاقتصادي وبرنامج البديل الاقتصادي وبرنامج البيئة ثروة ورهان وبرنامج رهانات التنمية على اللغة الهجينة في بعض الأحيان كون المجال الاقتصادي يحوي مصطلحات أجنبية يتداول استخدامها في السوق الجزائرية، اللغة الهجينة التي تقوم على تلاقح مجموعة من اللغات لكنها مفهومة لدى المتلقي، وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين مفرداتها ومعانيها بشكل كبير من خلال ممارسات مستخدمي هذه المواقع للغة خاصة بالبيئة الرقمية الافتراضية مفهومة لدى عامة شعوب العالم، لأن متصفح هذه المواقع من ثقافات ولغات مختلفة على المستوى العالمي ساهمت اللغة الهجينة في توحيد عباراتهم وسيقاتهم التعبيرية لتكون مفهومة لدى العامة من زوار هذه المواقع.

في قراءة أولية لمعطيات الجدول أعلاه، الذي يوضح أهم فئات الشكل المستخدمة في عينة الدراسة (البرامج الاقتصادية)، نلاحظ أنه تم الاعتماد على مجموعة متنوعة من الأنواع الصحفية حسب كل برنامج وخصوصيته، بداية ببرنامج الحوار الاقتصادي الذي اعتمد على المائدة المستديرة بنسبة 30.7%، واعتمد على الخبر بنسبة 23.07%، في حين كان اعتماده على الروبورتاج بنسبة أقل قدرت بـ 19.2%، كونه برنامجا حواريا ليكون اعتماده على كل من التحقيق بنسبة 15.3%، والتقرير بنسبة 11.5%، وما هو ملاحظ عدم اعتماده على الموجز الإخباري.

أما بالنسبة لبرنامج البديل الاقتصادي فقد اعتمد على الروبورتاج بنسبة أعلى قدرت بـ 31.03%، واعتمد على التحقيق بـ 27.5%، في حين كان اعتماده على الخبر بنسبة 24.1%، أما التقرير فكان بنسبة 13.7%، ولم يعتمد هذا البرنامج على أسلوب المائدة المستديرة.

هذا وقد قام برنامج مجلة المستهلك على الروبورتاج بنسبة قدرة بـ 33.3%، وعلى التحقيق بنسبة 29.6%، أما اعتماده على الخبر فكان بنسبة 22.2%، في حين التقرير بنسبة 14.8%، ولم يعتمد هذا البرنامج على كل من أسلوب الموجز الإخباري والمائدة المستديرة.

في حين اعتمد برنامج البيئة ثروة ورهان على التقرير بنسبة 33.3%، وكان اعتماده على كل من الروبورتاج والتحقيق بالنسبة نفسها و قدرت بـ 20.8%، واعتمد على كل من الخبر والموجز الإخباري بنسبة 12.5%، ولم يعتمد على أسلوب المائدة المستديرة.

كما ارتكز برنامج رهانات التنمية على الخبر بنسبة 35%، وعلى التحقيق بـ 30%، وشمل أيضا التقرير بنسبة 15%، وعلى الروبورتاج بـ 20%.

ما نستنتجه من التحليل السابق أن أغلب البرامج التلفزيونية الاقتصادية ركزت على الاعتماد على مزيج متنوع من الأنواع الصحفية التي تخدم رسالتها الإعلامية، لمتنوع مخرجات هذه الرسالة في شكل روبورتاج التلفزيوني الذي يعرف بأنه ' الروبورتاج المصور هو ذلك الروبورتاج الذي يتكون من النص المركب 'التعليق' المكتوب من قبل معد

9.09%، كما تضمن هذا البرنامج محتوى إعلامي دون صورة بنسبة 6.7%، واستخدم أيضا صورا ثابتة بنسبة 6.3%، ولم يعتمد هذا البرنامج على رسوم بيانية.

في حين استخدم برنامج البديل الاقتصادي المزيج نفسه لكن بنسب متفاوتة، فاستعان بالفيديو بنسبة 84.6%، واستخدم صورا لمواقع جغرافية بنسبة 5.7%، وصورا من الأرشيف في صناعة الرسالة الإعلامية الاقتصادية بنسبة 5.3%، لتكون نسبة استخدامه لصور ثابتة 3.06%، واعتمد أيضا على صور لخرائط بنسبة 1.1% وما هو ملاحظ أيضا عدم اعتماده على رسوم بيانية وعلى مضامين دون صورة. أما برنامج مجلة المستهلك فقد استخدمت كل من الفيديو بنسبة 26.4%، وصور من الأرشيف بنسبة 22.8%، وأيضا صورا لمواقع جغرافية بنسبة 21.07%، وصور ثابتة بنسبة 20.1%، ليتضمن محتوى إعلاميا دون صورة بنسبة 8.5%، ولم يعتمد على رسوم بيانية.

فيما يخص برنامج البيئة ثروة ورهان فقد استخدم صورا ثابتة بنسبة 37.6%، ليليه استخدام الفيديو وصور لخرائط بالنسبة نفسها 25.3%، كما استخدم صورا لمواقع جغرافية بنسبة 21.6%، في حين مثلت نسبة 3.7% نسبة استخدام هذا البرنامج لمضامين دون صورة، كما استخدم صورا من الأرشيف بنسبة 3.08، ولم يعتمد هذا البرنامج على رسوم بيانية.

هذا وقد اعتمد برنامج رهانات التنمية على المزيج نفسه من الوسائط المتعددة، جاء في مقدمتها استخدامه لصور لمواقع جغرافية بنسبة قدرت بـ 35.4%، ليليه استخدامه لصور من الأرشيف بنسبة 25.4%، ثم الفيديو بنسبة 23.5%، في حين استخدم صورا ثابتة بنسبة 8.7%، وصور لخرائط جغرافية بنسبة 3.9%، وكان استخدامه لرسوم بيانية بنسبة ضئيلة قدرت بـ 1.5%، لتمثل نسبة 1.1% المضامين الإعلامية التي لا تحتوي صور.

ويمكن تحديد سمات الإعلام الاقتصادي المتخصص من خلال معرفة المجال الاقتصادي الذي يحدد سلوكه ويرسم أبعاده الاقتصادية في تفسير الأحداث الاقتصادية والتي يمكن توضيحها كالآتي:³¹

أما مجلة المستهلك فاعتمدت على استخدام اللغة العامية التي جسدها الحوارات وسبر الآراء مع الجمهور المتلقي، بالإضافة إلى اعتمادها على اللغة المتخصصة والفصحى.

لغة الإعلام

أنت لغة الإعلام من مصادر 3: الأول اللغة العربية الفصحى وهي الأساس، لأنها أعطتها المفردات ونظام التركيب، والثاني الأجنبية التي أثرت في العربية مباشرة في مرحلة الاستعمار وفي حديث الذين درسوا في البلاد الأجنبية، وبصورة غير مباشرة من خلال الترجمة المستمرة والمتزايدة في فروع المعرفة كلها، والثالث اللهجات العامية التي أخذت منها وسائل الإعلام مفردات وتراكيب أحدثت أحيانا تغييرا في نظام الجملة.³⁰

الصور المصاحبة للتعليق أو الروبورتاج

اعتمد برنامج الحوار الاقتصادي على استخدام صور مطابقة للتعليق والروبورتاج بنسبة 53.3%، وصور غير مطابقة للروبورتاج أو للتعليق بنسبة 46.6%، في حين كان اعتماد برنامج البديل الاقتصادي على صور مطابقة للتعليق بنسبة 62.9%، واستخدم صور غير مطابقة بنسبة 37.09%، في وقت اعتمدت فيه مجلة المستهلك على صور مطابقة للروبورتاج أو التعليق بنسبة 77.5%، وصور غير مطابقة للتعليق بنسبة 22.4%، هذا وكان اعتماد برنامج البيئة ثروة ورهان على الصور المطابقة للتعليق بنسبة قدرت بـ 85.5%، واعتمد على صور غير مطابقة بنسبة 14.4%، وفي الأخير استخدم برنامج رهانات التنمية صورا مطابقا للتعليق بنسبة 61.5%، في حين كانت نسبة الصور التي استخدمها ولم تكن مطابقة للتعليق بنسبة 38.5%.

الوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية للمواضيع الاقتصادية للشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة

استخدم برنامج الحوار الاقتصادي مزيجا من الوسائط المتعددة أولها الفيديو بنسبة 41.1%، واستخدم صور لمواقع جغرافية بنسبة 19.3%، وصور لخرائط جغرافية بنسبة 17.3%، كما كان استخدامه لصور من الأرشيف بنسبة

وافتقاره إلى الكثير من عناصر الإثارة والجاذبية التي يدفع الإعلام لاستغلالها.

- **الحدث الاقتصادي:** من خصائص الحدث الاقتصادي أنه يسعى غالبا للوصول إلى المتلقي العام والمتوسط، وذلك بعكس الحدث الرياضي أو السياسي أو الفني.

- **أساليب المعالجة:** تفرض خصوصية المجال والموضوع والحدث والجمهور استخدام أساليب معالجة مناسبة وهذا يفسر استخدام التغطية الإخبارية التفسيرية في الإعلام الاقتصادي، أما فيما يتعلق توجهها المعارضة كونها تابعة لقناة حكومية تنتمي للخط الافتتاحي للتلفزيون العمومي الجزائري، لذا فإن اتجاه المعالجة الإعلامية للقنوات التلفزيونية تكون متوافقة مع السياسة الإعلامية لهذه القنوات بالإضافة إلى الحفاظ على العلاقات الاجتماعية التي تربطها مع أصحاب المصالح من مؤسسات إعلامية ناشطة في المجال نفسه والمؤسسات الاقتصادية التي لها وزن وسمعة في البلاد وكونها حكومية فإنها رهن إشارة مصالح الحكومة وسياساتها.

نتائج الدراسة التحليلية على ضوء السؤال الرئيسي

والأسئلة الفرعية:

من خلال قراءة نتائج تحليل البيانات الكمية والكيفية لمعطيات فئات التحليل شكلا ومضمونا نستنتج مايلي:

- تعددت أنواع البرامج التلفزيونية المدرجة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، لموسم سبتمبر 2016/جوان 2017، من برامج سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، برامج دينية، ثقافية، إخبارية، وبرامج الترفيه.

- أخذت البرامج الثقافية حصة الأسد ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، إذ بلغت نسبتها 17.5%، لتليها البرامج الإخبارية والترفيهية بنسبة 15%، في حين كانت حصة البرامج السياسية والاقتصادية ضمن هذه الشبكة 12.5%،

- **المجال الاقتصادي:** يتميز هذا المجال بالاتساع، فهو يضم جوانب متعددة (خدمات، صناعة، تجارة، زراعة.. الخ)، تدخل في علاقات نأثر وتأثير متبادل مما يجعل المحلل الاقتصادي يتميز بتشابك علاقاته وتعقيد ظواهره وتأثره أحيانا، إلى درجة الخضوع إلى عوامل غير اقتصادية بل سياسية وعسكرية واجتماعية.

- **الموضوع الاقتصادي:** يتميز الموضوع الاقتصادي بأهميته الحاسمة لأنه يتعلق بتطورات وقضايا جذرية في حياة الفرد والمجتمع، وكذلك يتميز بجديته - باللغة فإن خصوصية الموضوع تفرض استخدام لغة ذات طابع تخصصي تبذل جهود دائمة لتطويعها لمتطلبات الإعلام الجماهيري.

- **الجمهور:** يتميز جمهور الإعلام الاقتصادي المتخصص بأنه في الغالب جمهور نوعي إلى حد بعيد، يتميز بارتفاع مستواه التعليمي والثقافي والتخصصي، كما أنه جمهور معني ومهتم وجدي، وربما متخصص.

اتجاه المعالجة الإعلامية للبرامج الاقتصادية

المدرجة ضمن الشبكة البرمجية:

من خلال قراءة معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا اتجاه برنامج الحوار الاقتصادي في معالجته للمواضيع الاقتصادية حيث كان مؤيدا بنسبة 55.5%، ومحايدا بنسبة 44.4%، أما برنامج البديل الاقتصادي فقد كانت مؤيدة في معالجته لأغلب المواضيع الاقتصادية بنسبة 67.1%، ومحايدة لمواضيع أخرى بنسبة 32.8%، في حين كان لبرنامج مجلة المستهلك الاتجاه نفسه في المعالجة فكان مؤيدا بنسبة 52.1%، ومحايدا بنسبة 47.8%، والشيء نفسه مع برنامج البيئة ثروة ورهان الذي كان مؤيدا في معالجته لأغلب المواضيع الاقتصادية بنسبة 67.3%، ومحايدا بنسبة 32.6%، وهذا ما تباه أيضا برنامج رهانات التنمية الذي كان مؤيدا بنسبة عالية جدا قدرت بـ 90.1%، ومحايدا بنسبة 9.8%.

ما نستنتجه من هذا التحليل أن كل هذه البرامج المدرجة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة، (البرامج الاقتصادية)، كانت مؤيدة ومحايدة، ليغيب في

- ركزت البرامج الاقتصادية المدرجة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة على المواضيع المتعلقة بالقطاع المالي والمصرفي بنسبة 39.6%، والمواضيع المتعلقة بالقطاع الصناعي والتجاري بنسبة 37.8%، وكذا قطاع الخدمات بنسبة 12.6%، والقطاع الزراعي بنسبة 7.2%، أما القطاع القانوني للاقتصاد فبلغ نسبته 2.7%.

- تمثلت أهم الشخصيات الفاعلة في المواضيع الاقتصادية المطروحة على طاولة نقاش البرامج الاقتصادية لقناة الجزائرية الثالثة في كل من وزراء القطاع الاقتصادي والصناعي والتجاري، والسياحي، بالإضافة إلى رؤساء المؤسسات الاقتصادية والخدماتية والصناعية حيث بلغت نسبتها 48.8%، في حين بلغت نسبة خبراء في المجال المالي والاقتصادي والنفطي 19.5%، كما شكل كل من المحللين السياسيين والاقتصاديين أحد الأطراف الفاعلة في صناعة الخبر الاقتصادي لهذه البرامج بنسبة 16.3%، أما عن ممثلي الجمعيات الاقتصادية والشركاء الاجتماعيين في القطاع الاقتصادي فقد بلغت نسبة الاعتماد عليهم بـ 9.7%.

- نستنتج من خلال الدراسة التحليلية لعينة الدراسة، تعدد مصادر الخبر الاقتصادي التي تنوعت بين المصادر الرئيسية، ومصادر أخرى ثانوية، حيث تشكلت الأولى من مسؤولين حكوميين ووكالات الأنباء، وتقارير وأبحاث اقتصادية، ومسؤولين عن جمعيات اقتصادية، أما المصادر الثانوية فكانت موزعة على كل من مقدم البرنامج الاقتصادي 'الإعلامي'، مراسلين إخباريين، مبعوثين، مصادر أخرى غير محددة.

- عدم الاعتماد على مصدر 'شهود العيان' في صناعة الخبر الاقتصادي ضمن قناة الجزائرية الثالثة، وهذا راجع لغياب مصداقية هذا المرجع، وكونه مجهولا من ناحية، وعدم نوافقه وسياسة القناة كونها حكومية لا تعتمد على معطيات شخصيات مجهولة بعد أن للخبر الاقتصادي وزن ضمن الشبكة البرمجية للقناة محل الدراسة.

- نستنتج أيضا تنوع استخدام الأنواع الصحفية في بناء الخبر الاقتصادي، من روبرتاج، خبر اقتصادي، مائدة مستديرة، تحقيق.

- كما نستنتج أيضا تنوع في اللغة الإعلامية المستخدمة ضمن البرامج الاقتصادية للشبكة البرمجية محل

وبلغت كل من البرامج الرياضية والاجتماعية 10%، أما البرامج الدينية فقد بلغت نسبتها 7.5%، ما يمثل نسبة ضئيلة لهذا النوع من البرامج كون القناة محل البث تابعة للتلفزيون الجزائري الذي يحتوي على قناة قرآنية مختصة ببث البرامج الدينية.

- تنوعت البرامج المدرجة ضمن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة ما بين برامج أسبوعية (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، دينية، ثقافية، ترفيهية)، وبرامج يومية (إخبارية، رسوم متحركة 'ترفيهية').

- خصصت الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة مساحة زمنية قدرت بـ 4 ساعات ونصف الساعة أسبوعيا ضمن شبكتها البرمجية لمعالجة المواضيع الاقتصادية، وقد تنوعت هذه المواضيع حسب معطيات البيئة الاقتصادية سواء كانت وطنية أو دولية، تضمنت مواضيع خاصة بالقطاع المالي والمصرفي: مواضيع عن أسواق المال، البنوك والقروض، الاستثمار، العقار بنسبة بلغت 39.6%، وأخرى خاصة بالقطاع الصناعي والتجاري: الصناعة النفطية والتنمية الصناعية بالدرجة الأولى، والحديث أيضا عن الصناعات الثقيلة، والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة قدرت نسبة معالجة هذا القطاع بـ 37.8%، ثم يليها قطاع الخدمات: الذي تضمن كل من قطاع الاتصالات وقطاع السياحة والسفر وقطاع النقل والمواصلات بنسبة معالجة 12.6%، ولم تخصص هذه البرامج المساحة الكبيرة لمعالجة المواضيع المتعلقة بالقطاع القانوني للاقتصاد إلا بنسبة 2.7%، ونسبة 7.2% للقطاع الزراعي.

- تشكلت البرامج الاقتصادية ضمن عينة الدراسة في كل من برنامج الحوار الاقتصادي، برنامج البديل الاقتصادي، برنامج البيئة ثروة ورهان، برنامج مجلة المستهلك، برنامج رهانات التنمية.

- توصلت هذه الدراسة إلى أن البرامج ذات الطابع الاقتصادي برمجت على ثلاث فترات، وقت البث النهاري 'برنامج مجلة المستهلك'، فترة مدخل إلى وقت الذروة 'برنامج البديل الاقتصادي'، 'رهانات التنمية'، 'البيئة ثروة ورهان'، ووقت الذروة 'برنامج الحوار الاقتصادي'.

الدراسة ، ما بين لغة علمية متخصصة بالجانب الاقتصادي ،
 تعكسها الإحصاءات والمعطيات التجارية والصناعية ، ولغة
 عربية فصحي ، ولغة هجينة (تزاوج اللغة العامية مع لغات
 أجنبية أخرى).
 - شكلت الصورة التلفزيونية مرجعا هاما في صناعة
 الخبر الاقتصادي ، حيث تم اعتمادها بنسبة كبيرة فكانت
 مرافقة للتعليق والروبورتاج ، وفي أحيان أخرى عبرت عن
 جوانب أخرى من المحتوى الإعلامي الاقتصادي.
 - تعددت الوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية
 للمواضيع الاقتصادية للقناة محل الدراسة ، بين فيديو ، وصور
 ثابتة ، وصور لمواقع جغرافية ، خرائط ، وصور من الأرشيف .
 - شكل الاتجاه المؤيد والمحايد أهم اتجاهات
 المعالجة الإعلامية للمواضيع الاقتصادية التي تضمنتها برامج
 الشبكة التلفزيونية لقناة الجزائرية الثالثة ، ليغيب بذلك
 الاتجاه المحايد من أجندتها الإعلامية كونها عمومية تابعة
 للتلفزيون الجزائري العمومي.

خاتمة

إن صياغة نموذج إعلام اقتصادي فعال لا يقوم في
 ظل احتكار وهيمنة السلطة على قطاع السمع البصري ، ولا
 يقوم أيضا في ظل أدبيات إعلامية كلاسيكية لا تزال تمارس في
 عصر رقمنة الإعلام والاتصال ، فالبحث في خبايا الإعلام

الهوامش

1. عبد القادر بن الشيخ، وآخرون: الجمهور العربي والبنث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 42، تونس، 1998، ص 199.
2. Jean Pierre Paul : Economie de la communication T.V radio, Presse universitaires de France, 1991, p38,39.
3. مُجد عبد الحميد: البحث العلمي والدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2000، ص 153.
4. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، دار طاكسينج نوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص ص 6، 7.
5. مُجد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 40.
6. أحمد العايد وآخرون: المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة، بيروت، 1989، ص 858.
7. الطاهر أحمد الزاوي: ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح وأساس البلاغة، ط 3، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، دون سنة نشر، ص 291.
8. المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، انجليزي-عربي، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 1988، ص 1139.
9. مُجد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، مج 2، ص 162.
10. حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 146.
11. إبراهيم مُجد عبد اللطيف أحمد: مجلة الأهرام الاقتصادي- دراسة فنية وتاريخية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم الصحافة، القاهرة، 1990، ص 14.
12. Jacques Mousseau : La programmation d'une chaine de télévision. Communication et langage. N°80, 2trimestre, 1989, p74-75.
13. مُجد عبد الحميد: البحث العلمي والدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 17.
14. رضوان بلخيري: مدخل للإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 145.
15. Daniel le bœuf, corire mégy : Le nouveau paradoxe de la programmation : Cibler et rassembler, INA, Dossier de l'audiovisuel, N° 79, Mai_Juin, Paris, 1998, P06.
16. نصر الدين لعياضي: مقدمة في نقد التلفزيون، الآفاق المشرفة للنشر، عمان، 2010، ص 243.
17. بلقاسم إمام: الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، من خلال دراسة جمهور حصة المؤشر الاقتصادي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004، ص 41.
18. المرجع نفسه، ص 38.
19. ناظم الشهري: الإعلام الاقتصادي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 16.
20. المرجع نفسه، ص 106.
21. عيسى الحمصي: واقع الصحافة الاقتصادية العربية، ط 1، المؤلف، الكويت، 2014، ص 26.
22. بلقاسم إمام: ص 39.
23. مُجد قيراط: الصحافة الاقتصادية الإماراتية بين الضغوط المهنية والتنظيمية وتحديات التنمية المستدامة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشارقة، جزء 6، العدد 11، 2009، ص 28.
24. حسين الزويني: القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 47.
25. المرجع نفسه، ص 52.
26. -Arnold Hoffman: Rédaction des genres journalistiques, Revue de l'organisation internationale des journalistes pragues, n°2, 1984, P24.
27. فهد بن عبد الرحمن الشميري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط 1، د.د.ن. د.ب، ص 208-2015.
28. كرم شلبي: الخبر الإذاعي فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، ط 1، دار الشروق، 1985، ص 184.
29. علي عبد الواحد وافي: فقه اللغة، ط 3، دار النهضة، مصر، 2004، ص 199.
30. مُجد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 1.
31. حسين الزويني: مرجع سبق ذكره، ص 47.